

ΑΜΑΛΙΑ ΦΡΑΓΚΙΣΚΟΥ

ΧΡΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ  
ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ: ΜΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗ  
ΤΩΝ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ  
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ  
ΓΙΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΜΜΕ

*ΠΕΡΙΛΗΨΗ: Στο άρθρο αυτό παρουσιάζουμε τα ευρήματα του 4<sup>ου</sup> γύρου της Ευρωπαϊκής Κοινωνικής Έρευνας σχετικά με τη χρήση των ΜΜΕ, επιχειρώντας να σκιαγραφήσουμε τα χαρακτηριστικά του κοινού με έμφαση στις ακραίες χρήσεις μέσων και να αναδείξουμε τις ιδιαιτερότητες αλλά και τις αντιφάσεις που προκύπτουν κατά την επεξεργασία των δεδομένων.*

*Στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας λαμβάνουμε υπόψη τη διαχρονική εξέλιξη των σχετικών μεγεθών και εξετάζουμε τα ευρήματα της ΕΚΕ που αφορούν στη χώρα μας, συνεκτιμώντας δεδομένα και άλλων ερευνών σε αναφορά με το ευρωπαϊκό περιβάλλον. Η συγκριτική προσέγγιση καταδεικνύει την εθνική προτίμηση στην τηλεόραση, τόσο σε σχέση με τα άλλα μέσα όσο και σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Ωστόσο, παρά τα ευρήματα σχετικά με τη χρήση της τηλεόρασης αλλά και των άλλων μέσων, στην Ελλάδα παρατηρούμε την αναντιστοιχία του δείκτη εμπιστοσύνης προς τα ΜΜΕ με τη γενική χρήση των μέσων, σε αντίθεση με τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες όπου γενικά ο βαθμός εμπιστοσύνης σε κάθε μέσο είναι σχετικά σταθερός και συχνά καταγράφονται υψηλά επίπεδα εμπιστοσύνης.*

AMALIA FRANGISKOU

MEDIA USE IN GREECE  
AND EUROPE:  
AN ANALYSIS OF ESS FINDINGS  
ON THE USE OF MASS  
COMMUNICATIONS

*ABSTRACT: In this article we present the findings of the 4<sup>th</sup> round of European Social Research as far as media use is concerned and, in an attempt to describe audience's characteristics, we focus on extreme cases and reveal peculiarities and contradictions from the data process.*

*In the context of the present study, we have taken into account the evolution of relative data and examined ESS findings in accordance with data from other sources within the European environment. The comparative approach detects a national preference for television, in comparison to other media, as well as to other European countries.*

*Nevertheless, despite the findings concerning the use of TV and other media in Greece, there is a inconsistency concerning the indicator "trust of media" in correlation with the general use of media, in contrast to the majority of European countries where trust of every media is quite stable and high levels of trust are usually reported.*

## 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το πλαίσιο ανάπτυξης του θέματός μας προσδιορίζεται από δύο χαρακτηριστικά των πρωτογενών δεδομένων των τριών κύκλων έρευνας του ESS: 1) υπάρχει πληθώρα μεταβλητών και πιθανών συνδυασμών τους για πολλές ευρωπαϊκές χώρες, και 2) τα ποσοτικά αυτά δεδομένα, συλλεγμένα ανά τακτά χρονικά διαστήματα, παρέχουν σε μακροσκοπική εξέταση τη δυνατότητα άντλησης συμπερασμάτων τάσεων και μεταβολών, στο πλαίσιο πάντα ορισμένων ερευνητικών περιορισμών. Για το λόγο αυτό, αν και στο πλαίσιο αυτής της εργασίας εστιάζουμε στα ευρήματα του 4<sup>ου</sup> γύρου για την χρήση ΜΜΕ, λαμβάνουμε επίσης υπόψη τη διαχρονική εξέλιξη των σχετικών μεγεθών και εξετάζουμε τα ευρήματα που αναφέρονται στην Ελλάδα σε ένα ευρύτερο ευρωπαϊκό πλαίσιο. Επίσης, αντιπαραβάλλουμε στη χρήση Μέσων, την εμπιστοσύνη στα ΜΜΕ, όπως καταγράφεται σε μετρήσεις άλλων ευρωπαϊκών ερευνών. Ειδικότερα εξετάζουμε το κατά πόσον τα Μέσα χρησιμοποιούνται για πολιτική ενημέρωση και πολιτική επικαιρότητα και επιχειρούμε την σκιαγράφηση του κοινού ως προς το μορφωτικό επίπεδο, το φύλο και την ηλικία, με έμφαση στις ακραίες χρήσεις Μέσων.

Στη συνέχεια, επιχειρώντας μια συγκριτική προσέγγιση καταδεικνύουμε ότι η πρωτοκαθεδρία της τηλεόρασης υπογραμμίζεται τόσο από τη σταθερή εγχώρια προτίμηση σε σχέση με άλλα Μέσα όσο και από την ιδιαίτερα μεγάλη χρήση της τηλεόρασης σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η εθνική αυτή προτίμηση και πρωτιά, ταυτόχρονα, είναι και ο λόγος της εκτενέστερης παρουσίας της τηλεόρασης στο παρόν κείμενο. Για το σκοπό αυτό, εξετάζονται ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα και άλλων ευρωπαϊκών ερευνών, με στόχο την κατά το δυνατόν πληρέστερη σκιαγράφηση της χρήσης της τηλεόρασης.

## 2. ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Επιδίωξή μας είναι να μελετήσουμε τη σχέση των Ελλήνων με τα ΜΜΕ, με αφετηρία τα ποσοτικά δεδομένα που αποτύπωσε ο τέταρτος γύρος της ΕΚΕ. Η Ευρωπαϊκή Κοινωνική Έρευνα είναι έτσι σχεδιασμένη ώστε να προσφέρει αναλυτικές και συγκριτικές προσεγγίσεις μεταξύ των διαφόρων εξεταζόμενων πληθυσμών όσον αφορά τις μεταβολές στάσεων, αξιών και συμπεριφορών. Επομένως, δεν πρόκειται για μια προσέγγιση των επιδράσεων η οποία διερευνά τα κίνητρα, τρόπους και λόγους χρήσης των Μέσων, ούτε τις διαφορετικές «συνθέσεις» του κοινού στη χρήση ΜΜΕ.

Η ενότητα των ερωτήσεων που αναφέρονται στη χρήση των Μέσων διερευνά τη διάρκεια έκθεσης του κοινού σε αυτά σε συνδυασμό με άλλα χαρακτηριστικά του κοινού (π.χ. φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο). Ωστόσο, διαφοροποιήσεις στη συμμετοχή των χωρών ή στο χρονικό διάστημα διεξαγωγής της έρευνας πεδίου μάς περιορίζουν στην ασφαλή εξαγωγή συγκριτικών συμπερασμάτων.

Είναι γεγονός ότι μεγάλο μέρος της επικοινωνιακής έρευνας συνδέεται στενά με τη θεωρία του λειτουργισμού και την ποσοτική έρευνα (Παπαθανασόπουλος Στ., 1994, σ. 365), ωστόσο μπορούμε να κάνουμε ορισμένες επισημάνσεις σχετικά με τις ερωτήσεις που διερευνούν ποσοτικά την χρήση των Μέσων στο πλαίσιο της ΕΚΕ.

Το περιεχόμενο των Μέσων αντιμετωπίζεται σχεδόν ενιαίο (με εξαίρεση την ερώτηση των πολιτικών εκπομπών), ενώ έχει παρατηρηθεί ότι το κοινό που εκτίθεται στα Μέσα συχνά συμπεριφέρεται ανάλογα και με το είδος που έχει απέναντί του. Τα Μέσα διακρίνονται με παραδοσιακές ταξινομήσεις τη στιγμή που οι διαφοροποιήσεις ανάμεσα στους τομείς του επικοινωνιακού συστήματος, όπως οι τηλεπικοινωνίες και η τηλεόραση, είναι έννοιες ξεπερασμένες (Παπαθανασόπουλος Στ., 1994, σ. 369). Στο πλαίσιο της τεχνολογικής σύγκλισης επανεξετάζουμε τις διακρίσεις των Μέσων τόσο τεχνολογικά όσο και μορφοδομικά. Για παράδειγμα, η χρήση του Διαδικτύου μπορεί κάλλιστα να αφορά σε ανάγνωση εφημερίδας, ακρόαση ραδιοφώνου ή και παρακολούθηση τηλεόρασης, η δε πρόσληψη της «προσωπικής χρήσης» σχετικά με το διαδίκτυο είναι ασαφής.

Γενικότερα, καλούμαστε να αξιολογήσουμε τις απαντήσεις που δίνει το ίδιο το κοινό σχετικά με τον χρόνο που διαθέτει στα Μέσα. Συχνά όμως «το κοινό των Μέσων υπερασπίζει τον εαυτό του έναντι της ίδιας του της συμπεριφοράς, μπορεί να νιώθει ενοχές για τις επιλογές του και ανάλογα με το πως τις χειρίζεται να λέει άλλες χρήσεις από αυτές που όντως κάνει» (Prokop D., 1997, σ. 253). Σε κάθε περίπτωση, οι ερωτήσεις στηρίζονται πολύ στην υποκειμενική εκτίμηση του χρόνου παρακολούθησης, καθώς επίσης σε μια δεδομένη, «όμοια για όλες τις καθημερινές» χρήση των Μέσων (ενώ υπάρχουν διαφοροποιήσεις χρήσεων και ανάλογα με χρονικές περιόδους). Η διερεύνηση της χρήσης των Μέσων για πολιτική ενημέρωση, στηρίζεται και πάλι στην υποκειμενική εκτίμηση των ερωτώμενων τόσο για την χρονική διάρκεια έκθεσής τους όσο και για την προσωπική πρόσληψη του «πολιτικού» ή την αποδοχή της όποιας εκπομπής αυτοσυστήνεται ως πολιτική. Τέλος, δε γίνεται διάκριση μεταξύ παρακολούθησης και προσήλωσης, διάκριση σημαντική για την άντληση συμπερασμάτων σχετικά με τη χρήση των Μέσων.

Συνοψίζοντας, πρέπει να τονίσουμε ότι ακόμη κι αν η συμμετοχή του κοινού προσεγγίζεται επαρκώς και περιγράφεται από τη συσχέτιση διάφορων μεταβλητών, δεν είναι καθόλου εύκολο να αναδειχθούν οι αξίες και οι λόγοι που διαμορφώνουν συγκεκριμένες στάσεις, συνήθειες και συμπεριφορές του κοινού. Μια τέτοια προσέγγιση συνδέεται με την «προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων», με την έρευνα δηλαδή χρήσης του περιεχομένου των Μέσων με σκοπό την απόκτηση ικανοποιήσεων ή την εκπλήρωση αναγκών.<sup>1</sup> Για παράδειγμα η μη χρήση της τηλεόρασης ή η φραστική εχθρότητα προς το Μέσο μπορεί να μην

---

1. Η προσέγγιση της πρώιμης περιόδου περιγράφηκε από τον Klapper (1960) ως «λειτουργικός προσανατολισμός» που συμπεριλαμβάνει την έλξη που προκαλεί το «αποδραστικό περιεχόμενο» των Μέσων. Στη συνέχεια, όμως, η έρευνα χρήσεων και ικανοποιήσεων απομακρύνθηκε από την «σκιά» των επιδράσεων και, μετά από την κλασική περιγραφή των σταδίων που αλληλεπιδρούν στο μοντέλο των Blumler και Katz που προαναφέραμε, προτάθηκαν και άλλες πιο σύγχρονες θεωρήσεις για την κατανόηση των σχέσεων των ανθρώπων με τα Μέσα. Βλέπε, σχετικά, Βίνταλ Σβ., Κουέλ Ντ., 2001, σ.174-207.

ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, αλλά στην ανάγκη για παράδειγμα μιας διαγενεακής σύγκρουσης που μεταφράζεται σε σύγκρουση παλαιών και νέων Μέσων. Ή ακόμη, όπως έχει δειχθεί, άτομα του ανωτέρου/ μεσαίου στρώματος αποστρέφονται την τηλεόραση λόγω του ιδανικού τους για το στυλ ζωής: πολλές δραστηριότητες, επαφές επαγγελματικές και οργανωμένες... με άλλα λόγια ήταν απαιτητικοί απέναντι στην τηλεόραση γιατί ήθελαν να έχουν ένα όφελος.<sup>2</sup>

Επίσης, οι πληροφορίες που προκύπτουν από την επεξεργασία της μεταβλητής του φύλου, όπου συχνά φαίνεται να υπερτερούν οι γυναίκες έναντι των αντρών στην χρήση κάποιου Μέσου (π.χ. τηλεθεάτριες), δεν μας οδηγεί σε οριστικά συμπεράσματα προτίμησης χρήσης. Ενδεχομένως να μην παίζει ρόλο το φύλο αυτό καθαυτό αλλά ο τρόπος ζωής, που υπαγορεύει μέχρι ενός βαθμού και την χρήση Μέσων, ο οποίος και εξαρτάται από πολλούς κοινωνικούς και οικονομικούς παράγοντες. Με άλλα λόγια, στο συγκεκριμένο πλαίσιο, οι πολλαπλές υποθέσεις που προκύπτουν δυνητικά από τα δεδομένα μας προσφέρονται για περαιτέρω ανάλυση ώστε να διαπιστωθούν λογικές επαγωγές και αιτιώδεις σχέσεις στη χρήση των Μέσων.

### 3. ΧΡΗΣΗ ΜΜΕ – ΔΕΔΟΜΕΝΑ 4<sup>ΟΥ</sup> ΓΥΡΟΥ ΤΗΣ ΕΚΕ

Φαίνεται ότι στην Ελλάδα η τηλεόραση είναι η πρώτη προτίμηση του κοινού των ΜΜΕ. Πιο αναλυτικά, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (30,6%) δηλώνει ότι τις καθημερινές παρακολουθεί περισσότερο από τρεις ώρες τηλεόραση την ημέρα, και επιπροσθέτως πάνω από τους μισούς (54,4%) ότι παρακολουθούν δύο και περισσότερες ώρες σε καθημερινή βάση (Παράγραμμα Α, Πίνακας 29).

Το ραδιόφωνο δεν έχει αντίστοιχη χρήση, εφόσον το 26% δηλώνει ότι δεν το χρησιμοποιεί καθόλου, αν και φαίνεται να διαθέτει το πιστό του κοινό, αφού το 18,4% ακούει καθημερινά

2. Βλ. παρουσίαση της τυπολογίας Γκλικ και Λέβι, των τριών ειδών τηλεθεατών –τηλεορασιομανείς– μέσους καταναλωτές – εχθρούς της τηλεόρασης και περιγραφή των δομών του κοινού (Prokop D., 1997, σ. 251-260).

ραδιόφωνο περισσότερο από τρεις ώρες (Παράρτημα Α, Πίνακας 30).

Όσον αφορά στην ανάγνωση εφημερίδων, τα δύο τρίτα περίπου των πολιτών (61,3%) δηλώνουν ότι δεν διαβάζουν καθόλου εφημερίδα και σχεδόν το ένα τρίτο (30,2%) διαβάζει καθημερινά εφημερίδα το πολύ μια ώρα. Τέλος σε σχέση με την χρήση του διαδικτύου οι μισοί περίπου από τους ερωτηθέντες (46%) δεν έχουν πρόσβαση σ' αυτό. Από τους υπόλοιπους το 15,5% δεν χρησιμοποιεί ποτέ το διαδίκτυο ή το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Καθημερινά τα χρησιμοποιεί το 18,3% (Παράρτημα Α, Πίνακας 32).

Εξετάζοντας ορισμένα χαρακτηριστικά του κοινού των ΜΜΕ ως προς το φύλο και την ηλικία<sup>3</sup>, στις ακραίες χρήσεις (καθόλου και περισσότερο από τρεις ώρες καθημερινά) τηλεθέασης, ακρόασης ή ανάγνωσης εφημερίδων, οι πρώτες ενδείξεις συνοψίζονται ως εξής:

Η ηλικιακή ομάδα που κυριαρχεί στην κατηγορία της υψηλής τηλεθέασης (περισσότερο από τρεις ώρες) είναι και στους άντρες και στις γυναίκες η ομάδα των 45 με 64 χρονών, με τις γυναίκες να υπερτερούν στη χρήση αυτού του Μέσου. Επίσης, τα μεγαλύτερα ποσοστά υψηλής τηλεθέασης εμφανίζουν άτομα μέσου μορφωτικού επιπέδου (με τις γυναίκες να υπερτερούν και πάλι), σε αντίθεση με εκείνα που έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο.

Η ηλικιακή ομάδα που κυριαρχεί στην μεγάλη ακρόαση και ανάγνωση εφημερίδων είναι και στους άντρες και στις γυναίκες η ομάδα των 25 με 44 χρονών με τους άντρες να υπερτερούν στην ανάγνωση εφημερίδων και τις γυναίκες στην ακρόαση του ραδιοφώνου.

Στη μεγάλη χρήση του ραδιοφώνου τα μεγαλύτερα ποσοστά καταγράφονται στα άτομα μέσου μορφωτικού επιπέδου, ενώ στην υψηλή αναγνωσιμότητα κυριαρχεί συντριπτικά το κοινό μέσου και υψηλού μορφωτικού επιπέδου.

Ενδιαφέρουσες πληροφορίες δίνει και η κατηγορία της μη χρήσης των Μέσων. Από αυτούς που δεν παρακολουθούν καθόλου τηλεόραση η ηλικιακή ομάδα που εμφανίζει το μεγαλύτερο ποσοστό είναι εκείνη των 25 με 44 χρονών, τόσο στους

3. βλ. ESS data, <http://nesstar.ess.nsd.uib.no>

άντρες όσο και στις γυναίκες, με εμφανώς κυρίαρχο το κοινό μέσου μορφωτικού επιπέδου. Στην κατηγορία 45-64 χρονών που δεν χρησιμοποιούν το ραδιόφωνο οι γυναίκες υπερτερούν των αντρών, με τα μεγαλύτερα ποσοστά να συγκεντρώνονται στο κοινό μέσου μορφωτικού επιπέδου. Από αυτούς που δεν διαβάζουν εφημερίδα τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκεντρώνει το κοινό μέσου μορφωτικού επιπέδου και η ηλικιακή ομάδα των 25-44, στην οποία κυριαρχούν οι γυναίκες, με σχεδόν διπλάσιο ποσοστό από τους άντρες.

Συνοψίζοντας, μπορούμε να πούμε ότι στη χώρα μας, τα δύο τρίτα των πολιτών δεν διαβάζουν καθόλου εφημερίδα, το ένα τρίτο παρακολουθεί τηλεόραση περισσότερο από τρεις ώρες την ημέρα και περίπου το ένα τέταρτο ακούει καθημερινά ραδιόφωνο περισσότερο από τρεις ώρες. Η χρήση του διαδικτύου παραμένει περιορισμένη, αν και έχει βελτιωθεί τεχνολογικά η πρόσβασή<sup>4</sup> σε αυτό σύμφωνα με στοιχεία ερευνών του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας. Τα χαρακτηριστικά του κοινού (φύλο, ηλικία, μόρφωση) δεν μας οδηγούν σε στέρεα ερμηνευτικά αποτελέσματα. Σε αρκετές περιπτώσεις που αφορούν ακραίες χρήσεις Μέσων παρατηρούμε παρόμοιες κατανομές μορφωτικού επιπέδου, φύλου και ηλικίας. Το γεγονός αυτό υπογραμμίζει τη μεθοδολογική αδυναμία της απλής ποσοτικής καταγραφής χρήσης Μέσων στο να δώσει επαρκείς πληροφορίες για τα Μέσα Επικοινωνίας, υπό την έννοια της προτροπής του Κατζ,<sup>5</sup> «να διερευνούμε τι κάνουν οι άνθρωποι με τα μέσα».

Από την άλλη μεριά, τα συγκρίσιμα δεδομένα της ΕΚΕ προσφέρονται για πολυεπίπεδες έρευνες και συγκριτικές προσεγγίσεις μεταξύ χωρών. Τέτοιες επεξεργασίες τροφοδοτούν την

---

4. Βλ. ερευνητικά δεδομένα: <http://www.observatory.gr>

5. Η συλλογιστική της θεωρητικής προσέγγισης των χρήσεων και ικανοποιήσεων προτείνει: 1) τον εντοπισμό των κοινωνικών και ψυχολογικών καταβολών 2) των αναγκών που προκαλούν 3) προσδοκίες από τα ΜΜΕ καθώς και άλλες πηγές 4) που οδηγούν σε διαφορετικά σχήματα στην έκθεση των ΜΜΕ με αποτέλεσμα 5) την ανάγκη ικανοποιήσεων αλλά 6) και συνεπειών, συχνά μη επιδιωκόμενων (Katz E., Blumler J. G. and Gurevitch M., 1974, σ. 20)



θεωρητική συζήτηση σχετικά με την ταξινόμηση των ευρωπαϊκών χωρών σε διαφορετικά συστήματα Μέσων καθώς και τη διαφορετική επίδραση διάφορων μεταβλητών σε ατομικό και εθνικό επίπεδο<sup>6</sup>.

#### 4. ΧΡΗΣΗ ΜΕΣΩΝ ΓΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

Η μόνη διάκριση περιεχομένου των Μέσων που φωτίζει περαιτέρω τη χρήση Μέσων αφορά στην πολιτική ενημέρωση. Συγκεκριμένα η Ευρωπαϊκή Κοινωνική Έρευνα διερευνά τον χρόνο (από την συνολική τηλεθέαση, ακρόαση ραδιοφώνου, ανάγνωση εφημερίδων), που αφιερώνεται για πολιτική ενημέρωση, σε καθημερινή βάση.<sup>7</sup> Παρά την ιδιαίτερα αυξημένη χρήση τηλεόρασης δεν φαίνεται να αφιερώνεται χρόνος σε πολιτικά και ειδησεογραφικά θέματα. Το 23,5% των τηλεθεατών δεν παρακολουθεί καθόλου πολιτικά θέματα στην τηλεόραση.

Επιπλέον, η συντριπτική πλειοψηφία (58,4%) των ακροατών δεν χρησιμοποιεί το ραδιόφωνο για πολιτική ενημέρωση. Όσον αφορά στην ανάγνωση εφημερίδων έχουμε ήδη επισημάνει το ιδιαίτερα μεγάλο ποσοστό μη ανάγνωσης, που παρατηρούμε στη χώρα μας. Αναγνώστες εφημερίδων δηλώνουν το 38,7% των ερωτηθέντων. Από αυτούς, ο ένας στους πέντε περίπου δεν διαβάζει καθόλου πολιτικά θέματα ή πολιτική ειδησεογραφία.

---

6. Σε μια πολυεπίπεδη μελέτη ατομικών και εθνικών διαφορών σχετικά με τους αναγνώστες εφημερίδας στην Ευρώπη, με δεδομένα του 2<sup>ου</sup> γύρου της ΕΚΕ, οι συγγραφείς συζητούν τις διάφορες μεταβλητές διευρύνοντας την πρόταση των Hallin και Mancini (2004) για τρία μοντέλα συστημάτων Μέσων βασισμένα σε πραγματική συγκριτική ανάλυση (Elvestad E., and Blekesaune A., 2008, σ. 425- 447).

7. Πρόκειται για τις ερωτήσεις: «Και από το συνολικό αυτό χρόνο που παρακολουθείτε τηλεόραση τις καθημερινές, πόση ώρα βλέπετε πολιτικές ειδήσεις ή πολιτικές εκπομπές και προγράμματα για την πολιτική επικαιρότητα»; «Και από το συνολικό αυτό χρόνο που ακούτε γενικά ραδιόφωνο τις καθημερινές, πόση ώρα ακούτε πολιτικές ειδήσεις ή πολιτικές εκπομπές και προγράμματα για την πολιτική επικαιρότητα»; «Και από το συνολικό χρόνο που αφιερώνετε για να διαβάσετε εφημερίδα, πόση ώρα διαβάζετε για πολιτικά θέματα»;

και δύο στους τρεις αναγνώστες (69,3%) διαθέτουν για το σκοπό αυτό λιγότερο από μια ώρα.<sup>8</sup>

Συνολικά φαίνεται ότι η χρήση των μέσων προσανατολίζεται σε άλλους σκοπούς, διαφορετικούς από την ανάγκη για πολιτική ενημέρωση. Η έλλειψη ενδιαφέροντος για πολιτική ενημέρωση μέσω των ΜΜΕ συνδυάζεται ενδεχομένως και με τη γενικότερη αδιαφορία που δηλώνεται για την πολιτική και τη δυσκολία παρακολούθησής της: το 30,8% δηλώνει ότι δεν ενδιαφέρεται καθόλου για την πολιτική, το 38,4% λίγο και το 23% αρκετά. Το 18,8% δηλώνει ότι πολύ συχνά η πολιτική φαίνεται τόσο μπερδεμένη που πραγματικά δεν μπορεί να καταλάβει τι γίνεται, ενώ το 56% δυσκολεύεται να καταλάβει, λίγο έως αρκετά συχνά. Επιπροσθέτως, το 25% των ερωτηθέντων δυσκολεύεται να σχηματίσει δική του γνώμη στα πολιτικά ζητήματα.

Στο παρόν άρθρο και στο πλαίσιο της συγκεκριμένης προσέγγισης δεν μπορούμε να επεκταθούμε περισσότερο ούτε όμως να αγνοήσουμε την εκφραζόμενη απαξίωση στην πολιτική ενημέρωση μέσω των ΜΜΕ. Σημειώνουμε σχετικά ότι τόσο στη χώρα μας όσο και διεθνώς, γίνεται συστηματική μελέτη της σχέσης Μέσων και πολιτικής, και των μετασχηματισμών της πολιτικής κουλτούρας.<sup>9</sup>

8. Συνολικός χρόνος χρήσης των Μέσων τις καθημερινές για πολιτικές ειδήσεις ή πολιτικές εκπομπές και προγράμματα για την πολιτική επικαιρότητα.

|            | Καθόλου     | <0,5h       | 0,5-1h | 1-1,5h | 1,5-2h | 2-2,5h | 2,5-3h | >3h | Δεν γνωρίζω |
|------------|-------------|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|-----|-------------|
| τηλεόραση  | 23,5        | <b>36,9</b> | 25,8   | 6,1    | 4,3    | 1,6    | 1,0    | ,6  | ,2          |
| ραδιόφωνο  | <b>58,4</b> | 26,4        | 10,1   | 2,0    | 1,2    | ,6     | ,5     | ,5  | ,4          |
| εφημερίδες | 22,2        | <b>51,6</b> | 17,7   | 5,2    | 1,5    | ,5     | ,4     | ,1  | ,7          |

Πρόκειται για τις ερωτήσεις: «Και από το συνολικό χρόνο τις καθημερινές, που παρακολουθείτε τηλεόραση/ που ακούτε γενικά ραδιόφωνο/ που αφιερώνετε για να διαβάσετε εφημερίδα, πόση ώρα βλέπετε/ ακούτε/ διαβάσετε πολιτικές ειδήσεις ή πολιτικές εκπομπές και προγράμματα για την πολιτική επικαιρότητα.»

9. Υπάρχει διεθνώς εκτενέστατη σχετική βιβλιογραφία τόσο σε θεωρητικές όσο και σε εμπειρικές προσεγγίσεις. Για την ελληνική πολιτική κοινωνία, ενδεικτικά αναφέρουμε: Δεμερτζής Ν., Παπλιάκου Β., 2007, «Πολιτι-

## 5. ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η μέχρι εδώ επεξεργασία των ποσοτικών δεδομένων της δειγματοληπτικής έρευνας καταδεικνύει εμφανείς προτιμήσεις, αλλά και κάποιες πληροφορίες για το κοινό που δεν χρησιμοποιεί καθόλου ένα μέσο ή για εκείνο που κάνει ιδιαίτερα μεγάλη χρήση. Παρ' όλα αυτά, δεν φωτίζει περαιτέρω τα κίνητρα και τον τρόπο χρήσης των Μέσων. Ενδιαφέρον είναι επίσης το γεγονός που προκύπτει από άλλες ερευνητικές προσεγγίσεις (ευρωβαρόμετρο) ότι συχνά η απαξίωση των Μέσων από το κοινό δεν αναιρεί τη συστηματική παρακολούθησή τους.

Αυτή η ανορθολογική συνύπαρξη δυσπιστίας και χρήσης φαίνεται από το συνδυασμό των δεδομένων του 4<sup>ου</sup> γύρου της Ευρωπαϊκής Κοινωνικής Έρευνας με εκείνα ειδικής έρευνας σχετικά με την εμπιστοσύνη του κοινού στα Μέσα (Eurobarometer, 69, 11/2008). Όπως προκύπτει από την έρευνα του Ευρωβαρόμετρου, φαίνεται ότι το 72% των Ελλήνων δεν εμπιστεύονται την τηλεόραση, το 65% τον Τύπο, και το 52% το ραδιόφωνο.

Βάσει των στοιχείων του Ευρωβαρόμετρου σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες καταγράφονται υψηλά επίπεδα εμπιστοσύνης στα

---

κός κυνισμός, πολιτική συμμετοχή και ΜΜΕ: Μια συγκριτική ανάλυση», στο Καφετζής Π., Μαλούτας Θ., Τσίγκανου Ι., (επιμ.), *Πολιτική – Κοινωνία – Πολίτες: Ανάλυση δεδομένων της Ευρωπαϊκής Κοινωνικής Έρευνας – ESS*, Αθήνα, ΕΚΚΕ, σ. 163-192, Δεμερτζής Ν., Καφετζής Π., 1996, «Πολιτικός κυνισμός, πολιτική αλλοτρίωση και ΜΜΕ: Η περίπτωση της Τρίτης Ελληνικής Δημοκρατίας», καθώς και Κομνηνού Μ., 1996, «Ο ρόλος των ΜΜΕ στην Γ' Ελληνική Δημοκρατία: 1974-1994», στο Λυριντζής Χρ., Νικολακόπουλος Η., Σωτηρόπουλος Δ. (επιμ.), *Κοινωνία και πολιτική, Όψεις της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας 1974- 1994*, Αθήνα, *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, εκδ. Θεμέλιο, σ. 174-218. Καφετζής Π., 1994, «Πολιτική κρίση και πολιτική κουλτούρα, πολιτική αποξένωση και ανάμιξη στην πολιτική: μια ασύμβατη σχέση:» στο Δεμερτζής Ν. (επιμ.), *Η ελληνική πολιτική κουλτούρα σήμερα*, Αθήνα, εκδ. Οδυσσέας, σ. 217-252, του ιδίου 1997, «Πολιτική επικοινωνία, πολιτική συμμετοχή και κρίση της πολιτικής» στην *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, Αθήνα, εκδ. Θεμέλιο, σ. 168-178, στο Λυριντζής Χρ., Νικολακόπουλος Η., Σωτηρόπουλος Δ. (επιμ.), *Κοινωνία και Πολιτική, Όψεις της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας 1974- 1994*, Αθήνα, *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, εκδ. Θεμέλιο, σ. 219-246.

MME (εμπιστοσύνη στο μέσο δηλώνει η πλειονότητα των ερωτηθέντων σε 23 από τα 27 κράτη-μέλη) και γενικά ο βαθμός εμπιστοσύνης σε κάθε μέσο είναι σχετικά σταθερός. Αντίθετα, στην Ελλάδα ο δείκτης εμπιστοσύνης στα Μέσα εμφανίζει πτωτικές τάσεις ενώ καταγράφεται γενικότερα δυσπιστία για τα MME.<sup>10</sup> Πιο αναλυτικά, όσον αφορά στην τηλεόραση η Ελλάδα συγκαταλέγεται στη μειονότητα των χωρών που εμφανίζουν υψηλά ποσοστά δυσπιστίας (συγκεκριμένα το 72% των Ελλήνων δηλώνει ότι δεν εμπιστεύεται την τηλεόραση), μαζί με το 57% των Ιταλών, το 59% των Γάλλων και το 50% των Ούγγρων.

Επιπλέον, η πλειονότητα των ερωτηθέντων, στην Ελλάδα το 52%, στην Ουγγαρία το 59% και στην Ιταλία το 58%, δεν εμπιστεύεται το ραδιόφωνο, ενώ, αντίθετα, το εμπιστεύεται στη Φινλανδία το 82%, και στη Σλοβακία και τη Σουηδία το 78% .

Όσον αφορά στον Τύπο, η Ελλάδα συγκαταλέγεται πάλι στις 11 χώρες με υψηλά ποσοστά δυσπιστίας. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι στην Αγγλία το 81%, στην Ουγγαρία το 73%, στην Ελλάδα το 65% και στην Ιταλία το 64% δηλώνει ότι δεν εμπιστεύεται τον Τύπο.

Τέλος, η θέση της Ελλάδας μεταξύ των εννέα χωρών με υψηλά ποσοστά δυσπιστίας και στο διαδίκτυο (Γαλλία, Λουξεμβούργο, Φινλανδία, Κύπρος, Ιταλία, Γερμανία, Αγγλία, Σουηδία και Ελλάδα), επιβεβαιώνει την εκφραζόμενη δυσπιστία των Ελλήνων στα MME γενικά.

Το γεγονός αυτό έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον γιατί αναδεικνύει ότι η έλλειψη εμπιστοσύνης δεν συμβαδίζει και με τη χρήση των Μέσων<sup>11</sup>.

10. Μια ερμηνευτική προσέγγιση της ελληνικής ομάδας περιλαμβάνεται στο τρέχον τεύχος «Η εμπιστοσύνη του κοινού στα MME είναι πολύ χαμηλή – περίπου 7% της κοινής γνώμης. Η εμπιστοσύνη βρίσκεται σε πτώση εξαιτίας της χαμηλής ποιότητας του Τύπου και του λαϊκισμού των ηλεκτρονικών μαζικών μέσων» (AEJ's Greek Section, Eur. 69).

11. Ανάλογη αντίφαση προκύπτει εξετάζοντας δηλώσεις ενδιαφέροντος των ερωτώμενων για το περιεχόμενο των προγραμμάτων των Μέσων, ενδιαφέρον που δεν συνεπάγεται απαραίτητα και την αντίστοιχη χρήση. Για παράδειγμα, όταν ρωτήθηκαν οι Ευρωπαίοι (*Special Eurobarometer*, 282, σ. 3-4) σχετικά με το τι είδους ειδήσεις τους ενδιαφέρουν δίνουν ποικιλία απα-

Όσον αφορά τη διερεύνηση της σχέσης πολιτικής δυσανεμίας και χρήσης Μέσων για πολιτική ενημέρωση εντοπίζουμε και πάλι την αποσύνδεση εμπιστοσύνης και συστηματικής χρήσης. Σε μετρήσεις του Ευρωβαρόμετρου έχει διαπιστωθεί «ότι υπάρχουν χώρες το κοινό των οποίων εμπιστεύεται την τηλεόραση ως μέσο και ταυτοχρόνως την παρακολουθεί συστηματικά προκειμένου να ενημερωθεί για τα πολιτικά πράγματα». Εκ παραλλήλου, εμπιστεύεται και είναι ικανοποιημένο από το πολιτικό σύστημα της χώρας του. Από την άλλη μεριά, υπάρχουν χώρες οι πολίτες των οποίων παρακολουθούν μεν συστηματικά τηλεόραση για την πολιτική τους ενημέρωση πλην όμως δεν την εμπιστεύονται αρκετά κατά τον ίδιο τρόπο που δεν εμπιστεύονται αρκετά και το πολιτικό σύστημα της χώρας τους... Χαρακτηριστικά παραδείγματα χωρών δεύτερης κατηγορίας είναι η Ελλάδα και η Ιταλία: σε ολόκληρη την ΕΕ, τα πέντε τελευταία χρόνια (1999-2003) τοποθετούνται στις δύο τελευταίες θέσεις ως προς την εμπιστοσύνη των πολιτών τους στην τηλεόραση, την οποία όμως χρησιμοποιούν καθημερινά για την ενημέρωσή τους (Δεμερτζής Ν., Παπλιάκου Β., 2007, σ. 167-168).

Φαίνεται, λοιπόν, ότι οι ποσοτικές μετρήσεις εγείρουν ζητήματα εμπλουτισμού των δεδομένων με ποιοτικές προσεγγίσεις. Η επικοινωνιακή θεώρηση καταδεικνύει ότι υπάρχει μια «επιλεκτική σχέση στα μηνύματα των Μέσων από τα μέλη του κοινού τα οποία τείνουν να συνδέουν την επιλογή τους όσο αφορά στα ΜΜΕ με τις δικές τους προτιμήσεις, ιδέες και ενημερωτικές ανάγκες, περιορίζοντας την πιθανότητα αλλαγής των επιδράσεων από τα ΜΜΕ και αυξάνοντας τις πιθανότητες για «ενίσχυσή» τους» (Βίνταλ Σβ., Κουέλ Ντ., 2001, σ. 174).

---

ντήσεων: Ο αθλητισμός κυριαρχεί στα ενδιαφέροντά τους (40%), ακολουθεί η ψυχαγωγία/ διασημότητες (35%), η πολιτική (34%), τέχνες και πολιτισμός (32%), επιστημονική έρευνα (31%) και οικονομία (28%). Αντίθετα, στη χώρα μας δηλώνεται ένα εντυπωσιακό ενδιαφέρον για την επιστημονική έρευνα (51%), ακολουθούν η πολιτική και η οικονομία (39%), η ψυχαγωγία (37%) και, τέλος, ο αθλητισμός (30%).

## 6. ΕΛΛΑΔΑ: ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΚΥΡΙΑΡΧΙΑ- ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

Ένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ευρωπαϊκής Κοινωνικής Έρευνας σε σχέση με άλλες αποσπασματικές προσεγγίσεις είναι η συλλογή των δεδομένων κατά κύματα, σε τακτά χρονικά διαστήματα, παρέχοντας τη δυνατότητα χρήσης χρονοσειρών που μας επιτρέπουν την ανίχνευση τάσεων στη χρήση των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Ωστόσο, πρέπει να τονίσουμε ότι οι διαφοροποιήσεις τόσο στη συμμετοχή των χωρών (22 χώρες το 2002, 25 χώρες το 2004 και 28 χώρες το 2008), όσο και στο χρονικό διάστημα διεξαγωγής της έρευνας πεδίου επιβάλλουν μια περαιτέρω διερεύνηση των στοιχείων προκειμένου να παραχθούν ασφαλή συγκριτικά συμπεράσματα.

Η κυριαρχία της τηλεόρασης σε σύγκριση με τα άλλα Μέσα είναι εμφανής τόσο στη χώρα μας όσο και στο ευρωπαϊκό περιβάλλον σε αναφορά με το μέσο ποσοστό των εξεταζόμενων ευρωπαϊκών χωρών.<sup>12</sup>

Στα ευρήματα των τριών γύρων της ΕΚΕ, για την Ελλάδα παρατηρούμε διαφοροποιήσεις τόσο στην κατηγορία “λίγη τηλεθέαση” (0-1ώρα), όσο και στην κατηγορία “πολλή τηλεθέαση” (πάνω από δύο ώρες), ενώ καταγράφονται παρόμοιες τάσεις στην περιοχή 1,5-2 ώρες (Παράρτημα Α, Πίνακας 29). Οι Έλληνες όμως υπερτερούν σταθερά στην κατηγορία της “πολύ υψηλής τηλεθέασης” (περισσότερο από τρεις ώρες ημερησίως).

12. Εξετάζοντας ειδικότερα τη χρήση της τηλεόρασης σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, διαπιστώνουμε ότι η χώρα μας κατέχει την πρώτη θέση στην πολύ υψηλή τηλεθέαση το 2002 με ποσοστό 38% (και ακολουθεί η Μεγάλη Βρετανία με 36,4%) και το 2004 με ποσοστό 42,5% (ενώ ακολουθούν σε απόσταση αναπνοής η Τουρκία με 42,4% και η Μεγάλη Βρετανία με 40,2). Στον τέταρτο γύρο (σημειώνουμε ότι η έρευνα πεδίου διεξήχθη 8-11/2008, χρονικό διάστημα που οπωσδήποτε συνδέεται με την παρατηρούμενη μείωση στην τηλεθέαση και την ευρωπαϊκή κατάταξη) πρώτη σε τηλεθέαση έρχεται η Κύπρος (40,9%), έπεται η Πορτογαλία (40,7%) και η Ελλάδα ακολουθεί την Μεγάλη Βρετανία με ποσοστά 30,6% και 31,9% αντίστοιχα (αναλυτικότερα βλ. TV- ESS data).

Η σαφής αυτή τάση των πρωτείων της χώρας μας στην τηλεθέαση, σε συνδυασμό με το υψηλό ποσοστό έλλειψης εμπιστοσύνης στην τηλεόραση που προαναφέραμε, αποκτά άλλη διάσταση εξεταζόμενη στο ευρωπαϊκό περιβάλλον. Η πλειονότητα των Ευρωπαίων πολιτών (στα 27 κράτη-μέλη) εμπιστεύεται την τηλεόραση (53%) και ακόμα περισσότερο το ραδιόφωνο (61%). Αντίθετα, οι Ευρωπαίοι πολίτες διχάζονται ως προς την εμπιστοσύνη στον Τύπο (το 44% τον εμπιστεύονται, ενώ το 50% όχι) καθώς και στο διαδίκτυο (το 36% το εμπιστεύεται, ενώ το 37% δεν το εμπιστεύεται). Ένα σημαντικό ποσοστό (27%) αποφεύγει να απαντήσει στην ερώτηση σχετικά με το διαδίκτυο, πιθανά γιατί δεν το χρησιμοποιεί γενικά ως Μέσο (Eurobarometer, 69, 2008).

Γενικότερα, οι λειτουργίες της τηλεόρασης στην Ευρώπη συγκροτούνται κατά κύριο λόγο γύρω από την πληροφόρηση (ειδήσεις, πολιτική ενημέρωση, επιμόρφωση με την έννοια της διεύρυνσης οριζόντων: κοινωνικά θέματα, εκλαϊκευμένη επιστήμη, ιστορία, υγεία, ταξίδια κ.λπ.) και την ψυχαγωγία (European Commission, 2007).

Επιχειρώντας να διερευνήσουμε περαιτέρω τη χρήση της τηλεόρασης στο ευρωπαϊκό πλαίσιο αντλούμε πληροφορίες από ποιοτικές προσεγγίσεις για τους Ευρωπαίους τηλεθεατές. Μια πρόσφατη ποιοτική έρευνα σχετικά με την τηλεόραση σε 27 ευρωπαϊκές χώρες επιβεβαιώνει την τυπολογία των τηλεθεατών που είχε αναδειχθεί σε ανάλογη μελέτη το 2004, ότι δηλαδή η πλειονότητα των Ευρωπαίων τηλεθεατών χαρακτηρίζεται από τη συμπεριφορά «τυποποίησης» ή «εμβύθισης» στον τηλεοπτικό κόσμο.<sup>13</sup> Επίσης, ενώ η βασική δομή τηλεθέασης παραμένει ίδια (σε σύγκριση με την προηγούμενη αντίστοιχη μελέτη) παρατηρούνται κάποιες αλλαγές που σχετίζονται με την αύξηση των διαθέσιμων καναλιών σε κράτη-μέλη, και τεχνολογικών δυνατοτήτων εν γένει. Για παράδειγμα, στη μελέτη εμφανίζεται μια γνήσια εν δυνάμει τάση παρακολούθησης τηλεόρασης μέσω

13. Συγκεκριμένα, η προτεινόμενη από τις μελέτες τυπολογία, περιλαμβάνει την «τυποποιημένη» συμπεριφορά (standardized ή dipping in), την παραπλήσια τυπολογία της «εμβύθισης» (dipping in), την λιγότερη αριθμητικά κατηγορία της ενεργητικής «επιλεκτικής» (selective) τηλεοπτικής συμπεριφοράς καθώς και την κατηγορία της «εξαρτημένης» (addictive) συμπεριφοράς.

διαδικτύου, κυρίως μεταξύ νέων σε ηλικία που ανήκουν στην κατηγορία των «επιλεκτικών» θεατών. Η πλειονότητα όμως εξακολουθεί να αντιμετωπίζει προβλήματα πρόσβασης (τεχνικά, οικονομικά κ.λπ.) για τέτοιου είδους χρήση (European Commission, 2007, σ. 6-8).

Τελειώνοντας, πρέπει να πούμε ότι ειδικότερα για τη χώρα μας, που πρωταγωνιστεί στη τηλεθέαση, θα ήταν καλό να είχαμε περισσότερα στοιχεία. Ωστόσο, από τα δεδομένα που έχουμε στη διάθεσή μας προκύπτει, μεταξύ άλλων, το ερευνητικό ενδιαφέρον της έλλειψης αιτιώδους συνάφειας μεταξύ χρήσης της τηλεόρασης και εμπιστοσύνης προς αυτή. Με δεδομένες τις νέες και ιδιαίτερα ισχυρές συνήθειες τηλεθέασης που έχει διαμορφώσει το νέο τηλεοπτικό τοπίο στη χώρα μας (μετά από τη φάση του κρατικού μονοπωλίου), υπάρχουν κάποια χαρακτηριστικά που πρέπει να υπερβούμε, όπως η μυθοπλασία του «πρώτου-δεύτερου», η αριθμολαγνεία των ποσοστών θεαματικότητας και να προσανατολιστούμε στις ποιοτικές διερευνήσεις που προσφέρει το σύγχρονο και πολυσύνθετο τηλεοπτικό μας πεδίο (Παπαθανασόπουλος Στ., 1994, σ. 288-289).

## 7. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Εξετάζοντας τα ευρήματα τριών γύρων της Ευρωπαϊκής Κοινωνικής Έρευνας αναλύσαμε τις μετρήσιμες επιλογές του κοινού όσον αφορά στα Μέσα καθώς και ορισμένα χαρακτηριστικά του. Επίσης, συζητήσαμε ότι, αν και σε επίπεδο χρονοσειράς σκιαγραφούνται μεταβολές χρήσης, η επεξεργασία των δεδομένων μας υπόκειται σε δομικούς περιορισμούς. Αναμφισβήτητο γεγονός είναι η κυριαρχία της τηλεόρασης σε σχέση με άλλα μέσα, τόσο στη χώρα μας όσο και στις άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Ωστόσο, δεν μπορούμε να αντλήσουμε άλλες πληροφορίες σχετικά με τα κίνητρα και τις διαφοροποιήσεις του κοινού των Μέσων, αν και επιχειρούμε αξιοποιώντας δεδομένα άλλων ερευνών να περιγράψουμε το ευρωπαϊκό περιβάλλον ως συγκριτικό πλαίσιο αναφοράς σχετικά με το κοινό των Μέσων στην Ελλάδα.

Συνοψίζοντας, σε μια πρώτη προσέγγιση των στοιχείων του 4<sup>ου</sup> γύρου της ΕΚΕ θα μπορούσαμε να σκιαγραφήσουμε την



καθημερινή χρήση των Μέσων Επικοινωνίας στη χώρα μας ως εξής: Οι μισοί περίπου των ερωτηθέντων πολιτών δεν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, τα δύο τρίτα των πολιτών δεν διαβάζουν καθόλου εφημερίδα, το ένα τρίτο παρακολουθεί τηλεόραση περισσότερο από τρεις ώρες την ημέρα και περίπου το ένα τέταρτο ακούει καθημερινά ραδιόφωνο περισσότερο από τρεις ώρες. Μολονότι έχει βελτιωθεί η πρόσβαση στο διαδίκτυο σε σχέση με τα δύο πρώτα κύματα της ΕΚΕ, η χρήση του παραμένει ακόμη περιορισμένη. Όσον αφορά τη χρήση Μέσων για πολιτική ενημέρωση, η πλειονότητα εκείνων που τα χρησιμοποιούν ακόμη και συστηματικά προτιμούν να τα χρησιμοποιούν για άλλους σκοπούς, και όχι ιδιαίτερα για να ενημερωθούν πολιτικά.

Σε αντίθεση με τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, όπου γενικά ο βαθμός εμπιστοσύνης σε κάθε Μέσο είναι σχετικά σταθερός και συχνά τα επίπεδα εμπιστοσύνης είναι υψηλά, στην Ελλάδα καταγράφεται γενικά δυσπιστία προς τα ΜΜΕ και μάλιστα με πτωτικές τάσεις.

Ειδικότερα, όσον αφορά στην συγκριτική ανάλυση της χρήσης της τηλεόρασης στο ευρωπαϊκό περιβάλλον, παρατηρούμε ότι η χώρα μας κατέχει την πρώτη θέση στην κατηγορία της πολύ υψηλής τηλεθέασης στον 1<sup>ο</sup> και 2<sup>ο</sup> γύρο, ενώ στον 4<sup>ο</sup> γύρο, ακολουθεί την Κύπρο και την Πορτογαλία.

Η σαφής αυτή επίδοση της χώρας μας στην τηλεθέαση, σε συνδυασμό με το υψηλό ποσοστό έλλειψης εμπιστοσύνης που προαναφέραμε, αποκτά άλλη διάσταση εξεταζόμενη στο ευρωπαϊκό περιβάλλον εφόσον συνεκτιμήσουμε και τις δηλώσεις ενδιαφέροντος για το περιεχόμενο σε συνδυασμό με την ελάχιστη καταγραφόμενη χρήση για πολιτικές ειδήσεις ή πολιτικές εκπομπές. Ποιοτικές έρευνες φωτίζουν περισσότερο τις προσδοκίες του κοινού και θέτουν επιπλέον το αίτημα περαιτέρω διερευνήσεων και αποδέσμευσης από τυπολογίες καταλληλότερες για εμπορική διατίμηση και όχι για ουσιαστική διερεύνηση χρήσεων και ικανοποιήσεων. Ωστόσο οφείλουμε να τονίσουμε ότι η διαχρονική επανεξέταση αυτών των δεικτών μας εφοδιάζει με τις απαραίτητες οπτικές κατανόησης της πολύπλοκης αλληλεπίδρασης ΜΜΕ και κοινωνίας.

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ***Ελληνόγλωσσες*

- Βίνταλ Σβ., Κουέλ Ντ., 2001, «Σύγχρονα μοντέλα επικοινωνίας», [Τίτλος πρωτοτύπου «Communications Models for the Study of Mass Communication»], Αθήνα, Καστανιώτης.
- Δεμερτζής Ν., Παπλιάκου Β., 2007, «Πολιτικός κυνισμός, πολιτική συμμετοχή και ΜΜΕ: Μια συγκριτική ανάλυση», στο Καφετζής Π., Μαλούτας Θ., Τσίγκανου Ι. (επιμ.), *Πολιτική – Κοινωνία – Πολίτες: Αναλύσεις δεδομένων της Ευρωπαϊκής Κοινωνικής Έρευνας – ESS*, Αθήνα, ΕΚΚΕ, σ. 163-192.
- Δεμερτζής Ν., Καφετζής Π., 1996, «Πολιτικός κυνισμός, πολιτική αλλοτρίωση και ΜΜΕ: Η περίπτωση της Τρίτης Ελληνικής Δημοκρατίας», στο Λυριντζής Χρ., Νικολακόπουλος Η., Σωτηρόπουλος Δ., (επιμ.) *Κοινωνία και Πολιτική, Όψεις της Γ΄ Ελληνικής Δημοκρατίας 1974-1994*, Αθήνα, Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης, εκδ. Θεμέλιο, σ. 174-218.
- Ζητήματα Επικοινωνίας*, «Όψεις της πολιτικής επικοινωνίας», Αφιέρωμα, Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Εφημεροσμένης Επικοινωνίας, ΕΜΜΕ, τεύχ. 3, Αθήνα, Καστανιώτης.
- Καφετζής Π., 1994, «Πολιτική κρίση και πολιτική κουλτούρα, πολιτική αποξένωση και ανάμιξη στην πολιτική: μια ασύμβατη σχέση;» στο Δεμερτζής Ν. (επιμ.), *Η ελληνική πολιτική κουλτούρα σήμερα*, Αθήνα, εκδ. Οδυσσέας, σ. 217-252.
- Καφετζής Π., 1997, «Πολιτική επικοινωνία, πολιτική συμμετοχή και κρίση της πολιτικής», *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, Αθήνα, εκδ. Θεμέλιο, σ. 168-178.
- Κομνηνού Μ., 1996, «Ο ρόλος των ΜΜΕ στην Γ΄ Ελληνική Δημοκρατία: 1974-1994», στο Λυριντζής Χρ., Νικολακόπουλος Η., Σωτηρόπουλος Δ. (επιμ.), *Κοινωνία και πολιτική, Όψεις της Γ΄ Ελληνικής Δημοκρατίας 1974-1994*, Αθήνα, Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης, εκδ. Θεμέλιο, σ. 219- 246.
- Κουέλ Ντ., 1997, «Εισαγωγή στη θεωρία της μαζικής επικοινωνίας», [Τίτλος πρωτοτύπου «Mass communication theory, an introduction»], Αθήνα, Καστανιώτης.
- Παπαθανασόπουλος Στ., 1994, *Η τηλεόραση στον κόσμο*, Αθήνα, Παπαζήσης.
- Prokop D., 1997, *Η δύναμη των μέσων και η επίδρασή τους στις μάζες*, Αθήνα, «Νέα Σύνορα», Α.Α. Λιβάνης.

**Ξενόγλωσσες**

Elvestad E. and Blekesaune A., 2008, «Newspaper readers in Europe: A multilevel study of individual and national differences», *European Journal of Communication*, no 23, Sage, σ.425- 447, [http:// ejc.sagepub.com/content/23/4/425](http://ejc.sagepub.com/content/23/4/425).

*Eurobarometer*, 12/2007, Special 282, Scientific Research in the Media, σ. 3-4.

*Eurobarometer*, 11/2008, vol. 69.

European Commission, 2007, «Information in Europe on television. Qualitative study among TV viewers in the 27 member states of the European Union», Directorate General for Communication, April, σ. 6-8.

Katz E., Blumler J.G. and Gurevitch M., 1974, «Utilization of Mass Communication by the Individual», Blumler J. G., Katz E. (eds), *The uses of mass communication*, Beverly Hills, Sage, σ. 19-32.