

# Ο ρόλος των social media στην ενημέρωση

/ [Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός](#)

image not found or type unknown



[psska](#) Τι συμβαίνει με τις εφημερίδες και τις συνδρομές στα ειδησεογραφικά σάιτ

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φαίνεται ότι αποτελούν τη νούμερο ένα πηγή ειδήσεων μεταξύ των νέων ανθρώπων, σύμφωνα με έκθεση του ειδησεογραφικού πρακτορείου Reuters.

Στην έρευνα συμμετείχαν άτομα ηλικίας 18-24 ετών, εκ των οποίων το 28% δήλωσε ότι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως την κύρια πηγή ειδήσεων, σε σχέση με το 24% που δήλωσε ότι χρησιμοποιεί την τηλεόραση. Η έρευνα του Ινστιτούτου Reuters για την Μελέτη της Δημοσιογραφίας έδειξε επίσης ότι το 51% των ανθρώπων που έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο ενημερώνονται για τις ειδήσεις μέσω των social media.

Όπως αναφέρεται σε σχετικό δημοσίευμα του Reuters, αυτή η τάση καθώς και η αυξανόμενη χρήση των κινητών τηλεφώνων για την ανάγνωση ειδήσεων υπονομεύουν τα παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα.

Τα στοιχεία της έκθεσης βασίζονται σε μια έρευνα που διεξάγεται τα τελευταία 5 χρόνια για λογαριασμό του YouGov, σε αντιπροσωπευτικό δείγμα 50.000 ατόμων σε 26 χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα. Σύμφωνα με το Reuters, στην εισαγωγή της έκθεσης αναφέρεται ότι «ένα δεύτερο κύμα διαταραχής» έχει χτυπήσει τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς σε όλο τον κόσμο, με «δυσνητικά σοβαρές επιπτώσεις τόσο για τους εκδότες όσο και για το μέλλον της παραγωγής ειδήσεων».

Οι παλαιότεροι ειδησεογραφικοί οργανισμοί που παλεύουν να χτίσουν μια κερδοφόρα πορεία στην ηλεκτρονική εποχή θα βρουν ελάχιστη παρηγοριά στο πόρισμα της έκθεσης. Συγκεκριμένα, στις αγγλόφωνες χώρες ποσοστό λιγότερο του 10% των αναγνωστών έχουν πληρώσει συνδρομή σε κάποια ειδησεογραφική ιστοσελίδα τον τελευταίο χρόνο, οπότε καθώς φαίνεται η διαφήμιση αποτελεί το μόνο βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο.

Πιο αναλυτικά, στην πρώτη θέση με το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών που έχουν

πληρώσει τον τελευταίο χρόνο συνδρομή σε κάποιο ειδησεογραφικό site βρίσκεται η Νορβηγία με 27%, ακολουθούν η Σουηδία και η Πολωνία με 20%, ενώ στην τρίτη θέση βρίσκεται η Ιταλία με 16%. Στον αντίποδα, η χώρα μας συγκαταλέγεται μεταξύ των χωρών με το μικρότερο ποσοστό 7%, μαζί με την Τσεχία, την Αυστρία και τη Μεγάλη Βρετανία.

Και παρόλο που φαίνεται πως υπάρχει «μεγάλη όρεξη» για ειδήσεις, οι χρήστες στρέφονται προς τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για την ενημέρωσή τους. Κάτι τέτοιο σημαίνει αυτή τη στιγμή το Facebook αποτελεί την μεγαλύτερη δύναμη παγκοσμίως στην ενημέρωση, ιδιαίτερα ανάμεσα στις γυναίκες και του νέους.

Στο μεταξύ, οι πωλήσεις των έντυπων εφημερίδων συνεχίζουν να μειώνονται, ενώ οι καταναλωτές δείχνουν δισταγμό να πληρώσουν για online ειδησεογραφικό περιεχόμενο.

Όπως αναφέρεται στην έκθεση, το Facebook αποτελεί την πιο κοινή πηγή (44% όσων συμμετείχαν στην έρευνα) για την παρακολούθηση, διαμοιρασμό και σχολιασμό των ειδήσεων. Στη δεύτερη και τρίτη θέση βρίσκονται το YouTube και το Twitter με ποσοστά 19% και 10% αντίστοιχα.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας αξίζει να σημειωθεί ότι σημαντικό ρόλο πλέον στην ενημέρωση του κοινού παίζουν τα smartphones, αφού αποτελούν την πιο δημοφιλή επιλογή συσκευής. Η πλειονότητα των ατόμων που ερωτήθηκαν δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν το «έξυπνο» κινητό τους τηλέφωνο για την ανάγνωση ειδήσεων, με το μεγαλύτερο ποσοστό να παρατηρείται στην Σουηδία (69%), την Κορέα (66%) και την Ελβετία (61%). Το ίδιο δείγμα ανθρώπων απάντησε ότι είναι πολύ πιο πιθανό να χρησιμοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ενημέρωσή τους παρά να επισκεφτούν την ειδησεογραφική ιστοσελίδα ή κάποια σχετική εφαρμογή.

Στην έκθεση αναφέρεται επίσης ότι οι χρήστες έχουν παρατηρήσει πως στο περιεχόμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης εμφανίζεται λιγότερο από τις μισές φορές η αρχική πηγή της είδησης, κάτι που μπορεί να αποβεί επιζήμιο για τον εκάστοτε ειδησεογραφικό οργανισμό. «Δεν έχουν την πολυτέλεια της επιλογής να αγνοήσουν τα social media, ειδικά εάν θέλουν να προσεγγίσουν το γυναικείο και νεανικό κοινό», δήλωσε ο Νικ Νιούμαν, ένας από τους συγγραφείς της έκθεσης.

«Εάν κάνουν κάτι τέτοιο ρισκάρουν να χάσουν τον έλεγχο του περιεχομένου τους και τη σχέση με τον αναγνώστη, οπότε αυτό που πρέπει να κάνουν είναι να καταφέρουν να βρουν μια ισορροπία χρησιμοποιώντας από τη μία τα social media

και χτίζοντας από την άλλη μια πιστή σχέση με τους αναγνώστες», υποστήριξε ο ίδιος.

**Πηγή:** [newsbeast.gr](https://newsbeast.gr)