

BIB.

ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΜΕΤΕΧΟΥΣΑ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ
=====

Τσουβελένα Καλομοίρα

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Παπαδημητρίου Αθανάσιος

Πτυχιακή για τη λήψη του πτυχίου στην κοινωνική εργα-
σία από το τμήμα της Σχολής Επαγγελμαίων Υγείας και
Πρόνοιας του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος

(Τ.Ε.Ι.) Πάτρας

Πάτρα Δεκέμβριος 1992

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	893
----------------------	-----

Η Επιτροπή για την έγκριση της πτυχιακής εργασίας

Υπογραφή :

____Υπογραφή____

____Υπογραφή____

Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

	Σελίδα
Εισαγωγή	I
Σκοπός της μελέτης	III
Μεθοδολογία	IV

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

Μ Ε Ρ Ο Σ 1

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1) ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ. ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	1
α. Μια μικρή ιστορική αναδρομή	1
β. Ο όρος " επικοινωνία "	2
γ. Οι τρεις βασικοί παράγοντες στην επικοινωνία	4
2) ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΕ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΚΑΙ ΛΗΧΑΝΙΚΗ	
α. Ιστορική εξέλιξη της επικοινωνίας	7

Μ Ε Ρ Ο Σ 2

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1) ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.	9
2) ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	13
α. Τι ορίζουμε σα μέσο μαζικής επικοινωνίας	13
β. Ιστορική αναδρομή και ταξινόμηση των Μ.Μ.Ε.	13
γ. Ομοιότητες και διαφορές συγχρονων και παλαιότερων μέσων μαζικής επικοινωνίας.	15

δ. Συνοπτική παρουσίαση των βασικών Μ.Μ.Ε.	16
Βιβλίο	16
Εφημερίδα - Τύπος	17
Ραδιόφωνο	20
Τηλεόραση	23

Μ Ε Ρ Ο Σ 3ο

Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΗ ΔΙΑ- ΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1) ΤΑ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ	27
2) ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ .	29
α. Το πρόβλημα της πληροφόρησης εξαιτίας του όγκου των πληροφοριών	29
β. Προβλήματα εξαιτίας της παραπληροφόρησης	31
3) ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ Μ.Μ.Ε. ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ	34

Μ Ε Ρ Ο Σ 4ο

Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩ- ΝΙΚΗΣ ΖΩΗΣ

1) ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ - Η ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ	36
α. Ορισμοί της επιθετικότητας	38
β. Οι σπουδαιότερες μορφές της ανθρώπινης επιθετικότητας	39

γ. Η επιθετικότητα. Προέλευση και αίτια	41
Α΄ Σχολή. Η επιθετικότητα προϊόν ενδογενών-έμφυτων αιτιών.	
Η ψυχαναλυτική θεωρία του FREUD	42
Η νεοευστικτική θεωρία για την επιθετικότητα	44
Ομοιότητες και διαφορές μεταξύ της ενστι- κτικής θεωρίας του FREUD και της νεοευστι- κτικής του LORENZ	46
Β΄ Σχολή. Η επιθετικότητα προϊόν πολιτιστικών αιτιών	47
Η σχέση της ματαίωσης και της επιθετικότητας	47
Η σχέση μάθησης και επιθετικότητας σε συνάρ- τηση με το οικογενειακό περιβάλλον	48
Θετικές λειτουργίες της επιθετικότητας	49

2) ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

α. Σχέση του φασισμού και του μπηχεβιορισμού	50
β. Η σχέση επιθετικότητας και αποστέρησης στην ανθρώπινη κοινωνία	51
γ. Η επίδραση της μαρξιστικής σκέψης	54
δ. Η θεωρία του Μάρξ για την " ανθρώπινη ουσία " και ο ρόλος της στην διαμόρφωση του τρίτου ρεύματος	56

ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΟΥΣ ΜΕ ΤΟ ΦΑΙ- ΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΜΑΖΙΕΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1) Η ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΙΝΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΟ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩ- ΠΙΝΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	61
2) ΜΟΡΦΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΖΩΗΣ ΠΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΖΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΕΠΙ- ΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ	63
α. Η επιθετικότητα στις πρωτόγονες κοινωνίες	63
β. Η επιθετικότητα στην ανάπτυξη του παιδιού	64

γ. Ο ρόλος των κοινωνικών αξιών στην εμφάνιση της επιθετικής συμπεριφοράς	65
-------------------------------------------------------------------------------------	----

3) Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΑΝΘΡΩ-
ΠΙΝΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ

α. Η επίδραση των Μ.Μ.Ε. στην παιδική επιθετικότητα . .	67
β. Η επίδραση της διαφήμισης στην ανθρώπινη επιθετικότητα	73
γ. Η χρησιμοποίηση των Μ.Μ.Ε. σαν όργανα προπαγάνδας . .	80

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ	82
----------------------------	----

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΣΤΗΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ	87
----------------------------------------	----

A. Η επίδραση των Μ.Μ.Ε. πάνω στα παιδιά	87
B. Η επίδραση των Μ.Μ.Ε. πάνω στους ενήλικες	88

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	
------------------------	--

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εργασία αυτή είναι κυρίως μια βιβλιογραφική παρουσίαση δύο φαινομένων, ενός κοινωνικού και ενός ψυχολογικού : του φαινομένου της " μαζικής επικοινωνίας " και της " επιθετικότητας " .

Στο πρώτο μέρος ορίζεται η έννοια της επικοινωνίας όπως την έχουν εξετάσει, από την επιστημονική τους σκοπιά, κοινωνιολόγοι, ερευνητές, ψυχολόγοι. Η επικοινωνία, στη βασική της αρχή είναι το πέρασμα από το άτομο στο σύνολο και η προϋπόθεση κάθε κοινωνικής ζωής. Αποτελεί την βασική διαδικασία της κοινωνικοποίησης του ανθρώπου, της ενταξής του στις υπάρχουσες ομάδες.

Η εργασία ασχολήθηκε με την " μαζική επικοινωνία ", ένα φαινόμενο που χαρακτηρίζει την σύγχρονη κοινωνία. Η μαζική επικοινωνία είναι μια εξελικτική βαθμίδα της προφορικής επικοινωνίας των ανθρώπων και χαρακτηρίζεται από την χρήση μηχανικών μέσων, που ανακάλυψε η ανθρώπινη τεχνολογία.

Στη συνέχεια ασχοληθήκαμε με την αναλυτική παρουσίαση των βασικών μέσων μαζικής επικοινωνίας, όπως είναι το βιβλίο , η εφημερίδα, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση, καθώς και με τις ομοιότητες και διαφορές στη λειτουργία και στους σκοπούς που εξυπηρετούν.

Η επίδραση των Μ.Μ.Ε. στη διαμόρφωση του σύγχρονου πολιτισμού είναι τόσο καταλυτική ώστε αυτά να παίζουν σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του πολιτισμού και να είναι οι διαμορφωτές

μιάς πολιτισμικής ταυτότητας και παγκόσμιας κουλτούρας.

Σκοπός της εξέτασης του φαινομένου της μαζικής επικοινωνίας και των μέσων του είναι η κατανόηση του ρόλου τους και της σημαντικής θέσης που έχουν στη διαμόρφωση της σύγχρονης κοινωνίας.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας ασχοληθήκαμε με την εξέταση ενός βασικού ανθρώπινου ενστίκτου : της επιθετικότητας. Σύμφωνα με τον Μπέκερ, σαν επιθετικότητα ορίζονται εσωτερικά και τα εξωτερικά συμβάντα τα οποία προκαλούν βλάβη στα αντικείμενα της επιθετικότητας.

Επίσης σύμφωνα με τον ορισμό που δίνει ο DOLLARD : " Επιθετικότητα χαρακτηρίζεται κάθε συμπεριφορά της οποίας τελικός σκοπός είναι ο τραυματισμός του προσώπου εναντίον του οποίου αυτή κατευθύνεται" .

Ενώ δεν αμφισβητούμε τις καταστρεπτικές συνέπειες της επιθετικότητας, δεν παραβλέπουμε και τις θετικές της λειτουργίες για την επιβίωση και την πρόοδο της κοινωνίας του ανθρώπου.

Η επίδραση των μέσων μαζικής ενημέρωσης στην ανθρώπινη επιθετικότητα έχει γίνει αντικείμενο μελέτης από την κοινωνιολογία, την ψυχολογία και άλλες επιστήμες. Οι γνώμες των επιστημόνων διαφέρουν και έχει υποστηριχθεί τόσο η άποψη ότι τα Μ.Μ.Ε. δεν μπορούν να ευθύνονται για την αύξηση της επιθετικότητας ή της βίαιης συμπεριφοράς, όσο και η αντίθετη άποψη.

Οι μπηχεβιοριστές θεωρούν την επιθετικότητα αποτέλεσμα μάθησης, πιστεύουν και προσπαθούν να αποδείξουν, με πειράματα, ότι οι άνθρωποι μαθαίνουν να συμπεριφέρονται επιθετικά.

Άρα η βία που προβάλλεται στο πιο διαδεδομένο μέσο μαζικής επικοινωνίας, την τηλεόραση, αλλά και στα υπόλοιπα - βιβλία, κινηματογραφικές ταινίες, κόμικς - είναι για τα παιδιά ο δρόμος που τα οδηγεί να μετατραπούν σε επιθετικούς ενήλικες.

Αντίθετα πολλοί ερευνητές, όπως η Μέλανι Κλάιν και ^η Χι-μελβάϊτ με τα πειραματά τους προσπάθησαν να αποδείξουν ότι η επιθετική συμπεριφορά έχει να κάνει με μια βασική ορμή. Αυτή σπρώχνει το παιδί να αντιδράσει στην εξάρτησή του, να ανεξαρτοποιηθεί από τους ενήλικες που το φροντίζουν προβάλλοντας το " εγώ" του και καθορίζοντας τα όρια της αυτονομίας του. Η επιθετικότητα λοιπόν, κατά την γνώμη της Μέλανι Κλάιν δεν εξαρτάται από το βίαιο περιεχόμενο των μηνυμάτων που δίνουν τα Μ.Μ.Ε. αλλά από τη σχέση του παιδιού με το περιβάλλον και την ασφάλεια του.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι:

- 1) Η παρουσίαση των φαινομένων της μαζικής επικοινωνίας και της ανθρώπινης επιθετικότητας μέσα από τις ερευνητικές προσεγγίσεις των επιστημόνων που ασχολήθηκαν με αυτά.
- 2) Η παρουσίαση των διαφόρων ρευμάτων και των θεωριών για τα δύο αυτά φαινόμενα, και η επισήμανση των αντιθετικών απόψεων μεταξύ τους.
- 3) Η διαμόρφωση άποψης πάνω στο πόσο επηρεάζεται η ανθρώπινη επιθετικότητα από τα μηνύματα των μέσων μαζικής επικοινωνίας.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η εργασία αυτή είναι κυρίως μιά βιβλιογραφική παρουσίαση δύο φαινομένων, που έρευνά η επιστήμη της κοινωνιολογίας και η επιστήμη της ψυχολογίας. Πρόκειται για τα φαινόμενα της επιθετικότητας και της μαζικής επικοινωνίας.

Οι θεωρίες και οι μελέτες για τα δύο αυτά φαινόμενα συνθέτουν μιά εκτενή βιβλιογραφία. Κοινωνιολόγοι και ψυχολόγοι μελέτησαν την φύση των φαινομένων, τις συνιστώσες που καθορίζουν την μορφή τους, κάτω από τις υπάρχουσες κοινωνικές συνθήκες και, κυρίως, την επίδραση της επιθετικότητας και της μαζικής επικοινωνίας στη διαμόρφωση βασικών δομών της σύγχρονης κοινωνίας.

Η εργασία περιορίστηκε στην προσπάθεια μίας συστηματοποιημένης παρουσίασης των θεωριών και των ερευνητικών προσεγγίσεων των δύο φαινομένων. Οι δυσκολίες αυτής της παρουσίασης ξεκινούν από το ότι η επιθετικότητα σαν ψυχολογικό φαινόμενο, και η μαζική επικοινωνία σαν κοινωνικό είναι πολύπλευρα θέματα. Έπηρεάζουν τις κοινωνικές δομές και την προσωπικότητα των ανθρώπων και οι προεκτάσεις τους αφορούν όλους σχεδόν τους τομείς της κοινωνικής ζωής.

Η εργασία αποτελείται από πέντε μέρη. Στο πρώτο μέρος δίνεται ο ετυμολογικός ορισμός της έννοιας της " επικοινωνίας" . Μέσα από μια ιστορική αναδρομή υπογραμμίζεται η σημασία και ο ρόλος της στην διαμόρφωση του πολιτισμού. Επίσης αναλύονται τα βασικά γνωρίσματα κάθε απλής και μα-

ζικής επικοινωνίας, που είναι ο " πομπός ", "το μήνυμα " και ο " δέκτης " .

Το δεύτερο μέρος χωρίζεται σε δύο επιμέρους ενότητες. Η πρώτη ενότητα επικεντρώνεται στην θεωρητική προσέγγιση της μαζικής επικοινωνίας μέσα από ολοκληρωμένες θεωρίες ψυχολόγων και κοινωνιολόγων ερευνητών. Αυτές οι θεωρίες αποτελούν συνισταμένη επιστημονικής έρευνας και τοποθέτησης μέσα σε συγκεκριμένο κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο. Στη δεύτερη ενότητα αναλύεται η καταγωγή, ο ρόλος και τα κυριότερα χαρακτηριστικά των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Η προσέγγιση βασίζεται στην ιστορική καταγωγή και στη διαφοροποίηση που υπάρχει ανάμεσα στα σύγχρονα και παλαιότερα Μ.Μ.Ε.

Ο ρόλος των Μ.Μ.Ε. και η επίδρασή τους σε μεγάλους ανθρώπινους πληθυσμούς επισημαίνεται στο τρίτο κεφάλαιο. Μια σειρά από προβλήματα που πηγάζουν από την μορφή της μαζικής πληροφόρησης εξετάζονται μέσα από τις θεωρίες κοινωνιολόγων μελετητών.

Τα τρία πρώτα μέρη ολοκληρώνουν το πρώτο τμήμα της εργασίας, που είναι : α) θεωρητική προσέγγιση του φαινομένου της μαζικής επικοινωνίας. β) Καταγωγή της μαζικής επικοινωνίας από την απλή ανθρώπινη επικοινωνία και γ) Κοινωνικός ρόλος των Μ.Μ.Ε.

Το θέμα της μαζικής επικοινωνίας, παρ'όλες τις ιστορικές ψυχολογικές επιστημολογικές παραμέτρους του εξετάζεται κυρίως από την κοινωνιολογική του σκοπιά. Η μαζική επικοινωνία είναι πρωταρχικά κοινωνιολογικό φαινόμενο.

Αντίθετα το φαινόμενο που εξετάζεται στο δεύτερο μέρος της εργασίας, αν και χαρακτηρίζεται από σημαντικές κοινωνιολογικές παραμέτρους είναι κυρίως ψυχολογικό.

Το φαινόμενο της επιθετικότητας, η θεωρητική του προσέγγιση, η έρευνα της καταγωγής και της σημασίας του στη διαμόρφωση της προσωπικότητας, αφορά την επιστήμη της ψυχολογίας. Στο τέταρτο μέρος παρουσιάζονται οι θεωρίες για την επιθετικότητα, και εξετάζεται η προέλευση και τα αίτια της μέσα από τις αντίθετες θέσεις των δύο μεγάλων Σχολών της ψυχολογίας. (Της Φροϋδικής και της Μπηνεβλιοριστικής).

Στο τελευταίο μέρος παρουσιάζεται ο κοινωνικός ρόλος της ανθρώπινης επιθετικότητας και η σημασία της στην διαμόρφωση κοινωνικών δομών που χαρακτηρίζουν τον ανθρώπινο πολιτισμό. Επίσης παρουσιάζεται η σχέση των δύο φαινομένων και η αλληλεπίδρασή τους.

Η επιθετικότητα του ανθρώπου επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό από τα μηνύματα των μέσων μαζικής επικοινωνίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Μ Ε Ρ Ο Σ Ι

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1) ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Ια) Μια μικρή ιστορική αναδρομή.

Εδώ και δύο αιώνες μια παρατεταμένη επανάσταση ξεκίνησε από τη Δύση. Ήταν πιο καθολική από τη Γαλλική, τη Ρωσική και πιο μακρόχρονη από τη βιομηχανική και εξίσου αμφιλεγόμενη με εκείνες. Πρόκειται για την επανάσταση της Επικοινωνίας. Η ανάπτυξη του Τύπου, όπως πραγματοποιήθηκε στην Ευρώπη του 18ου αιώνα είχε συνδεθεί με το δράμα της δημοκρατίας. Οι άνθρωποι αυτού του αιώνα προσδοκούσαν από την επανάσταση του Τύπου τη γέννηση της κοινής γνώμης που θα έβαζε τις βάσεις της δημοκρατικής συμμετοχής των πολιτών στη λήψη των αποφάσεων. Το οικουμενικό αυτό δράμα, που ξεκινούσε από την "εκκλησία του δήμου" της αρχαίας δημοκρατίας της Αθήνας, φαινόταν στη συνείδηση των διανοούμενων οραματιστών εφικτό και πραγματοποιήσιμο, χάρη στις τεράστιες δυνατότητες που φαινόταν να έχουν τα καινούργια μέσα της επικοινωνίας. Πολύ σύντομα βέβαια ο ενθουσιασμός κόπασε. Μια σειρά κριτικών αντιδράσεων επισήμαναν τον κίνδυνο να γίνουν τα καινούργια όπλα στήριξης και διαίωνης της εξουσίας που κρατούσε στα χέρια της η "κυρίαρχη τάξη".

Τα μέσα επικοινωνίας φαίνονται να ενσωματώνονται σε οικονομικές, πολιτικές και τεχνοκρατικές εξουσίες προς μεγάλη απογοήτευση των διανοούμενων και επαναστατών. Στις ιστορικές στιγμές που οι διανοούμενοι και οι επαναστάτες άφησαν την επιφυλακτική στάση απέναντι στα σύγχρονα με την εποχή τους Μ.Μ.Ε. η ανθρωπότητα ωφελήθηκε. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο Γαλλικός Μάης του '68. Γιατί η αποδοχή των Μ.Μ.Ε. από τους διανοούμενους σημαίνει και αποδοχή του καθημερινού ανθρώπου.

Ιβ) Ο όρος " επικοινωνία ".

Ανάμεσα στην κοινωνία της ανθρωπότητας και τα Μ.Μ.Ε. υπάρχει σχέση εξάρτησης. Τίποτα δεν θα έμοιαζε με την εικόνα που όλοι μας έχουμε για τον κόσμο σε μια υποθετική ανθρώπινη κοινωνία, που δεν είχε σκεφτεί ν'ανακαλύψει τρόπους και μέσα για μαζική επικοινωνία. Οι διανοούμενοι και οι ερευνητές του πολιτισμού μας δεν θα μπορούσαν να αγνοήσουν ένα τόσο δυναμικό παράγοντα. Μέσα από την κοινωνιολογία, αλλά και άλλες επιστήμες, επιστημολογία, ψυχολογία, προσέγγισαν το φαινόμενο της επικοινωνίας.

Πραγματικά η επικοινωνία των ανθρώπων και ιδιαίτερα η μαζική αποτελεί ένα από τα αγαπημένα θέματα έρευνας των επιστημόνων. Τα μαζικά μέσα μας μεταφέρουν τις απόψεις και τις γνώμες που έχουν για αυτά οι επιστήμονες. Τα μηνύματα που μας μεταφέρουν τα Μ.Μ.Ε. έχουν δεχτεί την επίδραση όχι μόνο των δημιουργών τους (συγγραφείς, σκηνοθέτες, διαφημιστές), αλλά και την επιρροή που ασκεί η ιδιοκτησία του κάθε μέσου. Δεν χρειάζεται να πούμε ότι ο "ιδιοκτήτης", είτε είναι πρόσωπο, είτε

-πιο συχνά- εταιρεία, προέρχεται από την κυρίαρχη τάξη. Είναι λοιπόν κάποιος που διαθέτει εξουσία. Τα Μ.Μ.Ε. χαρακτηρίστηκαν σαν "τέταρτη εξουσία" γιατί πολλές φορές επηρεάζουν και κατευθύνουν τις άλλες τρεις, την νομοθετική, δικαστική και κυρίως την εκτελεστική-κυβερνητική εξουσία.

Ας ξεκινήσουμε με τον όρο "επικοινωνία", που χρησιμοποιείται τόσο στην καθημερινή γλώσσα όσο και στην επιστημονική προσέγγιση. Ετυμολογικά "επικοινωνώ" σημαίνει "το έρχεσθαι εις κοινωνίαν". Η επικοινωνία στη βασική της μορφή είναι το πέρασμα από το άτομο στο σύνολο, η προϋπόθεση κάθε κοινωνικής ζωής. Πρόκειται για μια βασική διαδικασία της κοινωνικοποίησης του ατόμου. Η επικοινωνία χαρακτηρίζεται από την ανταλλαγή εννοιολογικών μηνυμάτων ανάμεσα στους ανθρώπους. Στο άρθρο του "η σημασία της επικοινωνίας" ο CHARLES COOLEY (κούλεϊ) (1909) σημειώνει: "χωρίς την επικοινωνία ο νους δεν αναπτύσσει την πραγματική του ανθρώπινη φύση, αλλά παραμένει σε μια μη ομαλή και απροσδιόριστη κατάσταση, ούτε ανθρώπινη ούτε ακριβώς ζωώδη." Σαν παράδειγμα αναφέρεται στη πολύ συγκινητική περίπτωση της Έλεν Κέλλερ, η οποία . . ." αποκόπηκε από τις χαρούμενες συνήθειες των ανθρώπων σε ηλικία δεκαεφτά μηνών, όταν έχασε την όραση και την ακοή της, και δεν ξανασυνδέθηκε παρά μόνο όταν ήταν επτά χρονών. Παρόλο που ο νους της δεν ήταν εντελώς απομονωμένος όλο αυτό το διάστημα, αφού συγκράτησε τη χρήση αρκετών σημάτων που είχε μάθει στη βρεφική της ηλικία, οι παρορμήσεις της ήταν ανεξέλεγκτες και η σκέψη της τόσο ασύνδετη που δεν θυμόταν τι είχε συμβεί στα επτά πρώτα χρόνια της ζωής της".

Ο ROBERT PARK (Ρόμπερτ Παρκ) (1938) στο άρθρο του "σκέψεις για την επικοινωνία και την κουλτούρα" δίνει έναν πιο

ολοκληρωμένο ορισμό της επικοινωνίας : " η επικοινωνία είναι μια μορφή αλληλεπίδρασης που συμβαίνει μεταξύ ατόμων που έχουν ένα Εγώ ". Ο Παρκ λοιπόν ξεκινάει από την αρχή ότι επικοινωνία δεν είναι ανταλλαγή ερεθισμάτων και σημάτων αλλά αλληλόδραση, δηλαδή διαδικασία έκφρασης και ερμηνείας ερεθισμάτων. Την απλή ανταλλαγή σημάτων την ονομάζει " συνομιλία ". Η συνομιλία κατά τον Παρκ δεν ταυτίζεται με την επικοινωνία, γιατί, η δεύτερη βασίζεται στη " συμπάθεια " και τη " μίμηση " !

Ιγ) Οι τρεις βασικοί παράγοντες στην επικοινωνία.

Η επικοινωνία ορίζεται σαν αντίδραση σε κάποιο ερέθισμα. Για να πραγματοποιηθεί πρέπει ένας ΠΟΜΠΟΣ να στείλει ΜΗΝΥΜΑ σε κάποιον ΔΕΚΤΗ. Απαραίτητη προϋπόθεση μιας επικοινωνίας είναι η ταυτόχρονη παρουσία των τριών βασικών παραγόντων, του πομπού, του μηνύματος και του δέκτη.

ΠΟΜΠΟΣ : Η επικοινωνία είναι μία διαδικασία διαπροσωπική. Στην περίπτωση λοιπόν της απλής καθημερινής επικοινωνίας ο πομπός δεν μπορεί παρά να είναι ο άνθρωπος που επικοινωνεί με άλλους ανθρώπους. Όπως ήδη αναφέρθηκε απαραίτητη προϋπόθεση της επικοινωνίας είναι τα άτομα που επικοινωνούν να έχουν ένα Εγώ. Όμως και όντα λιγότερο εκφραστικά από τους ανθρώπους " επικοινωνούν ", έστω και αν η επικοινωνία τους έχει κατώτερη ποιότητα από τη δική μας. Θα έχετε παρατηρήσει τον τρόπο που πλησιάζονται δύο σκύλοι που δεν γνωρίζονται. Αυτά τα σκυλιά καταλαβαίνουν το ένα το άλλο αν και δεν μιλούν. Αυτό δεν είναι απλά αλληλοερεθισμός, είναι επικοινωνία.

Ο HAROLD LASSWELL (Χαρόλντ Λασγουελ) -1948- στο άρθρο του "η δομή και η λειτουργία της επικοινωνίας" συνοφίζει το πεδίο και τις κατηγορίες της επιστημονικής έρευνας για την πράξη της

επικοινωνίας σε μια διάσημη φόρμα

Ποιός

Λέει τι

Από ποιό μέσο

Σε ποιόν;

Με τι αποτέλεσμα;

Στη μαζική επικοινωνία, στο σύγχρονο αυτό είδος επικοινωνίας που απευθύνεται σε όσο περισσότερους ανθρώπους γίνεται, ο πομπός δεν ταυτίζεται με το " ποιός " αλλά με το " από ποιό μέσο " . Σε μια ανθρώπινη επικοινωνία ο πομπός είναι άνθρωπος και όχι μέσο.

ΔΕΚΤΗΣ : Είναι αυτός που δέχεται το μήνυμα του πομπού. Παρουσιάζει τις ίδιες ιδιότητες με αυτόν. Ο δέκτης χαρακτηρίζεται από την ικανότητα να αποκωδικοποιεί σωστά το μήνυμα. Σε μια ανθρώπινη επικοινωνία δέκτης είναι ένας άλλος άνθρωπος ή μια μικρή ομάδα ανθρώπων που παρακολουθεί αυτόν που μιλάει. Η διαπροσωπική επικοινωνία πομπού-δέκτη βασίζεται στο φαινόμενο της "συμπάθειας" και της "μίμησης" όπως αναφέρει ο PARK (1972). Αντίθετα στις μαζικές επικοινωνίες δέκτης είναι η μάζα, ένα μεγάλο, ετερογενές και ανώνυμο κοινό. Οι ανάγκες αυτών των ανθρώπων είναι διαφορετικές γιατί έχουν διαφορετικό διανοητικό επίπεδο, διαφορετικούς στόχους και προσανατολισμούς. Κάθε δέκτης πρέπει να είναι μια ατομικότητα, ένα Εγώ με τα δικά του σύνορα.

Η φύση και η εξουσία των μαζικών επικοινωνιών μεταμορφώνουν τον δέκτη από άτομο σε καταναλωτή δημιουργώντας του κοινές ανάγκες και κοινή παιδεία. Αυτή η εξουσία των " παραγωγών " δηλαδή αυτών που κυριαρχούν στα Μ.Μ.Ε. είναι η εξουσία που ο Μαρξ ορίζει σαν εξουσία της κυρίαρχης τάξης. Οι παραγωγοί λοιπόν των Μ.Μ.Ε., είτε σαν μεμονωμένα πρόσωπα, είτε σαν παράγον-

τες πολυεθνικών εταιριών ανήκουν στην άρχουσα τάξη.

Αντίθετα οι δέκτες προέρχονται από όλες τις τάξεις π.χ. ο ιδιοκτήτης μιας εφημερίδας βλέπει κι αυτός τηλεόραση.

ΜΗΝΥΜΑ : Σύμφωνα με τον Σταύρο Κάστορα (1990) στο βιβλίο του " Οπτικοακουστικά μέσα μαζικής επικοινωνίας " σαν μήνυμα ορίζεται η συμβολική μορφή που διαλέγει ο πομπός για να στείλει στον δέκτη μια συγκεκριμένη ή κάποια γενικότερη έννοια. Το μήνυμα διακρίνεται από τη μορφή, το περιεχόμενο και το μέσο που θα το μεταβιβάσει. Η διαφορά του μηνύματος από ένα απλό περιβαντολλογικό ερέθισμα βρίσκεται στο γεγονός ότι το περιεχόμενο και η μορφή έχουν επιλεγεί συνειδητά από εκείνον που στέλνει το μήνυμα.

Δύο βασικές μορφές του μηνύματος, που χαρακτηρίζουν και την επικοινωνία είναι ο προφορικός και ο γραπτός λόγος. Ο προφορικός λόγος είναι η βασική κατάκτηση του ανθρώπινου είδους. Χάρη σε αυτόν η ανθρώπινη επικοινωνία εξελίχθηκε διαφορετικά. Έβγαλε τον άνθρωπο από την πρωτόγονη κατάσταση και τον οδήγησε στην κατάσταση της φυλής, και αργότερα της κοινότητας και του κράτους. Παραμένει ο θεμελιώδης τρόπος επικοινωνίας, ο οποίος εκτός από την καθημερινή ανθρώπινη επικοινωνία-συνομιλία, χρησιμοποιείται κι από τα σύγχρονα Μ.Μ.Ε. , με την ευρύτερη διάδοση, το ραδιόφωνο και την τηλεόραση.

Το πέρασμα από τον προφορικό στον γραπτό λόγο σηματοδοτεί το πέρασμα της ανθρωπότητας από την προϊστορική στην ιστορική της περίοδο. Ο άνθρωπος με την γραφή έχει την δυνατότητα να δώσει μία καινούργια μορφή στα μηνύματα της επικοινωνίας του. Η ανακάλυψη της τυπογραφίας οδηγεί σε καινούργιους δρόμους την ανθρώπινη επικοινωνία: την κάνει μαζική και της προσφέρει δύο μεγάλης σπουδαιότητας Μ.Μ.Ε., το βιβλίο και

την εφημερίδα.

2) ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΕ "ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ" ΚΑΙ "ΜΗΧΑΝΙΚΗ"

Μέσω της επικοινωνίας πετυχαίνουμε την ανώτερη αναπτυξή μας. Τα πρόσωπα και η ομιλία των συντρόφων μας, τα βιβλία τα γράμματα, οι τέχνες και όλα τα συναφή δίνουν το ερέθισμα και το πλαίσιο για όλη μας την εξέλιξη, ξυπνώντας τη σκέψη και το συναίσθημα.

Σύμφωνα με την άποψη του επικοινωνιολόγου Σταύρου Κάστορα (1990), που αναφέρεται στο βιβλίο του " Οπτικοακουστικά Μ.Μ.Ε. " η ανθρώπινη επικοινωνία βρίσκεται σε διαρκή αλληλεξάρτηση με το περιβάλλον και σχηματίζει ένα " ανοικτό σύστημα επικοινωνίας" που κάνει αδύνατο τον έλεγχο της ανθρώπινης συμπεριφοράς.

Η " μηχανική" ή " μαζική " είναι το είδος της επικοινωνίας που χρησιμοποιεί τεχνικές και μέσα του ανθρώπινου πολιτισμού σαν πηγές μηνυμάτων. Η μαζική επικοινωνία είναι αυτή που επιτυγχάνεται χάρη στα μέσα μαζικής επικοινωνίας.

2α) Ιστορική εξέλιξη της επικοινωνίας.

Ο RIESMAN (Ρήσμαν) -1964- διακρίνει τρεις εποχές στην κοινωνική ζωή του ανθρώπου.

1) Την παραδοσιακή κοινωνία της φυλής. Διαμορφώθηκε με την χρησιμοποίηση του προφορικού λόγου και στηρίχθηκε σε αυτόν. Ιστορικά ταυτίζεται με αυτό που ονομάζουμε "προϊστορική περίοδο".

2) Την κοινωνία που την διαδέχτηκε όταν ανακαλύφθηκε η γραφή. Η κοινωνία της γραφής ιστορικά ταυτίζεται με το πέρα-

σμα στους "ιστορικούς χρόνους" της ανθρωπότητας. Η συνέπεια της γραφής του πρώτου κώδικα μαζικής επικοινωνίας εξελίσσεται ραγδαία χάρη στο ιστορικό γεγονός της ανακάλυψης της τυπογραφίας. Η τυπογραφία εξελίσει την ανθρωπότητα δημιουργώντας τα πρώτα μέσα μαζικής επικοινωνίας, (βιβλίο, εφημερίδα).

3) Η ανάπτυξη της τεχνολογίας οδηγεί την κοινωνία των ανθρώπων στη σύγχρονη μορφή της αλλάζοντας τα συστήματα επικοινωνίας και ανακαλύπτοντας νέα ηλεκτρονικά μέσα μαζικής επικοινωνίας. Τέτοια μέσα είναι, με χρονολογική σειρά ανακάλυψης, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής.

Μ Ε Ρ Ο Σ 2

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1) ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ως εδώ έχουμε ορίσει την μαζική επικοινωνία σαν ένα τρόπο επικοινωνίας που χρησιμοποιεί τεχνικές του ανθρώπινου πολιτισμού, και που τα μηνύματά της έχουν αποδέκτη ένα όσο γίνεται μεγαλύτερο αριθμό ατόμων.

Θεωρίες για την μαζική επικοινωνία έχουν αναπτυχθεί σε διάφορους επιστημονικούς κλάδους, όπως η κοινωνιολογία, ψυχολογία, η επικοινωνιολογία, η οικονομία, η ηλεκτρονική.

Ας δούμε μερικές θεωρίες της μαζικής επικοινωνίας από το βιβλίο του Σταύρου Κάστορα (1990) "Οπτικοακουστικά μέσα μαζικής επικοινωνίας".

α) θεωρία της ευχάριστης απασχόλησης.

Αυτή η θεωρία εμφανίστηκε στον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο και η επίδρασή της κράτησε μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του τριάντα. Είδε τα Μ.Μ.Ε. περισσότερο σαν μια ευχάριστη απασχόληση των ανθρώπων. Σήμερα θεωρείται ξεπερασμένη γιατί δεν μπορεί να εξηγήσει τα καινούργια δεδομένα της μαζικής Επικοινωνίας.

β) Η δημοσιογραφική θεωρία.

Εμφανίστηκε λίγο αργότερα στη δεκαετία του τριάντα. Δημιουργήθηκε εξαιτίας της σύγκρουσης των εκδοτών των εφημερίδων με τους πρώτους σταθμούς του ραδιοφώνου, για το δικαί-

ωμα του ραδιοφώνου να μεταδίδει κι αυτό δελτία ειδήσεων. Ο κύριος λόγος της σύγκρουσης ήταν βέβαια οικονομικός και κοινωνικός. Το δικαίωμα να χρησιμοποιείται και το ραδιόφωνο για τη μετάδοση ειδήσεων αναγνωρίστηκε από το δικαστήριο.

γ) Η θεωρία της κοινωνικής μεταρρύθμισης.

Αυτή η θεωρία εξαιτίας της πλατιάς κοινωνικής επίδρασης των Μ.Μ.Ε. ασχολήθηκε κυρίως με την δυνατότητα "κατευθυνόμενου" επηρεασμού της κοινής γνώμης, με σκοπό την πραγματοποίηση μιας σειράς κοινωνικών στόχων και ιδανικών. Έγινε αποδεκτή από αρκετούς και εφαρμόστηκε με ποικίλες παραλλαγές σε διάφορες χώρες, ιδιαίτερα στις σοσιαλιστικές.

δ) θεωρία της επέκτασης των αισθήσεων.

Διατυπώθηκε από το γνωστό κριτικό καθηγητή Μάρσαλ Μακ Λούαν (1967). Θεωρείται περισσότερο σαν μια σειρά από ανοργάνωτες μεταξύ τους παρατηρήσεις, παρά σαν ένα ολοκληρωμένο φιλοσοφικό σύστημα. Συζητήθηκε όσο καμμία άλλη θεωρία επικοινωνίας.

Πλάτυνε τους ορισμούς τόσο της ίδιας της επικοινωνίας όσο και της τέχνης. Η σύγχρονη διαφήμιση ερμηνεύτηκε από τον Μακ Λούαν σαν μια από τις πιο "ύπουλες και απατηλές επιδράσεις στην κοινωνία". Με την περίφημη φράση του "Το μέσο είναι το μήνυμα" το βάρος της επικοινωνίας πέρασε από το περιεχόμενο του μηνύματος της επικοινωνίας στο μέσο που το μεταδίδει. Οτιδήποτε επεκτείνει τις αισθήσεις του ανθρώπου γίνεται μέσο επικοινωνίας.

ε) θεωρία του παιχνιδιού.

Εδώ γίνεται διάκριση μεταξύ δουλειάς-παιχνιδιού. Διατυπώθηκε από τον Στέφενσον. Η θεωρία αυτή είναι περισσότερο ε-

μπειρική παρά τυπική. Δεν εξηγεί όμως ικανοποιητικά τη συναισθηματική συμμετοχή του κοινού στα Μ.Μ.Ε. και τον πολιτιστικό ρόλο των μέσων αυτών.

στ) θεωρία της αντανάκλασης-προβολής.

Σύμφωνα με το βιβλίο του Κάστορα Στ. (1990) όλα τα Μ.Μ.Ε. ελέγχονται σε τελευταία ανάλυση από το κοινό αφού χάνουν το κύρος τους αν γίνουν πολύ προσβλητικά ή χωρίς ενδιαφέρον. Κάθε άτομο προσηλώνεται στα μέσα μαζικής επικοινωνίας γιατί επηρεάζεται από αυτά που του δείχνουν ή του λένε. Έτσι αντιδρά έντονα συναισθηματικά όταν οι εικόνες ή οι ήχοι που του στέλνουν δεν τον ικανοποιούν. Σαν αποτέλεσμα έχουμε ότι όσο πλατύτερο κοινό προσπαθεί να ικανοποιεί η τηλεδραση, τόσο απομακρύνεται από την κοινωνική ομάδα των διανοούμενων. Οι τελευταίοι τότε γίνονται αυστηροί κριτές και επικριτές της.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι αυτή η θεωρία είναι η πιο ολοκληρωμένη αν και ποτέ καμία θεωρία δεν διατυπώθηκε για να μην αναιρεθεί από κάποια καινούργια.

Πολλοί επιστήμονες ασχολήθηκαν με την θεωρητική αλλά και την πειραματική έρευνα των Μ.Μ.Ε. Πολλοί από αυτούς έφτασαν σε σημαντικά συμπεράσματα, που αν και δεν έχουν την ολοκληρωμένη στήριξη που απαιτεί μία "θεωρία", μας βοηθούν να καταλάβουμε περισσότερα πράγματα για το φαινόμενο της μαζικής επικοινωνίας και τα χαρακτηριστικά του.

Ο καθηγητής GERHARD MALETZKE (1991) στο βιβλίο του -"θεωρίες της Μαζικής Επικοινωνίας" εξετάζει τη μαζική επικοινωνία σαν ένα "κοινωνικό υποσύστημα". Το ερευνητικό πλαίσιο που εξετάζει το κοινωνικό υποσύστημα της μαζικής επικοινωνίας το δανείζεται από την σύγχρονη συστημική θεωρία. Σε αυτήν η έννοια του συστήματος υποδηλώνεται με ένα περίπλοκο πεδίο

αμοιβαίων σχέσεων μεταξύ τμημάτων του συστήματος.

Το υποσύστημα " μαζική επικοινωνία " αναπτύσσει πολύμορφες αμοιβαίες σχέσεις τόσο με τα άλλα υποσυστήματα (π.χ. πολιτική, οικονομία, κουλτούρα) του κοινωνικού περιβάλλοντος, όσο και με τις μεμονωμένες οργανώσεις μαζικής επικοινωνίας (π.χ. διαφορά τηλεοπτικά κανάλια, ραδιοφωνικοί σταθμοί κ.λ.π.)

Ο Κάτζ (1957) στο άρθρο του " Οι δύο βαθμίδες στη ροή της επικοινωνίας", ξεκινά από μια κριτική αξιολόγηση της άποψης πως τα μαζικά μέσα είναι παντοδύναμα και ασκούν άμεση επιρροή στο κοινό. Διερεύνησε την υπόθεση σύμφωνα με την οποία η επιρροή των μαζικών μέσων στον πληθυσμό διαμεσολαβείται από " καθοδηγητές γνώμης" . Οι καθοδηγητές γνώμης δεν ανήκουν σε ψηλότερα κοινωνικά στρώματα αλλά προέρχονται από τις ίδιες κοινωνικές ομάδες με τους " επηρεαζόμενους," δηλαδή το κοινό που έχουν αναλάβει να επηρεάσουν. Οι καθοδηγητές οφείλουν την επιρροή τους σε θέσεις κλειδιά για τη λειτουργικότητα του κοινωνικού συστήματος στο όποιο βρίσκονται.

Στη " ροή των δύο βαθμίδων της επικοινωνίας " οι επιρροές των Μ.Μ.Ε. φτάνουν πρώτα στους καθοδηγητές γνώμης. Αυτοί με τη σειρά τους μεταδίδουν αυτά που διάβασαν ή άκουσαν στο άμεσο κοινωνικό τους περιβάλλον, στους συντρόφους τους που ασκούν επάνω τους μια επιρροή, και στο κοινό χάρη στα Μ.Μ. που συνήθως έχουν πρόσβαση. Η υπόθεση της " ροής των δύο βαθμίδων " ξεκίνησε από τις μελέτες που έκανε ο Κατζ (1957) στον τομέα της εφαρμοσμένης κοινωνικής έρευνας του πανεπιστημίου COLUMBIA. Απασχόλησε πολλούς ερευνητές και, όπως σημειώνει ο Κάτζ στη διδακτορική του διατριβή " Μελέτες για την ροή της επιρροής ", η υπόθεση προκάλεσε ενδιαφέρον. Οι συνέπειές της φάνηκαν συναρπαστικές στους ίδιους τους ερευνητές.

Πίστευαν ότι ήταν απόδειξη υγείας, το γεγονός ότι οι άνθρωποι εξακολουθούσαν να πείθονται πιο αποτελεσματικά από άλλους ανθρώπους, και ότι η επιρροή των Μ.Μ.Ε. ήταν λιγότερο αυτόματα και ισχυρή από ότι είχε υποθεθεί.

Στην ελληνική βιβλιογραφία ο όρος έχει αποδοθεί επίσης σαν " διφασική ροή " της επικοινωνίας στο βιβλίο " Κοινωνιολογία των Μ.Μ.Ε." της Σεραφετινίδου (1987) και " ροή δύο βημάτων) στη "θεωρία της Σημειωτικής" του Ουμπέρτο Έκο (1989) .

2) ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

2α) Τι ορίζουμε σαν μέσο μαζικής επικοινωνίας

Κάθε μέσο μαζικής επικοινωνίας είναι αποτέλεσμα τεχνικής ή τεχνολογίας του ανθρώπινου πολιτισμού. Οι περισσότερες μελέτες που αναφέρονται στην κοινωνιολογία της επικοινωνίας εντάσσουν στα μέσα μαζικής επικοινωνίας το σύνολο των συστημάτων μετάδοσης που προήλθαν από σύγχρονες ή παλαιότερες τεχνικές και μεταδίδουν σε ένα μεγάλο αριθμό ατόμων μηνύματα σχεδιασμένα " για τη μάζα " .

2β) Ιστορική αναδρομή και ταξινόμηση των Μ.Μ.Ε.

Τα Μ.Μ.Ε. μπορούν να ταξινομηθούν με βάση τη χρονολογική τους καταγωγή και την ανάλογη τεχνική από την οποία προέρχονται. Έτσι διαχωρίζονται σε " παλιά μαζικά μέσα " (βιβλίο , εφημερίδα) και σε σύγχρονα (ραδιοφωνο, τηλεόραση, ηλεκτρονικός υπολογιστής).

Α' Τα παλαιά μαζικά μέσα

Χρησιμοποιούν τον γραπτό λόγο σαν κώδικα επικοινωνίας.

Στις πρώτες τους μορφές εμφανίστηκαν με τη διάδοση της γραφής. Τη διάδοσή τους την οφείλουν στην πιο σημαντική ανακάλυψη για την ιστορία της επικοινωνίας, που είναι η ανακάλυψη και τελειοποίηση της τυπογραφίας.

Ο γραπτός λόγος, ανακάλυψη του ιστορικού ανθρώπου, είναι ένας κώδικας επικοινωνίας που το μήνυμά του δεν μπορεί να αμφισβητηθεί από τους δέκτες. Ένα γραπτό μήνυμα μπορεί να έχει χρονική διάρκεια και να περνάει από γενιά σε γενιά.

Σαν πρωτόγονα μέσα μαζικής επικοινωνίας θεωρούνται και οι πήλινες ή μαρμάρινες πλάκες που πάνω στους χαρασσόνταν διάφορα μηνύματα. Οι νομικοί κώδικες του βασιλιά Χαμουραμπί, που βρέθηκαν στη Βαβυλωνία, είναι το πρώτο νομοθετικό σύστημα του κόσμου. Στην αρχαία Ελλάδα σημαντικά γεγονότα γράφονταν σε μαρμάρινες πλάκες που στήνονταν στο σημείο που συνέβησαν.

Το βιβλίο είναι ένα από τα πιο διαδεδομένα μέσα μαζικής επικοινωνίας και καταγραφής του ανθρώπινου πολιτισμού και της πορείας του. Το βιβλίο προϋπήρχε της τυπογραφίας. Είτε σε περγαμηνές, είτε σε πλάκες μερικά σημαντικά λογοτεχνικά, ιστορικά, θρησκευτικά έργα της αρχαιότητας διασώθηκαν.

Ο ρόλος που παίζει αυτό το Μ.Μ.Ε. στη σύγχρονη κοινωνία οφείλεται στην τυπογραφία και στη διαρκή της εξέλιξη. Η εφημερίδα, που είναι το κατεξοχήν μέσο μετάδοσης επίκαιρων μηνυμάτων, οφείλει τη γέννησή της στην τυπογραφία.

Β' Τα σύγχρονα μαζικά μέσα.

Δημιουργήθηκαν από την εξέλιξη της τεχνικής και έχουν χαρακτήρα οπτικοακουστικό. Σε αυτό διαφέρουν από τα παλαιότερα. Οι νέες τεχνικές της ηλεκτρονικής μετάδοσης δημιούργησαν αυτά τα σύγχρονα Μ.Μ.Ε. που αλλάζουν τη μορφή του ανθρώπινου πολιτισμού και που οι δυνατότητές τους, παρ'όλη την ε-

νασχόληση των επιστημών, δεν έχουν διερευνηθεί εντελώς.

2γ) Διαφορές και ομοιότητες σύγχρονων και παλαιότερων Μ.Μ.Ε.

Ομοιότητες

Όπως παρατηρεί ο Χανς Μάγκνους Εντσενσμπέργκερ (1981), στο δοκίμιό του " Για μια θεωρία των μέσων επικοινωνίας " :
"Κάθε χρήση των μέσων επικοινωνίας προϋποθέτει την χειραγώγησή τους ! Την " χειραγώγηση " ο συγγραφέας την ορίζει σαν "συνειδητή τεχνική επέμβαση σε ένα δοσμένο υλικό ... και μάλιστα όταν πρόκειται για μια επέμβαση σχετική με την κοινωνία τότε η χειραγώγηση είναι πολιτική πράξη "

Χειραγώγηση υφίστανται όλα τα Μ.Μ.Ε.

Το βιβλίο χειραγωγείται από αυτόν που αποφασίζει ή όχι την εκδόσή του, το ίδιο και η εφημερίδα. Το περιεχόμενο και η κατευθυντική της ιδεολογία χειραγωγούνται από τον αρχισυντάκτη και τον διευθυντή.

Δεν υπάρχει αχειραγώγητη εκπομπή στην τηλεόραση, κινηματογραφικό φιλμ ή δελτίο ειδήσεων.

Μια ομοιότητα λοιπόν που χαρακτηρίζει όλα τα Μ.Μ.Ε., παλιά και σύγχρονα, είναι η " χειραγώγησή " τους από τους " ιδιοκτήτες " .

Έξοχο στα παλιά όσο και στα σύγχρονα μαζικά μέσα υπάρχει τεχνική διαφοροποίηση ανάμεσα στον πομπό και στον δέκτη. Η διαφοροποίηση αυτή αντιστοιχεί στην κοινωνική διαφορά ανάμεσα στον " παραγωγό-πομπό " και στον " δέκτη-καταναλωτή " .

Διαφορές.

Τα νέα μέσα επικοινωνίας δημιουργούν δυνατότητες για να συμμετέχουν όλοι οι άνθρωποι στη διάδοση των μηνυμάτων τους. Είναι λοιπόν οι δημιουργοί της μαζικής κουλτούρας που αβρουν

τα μορφωτικά προνόμια της άρχουσας τάξης.

Αντίθετα στα παλιά μέσα μαζικής επικοινωνίας, όπως το βιβλίο, ο ταξικός τους χαρακτήρας είναι εμφανής και ο "δέκτης" είναι πολύ περισσότερο "ιδιοκτήτης" του βιβλίου από ότι είναι "ιδιοκτήτης" ενός τηλεοπτικού προγράμματος.

Τα νέα Μ.Μ.Ε. είναι προσανατολισμένα στη δράση και όχι στη σκέψη, στη στιγμή κι όχι στην παράδοση. Αντίθετα τα παλιά Μ.Μ.Ε. είναι φορείς αυτής της παράδοσης, όπως το βιβλίο που είναι ο μεταφορέας της παράδοσης και των γνώσεων του ανθρώπινου πολιτισμού στις νεότερες γενιές.

2δ) Συνοπτική παρουσίαση των βασικών Μ.Μ.Ε.

Α' Β Ι Β Λ Ι Ο

Η κατασκευή του βιβλίου έχει γίνει βιομηχανικό γεγονός που υπόκειται σε όλους τους κανόνες παραγωγής και κατανάλωσης. Από αυτό το γεγονός πηγάζει μια σειρά αρνητικών φαινομένων όπως η παραγωγή κατά παραγγελία, η τεχνητά προκαλούμενη κατανάλωση, η συντήρηση του εμπορίου με τη δημιουργία πλαστών αξιών μέσω της διαφήμισης. Όμως αυτό που διαχωρίζει την εκδοτική βιομηχανία από τις άλλες είναι η συμμετοχή διανοομένων σ' αυτή. Πρωταρχικός σκοπός των διανοομένων δεν είναι η παραγωγή ενός βιβλίου για να πουληθεί, αλλά η παραγωγή αξιών για τη διάσωση των οποίων το καλύτερο όργανο φαίνεται να είναι το βιβλίο.

Αυτό σημαίνει ότι δίπλα στους "παραγωγούς αντικειμένων πολιτιστικής κατανάλωσης" δρουν και "παραγωγοί παιδείας" που χρησιμοποιούν το σύστημα της βιομηχανίας του βιβλίου για να προωθήσουν μορφωτικές και ανθρωπιστικές αξίες.

Β' ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ - ΤΥΠΟΣ

Ιστορία της εφημερίδας.

Σύμφωνα με τον JURGEN HABERMAS (Γιούργκεν Χάμπερμας) (1962) στο άρθρο του " Πολιτική λειτουργία της δημοσιότητας " : " Η βιοτεχνία εφημερίδων, η οποία προήλθε από το σύστημα ιδιωτικών ανταποκρίσεων για μεγάλο διάστημα ζούσε στη σκιά του. Στην αρχή ήταν οργανωμένη με τη μορφή μικρών χειροτεχνικών μονάδων ... Το ενδιαφέρον του εκδότη γι' αυτή ήταν καθαρά εμπορικό. Η δραστηριότητά του περιοριζόταν στην οργάνωση της κυκλοφορίας των ειδήσεων και του ελέγχου της ορθής εκτύπωσής τους... Στο οικονομικό συμφέρον προστέθηκε ένα νέο στοιχείο, καθώς ο ειδησεογραφικός τύπος εξελισσόταν σε τύπο γνώμης και η " συγγραφική δημοσιογραφία" ανταγωνιζόταν την " ειδησεογραφία" .

Ο Χάμπερμας (1962) αναφέρεται στην πορεία της εξέλιξης του Τύπου στο ίδιο άρθρο λέγοντας ότι : " Οι εφημερίδες από ιδρύματα δημοσίευσης ειδήσεων έγιναν επίσης φορείς και καθοδηγητές της κοινής γνώμης". Αυτή η δεύτερη φάση ονομάζεται "συγγραφική δημοσιογραφία". Ο κερδοσκοπικός χαρακτήρας αυτών των επιχειρήσεων άρχισε να παραγκωνίζεται, συχνότατα παραμελήθηκε κάθε κανόνας αποδοτικότητας, και αυτές οι επιχειρήσεις δούλευαν εξ αρχής με ζημιές.

Στην Αγγλία και τα περιοδικά " παιδαγωγικής φύσης " ήταν συχνά " χόμπι της αριστοκρατικής τάξης".

Η σχέση μεταξύ ιδιοκτήτη-εκδότη δεν ήταν απλώς υπαλληλική σχέση εργασίας στα τέλη του 18ου αιώνα. Ο συντάκτης ήταν και συμμετοχος στα κέρδη. Οι εκδότες διασφάλιζαν στον τύπο την οικονομική του βάση χωρίς ωστόσο να τον εμπορικοποιούν.

Η μεγέθυνση και τελειοποίηση της τυπογραφίας με τη βοήθεια της τεχνολογίας που ακολούθησε τη βιομηχανική επανάσταση απαι-

τούσε από τους εκδότες μεγαλύτερο χρηματικό ρίσκο και την συμμόρφωσή τους στους κανόνες της οικονομίας. Η εφημερίδα έχει εξελιχθεί σε καπιταλιστική επιχείρηση που υπακούει στους νόμους του κέρδους και του οικονομικού συμφέροντος και χειραγωγείται από τους νόμους της αγοράς.

Ο κοινωνικός ρόλος της εφημερίδας.

Ο Κούλεϊ (1909) στο άρθρο του " Η σημασία της επικοινωνίας" εξετάζει το ρόλο του Τύπου στην διαμόρφωση της σκέψης και των απόψεων μιας κοινότητας, στη συγκεκριμένη περίπτωση των U.S.A.

Στις Ηνωμένες Πολιτείες κατά το τέλος του 18ου αιώνα η "κοινή συνείδηση" περιοριζόταν σε μικρούς τόπους. Τα Ταξίδια ήταν δύσκολα και οι ειδήσεις δεν κυκλοφορούσαν. Οι εφημερίδες, που ήταν εβδομαδιαίες, κυκλοφορούσαν μόνο στις μεγαλύτερες πόλεις και δεν περιείχαν αυτό που σήμερα ονομάζουμε "ειδήσεις". Σήμερα οι άνθρωποι γνωρίζουν καλύτερα τι γίνεται στην Κίνα, από όσο ήξεραν τότε τί γίνεται εκατό μίλια μακριά.

Η εφημερίδα, στη σύγχρονη μορφή της, παίζει τον ρόλο ενός δελτίου με σημαντικές ειδήσεις και ενός μέσου για ανταλλαγή ιδεών, με τη δημοσίευση συνεντεύξεων, επιστολών, λόγων και σχολίων της σύνταξης. Όμως το μεγαλύτερο μέρος της ύλης μπορεί να θεωρηθεί σαν " οργανωμένο κουτσομπολιό". Το κουτσομπολιό που παλιά ο κόσμος έκανε μιλώντας με το γείτονα σήμερα έχει αποκτήσει το κύρος του εντύπου λόγου.

Το ότι ένα μεγάλο μέρος του περιεχομένου της εφημερίδας ανήκει στην κατηγορία του κουτσομπολιού μπορούμε να το διαπιστώσουμε αν παρατηρήσουμε τα τρία χαρακτηριστικά τα οποία μαζί φαίνονται να φτιάχνουν έναν επαρκή ορισμό αυτής της λέξης:

α) Το κουτσομπολιό πρέπει να είναι άφθονο και σχεδιασμένο να απασχολεί το νου χωρίς να το κουράζει.

β) Πρέπει να ασχολείται κυρίως με προσωπικότητες.

γ) Είναι συνήθως αναξιόπιστο με εξαίρεση ορισμένα γεγονότα που διαδραματίζονται μπροστά στα μάτια του αναγνωστικού κοινού, π.χ. δημοσίευση φωτογραφιών.

Αυτή η επέκταση του κουτσομπολιού στην Εφημερίδα έχει τις καλές και κακές πλευρές της. Στην καλή πλευρά ανήκει το γεγονός ότι προωθεί μια διευρημένη κοινωνικότητα και αίσθηση κοινότητας. Ξέρουμε ότι οι άνθρωποι, σε όλη τη χώρα γελάνε με τα ίδια αστεία ή συναρπάζονται με τον ίδιο ποδοσφαιρικό αγώνα. Από την άλλη πλευρά όμως η διάδοση κουτσομπολιού μέσα από ένα σοβαρό Μ.Μ.Ε., όπως είναι η εφημερίδα, καλλιεργεί την επιπολαιότητα και την κοινοτυπία σε κάθε τομέα της σκέψης και του συναισθήματος και είναι το αντίθετο της λογοτεχνίας και κάθε πνευματικού επιτεύγματος.

Εφημερίδα - Ειδησεογραφία : Η εξελικτική τους πορεία.

Η σύγχρονη μεγάλη αύξηση της προσφοράς και της ζήτησης ειδήσεων εμφανίστηκε στις αρχές του 19ου αιώνα. Μέχρι τότε οι εφημερίδες κάλυπταν συνήθως τις στήλες τους με άτονες περιγραφές και μπαγιατίτικες αναδημοσιεύσεις θεμάτων που είχαν πρωτοδημοσιευθεί αλλού στη χώρα ή στο εξωτερικό. Οι περισσότερες εφημερίδες ήταν κυρίως ένα πρόσχημα για την υιοθέτηση μιας πολιτικής άποψης, την καταγραφή των αφίξεων και των αναχωρήσεων των πλοίων, την προβολή ανακοινώσεων και την προσφορά χρήσιμων συμβουλών.

Σύμφωνα με τον DANIEL BOORSTIN (Ντάνιελ Μπούρστιν)(1964) στο άρθρο του " Από τη συλλογή στην κατασκευή των ειδήσεων. ":
"Πριν από ενάμιση αιώνα, οι εφημερίδες άρχισαν να δημοσιεύουν

ενημερωμένες αναφορές σε θέματα δημόσιου ενδιαφέροντος που ήταν γραμμένες από αυτόπτες μάρτυρες ή επαγγελματίες δημοσιογράφους. Ο τηλεγράφος τελειοποιήθηκε και άρχισε να χρησιμοποιείται στην ειδησεογραφία στις δεκαετίες του 1830 και 1840. Το προεδρικό μήνυμα του Πολκ ήταν το πρώτο που μεταδόθηκε τηλεγραφικά το 1846. Με την ίδρυση του ASSOCIATED PRESS το 1848 οι ειδήσεις άρχισαν να αποτελούν εμπορεύσιμο αγαθό. Έπειτα με την εμφάνιση του περιστρεφόμενου πιεστηρίου, που μπορούσε να τυπώνει και από τις δύο πλευρές του χαρτιού μειώθηκε το κόστος της έκδοσης. Το υψηλής ταχύτητας πιεστήριο που εγκατέστησε η NEW YORK TRIBUNE το 1870, μπορούσε να τυπώνει 18.000 φύλλα την ώρα" .

Αυτά τα επιτεύγματα στην τελειοποίηση της τυπογραφικής μηχανής κατά τον προηγούμενο αιώνα σε συνδιασμό με την εκτεταμένη χρήση του τηλεγράφου, που επέτρεπε την μετάδοση επικαίρων ειδήσεων σε μακρινές αποστάσεις, οδήγησαν σε αύξηση της κυκλοφορίας των εφημερίδων. Σε αυτό συνέτεινε και ο ανταγωνισμός των μεγάλων εκδοτών εκείνης της εποχής, του JAMES BENNETT και του WILLIAM HEARST

Γ' Ρ Α Δ Ι Ο Φ Ω Ν Ο

Η ιστορία του ραδιοφώνου

Ο Ουμπέρτο Έκο (1984) στο βιβλίο του " Κήνσορες και θεράποντες " κάνει μια αναφορά στην ιστορία του ραδιοφώνου.

Το έτος 1916 ένας νεαρός τότε υπάλληλος της MARCONI COMPANY είχε προτείνει στους προϊσταμένους του την κατασκευή και διάδοση " συσκευών ραδιοδεκτών" . Όμως εκείνη την εποχή η εταιρεία MARCONI ενδιαφερόταν αποκλειστικά για τις εμπορικές επικοινωνίες και δεν έλαβε υπόψη της την πρόταση. Ένα χρόνο αργότερα, κάποιος ερευνητής της WESTINGHOUSE, ο Φρανκ

Κοντράντ, με ένα πομπό που είχε κατασκευάσει για αστείο σε κάποιο αμαξοστάσιο του Πίτσμπουργκ, άρχισε την αναμετάδοση ειδήσεων, που τις διάβαζε από τις εφημερίδες. Σιγά σιγά σχηματίστηκε ένα κοινό από ραδιοερασιτέχνες που παρακολουθούσαν εκείνες τις τυχαίες εκπομπές και που άρχισαν να του γράφουν ζητώντας του ν'ακούσουν την αγαπημένη τους μουσική. Έπειτα άρχισαν να εμφανίζονται στα μαγαζιά του Πίτσμπουργκ οι συσκευές των ραδιοδεκτών που ήταν κατάλληλοι " για την ακρόαση του Σταθμού της WESTINGHOUSE ". Η διοίκηση της εταιρείας, μετά το πρώτο ξάφνιασμα, κατανόησε τη σημασία του γεγονότος".

Οι ακροατές του ραδιοφώνου δεν έδειχναν να έχουν ιδιαίτερες αισθητικές τάσεις, ζητούσαν μόνο ν'ακούνε μουσική όσο βρίσκονταν στο σπίτι τους. Και πράγματι το ραδιόφωνο έθεσε στη διαθεσή τους ένα μουσικό ρεπερτόριο που πριν δεν ήταν προσιτό, βοηθώντας στην εξάπλωση της μουσικής παιδείας μέσα στα λαϊκά στρώματα και στην εμπάθυνση των γνώσεων για θέματα μουσικής παιδείας.

Ραδιόφωνο και ακροατής.

Σύμφωνα με το δοκίμιο του Ουμπέρτο ^{Έχο} (1984) " Κήνσορες και θεράποντες " η σχέση μεταξύ ραδιοφώνου και ακροατή είναι η εξής: Αυτός που ακούει μουσική από το ραδιόφωνο, βρίσκεται σε μια κατάσταση εσωστρέφιας, και προσλαμβάνει καθαρούς ήχους χωρίς οπτικό και συναισθηματικό σύμπλεγμα. Έτσι από τον ακροατή λείπει ο δεσμός με τον εκτελεστή, π.χ. τον σολίστα ή το ορχηστρικό συγκρότημα. Ο δεσμός που αποκρυσταλλώνεται σε κείνον τον ιδιαίτερο μαγνητισμό που μπορεί να οριστεί κατά ποικίλους τρόπους. Επίσης δεν θα πρέπει να παραβλεφθεί ότι από τον ακροατή λείπει η άμεση, φυσική σύνδεση με την ομάδα όσων

ακούνε μαζί του.

Ο ακροατής του ραδιοφώνου βρίσκεται σε: α) Άμεση επαφή με το σύμπαν των ήχων στην απόλυτή του καθαρότητα. β) Μια κατάσταση στην οποία δεν υπάρχουν ανθρώπινες παρουσίες που να είναι συνδεδεμένες με το μουσικό γεγονός.

Ομοιότητες και διαφορές ραδιοφώνου και τηλεδρασης.

Σύμφωνα με το βιβλίο του Σταύρου Κάστορα (1990) " Οπτικοακουστικά μέσα μαζικής επικοινωνίας " το ραδιόφωνο και η τηλεδραση έχουν τις ακόλουθες ομοιότητες και διαφορές:

- 1) Η τηλεδραση και το ραδιόφωνο πηγαίνουν τα ίδια να συναντήσουν τον τηλεθεατή ή τον ακροατή τους, σε αντίθεση με τον κινηματογράφο ή το θέατρο. Καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια να τον ενημερώσουν και να τον επιμορφώσουν, και, παράλληλα, να τον πείσουν ν' αγοράσει τα προϊόντα που διαφημίζουν.
- 2) Τα μηνύματα και των δύο Μ.Μ.Ε. έχουν το πλεονέκτημα της αμεσότητας και της μαζικότητας.
- 3) Αυτός που ακούει ραδιόφωνο δεν υποχρεώνεται να του αφιερώσει όλη του την προσοχή. Έτσι μπορεί ταυτόχρονα ν' ασχολείται και με κάτι άλλο.
Η τηλεδραση δεν του παρέχει αυτή τη δυνατότητα.
- 4) Μια εκπομπή στο ραδιόφωνο γίνεται με τελικό στόχο να την "ακούσει" το κοινό ενώ στην τηλεδραση για να τη "δεί". Από αυτή την αιτία η απλή μεταφορά ενός ραδιοφωνικού προγράμματος στην τηλεδραση ή αντίθετα στερείται σοβαρότητας.
- 5) Αυτός που γράφει μια εκπομπή για το ραδιόφωνο στηρίζει την τεχνική του στην κατάλληλη επιλογή των λέξεων. Αντί-

- θετα στην τηλεόραση δίνεται προτεραιότητα στις ίδιες τις εικόνες που θα αναπαραστήσουν " πιστά και ζωντανά " την ιστορία.
6. Το ραδιόφωνο και η τηλεόραση είναι χωρίς αμφιβολία είναι δύο Μ.Μ.Ε. που υπάρχουν χάρη στην τεχνολογία. Είναι πολύ κοντά στην τέχνη και την επιστήμη και ασκούν τεράστια επίδραση στο κοινό. Παρόλες τις ομοιότητες που παρουσιάζουν έχουν και μεγάλες διαφορές στην τεχνολογική φύση τους και στην λειτουργία τους.

Ευρωπαϊκή Ένωση Ραδιοφωνίας.

Ιδιαίτερη σημασία για την Ευρώπη στα θέματα ραδιοφωνίας και τηλεόρασης απέκτησε η Ευρωπαϊκή Ένωση Ραδιοφωνίας.

Το 1922 οι υπεύθυνοι της ραδιοφωνίας συνειδητοποίησαν την ανάγκη να ιδρύσουν ένα Διεθνή οργανισμό για να αντιμετωπίσουν τα τεχνικά προβλήματα των συχνοτήτων του μήκους κύματος. Το 1925 ιδρύθηκε στη Γενεύη η Διεθνής Ένωση Ραδιοφωνίας. Ο Β' παγκόσμιος πόλεμος είχε ^{σαν} αποτέλεσμα να ιδρυθεί και άλλος διεθνής οργανισμός στις Βρυξέλλες το 1946, η Ο.Ι.Ρ. Η Ευρωπαϊκή ένωση ραδιοφώνου διατηρήθηκε και μετά τον πόλεμο. Τελικά με πρωτοβουλία του Β.Β.С. έντεκα οργανισμοί της Δυτικής Ευρώπης αποχώρησαν από τον Διεθνή Οργανισμό Ραδιοφώνου στις 31 Δεκεμβρίου και συγκεντρώθηκαν στην Αγγλία για να μελετήσουν το θέμα μιας νέας οργάνωσης. Έτσι παρουσιάστηκαν είκοσι τρεις οργανισμοί που ίδρυσαν στις 12 Φεβρουαρίου 1950 την Ευρωπαϊκή Ένωση Ραδιοφωνίας με έδρα τη Γενεύη και τεχνικό κέντρο τις Βρυξέλλες.

Δ' ΤΗ Λ Ε Ο Ρ Α Σ Η .

- Ίδρυση και θεσμός της τηλεόρασης.

Ο Ζαν Καζνέβ (1979) στο βιβλίο του " Ο άνθρωπος τηλεθεα-

της αναφέρεται στην ιστορία της τηλεόρασης.

" Ανάμεσα στο 1928 και 1935 αρχίζουν οι πειραματικές εκπομπές της τηλεόρασης. Από το 1935 ως το 1940 πραγματοποιείται η μετάδοση τακτικών προγραμμάτων στις περισσότερες χώρες. Η εξάπλωση που μόλις άρχισε ανακόπηκε με τον β' παγκόσμιο πόλεμο. Η μεγάλη ανάπτυξη πραγματοποιήθηκε μετά το τέλος του.

Οι πρώτες εξελίξεις περιορίστηκαν στις πλούσιες και βιομηχανικά ανεπτυγμένες χώρες και αυτό ήταν φυσικό λόγω του μεγάλου κόστους του εξοπλισμού. Σε πολλές χώρες οι κυβερνήσεις καθυστέρησαν να αποφασίσουν σχετικά με το ύψος των επενδύσεων, τόσο γιατί δεν πίστευαν στο μέλλον της τηλεόρασης όσο και γιατί ανησυχούσαν για τις πολιτικές επιπτώσεις της. Οι Η.Π.Α. αντίθετα, ξεπερνώντας κάθε άλλο κράτος, προχώρησαν ταχύτατα. Το κρατικό μονοπώλιο που υιοθετήθηκε από διάφορες χώρες στάθηκε ανασταλτικός παράγοντας στην εξέλιξη της τηλεόρασης. Ένα ακόμα πρόβλημα υπήρξε το πρόβλημα της αγοράς του δέκτη από το κοινό.

Αυτές οι δύο πλευρές του προβλήματος είναι στενά συνδεδεμένες γιατί δεν υπάρχει δυνατότητα εξάπλωσης παρά μόνο εάν καλυφθεί όλη η χώρα από πομπούς και αντίστροφα η εγκατάστασή τους δεν πραγματοποιείται εάν δεν συνακολουθήται από την αγορά συσκευών.

Η μικρή οθόνη μπορεί να καταστεί όργανο για εκπαίδευση, μόρφωση και επιμόρφωση, χρήσιμο στον εκσυγχρονισμό του μυαλού. Αλλά η εξάπλωση της τηλεόρασης στο κοινό, που θεωρείται το δυναμικό της γνωρίζει διαφορετικούς ρυθμούς και διαφοροποιήσεις ανάλογα με τις χώρες γιατί υπακούει σε πλήθος από αιτίες.

Ο Καζνέβ (1979) στο βιβλίο του " ο άνθρωπος τηλεθεατής " αναφέρεται στις έρευνες που έγιναν σε διάφορες χώρες για τον τρόπο που έγινε δεκτή η τηλεόραση. Αποδείχτηκε ότι οι πιο μορφω-

μένοι, αυτοί που ανήκουν στην πνευματική "ελίτ" νοιώθουν και προβάλλουν μια επιφύλαξη, ακόμα και προκλητικότητα ή εχθρότητα προς τη τηλεόραση. Ρίχνουν ευθύνες στην τηλεόραση, ότι ανταγωνίζεται το διάβασμα, ότι εθίζει το μυαλό στη νωθρότητα και ότι προσφέρει "χυδαίο" θέαμα παρά εκπομπές που εμπλουτίζουν τις γνώσεις.

Έννοια και κοινωνικός ρόλος της τηλεόρασης.

Ας δούμε τι σημαίνει τηλεόραση κατά την απόψη του επικοινωνιολόγου Σταύρου Γάστορα (1990).

- Από ψυχολογική άποψη η τηλεόραση είναι μια επέκταση της δράσης και της ακοής.
- Από κοινωνιολογική άποψη θεωρείται το ισχυρότερο μέσο μαζικής μόρφωσης και προπαγάνδας.
- Από οικονομική άποψη η τηλεόραση με τις διαφημίσεις και τα προγράμματα επηρεάζει ουσιαστικά την οικονομία μιας χώρας.
- Από επιστημονική άποψη είναι μια ηλεκτρονική μέθοδος για την στιγμιαία μετάδοση εικόνας και ήχου σε μεγάλη απόσταση.

Εκτός από τα παραπάνω η τηλεόραση ανάλογα τις γνώσεις, τις δυνατότητες, τα ενδιαφέροντα, το συμφέρον των διαφόρων ατόμων ή ομάδων που την παρακολουθούν αποτελεί δωρεάν πηγή φυχαγωγίας και εκμάθησης.

Σύμφωνα με τους επικοινωνιολόγους η τηλεόραση επηρεάζει πλατιά όχι μόνο τους τηλεθεατές, αλλά και το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργεί. Κάποιοι από αυτούς μάλιστα υποστηρίζουν πως κι αυτή η ίδια γίνεται σιγά-σιγά περιβάλλον.

Η δομή κι η λειτουργία της τηλεόρασης αντανακλά τη δομή και τη λειτουργία της κοινωνίας μέσα στην οποία λειτουργεί. Ο Καζνέβ (1979) στο βιβλίο του "ο άνθρωπος τηλεθεατής" αναφέ-

ρεται στη σχέση που έχει η τηλεδραση με την τάση του ανθρώπου για φυγή από την πραγματικότητα.

Οι εικόνες της μικρής οθόνης μας δείχνουν είτε κάτι το φανταστικό είτε την πραγματικότητα, δηλαδή είτε πρόκειται για θέαμα κατασκευασμένο ή για μέρος της επικαιρότητας που συνέλαβε ο φακός το πρόβλημα τελικά παραμένειτο ίδιο. Γιατί έτσι κι'αλλιώς δεν μας παρουσιάζουν παρά μια αντιγραφή της πραγματικότητας. Αυτό βέβαια το γνωρίζουμε. Αλλά αφηνόμαστε ευχαρίστως στο παιχνίδι. Μας αρέσει να πιστεύουμε ότι ο φακός δεν μας εξαπατά, ότι η επιλογή που κάνει δεν κρύβει ένα μέρος από την πραγματικότητα. Όταν πρόκειται για επινόηση όπως όταν μας διηγούνται μια ιστορία αφηνόμαστε με ευχαρίστηση να μεταφερθούμε σε έναν άλλο κόσμο.

Οι κοινωνιολόγοι πραγματοποίησαν την διάκριση ανάμεσα στη λειτουργία της πραγματικότητας και στη λειτουργία της φυγής. Αυτές είναι οι πιο σημαντικές λειτουργίες για όποιον θέλει να κατανοήσει το ρόλο της τηλεδρασης και τους λόγους της επιτυχίας της. Πιθανόν αυτό που μας ελκύει και μας καθηλώνει μπροστά στην οθόνη είναι ότι η πραγματικότητα αναπλάθεται για μας. Ο Ζαν Καζνέβ (1979) χαρακτηρίζει την τηλεδραση " έμπορο αυταπάτης που τελικά βοηθάει τον άνθρωπο να ξεφύγει από τον εαυτό του". Με αυτή την έννοια η μικρή οθόνη γίνεται παράγοντας φυγής. Η τηλεδραση μπορεί να αντικαθρεπτίζει το υπάρχον και το φανταστικό, το " υπερπραγματικό " και το μη πραγματικό.

Η Τηλεδραση μπορεί να αναζητά το θεαματικό και μέσα στη ρουτίνα και μέσα στην καινοτομία. Μπορεί να καθησυχάζει και να διαταράζει. Έτσι κι'αλλιώς ένα διάλειμμα στην καθημερινή ζωή, ανοίγει ένα άλλο παράθυρο από το μοναδικό της καθημερινότητας.

Μ Ε Ρ Ο Σ 3ο

Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Χωρίς τα Μ.Μ.Ε. ο πολιτισμός μας δεν θα είχε τη μορφή που έχει σήμερα. Οι βασικές ανθρώπινες γνώσεις στις τέχνες, στην ιστορία, στην επιστήμη, σε κάθε τομέα δραστηριότητας μεταδίδονται πια περισσότερο με τα Μ.Μ.Ε. και λιγώτερο από άνθρωπο σε άνθρωπο με προφορική επικοινωνία.

Ο Κώστας Λιβιεράτος (1990), στην εισαγωγή του για το βιβλίο " το μήνυμα του μέσου " σημειώνει για τα Μ.Μ.Ε. : "Δεν συνιστούν καθρέφρες των πραγμάτων αλλά, όλο και περισσότερο, την μοναδική πραγματικότητα που απομένει. Δεν αφορούν απλώς την ενημέρωση, την ψυχαγωγία, τον "ελεύθερο χρόνο", παρά δεσμεύουν το σύνολο της εμπειρίας και του χρόνου, διαμεσολαβούν στη σχέση μας με τα πράγματα, τους ανθρώπους και τον κόσμο και θίγουν τον κοινωνικό δεσμό".

Ας εξετάσουμε τις συνέπειες και τις ευρύτερες προοπτικές των μαζικών μέσων.

1) ΤΑ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ

Ο Ρόμπερτ Πάρκ (1938) στο άρθρο του " σκέψεις για την επικοινωνία και την κουλτούρα" ορίζει σαν κουλτούρα κάθε κοινωνικής ομάδας " ότι είναι επικοινωνιολογία, δηλαδή το βασικό κώδικα της σκέψης που είναι κοινός στα μέλη μιας ομάδας,

τη γλώσσα, την παράδοση, τα ήθη και τα έθιμα" .

Η κουλτούρα των λαών διαφέρει από τόπο σε τόπο, και αυτό την οριοθετεί και της προσδίδει τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της. Κουλτούρα είναι η πολιτισμική διαδικασία που δίνει σε κάθε λαό τα ιδιαίτερα γνωρίσματά του και τον διαφοροποιεί από τους υπόλοιπους. Μπορούμε λοιπόν να την δεχτούμε σαν την ταυτότητα ενός λαού". Η κουλτούρα δίνει στην κοινή γνώμη την εντύπωση πως οι Άγγλοι είναι φλεγματικοί και σοβαροί οι Ιταλοί πολυλογάδες και οι Αμερικανοί αφελείς. Η εικόνα αυτή είναι απλοποιημένη και ανακριβής και η κοινή λογική δείχνει πως δεν είναι δυνατό όλοι οι κάτοικοι της Αγγλίας να είναι σοβαροί και όλοι οι Αμερικάνοι αφελείς. Η κουλτούρα, σαν κοινή ταυτότητα που χαρακτηρίζει τα μέλη μίας κοινωνικής ομάδας, είναι υπαρκτή, είναι τελικά η συνέναιση και η κατανόηση ανάμεσα στα μέλη μίας ομάδας που πηγάζει από ένα τρόπο σκέψης και επικοινωνίας.

Στη σύγχρονη κοινωνία τα Μ.Μ.Ε. δημιούργησαν ένα είδος καινούργιας κουλτούρας. Είναι η μαζική κουλτούρα, αυτή που προσφέρεται από τα Μ.Μ.Ε. και η οποία απευθύνεται σε ένα ακαθόριστο αριθμό ανθρώπων.

Η μαζική κουλτούρα προσφέρεται σε όλους τους ανθρώπους. Είναι ανεξάρτητη από κοινωνικές ομάδες και παραβλέπει τις διαφορές εξαιτίας της ατομικότητας του καθενός και τη διαφορά του διανοητικού επιπέδου. Η μαζική κουλτούρα εμφανίζεται κάθε φορά που μια ομάδα εξουσίας θέλει να επικοινωνήσει με το σύνολο των πολιτών μιας χώρας. Για την επίτευξη αυτού του σκοπού πρέπει να παραβλέπει την ποικιλία των διανοητικών επιπέδων και να καταφύγει στους τρόπους επικοινωνίας των μαζών.

Είναι αλήθεια ότι τα MASS MEDIA προτείνουν μαζικά και αδιάκριτα ποικίλα στοιχεία πληροφόρησης, όπου δεν διαχωρίζεται το αξιόλογο από την απλή φυχαγωγία. Αυτές οι συνθήκες απόλυτης ισοπέδωσης αμβλύνουν την κριτική ικανότητα και οι δέκτες σε κατάσταση παθητικότητας διαλέγουν τις πληροφορίες που είναι πιο απλές και απαιτούν λιγότερη σκέψη. Αυτό το γεγονός είναι εις βάρος της προσωπικότητάς μας. Οι περισσότεροι από μας προτιμούν να ασχοληθούν με τις γελοιογραφίες εντύπου παρά με το άρθρο που μιλάει για την καταστροφή του όζοντος.

Σύμφωνα με τον Ουμπέρτο Έκο (1987), στο βιβλίο του "Κήνσορες και θεράποντες", "τα MASS MEDIA προσφέρουν ένα σύνολο πληροφοριών και στοιχείων χωρίς να προτείνουν κριτήρια διάκρισης. Τελικά όμως ευαισθητοποιούν τον σύγχρονο άνθρωπο στην αντιμετώπιση του κόσμου". Αυτό μπορούμε να το διαπιστώσουμε συγκρίνοντας το σύγχρονο άνθρωπο με τις μάζες του παλιού καιρού που αντιμετώπιζαν με παραδοσιακό δέος τον κόσμο. Όταν κάνουμε αυτή τη σύγκριση ο σύγχρονος άνθρωπος μας φαίνεται πιο ευαίσθητος και σίγουρα πιο ενεργητικός γιατί το ποσοστό των ανθρώπων που συμμετέχουν στα κοινά, είτε για καλό είτε για κακό, είναι σήμερα το μεγαλύτερο ποσοστό στην ανθρώπινη ιστορία.

Όπως αναρωτιέται ο Έκο (1987): " αν η εποχή μας είναι εποχή ολοκληρωτικών παραλογισμών, δεν είναι άραγε και εποχή μεγάλων κοινωνικών αλλαγών και εθνικών αναγεννήσεων για τους υποανάπτυκτους λαούς; ".

2) ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

2α) Το πρόβλημα της πληροφόρησης εξαιτίας του όγκου των πληροφοριών.

Σύμφωνα με τον MALETZKE (1991), στο βιβλίο του για τις

"θεωρίες της μαζικής επικοινωνίας" η συστημική θεωρία είναι αυτή που παρουσιάζει: "το φαινόμενο της σύγχρονης μαζικής επικοινωνίας σαν ένα κοινωνικό υποσύστημα, το οποίο βρίσκεται σε αλληλόδραση με το ευρύτερο κοινωνικό σύστημα. Αναπτύσσει επίσης πολύμορφες αμοιβαίες σχέσεις με άλλα υποσυστήματα, (π.χ. πολιτική, οικονομία, κουλτούρα)" "Άρα το φαινόμενο της μαζικής επικοινωνίας δεν μπορεί να εξεταστεί μεμονωμένα αλλά σε συνάρτηση με τους υπόλοιπους παράγοντες του κοινωνικού συστήματος.

Οι παράγοντες της μαζικής επικοινωνίας μπορεί να είναι: οι ειδήσεις των κοινωνικοοικονομικών γεγονότων καθώς και οι κρίσεις και οι απόψεις πάνω σε αυτά τα γεγονότα. Επίσης οι ιδέες, οι γνώμες, οι σκέψεις για κάθε ζήτημα. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι το περιεχόμενο του μηνύματος της μαζικής επικοινωνίας είναι ευρύτατο και περιλαμβάνει όλους σχεδόν τους τομείς της ανθρώπινης σκέψης.

Έτσι δημιουργείται ένα σοβαρό πρόβλημα στην επικοινωνία εξαιτίας του όγκου των πληροφοριών και το άτομο κινδυνεύει να μεταβληθεί σε ένα είδος μάνητοφώνου.

Μερικοί αριθμοί μπορούν να δείξουν τι σημαίνει αύξηση των μηνυμάτων στη σύγχρονη επικοινωνία. Ο LOUIS ARMAND (1969) επισημαίνει: " Στη Γαλλία το γαλλικό πρακτορείο τύπου (A.F.P.) μεταδίδει την ημέρα 500.000 λέξεις. Στον καθημερινό τύπο δημοσιεύονται περίπου 15.000 τίτλοι. Πρέπει να προσθέσει κανείς τις πληροφορίες που συσσωρεύονται στα βιβλία, στους δίσκους, στις μαγνητοταινίες... Το άτομο τελικά είναι σε επικοινωνία με όλο τον πλανήτη καθώς και με ότι συνέβει στο παρελθόν".

Ότι μεταδίδεται δεν σημαίνει αναγκαστικά πως αφομοιώνεται από τον άνθρωπο. Όταν το άτομο φτάνει σε ένα σημείο κο-

ρεσμού, διαφορετικό για τον καθένα καθιστάται αδιάφορο. Ένα από τα κυριώτατα προσόντα του σύγχρονου ανθρώπου, όπως αναφέρει ο Καζνέβ στον "άνθρωπο τηλεθεατή", πρέπει να είναι η δυνατότητά του να "προβαίνει σε επιλογή και να προσλαμβάνει μόνο χρήσιμα μηνύματα. Όπως ακριβώς έχει οριστεί ότι η μνήμη είναι η τέχνη του να ξεχνάς, κατά τον ίδιο τρόπο η επικοινωνία τείνει να μεταβληθεί στην τέχνη του - απομονωνόμαι για να βρώ τον εαυτό μου-".

2β) Προβλήματα εξαιτίας της παραπληροφόρησης.

Ο αριθμός και η συχνότητα που τα Μ.Μ.Ε. μεταδίδουν μηνύματα είναι πολύ υψηλός. Αυτή η μεγάλη ευχέρεια μετάδοσης ειδήσεων δημιουργεί και την ανάγκη ενός μεγάλου αριθμού ειδήσεων οι οποίες για να καταναλωθούν πρέπει να είναι συμβάντα συναρπαστικά και αιφνιδιαστικά.

Ο DANIEL BOORSTIN (Ντάνιελ Μπούρστιν) (1964) στο άρθρο του "από τη συλλογή στην κατασκευή ειδήσεων" γράφει: Περιμένουμε οι εφημερίδες να είναι γεμάτες ειδήσεις... Αν δεν υπάρχουν ειδήσεις ορατές με γυμνό μάτι, ή αντιληπτές στο μέσο πολίτη, περιμένουμε να υπάρχουν ειδήσεις για τον δραστήριο δημοσιογράφο. Επιτυχημένος δημοσιογράφος είναι εκείνος που μπορεί να βρει ένα θέμα ακόμα κι αν δεν έχει γίνει σεισμός ή δολοφονία ή εμφύλιος πόλεμος. Αν δεν μπορεί να βρει ένα θέμα πρέπει να το φτιάξει".

Σε αντιπαράθεση με τα αληθινά συμβάντα οι κατασκευασμένες ειδήσεις μπορούν να ονομαστούν ψευδογεγονότα. Ψευδογεγονός, σύμφωνα με το BOORSIN (1964), είναι ένα γεγονός που έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

α) Δεν είναι αυθόρμητο, αλλά παρουσιάζεται επειδή κάποιος

το έχει σχεδιάσει ή υποκινήσει.

β) Σκηνοθετείται με άμεσο σκοπό να μεταδωθεί ή να αναπαραχθεί. Η επιτυχία του μετριέται ανάλογα με την ευρύτητα μετάδοσής του. Οι χρονικές σχέσεις που εμπεριέχει είναι συχνά φεύτικες.

γ) Σε ένα ψευδογεγονός το ερώτημα " τι σημαίνει ", παίρνει μια νέα διάσταση. Ενώ το ειδησεογραφικό ενδιαφέρον ενός ατυχήματος, για παράδειγμα, βρίσκεται πάντα στο " τι συνέβει;", το ενδιαφέρον μίας συνέντευξης βρίσκεται στο " αν συνέβει; "

δ) Το ψευδογεγονός συνήθως προορίζεται να αποτελέσει μια αυτοεπαληθευόμενη προφητεία, για παράδειγμα η κάλυψη των εγκαινίων ενός καινούργιου καταστήματος από τον τύπο προβάλλει αυτή την επιχείρηση σαν διακεκριμένη.

Τα ψευδογεγονότα περιπλέκουν την πραγματικότητα. Δραματοποιούν την εμπειρία δημιουργώντας αμφιλεγόμενα δεδομένα βάσει των οποίων οι άνθρωποι καλούνται να κρίνουν και να κινηθούν. Τις τελευταίες δεκαετίες αυτά εκτοπίζουν τα αυθόρμητα γεγονότα. Όπως σημειώνει ο Έμπορστιν (1964): " Στο μισό αιώνα που πέρασε ένα όλο και μεγαλύτερο μέρος της εμπειρίας μας, των όσων διαβάζουμε, βλέπουμε και ακούμε, συνίσταται πλέον σε ψευδογεγονότα. Περιμένουμε περισσότερα και μας δίνουν περισσότερα. Κατακλύζουν τη συνείδησή μας. Στις Ηνωμένες Πολιτείες πολλαπλασιάστηκαν με ταχύτερο ρυθμό από οπουδήποτε αλλού. Ο ρυθμός αυτής της αύξησης επιταχύνεται καθημερινά... Μία πλήρης ερμηνεία της καταγωγής και της ανάπτυξης των ψευδογεγονότων δεν θα ήταν τίποτα λιγότερο από την ιστορία της νεώτερης Αμερικής".

Η εμφάνισή τους ανάγεται στη λεγόμενη " Γραφική Επανάσταση", δηλαδή τη ραγδαία ανάπτυξη τεχνικών ανακαλύψεων που

παράγουν και διαδίδουν πιστές εικόνες έντυπου λόγου. Τέτοιες είναι η ανακάλυψη του ραδιοφώνου, της τηλεόρασης, καθώς και μια σειρά τεχνικών ανακαλύψεων που βελτίωσαν το σύστημα της τυπογραφίας. Το ξύλινο πιεστήριο του GUTENBERG αντικαταστάθηκε μετά από τεσσαρεσίμη αιώνες ενώ οι TIMES, από το 1814 τυπώνονται στο νέο ταχύρρυθμο πιεστήριο. Από τότε οι καινοτομίες διαδέχονται η μία την άλλη (BOORSTIN).

Έτσι από τις άτονες περιγραφές και τις μπαγιάτικες αναδημοσίευσης των εφημερίδων των αρχών του 19ου αιών. φτάνουμε στην απαίτηση για άπειρο αριθμό ειδήσεων. Η μετάβαση από τη συλλογή στην κατασκευή των ειδήσεων συντελείται μέσα από την αδιάκοπη επινόηση νέων μεθόδων και τεχνικών ενημέρωσης. Η συνέντευξη είναι συνηθισμένη μορφή του ψευδογεγονότος. Η συνέντευξη ωθεί το δημόσιο πρόσωπο σε δηλώσεις που αλλιώς δεν θα είχε κάνει, και του επιτρέπει να δημιουργεί εντυπώσεις και ειδήσεις εκ του μηδενός. Η διαρροή ειδήσεων, δεύτερη συνηθισμένη μορφή του ψευδογεγονότος, βοηθά τον δημοσιογράφο να παρακάμπτει το αυστηρό πρωτόκολλο της " συνέντευξης τύπου " και να πλασάρει άτυπες δηλώσεις.

Κάθε φορά που ένα ψευδογεγονός ανταγωνίζεται ένα πραγματικό γεγονός, το πρώτο τείνει να επικρατήσει. Οι λόγοι που ο BOORSTIN (1964) θεωρεί ότι συμβαίνει αυτό είναι : α) Τα ψευδογεγονότα είναι πιο συναρπαστικά. Μια τηλεοπτική συζήτηση μεταξύ υποψηφίων πολιτικών μπορεί να σχεδιαστεί έτσι ώστε να είναι πιο συνταρακτική, από μια άτυπη συνάντηση. β) Τα ψευδογεγονότα είναι ευκολότερο να διαδοθούν και να αποδοθούν ζωηρά. Οι συμμετέχοντες επιλέγονται για το ειδησεογραφικό τους ενδιαφέρον. γ) Η κατασκευή τους στοιχίζει ακριβά. Συνεπώς οι παραγωγοί τους έχουν συμφέρον να τα διαφημίζουν και να τα εκθει-

άζουν. δ) Τα ψευδογεγονότα είναι πιο κοινωνικά, πιο προσιτά και πιο άνετα στην παρακολούθηση. Η εμφανισή τους προγραμματίζεται για την ευκολία μας. ε) Τα ψευδογεγονότα προκαλούν άλλα ψευδογεγονότα τα οποία αυξάνονται με γεωμετρική πρόοδο. Κυριαρχούν στην συνείδησή μας και είναι ολοένα και περισσότερα.

Όπως λέει ο Μπούρστιν (1964) : " Σε μια δημοκρατική κοινωνία η ελευθερία του Τύπου, του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης σημαίνει ελευθερία κατασκευής ειδήσεων μαζικής παραγωγής".

3) ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ Μ.Μ.Ε. ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ

Πολλές κοινωνιολογικές και ψυχολογικές μελέτες ασχολήθηκαν με το πρόβλημα της επιρροής που μπορούν να εξασκήσουν τα μαζικά μέσα στο πλήθος, και στο βαθμό που μπορεί αυτό το πλήθος να μεταμορφωθεί σε άβουλη μάζα.

Η Γερμανία είναι μία χώρα που έγιναν αρκετές από αυτές τις μελέτες. Η ευαισθησία των Γερμανών στο θέμα της δραστηριότητας της μαζικής επικοινωνίας ξεκινά από την ιστορία και την επιτυχία που συνάντησε σε αυτή τη χώρα η χιτλερική προπαγάνδα. Πρώτη άποψη που επικρατούσε σχετικά με την προπαγάνδα είναι γενικά ότι τα πλήθη υπόκεινται σε μια εξάρτηση, κάτω από την επιμονή και την ενέργεια των οργάνων μετάδοσης. Αργότερα πιο εμπειριστατωμένες έρευνες έδειξαν ότι μόνο σε ένα απολυταρχικό καθεστώς μπορείς να πετύχεις αυτό το αποτέλεσμα. Σε ένα καθεστώς που ο διάλογος είναι ελεύθερος τα Μ.Μ.Ε. δεν φαίνονται να επιφέρουν άμεσες και σε ευρεία κλίμακα αλλαγές στην κοινή γνώμη.

Σε αυτές τις μελέτες φάνηκε ο σημαντικός ρόλος των καθοδηγητών γνώμης. Οι καθοδηγητές γνώμης, οι άνθρωποι δηλαδή που

εξαιτίας της προσωπικότητας ή των γνώσεών τους επηρέασαν τους άλλους ανθρώπους σε κάποιο συγκεκριμένο τομέα. Συνήθως έχουν περισσότερες πιθανότητες - λόγω ιδιοσυγκρασίας - να έχουν πρόσβαση στα Μ.Μ.Ε. και να μεταμορφωθούν σε προπαγανδιστές αν και οι ίδιοι πειστούν από μία ιδεολογία. Σε ακραία περίπτωση μπορούν να μεταβληθούν σε επικίνδυνα όργανα προπαγάνδας.

Μ Ε Ρ Ο Σ 4 ο

Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΖΩΗΣ

Ι) ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ Η ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ

Είναι γεγονός πως ο άνθρωπος, για να φτάσει εκεί που βρίσκεται σήμερα δάμασε πολλά στοιχεία της φύσης που κάποτε μας απειλούσαν. Το πρόβλημα στη σημερινή κοινωνία κατέληξε να είναι οι ίδιοι οι άνθρωποι οι πιο μεγάλοι εχθροί για τους εαυτούς τους επειδή δεν καταφέρνουν να χαλιναγωγήσουν την επιθετικότητά τους.

Επιθετικότητα σε διάφορες μορφές συναντάμε σε όλες τις μορφές της κοινωνικής ζωής. Ανάμεσα στα παιδιά, στους συζύγους, στους προϊσταμένους και υφισταμένους, ανάμεσα στις ιδεολογίες και στις φυλές, στους λαούς και στα έθνη. Όπου οι άνθρωποι και τα συμφέροντά τους συγκρούονται εμφανίζεται επιθετικότητα στο προσκήνιο. Είτε το θέλουμε είτε όχι είμαστε υποχρεωμένοι να ζούμε με επιθετικότητα.

Για να αντιμετωπίσουμε σωστά την επιθετικότητά μας έχει μεγάλη σημασία να γνωρίζουμε πολλά για αυτή. Τι είναι παραδειγματος χάρη επιθετικότητας; Από που πηγάζει η ετοιμότητα για επίθεση και η επιθετική ηδονή, ποιά είναι τα πρωταρχικά αίτια που κάνουν τον άνθρωπο επιθετικό ή μη επιθετικό; Όσο απλές και σαφείς είναι αυτές οι ερωτήσεις τόσο δύσκολες και πολύπλοκες είναι οι απαντήσεις τους. Διαπρεπείς επιστήμονες, όπως κοι-

ωνιολόγοι, ψυχολόγοι, φιλόσοφοι και παιδαγωγοί κάνουν πολλές προσπάθειες προς αυτή την κατεύθυνση. Γι'αυτό είναι πολλές και διαφορετικές οι απόψεις που εκπροσωπεί ο καθένας από το δικό του κλάδο και τη δική του σκοπιά. Εκείνο που επιφέρει μεγαλύτερη σύγχυση σε αυτό το πρόβλημα είναι το γεγονός πως ακόμα και εκπρόσωποι του ίδιου κλάδου διαφωνούν μερικές φορές μεταξύ τους. Ο μεγάλος αριθμός των επιστημονικών και μη επιστημονικών έργων για την επιθετικότητα, μαρτυρεί πως η έρευνα αυτού του προβλήματος έχει μεγάλη σημασία για όλες τις πλευρές.

Ο Η. SEIG (1974) αναφέρει στο βιβλίο του για την ανθρωπινή επιθετικότητα ότι κατονομάστηκαν στο χώρο της ψυχολογίας στα χρόνια 1967 - 1972 πάνω από 142 τίτλοι βιβλίων σαν σημαντικοί για τη διάγνωση της επιθετικότητας. Ο κοινωνιολόγος Βουιδάσκης (1987) στο βιβλίο του : " η επιθετικότητα σαν κοινωνικό πρόβλημα στη οικογένεια και το σχολείο " αναλύει τις έννοιες της " ορμής ", του " ενστίκτου " και της " επιθετικότητας".

A° Η Ο Ρ Μ Η

Η πράξεις ενός οργανισμού δεν γίνονται τυχαία, αλλά οφείλονται σε εσωτερικές καταστάσεις. Εσωτερικές καταστάσεις είναι οι τρόποι συμπεριφοράς που κατευθύνονται προς κάποιο σκοπό ή ενεργοποιούν τον οργανισμό για την ικανοποίηση μιας ανάγκης. Κατά την θεωρία των ορμών η έννοια " ορμή " περιλαμβάνει, εκτός των άλλων, έναν έμφυτο μηχανισμό δράσης. Αυτός αποκαλύπτεται τόσο με τη φυσιολογική όσο και με την ψυχολογική παρατήρηση. Γίνεται επομένως αντιληπτός σαν ψυχοσωματικό φαινόμενο.

Β' Τ Ο Ε Ν Σ Τ Ι Κ Τ Ο

Η έννοια του " ενστίκτου " ανήκει περισσότερο στον τομέα της έρευνας της συμπεριφοράς. Χαρακτηρίζει " έμφυτους κληρονομικούς και ειδικούς για το είδος τρόπους συμπεριφοράς που εξαρτώνται από ερεθισμούς".

Το ένστικτο είναι ένας ιεραρχικά οργανωμένος νευρικός μηχανισμός. Το ανθρώπινο ένστικτο , αντίθετα από το ένστικτο του ζώου, συνοδεύεται από λογική δραστηριότητα και εμπειρία.

Γ' Η Ε Π Ι Θ Ε Τ Ι Κ Ο Τ Η Τ Α

Ο SELG (1978), στην προσπάθειά του να καθορίσει την έννοια της επιθετικότητας, την ορίζει σαν ένα επιβλαβή ερεθισμό που κατευθύνεται εναντίον ενός οργανισμού, ή ενός υποκατάστατου αυτού του οργανισμού.

Μια παρόμοια προσπάθεια καθορισμού αυτής της έννοιας κάνει ο J.SCHOTT : " η έννοια επιθετικότητας αποδίδεται σε μια πράξη της οποίας άμεσος σκοπός, από τη σκοπιά του προσώπου που δρά, είναι να προξενήσει βλάβη ή πόνο".

Στον πρώτο ορισμό δεν είναι εμφανή τα κριτήρια της σκοπιμότητας, ενώ ο δεύτερος ορισμός έχει νόημα για εκείνα τ'άτομα, στα οποία αναζητάται η σκοπιμότητα των πραξεών τους.

Ια) Ορισμοί της επιθετικότητας.

Εξαιτίας της πολυπλοκότητας της έννοιας μπορεί κανείς να συμπεράνει πως υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί ορισμοί της επιθετικότητας, ανάλογα με τη θεωρητική απόψη που εκπροσωπεί ο κάθε συγγραφές.

Κατά τον MERZ (1965) η επιθετικότητα περιλαμβάνει

εκείνους τους τρόπους συμπεριφοράς, με τους οποίους στοχεύεται η άμεση ή έμμεση βλάβη ενός ατόμου.

Ο DOLLARD (1970) δίνει τον ακόλουθο ορισμό: " Με τον όρο επιθετικότητα χαρακτηρίζεται κάθε συμπεριφορά της οποίας τελικός σκοπός είναι ο τραυματισμός του προσώπου, εναντίον του οποίου κατευθύνεται".

Ο DREVER (1978) υποστηρίζει ότι η επιθετικότητα είναι ένα γενικό χαρακτηριστικό γνώρισμα μίας εχθρικής συμπεριφοράς ενός ανθρώπου. Συχνά επίσης είναι χαρακτηριστικό γνώρισμα μιας αντίθετης συμπεριφοράς ή ακόμα μιας λιγότερο ή περισσότερο εχθρικής διάθεσης εναντίον των συνανθρώπων.

Ο BECKER δίνει έναν εκτενέστερο ορισμό : " Σαν επιθετικότητα ορίζονται τα εσωτερικά και τα εξωτερικά συμβάντα, τα οποία προκαλούν βλάβη στα αντικείμενα της επιθετικότητας". Ενδιαφέρουσα στον BECKER είναι η διάκριση των επιθετικών κατευθύνσεων. Η επιθετικότητα παρουσιάζει δύο αντίθετες βασικές κατευθύνσεις. Από την μια μεριά την πρωταρχική κατεύθυνση εναντίον εξωτερικών αντικειμένων, και από την άλλη μια δευτερογενή παλινδρόμηση εναντίον του ιδίου του προσώπου.

Ο ορισμός του BECKER πλησιάζει περισσότερο την μορφή της ανθρώπινης επιθετικότητας. Γενικά στον ορισμό της επιθετικότητας υπάρχει κοινωνιολογική αναφορά.

Ιβ) Οι σπουδαιότερες μορφές ανθρώπινης επιθετικότητας.

Κατά τον κοινωνιολόγο Βουιδάσκη (1987) στο βιβλίο του "η επιθετικότητα σαν κοινωνικό πρόβλημα στην οικογένεια και το σχολείο" οι σημαντικότερες μορφές της ανθρώπινης επιθετικότητας είναι:

Α' Εκδηλη - Λανθάνουσα

Ἐκδηλη μορφή επιθετικότητας είναι εκείνη που μεταβάλλεται σε συμπεριφορά και είναι δυνατό να παρατηρηθεί. Λανθάνουσα είναι εκείνη που εμφανίζεται μόνο στην περιοχή του συνειδητού και του ασυνειδήτου.

Β' Ἄμεση - Ἐμμεση

Ἡ διαφορά ανάμεσα στην άμεση και την έμμεση βρίσκεται στο αντικείμενο προς το οποίο κατευθύνεται ἡ επιθετική ενέργεια. Ἡ άμεση επιθετικότητα στρέφεται κατευθείαν εναντίον του αντικειμένου που σκοπεύει να βλάψει. Ἡ έμμεση μορφή της επιθετικότητας μετατοπίζεται από το αρχικό της αντικείμενο σε ένα υποκατάστατο.

Γ' Ἐξωστρεφής - Ἐνδοστρεφής

Ἡ εξωστρεφής επιθετικότητα κατευθύνεται προς τον έξω κόσμο και λέγεται " εξωποινική " Ἡ ενδοστρεφής κατευθύνεται εναντίον του ίδιου προσώπου από το οποίο προέρχεται και χαρακτηρίζεται σαν " αυτοεπιθετικότητα".

Δ' Φυσική - Ψυχική

Ἡ φυσική επιθετικότητα εκδηλώνεται σε πράξη και βασίζεται στην πρόθεση να προξενήσει σωματική βλάβη. Ἡ ψυχική εμφανίζεται με συμβολική και μεσολαβητική μορφή.

Ε' Ἐκφραστική - Συντελεστική

Ἡ εκφραστική-συντελεστική πράξη γίνεται ἡ ίδια αυτοσκοπός (επιθετικότητα για την επιθετικότητα). Συνοδεύεται από οξυθυμικές ενδοπροσωπικές διεγέρσεις. Ἡ συντελεστική μορφή επιθετικότητας λειτουργεί μόνο σα μέσο για την πραγματοποίηση ενός συγκεκριμένου σκοπού.

ΣΤ' Κοινωνική - Αντικοινωνική

Είναι δυο διαφορετικές μορφές επιθετικότητας. Τα κοινωνικά κριτήρια παίζουν σημαντικότερο ρόλο από τα ψυχολογικά. Οι κοινωνικές επιθετικότητες είναι μορφές εχθρικών πράξεων που γίνονται αποδεκτές μέσα σε ένα συγκεκριμένο κοινωνικό χώρο. Στις αντικοινωνικές μορφές επιθετικότητας περιλαμβάνονται όλες οι πράξεις που γίνονται ταμπού και καθιερώνονται αρνητικά με νόμιμους και ηθικούς κανόνες του κοινωνικού συστήματος.

Ιγ) Η επιθετικότητα. Προέλευση και αίτια

Οι δυο μεγάλες σχολές της ψυχολογίας ερμηνεύουν τα αίτια της επιθετικότητας από αντίθετες οπτικές γωνίες.

Η πρώτη σχολή υποστηρίζει πως τα αίτια της επιθετικότητας είναι έμφυτα και ενδογενή. Η επιθετική συμπεριφορά δηλαδή είναι ορμικό ή ενστικτικό προϊόν, που λίγο επηρεάζεται από τους περιβαντολλογικούς παράγοντες. Σε αυτή τη Σχολή ανήκει ο Φρόυντ με τους ορθόδοξους ψυχαναλυτές και ο LORENZ.

Η β' Σχολή αντίθετα θεωρεί εξωγενή και πολιτιστικά τα αίτια της επιθετικότητας. Υπερτονίζει το σημαντικό ρόλο των περιβαντολλογικών παραγόντων, της αγωγής, της μάθησης, και της εμπειρίας. Σε αυτή τη Σχολή ανήκουν κυρίως Αμερικανοί Ψυχολόγοι όπως ο DOLLARD, ο MILLER, με τη γνωστή θεωρία της ματαίωσης και οι BANDURA, WALTERS, με τη θεωρία από τη μάθηση και μέμηση προερχόμενης επιθετικότητας.

Α' Σχολή. Η Επιθετικότητα προΐόν ενδογενών-έμφυτων αιτίων.

α) Η φυχαναλυτική θεωρία του FREUD

Σύμφωνα με τις απόψεις του Φρόυντ (1966) υπάρχουν τάσεις προς το κακό, ιδιαίτερα στους νευρωτικούς. Τις ψυχογενετικές ρίζες του αισθήματος ενοχής των νευρωτικών βρίσκει ο Φρόυντ καταρχήν στην πατροκτονία, χωρίς όμως να παραδέχεται ακόμα την ύπαρξη έμφυτης επιθετικής ορμής. Διέκρινε επίσης στενή σχέση μεταξύ αποσεξουαλικοποίησης των ορμών και της εμφάνισης των επιθετικών τάσεων.

Σχετικά με την προέλευση της σεξουαλικότητας ο Φρόυντ είχε τη γνώμη πως " το σεξουαλικό ένστικτο γεννιέται μαζί με τον άνθρωπο, πως το βρέφος έχει σεξουαλικές επιθυμίες". Από αυτή την αφετηρία ξεκίνησε για να διασαφηνήσει τις επιθετικές τάσεις στην παιδική σεξουαλικότητα. (Γαλανός : το τέλος της κοινωνιολογίας του SEX - 1977). Σε όλα σχεδόν τα στάδια της σεξουαλικότητας απέδωσε σαδιστικές και επιθετικές τάσεις.

Ο Φρόυντ (1969) παραδέχεται πως και στην πλήρως ανεπτυγμένη σεξουαλικότητα υπάρχει μια πρόσμειξη από επιθετικότητα. Η σεξουαλικότητα των περισσότερων ανδρών παρουσιάζει μια πρόσμειξη από επιθετικότητα, προδιάθεση για υπερνίκηση που η βιολογική της σημασία βρίσκεται στην αναγκαιότητα να υπερνικήσει την αντίσταση του αντικειμένου της σεξουαλικότητας. Κατά τον Φρόυντ λίμπιντο ονομάζουμε " την κυρίαρχη τάση, τη δύναμη με την οποία εμφανίζεται η σεξουαλική ορμή στην ψυχική ζωή " .

Ορμή θανάτου - Επιθετική ορμή

Μετά από την παραπάνω θεωρία του σχετικά με την λίμπιντο

ο Φρόντ οδηγήθηκε στην αποδοχή μιας άλλης έμφυτης επιθετικής ορμής, " της ορμής του θανάτου ". Οι καταστρεπτικές συνέπειες του Α' παγκόσμιου πολέμου έκαναν τον Φρόντ να αποδεχτεί στην συνέχεια μια ιδιαίτερη καταστρεπτική ορμή.

Η Άγκνες Χέλερ (1981), στο βιβλίο της " Ένστικτο και Επιθετικότητα " αναφέρει πως ο Φρόντ τροποποίησε την θεωρία των ενστίκτων εξαιτίας της εμπειρίας του Α' Παγκοσμίου πολέμου. Για αυτόν πρωτύτερα ίσχυαν δύο βασικές παραρμήσεις: η λιμπιντο και το ένστικτο του Εγώ ή ένστικτο της αυτοσυντήρησης. Μετά τον πόλεμο παραδέχεται δύο βασικά ένστικτα, την "λιμπιντο" και την " παρόρμηση του θανάτου". Και τα δύο αυτά είδη ορμών δρουν αντίθετα και συγχρόνως συνεργάζονται. Έτσι διατηρείται η ζωή. Και τα δύο συνυπάρχουν σε κάθε άνθρωπο και ο θάνατος εμφανίζεται όταν οι ορμές της ζωής δεν έχουν να αντιτάξουν τίποτα πλέον στις ορμές του θανάτου. Παρά το γεγονός ότι αυτή η " δυαδική θεωρία " άσκησε μεγάλη επιρροή στον Φρόντ, που τελικά όπως έλεγε ο ίδιος δεν μπορούσε πια να σκέφτεται διαφορετικά, αργότερα υποστήρηξε πως η επιθετικότητα προέρχεται από την ορμή του θανάτου. Πίστευε ότι το ένστικτο του θανάτου μέλλει τελικά να επικρατήσει, αφού όλοι πεθαίνουμε. Όμως όσο διαρκεί η ζωή η φυσική του έκφραση εμποδίζεται.

Η Μέλανι Κλάιν (1957), όπως αναφέρει ο συγγραφές Άντονι Στορ στο βιβλίο του " Ανθρώπινη Επιθετικότητα " , στο ψυχαναλυτικό πεδίο είχε δώσει ιδιαίτερη σημασία στην επιθετικότητα θεωρούσε ότι δρα μέσα στο βρέφος από την αρχή της ζωής του. Το βρέφος πολύ γρήγορα σχηματίζει ένα εσωτερικό φαντασιωτικό κόσμο μέσα στον οποίο βίαια συναισθήματα αγάπης και μίσους εναλλάσσονται και συγχέονται παραμένοντας όμως απρόσιτα στην άμεση παρατήρηση. Η ύπαρξη αυτού του εσωτερικού κόσμου συμπαιρένεται

βασικά από τις κατοπινές αναμνήσεις των παιδιών στη ζωή των ενήλικων στην ψυχανάλυση. Η άποψη της Μέλανι Κλάϊν (1957) είναι: "...ότι υπάρχει μια εσωτερική σύγκρουση ανάμεσα στην αγάπη και το μίσος μέσα σε κάθε βρέφος. Η σύγκρουση αυτή υπάρχει από τη στιγμή της γέννησης, πιθανόν όμως να υπάρχει και πριν ακόμα από την γέννηση. Τόσο η ικανότητα για αγάπη όσο και οι καταστρεπτικές ορμές είναι, σε κάποιο βαθμό, ιδιουσυστατικές, παρ'όλο που από την αρχή υπάρχει αλληλεπίδραση με τις εξωτερικές συνθήκες".

Όπως αναφέρεται στο βιβλίο του Β.Βούδάκη, ο W.REICH (Βίλχεμ Ράιχ) - 1965 - παρουσιάζει ένα διαφορετικό τρόπο ερμηνείας της επιθετικότητας, " το μέγεθος της επιθετικότητας εξαρτάται από την ισχύ της συσσώρευσης της LIBIDO ". Η ένταση δηλαδή της καταστρεπτικής ορμής εξαρτάται από την ελάχιστοτε κατάσταση της σεξουαλικής ικανοποίησης.

β) Η νεοενοστικτική θεωρία για την επιθετικότητα

Η Άγνες Χέλερ (1981), στο βιβλίο της " Ενοστικό και Επιθετικότητα ", αναλύει την νεοενοστικτική θεωρία ως εξής : " Οι θεωρίες για την γέννηση της παρόρμησης της επιθετικότητας μπορούν να υποδιαιρεθούν σε δύο ομάδες. Κατά την πρώτη ομάδα το επιθετικό ένοστικό του ανθρώπου έχει τις ρίζες του στην ζωώδη του καταγωγή. Κατά την δεύτερη ομάδα το επιθετικό ένοστικό είναι μια ορμή ανθρώπινη και η επιθετικότητα, στο εσωτερικό του είδους, είναι ένα χαρακτηριστικό αποκλειστικά ανθρώπινο. Όσοι πρεσβεύουν αυτή την θεωρία αναγνωρίζουν σαν βάση για την διαμόρφωση του επιθετικού ενοστίκτου την ιστορία της ανάπτυξης της ανθρωπότητας. Η επιθετικότητα είναι επομένως ένα ένοστικό που χαρακτηρίζει ιδιαίτερα το

ανθρώπινο είδος" .

Και τις δύο απόψεις ενώνει η ιδέα ότι η επιθετικότητα αποτελεί μία αναγκαστική παρόρμηση, που δόθηκε στον κάθε άνθρωπο από τον γενετικό του κώδικα. Είναι δηλαδή ένα είδος ενστίκτου.

Κυριώτεροι εκπρόσωποι των θεωριών που αποδίδουν στην επιθετικότητα τον χαρακτήρα του ενστίκτου είναι οι ερευνητές Κ. LORENZ και Ε. EIBESFELD. Ο Κ. LORENZ προσπάθησε να αποδώσει την εμφάνιση του ένστικτου της επιθετικότητας στη ζωώδη καταγωγή του ανθρώπου μελετώντας την επιθετική συμπεριφορά των ζώων. Εκπροσωπεί λοιπόν τις απόψεις της πρώτης ομάδας των νεοενστικτικών θεωριών. Ο Ε. EIBESFELD μελέτησε την εμφάνιση της επιθετικής συμπεριφοράς μέσα από την ιστορία του ανθρώπινου πολιτισμού.

Ο LORENZ και ο EIBESFELD μελέτησαν την επιθετικότητα χρησιμοποιώντας την μέθοδο της ηθολογίας, του επιστημονικού κλάδου δηλαδή που ερευνά την έμφυτη συμπεριφορά ανθρώπων και ζώων.

Σύμφωνα με τον Β.Βουιδάσκη (1987) : " Ο EIBL-EIBESFELD (1962) θεωρεί την επιθετικότητα σαν μια αντίδραση που προκαλείται από εξωτερικές συνθήκες ή εσωτερικούς ερεθισμούς, ορμονικούς, ενδοκρινείς ή νευρολογικούς. Μετά από συγκριτικές παρατηρήσεις σε διαφορετικά πολιτισμικά συστήματα φθάνει πάλι στη διαπίστωση πως το φαινόμενο της επιθετικότητας συναντάται παντού" .

Ο Κ. LORENZ στο βιβλίο του για την " Επιθετικότητα" (1978) παρουσιάζει την επιθετική συμπεριφορά στο ζωικό βασίλειο. (Κατά τη γνώμη του LORENZ η επιθετική ορμή εναντίον ενός ζώου που

ανήκει στο ίδιο είδος έχει την ίδια σημασία και αναγκαιότητα με την επιθετικότητα εναντίον ζώων που ανήκουν σε αντίπαλα είδη. Ήξ αιτίας της είναι δυνατή η διαφύλαξη του απαραίτητου ζωτικού χώρου, της οικογένειας και της τροφής του κάθε ζώου αλλά και η " φυσική επιλογή " που επιτρέπει την διαίωηση και βελτίωση του είδους.

Ο LORENZ συγκαταλέγει το επιθετικό ένστικτο στα τέσσερα βασικά ένστικτα που είναι για αυτόν " η σίτηση, η τεκνοποιία, η φυγή και η επιθετικότητα" . (Α. Χέλερ " Ένστικτο και Επιθετικότητα " 1981). Ο σύγχρονος άνθρωπος, εξαιτίας του πολιτισμού είναι αναγκασμένος να απωθεί συνεχώς την επιθετικότητά του, πράγμα που τον οδηγεί σε πολλά και σοβαρά προβλήματα.

Όπως παρατηρεί ο Β.Βουιδάσκησ : " χωρίς να αμφισβητήσει κανείς την συμβολή του LORENZ στην έρευνα της επιθετικότητας πρέπει να παραδεχτεί το μεγάλο του σφάλμα. Μετέφερε τα συμπεράσματά του σχετικά με την επιθετικότητα από τα ζώα στον άνθρωπο. Με αυτό τον τρόπο αγνόησε την εκδοχή ότι ο άνθρωπος δεν προέρχεται από αρπαχτικά ανθρωποειδή και πολύ περισσότερο από κατώτερα ζώα." Συμπερασματικά μπορούμε να προσθέσουμε ότι τα συμπεράσματα μιας έρευνας που αφορά το ζωικό βασίλειο βοηθά στην κατανόηση ενός φαινομένου που αφορά και το ανθρώπινο είδος. Όμως η ανεπτυγμένη νοημοσύνη και η κοινωνική ζωή των ανθρώπων δεν μπορούν να ερμηνεύονται με ηθολογικά παρά μόνο με κοινωνιολογικά και ψυχολογικά δεδομένα.

γ) Ομοιότητες και διαφορές της ενστικτικής θεωρίας του FREUD και της νεοενστικτικής του LORENZ.

Τόσο ο Φρόυντ όσο και ο Λόρενζ δέχονται την επιθετικότητα σαν ένα από τα βασικά ανθρώπινα ένστικτα. Η επιθετικότητα

υπάρχει στον γενετικό κώδικα του κάθε ανθρώπου και χαρακτηρίζει την συμπεριφορά του αλλά και τον πολιτισμό και την ανθρώπινη ιστορία.

Ο Φρόυντ όμως ασχολήθηκε με την παρατήρηση της ανθρώπινης συμπεριφοράς και οδηγήθηκε σε συμπεράσματα μελετώντας σαν γιατρός ένα μεγάλο αριθμό ανθρώπων. Ασχολήθηκε με την λειτουργία της σκέψης και του ασυνειδήτου και δεν αρκέστηκε στην παρατήρηση της συμπεριφοράς.

Ο LORENZ από την άλλη είναι παρατηρητής της συμπεριφοράς των ζώων. Τα συμπεράσματα μιας τέτοιας παρατήρησης σε καμιά περίπτωση δεν μπορούν να θεωρηθούν ικανά να εξηγήσουν την ανθρώπινη συμπεριφορά και τις δομές του χαρακτήρα.

Β' ΣΧΟΛΗ. Η Επιθετικότητα προϊόν εξωγενών πολιτιστικών αιτιών.

α) Η σχέση ματαίωσης και επιθετικότητας.

Πριν από πολλές δεκαετίες ο FREUD, ο ADLER διατύπωσαν την άποψη πως η επιθετικότητα θα μπορούσε να γίνει κατανοητή σαν αντίδραση στην " ματαίωση", στην παρεμπόδιση δηλαδή ικανοποίησης πρωταρχικών ανθρώπινων αναγκών.

Ο άνθρωπος μαθαίνει κατά την διαδικασία της κοινωνικοποίησης του να προσαρμόζεται σε κανόνες και να βάζει σε πειθαρχία την επιθετικότητά του. Αυτό προέρχεται από το βίωμα μιας ματαίωσης. Η αναστολή της επιθετικότητας πραγματοποιείται εξαιτίας της πρόβλεψης τιμωρίας ή αποτυχίας και των συναισθημάτων που προέρχονται από αυτές.

Σύμφωνα με τον Ντόλφιντ (1970) βασικό μειονέκτημα αυτής της αναστολής της επιθετικότητας είναι πως πολλές μικρές αναστολές επιθετικότητας από προηγούμενες ^{ματαιώσεις} μπορούν να αθροίζονται και να διαμορφώσουν μετά μια πολύ ισχυρή επιθετικότητα.

Ο Ι. Ιωαννίδης στο βιβλίο του " Παιδαγωγική Ψυχολογία " (1979) ασχολείται με το φαινόμενο της " ματαίωσης " κατά την προγεννητική ζωή του ανθρώπου. Ο Ρανκ θεωρεί " αυτή την ίδια την γέννηση ένα τραύμα, μια και το παιδί από το γεμάτο σιγουριά και άνεση προγεννητικό περιβάλλον βρίσκεται σε ένα δυσανάλογο ή ακόμα και αντίθετο περιβάλλον ". Ο άνθρωπος σε κάθε ηλικία βιώνει ματαιώσεις που τον οδηγούν σε επιθετική συμπεριφορά. Στην καθημερινή του ζωή αγωνίζεται για την επιβίωσή του, πράγμα που συνοδεύεται πολλές φορές από συναισθήματα υποταγής και φόβου.

Σύμφωνα με τον DOLLARD (1970) η πιο ισχυρή ματαίωση στους ενήλικες προέρχεται από την σκέψη του θανάτου, σαν διακοπή όλων των αντιδράσεων. Συναισθήματα δυσαρέσκειας κατακλύζουν τον ηλικιωμένο άνθρωπο που νομίζει πως η ζωή του ήταν και είναι χωρίς νόημα. Η επιθετικότητα που παράγεται απ' αυτό το αίσθημα της ματαίωσης, φαίνεται καθαρά από την σκυθρωπή έκφραση αρκετών ηλικιωμένων, που τιμωρούν το περιβάλλον τους με μελαγχολία.

β) Η σχέση μάθησης και επιθετικότητας σε συνάρτηση με το οικογενειακό περιβάλλον.

Ο BANDURA και ο WALTERS (1959), πραγματοποίησαν μια σειρά από εμπειρικές έρευνες και εξέτασαν συστηματικά τις σημαντικότερες επιρροές της αγωγής στο οικογενειακό χώρο για τη μάθηση της επιθετικής συμπεριφοράς. Στηρίζουν την άποψή τους στη βασική αρχή πως οι προϋποθέσεις για την εξέλιξη και σταθεροποίηση του προτύπου επιθετικής συμπεριφοράς, βρίσκονται στον τρόπο μεταχείρισης του παιδιού από τους γονείς του τόσο στην πρώιμη παιδική ηλικία όσο και αργότερα. Τονίζουν την

σπουδαία αλλά όχι εντελώς νέα άποψη πως οι γονείς, οι δάσκαλοι και άλλα πρόσωπα του οικογενειακού περιβάλλοντος παρουσιάζονται σαν επιθετικά πρότυπα. Έχει αποδειχτεί πως η μίμηση των ενήλικων προσώπων έχει μακροχρόνιες επιδράσεις. Η επιθετική συμπεριφορά των γονέων γίνεται αποδεκτή από τα παιδιά τους σαν δικός τους τρόπος συμπεριφοράς. Σε κατάλληλη ευκαιρία εκδηλώνεται στην πράξη. Αυτό συμβαίνει συχνότερα " σε παιδιά τα οποία θέλουν εξουσία και κυριαρχία ή σε παιδιά τα οποία ταυτίζονται με έναν επιθετικό ενήλικα ".

γ) θετικές λειτουργίες της επιθετικότητας.

Ενώ δεν μπορούν ν'αμφισβητηθούν οι καταστρεπτικές συνέπειες της επιθετικότητας, δεν μπορούν επίσης να αμφισβητηθούν οι θετικές της λειτουργίες για την επιβίωση και την πρόοδο του ατόμου και της κοινωνίας. Όπως παρατηρεί ο Άντονι Στόρ (1979), στο βιβλίο του " Ανθρώπινη Επιθετικότητα" : " Ο άνθρωπος δεν θα είχε καν επιζήσει σαν είδος αν δεν ήταν προικισμένος με αρκετή επιθετικότητα ". Σήμερα όμως αυτή η θεωρία πρέπει να τροποποιηθεί. Γι'αυτό ακριβώς η σύγχρονη παιδαγωγική αμφισβητεί τον παραδοσιακό τρόπο της αγωγής και δεν επιδιώκει την απώθηση ή την αναστολή, την ελάττωση ή την κατάργηση της επιθετικότητας από τη ζωή των ανθρώπων και των εθνών.

Η σύγχρονη παιδαγωγική δεν φιλοδοξεί ένα ιδανικό πρότυπο αρμονίας, που δεν αφήνει κανένα χώρο για προσωπικές και ομαδικές συγκρούσεις. Αντίθετα τις αναγνωρίζει σαν κοινωνικά φαινόμενα αλληλοσυγκρουόμενων συμφερόντων.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι η επιθετικότητα ήταν ένας από τους παράγοντες που εξασφάλισε στο ανθρώπινο είδος

την επιβίωση και την επικράτηση του. Είναι επίσης ένας παράγοντας ισοροπίας στις κοινωνικές σχέσεις αφού επιτρέπει την διαφοροποίηση των σχέσεων και την ανανέωση.

2) Κοινωνιολογική προσέγγιση της επιθετικότητας

α) Σχέση του φασισμού και του μηχανεβιορισμού

Ο φασισμός, σαν κοινωνικό σύστημα, αποτελεί εξελιγμένη μορφή της ανθρώπινης επιθετικότητας. Στηρίζεται στην "επιβολή" δηλαδή στο είδος της επιθετικότητας που ξεκινά από τον ψυχολογικό εξαναγκασμό κι όχι από την ωμή βία. Η επιθετικότητα στο φασισμό έχει την μορφή της "καθοδηγητικής επιβολής", ο άνθρωπος καθοδηγείται, επειδή η φύση του ανθρώπου είναι τέτοια.

Οι μηχανεβιοριστές θεωρούν τον άνθρωπο μηχανή που για να εξασφαλιστεί η λειτουργία της χρειάζεται κάποιος ή κάτι για να την καθοδηγεί. Υπάρχουν ιδεολογικές και ιστορικές σχέσεις ανάμεσα στον μηχανεβιορισμό και τον φασισμό. Ο SKINNER, είναι ένας από τους πιο σημαντικούς μηχανεβιοριστές, παραδέχεται πως δεν υπάρχει καμιά εγγύηση για το ότι είναι αδύνατο για τον φασισμό να κάνει χρήση της τεχνικής του μηχανεβιορισμού. Το μυθιστόρημα του "Άλτους Χάλξεϊ" "Ο θαυμαστός καινούργιος κόσμος" είναι μια εφαρμογή του μηχανεβιορισμού σε μια μελλοντολογική κοινωνία με φασιστικό χαρακτήρα.

Η μηχανεβιοριστική θεωρία απορρίπτει το ένστικτο και την κληρονομικότητα και θεωρεί την μάθηση μέσα στα πλαίσια μιας κοινωνίας, σαν τον μοναδικό παράγοντα που διαμορφώνει την ανθρώπινη προσωπικότητα. Η κοινωνιολογία δέχτηκε τις επιδράσεις του μηχανεβιορισμού και αντίστροφα. Η σημασία του κοινωνικού

παράγοντα είναι το κοινό επίπεδο αναφοράς τους.

β) Η σχέση επιθετικότητας και αποστέρησης στην ανθρώπινη κοινωνία.

Τόσο οι μπηχεβιοριστές όσο και οι φρουδιστές ψυχολόγοι θεωρούν ότι η αποστέρηση οδηγεί σε επιθετική συμπεριφορά στη μελέτη του DOLLARD και των συνεργατών του " Αποκλεισμός ή επιθετικότητα" (1939) στην πρώτη κιάλας σελίδα, ο DOLLARD λέει: " δεν υπάρχει ερέθισμα χωρίς αντίδραση" η παρουσία της αποστέρησης οδηγεί πάντα σε κάποια μορφή επιθετικότητας".

Πολλοί κοινωνιολόγοι ασχολήθηκαν με την κοινωνιολογική προσέγγιση της θεωρίας ότι η αποστέρηση είναι η κυριώτερη(η μοναδική για τους μπηχεβιοριστές) αιτία επιθετικής συμπεριφοράς.

Η αστική κοινωνία, μέσα στην ιστορική της πορεία από την βιομηχανική επανάσταση ως τις μέρες μας, έχει αναπτύξει ένα τρομερό σύστημα, το σύστημα του ανταγωνισμού. Αυτό καλλιερεί στους ανθρώπους αισθήματα ζήλιας, φθόνου, ματαιοδοξίας και δημιουργεί σε μεγάλο βαθμό το αίσθημα της αποστέρησης.

Η αστική κοινωνία είναι διαστρωματωμένη : χωρίζεται σε κοινωνικές τάξεις με βάση τα ιδιαίτερα οικονομικά χαρακτηριστικά και συμφέροντα. Φιλοδοξία των περισσότερων ανθρώπων είναι η συμμετοχή στα προνόμια της άρχουσας τάξης.

Η τάξη δηλαδή που συγκεντρώνει τις εξουσίες και ελέγχει τα μέσα παραγωγής. Στην αστική κοινωνία κυριαρχεί η αντίληψη πως ο καθένας μπορεί να γίνει μέλος της άρχουσας τάξης. Στην πράξη όμως λίγοι είναι εκείνοι που πραγματικά μπορούν. Τα ιδιαίτερα προσόντα και οι δυνατότητες που απαιτούνται είναι υψηλά και οι " κενές θέσεις" λίγες.

Τα άτομα που φιλοδοξούν να αναριχηθούν, προσαναταλίζονται στο ανταγωνισμό, γίνονται σκληρά και επιθετικά. Μέσα σε τέτοιες συνθήκες κοινωνικού ανταγωνισμού οι άνθρωποι που ασκούν εξουσία συμπεριφέρονται με σκληρό κ' άκαμπτο τρόπο.

Σε μερικές περιπτώσεις, η συμπεριφορά τους χαρακτηρίζεται από τυπικά δαδιστικά γνωρίσματα.

Δημιουργούν αισθήματα ενοχής και αποστέρησης στους υφιστάμενούς τους, τα οποία θα οδηγήσουν σε επιθετικότητα. Όταν κάποιοι από αυτούς, με τη σειρά τους ανέβουν στην ιεραρχία θα παρουσιάζουν τα ίδια με τους προηγούμενους χαρακτηριστικά.

Στις συνθήκες κοινωνικού ανταγωνισμού, που δημιουργούν οι σύγχρονες αστικές κοινωνίες, ο καθένας είναι αποστερημένος. Ο νικημένος γιατί έχασε, και ο νικητής επειδή δεν είναι ποτέ σίγουρος για την νίκη του. Όταν έρθει η στιγμή που θα χάσει οι προηγούμενες νίκες του εξανεμίζονται.

Μια άλλη διαδικασία που συναντιέται στις σύγχρονες κοινωνίες είναι η "προσαρμογή". Στη βιομηχανική και μεταβιομηχανική εποχή ο άνθρωπος πρέπει να προσαρμοστεί σε ρόλους και συμπεριφορές συγκρουόμενες με τον χαρακτήρα και τις αρχές του.

Η προσαρμογή στις σύγχρονες συνθήκες ζωής δημιουργούν στο άνθρωπο επιθετικές τάσεις. Σε πολλές περιπτώσεις χάνει την προσωπικότητά του και καταλήγει να γίνει κατευθυνόμενος και άβουλος. Η ζωή του χάνει το ενδιαφέρον της και γίνεται μονότονη και αδιάφορη. Είναι πιθανό, από κάποια στιγμή, ο "προσαρμοσμένος άνθρωπος" να αρχίσει ν' αντιδρά επιθετικά (ή και καταστροφικά) αντιδρώντας στη ουσία, στη παθητικότητα και ουδετεροποίηση που τον οδήγησε η προσαρμογή.

Η χρήση τεχνητών διεγέρσεων, π.χ. ναρκωτικά συμμετοχή σε

παράνομες δραστηριότητες, μπορεί να αποτελούν καταφύγιο ή παγίδα ανθρώπων που έχασαν την προσωπικότητά τους ή κατάπατησαν τις αξίες τους στο όνομα της "κοινωνικής προσαρμογής".

Η πρόκληση της "προσαρμογής" ως πηγή επιτυχίας σε αντίθεση με την "ανταγωνιστική στάση" δεν είναι χαρακτηριστική ολόκληρης της αστικής εποχής, αλλά ειδικά έργο της σύγχρονης βιομηχανικής κοινωνίας.

Πολλοί κοινωνιολόγοι ασχολήθηκαν με την κοινωνιολογική προσέγγιση αυτής της θεωρίας αποδειχνοντας την ισχύ της με μια σειρά από πειράματα:

Οι HOWLAND και SEARS δείχνουν στατιστικά στο βιβλίο (1940), "ότι ο αριθμός λυντσαρίσματος στη δεκαετία του 1930 στην Αμερική ήταν αντιστρόφως ανάλογος προς τις τιμές του βαμβακιού.

Ανάμεσα στην αβεβαιότητα της ύπαρξης, που προκαλεί η καπιταλιστική οικονομία και τις επιθετικές συμπεριφορές υπάρχει μια χαρακτηριστική συνάφεια..." Ο BERKOWITZ, με βάση εμπειρικά δεδομένα απέδειξε ότι ο ανταγωνισμός επηρεάζει πολύ το αίσθημα της αποστέρισης και της επιθετικότητας όχι μόνο σε σχέση με αυτούς που βγαίνουν νικημένοι, αλλά και σε σχέση με αυτούς που νικούν. Όχι μόνο ή ήττα αλλά κυρίως το γεγονός του ανταγωνισμού και ο φόβος της ήττας δίνουν ένα σταθερό κίνητρο για επιθετικότητα. Ο περιορισμός της διαρκούς ανταγωνιστικότητας, που αποτελεί οργανικό μέρος της καπιταλιστικής κοινωνίας, θα εξαφάνιζε από τη ζωή των ανθρώπων ένα από τα πιο ενεργητικά ερεθίσματα την επιθετικότητα. (Αγκνες Χέλερ 1981 'Ένστικτο και επιθετικότητα).

Γ' Η επίδραση της μαρξιστικής σκέψης.

Στην πρώτη κιόλας σελίδα του " κομμουνιστικού μανιφέστου " 1848 ο Μάρξ γράφει : " Η ιστορία όλων των κοινωνιών ως τις μέρες μας είναι η ιστορία της πάλης των τάξεων ". Η πάλη προϋποθέτει τον σαφή διαχωρισμό σε καταπιεστές και καταπιεζομένους.

Ο διαχωρισμός άρχισε να ισχύει με την διάλυση των πρωτόγονων κοινοτήτων, της καινοκτημοσύνης και κοινής ιδιοκτησίας των αγαθών που επικρατούσε. Τότε η κοινωνία αρχίζει να διαιρείται σε διακεκριμένες και τελικά σε ανταγωνιστικές τάξεις. Διάφοροι αρχηγοί ασκούν ιδεολογική κυριαρχία και έχουν μεγάλη κοινωνική, θρησκευτική, πολιτική δύναμη.

Στη συνέχεια του πολιτισμού θα αποτελέσουν τους πυρήνες της άρχουσας τάξης.

Η εμφάνιση της αστικής τάξης είχε για τον Μάρξ έναν ρόλο εξαιρετικά επαναστατικό: Έσπασε χωρίς οίκτο τους ποικίλλους φεουδαρχικούς θεσμούς που συνδέανε τον άνθρωπο με τους φυσικούς ανώτερους του.... Με μια λέξη στη θέση της σκεπασμένης με θρησκευτικές και πολιτικές αυταπάτες, εκμετάλλευσης, έβαλε την ανοικτή εκμετάλλευση " Μάρξ " Κομμουνιστικό Μανιφέστο " (1848)

Στη βάση της η ιδεολογία της αστικής τάξης πραγματεύεται μια ύπαρξη αυστηρά ατομική και την ατομική κατοχή των υλικών αγαθών που οδηγεί στο φαινόμενο του οικονομικού ανταγωνισμού. Η ιδεολογική κυριαρχία του ατομικού κέρδους στον καπιταλισμό είναι εξίσου αλλοτριωτική διανοητικά και ψυχολογικά και για την άρχουσα, αλλά και για την εκμεταλλευόμενη τάξη.

Βρίσκεται σε συνάφεια με τα δύο συστήματα που παρουσιάσαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, το σύστημα του ανταγωνισμού

και το σύστημα προσαρμογής.

Οι συνέπειες της προσαρμογής και του ανταγωνισμού στην προσωπικότητα των μελών μιας κοινωνίας καπιταλιστικού χαρακτήρα είναι, όπως είπαμε, αύξηση του ποσού αποστέρησης που μπορεί να οδηγήσει το άτομο σε επιθετικότητα ή αβουλία.

Στην καπιταλιστική κοινωνία η κυρίαρχη τάξη επιβάλλει στις τάξεις την αλλοτριωτική της ιδεολογία. Τροποποιεί, όταν χρειάζεται τις κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες προς όφελος της. Οι συνέπειες του κοινωνικού διαχωρισμού σε προνομιούχες τάξεις, οδηγεί στον διαχωρισμό της διανοητικής από την χειρωνακτική εργασία. Την χειρωνακτική δουλειά την κάνουν οι εκμεταλλευόμενοι και γι' αυτό ακριβώς τον λόγο ο ρόλος της υποτιμάται από την άρχουσα τάξη. Αυτή κρατά το προνόμιο της διανοητικής εργασίας. Η διαίρεση σε χειρωνακτική και διανοητική εργασία και καταξίωση που γνωρίζει η δεύτερη σε βάρος της πρώτης κάνει τον διαχωρισμό των κοινωνικών τάξεων απόλυτα σαφή. Το ιδεολογικό υπόβαθρο της εκμετάλλευσης ενισχύεται. Ταυτόχρονα όμως γίνεται και πιο φανερή αυτή η εκμετάλλευση.

Τόση φανερή που, στο έργο του Μάρξ κυριαρχεί η άποψη ότι οι ανθρώπινες συγκρούσεις αιτιολογούνται από οικονομικές αιτίες. Οι τάξεις βρίσκονται σε σύγκρουση. Η άρχουσα διεκδικεί την διατήρηση των προνομίων της. Η τάξη των εκμεταλλευομένων το δικαίωμα της ιδιοκτησίας στα μέσα παραγωγής που διαχειρίζεται η άρχουσα τάξη.

Σύμφωνα με την άποψη του Μάρξ η απόδοση της διαχείρισης των παραγωγικών μέσων στους εργάτες θα οδηγούσε την πάλη των τάξεων στο τέλος της. Γιατί όταν ο άνθρωπος πάψει να είναι αντικείμενο οικονομικής εκμετάλλευσης δεν θα βρίσκεται πια σε σύγκρουση με τους όμοιούς του. Αλλά αυτή η αντίληψη συνεπάγε-

ται ότι οι ανθρώπινες συγκρούσεις αιτιολογούνται μόνο από οικονομικές αιτίες.

Ο οικονομικός παράγοντας δεν μπορεί να θεωρηθεί σαν μοναδικός ρυθμιστής των κοινωνικών συνθηκών, ούτε σαν μοναδική αιτία των ανθρωπίνων συγκρούσεων, στα πλαίσια της πάλης των τάξεων με διαφορετικά οικονομικά συμφέροντα.

Η απόδοση της ιδιοκτησίας των παραγωγικών μέσων στους παραγωγούς δεν πρόκειται να δημιουργήσει ακόμα και ύστερα από όσεςδήποτε " μεταβατικές περιόδους " μια κοινωνική ζωή χωρίς συγκρούσεις.

Από την αρχή της ιστορίας της ανθρωπότητας υπάρχει μια ιδεολογία που κυριαρχεί. Θεμέλιο της δεν φαίνονται να είναι μόνο οι οικονομικοί παράγοντες, αλλά και άλλοι παράγοντες που ανήκουν στην ψυχολογική σφαίρα. Αυτοί οι ψυχολογικοί παράγοντες μπορούν να συνδέονται με την ενοχή, το φόβο της εγκατάληψης από τους συνανθρώπους, τον αποκλεισμό από την βασική κοινωνική ομάδα, και δίνουν στην κυρίαρχη ιδεολογία όλη την συγκινησιακή της δύναμη.

Αυτή η ιδεολογική κυριαρχία έγινε αντικείμενο εκμετάλλευσης από την άρχουσα τάξη και βάθυσε το χάσμα ανάμεσα στις συγκρουόμενες κοινωνικές τάξεις.

Δ'Η θεωρία του Μάρξ για την " ανθρώπινη ουσία " και ο ρόλος της στην διαμόρφωση του " τρίτου ρεύματος ".

Ως τώρα μιλήσαμε για τις δύο σημαντικότερες σχολές της ψυχολογίας και τις θεωρίες που αναπτύχθηκαν από αυτές για τα αίτια και την προέλευση του φαινομένου της ανθρώπινης επιθετικότητας.

Έτσι οι φροϋδιστές και μεταφροϋδιστές ψυχολόγοι πρεσβεύουν ότι η επιθετικότητα είναι ένα βασικό ένστικτο του ανθρώπου, που είναι γραμμένο στο γενετικό κώδικα και υπάρχει από τις πρώτες κιόλας μέρες της ζωής μας.

Αντίθετα οι μηχεβιοριστές ψυχολόγοι θεωρούν την επιθετικότητα σαν μια συμπεριφορά που μαθαίνεται στον άνθρωπο, μέσα στα πλαίσια της κοινωνίας που αυτός γεννιέται και περνά την ζωή του.

Μια καινούργια τάση για την εξήγηση του ίδιου φαινομένου αναπτύχθηκε τα τελευταία χρόνια. Οι βάσεις της είναι περισσότερο κοινωνιολογικές και οι υποστηρικτές της τάσης αυτής ασκούν κριτική προς τις δύο προηγούμενες κατευθύνσεις (των φροϋδιστών και των μηχεβιοριστών). Την τάση αυτή ο MASLOW (1954) την ονόμασε " τρίτο ρεύμα " και οι υποστηρικτές της ξεκινώντας από διαφορετικές αφετηρίες έφτασαν στα ίδια συμπεράσματα. Στα σημεία αφετηρίας βρίσκονται οι σημαντικοί μηχεβιοριστές, ο Φρόυντ αλλά και οι φιλοσοφικές θέσεις του Υπαρξισμού και κυρίως του Μάρξ.

Αφετηρία του τρίτου ρεύματος & κεντρικό αντικείμενο είναι η " ενιαία προσωπικότητα ". Η θεωρία της " ενιαίας προσωπικότητας " απορρίπτει ότι ο άνθρωπος χαρακτηρίζεται να " δομείται " και ότι κάθε συμπεριφορά είναι αποτέλεσμα της αλόγιστης γνώσης, όπως πιστεύουν οι μηχεβιοριστές. Απορρίπτει επίσης την άποψη των φροϋδιστών ότι η προσωπικότητα βασίζεται στην ύπαρξη δύο βασικών ενστίκτων της επιθετικότητας και της αναπαραγωγής.

Σύμφωνα με τη θεωρία της " ενιαίας προσωπικότητας " υπάρχει στο άνθρωπο η δυνατότητα της άπειρης δόμησης της προσωπικότητας. Αυτή η δόμηση πρέπει να είναι σύμφωνη με την " αν-

θρώπινη υπόσταση ". Μάρξ " Μαρξισμός και ανθρωπολογία" 1972.

Το άτομο γίνεται υγιής προσωπικότητα όταν η κοινωνία προσφέρει " τύπους " και " πρότυπα " που συμφωνούν με την ανθρώπινη υποστασή του.

Σε αντίθετη περίπτωση το άτομο πάύει να είναι υγιής προσωπικότητα και γίνεται " νευρωτικό ".

Μια κοινωνία με άτομα νευρωτικά δεν μπορεί να λειτουργήσει, γιατί αυτά τα άτομα δεν είναι ικανά να επικοινωνήσουν στο βαθμό που χρειάζεται το κοινωνικό σύστημα για να έχει λειτουργικότητα.

Σ'αυτή την περίπτωση οι υποστηρικτές της θεωρίας του " τρίτου ρεύματος " δέχονται ότι ο άνθρωπος αντιδρά. Εξεγείρεται ενάντια στην άρρωστη κοινωνία, και ενάντια στους συνανθρώπους του που έχουν αλλοτριωθεί και προσπαθεί να δημιουργήσει μια καινούργια " υγιή κοινωνία " που του ταιριάζει.

Σημαντική αφετηρία για την διαμόρφωση της θεωρίας για την " ενιαία προσωπικότητα " μπορεί να θεωρηθούν οι σχεδόν ταυτόσημες φιλοσοφικές απόψεις του Μάρξ για την έννοια της ανθρώπινης ουσίας " .

Σύμφωνα μ'αυτήν την θεωρία τα συστατικά της " ουσίας του ανθρώπινου είδους" είναι τα ακόλουθα κοινωνικότητα, συνείδηση, αντικειμενοποίηση, καθολικότητα και ελευθερία. Πρόκειται για ιδιότητες που χαρακτηρίζουν την ανθρωπότητα, σε αντιδιαστολή με το ζώο και από την άποψη αυτή μιλάμε για τις δυνατότητες του ανθρώπου. Η ιστορία της πραγμάτωσής τους είναι η ιστορία της ανθρωπότητας ". Άγκνες Χέλερ (1982).

Ο άνθρωπος μπορεί να λειτουργήσει σαν υγιής προσωπικότητα όταν είναι σε θέση να " οικειοποιηθεί " την " ουσία του είδους " .

Το τρίτο ρεύμα και ιδιαίτερα ο σημαντικότερος εκπρόσωπος του ο MASLOW (1954) υιοθετούν τις θέσεις του Μάρξ. Σύμφωνα με αυτές στον κάθε άνθρωπο κατοικούν δύο άνθρωποι "ο άνθρωπος νοούμενο" που αντιπροσωπεύει την "ουσία του είδους" και την κάθε αυτό ανθρώπινη φύση. Επίσης υπάρχει και ο "άνθρωπος φαινόμενο" ο αλλοτριωμένος άνθρωπος " που αντιδρά στο ερέθισμα της αλλοτριωμένης κοινωνίας.

Σε κάθε άτομο συνυπάρχουν και οι δύο παραπάνω προσωπικότητες, η υγιής και η άρρωστη και η τελική εικόνα του ανθρώπου είναι η προβολή μιας απ' αυτές τις δύο, εκείνης που κατέχει την περισσότερη δύναμη. Βέβαια δεν πρέπει να παραγνωρίζεται ότι η πραγματική προσωπικότητα ενός ανθρώπου είναι συνισταμένη "των υγιών και άρρωστων πλευρών" του χαρακτήρα του, αλλά και της κοινωνίας που ζει.

Όπως γράφει ο MASLOW (1954) : " Ο άνθρωπος δείχνει μέσα στην φύση του μια ώθηση προς μία όλο και αρτιότερη ύπαρξη, προς μια όλο και αρτιότερη πραγμάτωση του είναι του ως ανθρώπου ".

Η θεωρία του τρίτου ρεύματος τονίζει τη σχέση ανθρώπου - κοινωνίας. Ο " άρρωστος άνθρωπος " και η " άρρωστη κοινωνία " είναι σχετικές πραγματικότητες. Και μόνο ο άνθρωπος μπορεί να αλλάξει τις κοινωνικές συνθήκες, όταν αρνήται την αλλοτρίωση και αγωνίζεται για την δημιουργία κοινωνικών δεδομένων σύμφωνων με την " ανθρώπινη ουσία " του.

Το " τρίτο ρεύμα " σαν αιτία της επιθετικότητας δέχεται την αστάθεια και την ταλάντευση της αυτοεκτίμησης του ανθρώπου. Με την επιθετικότητα το αποστερημένο άτομα θέλει να ξανααποκτήσει την αυτοεκτίμηση του. Ένα άτομο με χαμένη αυτοεκτίμηση ερμηνεύει κάθε αντίδραση του κοινωνικού του περιβάλλ-

λοντος ως στρεφόμενη εναντίον του.

Όπως λέει η Αγκνες Χέλερ 1981 " Αν κάποιος δεν μπορεί να πραγματώσει τις πραγματικές του ικανότητες, θα μαζευτούν μέσα του ερεθίσματα ενάντια σε όλους εκείνους που πιστεύει πως είναι η αιτία της αποτυχίας του. Αν δεν κατορθώσει να ξυπνήσει αγάπη σε αγαπημένο του πρόσωπο θα καταλήξει να το μισεί, για να μπορέσει να διατηρήσει την αυτοεκτίμησή του "

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι η τρίτη σχολή υποστηρίζει πως κάθε άνθρωπος πρέπει να έχει αυτοεκτίμηση, εμπιστοσύνη στο εαυτό του. Θα πρέπει να αναπτύσει μέσα του, ένα ισχυρό Εγώ που θα τον βοηθήσει να λύσει τα προβλήματα που του παρουσιάζονται με τις ικανότητές του. Στη συνέχεια θα χρησιμοποιήσει αυτές τις ιδιαίτερες ικανότητες που ανέπτυξε στην προσπάθεια για κοινωνική αλλαγή και θα προσπαθήσει για τη δημιουργία " υγιών κοινωνικών συνθηκών ", αυτών που ταιριάζουν πιο πολύ στην ανεξάρτητη προσωπικότητα.

Ο φανερός ουτοπισμός της θεωρίας όμως είναι φυσικό να γεννά ερωτηματικά. Οι προοπτικές δεν φαίνονται απραγματοποίητες, είναι όμως φανερό ότι αφορούν περισσότερο μελλοντικές ή φανταστικές κοινωνίες και λιγώτερο τη δική μας.

Στη σύγχρονη κοινωνία τα όρια παρέμβασης στην κοινωνική πραγματικότητα είναι περιορισμένα και επικύνδυνα.

Τα παραδείγματα των ουτοπιστών που αγωνίστηκαν για αλλαγές σύμφωνες με την " ανθρώπινη ουσία " και την καθευτό ανθρώπινη φύση, τελικά αποβλήθηκαν από το κοινωνικό σύνολο, άλλοτε σαν τρελλοί και άλλοτε σαν επικύνδυνα άτομα.

Μ Ε Ρ Ο Σ 5ο

ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΟΥΣ ΜΕ ΤΟ
ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1) Η ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΙΝΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΟ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ
ΚΟΙΝΩΝΙΩΝ

Μια από τις πιο επίμονες φαντασιώσεις που έχουν θρέψει το ανθρώπινο πνεύμα για αιώνες ολόκληρους είναι η ιδέα ότι σε κάποιο μακρινό παρελθόν ή στο μέλλον, υπήρξε ή θα υπάρξει μια εποχή απόλυτης ειρήνης. Ο καθηγητής Νόρμαν Κον, (1957), στο έργο του " η αναζήτηση του επίγειου παράδεισου ", μας δίνει μια περιγραφή φαντασιώσεων γύρω από την ισότητα των ανθρώπων. Αποδεικνύει πως η ιδέα ενός κόσμου χωρίς ανταγωνισμό ή επιθετικότητα δεν είναι μόνο πολύ παλιά, αλλά προβάλλεται στο μέλλον και αποτελεί έναν επαναστατικό μύθο, που βρίσκει απήχηση στις καταπιεζόμενες μάζες ".

Η κοινωνία χωρίς επιθετικότητα είναι για το ανθρώπινο είδος μια φαντασίωση αρχέτυπη, δηλαδή μια σκέψη που βρίσκεται μέσα στο μυαλό κάθε ανθρώπου. Στα οράματα των κοινωνιών χωρίς επιθετικότητα οι δημιουργοί τους αναγκάστηκαν να ξεπεράσουν τον ουτοπισμό τους και οδηγήθηκαν σε λογικές διαπιστώσεις. Κάποιοι συνειδητοποίησαν ότι σε κάθε κοινωνία μερικά άτομα χρειάζεται να επωμιστούν τα πιο δυσάρεστα κομμάτια του καταμερισμού εργασίας. Έτσι το δράμα της ισότητας και της ελευθερίας εξαφανίζεται.

Όσο και αν αυτό ακούγεται δυσάρεστα είμαστε ανίκανοι να ζήσουμε χωρίς επιθετικότητα. Ένα παιδί δεν θα μπορούσε να εξελιχθεί σε ώριμο ενήλικο εάν δεν είναι επιθετικό. Η επιθετικότητα το ωθεί στο να εξερευνά και να κυριαρχεί στο περιβάλλον του και να αισθάνεται, για αυτό, ανεξάρτητο άτομο.

Έχουμε ξαναμιλήσει για την απόψη της Μέλανι Κλάιν ότι το παιδί είναι επιθετικό από την βρεφική του ηλικία. Η άποψη αυτή αμφισβητείται αφού τα ίδια τα παιδιά δεν είναι ακόμα σε θέση να μιλήσουν και να μας μεταδώσουν τις εμπειρίες τους. Ότι συμβαίνει με τα παιδιά συμβαίνει και με τους ενήλικες. Ο ώριμος άνθρωπος χρειάζεται να συνεχίζει να εκφράζει ένα μέρος τουλάχιστον από το επιθετικό δυναμικό του αν θέλει να διατηρήσει την αυτονομία του.

Είναι ενδιαφέρον ότι στις κοινωνίες που υπάρχει μία ιδιαίτερα στενή ταύτιση μεταξύ των μελών τους γεννιούνται οι πιο έντονες διενέξεις. Σε μια πολιτική ομάδα, για παράδειγμα, είναι σχεδόν βέβαιο πως μόλις καθοριστεί μία κομματική γραμμή τότε θα εμφανιστούν οι διασπαστικοί και επαναστάτες. Όσο πιο στενοί είναι οι δεσμοί που ενώνουν τους ανθρώπους τόσο πιο βίαιες θα είναι οι διαφωνίες που τους χωρίζουν.

Πολλοί άνθρωποι έχουν βασανιστεί και εκτελεστεί από μέλη της κοινωνικής τους ομάδας για θρησκευτικούς, ιδεολογικούς και πολιτικούς λόγους.

Είναι γεγονός ότι οι άνθρωποι δεν είναι ίδιοι μεταξύ τους, και όσοι μοιάζουν σε κάποια στιγμή της ζωής τους διαφοροποιούνται. Όμως για το μέλος μίας κοινότητας, με μέλη που " ταυτίζονται " , η παραμικρή σοβαρή παρέκλιση γίνεται απειλή. Γίνεται αβυσθητή σαν επίθεση και γεννάει επιθετικότητα.—Ένα

από τα δυσκολότερα προβλήματα που έχουν να αντιμετωπίσουν οι άνθρωποι είναι να διατηρήσουν στενή επαφή με τους άλλους και ταυτόχρονα να διατηρήσουν την αυτονομία τους. Η ομοιομορφία βασισμένη σε μια στενή ταύτιση στην αρχή υπόσχεται ασφάλεια, εύκολα όμως μεταβάλλεται σε περιορισμό της ελευθερίας.

Η διαφωνία, η φιλονικία, ακόμα και ο ανταγωνισμός παίζουν θετικό ρόλο στη ζωή του ανθρώπου. Γιατί πως αλλιώς μπορεί ένας άνθρωπος να ξέρει ποιος είναι, τι σκέφτεται, τι πιστεύει αν δεν υπάρχουν άλλοι που σκέφτονται και πιστεύουν διαφορετικά; Το ίδιο συμβαίνει και με την προσωπικότητα, δεν θα είχε κανένα νόημα παρά σε σχέση με άλλες προσωπικότητες. Το Εγώ δεν μπορεί να λειτουργήσει χωρίς το Εσύ. Η διατήρηση της προσωπικότητας απαιτεί την αντίθεση. Οι κοινωνίες χωρίς την αντίθεση, ανάμεσα σε ανθρώπους που αποτελούν μια κοινωνική ομάδα θα ήταν βαρετές.

2) ΜΟΡΦΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΖΩΗΣ ΠΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΖΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ

2α) Η επιθετικότητα στις πρωτόγονες κοινωνίες.

Η επιθετικότητα είναι ένα ένστικτο που χαρακτηρίζει ιδιαίτερα το ανθρώπινο είδος και έχει παίξει σημαντικό ρόλο στην ιστορία του ανθρώπινου πολιτισμού.

Όπως παρατηρεί η Άγκνες Χέλερ (1981) στο βιβλίο της " Ένστικτο και Επιθετικότητα " η ύπαρξη επιθετικότητας αποδύκνεται στις πρωτόγονες κοινωνίες από ανακαλύψεις ανθρωλόγων και ερευνητών:

- 1) Τα κρανία των Αυστραλοπίθηκων που ανακαλύφθηκαν στους τάφους δείχνουν συχνά πληγές που προξενήθηκαν από εργαλεία.
- 2) Το εύρημα στο σπήλαιο της KRAPINA (Κροατία) δείχνει ότι

οι άνθρωποι του Νεότερου Νεάντερταλ χρησίμευαν για τροφή σε γεύματα κανιβάλλων.

- 3) Ακόμα και στη σημερινή εποχή συναντάμε ίχνη κανιβαλλισμού στις πρωτόγονες φυλές. Οι Νταγιάκ, φυλή της Πολυνησίας, ήταν μέχρι πριν λίγα χρόνια ανθρωποφάγοι. Από όλα αυτά συμπεραίνεται χωρίς αμφιβολία ότι: 1) Οι πρωτόγονοι άνθρωποι σκότωναν ανθρώπους και επομένως δε δρούσε μέσα τους κανένα εσωτερικό του είδους " 2) Οι πρόγονοί μας καταβρόχθιζαν ανθρώπινο κρέας. Αντίθετα ο Λύκος, για παράδειγμα, είναι ανίκανος να φάει κρέας λύκου, ακόμα κι αν πεθαίνει από αστία. Εδώ πρέπει να τονιστεί ότι αυτά είναι μεμονομένα γεγονότα και όλες οι θεωρίες που στηρίζονται σε αυτά δεν είναι παρά υποθέσεις και αναπαραστάσεις".

- 2β) Η επιθετικότητα στην ανάπτυξη του παιδιού.

Σύμφωνα με τον Άντονου Στορ (1979) : " η επιθετικότητα ανάμεσα στη μητέρα και το παιδί είναι αναπόφευκτη. Είναι απόλυτα δικαιολογημένο να υποθέσουμε ότι ακόμα και τα νεογέννητα βρέφη έχουν επιθετικές ορμές, παρά το γεγονός ότι δεν έχουμε τρόπο να επικοινωνήσουμε άμεσα με το φαντασιωτικό τους κόσμο. " Κάτι που είναι δύσκολο να αποδείξουμε για την πρώιμη παιδική ηλικία είναι ότι η επιθετικότητα μπορεί να εξυπηρετεί κι άλλους στόχους εκτός από την διαμαρτυρία.

Ώδλις το παιδί αρχίσει να μπουσουλάει φαίνεται η αρχή μίας προσπάθειας εξερεύνησης του εξωτερικού κόσμου. Ένα μειονέκτημα της ανθρώπινης υπόστασης είναι ότι η φυσική εξευρενητική συμπεριφορά του βρέφους πρέπει να αναχαιτίζεται, ιδιαίτερα μέσα στις συνθήκες του πολιτισμού, όπου ο κίνδυνος από την κυκλοφορία, τον ηλεκτρισμό υποχρεώνουν τους γονείς να προφυλάσ-

σουν και να προστατεύουν τα παιδιά τους.

Η Ελινδρ Γκίμπσον έκανε το πείραμα " του οπτικού λόφου " που αναφέρεται στο βιβλίο του Στόρ (1979) για την " Ανθρώπινη Επιθετικότητα " . Με το πείραμα αυτό απέδειξε ότι τα βρέφη έχουν την αίσθηση του κινδύνου και πολλές φορές οι προφυλάξεις των γονιών, και η επιθετικότητα που δημιουργούν στα παιδιά αυτές οι προφυλάξεις , είναι άσκοπη.

Την κινητικότητα του βρέφους μπορούμε να την θεωρήσουμε σαν μία κυτταρική επιβεβαίωση της ατομικότητας και του διαχωρισμού του από τη μητέρα. Έχουμε λόγους να πιστεύουμε ότι αυτή η αυθόρμητη κινητικότητα είναι η πιο πρώιμη εκδήλωση μιας θετικής ορμής.

" Από τη στιγμή της γέννησης κάθε βρέφος γίνεται μια ξεχωριστή οντότητα με δική του ατομική ζωή. Όσο και αν είναι εξαρτώμενο , το βρέφος έχει μέσα του μια ατομικότητα που σύντομα αρχίζει να την εκφράζει. Όλη η υπόλοιπη ζωή του θα είναι μια αυξανόμενη επιβεβαίωση της μοναδικότητάς του". Άντονι Στορ: (1979) " Ανθρώπινη Επιθετικότητα "

Κάθε παιδί για να γίνει ένας αυτόνομος ενήλικας θα πρέπει να ξεφύγει από την εξάρτηση του περιβάλλοντός του και να κυριαρχήσει πάνω σε αυτό.

2γ) Ο ρόλος των κοινωνικών αξιών στην εμφάνιση επιθετικής συμπεριφοράς.

Στο βιβλίο ο Β. Βουιδάσκη (1987) υποστηρίζει ο R. KONGING (1974) ότι: αν και η οικογένεια είναι ένας καθολικός θεσμός , θα πρέπει όμως να λεχθεί ότι οι ποικίλες ιδιορυθμίες των διαφόρων κοινωνιών, τα κοινωνικά και οικονομικά συστήματα , καθορίζουν ποιά μορφή παίρνει η οικογένεια σε κάθε περίπτωση. Όλες οι παραδεχτές, αυταρχικές και παραδοσιακές, δομές

της κοινωνίας βοηθούν στη δημιουργία εντάσεων ανάμεσα στο παιδί, την οικογένεια και το σχολείο του. Είναι γεγονός πως εκείνοι οι ανταρτικοί γονείς και δάσκαλοι που συμπεριφέρονται επιθετικά στα παιδιά εφαρμόζουν τις πρακτικές της αγωγής τις οποίες οι ίδιοι βίωσαν σαν παιδιά. Γι' αυτό, σύμφωνα με την άποψη του NEILL (1969) " το τιμωρημένο παιδί γίνεται συνεχώς χειρότερο. Ακόμα περισσότερο εξελίσσεται σε τιμωρό πατέρα ή σε τιμωρούσα μητέρα και ο κύκλος του μίσους συνεχίζεται από γενιά σε γενιά."

Σύμφωνα με το Μπ. Ράσσελ (1980) , το ίδιο πράγμα συμβαίνει στον επιθετικό μαθητή εξ αιτίας της ανταρτικής εξουσίας του δασκάλου. Γι αυτό θα μπορούσε κανείς να χαρακτηρίσει αυτή την "αγωγή του ξυλοκοπήματος των επιθετικών παιδαγωγών σαν μία " βιολογική κληρονομιά".

Ο Β. Βουιδάσκη (1987) , αναφέρει τα εξής ποσοστά κακοποίησης παιδιών από σχετικές έρευνες: Στη Δ. Γερμανία διαπιστώθηκε ότι περίπου το 50% των αγοριών και το 35% των κοριτσιών ξυλοφορτώνονται .

Οι 85 από τους 100 γονείς χτυπούν τα παιδιά τους. Στατιστικά φτάνουν μέχρι το δικαστήριο ετησίως 400 περίπου περιπτώσεις κακοποίησης παιδιών, που από αυτές οι περισσότερες από 100 καταλήγουν στο θάνατο των παιδιών.

Από τα στοιχεία μίας επιτροπής του Ο.Η.Ε. διαπιστώθηκε πως κατά το έτος 1978, 2000 παιδιά πέθαναν από βασανιστήρια των γονέων σε διάφορες χώρες. Επίσης περιπτώσεις βασανισμού παιδιών έχουμε και στη χώρα μας. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία 15 περιπτώσεις βασανισμού παιδιών σημειώθηκαν στην Ελλάδα το 1978 και έφτασαν στα δικαστήρια. Οι 12 απ' αυτές διαπράχθηκαν σε χωριά της επαρχίας και οι 3 σε προάστια της Αθήνας και του Πειραιά.

. / .

Διαπιστώνεται ότι η χειρότερη μορφή επιθετικότητας και περισσότεροι βασανισμοί παιδιών εμφανίζονται σε επαρχιακές περιοχές . Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι εκεί η παραδοσιακή αυταρχική δομή της οικογένειας και του σχολείου είναι περισσότερο λειτουργική.

Πολύ χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα του BIERMANN (1969) , σχετικά με τις κακοποιήσεις των παιδιών από τους γονείς τους. Μετά από συζυγικούς καυγάδες τα μικρά παιδιά γίνονται εξιλαστήρια θύματα του μίσους και της επιθετικότητας των συζύγων.

3) Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ.

Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας κυριαρχούν σε τέτοιο βαθμό στον πολιτισμό μας, ώστε μπορούμε να αποδεχτούμε την άποψη του Κ. Λιβιεράτου (1989) στην εισαγωγή του για το " μήνυμα του μέσου ", ότι τα Μ.Μ.Ε. " ... δεν συνιστούν καθρέφτες πραγμάτων παρά όλο και περισσότερο τη μόνη πραγματικότητα που απομένει ". Ανάλογη θα είναι και η επίδρασή τους στην προσωπικότητα, τον χαρακτήρα και την διαμόρφωση των ανθρώπινων αναγκών.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα προσπαθήσουμε να εξετάσουμε την επίδραση των Μ.Μ.Ε. στην ανθρώπινη επιθετικότητα.

3α) Η επίδραση των Μ.Μ.Ε. στην παιδική επιθετικότητα.

Όλοι οι θεμελιωτές της επιστήμης της ψυχολογίας από τον Φρόυντ και τον Άντλερ ως την Μέλανι Κλάιν και την Κλάρα Τόμσον δέχονται την επιθετικότητα σαν τη βασική ορμή για την ανθρώ-

πινη ύπαρξη.

Η Αμερικανίδα ψυχαναλύτρια Κλάρα Τόμσον (1964), συνοφί-
ζει τις ψυχαναλυτικές θεωρίες για την επιθετικότητα γράφοντας:
" Η επιθετικότητα δεν είναι απαραίτητα καταστρεπτική. Αναβλύ-
ζει από την έμφυτη τάση του ατόμου να αναπτυχθεί και να κυριαρ-
χήσει πάνω στη ζωή. Η επιθετικότητα γίνεται πρόβλημα στο σύγ-
χρονο άνθρωπο όταν η ζωτική δύναμή του να κυριαρχήσει στο περι-
βάλλον αναγκάζεται να περιοριστεί με τρόπο που να προκαλέσει
αποστέρηση" .

Θα προσπαθήσουμε να εξετάσουμε την επιθετικότητα, που έχει
τις ρίζες της στους περιορισμούς και τις αποστερήσεις της παι-
δικής ηλικίας, σε σχέση με τα Μ.Μ.Ε.

Σαν αίτια της απωθημένης επιθετικότητας μπορούμε να δεχτού-
με το γεγονός ότι τα παιδιά ζούν σε ένα τεχνητό και περιορι-
σμένο περιβάλλον.

Μέσα στις συνθήκες του πολιτισμού η φυσική ερευνητική συ-
μπεριφορά του παιδιού πρέπει να περιορίζεται. Οι πολλοί κίνδυ-
νοι δημιουργούν στους γονείς την ανάγκη να υπερπροστατεύουν τα
παιδιά, γιατί αυτά δεν είναι σε θέση να φροντίζουν τον εαυτό
τους. Ο τρόπος που οι γονείς προσπαθούν να προφυλάξουν τα παι-
διά είναι λαθεμένος και υπερβολικός. Η υπερπροστατευτικότητα
δημιουργεί στα παιδιά την αίσθηση της αποστερήσης και η επιθε-
τικότητά τους μετατρέπεται σε καταστρεπτικότητα. Το αίσθημα της
αποστερήσης μπορεί να μετριαστεί από την αυτοσπιβεβαίωση που του
προσφέρουν η αγάπη κι η υποστήριξη του οικογενειακού του περιβάλ-
λοντος. Το παιδί έχει συνείδηση της αδυναμίας του σε σχέση με
τους ενήλικους και γι' αυτό με κάθε ευκαιρία προσπαθεί να αποδει-
ξει την δύναμή του. Μία βασική ανάγκη που πρέπει να καλύψουν οι
γονείς είναι να αποδείξουν στο παιδί τους ότι δεν θα μείνει για

πάντα στην πιο αδύναμη θέση και ότι έχει κι αυτό κάποια δύναμη κι επιρροή.

Το είδος της βίας που προσφέρουν τα Μ.Μ.Ε. είναι φαντασιωτικό, έχει να κάνει με την επιθετική φαντασίωση και όχι με την πραγματική εμπειρία. Σύμφωνα με τον Α.Στόρ (1979) "η σιγουριά που εξασφαλίζουν στο παιδί οι γονείς το κάνουν απρόσβλητο στην επιθετική φαντασίωση. Όσο πιο σίγουρο είναι ένα παιδί για τους πραγματικούς γονείς, τόσο πιο ικανό είναι να αντέξει, αν όχι να απολαύσει την επιθετική φαντασίωση. Μόνον όταν οι γονείς ή άλλος ενήλικας έχουν φανεί τρομαχτικοί, τότε μόνο το παιδί είναι ανίκανο να διακρίνει ανάμεσα στην φαντασίωση και την πραγματικότητα. Ανταποκρίνονται με φόβο σε παραμύθια και ιστορίες ".

Ένα παιδί που έχει μεγαλώσει σε βίαιο και ανασφαλές περιβάλλον πιθανόν να ενισχύσει τις επιθετικές του τάσεις με αυτά που διαβάζει στα διαδεδομένα, σε αυτές τις ηλικίες, περιοδικά και με βίαιο περιεχόμενο και με αυτά που βλέπει στην τηλεόραση. Δεν υπάρχει καμμία απόδειξη ότι τα Μ.Μ.Ε., έχουν την κύρια ευθύνη για την εγκληματικότητα. Το να αγοράζουμε σε ένα παιδί να βλέπει τηλεόραση ή να διαβάζει ιστορίες με βίαιο περιεχόμενο, είναι ένας άκαρπος περιορισμός που κινδυνεύει περισσότερο να προκαλέσει θυμό παρά να τον αποφύγει.

Η γνωστή ερευνήτρια Χιμελβαϊτ HIMMELWEIT ασχολήθηκε με την μελέτη των επιπτώσεων της τηλεόρασης πάνω στα παιδιά (TELEVISION AND CHILD 1958).

Η σύγκριση μιας ομάδας παιδιών που είχε στο σπίτι τηλεόραση και μιας ομάδας που δεν είχε την οδήγησε στο πόρισμα ότι η τηλεόραση κάνει τα παιδιά πιο τολμηρά, τα ωθεί να συμμετέχουν σε διαγωνισμούς, να επισκέπτονται ενδιαφέροντες χώρους, να επιδίδονται σε διάφορες ψυχαγωγικές δραστηριότητες. Η Χιμελβάϊτ δεν μπόρεσε

τελικά να συμπερασματολογήσει ότι η τηλεόραση επιφέρει μεγαλύτερη επιθετικότητα . Αντίθετα νομίζει ότι η τηλεόραση μπορεί να διευρύνει τα πεδία ενδιαφέροντος και να γεννήσει καινούργιες δραστηριότητες . Τα παιδιά που βλέπουν τηλεόραση δεν ξεμακραίνουν περισσότερο από τ'άλλα από την πραγματική ζωή κι ούτε τους λείπει η πρωτοβουλία.

Σαν αντίλογος στα συμπεράσματα της Χιμελβάϊτ μπορεί να τεθεί τό ερώτημα: αν ένα παιδί καταναλώνει αποκλειστικά "βλαία λογοτεχνία " (κόμικς, βιβλία με πολεμικές ιστορίες) και παρόμοια τηλεοπτικά προγράμματα, δεν θα καταλήξει να έχει μια παραμορφωμένη εικόνα της πραγματικότητας, ακόμα κι όταν δεν αντιμετωπίζει προβλήματα βίας μέσα στο οικογενειακό του περιβάλλον.

Στο κεφάλαιο που εξετάσαμε την φύση και το ρόλο των Μ.Μ.Ε. μιλήσαμε για την παθητικοποίηση του δέκτη στα μηνύματα των μαζικών μέσων.

~~Αυτή~~ η παθητικοποίηση, κατά τη γνώμη του Καζνέβ στον "άνθρωπο - τηλεθεατή " (1979) κάνει τους θεατές να μοιάζουν " με το βρέφος που δέχεται την τροφή που του δίνουν και την καταβροχθίζει χωρίς να κάνει καμιά προσπάθεια. " Η παθητικότητα του του θεατή μπορεί να αμφισβητηθεί στο μέτρο που συμβαίνει στους ενήλικες αλλά δεν μπορεί να αμφισβητηθεί στα παιδιά. Έτσι παραμένει γεγονός πως τα παιδιά, για δύο, τρείς, έξη ώρες, κάθονται ακίνητα μπροστά σε μία συσκευή και παρακολουθούν αυτά που τους δείχνει με το μυαλό άδειο από σκέψεις. Όσο ενδιαφέροντα κι αν είναι αυτά που παρακολουθούν δεν παύουν να βλέπουν μια προβολή της πραγματικότητας και μάλιστα όχι αντικειμενική."

Η γνώμη μου είναι πως οι συνθήκες ακινησίας και συγκέντρωσης για πολλές ώρες μπροστά στη τηλεόραση δημιουργούν προβλήματα και στο πιο υγιές ψυχολογικά και σωματικά παιδί. Ένα παιδί που κατα-

ναλώνει τη βία των καναλιών, για παράδειγμα τις ταινίες θρίλλερ, πολεμικά έργα κλπ. δεν μπορεί να μείνει ανεπηρέαστο όσο καλό κι αν είναι το οικογενειακό περιβάλλον. Άλλωστε η φυσιολογία των παιδιών επιβάλλει να είναι κινητικά.

Ας δούμε πορίσματα ερευνών που έγιναν σε διάφορες χώρες για τη σχέση των παιδιών με την τηλεόραση. Τα παρακάτω στοιχεία είναι από το βιβλίο " οπτικοακουστικά μέσα μαζικής επικοινωνίας " του επικοινωνιολόγου Σταύρου Κάστορα (1990)

Η τηλεόραση κατά κανόνα κυριαρχεί στον ελεύθερο χρόνο των παιδιών. Αυτή επηρεάζει ολόκληρη την συμπεριφορά τους κι όχι μόνο ένα μέρος. Το παιδί έχει μερικές ουσιαστικές σχέσεις π.χ. οικογένεια, σχολείο, φίλους . Αυτές οι σχέσεις επηρεάζουν τη συμπεριφορά του όσο και η τηλεόραση. Τα παιδιά που μεγαλώνουν σε ένα οικογενειακό περιβάλλον που περιέχει βία θα δεχτούν την επίδραση της βίας των τηλεοπτικών προγραμμάτων και ενδεχομένως θα γίνουν περισσότερο βίαια. Αυτό συμβαίνει γιατί δεν μπορούν να διαχωρίσουν την φαντασίωση από την πραγματικότητα, όπως τα υπόλοιπα παιδιά.

Η τηλεόραση είναι ένα σχολείο για τα παιδιά. Σύμφωνα με έρευνες που έγιναν το 60 με 70% των μικρών παιδιών προσχολικής ηλικίας παρακολουθούν κατά μέσο όρο δύο με πέντε ώρες την ημέρα τηλεόραση. Επίσης βλέπουν έντεκα περίπου εγκληματικές πράξεις την ημέρα, πράγμα που σημαίνει ότι γίνονται μάρτυρες 4.000 περίπου πράξεων βίας κάθε χρόνο. (Κασσιωτάκης (1978) " τηλεόραση και αγωγή "). Ένα στα τρία παιδιά παρακολουθεί τηλεόραση από τριών χρονών. Τέσσερα στα πέντε παιδιά από τεσσάρων χρονών. Έννέα παιδιά στα δέκα από πέντε με έξη χρονών. Τα έξυπνα παιδιά παρακολουθούν πολύ τηλεόραση μέχρι έντεκα χρονών. Μετά την ηλικία αυτή προτιμούν όλο και περισσότερο το διάβασμα.

ΟΤΙ Το μέσο παιδί μέχρι να γίνει δεκαέξη χρονών έχει αφιερώσει στην τηλεόραση ίσο σχεδόν χρόνο με το σχολείο. Αυτός ο χρόνος είναι περισσότερο από όσο χρόνο έχει αφιερώσει σ' όλα τα υπόλοιπα Μ.Μ.Ε..

ΟΤΙ Το παιδί που δεν έχει καλές σχέσεις με την οικογένεια και τους φίλους του, για να μικρύνει την ένταση που νοιώθει καταφεύγει στην τηλεόραση. Τότε προτιμά προγράμματα με βίαιο περιεχόμενο.

ΟΤΙ Το παιδί με ανεπτυγμένη νοημοσύνη και ανώτερη κοινωνική τάξη παρουσιάζει μεγαλύτερη επιθετικότητα από το μέσο παιδί.

✓ Η άποψη των συμπεριφοριστών ψυχολόγων είναι ότι η επιθετική συμπεριφορά είναι αποτέλεσμα μίμησης προτύπων. Υποστηρίζουν ότι γενικά η ανθρώπινη συμπεριφορά είναι αποτέλεσμα μάθησης, και προσπαθούν να το αποδείξουν με πειράματα. Μία σειρά πειραμάτων που προσπαθούσε να δείξει ότι η επιθετική συμπεριφορά είναι αποτέλεσμα μίμησης ενήλικων προτύπων έκαναν οι BANDURA και WALTERS (1963)

Τα παιδιά αγαπάνε πολύ την τηλεόραση γιατί ικανοποιούν την φαντασία τους. Γι' αυτό προτιμούν συνήθως τις εκπομπές με περιεχόμενο φανταστικό. Τα παιδιά που προτιμάνε υπερβολικά το φανταστικό κάνουν μεγάλη χρήση της τηλεόρασης.

Σχετικά με το πόσο τρομάζουν τα παιδιά ο Λ. Στορ (1979) στο βιβλίο του για την " Ανθρώπινη επιθετικότητα παρατηρεί: " Σε μία έρευνα που έγινε πάνω στην επίδραση των τηλεοπτικών προγραμμάτων στα παιδιά, διαπιστώθηκε ότι ένα από τ' α πράγματα που τρομάζει περισσότερο τα παιδιά είναι να ανακαλύψουν ότι ο επιφανειακά " καλός " και " έμπιστος " είναι στην πραγματικότητα " κακός " Όσο ο καλός και ο κακός ρόλος είναι σαφώς διαχωρισμένοι τα

παιδιά μπορούν να ανεχτούν πολύ καλά τη βία, τον θάνατο κι άλλα πράγματα που θα περίμενε κανείς ότι θα τα διαταράσσουν. Αλλά η ανακάλυψη ότι το πρόσωπο που νόμιζαν ότι είναι με το μέρος τους είναι στην πραγματικότητα κακόβουλο κάνει τα παιδιά να μπαίνουν σε μια τόσο απρόβλεπτη και ανασφαλή σφαίρα εμπειρίας που τρομάζουν.

Στην αρχή της ενηλικίωσής τους τα παιδιά χάνουν σταδιακά την ευχαρίστηση που τους προκαλεί το φανταστικό και προσαρμόζονται στην πραγματικότητα. Όταν η προσαρμογή γίνει κανονικά το παιδί θα απομακρυνθεί από τα βίαια και ψυχαγωγικά προγράμματα και θα δείξει ενδιαφέρον για τις εφημερίδες και τα επιμορφωτικά προγράμματα της τηλεόρασης. Η πνευματική ικανότητα του παιδιού, οι κοινωνικοί κανόνες που το επηρεάζουν, οι σχέσεις του με το οικογενειακό και το σχολικό περιβάλλον, βοηθούν να προβλέψουμε το πόσο θα επηρεαστεί από την τηλεόραση.

3β) Η επίδραση της διαφήμισης που προβάλλεται από τα Μ.Μ.Ε. στην ανθρώπινη επιθετικότητα.

Η τεχνολογική ανάπτυξη οδήγησε στην δημιουργία νέων Μ.Μ.Ε. και στην εξέλιξη των παλιών. Η καινούργια τεχνολογία, όπως οι δορυφόροι, οι οπτικές ίνες, οι μικροϋπολογιστές, αλλά και οι περισσότερο συμβατικές τεχνικές της σύγχρονης τυπογραφίας έδωσαν στα Μ.Μ.Ε. την καινούργια τους μορφή και τις απεριόριστες δυνατότητες μετάδοσης που έχουν. Αποτέλεσμα της καινούργιας τεχνολογίας είναι η σύγχρονη παντοδυναμία των μαζικών μέσων. Τα μαζικά μέσα δημιουργούν έναν καινούργιο κόσμο και τα μηνύματά τους γνωρίζουν παγκόσμια προβολή.

Κάθε μήνυμα των Μ.Μ.Ε. γνωρίζει παγκόσμια απήχηση. Όπως το μήνυμα αυτό ακολουθεί τους νόμους της αγοράς. Η βιομηχανία των

επικοινωνιών ακολουθεί τους νόμους της παγκόσμιας αγοράς.

Η σχέση της βιομηχανίας των επικοινωνιών και των κατοίκων της γης είναι σχέση παραγωγού-καταναλωτή. Η βιομηχανία των επικοινωνιών παίρνει τη σύγχρονη μορφή πολυεθνικών εταιρειών με παγκόσμια ακτίνα δράσης. Σκοπός είναι η δημιουργία ενός καταναλωτικού κοινού πιδ πολυάριθμου, πιδ παθητικού και πιδ εύκολα χειραγωγήσιμου. Άμεσος στόχος του παγκόσμιου συστήματος των μαζικών επικοινωνιών και των εγκεφάλων που το κατευθύνουν είναι η ομογενοποίηση της ανθρωπότητας και η δημιουργία μιάς παγκόσμιας κοινότητας. Προς αυτό το σκοπό κινούνται οι Πολυεθνικές εταιρείες των Μ.Μ.Ε προωθώντας σαν πρότυπα κοινωνιών σε όλες τις χώρες του κόσμου τα μοντέλλα των κοινωνιών των ανεπτυγμένων χωρών. Όλα αυτά τα πρότυπα δεν έχουν καμμία σχέση με τις πραγματικές ανάγκες των φτωχών κατοίκων του τρίτου κόσμου. Επίσης δεν καλύπτουν τις ανάγκες και του φτωχού ανθρώπου που κατοικεί στο εργατικό προάστιο μιάς Ευρωπαϊκής πρωτεύουσας. Ο τρόπος που διαδίδονται τα περιττά, για τους περισσότερους ανθρώπους, καταναλωτικά αγαθά των ανεπτυγμένων κρατών είναι η διαφήμιση.

Η διαφήμιση αποτελεί ένα υποσύστημα του συστήματος των επικοινωνιών, όπως οι ίδιες οι επικοινωνίες είναι υποσύστημα του κοινωνικού συστήματος. Και σαν τέτοιο εξαρτάται άμεσα, επηρεάζεται και αλληλεπιδρά με το σύστημα της παγκόσμιας μαζικής επικοινωνίας, όσο και με τα άλλα κοινωνικά συστήματα που πολιτισμού μας. Η βιομηχανία των επικοινωνιών όπως είπαμε, κατευθύνεται από πολυεθνικές εταιρείες με παγκόσμια ακτίνα δράσης. Με τον ίδιο ακριβώς τρόπο διαφήμιση έγινε βιομηχανία και πέρασε κι αυτή στα χέρια παντοδύναμων πολυεθνικών εταιρειών.

Σκοπός και των δύο αυτών παγκοσμίων βιομηχανιών είναι η μεγιστοποίηση των κερδών, που θα προέλθει από την υποταγή της ανθρωπότητας στον καταναλωτισμό. Προσπαθούν λοιπόν να πείσουν τους

ανθρώπους ότι παντού είναι ίδιοι και έχουν τις ίδιες ανάγκες.

Σαν μέσο χρησιμοποιείται το μήνυμα της διαφήμισης. Στην τηλεόραση ένα ποσοστό του χρόνου μετάδοσης πουλιέται σε διαφημιστικές εταιρείες. Αυτός ο χρόνος είναι μεγαλύτερος από το χρόνο που διατίθεται στην πληροφόρηση και συχνά, στα ιδιωτικά κανάλια, σχεδόν ίσος με τον φυχαγωγικό.

Ο HAMELINK (1984) , στο βιβλίο του " πολιτιστική αυτονομία στις παγκόσμιες επικοινωνίες " μιλάει για την δράση και την σχέση ανάμεσα στις πολυεθνικές και τις διαφημιστικές εταιρείες, επισημαίνοντας τον διαβρωτικό τους ρόλο στις χώρες του τρίτου κόσμου.

Τα δέκα μεγαλύτερα διαφημιστικά βορειοαμερικάνικα γραφεία ελέγχουν το 40 τοις εκατό της αγοράς των Η.Π.Α. Η κυριαρχία των 10 αυτών γραφείων οφείλεται στο ότι έχουν εξασφαλίσει την πελατεία των 10 ισχυροτέρων εταιρειών, στις οποίες το 30 τοις εκατό του προϋπολογισμού τους διατίθεται στη διαφήμιση. Τα ίδια διαφημιστικά γραφεία κυριαρχούν σε παγκόσμιο επίπεδο. Η κυριαρχία τους γίνεται περισσότερο αισθητή στις χώρες του τρίτου κόσμου. Σε αυτές τις χώρες το 70% των εσόδων από τις διαφημίσεις σε εθνικό επίπεδο ελέγχεται από διαφημιστικά γραφεία που έδρεύουν στις Η.Π.Α.

Ας παρακολουθήσουμε τον τρόπο με τον οποίο δημιουργείται στον άνθρωπο η καταναλωτική ανάγκη, η ψευδαίσθηση ότι ένα προϊόν που διαφημίζεται σε όλο τον κόσμο του είναι απαραίτητο. Από τα χιλιάδες άχρηστα αγαθά, που μας πολιορκούν, θα διαλέξωμε ένα γνωστό προϊόν, την κόκα-κόλα. Ο ανθρώπινος οργανισμός δεν έχει ανάγκη από την κόκα κόλα ή από κάτι παρόμοιο.

Όταν ένα προϊόν δεν καλύπτει κάποια πραγματική ανάγκη, έργο της διαφήμισης είναι να δημιουργήσει μια "φαντασιωτική ανάγκη".

στους δέκτες των μηνυμάτων της. Μια τέτοια φαντασιωτική ανάγκη για το συγκεκριμένο προϊόν, έχει δημιουργηθεί σε όλους μας και σε όλες τις χώρες του κόσμου.

Η διαφήμιση είναι ένα από τα πιο σημαντικά σύγχρονα μυνύματα των Μ.Μ.Ε. και χαρακτηρίζεται από την "πειθώ". Για να αποκτήσει μια διαφήμιση "πειθώ" επιστρατεύεται μια αλυσίδα επαγγελματιών που ασχολούνται με το να κάνουν το προϊόν ελκυστικό, και ν' απομακρύνουν τον άνθρωπο από τις πραγματικές του ανάγκες.

Το προϊόν που χρησιμοποιήσαμε σαν παράδειγμα, μας βομβαρδίζει με χαρούμενα διαφημιστικά μηνύματα, με μουσική, με γνωστά είδωλα, από την τηλεόραση, τις εφημερίδες, τα περιοδικά, με συχνότητα και επιμονή. Μπορούμε να πούμε πως, χάρη στη διαφήμιση, το προϊόν είναι γνωστό και δημοφιλές σ' όλο τον κόσμο.

Σε γενικές γραμμές αυτή είναι η διαδικασία που μετατρέπει τους δέκτες σε καταναλωτές. Όταν δημιουργούνται όμως φανταστικές ανάγκες στους ανθρώπους, δημιουργείται, ταυτόχρονα, και ο κίνδυνος αυτές οι ανάγκες να μένουν ανικανοποίητες. Η ανικανοποίητη ανθρώπινη ανάγκη οδηγεί σε επιθετικότητα και σε βίαιη συμπεριφορά.

Η κόκα - κόλα για τους περισσότερους από μας είναι ένα προσιτό αγαθό και έχουμε την οικονομική ευχέρεια να το αποκτήσουμε. Οι πολυεθνικές όμως εταιρείες, προκειμένου ν' αποκτήσουν περισσότερους καταναλωτές, προβάλλουν την συγκεκριμένη διαφήμιση και στις χώρες του Τρίτου κόσμου. Σε αυτές τις χώρες το μήνυμά της διαφήμισης είναι πανίσχυρο, γιατί περιέχει την υπόσχεση ότι ο φτωχός Αφρικανός θα μοιάζει του προνομιούχου Ευρωπαίου, αποκτώντας πρόσβαση στα ίδια καταναλωτικά αγαθά.

Η πιο αισχρή προπαγάνδα είναι αυτή που δημιουργεί στους

φτωχούς την ψευδαίσθηση του πλούτου. Και ταυτόχρονα είναι η πιά ισχυρή. Έτσι συμβαίνει το φαινόμενο οι κάτοικοι του Τρίτου κόσμου να προσπαθούν να αποκτήσουν περιττά αγαθά σπαταλώντας το λιγιστό τους εισόδημα.

Ο διαχωρισμός των ανθρώπων σε πλούσιους και φτωχούς, δεν επιτρέπει στους δεύτερους να ικανοποιήσουν όλες τις καταναλωτικές ανάγκες που τους δημιούργησε η διαφήμιση. Το γεγονός ότι λίγοι είναι σε θέση να πραγματοποιήσουν την επιθυμία τους για καταναλωτικά αγαθά, γεννά σε όλους τους υπόλοιπους το αίσθημα της αποστέρησης, που οδηγεί στην επιθετικότητα.

Η επιθετικότητα σε κοινωνικά στρώματα με χαμηλό εισόδημα και πνευματικό επίπεδο, μπορεί να οδηγήσει στην ακραία μορφή της, που είναι το έγκλημα.

Οι άνθρωποι που καταναλώνουν τη μαζική κουλτούρα των Η.Π.Ε. αντιδρούν σε αυτή ανάλογα με το διανοητικό και πολιτιστικό επίπεδο. Η διαφήμιση ενός προϊόντος δύσκολα θα παρασύρει έναν σπιστήμονα. Το ίδιο προϊόν, μέσα από μιά ελκυστική διαφήμιση, μπορεί να είναι το μεγαλύτερο όνειρο και η φιλοδοξία κάποιου ανέργου. Κάτω από ακραίες ψυχολογικές και οικονομικές πιέσεις ένας τέτοιος άνθρωπος μπορεί να φτάσει, ακόμα, και στη βία για να αποκτήσει ένα αγαθό.

Αυτή η κατάσταση είναι προμαχτική στις υποανάπτυκτες χώρες. Εκεί απουσιάζει και το οικονομικά υπόβαθρο και το μορφωτικό επίπεδο.

Η συντριπτική πλειοψηφία των ανθρώπων είναι πάμφτωχοι και αμόρφωτοι. Έτσι οι ειδήσεις που δίνουν κάποια διαθέσιμα Η.Π.Ε. για την ευημερία των ανεπτυγμένων χωρών φαντάζουν εξωπραγματικές. Επιθυμούν και αυτοί να συμμετέχουν σε αυτή την ευημερία.

Τα πολυεθνικά διαφημιστικά μηνύματα εξασκούν αυτή την προπαγάνδα. Αδιαφορούν για την οικονομική εξαθλίωση που μπορούν να οδηγήσουν και φροντίζουν να καλύπτουν αυτήν την " Καταναλωτική πείνα ", που προπαγανδίζουν με την επίφαση της πολιτισμικής προσφοράς. Ενώ φάχνουν αγοραστές - καταναλωτές, με την φροντίδα της διαφήμισης και της προπαγάνδας από τα Μ.Μ.Ε., εμφανίζονται σαν εκπολιτιστές που βοηθούν τους φτωχούς λαούς να συμμετέχουν στην ευημερία της Δύσης. Στην πραγματικότητα όμως ληστεύουν τον φυσικό πλούτο των υποανάπτυκτων χωρών ανταλλάσσοντας τον με άχρηστα αγαθά.

Ας δούμε μερικά τέτοια παραδείγματα από το βιβλίο του HAMELINK (1984) " η πολιτιστική αυτονομία στις παγκόσμιες κοινωνίες " και ας πάρουμε μια ιδέα για ένα ακραίο είδος επιθετικότητας, που είναι αυτό του " πολιτισμένου ανθρώπου " απέναντι στον " υποανάπτυκτο " αδελφό του. Είναι αυτή της συνειδητής εγκληματικότητας στο όνομα του οικονομικού κέρδους.

Πιο τρομαχτικό, από ένα μεγάλο αριθμό παρόμοιων περιστατικών που συμβαίνουν συχνά στις χώρες του Τρίτου Κόσμου, είναι η πολύ γνωστή περίπτωση των βρεφικών τροφών. Πολυεθνικές κατασκευαστικές εταιρείες τροφίμων, όπως η Νεστέλ και η Αμερικαν Χόουμ Πρόντακτς ", καταβάλλουν μεγάλες προσπάθειες μέσα από την διαφήμιση να προβάλλουν τον τεχνητό θηλασμό σαν τον ιδανικό τρόπο βρεφικής διατροφής. Ραδιοφωνικά προγράμματα σε τοπικές διαλέκτους και " νοσοκόμες γάλακτος " έχουν συμβάλλει στην επιτυχία των διαφημιστικών εκστρατειών.

Η αντικατάσταση του θηλασμού με τεχνητές επινοήσεις έχει καταστροφικές συνέπειες σε πολλές χώρες του Τρίτου Κόσμου. Ο φυσικός τρόπος διατροφής των νεογέννητων έχει αντικατασταθεί με ένα ακριβό, ανεπαρκές, κι επικίνδυνο προϊόν. Τα έξοδα αυτά

σε ορισμένες περιπτώσεις, απορροφούν το 35% ενός προϋπολογισμού μιας φτωχής οικογένειας. Πολλές αναλφάβητες μητέρες δεν είναι σε θέση να προετοιμάσουν την σκόνη με τον ενδεδειγμένο τρόπο κι άθελά τους μετασχηματίζουν μια βρεφική τροφή σε ένα επικίνδυνο προϊόν.

Το δράμα των βρεφικών τροφών φανερώνει, με τον πιο ωμό τρόπο, πόσο σοβαρές είναι οι επιπτώσεις από την " συνεισφορά της διαφήμισης " στην προσπάθεια του πολιτιστικού εκσυγχρονισμού".

Ένα παράδειγμα διαφημιστικής κατάχρησης έχει να κάνει με τις πωλήσεις καπνού, τα τελευταία δέκα χρόνια στις χώρες του τρίτου κόσμου έχουν διπλασιαστεί. Οι πολυεθνικές καπνοβιομηχανίες έχουν ανακαλύψει αγορές το μέγεθος των οποίων μεγαλώνει με ταχύ ρυθμό. Οι τρομαχτικές ανάγκες για αγαθά " πρώτης ανάγκης ", τρόφιμα, νερό, σαπούνι, καθώς και ο καθημερινός αγώνας αυτών των ανθρώπων για την εξασφάλιση στέγης, τροφής, φαρμακευτικής περίθαλψης και εκπαίδευσης - αντικαθιστάται από την κατανάλωση άχρηστων και επιβλαβών προϊόντων που " θέλουν να πουλήσουν".

Γενικά για την διαφήμιση μπορούμε να πούμε πως, στην αρχή, ο ρόλος της στα Μ.Μ.Ε. ήταν ενημερωτικός. Όταν ο ανταγωνισμός συναφών προϊόντων στην αγορά δεν είχε τον τρομαχτικό χαρακτήρα που έχει σήμερα, το να μεταδίδονται από τα Μ.Μ.Ε. διαφημιστικά μηνύματα και ευχάριστο ήταν και χρήσιμο.

Σήμερα όμως, που δεν υφίσταται θέμα ενημέρωσης, η διαφήμιση είναι ένας θεσμός επικίνδυνος γιατί δημιουργεί ψυχολογικές εξαρτήσεις. Ιδιαίτερα στις χαμηλότερες, πνευματικά και οικονομικά, κοινωνικές ομάδες.

Η ψυχολογική εξάρτηση, τέλος, μπορεί να παράγει επιθετικότητα, ακόμα και εγκληματικότητα.

3γ) Η χρησιμοποίηση των Μ.Μ.Ε. σαν όργανα προπαγάνδας.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την χρήση των μαζικών μέσων είναι η χειραγώγησή τους. Η χειραγώγηση είναι, στην ουσία της, επιλογή περιεχομένου και μηνυμάτων. Το είδος και ο βαθμός της χειραγώγησης διαφέρει ανάλογα με τις κοινωνικές συνθήκες που λειτουργεί το μαζικό μέσο.

Διαφορετική θα είναι η χειραγώγηση σε μία ελεύθερη δημοκρατική χώρα και διαφορετική σ' ένα ολοκληρωτικό καθεστώς. Η χειραγώγηση που έχει σκοπό να μεταμορφώσει τους κατοίκους μίας χώρας, από πολίτες με ελεύθερη γνώμη και συνείδηση σε άβουλη μάζα, χρησιμοποιώντας την επιρροή των Μ.Μ.Ε., ονομάζεται "προπαγάνδα".

Η προπαγάνδα είναι μία μορφή επιθετικής συμπεριφοράς που όμως βασίζεται περισσότερο στην "επιβολή" και λιγότερο στην βία. Εντάσσεται στις επιθετικές συμπεριφορές γιατί περιλαμβάνει προσπάθεια για πνευματική υποταγή και καθοδήγηση των ανθρώπων. Η ιστορική πραγματικότητα αποδεικνύει ότι η προπαγάνδα πάντα σχετίζεται με εκφοβιστικές και τρομακτικές ενέργειες, σε βάρος αυτών που δεν την αποδέχονται.

Η προπαγάνδα είναι πράξη επιθετική και μπορεί να λάβει χώρα μέσα σε απολυταρχικά, τρομακτικά καθεστώτα, αλλά και σε κοινωνίες που οι άνθρωποι έχουν δικαίωμα να λένε ελεύθερα και να διαδίδουν την γνώμη τους.

Σε ένα καθεστώς που ο διάλογος είναι ελεύθερος τα Μ.Μ.Ε. δεν φαίνεται να επιφέρουν άμεσες και σημαντικές αλλαγές στην κοινή γνώμη.

Συνήθως προσπαθούν να συνηγορούν με την κοινή γνώμη και λιγότερο να την κατευθύνουν. Αντίθετα στις ολοκληρωτικές κοι-

νωνίες τα πλήθη υπόκεινται σε ένα είδος εξάρτησης από τα όργανα μετάδοσης. Το φαινόμενο της ανόδου του ναζισμού στην Γερμανία μπορεί, κατά ένα μέρος, να αποδοθεί στον τρόπο με τον οποίο ο Χίτλερ χρησιμοποιούσε τα Μ.Μ.Ε της εποχής του.

Ασκούσε ολοκληρωτικό έλεγχο και τα χρησιμοποιούσε για την μυθοποίηση της εικόνας του σαν χρηματικό ηγέτη, που θα οδηγούσε τη χώρα του στη δόξα και στο ξέπλυμα της ήττας του Α' παγκοσμίου πολέμου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

Π Ε Ρ Ι Λ Η Ψ Η Μ Ε Λ Ε Τ Η Σ

Στο πρώτο τμήμα της εργασίας εξετάζεται το φαινόμενο της επικοινωνίας και ιδιαίτερα της μαζικής. Προϋπόθεση κάθε κοινωνικής ζωής αποτελεί η δυνατότητα των μελών μιας κοινωνικής ομάδας να " επικοινωνούν ".

Η επικοινωνία δεν είναι απλή ανταλλαγή σημάτων που συναντάται και στα ζώα, αλλά " αλληλόδραση " δηλαδή διαδικασία έκφρασης και ερμηνείας, των ερεθισμάτων που δέχεται ο άνθρωπος στα πλαίσια της κοινωνικής του ομάδας. Μια " επικοινωνία " είναι δυνατή με την ταυτόχρονη παρουσία τριών βασικών παραγόντων, του πομπού, του μηνύματος και του δέκτη.

Όταν σαν " πηγές μηνυμάτων " χρησιμοποιούνται ανακαλύψεις της σύγχρονης τεχνολογίας, όπως είναι η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, αλλά και η εφημερίδα που τυπώνεται στα σύγχρονα ηλεκτρονικά τυπογραφεία, τότε μιλάμε για μια άλλη μορφή επικοινωνίας που λέγεται " μαζική ". Η μαζική επικοινωνία έχει σαν " δέκτη " ένα όσο γίνεται μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων.

Τα συστήματα μετάδοσης, που προήλθαν από σύγχρονες ή παλαιότερες τεχνικές, και μεταδίδουν μηνύματα σχεδιασμένα για πολλούς ανθρώπους ονομάζονται " μέσα μαζικής επικοινωνίας ". Τα Μ.Μ.Ε. μπορούν να ταξινομηθούν με βάση την χρονολογική τους καταγωγή και την ανάλογη τεχνική από την οποία προέρχονται.

Έτσι διαχωρίζονται σε παλαιά μαζικά μέσα, που χρησιμοποιούν

το γραπτό λόγο σαν κώδικα επικοινωνίας, και σε σύγχρονα που δημιουργήθηκαν από την εξέλιξη της τεχνολογίας και έχουν χαρακτηριστικά οπτικοακουστικά. Σαν παλαιότερα μέσα μαζικής επικοινωνίας θεωρούνται η εφημερίδα και το βιβλίο. Σαν σύγχρονα μπορούμε να αναφέρουμε το ραδιόφωνο, την τηλεόραση και τον ηλεκτρονικό υπολογιστή.

Η επίδραση των Μ.Μ.Ε. στην διαμόρφωση της σύγχρονης κοινωνίας είναι καταλυτική.

Τα δημιουργήματα του πολιτισμού, και της ιστορίας, οι βασικές ανθρώπινες γνώσεις στις τέχνες και τις επιστήμες μεταδίδονται περισσότερο με τα Μ.Μ.Ε. και λιγώτερο με προφορική επικοινωνία. Ταυτόχρονα είναι οι φορείς μιας καινούργιας κουλτούρας, της μαζικής. Η μαζική κουλτούρα είναι ανεξάρτητη από κοινωνικές ομάδες και παραβλέπει τις διαφορές εξαιτίας της ατομικότητας και της διαφοράς διανοητικού επιπέδου.

Προσφέρει ένα συνοθύλευμα πληροφοριών και στοιχείων χωρίς να προτείνει στοιχεία διάκρισης και αξιολόγησης. Ο όγκος των πληροφοριών είναι τέτοιος που δεν μπορεί να αφομοιωθεί.

Η κατασκευή ψευδών ειδήσεων και η παραπληροφόρηση είναι τόσο συχνές που κατακλύζουν την συνείδηση και διαστρέφουν την εικόνα της πραγματικότητας. Γενικά το φαινόμενο της μαζικής επικοινωνίας και η διάδοση των μέσων μαζικής επικοινωνίας πρέπει να μελετηθούν σαν κοινωνικό υποσύστημα, το οποίο βρίσκεται σε αλληλεπίδραση με το ευρύτερο κοινωνικό σύστημα και αναπτύσσει πολύμορφες αμοιβαίες σχέσεις με άλλα υποσυστήματα. (π.χ. πολιτική, οικονομία, κουλτούρα).

Στο δεύτερο τμήμα της εργασίας αναπτύσσεται το φαινόμενο της ανθρώπινης επιθετικότητας.

Η επιθετικότητα συναντιέται σ' όλες τις μορφές της κοινω-

νικής ζωής του ανθρώπου. Σαν επιθετικότητα ορίζεται το είδος της συμπεριφοράς που χαρακτηρίζεται σαν εχθρική απέναντι στα άλλα μέλη της κοινωνικής ομάδας, ή απέναντι στο ίδιο το άτομο (αυτοκαταστροφικότητα)

Σχετικά με την προέλευση και τα αίτια που προκαλούν την επιθετική συμπεριφορά οι δύο μεγάλες σχολές της ψυχολογίας έχουν διαφορετικές απόψεις. Η πρώτη σχολή των Φρουδιστών και των Μεταφρουδιστών ψυχολόγων υποστηρίζει την προέλευση της επιθετικής συμπεριφοράς από τον γενετικό κώδικα του ανθρώπου. Δέχεται δηλαδή ότι τα αίτια της είναι έμφυτα και η ίδια η επιθετικότητα είναι ένα από τα βασικά ανθρώπινα ένστικτα.

Αντίθετα οι μηχεβιοριστές ψυχολόγοι θεωρούν ότι τα αίτια της επιθετικής συμπεριφοράς βρίσκονται στο κοινωνικό περιβάλλον κάθε ανθρώπου. Η επιθετικότητα είναι μια συμπεριφορά που μαθαίνεται στον άνθρωπο κατά την διάρκεια της κοινωνικοποίησης του. Τόσο οι μηχεβιοριστές όσο και οι Φρουδικοί και μεταφρουδικοί ψυχολόγοι θεωρούν ότι η αποστέρηση οδηγεί σε επιθετική συμπεριφορά. Οι σύγχρονες κοινωνίες όπως διαμορφώνονται στο καπιταλιστικό οικονομικό σύστημα, δημιουργούν στα μέλη τους συνθήκες αποστέρησης μέσα από διαδικασίες ανταγωνισμού και προσαρμογής. Η αποστέρηση οδηγεί τον άνθρωπο όχι μόνο σε επιθετική συμπεριφορά, αλλά σε πραγματική κατάσταση αλλοτρίωσης.

Ένα σύγχρονο τρίτο ρεύμα στην ψυχολογία, με κοινωνιολογικές αφετηρίες σαν τον υπαρξισμό ή την μαρξιστική σκέψη υποστηρίζει το σημαντικό ρόλο του ανθρώπου στην διαμόρφωση της κοινωνίας.

Στην ουσία αντιστρέφει την μηχεβιοριστική άποψη ότι ο άνθρωπος διαμορφώνεται από τους περιβαλλοντικούς του παράγον-

τες. Η κυρίαρχη άποψη εδώ είναι πως ο άνθρωπος επηρεάζει τις συνθήκες που ζει. Αν αυτές δεν του ταιριάζουν τις διαφοροποιεί. Η επιθετικότητα κατευθύνεται προς τις θετικές λειτουργίες της και χάρη σ'αυτήν αλλάζουν βασικές κοινωνικές δομές. Από ιστορική πλευρά η επιθετικότητα εμφανίζεται σ'όλες τις ανθρώπινες κοινωνίες από την αρχή του πολιτισμού μέχρι σήμερα αν και η κοινωνία χωρίς βία αποτελεί για το ανθρώπινο είδος μια φαντασίωση αρχέτυπη.

Η επιθετικότητα εμφανίζεται ακόμα και στα παιδιά και είναι το μέσο που βοηθά το παιδί να ξεφύγει από την εξάρτηση και να κυριαρχήσει στο περιβάλλον.

Τα Μ.Μ.Ε. επιδρούν και επηρεάζουν τον βαθμό ή το είδος της επιθετικότητας, που θα εμφανιστεί στα κάθε παιδί. Σημαντικός είναι ο ρόλος που παίζει το ασφαλές οικογενειακό περιβάλλον. Όμως κάθε παιδί επηρεάζεται από τη βία των μηνυμάτων που παρακολουθεί στο πιο διαδεδομένο Μ.Μ.Ε. την τηλεόραση. Οι επιθετικές του συμπεριφορές και φαντασιώσεις εμπλουτίζονται και μπαίνουν οι προϋποθέσεις για να γίνει ένας επιθετικός ενήλικας.

Τα Μ.Μ.Ε. επηρεάζουν όμως και τους ενήλικες δημιουργώντας τους, χάρη στην διαφήμιση και πρότυπα που προβάλλονται φανταστικές ανάγκες.

Η προσπάθεια του σύγχρονου ανθρώπου να πλησιάσει τα καταναλωτικά πρότυπα, που του δίνουν τα Μ.Μ.Ε. αυξάνει τις επιθετικές του συμπεριφορές, τον κάνει πιο ανταγωνιστικό και ίσως επικίνδυνο. Το άτομο υπακούει στους νόμους της χωρίς όρια κατανάλωσης, δημιουργώντας τις οικονομικές συνθήκες που εδραιώνουν την μεγιστοποίηση του κέρδους και την εκμετάλλευση κάθε

ανθρώπου με σκοπό την κερδοσκοπία. Πάντα βέβαια υπάρχει μια κοινωνική τάξη που έχει στα χέρια της την εξουσία και τα μέσα παραγωγής.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΣΤΗΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ

Το είδος της βίας που προσφέρουν τα μέσα μαζικής πικοινωνίας δεν έχει να κάνει με την πραγματικότητα αλλά με την φαντασίωση.

Α) Επίδραση των Μ.Μ. πάνω στα παιδιά.

Η αντίδραση των παιδιών στην φαντασιωτική βία των τηλεοπτικών προγραμμάτων και των βιβλίων με δράση και βίαιο περιεχόμενο διαφέρει, και εξαρτάται από την σχέση τους με το οικογενειακό τους περιβάλλον. Τα παιδιά που αντλούν σιγουριά από το οικογενειακό τους περιβάλλον και που νοιώθουν ότι οι γονείς τους τα αγαπούν και τα στηρίζουν, αντιδρούν με ψυχραιμο τρόπο στη βία. Δεν τρομάζουν και, σε μεγάλο βαθμό, απολαμβάνουν την επιθετική φαντασίωση.

Αντίθετα τα παιδιά με προβληματικό οικογενειακό περιβάλλον και πραγματική εμπειρία της βίας στην καθημερινή τους ζωή, δεν ξεχωρίζουν όσο πρέπει το φαντασιωτικό των βίαιων τηλεοπτικών προγραμμάτων από την πραγματικότητα. Οι επιδράσεις των βίαιων μηνυμάτων, που δέχονται καθημερινά από την τηλεόραση, κάνουν αυτά τα παιδιά επιθετικά

Οι έρευνες της Χιμελβάιτ (1958), καταλήγουν στο συμπέρασμα πως η τηλεόραση διευρύνει τους ορίζοντες των παιδιών και ότι τα κάνει πιο τολμηρά και κοινωνικά. Αν λάβουμε υπόψη μας τις ποσότητες που καθημερινά καταναλώνουν τα παιδιά, από

την τηλεδραση, θα πρέπει ίσως να σκεφτούμε πως τόση πολύ βία είναι δύσκολο να μην επηρεάσει και το πιδ ισοροπημένο παιδί και να μην παραμορφώσει την εικόνα του για τον κόσμο.

Η τηλεδραση δίνει στα παιδιά μια πλαστή εικόνα για τον κόσμο. Όμως αυτά της αφιερώνουν, συνήθως, το μεγαλύτερο μέρος του ελεύθερου χρόνου τους. Η κίνηση έχει ζωτική σημασία για τα παιδιά, είναι ο " αποσυμπιεστής " τους που τα ξεκουράζει από την φόρτιση που τους δημιουργεί η αναγκαστική ακινησία του σχολείου. Η έλλειψη της κίνησης προκαλεί επιθετικότητα και βίαιη αντίδραση στο παιδί.

Οι απόψεις των μηχεβιοριστών ψυχολόγων ότι η επιθετικότητα είναι μια μιμητική πράξη και το παιδί μαθαίνει την επιθετικότητα από το περιβάλλον του, δημιουργεί ερωτηματικά για το αν είναι ακίνδυνη αυτή η υπερπροσφορά βίας που παρατηρείται στα τηλεοπτικά προγράμματα.

B) Η επίδραση των Μ.Μ. πάνω στους ενήλικες.

Το μήνυμα των μέσων μαζικής ενημέρωσης είναι κι αυτό ένα βιομηχανικό προϊόν. Σαν βιομηχανικό προϊόν ακολουθεί τους νόμους της αγοράς και επηρεάζεται από τις οικονομικοκοινωνικές συνθήκες που επικρατούν. Το μήνυμα του απευθύνεται, αν λάβουμε υπόψη πόσο διαδεδομένα είναι τα Μ.Κ.Ε. σχεδόν δε όλους τους κατοίκους της Γής.

Η σχέση ανάμεσα στο μήνυμα και τον δέκτη είναι σχέση παραγωγού καταναλωτή. Σκοπός του μηνήματος είναι η διαμόρφωση ενός κοινού που θα έχει τα ίδια γούστα και τις ίδιες, πραγματικές ή φανταστικές ανάγκες. Δηλαδή η ομογενοποίηση της ανθρωπότητας και η δημιουργία μιας παγκόσμιας κοινότητας. Για αυτούς τους στόχους δουλεύει η διαφήμιση.

Η διαφήμιση είναι ένα από τα είδη μηνυμάτων που εκπέμπουν τα Μ.Μ.Ε. Συναντιέται στις αναπτυγμένες αλλά και τις υποανάπτυκτες χώρες και σκοπεύει στην παθητικοποίηση του δέκτη και την ψυχολογική εξάρτηση του ανθρώπου. Το άτομο, με ιδιαίτερες ανάγκες και προσωπικότητα, περνά στην κατάσταση της μάζας και από " πολίτης " γίνεται " καταναλωτής " .

Η κατάσταση της ψυχολογικής εξάρτησης από άχρηστα, συνήθως, υλικά αγαθά, που προβάλλονται με την διαφήμιση από τα μαζικά μέσα, δημιουργεί αποστέρηση. Η αίσθηση της αποστέρησης οδηγεί στην επιθετικότητα. Αυτό συμβαίνει περισσότερο στις χώρες του Τρίτου Κόσμου και γενικότερα, στις τάξεις με χαμηλό εισόδημα και μορφωτικό επίπεδο.

Ένα ακόμα χαρακτηριστικό της διαφήμισης είναι πως αυτή δεν περιορίζεται στην προώθηση προϊόντων και καταναλωτικών προτύπων. Προχωρά στην πληροφόρηση, στην εκπαίδευση, στην αλλαγή προτύπων κοινωνικής συμπεριφοράς και στην κατασκευή ειδώλων. Ο πολιτισμικός χαρακτήρας των λαών καταστρέφεται, η κουλτούρα αντικαθίσταται από μια χαμηλού επιπέδου, μαζική κουλτούρα και ο άνθρωπος μετατρέπεται σε παθητικό καταναλωτή με διαμορφωμένες ανάγκες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1) ARMAND L. L. HOME ENCOMBRE 1969 στο βιβλίο του KAZVEB Ο άνθρωπος τηλεθεατής Μετάφραση Γκούφα. Εκδόσεις Πύλη, Αθήνα 1979, σελ. 79
- 2) BANDURA A. CHILD AND ADOLESCENT AGGRESSION NEW YORK 1959, στο βιβλίο του Βουϊδάσκη Β Η επιθετικότητα σαν κοινωνικό πρόβλημα στην οικογένεια και στο σχολείο. Εκδόσεις Γρηγόρη Αθήνα 1978 σελ. 49-50.
- 3) BECKER στο βιβλίο του Βουϊδάσκη Β. Η επιθετικότητα σαν κοινωνικό πρόβλημα στην οικογένεια και στο σχολείο, Εκδόσεις Γρηγόρη, Αθήνα 1987 σελ. 20-21.
- 4) Βουϊδάσκη Β. Η επιθετικότητα σαν κοινωνικό πρόβλημα στην οικογένεια και στο σχολείο, Εκδόσεις Γρηγόρη, Αθήνα 1987 σελ. 17, 18, 22, 40, 41, 105.
- 5) BCORSTIN D. Από τη συλλογή στην κατασκευή των ειδήσεων (1964) στο βιβλίο Το μήνυμα του μέσου Εκδόσεις Αλεξάνδρεια, σελ.157, 160-161-162-163.
- 6) Γαλανός Γ. Το τέλος της κοινωνιολογίας του σέξ Εκδόσεις Μπουκουμένη, Αθήνα 1977 σελ. 67
- 7) COLLEY C. Η σημασία της επικοινωνίας 1909 στο βιβλίο Το μήνυμα του μέσου. Εκδόσεις Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1989 σελ. 31,35,36.

- 8) COHN N. THE PURSUIT OF THE MILLENIUM (LONDON : SECKER AND WARBURG 1957) στο βιβλίο του Α, Στόρ " Ανθρώπινη επιθετικότητα " Μετάφραση Λώμη Κ. Εκδόσεις Γλάρος, Αθήνα 1979 σελ. 81.
- 9) DOLLARD J. FRUSTRATION AND AGGRESSION 1970 στο βιβλίο του Βουϊδάσκη Β. Η επιθετικότητα σαν κοινωνικό πρόβλημα στην οικογένεια και στο σχολείο. Εκδόσεις Γλάρος, Αθήνα 1987 σελ. 20-21,47.
- 10) DREVER J. WORTERBUCH ZUR PSYCHOLOGIE 1978, στο βιβλίο του Βουϊδάσκη Β. Η επιθετικότητα σαν κοινωνικό πρόβλημα στην οικογένεια και στο σχολείο. Εκδόσεις Γρηγόρη, Αθήνα 1987 σελ. 20-21.
- 11) EIBL - EIBESFELD, DIE KO-BUSUCHMANN GESELLSCHAFT, MÜNCHEN 1962 σελ. 38
- 12) ΕΚΟ ΟΥΜ. Κήνσορες και θεράποντες, Μετάφραση Καλλιφατίδη Ε. Εκδόσεις Γνώση, Αθήνα 1987 σελ. 75,382,386
- 13) ΕΝΓΚΕΛΣ Φ. Η καταγωγή της οικογένειας, Εκδόσεις Θεμέλιο, Αθήνα 1984 σελ.
- 14) ΕΝΤΣΕΝΣΜΠΕΡΙΓΚΕΡ Για μια θεωρία των μέσων επικοινωνίας, Μετάφραση Βαμβάλης Γ. Εκδόσεις Επίκουρος Αθήνα 1981, σελ.23
- 15) FREUDS Μελέτες για την ψυχανάλυση, Μετάφραση Τσομπουράκη Γ. Εκδόσεις Επίκουρος, Αθήνα 1979 σελ. 150
- 16) FREUD S. TOTEM AND TABU FISCHER TASCHENDUCHVERLAG GMBH. FRANKFURT A.M. 1966 σελ. 177
- 17) FREUD S. DREI ABHANDLUNGEN ZUR SEXUALITÄTSTHEORIE FRANKFURT A.M. 1964 σελ. 70

- 18) HABERMAS J. Πολιτική λειτουργία της δημοσιότητας 1962 στο βιβλίο Το μήνυμα του μέσου Εκδόσεις Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1989 σελ. 202-203.
- 19) HAMELINK G. Η πολιτιστική αυτονομία στις παγκόσμιες επικοινωνίες, Μετάφραση Τσουβαλάς Ν. Εκδόσεις Κάλβος, Αθήνα 1988 σελ. 40,47.
- 20) HIMMELWEIT TELEVISION AND THE CHILD 1958, στο βιβλίο του ΚΑΖΝΕΒ Ο άνθρωπος τηλεθεατής, Μετάφραση Γκούφα, Εκδόσεις Πύλη, Αθήνα 1979, σελ. 170
- 21) ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ Ι. Παιδαγωγική Ψυχολογία, Προσαρμογή Προσωπικότητας, Μάθηση, Ψυχοδυναμική θεώρηση σύγχρονων προβλημάτων Αθήνα 1979 σελ. 215.
- 22) ΚΑΡΑΠΟΣΤΟΛΗΣ Β. Συμβίωση και επικοινωνία στην Ελλάδα, Εκδόσεις Γνώση, Αθήνα 1987 σελ.
- 23) ΚΑΣΤΟΡΑΣ Σ. Οπτικοακουστικά μέσα μαζικής επικοινωνίας, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 1990, σελ. 18,20,26,29,69-70, 77,78, 85, 86.
- 24) KATZ E. Οι δύο βαθμίδες στη ροή της επικοινωνίας 1957, στο βιβλίο Το μήνυμα του μέσου, Εκδόσεις Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1989 σελ. 84.
- 25) ΚΑΖΝΕΒ Ζ. Ο άνθρωπος τηλεθεατής Μετάφραση Γκούφα Ν. Εκδόσεις Πύλη, Αθήνα 1979, σελ. 19, 20, 21, 131, 169
- 26) KLEIN M. CONTRIBUTIONSTO PSYCHO-ANALYSIS (LONDON : HOGARTH PRESS AND INSTITUTE OF PSYCHO- ANALYSIS 1950) σελ. 276-277.

- 27) KONIG R. DIE FAMILIE DE GEGENWART EIN INTERKULTURELLER VERGLEICH, MUNCHEN (1974) σελ. 22.
- 28) ΛΙΒΙΕΡΑΤΟΣ Κ. Εισαγωγή στο βιβλίο Το μήνυμα του μέσου, Εκδόσεις Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1989 σελ. 10
- 29) LASSWELL H. Η δομή και η λειτουργία της επικοινωνίας 1948 στο βιβλίο Το μήνυμα του μέσου, Εκδόσεις Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1989 σελ. 65.
- 30) LORENZ K. Επιθετικότητα Μετάφραση Χατζηνικολή, Εκδόσεις Χατζηνικολή, Αθήνα 1978 σελ. 152-153.
- 31) MALETZKE G. Θεωρίες της μαζικής επικοινωνία. Μετάφραση Ζερή. Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 1991 σελ. 10-11
- 32) ΜΑΡΕ / ΕΝΙΚΕΑΣ Φ./ Διαλεκτά έργα Εκδόσεις Γνώση, σελ. 22, 23
- 33) MASLOW, TOWARDS A PSYCHOLOGY OF BEING 1954 σελ. 151
- 34) ΜΑΝΤΕΛΑ Ζ. / ΒΟΓΚΤ Κ./ Το παιδαγωγικό μανιφέστο Μετάφραση Λυκούδης Η. Εκδόσεις Ανδομέδα, Αθήνα 1980 σελ. 26-27.
- 35) MCLUHAN M. THE MEDIUM IS THE MESSAGE LONDON 1967 του Καστο-
ρα Σ. Οπτικοακουστικά μέσα μαζικής επικοινωνίας, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 1990 σελ. 28
- 36) MERZ F. AGGRESSION UND AGGRESSIONSTRIEB IN HANDBUCH DER PSY-
CHOLOGIE, BAUD GOTTINGEN 1965 σελ. 571
- 37) NEILL THEORIE UND PRAXIS DER ANTI-AUTORITAREN ERZIEHUNG. DAS
BEISPIEL SUMMER HILL HAMBRURG 1969, σελ. 171

- 38) PARK Σκέψεις για την επικοινωνία και την κουλτούρα 1938
στο βιβλίο Το μήνυμα του μέσου, Εκδόσεις Αλεξάνδρεια,
Αθήνα 1989, σελ. 12,44,45.
39. RASSEL B. Εκπαίδευση και κοινωνική τάξη 1980 στο βιβλίο του
Βουϊδάσκη Β. Η Επιθετικότητα σαν κοινωνικό πρόβλημα στην
οικογένεια και στο σχολείο. Εκδόσεις Γρηγόρη, Αθήνα 1987,
σελ. 104.
- 40) REICH W. DIE FUNKTION DES ORGASMUS THE PSYCHOPATHIE AND
SOZIOLOGIE DES GESCHLECHTSLEBENS. AMSTERDAM 1965 σελ. 153.
- 41) RIESMAN D. THE LONELY CROWD 1964 στο βιβλίο του Καζνέβ Ο άν-
θρωπος τηλεθεατής Μετάφραση Γκούφα Ν. Εκδόσεις Πύλη, Αθήνα
1979 σελ. 68
- 42) ΣΕΡΑΦΕΤΙΝΙΔΟΥ Μ. Κοινωνιολογία των μέσων μαζικής επικοινωνίας,
Αθήνα 1987, στο βιβλίο Το μήνυμα του μέσου, Μετάφραση
Βάμβαλης Γ. Εκδόσεις Αλεξάνδρεια, Αθήνα 1987 σελ. 84
- 43) SEIG H. MENSCHICHE AGGRESSIVITAT 1974 στο βιβλίο του Βουϊδά-
σκη Β. Η επιθετικότητα σαν κοινωνικό πρόβλημα στην οικογένεια
και στο σχολείο. Εκδόσεις Γρηγόρης, Αθήνα 1987 σελ. 16,17,18.
- 44) STORR A. Ανθρώπινη επιθετικότητα Μετάφραση Λώμη Μ. Εκδόσεις
Γλάρος, Αθήνα 1979 σελ. 42,65,67,69,70,75
- 45) THOMPSON C. INTEPERSONAL PSYCHO - ANALYSIS NEW YORK 1964,
σελ. 179.
- 46) WAITERS R./ BANDURA A/ CHILD AND ADOLESCENT AGGRESSION 1959
στο βιβλίο του Βουϊδάσκη Β. Η επιθετικότητα σαν κοινωνικό
πρόβλημα στην οικογένεια και στο σχολείο. Εκδόσεις Γρηγόρη
Αθήνα 1987 σελ. 49-50.

47) KEELER A. Ένστικτο και επιθετικότητα. Μετάφραση Γιάννα
Νικολίτσα, Εκδόσεις Οδυσσέας, Αθήνα 1981, σελ. 86, 103,
104, 116, 118, 124, 151, 204, 205, 206, 212.