

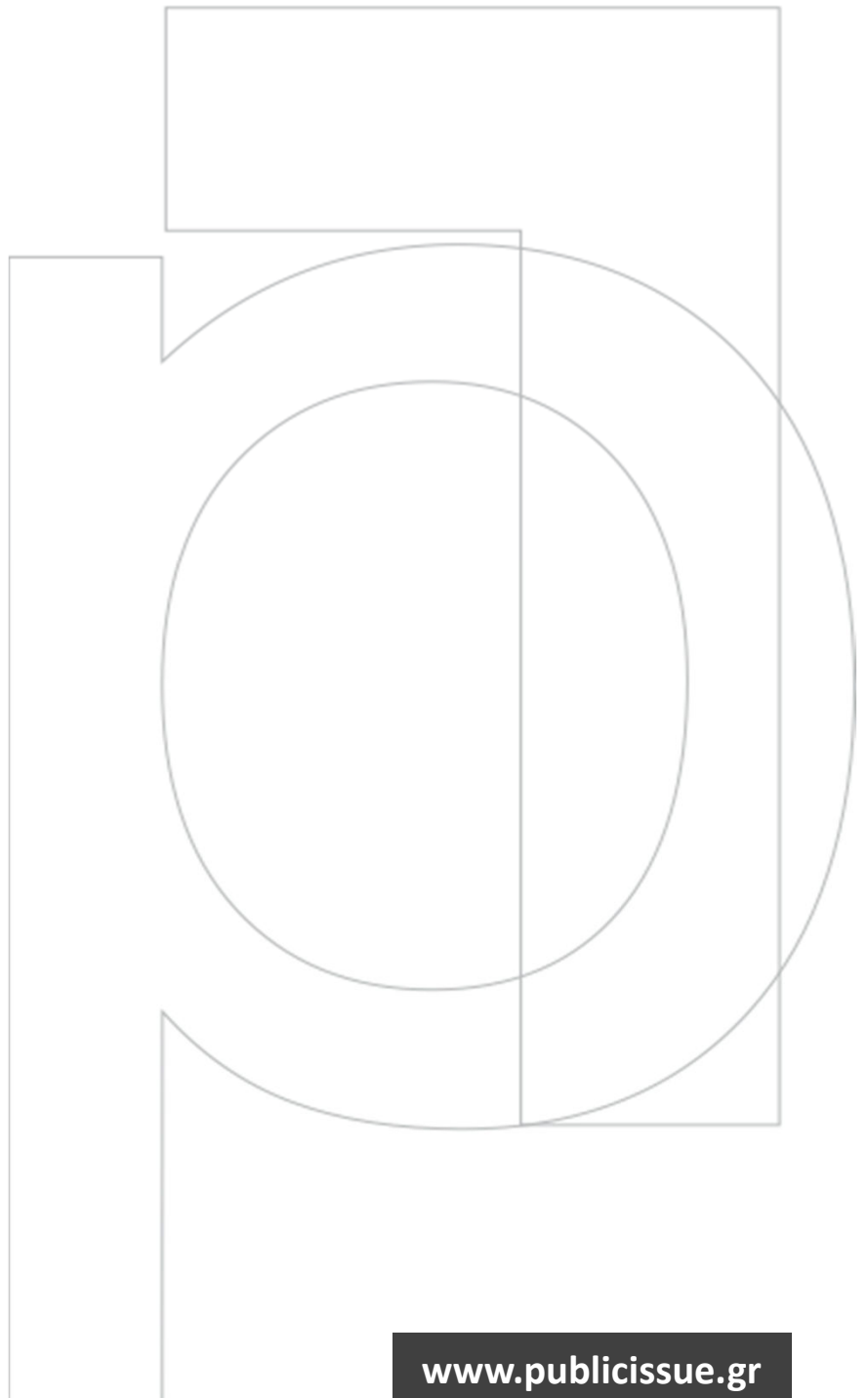
# Media Typology Survey



Οι 4 «φυλές»  
της ενημέρωσης

Έρευνα για την  
ενημερωτική χρήση  
των Μέσων

**2012**



Ημερομηνία δημοσίευσης  
5/3/2013

[www.publicissue.gr](http://www.publicissue.gr)

### **Media Typology Survey:**

Έρευνα για την ενημερωτική χρήση των Μέσων Ενημέρωσης.

Η έρευνα Media Typology Survey πραγματοποιείται σε ετήσια βάση, από το 2009. Το πρώτο έτος διενέργειάς της χρησιμοποιήθηκε ενισχυμένο δείγμα 2.000 ατόμων, ενώ στις έρευνες των επόμενων ετών χρησιμοποιήθηκε δείγμα 1.000 ατόμων.

Με τη βοήθεια της Media Typology Survey επιχειρείται η τμηματοποίηση (segmentation) του γενικού πληθυσμού, ως προς την κατανάλωση ενημέρωσης και την κατανομή της, μεταξύ των διαφόρων Μέσων, σήμερα στην Ελλάδα.

Βασίζεται στη μεθοδολογία της αντίστοιχης έρευνας «Biennial News Consumption Survey 2008» που διενήργησε στις ΗΠΑ, το 2008, το ινστιτούτο Pew Research Center for the People & the Press.

### **Πηγή:**

Βάση Ερευνών Public Issue, 2001-2013, Πανελλαδικές τηλεφωνικές έρευνες γενικού πληθυσμού

---

Η Public Issue ιδρύθηκε το 2001.

Εξειδικεύεται στην πολιτική και εκλογική έρευνα κοινής γνώμης, στην κοινωνική έρευνα, στην έρευνα Μέσων και στην έρευνα συμπεριφοράς καταναλωτή.

Είναι μέλος της WAPOR (World Association for Public Opinion Research), της ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) & του ΣΕΔΕΑ (Σύλλογος Εταιρειών Δημοσκοπήσεων & Ερευνών Αγοράς).

### **Στοιχεία επικοινωνίας**

Λεωφόρος Βασιλέως Κωνσταντίνου 16, 116 35, Αθήνα, t: +30 210 7575000, f: +30 210 7575100,  
w: [www.publicissue.gr](http://www.publicissue.gr), e: [info@publicissue.gr](mailto:info@publicissue.gr)

# Media Typology Survey

## Εισαγωγή

Αντικείμενο της έρευνας **Media Typology Survey** αποτελεί η διερεύνηση των στάσεων και αντιλήψεων της κοινής γνώμης απέναντι στην ενημέρωση.

Στην ανάλυση που ακολουθεί επιχειρείται η τμηματοποίηση (segmentation) του γενικού πληθυσμού, ως προς την κατανάλωση ενημέρωσης και την κατανομή της, μεταξύ των διαφόρων Μέσων, σήμερα στην Ελλάδα.

## Παραδοσιακές και νέες πηγές ενημέρωσης

Ως παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, ορίζονται η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και οι εφημερίδες και ως νέο μέσο, το διαδίκτυο. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, στην Ελλάδα, τα παραδοσιακά μέσα, κυρίως η τηλεόραση, εξακολουθούν να αποτελούν τη βασική πηγή για την ενημέρωση των πολιτών. Το 2009, έτος κατά το οποίο, η εν λόγω έρευνα διεξήχθη για πρώτη φορά, λόγω έλλειψης διαχρονικών στοιχείων, δεν ήταν δυνατόν να εκτιμηθεί, με ακρίβεια, ο ρυθμός μεταβολής του συσχετισμού μεταξύ παραδοσιακών μέσων και του διαδικτύου, εξαιτίας της πρόσφατης ανάπτυξης του τελευταίου στην Ελλάδα<sup>1</sup>. Η **Media Typology Survey** διεξάγεται φέτος για τέταρτη συνεχόμενη χρονιά. Με βάση τη διαθέσιμη πλέον χρονοσειρά, επιβεβαιώνεται η αισθητή αύξηση της επιρροής του διαδικτύου στις ενημερωτικές συνήθειες των Ελλήνων.

## Τυπολογία χρηστών ενημέρωσης

Ο γενικός πληθυσμός της χώρας, τμηματοποιείται με βάση τις προτιμήσεις και τις πρακτικές του σε θέματα ενημέρωσης. Για την εν λόγω τμηματοποίηση χρησιμοποιούνται οι ακόλουθες μεταβλητές:

- Η κύρια πηγή της ενημέρωσης
- Η συχνότητα της online ενημέρωσης και
- Το ενδιαφέρον παρακολούθησης ειδήσεων σε τέσσερα (4) επίπεδα: τοπικό, εθνικό, διεθνές και οικονομικό

Σχεδόν 1 στους 2 πολίτες (46%), προτιμούν για την ενημέρωσή τους τα παραδοσιακά μέσα («**traditionalists**»). Το 25% των πολιτών (1 στους 4) χρησιμοποιεί για την ενημέρωσή του αποκλειστικά το Ίντερνετ («**net-newsers**»). Το 18% χρησιμοποιεί, ταυτόχρονα, και τις παραδοσιακές πηγές ενημέρωσης και το Ίντερνετ («**integrators**»). Αντιθέτως, από την έρευνα προκύπτει, ότι μόνο το 9% δεν ενδιαφέρεται καθόλου για τις ειδήσεις («**disengaged**»).

Από την σύγκριση της τμηματοποίησης του πληθυσμού για το 2012, σε σχέση με τις αντίστοιχες έρευνες των 3 προηγούμενων ετών, παρατηρείται μια σημαντική διαρκής πτώση του μεριδίου των **traditionalists** (46%, από 69% το 2009) και μια εξίσου σημαντική διαρκής αύξηση του μεριδίου των **net-newsers** (25%, από 8% το 2009).

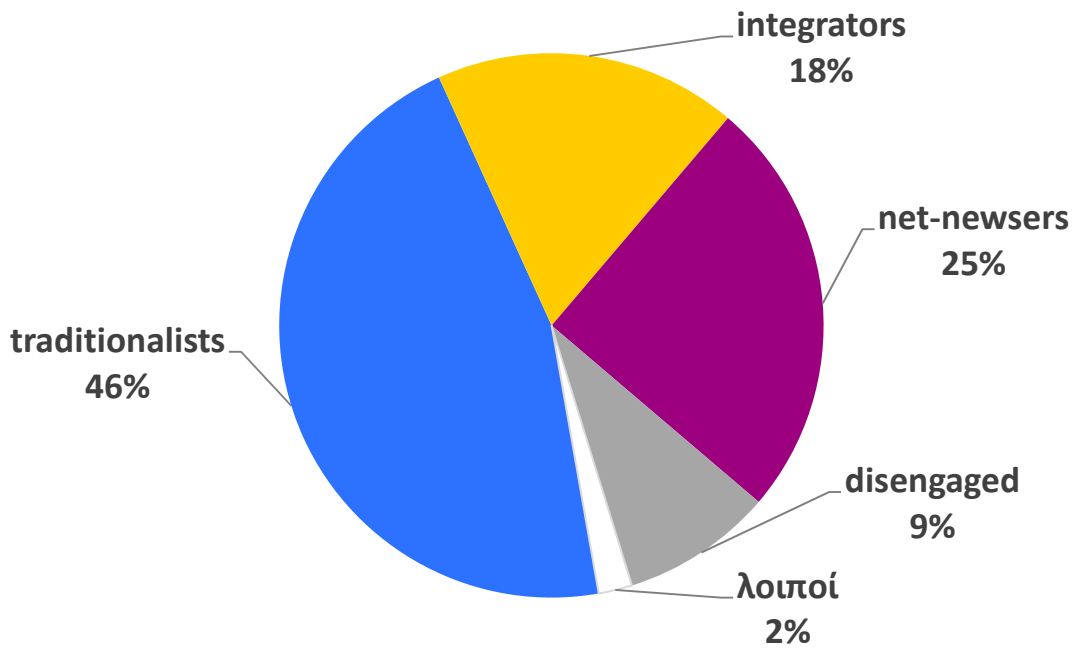
---

<sup>1</sup> Η έρευνα στις ΗΠΑ που διεξάγεται από το ινστιτούτο Pew Research Center for the People & the Press επιβεβαιώνει, ότι την τελευταία δεκαετία, η επιρροή των περισσότερων παραδοσιακών μέσων έχει μειωθεί δραματικά, ενώ το διαδίκτυο και η online ενημέρωση παρουσιάζουν σημαντική αύξηση.

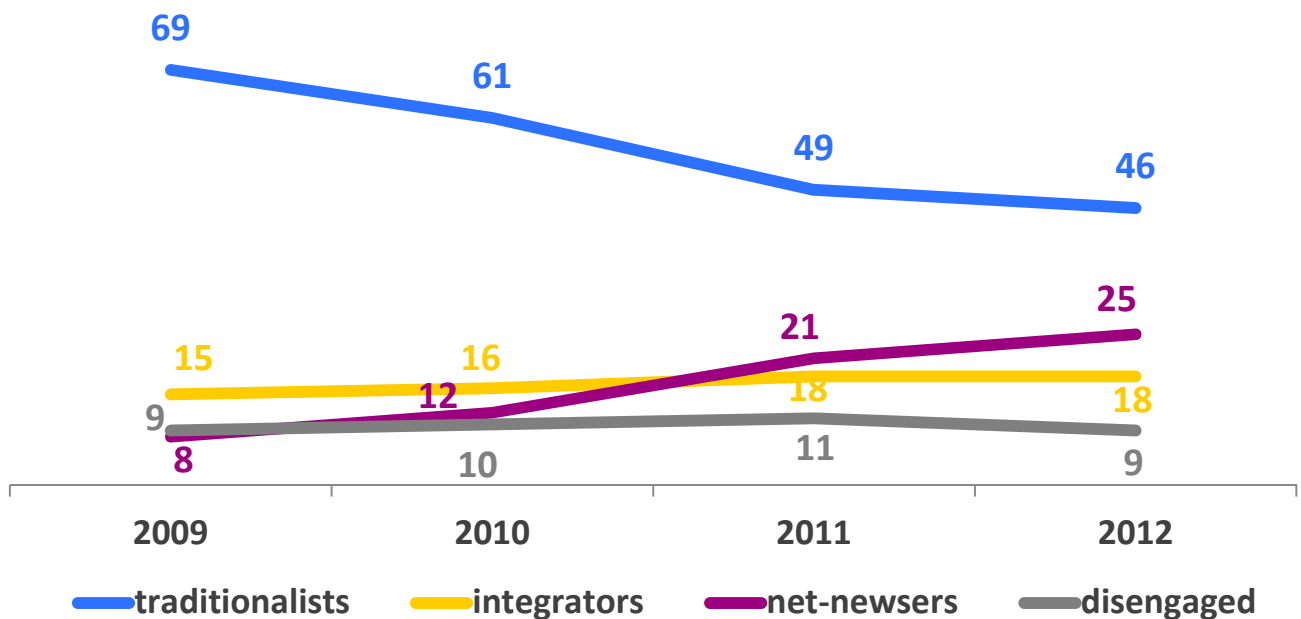
## Οι 4 «φυλές» της ενημέρωσης

Τμηματοποίηση του γενικού πληθυσμού στην Ελλάδα με βάση την ενημερωτική χρήση των Μέσων

2012



2009 - 2012



# Δημογραφικά χαρακτηριστικά των 4 «φυλών» της ενημέρωσης

## Traditionalists

**Ποιοι είναι:** Το 2012 αντιπροσωπεύουν το 46% του πληθυσμού. Πολίτες ηλικίας 55 ετών και άνω, λιγότερο μορφωμένοι, κατοικούν σε αγροτικές περιοχές.

**Τι κάνουν συνήθως\*:**

- Δείχνουν μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στις ειδήσεις της τηλεόρασης.
- Καταλαβαίνουν καλύτερα τις ειδήσεις όταν βλέπουν εικόνες και video, παρά όταν διαβάζουν ή ακούν.
- Εμφανίζουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για ειδήσεις, σχετικά με θέματα υγείας και τον καιρό, από ό,τι οι υπόλοιπες κατηγορίες της τυπολογίας.

## Integrators

**Ποιοι είναι:** Το 2012 αποτελούν το 18% του πληθυσμού. Κυρίως 35 έως 54 ετών, ανώτερης μόρφωσης, ιδεολογικά αριστεροί και κεντροαριστεροί.

**Τι κάνουν συνήθως\*:**

- Διαβάζουν σε μεγαλύτερο ποσοστό εφημερίδες.
- Προτιμούν να ενημερώνονται για τις ειδήσεις, ενώ παράλληλα ασχολούνται και με άλλες δραστηριότητες.
- Προτιμούν να ενημερώνονται από Μέσα με διαφορετική πολιτική ιδεολογία.
- Εμφανίζουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τις ειδήσεις που αφορούν την οικονομία και τις επιχειρήσεις, από ό,τι οι υπόλοιπες κατηγορίες της τυπολογίας.

## Net-newsers

**Ποιοι είναι:** Το 2012 αποτελεί το 1/4 (25%) του πληθυσμού. Κυρίως άντρες, νεαρότερης ηλικίας (18-44 ετών) από ό,τι οι integrators, ανώτερης μόρφωσης, τεχνολογικά ενήμεροι, ιδεολογικά αριστεροί και κεντροαριστεροί, κατοικούν σε αστικές περιοχές.

**Τι κάνουν συνήθως\*:**

- Ενημερώνονται από πολλές πηγές.
- Χρησιμοποιούν σχεδόν καθημερινά το Ίντερνετ για να ενημερωθούν.
- Δεν χρησιμοποιούν απλώς το Ίντερνετ για την ενημέρωσή τους (μέσω παρακολούθησης ή ακρόασης δελτίων ειδήσεων διαδικτυακά) αλλά είναι και χρήστες νέων διαδικτυακών δυνατοτήτων και τεχνολογιών (μηχανές αναζήτησης, newsletters, RSS, iGoogle – My Yahoo, κλπ).
- Ενημερώνονται τακτικά από blogs, σχετικά με την πολιτική και την επικαιρότητα.
- Θέλουν να ενημερώνονται κάθε τόσο και όχι σε συγκεκριμένες ώρες.
- Συνηθίζουν να ελέγχουν την ειδησεογραφία αρκετές φορές την ημέρα.
- Εμφανίζουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τις ειδήσεις που αφορούν την επιστήμη και την τεχνολογία, από ό,τι οι υπόλοιπες κατηγορίες της τυπολογίας.

## Disengaged

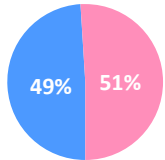
**Ποιοι είναι:** Το 2012 αποτελούν μόνον το 9% του πληθυσμού. Πρόκειται κυρίως για γυναίκες, πολίτες κατώτερης και μέσης μόρφωσης. Απολίτικοι.

**Τι κάνουν συνήθως\*:**

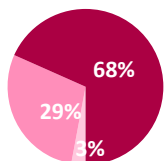
- Προτιμούν να ενημερώνονται μόνο για θέματα που τους ενδιαφέρουν.
- Παρακολουθούν ειδήσεις μόνον όταν συμβαίνει κάποιο σημαντικό γεγονός.
- Τις περισσότερες φορές είναι πολύ απασχολημένοι και δε βρίσκουν χρόνο για να ενημερωθούν.
- Θεωρούν ότι όλα τα μέσα ενημέρωσης είναι περίπου το ίδιο πράγμα.
- Καταλαβαίνουν καλύτερα τις ειδήσεις όταν βλέπουν εικόνες και video, παρά όταν διαβάζουν ή ακούν.

# Δημογραφικά χαρακτηριστικά των 4 «φυλών» της ενημέρωσης

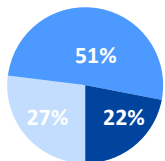
## Traditionalists 2012



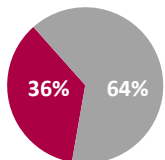
■ Άνδρες ■ Γυναίκες



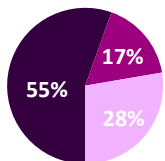
■ 18-34 ■ 35-54 ■ 55+



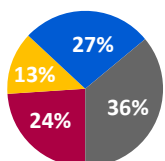
■ Κατώτερη ■ Μέση ■ Ανώτερη



■ Ενεργός πληθυσμός ■ Μη-ενεργός πληθυσμός

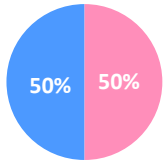


■ Αστικά ■ Ημιαστικά ■ Αγροτικά

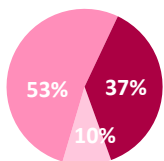


■ Αριστεροί ■ Κεντρώοι ■ Δεξιοί ■ Τίποτα

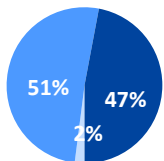
## Integrators 2012



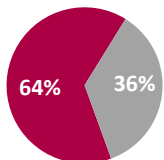
■ Άνδρες ■ Γυναίκες



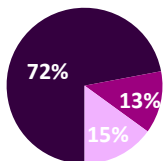
■ 18-34 ■ 35-54 ■ 55+



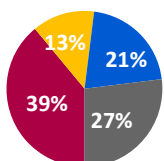
■ Κατώτερη ■ Μέση ■ Ανώτερη



■ Ενεργός πληθυσμός ■ Μη-ενεργός πληθυσμός

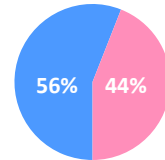


■ Αστικά ■ Ημιαστικά ■ Αγροτικά

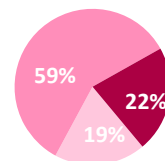


■ Αριστεροί ■ Κεντρώοι ■ Δεξιοί ■ Τίποτα

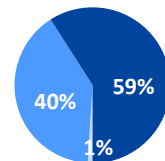
## Netnewsters 2012



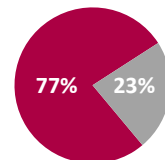
■ Άνδρες ■ Γυναίκες



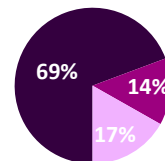
■ 18-34 ■ 35-54 ■ 55+



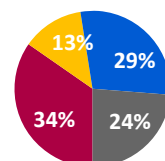
■ Κατώτερη ■ Μέση ■ Ανώτερη



■ Ενεργός πληθυσμός ■ Μη-ενεργός πληθυσμός

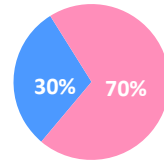


■ Αστικά ■ Ημιαστικά ■ Αγροτικά

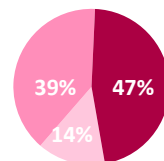


■ Αριστεροί ■ Κεντρώοι ■ Δεξιοί ■ Τίποτα

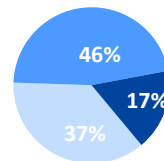
## Disengaged 2012



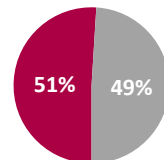
■ Άνδρες ■ Γυναίκες



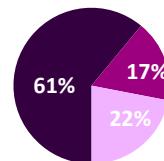
■ 18-34 ■ 35-54 ■ 55+



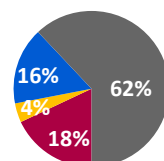
■ Κατώτερη ■ Μέση ■ Ανώτερη



■ Ενεργός πληθυσμός ■ Μη-ενεργός πληθυσμός



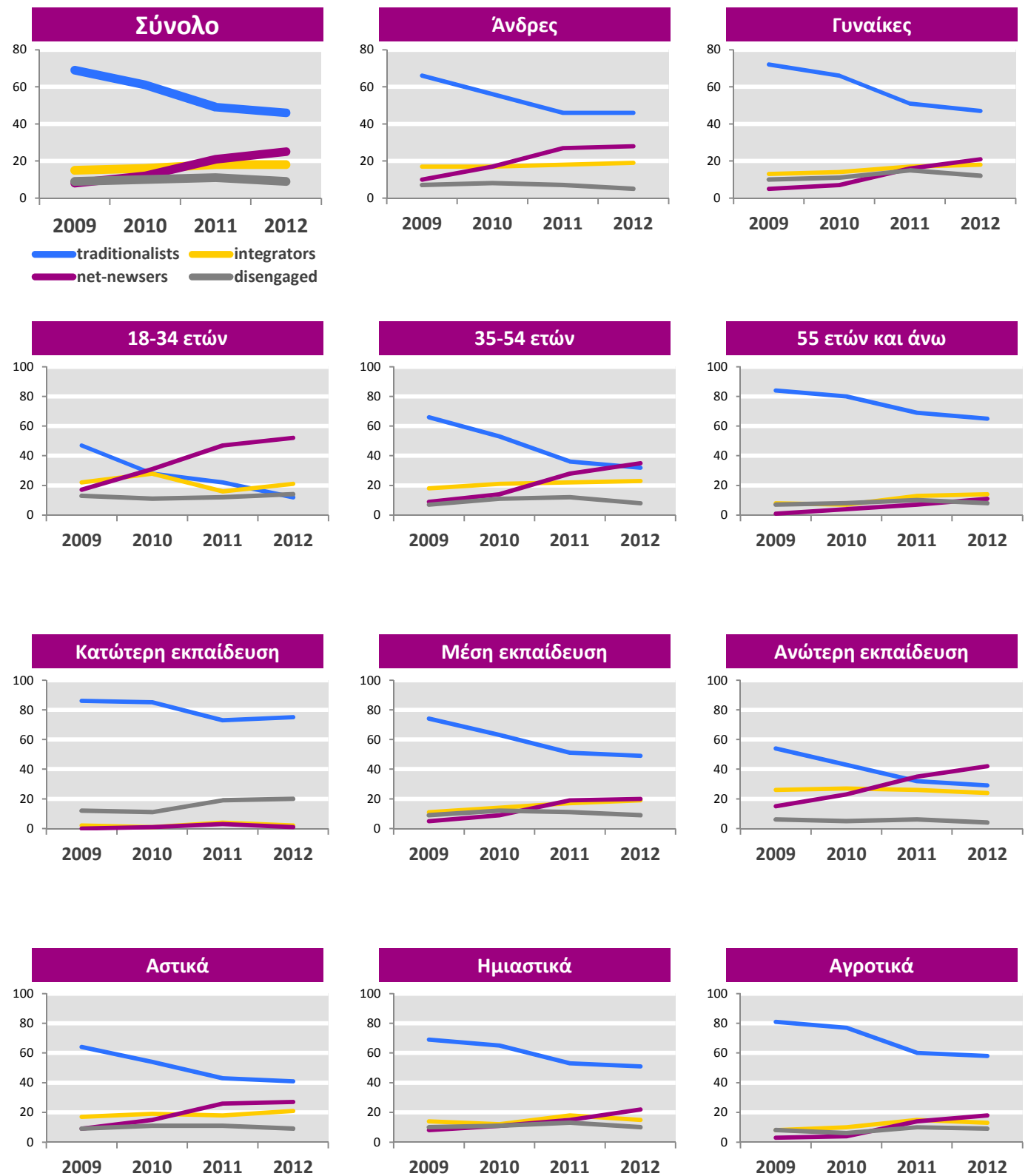
■ Αστικά ■ Ημιαστικά ■ Αγροτικά



■ Αριστεροί ■ Κεντρώοι ■ Δεξιοί ■ Τίποτα

# Οι 4 «φυλές» της ενημέρωσης: Μεταβολή 2009-2012

## Επιλεγμένες κοινωνικές κατηγορίες





Media Typology Survey

[www.publicissue.gr](http://www.publicissue.gr)