

Η κρίση των ΜΜΕ στο περιβάλλον της σημερινής οικονομικής κρίσης

Η έκδοση του απεργιακού φύλλου της Ελευθεροτυπίας αποτέλεσε για όλους /ες εμάς στην VPRC μια πρώτης τάξεως ευκαιρία για την αποτύπωση της εικόνας της κοινής γνώμης σε σχέση με το αποκαλούμενο «ενημερωτικό προϊόν» στη σημερινή Ελλάδα της οικονομικής κρίσης. Διενεργήσαμε έτσι την έρευνα που παρουσιάζεται σήμερα και της οποίας τα συμπεράσματα μπορούν εν συντομία να συνοψιστούν στα εξής:

1. **Έχει συμβεί ήδη μια σημαντική αλλαγή στη χρήση των Μέσων Ενημέρωσης.** Η Τηλεόραση εξακολουθεί να χρησιμοποιείται συχνότερα για ενημέρωση από το 47% της ελληνικής κοινής γνώμης, ωστόσο η ενημερωτική χρήση του Ιντερνετ ανεβαίνει ραγδαία και βρίσκεται ήδη στη δεύτερη θέση με 19%, παρά το γεγονός ότι ένας στους δύο σχεδόν πολίτες δεν έχει ακόμη πρόσβαση σε αυτό. Εφημερίδες (18%) και Ραδιόφωνο (14%) χάνουν σταδιακά έδαφος στη γεωγραφία της Ενημέρωσης, ενώ και το ποσοστό της χρήσης της Τηλεόρασης έχει μειωθεί σημαντικά σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια.
2. **Έχει συμβεί επίσης μια μεγάλη ανατροπή στην κατάταξη αξιοπιστίας των Μέσων Ενημέρωσης.** Η ελληνική κοινή γνώμη θεωρεί ότι τα γεγονότα παρουσιάζονται από «αρκετά έως εντελώς διαφορετικά» στα παραδοσιακά Μέσα (Ραδιόφωνα, Εφημερίδες και Τηλεόραση), τα οποία και συγκεντρώνουν χαμηλούς βαθμούς αξιοπιστίας (35% για τις Εφημερίδες, 40% για το Ραδιόφωνο, 34% για την Τηλεόραση). Αντίθετα, εκτοξεύεται η αξιοπιστία του Ιντερνετ ως μέσου ενημέρωσης (38%, με δεδομένο το γεγονός ότι το 51% δεν κάνει χρήση Ιντερνετ. Με άλλα λόγια, η γενική ενημερωτική αξιοπιστία του είναι σχεδόν καθολική στους χρήστες του).
3. **Η κρίση αξιοπιστίας των παραδοσιακών Μέσων έχει σαφείς αιτίες για την ελληνική κοινή γνώμη.** Τα Μέσα αυτά θεωρείται ότι δεν είναι ανεξάρτητα στο παρεχόμενο ενημερωτικό τους προϊόν από τα οικονομικά συμφέροντα των ιδιοκτητών τους σε ποσοστό 77%. Θεωρείται επίσης ότι δεν είναι ανεξάρτητα από την πολιτική εξουσία σε ποσοστό 80%. Οικονομική και πολιτική διαπλοκή αποτελούν εμπεδωμένη συνείδηση για την κοινή γνώμη σε ό,τι αφορά τη λειτουργία των παραδοσιακών Μέσων Ενημέρωσης. Δημιουργούν τη βασική αιτία για την απομάκρυνση από τη χρήση τους (με κύριο αρχικό θύμα τις Εφημερίδες).
4. **Η σημερινή οικονομική κρίση παρουσιάζεται στα παραδοσιακά Μέσα με βάση τις κυρίαρχες ιδεολογικο-πολιτικές απόψεις και ερμηνείες.** Ο τρόπος που η Τηλεόραση έχει καλύψει την οικονομική κρίση και τις επιπτώσεις της θεωρείται από το 58% περισσότερο κοντά στις απόψεις των κυβερνώντων και μόλις 18% κοντά στις απόψεις της κοινωνίας. Για τις εφημερίδες τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 52% και 19%, ενώ διασώζεται σχετικά το Ραδιόφωνο που παρουσιάζεται περισσότερο διχασμένο (32% έναντι 28%). Αντίθετα, και στον τομέα αυτό το Ιντερνετ κερδίζει κατά κράτος αφού το 75% σχεδόν των χρηστών του θεωρεί ότι εκπροσωπεί περισσότερο τις απόψεις της κοινωνίας και όχι των κυβερνώντων.
5. **Η ελληνική κοινή γνώμη είναι καθολικά ενημερωμένη για τη σημερινή κρίση στα ελληνικά Media (91%).** Η σημερινή κρίση έχει γίνει ευρέως αντιληπτή από τη

διακοπή της λειτουργίας του ALTER (87%) και τη διακοπή της έκδοσης της ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑΣ (19%). Θεωρεί ότι η ποιότητα της ενημέρωσης από τις μειώσεις του προσωπικού και τα κλεισίματα εφημερίδων ή τηλεοπτικών δικτύων θα χειροτερεύσει ακόμα περισσότερο (44%) ή θα παραμείνει ίδια (δηλαδή κακή, 29%).

Μια τελευταία γενική παρατήρηση: Το τοπίο στην ενημέρωση είναι σήμερα πολύ ευδιάκριτο. Υπάρχει ένα κοινωνικό αίτημα για καλύτερη ενημέρωση, ανεξάρτητη από συμφέροντα και ιδιοτέλειες, πιο κοντά στην κοινωνία και τις αγωνίες της. Το ερώτημα είναι ποιο Μέσον και με ποιόν τρόπο θα ανταποκριθεί σε αυτό. Το κενό που υπάρχει ζητά όμως επειγόντως να καλυφθεί.

Χρ.Βερναρδάκης, Επίκουρος Καθηγητής Πολιτικής Επιστήμης ΑΠΘ, Επιστημονικός Σύμβουλος της VPRC