

Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΦΗΒΟ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ  
ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΚΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΒΙΑΙΗΣ ΚΑΙ  
ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

Μετέχοντες Σπουδαστές:

Ελπινίκη Ζαφειροπούλου

Ευστάθιος Κώστας

Αικατερίνη Ραδαίου

Υπεύθυνος Εκπαιδευτικός:

Γραβάνη Ελισσάβετ

Επίκουρη Καθηγήτρια

Πτυχιακή εργασία για τη λήψη του πτυχίου στην Κοι-  
νωνική Εργασία από το τμήμα Κοινωνικής Εργασίας της  
Σχολής Επαγγελματών Υγείας και Πρόνοιας του Τεχνολο-  
γικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Τ.Ε.Ι.) Πάτρας.

Πάτρα

Μάρτιος 1995



ΠΙΘΜΟΣ	1549
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	

21 33

## II

### Α Ν Α Γ Ν Ω Ρ Ι Σ Η

Στην προσπάθειά μας αυτή θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε θερμά όσους μας βοήθησαν ή μας συμπαραστάθηκαν και ιδιαίτερα :

Την κα Ε. Γραβάνη (Επίκουρη Καθηγήτρια του τμήματος Κοινωνικής Εργασίας του Τ.Ε.Ι. Πάτρας)

Τον κο Θ. Παπαδημητρίου (Προϊστάμενο του τμήματος Κοινωνικής Εργασίας του Τ.Ε.Ι. Πάτρας)

Την δακτυλογράφο της πτυχιακής και τέλος

Τους γονείς μας.

Ραδαίου Κατερίνα

Κώστας Στάθης

Ζαφειροπούλου Νίκη

Η επισημοποίηση για την έμπειρη  
την (πτυχιακή) εργασία.

Γραβάνη Ελισάβετ  
Γιαβάρη Αγγελική  
Γεωργοπούλου Λίλια

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

Ένα ενδιαφέρον και πολυσυζητημένο θέμα της εποχής μας είναι η επίδραση των μέσων μαζικής ενημέρωσης και ιδιαίτερα της τηλεόρασης στην συμπεριφορά του έφηβου-τηλεθεατή.

Αναπτύσσεται το ερώτημα, αν ο τηλεοπτικός φακός ικανοποιεί την καλώς εννοούμενη περιέργεια του εφηβικού κοινού και όχι μόνο, στο οποίο απευθύνεται.

Σκοπός της εργασίας μας είναι να προσδιορίσουμε το αν και κατά πόσο επιδρά η τηλεόραση στον έφηβο.

Πιο συγκεκριμένα, στόχος της μελέτης είναι να προσδιορίσουμε :

- α) Την επίδραση της τηλεόρασης στις ανάγκες του έφηβου (πληροφόρηση, ψυχαγωγία, πρότυπα, κοινωνικοποίηση).
- β) Την επίδραση των προβολών σκηνών βίας και επιθετικότητας στην ανάλογη συμπεριφορά του έφηβου.

Για την επίτευξη των παράπανω, σκοπού και στόχων, χρησιμοποιήσαμε α) την μελέτη ξένης βιβλιογραφίας, β) την μελέτη ελληνικής βιβλιογραφίας γ) την παράθεση σχετικών εμπειρικών ερευνών.

Αποτέλεσμα αυτής της μελέτης, μέσα από την συγκεκριμένη μεθοδολογία που χρησιμοποιήσαμε, ήταν η κοινή διαπίστωση της επίδρασης της τηλεόρασης στον έφηβο, μιας επίδρασης όμως αμφιβόλου κύρους σ'ότι αφορά την βίαιη και επιθετική συμπεριφορά του έφηβου.

Διαφαίνεται όμως ο μεγάλος ρόλος που παίζει η τηλεόραση στην κοινωνικοποίηση του εφήβου, χωρίς να

#### IV

παραλείπεται να τονισθεί η σημασία που έχουν η κοινωνία, το κοινωνικό σύστημα, η οικογένεια και οι υπόλοιποι κοινωνικοποιητικοί παράγοντες.

Οι εισηγήσεις που έγιναν στην μελέτη, δίνουν μια εικόνα των κοινωνικών επιδράσεων της τηλεόρασης, των κινδύνων που μπορεί να προέλθουν απ' αυτήν, καθώς και του ελέγχου που πρέπει να ασκηθεί προς τους φορείς της, προκειμένου να προστατευθεί ο τηλεθεατής και ειδικά ο έφηβος.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

	<u>ΣΕΛΙΔΑ</u>
ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ.....	II
ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	III
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	V
I ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
Το πρόβλημα.....	3
Σκοπός.....	4
Ορισμοί εννοιών.....	5
II ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	
III ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	
ΓΕΝΙΚΑ.....	8
1.ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ Μ.Μ.Ε.....	8
2.ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ.....	10
3.ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ-ΙΣΤΟΡΙΚΗ	
ΠΟΡΕΙΑ.....	14
4.ΤΑ ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ	
ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ.....	17
5.ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ.....	20
6.ΤΟ ΔΟΓΜΑ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΚΟΥΛ-	
ΤΟΥΡΑΣ ΚΑΙ Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ.....	25
IV Η ΕΦΗΒΙΚΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙ-	
ΣΤΙΚΑ ΤΗΣ.....	28
1.ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ	
ΕΦΗΒΕΙΑΣ.....	29
2.ΨΥΧΟΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	
ΣΤΗΝ ΕΦΗΒΕΙΑ.....	31
3.ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟΝ ΨΥΧΙΣΜΟ ΚΑΤΑ ΤΗ	
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΕΦΗΒΕΙΑΣ.....	33
4.Η ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ.....	36
5.ΕΦΗΒΟΙ ΚΑΙ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ.....	38
6.ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ.....	41

VI

7. ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΠΟΣΟ Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΕΤΑΙ ΣΕ ΑΥΤΕΣ.....	45
8. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	56

<b>V</b> Η ΒΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ.....	63
1. ΓΕΝΙΚΟΤΗΤΕΣ.....	63
2. ΘΕΩΡΙΕΣ ΕΡΜΗΝΕΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΗ ΒΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	67
- Η ΜΗ ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ.....	67
- Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ.....	73
3. Η ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΒΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΤΩ ΑΠΟ ΤΟ ΦΩΣ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	84
4. Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΙΗΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΕ ΣΥΝΑΦΕΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΗ ΒΙΑ.....	93
1. Γενική θεώρηση.....	93
2. Θεωρητικά πρότυπα ερμηνείας της κοινωνικοποίησης από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας.....	96
5. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	107
5.1. ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΘΕΩΡΗΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΩΝ ΣΚΗΝΩΝ ΒΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	108
5.2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΕΡΜΗΝΕΙΑΣ.....	115
5.3. Η ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΩΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ.....	123

VII

5.4. Η ΔΥΣΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗ  
ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-  
ΠΟΙΗΣΗ..... 124

VI ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ  
ΣΤΟΝ ΕΦΗΒΟ ΜΕΣΩ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ..... 127

VII ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ..... 132  
ΕΙΣΗΓΗΣΕΙΣ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ..... 142  
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... 145



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Είναι γενικά παραδεκτό ότι στις μέρες μας η τηλεόραση αποτελεί το κυρίαρχο μέσο μαζικής επικοινωνίας. Ο ρυθμός ανάπτυξης της τηλεθέασης αποτελεί ένα σημαντικό χαρακτηριστικό της σύγχρονης ζωής στις βιομηχανικά αναπτυγμένες και απ'ότι φαίνεται και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Όλοι οι άνθρωποι σήμερα παρακολουθούν προγράμματα τηλεοπτικά, ενώ σχεδόν σε όλα τα σπίτια υπάρχει και μία συσκευή.

Ο Σ. Παπαθανασόπουλος μιλώντας για την τηλεόραση, αναφέρει ότι "στην Αμερική ο μέσος όρος τηλεθέασης είναι 4 ώρες και 30' την ημέρα, στη Βρετανία 3 ώρες και 48', στη Γαλλία 3 ώρες και 6', ενώ στη χώρα μας 3 ώρες και 25'. Ο ρυθμός ανάπτυξης της τηλεθέασης σε όλες αυτές τις χώρες, όπως και σε άλλες, παρουσιάζει ανοδική τάση" (Σ. Παπαθανασόπουλος, "Απελευθερώνοντας την τηλεόραση, 1992, σελ. 11).

Γίνεται αμέσως αντιληπτό ότι η τηλεόραση είναι ένα σημαντικό φαινόμενο του πολιτισμού μας. Πράγματι, καμία άλλη δραστηριότητα δεν καλύπτει τόσο μεγάλο μέρος από τον ελεύθερο χρόνο μας. Αναλώνουμε το μεγαλύτερο μέρος του ελεύθερου χρόνου μας παρακολουθώντας έναν τηλεοπτικό δέκτη.

Η τηλεόραση βέβαια δεν αποτελεί από μόνη της μία τέτοια πολιτιστική ή και πολιτική δύναμη, το σημαντικότερο όμως είναι ότι ανοίγει ορίζοντες σε άλλες πολιτιστικές, κοινωνικές και πολιτικές εμπειρίες. Δεν είναι σημαντικό μόνο το πρόγραμμα που βλέπουμε στον τηλεοπτικό δέκτη, αλλά και ο

τρόπος με τον οποίο παράγεται, διανέμεται ή και το ποιός ελέγχει την όλη διαδικασία της παραγωγής του.

Για περίπου 40 χρόνια το κοινό είχε την ευκαιρία να επιλέξει ανάμεσα στον κινηματογράφο και στα προγράμματα που προσέφερε η κρατική τηλεόραση. Συνεπώς η τηλεόραση παρέμενε κάτω από τον άμεσο έλεγχο και τη διαχείριση του κράτους, ενώ ο κινηματογράφος ήταν ανοικτός στις δυνάμεις της αγοράς. Τελικά επικράτησε η τηλεόραση έναντι του κινηματογράφου, εξαιτίας του ότι η προσφορά της αποδείχτηκε μεγαλύτερη.

Σύμφωνα με τον Σ. Παπαθανασόπουλο ("Απελευθερώνοντας την τηλεόραση", 1992), η τηλεόραση είναι μία μορφή σημαντικής βιομηχανίας για επενδύσεις με σημαντικές δυνατότητες κέρδους. Προσφέρει επίσης νέες θέσεις εργασίας, όπως και πρόσφορο έδαφος για προβολή και διαφήμιση προϊόντων και υπηρεσιών.

Η τηλεόραση έχει από καιρό απασχολήσει τους ερευνητές και οι διαμάχες εστιάζονται στο αν και κατά πόσο το να παρακολουθεί κανείς είναι απλά σπατάλη χρόνου ή στο αν και σε ποιο βαθμό θα πρέπει να οργανωθεί και να λειτουργεί καλύτερα.

Η Μ. Σεραφετεινίδου αναφέρει ότι "στην εποχή μας τα μέσα μαζικής ενημέρωσης αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής" (Κοινωνιολογία των μέσων μαζικής ενημέρωσης, 1987, σελ. 17) και σύμφωνα με τον Steiner "στη δεκαετία του '60 στην Αμερική σχεδόν δύο στους τρεις Αμερικανούς θεωρούσαν την τηλεόραση ως την καινοτομία που τα τελευταία εικοσιπέντε χρόνια είχε κάνει τη ζωή πιο απολαυστική, ευχάριστη ή ενδιαφέρουσα" (Μ. Σεραφετεινίδου, "Κοινωνιολογία των μέσων μαζικής ενημέρωσης", 1987, σελ. 18).

Ο Downing αναφέρει πως "την ίδια περίπου εποχή το μέσο Αμερικανόπουλο, στα πρώτα δώδεκα χρόνια της ζωής του είχε καταναλώσει διπλάσιο χρόνο μπροστά στη μικρή οθόνη, απ'ότι στο σχολείο" (Μ. Σεραφετεινίδου, "Κοινωνιολογία των Μ.Μ.Ε.", Αθήνα 1987, εκδ. GUTENBERG, σελ. 17).

Είναι φανερό ότι η τηλεόραση έχει πια μπει στη ζωή μας ως απαραίτητο στοιχείο και ακόμη πιο φανερό ότι οι επιπτώσεις της δεν είναι λίγες.

### Το πρόβλημα

Ως γνωστό κανένα άλλο μέσο μαζικής επικοινωνίας δεν έχει τόση μεγάλη απήχηση στο ευρύ κοινό. Η τηλεόραση αποτελείται από μεγάλα και μικρά οργανωμένα δίκτυα που στοχεύουν στη μετάδοση μηνυμάτων. Δεν κάνει διαχωρισμό σε πλούσιους και φτωχούς, σε έγχρωμους ή λευκούς, αλλά απευθύνεται σε όλους το ίδιο. Όλοι είναι ελεύθεροι να παρακολουθήσουν το πρόγραμμα της αρεσκείας τους, όπως ελεύθεροι είναι να απορρίψουν ότι δεν τους αρέσει.

Οι έφηβοι λοιπόν αποτελούν ένα φανατικό κομμάτι αυτού του τηλεοπτικού κοινού μιας και σύμφωνα με τη Θ. Δραγώνα και τη Μ. Ντάβου : "η εικόνα της κοινωνικής πραγματικότητας που διαμορφώνει ο έφηβος εξαρτάται όλο και περισσότερο από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και ιδιαίτερα από την τηλεόραση" ("ΕΦΗΒΕΙΑ", Προσδοκίες και αναζητήσεις, εκδ. ΠΑΠΑΖΗΣΗ, Αθήνα 1989, σελ. 197).

Η τηλεόραση σύμφωνα με τον Δ. Μπασαντή "έχει αλλάξει πάρα πολλούς θεσμούς και μορφές των κοινωνικών σχέσεων. Έχει αλλάξει όλες τις βασικές αντιλήψεις και απόψεις για την πραγματικότητα και συνακόλουθα και τις σχέσεις των ανθρώπων, τόσο

μεταξύ τους όσο και με τον κόσμο" (Δ. Μπασσαντής "Στο μεταίχμιο των εποχών: η μαζική επικοινωνία στη δεκαετία του '90, περιοδικό "ΔΙΑΒΑΖΩ", τεύχος 215, 10/5/89, σελ. 58).

Με τον Δ. Μπασσαντή φαίνεται να συμφωνεί και η Γουίν ("Τηλεόραση : ένας ξένος στο σπίτι", εκδ. ΑΚΡΙΤΑΣ, Αθήνα 1986) σύμφωνα με την οποία η τηλεόραση έπαιξε σημαντικό ρόλο στην αποδυνάμωση της οικογένειας και γενικά των ανθρώπινων σχέσεων.

Οι έφηβοι που στην αρχή ψάχνουν να ταυτιστούν με άτομα της οικογένειάς τους, έχοντας τους ως πρότυπα, στη συνέχεια γνωρίζοντας το ευρύτερο περιβάλλον αποκτούν αυτά τα πρότυπα από την τηλεόραση.

Για αρκετούς η τηλεόραση έχει φέρει παρακμή σε διάφορους τομείς της κοινωνίας και έχει αλλάξει τον τρόπο ζωής. Στο θέμα των εφήβων συμφωνούν αρκετοί ότι η τηλεόραση τους καθοδηγεί προς ένα τρόπο ζωής ο οποίος δύσκολα επιτυγχάνεται. Έτσι όταν οι έφηβοι πια ωριμάζουν και είναι έτοιμοι να βγουν στη ζωή απογοητεύονται από το όνειρό τους, ένα όνειρο που η τηλεόραση έπλασε.

### Σκοπός

Μελετώντας τη λειτουργία της τηλεόρασης παράλληλα με τα χαρακτηριστικά και τις ανάγκες της εφηβείας, θελήσαμε να εμβαθύνουμε στην προσφορά της μικρής οθόνης.

Εξετάσαμε με ποιούς τρόπους περνά στους εφήβους τα μηνύματα της και κατά πόσο αυτά διαστρεβλώνονται από αυτούς ή αξιοποιούνται σωστά. Μιας και οι προσδοκίες των εφήβων από την τηλεόραση είναι αρκετές κάναμε μία προσπάθεια να αξιολογήσουμε τον βαθμό ανταπόκρισης της τηλεόρασης.

Επίσης θελήσαμε να μελετήσουμε αν υπάρχουν καταστροφικές συνέπειες πάνω στους εφήβους μέσω της τηλεόρασης, όπως αυτές της βίας και επιθετικότητας.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία βρέθηκαν από την βιβλιογραφία που υπάρχει, η οποία σε πολλές περιπτώσεις αφορά όλες τις ηλικίες και ελάχιστα τους εφήβους.

### Ορισμοί Εννοιών : (1)

Τηλεόραση : Είναι η μεταβίβαση εικόνων ή σκηνών εκ του φυσικού σε μεγάλες αποστάσεις με ηλεκτρονικά μέσα. Είναι το μοναδικό επίτευγμα της τεχνολογικής ανάπτυξης του πολιτισμού που έχει επιβληθεί σε ολόκληρο τον κόσμο εξαιτίας των πλεονεκτημάτων της. Είναι το μέσο που χρησιμοποιεί η υπεύθυνη εξουσία ή οι κοινωνικά ισχυροί, για να προπαγανδίσει τις ιδέες της, να προβάλλει την ιδεολογία της, τα συνθήματά της, ψεύδη περίτεχνα, αλήθειες παραμορφωμένες και γενικά με την ακατανίκητη δύναμη που έχει αποκομίσει, να αποπροσανατολίσει τον κόσμο από τα πραγματικά συμφέροντα και τις ζωτικές ανάγκες του. Συχνά γίνεται όργανο ενός μονοκομματικού κράτους.

Ψυχαγωγία : Είναι η αγωγή της ψυχής με σκοπό την έξοδο του ανθρώπου απ' την καθημερινότητα, καθώς και τη σωματική και πνευματική του ξεκούραση. Είναι μία μορφή της ανθρώπινης δραστηριότητας που σκοπό έχει να απαλλάξει τον άνθρωπο από την κούραση και το άγχος της καθημερινής ζωής και να του δημιουργήσει καταστάσεις ψυχικής ευφορίας και σωματικής ευεξίας.

Ποιότητα ζωής : Μ' αυτόν τον όρο συνήθως εννοούμε την ύπαρξη υλικών αγαθών, το βιοτικό επίπεδο του ανθρώπου, το κατά κεφαλήν εισόδημα, τις ανέσεις, την κοινωνία της αφθονίας, της κατανάλωσης. Οπωσδήποτε όλα αυτά είναι απαραίτητα για την ικανοποίηση των αναγκών του ανθρώπου, αλλά αυτά μόνο δεν αρκούν για να χαρακτηρίσουν τον άνθρωπο και τον πολιτισμό του.

Διαφήμιση : Είναι η προβολή, με όλα τα μέσα, στο ευρύτερο κοινό των πλεονεκτημάτων ενός προϊόντος, με σκοπό τη διάδοση της φήμης του, ώστε να αυξηθούν οι πωλήσεις του και να έχει οικονομική επιτυχία. Είναι μία μορφή επικοινωνίας μεταξύ του παραγωγού του προϊόντος (πομπού) και του καταναλωτή (δέκτη). Είναι το μέσο που ενισχύει την οικονομία μιας χώρας και συμβάλλει στην πρόοδό της, όταν η ενημέρωσή της είναι σωστή και στοχεύει στην εξυπηρέτηση του καταναλωτικού κοινού και όχι στην εξαπάτησή του.

Είδωλο (της εποχής μας) : Πρόσωπο το οποίο έχει σπουδαίες ιδιότητες ή ικανότητες, που γίνεται αντικείμενο υπερβολικής αγάπης και λατρείας. Δημιούργημα και προϊόν περισσότερο της καταναλωτικής κοινωνίας μας, της διαφήμισης, της προβολής, παρά τις ικανότητές του. Όταν αυτό το δημιούργημα προβάλλει ιδανικά και αξίες και έχει ως στόχο τον άνθρωπο, τότε μπορούμε να πούμε ότι ωφελεί τα άτομα και την κοινωνία γενικότερα.

Ανάγκη : Είναι η επιθυμία του ανθρώπου για την απόκτηση υλικών, πνευματικών και ηθικών αγαθών. Μορφές αυτής είναι : Υλικές ή φυσικές ανάγκες : (τροφή, δίψα, αέρας, οξυγόνο, ήλιος, κατοικία,

ενδυμασία), που σκοπό έχουν την ύπαρξη και διατήρηση της ζωής.

Πνευματικές ανάγκες : (παιδεία, μόρφωση), που αποβλέπουν στη γνώση του δικαίου, του αγαθού, της μόρφωσης, στην κυριαρχία των παθών και των κακών ενστικτών, της αλήθειας.

Ψυχολογικές ανάγκες : (αγάπη, φιλία), που ικανοποιούν τις ανάγκες της ψυχής και ρυθμίζουν τις ανθρώπινες σχέσεις.

Παράδειγμα : ανάγκη για φιλία, αγάπη, ελευθερία, πίστη σε ιδανικά και αξίες, ψυχαγωγία. Ο άνθρωπος όταν ικανοποιεί τις ψυχολογικές ανάγκες, καλλιεργεί της κοινωνικές σχέσεις και εντάσσεται κανονικά στην κοινωνία.

Οι λόγοι που συντελούν στην αύξηση και εξέλιξη των αναγκών είναι η μίμηση, η συνήθεια, η διαφήμιση. Η ανάγκη είναι βασικός παράγοντας προόδου για το άτομο και την κοινωνία. Ο πολιτισμός είναι αποτέλεσμα της ανάγκης.

Εφηβεία : Αναφέρεται σε μια αναπτυξιακή περίοδο διάρκειας 7 ως 8 ετών και περιλαμβάνει τις αλλαγές που συμβαίνουν και στους τέσσερις βασικούς τομείς της ανάπτυξης : το βιοσωματικό, το γνωστικό, το συναισθηματικό και τον κοινωνικό τομέα. Αναφέρεται σε όλες τις αλλαγές, τόσο τις βιοσωματικές όσο και τις ψυχολογικές και ψυχοκοινωνικές, που επισυμβαίνουν στο χρονικό διάστημα ανάμεσα στην παιδική και στην ώριμη ηλικία.

- (1) Πηγές : - Φ.Π. ΧΑΤΖΗΘΩΜΑ - Π.Ν. ΑΛΕΦΑΝΤΟΥ  
 "ΛΕΞΙΚΟ ΑΝΑΠΤΥΓΜΕΜΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ", εκδ. ΦΙΛΙΠΠΟΣ,  
 Θεσ/νίκη 1994  
 - Ι.Ν. ΠΑΡΑΣΚΕΥΟΠΟΥΛΟΥ "ΕΞΕΛΙΚΤΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ"  
 τόμος 4ος "ΕΦΗΒΙΚΗ ΗΛΙΚΙΑ", ΑΘΗΝΑ

## ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Είδος έρευνας ή μελέτης.

- α) Μελέση ξένης βιβλιογραφίας.
- β) Μελέση ελληνικής βιβλιογραφίας.
- γ) Παράθεση σχεσμών εμπειρικών ερευνών!

Σκοπός της μελέτης

Σκοπός της βιβλιογραφικής αυτής μελέτης είναι να προσδιορίσουμε το αν και κατά πόσο επιδρά η επλεύρα του έφηβο. Ειδικότερα επιδιώκουμε να διασαφηνιστεί η επίδραση της επλεύρας στις ανάγκες του έφηβου, καθώς επίσης και η επίδραση των βιαιών βίας και της επλεύρας γενν κλλιέρχεια επλεύρας-βιαιής ψυχολογίας.

Ερωτήματα - Υποθέσεις

1. Επιδρά η επλεύρα του έφηβο;
2. Επιδρά η επλεύρα στις ανάγκες του έφηβου, αν ναι σε ποιές και γιατί;
3. Οι βιαιές βίας και επλεύρας κλλιέρχουν μια ανάλογη συμπεριφορά του έφηβο;
4. Δρά η επλεύρα κοινωνικοποίηση, αν ναι, ποιά η κοινωνικοποίηση της λειωοχία; Επιδήμια ή δημαυική και ωρέλιμη;



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ

## ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΓΕΝΙΚΑ

## 1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ Μ.Μ.Ε.

Η Μ. Σεραφετεινίδου αναφέρει ότι "οι σύγχρονες μορφές των μέσων μαζικής επικοινωνίας πρωτοεμφανίζονται σε πρωτόγονη μορφή στις κοινωνίες της φεουδαρχικής Ευρώπης, σε μία εποχή όπου επιτελείται μεταστροφή αυτών σε κοινωνίες καπιταλιστικού τύπου (16ος - 18ος αι.). Μέχρι τότε οι επικοινωνίες είχαν διαπροσωπικό χαρακτήρα, άμεση σχέση δηλαδή του μεταδότη και του κοινού του" (Μ. Σεραφετεινίδου "Κοινωνιολογία των Μ.Μ.Ε.", εκδ. GUTENBERG, Αθήνα '87 σελ. 21).

Επίσης "στην προκαπιταλιστική κοινωνία υπήρχε κυριαρχία του προφορικού λόγου, πράγμα που οφειλόταν στην αδυναμία ανάπτυξης των παραγωγικών δυνάμεων. Ο γραπτός λόγος δεν εύρισκε πρόσφορο έδαφος λόγω του μεγάλου ποσοστού αναλφάβητων παρά μόνο στην κοινωνική μειοψηφία, την οποία αποτελούσαν τα προνομιούχα και ταξικά κυρίαρχα στρώματα. Από το 16ο αιώνα και έπειτα, εποχή ανάπτυξης της καπιταλιστικής κοινωνίας, βαθμιαία αλλά σταθερά ο προφορικός λόγος υποχωρεί και τη θέση του παίρνει ο γραπτός. Οι τεχνολογικές εξελίξεις που σημειώθηκαν παίζουν σημαντικό ρόλο αλλά όχι καθοριστικό" (σελ. 21).

Η πρώτη μεγάλη τεχνολογική επανάσταση στο χώρο της επικοινωνίας, "η εφεύρεση της τυπογραφίας στα μέσα του 15ου αιώνα δεν θα επιφέρει για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα την κοινωνική επανάσταση στο χώρο της επικοινωνίας: Μόνο μετά τα τέλη του 16ου αιώνα, με τη γενικότερη ανάπτυξη των καπιταλιστικών

παραγωγικών σχέσεων, η παραγωγή και διάδοση του γραπτού λόγου σε μαζική για τα δεδομένα της εποχής κλίμακα θα γίνει πραγματικότητα" (σελ. 22).

Το 1453 εφευρίσκεται από τον Γουτεμβέργιο η τυπογραφία, η οποία συνεπάγεται την κυκλοφορία και των πρώτων εφημερίδων, δημιούργημα των νέων κοινωνικών στρωμάτων. Η εφημερίδα ανταποκρίνεται αρκετά σε μία σειρά αναγκών αυτών των στρωμάτων: δημόσια πολιτική συζήτηση και κριτική, οικονομική πληροφόρηση, διάδοση ιδεών και αντιλήψεων που οδηγούν και εδραιώνουν ένα νέο αστικό τρόπο ζωής, σκέψης και συμπεριφοράς.

Το δεύτερο σύγχρονο μέσο επικοινωνίας που θα εμφανιστεί στην εποχή αυτή είναι το βιβλίο. Από το 17ο αιώνα και μετά, το βιβλίο, το οποίο μέχρι τότε ήταν πνευματικό ή καλλιτεχνικό προϊόν, μετατρέπεται σε εμπόρευμα και αποκτά ανταλλακτική αξία στη λογοτεχνική αγορά.

Με το πέρασμα του καπιταλισμού γύρω στα τέλη του 19ου αιώνα με αρχές του 20ου και μετά το μεσοπόλεμο, τα μέσα ενημέρωσης γνωρίζουν μια τέτοια εξέλιξη που πλέον μπορούμε να μιλάμε για μια πραγματική επανάσταση στο χώρο της επικοινωνίας.

Στις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα εμφανίζεται ο κινηματογράφος στην Αμερική, ένα μηχάνημα που συνδυάζει την ανάλυση-σύνθεση των κινήσεων με τρόπο μοναδικό για την εποχή.

Η δισκοπαραγωγή αναπτύσσεται επίσης στην Αμερική. Το ραδιόφωνο επίσης αναπτύσσεται κι αυτό με ταχύτατο ρυθμό σε Ευρώπη και Αμερική.

"Αλλά αναμφίβολα η μεγάλη επανάσταση στο χώρο των επικοινωνιών σημειώθηκε μεταπολεμικά με την εμφάνιση της τηλεόρασης, που εισέβαλε στη ζωή του σύγχρονου ανθρώπου περισσότερο από κάθε άλλο μέσο.

Οι πειραματικές εκπομπές αρχίζουν το 1928 και 1935. Από το 1935 ως το 1940 πραγματοποιείται η μετάδοση τακτικών προγραμμάτων στις περισσότερες χώρες. Η εξαπλώσή της ανακόπησε με τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο" (σελ. 23).

Μεγάλη ανάπτυξη πραγματοποιήθηκε μετά το τέλος του πολέμου. Οι πρώτες βέβαια εξελίξεις περιορίστηκαν στις πλούσιες και βιομηχανικά αναπτυγμένες χώρες και αυτό ήταν αναπόφευκτο εκείνη την εποχή, λόγω του μεγάλου κόστους εξοπλισμού. Σε άλλες χώρες οι Κυβερνήσεις καθυστέρησαν να αποφασίσουν αναφορικά προς το χρόνο επενδύσεων επειδή δεν πίστευαν στο μέλλον της τηλεόρασης, αλλά και γιατί φοβόντουσαν τις πολιτικές επιπτώσεις της.

## 2. ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

Τα μοντέλα τηλεόρασης που επικρατούν είναι το ανταγωνιστικό, στο οποίο τον κύριο λόγο κατέχει ο ιδιωτικός τομέας και το μεικτό, στο οποίο υπάρχει ένας συνδυασμός κρατικής παρέμβασης και ιδιωτών.

### 1. ΤΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Σύμφωνα με τον Σ. Παπαθανασόπουλο ("Απελευθερώνοντας την τηλεόραση", εκδ. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ, Αθήνα 1992), το κύριο χαρακτηριστικό του είναι ότι το προνόμιο του μονοπωλείου το κατέχει ουσιαστικά ο ιδιωτικός τομέας, καθώς ο δημόσιος φορέας κατέχει μόνο ένα μικρό μερίδιο.

Ο βαθμός της ιδιωτικής ιδιοκτησίας είναι έντονος, η δικτύωση των σταθμών, η αυτονομία από το εκάστοτε κυβερνών κόμμα, καθώς και μια έντονη εμπορευματοποίηση στο συνολικό προϊόν των σταθμών και των καναλιών.

Το καθεστώς της ιδιωτικής ιδιοκτησίας και το τοπικό στοιχείο είναι δύο σημαντικές παράμετροι που συμπληρώνουν αυτό το μοντέλο, ενώ η γενική φιλοσοφία έγκειται στο ότι χορηγούνται άδειες σε ιδιώτες, για να εξυπηρετούν συγκεκριμένες περιοχές με προγράμματα τοπικού ενδιαφέροντος, τα οποία χρηματοδοτούνται από τη διαφήμιση.

Οι υπόλοιποι σταθμοί είναι μη εμπορικοί, δημόσιοι και οι άδειες λειτουργίας τους έχουν δοθεί κατά το πλείστον σε τοπικές κοινότητες, πανεπιστημιακά ιδρύματα, δημόσια ή ευαγή ιδρύματα. Τα περισσότερα προγράμματα που μεταδίδονται από τους τοπικούς ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς ελέγχονται από μεγάλους επικοινωνιακούς οργανισμούς, όπως δισκογραφικές εταιρείες, υπηρεσίες ειδήσεων, διαφημιστικές εταιρείες και από τα ίδια βέβαια τα δίκτυα.

Το μοντέλο αυτό απαντάται στις ΗΠΑ, όπου ο κύριος στόχος των ιδιωτικών ραδιοτηλεοπτικών φορέων είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους διαμέσου της μεγιστοποίησης των ποσοστών θεαματικότητας.

Η κυριαρχία του εμπορικού ήθους στην Αμερικάνικη τηλεόραση έχει επηρεάσει και την ίδια την ορολογία της βιομηχανίας. Οι πόλεις ονομάζονται "αγορές", τα προγράμματα "προϊόντα" και οι ειδήσεις "θεάματα".

Μια τέτοιου είδους πραγματικότητα έχει καθιερωθεί στις ΗΠΑ και συνήθως πετυχαίνει τους στόχους της με την προσφορά προγραμμάτων μαζικής απήχησης, που είναι κυρίως ψυχαγωγικού, ενημερωτικού και αθλητικού περιεχομένου και χρησιμοποιούνται ως δόλωμα για την εξασφάλιση μιας όσο το δυνατό μεγαλύτερης θεαματικότητας για τα διαφημιστικά μηνύματα, τα οποία διακόπτουν και

διαμορφώνουν τη ροή των τηλεοπτικών προγραμμάτων. Η επιτυχία ενός προγράμματος και η αποδοτικότητα του καθορίζονται σχεδόν αποκλειστικά από το ποσοστό θεαματικότητάς του. Τα πιο δημοφιλή προγράμματα απαιτούν τις υψηλότερες τιμές και έτσι αποφέρουν στους σταθμούς τα υψηλότερα κέρδη.

Τα ψυχαγωγικά προγράμματα έχουν την πρωτοκαθεδρία στο σύνολο του τηλεοπτικού προγράμματος, ενώ ο έντονος ανταγωνισμός έχει δημιουργήσει την τάση ο ένας σταθμός να αντιγράφει τον άλλον στις επιλογές του προγραμματισμού του. Αυτή η κατάσταση έχει οξυνθεί τόσο, ώστε να είναι πλέον σύνηθες οι παρουσιαστές και το περιεχόμενο των δελτίων ειδήσεων να επιλέγονται με βάση την απήχησή τους στο κοινό και μάλλον με εμπορικά παρά με δημοσιογραφικά και αξιολογικά κριτήρια.

#### ΤΟ ΜΕΙΚΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ (ΔΥΤΙΚΟΕΥΡΩΠΑΙΚΟ)

Σύμφωνα με τον Σ. Παπαθανασόπουλο ("Απελευθερώνοντας την τηλεόραση", εκδ. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ, Αθήνα 1992), στην ανάπτυξη της τηλεόρασης σημαντικό ρόλο διαδραμάτισε το κράτος, ιδιαίτερα μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο. Το κράτος δεν υπήρξε μόνο ο αποκλειστικός δημιουργός της διάρθρωσης και της διαχείρισης της τηλεόρασης, αλλά ήταν επίσης και ο αποκλειστικός ιδιοκτήτης του συστήματος.

Αναφέρει ότι "σχεδόν παντού στην Ευρώπη το ραδιόφωνο και η τηλεόραση δεν θεωρήθηκαν ότι αποτελούν μια άλλου είδους επιχείριση, αλλά ότι είναι μια δημόσια κοινωνική Υπηρεσία και γι' αυτό η λειτουργία τους διαρθρώθηκε δια μέσου των κρατικών φορέων που απολάμβαναν το μονοπώλειο του τομέα" (σελ. 18).

Βέβαια μέσα στο πλαίσιο του μεικτού ή αλλιώς Δυτικοευρωπαϊκού μοντέλου υπήρχαν διαφοροποιήσεις, οι οποίες αντικατόπτριζαν τις πολιτικές, οικονομικές και πολιτιστικές παραδόσεις κάθε μιας χώρας.

Για παράδειγμα, η εμπειρία του εθνικοσοσιαλισμού στη Γερμανία είχε ως αποτέλεσμα το ραδιοτηλεοπτικό σύστημα να απαιτεί την ανεξαρτησία του από την κυβερνητική επιρροή. Αντιθέτως στη Γαλλία το κράτος θεώρησε ότι πρέπει να διαδραματίζει ένα ζωτικό ρόλο στη διαφύλαξη της δημόσιας ραδιοτηλεοπτικής υπηρεσίας που θα έπρεπε να λειτουργεί ως "η φωνή της Γαλλίας". Επιπλέον, υπήρξαν αποκλίσεις στις οργανωτικές δομές και τις μεθόδους χρηματοδότησης των συστημάτων στις ευρωπαϊκές χώρες. Η χρηματοδότηση ήταν κυρίως άμεση με την καταβολή ενός ετήσιου ανταποδοτικού τέλους από τους χρήστες, αν και σε μερικές περιπτώσεις ένα μέρος του προερχόταν από τον ιδιωτικό τομέα, δηλαδή από τις διαφημίσεις.

Έτσι μερικοί ραδιοτηλεοπτικοί φορείς χρηματοδοτούνταν από τις ετήσιες εισφορές (π.χ. το BBC στη Βρετανία και οι ραδιοτηλεοπτικοί σταθμοί στις Σκανδιναβικές χώρες), κάποιοι άλλοι επωφελούνταν από ένα επιπρόσθετο έσοδο που προερχόταν από τις διαφημίσεις (Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία). Σε ορισμένες περιπτώσεις η παραγωγή και η μετάδοση προγραμμάτων ανατίθονταν σε ιδιωτικούς φορείς (όπως η Independent t.v. στη Βρετανία), αλλά το δίκτυο μετάδοσης παρέμενε στην ιδιοκτησία του κράτους, το οποίο με τη σειρά του υπενοίκιαζε για κάποιο χρονικό διάστημα σε ιδιωτικούς φορείς, όπως η ITV, και έτσι ένας τέτοιος φορέας υπέμενε τη στενή επιτήρηση του κράτους, κυρίως προς το αν πληρεί τους όρους λειτουργίας του.

Όπως δηλαδή υπήρχαν δύο φορείς-ο ένας κρατικός και ο άλλος ιδιωτικός-και οι δύο ήταν επιβεβλημένο να παρέχουν όχι μόνο ψυχαγωγικά, αλλά και ενημερωτικά, επιμορφωτικά και ψυχαγωγικά προγράμματα.

Το ποσοστά θεαματικότητας για τους δύο φορείς έτειναν να είναι ισόποσα, ενώ ο ανταγωνισμός ανάμεσα τους αφορούσε την τηλεθέαση των προγραμμάτων, όχι όμως για την εξασφάλιση μιας κοινής πηγής χρηματοδότησης, γεγονός που τους επέτρεπε τη μετάδοση μη εμπορικών προγραμμάτων σε ώρες υψηλής θεαματικότητας.

### 3. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ - ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ

Η τηλεόραση στην Ελλάδα άρχισε να οργανωθεί και να καθιερωθεί αρκετά. Η πορεία της ξεκινά πριν από πολλά χρόνια και συγκεκριμένα από τη δεκαετία του '50.

Σύμφωνα με το ΝΕΩΤΕΡΟ ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΙΚΟ ΛΕΞΙΚΟ (ΝΕΩΤΕΡΟ ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΙΚΟ ΛΕΞΙΚΟ, τόμος ΚΒ, εκδ. ΗΛΙΟΣ, Αθήνα 1987) η πρώτη επίσημη προσπάθεια καθιέρωσης της τηλεόρασης στην Ελλάδα ανάγεται στα 1952 με την προκήρυξη Διεθνούς διαγωνισμού για την εγκατάσταση ενός στοιχειώδους τηλεοπτικού δικτύου. Όμως ο διαγωνισμός αυτός στη συνέχεια ακυρώθηκε, όπως ακυρώθηκαν και οι δύο άλλοι που προκηρύχθηκαν το 1955 και 1959 αντίστοιχα.

Το επόμενο βήμα προς αυτήν την κατεύθυνση ήταν μια κυβερνητική ανακοίνωση που δημοσιεύθηκε τον Αύγουστο του 1960, η οποία ανέφερε ότι επήλθε συμφωνία για τη χρησιμοποίηση του υπολοίπου των Ιταλικών επανορθώσεων στην ανασυγκρότηση του δικτύου της ελληνικής ραδιοφωνίας, για την εγκα-

τάσταση πομπών και για την ίδρυση εργοστασίου κατασκευής λαϊκού τύπου ραδιοφώνου, συσκευών τηλεοράσεως και τηλεοπτικού υλικού. Ομως όσα αναφέρθηκαν στην ανακοίνωση αυτή, ποτέ δεν πραγματοποιήθηκαν.

Το 1961 η Διεύθυνση Τεχνικών Υπηρεσιών του Ε.Ι.Ρ. προβαίνει σε εμπεριστατωμένη μελέτη, η οποία και θέτει τις βάσεις της λειτουργίας της ελληνικής τηλεόρασης. Ο πρώτος ελληνικός πειραματικός σταθμός λειτούργησε το 1961 από τη ΔΕΗ στη Διεθνή Εκθεση Θεσ/νίκης.

Τον ίδιο χρόνο, εντός του χώρου της εκθέσεως, είδαν οι επισκέπτες, για πρώτη φορά στην Ελλάδα, έγχρωμη τηλεόραση, από πομπό κλειστού κυκλώματος. Παράλληλα λειτούργησε και ο δεύτερος πομπός, ο οποίος εξέπεμπε τρίωρο πρόγραμμα που μεταδιδόταν μέσω 100 περίπου δεκτών. Οι δέκτες αυτοί ήταν εγκατεστημένοι σε καίρια σημεία της Θεσ/νίκης και των περιχώρων.

Το 1963 αποφασίζεται η εγκατάσταση πλήρους δικτύου τηλεοράσεως με 17 κέντρα εκπομπής. Με το συγκρότημα αυτό θα εξυπηρετούνταν το 80 - 85 % του συνόλου του πληθυσμού της χώρας. Η συνολική δαπάνη είχε υπολογιστεί γύρω στα 7 εκ. δολάρια και θα καλύπτονταν από πιστώσεις από εξωτερικό και εσωτερικό δανεισμό.

Στις 26 Φεβρουαρίου 1966 έγινε η επίσημη έναρξη της Ελληνικής τηλεόρασης. Ταυτόχρονα λειτουργούσε και ο σταθμός των ενόπλων δυνάμεων (ΥΕΝΕΔ) από το 1964.

Οι πειραματικές εκπομπές και των δύο καναλιών συνεχίστηκαν, ώσπου τον Φεβρουάριο του 1968 η δικτατορική κυβέρνηση αποφασίζει τη λειτουργία της τηλεόρασης με μορφή ανώνυμης εταιρείας με μετόχους το κράτος, την Εθνική και Εμπορική Τράπεζα της



Ελλάδας και τους οργανισμούς ΟΤΕ, ΔΕΗ καθώς και άλλα νομικά πρόσωπα.

Επίσης αποφασίζεται η ίδρυση ενός ενιαίου φορέα για τη ραδιοφωνία και την τηλεόραση, με την επωνυμία "Ελληνική Ραδιοφωνία-Τηλεόραση".

Τελικά το 1970 αρχίζει να λειτουργεί ο κεντρικός πομπός της Πάρνηθας και με το νομοθετικό διάταγμα 745 το Ε.Ι.Ρ μετονομάζεται Ε.Ι.Ρ.Τ.

Στις 26/2/75 δημοσιεύεται στο ΦΕΚ η τροποποίηση του νομικού καθεστώτος του ΕΙΡΤ, το οποίο τώρα πλέον με βάση τον Ν.230/75, λειτουργεί ως ανώνυμη εταιρεία με την επωνυμία ΕΡΤ.

Ο Ν.230/75 εκτός των άλλων προβλέπει και τη συγχώνευση ΕΡΤ με ΥΠΕΝΕΔ, η οποία πραγματοποιήθηκε στις αρχές της δεκαετίας του '80 (ΝΕΩΤΕΡΟ ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΙΚΟ ΛΕΞΙΚΟ, τόμος ΚΒ, εκδ. ΗΛΙΟΣ, Αθήνα 1987).

Σύμφωνα με τον Σ. Παπαθανασόπουλο ("Απελευθερώνοντας την τηλεόραση", εκδ. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ, Αθήνα 1992), μετά τις δημοτικές εκλογές του 1986, οι Δήμαρχοι Αθηνών, Θεσσαλονίκης και Πειραιώς, δήλωσαν ότι θα προβούν στη σύσταση δημοτικών ραδιοτηλεοπτικών σταθμών στους Δήμους τους.

Επίσης, αναφορικά πάλι με τον Σ. Παπαθανασόπουλο "μπροστά στην αδυναμία της η κυβέρνηση να βρει έναν αποτελεσματικό τακτικό ελιγμό, που μέσα από ένα θεσμικό πλαίσιο το οποίο θα προδιέγραφε με συνεκτικό τρόπο την είσοδο της ιδιωτικής ραδιοτηλεόρασης και θα καθόριζε τις μελλοντικές εξελίξεις στον ελληνικό ραδιοτηλεοπτικό τομέα, αντιμετώπισε την ιδιωτική τηλεόραση με τρόπο αποσπασματικό, ιδιαίτερα όσον αφορά τις διατάξεις για τα νέα τηλεοπτικά μέσα και τους ιδιωτικούς φορείς" ("Απελευθερώνοντας την τηλεόραση", Αθήνα 1992, σελ. 247-248).

Ο Σ. Παπαθανασόπουλος επίσης αναφέρει ότι "στις 31/12/88, ο τότε Δήμαρχος Θεσ/νίκης άρχισε αναμεταδόσεις δορυφορικών καναλιών και ιδρύει την TV-100. Το 1989 οι Δήμαρχοι Αθηνών και Πειραιά ανακοινώνουν ότι θα προβούν στην ίδια ενέργεια" (σελ. 248). Η αντίδραση της κρατικής τηλεόρασης ήταν μια αντιγραφή : δημιουργεί την ΕΤ3 προς αντιπερισπασμό στο TV-100 και αρχίζει αναμετάδοση δορυφορικών καναλιών στους δέκα μεγαλύτερους Δήμους της χώρας.

Όπως αναφέρει "η εμφάνιση των τηλεοπτικών καναλιών στα Ερτζιανά του Mega Channel και του Antenna TV σηματοδοτούν την εγκατάλειψη της ελεύθερης ή δημοτικής τηλεόρασης και την έναρξη της εποχής των ιδιωτικών καναλιών" (Σ. Παπαθανασόπουλος "Απελευθερώνοντας την τηλεόραση", εκδ. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ, Αθήνα 1992, σελ. 248-249).

#### 4. ΤΑ ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

Η τηλεόραση αποτελεί σήμερα το σπουδαιότερο μέσο μαζικής επικοινωνίας. Τα κύρια χαρακτηριστικά της γνωρίσματα και οι ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει αναφέρονται περιληπτικά από τον Σ. Καστόρα (Σ. Καστόρας "Οπτικοακουστικά μέσα μαζικής Επικοινωνίας", εκδ. ΠΑΠΑΖΗΣΗ, Αθήνα 1990, σελ. 33-35) :

α. Η τηλεόραση είναι δημόσια. Αυτό σημαίνει πως οι εκπομπές της μεταδίδονται σε ανεπίσημη μορφή κι απευθύνονται σε όλο τον κόσμο. Το πλατύ κοινό δεν έχει όμως ελεύθερη πρόσβαση στις διαδικασίες λειτουργίας της, ούτε στη λήψη των σχετικών αποφάσεων. Σε αντίθετα με την κρατική εξουσία και τα διάφορα οργανωμένα συμφέροντα που βρίσκουν αρκετούς τρόπους

για να επεμβαίνουν στην τηλεόραση και να ελέγχουν όχι μόνο τον τρόπο λειτουργίας της, αλλά και το προϊόν που παράγει. Σημειώνεται πως όταν η τηλεόραση λειτουργεί με κλειστό κύκλωμα (π.χ. σε ξενοδοχεία, πλοία) δε θεωρείται μέσο μαζικής επικοινωνίας.

β. Το Κοινό της τηλεόρασης είναι ανόμοιο στη σύνθεσή του. Το γεγονός αυτό οφείλεται καταρχήν στο συνδιασμό της μεγάλης ομάδας και της ελεύθερης λήψης των μηνυμάτων της τηλεόρασης. Η ανομοιότητα που χαρακτηρίζει το κοινό της τηλεόρασης προσθέτει σε αυτό αρκετά από τα στοιχεία της μάζας. Δηλαδή αποτελείται από ένα μεγάλο αριθμό ατόμων που σε μικρό ή μεγάλο βαθμό ζουν κάτω από διαφορετικές συνθήκες, προέρχονται από διάφορα κοινωνικά στρώματα, έχουν ποικίλα επαγγέλματα και διαφορετικά επίπεδα πολιτιστικής ανάπτυξης. Τα άτομα αυτά διαφέρουν επίσης μεταξύ τους στα ενδιαφέροντα, στα πρότυπα ζωής, στο κύρος, στην κοινωνική δύναμη και επιρροή κλπ.

γ. Η τηλεόραση απευθύνεται ταυτόχρονα σε μεγάλες ομάδες. Η ικανότητά της αυτή στηρίζεται στις τεχνολογικές της δυνατότητες. Όταν μάλιστα ένας σταθμός λειτουργεί εμπορικά μπορεί να εξασφαλίζει σημαντικά οικονομικά κέρδη, ακολουθώντας τους κανόνες της μαζικής παραγωγής και κατανάλωσης, με όλες όμως τις αρνητικές συνέπειες που μπορεί να έχει το γεγονός αυτό στο προϊόν της (δηλ. τις εμπομπές της) και στους καταναλωτές της (δηλ. τους τηλεθεατές της).

δ. Οι τηλεθεατές συνδέονται μεταξύ τους με ανόμοιους παράγοντες. Η βασική αιτία βρίσκεται στο γεγονός ότι αυτοί είναι κατά κανόνα απομονωμένα άτομα που δεν γνωρίζονται μεταξύ τους. Έτσι η αλληλεπίδρασή τους είναι πολύ περιορισμένη ή ανύπαρκτη, οι δραστηριότητές τους ασυντόνιστες και η οργάνωσή

τους χαλαρή. Παράλληλα η σύνθεσή τους δεν είναι σταθερή, αλλά μεταβάλλεται συνέχεια. Δεν υπάρχει επικεφαλής. Και το αίσθημα της ταυτότητας που θα έπρεπε να έχουν μεταξύ τους οι τηλεθεατές είναι χαλαρό ή ανύπαρκτο.

ε. Η σχέση πομπού - δέκτη είναι απρόσωπη. Αυτό οφείλεται βασικά στη φύση της τηλεόρασης που της επιτρέπει να απευθύνεται ταυτόχρονα σε πολυάριθμους και άγνωστους δέκτες. Η απρόσωπη σχέση πομπού-δέκτη ενισχύει σε κάποιο βαθμό την ιδέα της αντικειμενικότητας γι'αυτά που προβάλλονται στην τηλεόραση. Αλλά παράλληλα εμποδίζει την αποτελεσματική ανάδραση του δέκτη στα μηνύματά της και επιβάλλει το μονόδρομο της πληροφόρησης.

στ. Τα μηνύματα της τηλεόρασης (οπτικά και ηχητικά) μεταδίδονται στιγμιαία. Έτσι μπορεί να απευθύνεται ταυτόχρονα σε εκατομμύρια άτομα που βρίσκονται διασκορπισμένα μεταξύ τους και σε μεγάλη απόσταση από την πηγή του μηνύματος. Αυτό δημιουργεί όμως και μια μονόδρομη αμεσότητα που έχει σαν συνέπεια την ομοιόμορφη επιλογή και κατανάλωση των μαζικών μηνυμάτων, την παθητικότητα του δέκτη και την παρέκκλιση από τους παραδοσιακούς κανόνες της ανθρώπινης επικοινωνίας.

ζ. Η λειτουργία της τηλεόρασης απαιτεί πολύπλοκη οργάνωση. Αυτό σημαίνει πως είναι απαραίτητος ένας κατάλληλος οργανισμός που θα επιτρέπει τη σωστή εφαρμογή των οικονομικών, των διοικητικών και των άλλων αναγκαίων ελέγχων. Χρειάζεται ακόμα σωστή κατανομή των διαφόρων αρμοδιοτήτων για να εξασφαλιστεί η σωστή λειτουργία του σταθμού και η ομαλή συνεργασία του προσωπικού. Τέλος είναι απαραίτητο ένα μεγάλο αρχικό κεφάλαιο, εξειδικευμένο προσωπικό, σύγχρονες εγκαταστάσεις κλπ.

## 5. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Ο Γερμανός φιλόσοφος Σοπενχάουερ παρατήρησε ότι "η μουσική είναι ο κόσμος άλλη μια φορά" (Μ. Σεραφετεινίδου "Κοινωνιολογία των Μ.Μ.Ε.", εκδ. GUTENBERG, Αθήνα 1987 σελ. 374).

Κατά τη Μ. Σεραφετεινίδου ("Κοινωνιολογία των μέσων μαζικής ενημέρωσης") η τέχνη αποτελεί τον πυρήνα, την πεμπτούσια αυτού που αποκαλούμε κουλτούρα. Ο άνθρωπος δημιουργεί, χτίζει την κοινωνική πραγματικότητα, και η τέχνη αποτελεί ένα από τα βασικά μέσα αυτής της δημιουργίας. Η τέχνη προσφέρει, είναι ένα μοντέλο ζωής. Αυτό που ονομάζουμε τέχνη δεν είναι παρά ένας τρόπος επικοινωνίας και περιγραφής.

Η ιδιαιτερότητα των τεχνών είναι ότι με διαφορετικούς τρόπους διαθέτουν πολύ δυνατά μέσα επικοινωνίας. Γι' αυτό και η τέχνη, όπως επανειλημμένα έχει λεχθεί, αντικατοπτρίζει την κοινωνία μέσα στην οποία γεννιέται. Κι αυτό όχι μόνο γιατί οι δημιουργοί της, οι καλλιτέχνες, περιγράφουν εμπειρίες που απέκτησαν μέσα στα πλαίσια του δικού τους χώρου και χρόνου, αλλά και γιατί μεταδίδοντας και επικοινωνώντας τα βιώματα αυτά επηρεάζουν οι ίδιοι το ποια μορφή θα πάρει αυτή η πραγματικότητα. Δηλαδή γίνονται δημιουργοί της.

Στην εποχή μας η τέχνη έχει υποστεί βαθύτατες αλλαγές και αλλοιώσεις, τόσο ως προς τους θεσμούς, μηχανισμούς και διεργασίες παραγωγής της, όσο και ως προς τη φύση ή το χαρακτήρα της.

Καταρχήν, τόσο από ποσοτική, όσο και από ποιοτική άποψη, στον αιώνα μας η τηλεόραση έχει εδραιώσει μια αποφασιστικά ηγετική θέση στην πολιτιστική σφαίρα. Απλά και μόνο από σκοπιά οικονομικών, τεχνικών, κοινωνικών και πολιτιστικών πόρων, η τηλεό-

ραση έχει κάτω από τον έλεγχο της ένα ποιοτικά μεγαλύτερο μερίδιο απ'ότι παλαιότερα.

Τα σύγχρονα πολιτιστικά προϊόντα παράγονται στην τεράστια πλειοψηφία τους από άτομα που αποτελούν στελέχη των Μ.Μ.Ε., ή μέσα στα θεσμικά και οργανωτικά πλαίσια που θέτει η μορφολογία των σύγχρονων μαζικών επικοινωνιών.

Αλλά ακόμα και όταν δεν παράγονται από τα ίδια τα μέσα, τα προϊόντα της καλλιτεχνικής δημιουργίας προωθούνται από τα Μ.Μ.Ε. Είτε άμεσα, όπως π.χ. στην περίπτωση των δίσκων, ή στην περίπτωση των κινηματογραφικών, ραδιοφωνικών ή τηλεοπτικών διασκευών λογοτεχνικών έργων, ή έμμεσα, μέσω συνεντεύξεων με τους δημιουργούς της τέχνης, εμπομπών ή άρθρων σχετικά με τους καλλιτέχνες και τα έργα τους.

Το αποτέλεσμα ή προϊόν αυτών των νέων θεσμών και διεργασιών πολιτιστικής παραγωγής δεν είναι αυτό που παραδοσιακά ονομάζεται τέχνη, αλλά ίσως κάτι που δεν αντικατοπτρίζεται στην κλίμακα της τέχνης. Είναι η τέχνη ή η κουλτούρα της κοινωνίας της μάζας.

Βασικό χαρακτηριστικό των προϊόντων αυτής της κουλτούρας είναι η μαζική παραγωγή τους. Είναι προϊόντα μιας παραγωγής που προορίζεται εξ ολοκλήρου για μια μαζική αγορά. Αυτή η μαζικοποίηση της πολιτιστικής παραγωγής συνοδεύεται από μια σειρά από άλλα σημαντικά χαρακτηριστικά. Το πιο σημαντικό είναι το εξής : η μαζικοποίηση της πολιτιστικής παραγωγής στηρίζεται σε φόρμουλες δοκιμασμένες και εμπορικά επιτυχημένες, οι οποίες επαναλαμβάνονται.

Ο Δ. Μπασαντής αναφέρει ότι : "Η σύγχρονη κουλτούρα κυριαρχείται έντονα από το οπτικοακουστικό στοιχείο. Η οπτικοακουστική κουλτούρα που αναπτύχθηκε από τα ηλεκτρονικά Μ.Μ.Ε. παρήγαγε νέα

και ενοποίησε προηγούμενα πολιτιστικά σύμβολα. Το γεγονός αυτό μαζί με τη δυναμικότητα που της έδινε ο μαζικός χαρακτήρας, είχε ως συνέπεια μια βαθύτερη ενοποίηση της κουλτούρας. Αφετηρία αυτών των εξελίξεων στάθηκε η κυριαρχία στο σύστημα μαζικής επικοινωνίας" (Δ. Μπασαντής, "Στο μεταίχμιο των εποχών: η μαζική επικοινωνία στη δεκαετία του 90", περιοδικό "ΔΙΑΒΑΖΩ", τεύχος 215, 10/5/89, σελ. 13).

Κατά τη γνώμη του Δ. Μπασαντή, η τηλεόραση μετέφερε το κέντρο βάρους της μαζικής επικοινωνίας από το έντυπο, στο ηλεκτρονικό σύστημα επικοινωνίας. Μια από τις βασικές συνέπειες στο πολιτισμικό πεδίο ήταν η αφήγηση, ο προφορικός λόγος, μετά από μια μεγάλη περίοδο στην ανθρώπινη ιστορία, έγινες και πάλι κυρίαρχο στοιχείο της ανθρώπινης κουλτούρας. Η γραφή άλλαξε επίσης. Υποχώρησαν μορφές της έντυπης επικοινωνίας, π.χ. υποχώρησε η λογοτεχνία (ποίηση, εκτενές πεζογράφημα). Στη νέα κουλτούρα επικράτησε το θεατροποιημένο στοιχείο: ο διάλογος.

Οι θεατρικοί τρόποι αποτύπωσης εννοιών επανήλθαν στο κοινωνικό προσκήνιο μετά από μακρά ιστορική περίοδο με τη μορφή του σεναρίου για τις ανάγκες των παραγωγών του κινηματογράφου, του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης.

Σχετικά με τη λογοτεχνία, ο Καζνέφ αναφέρει ότι "αν η λογοτεχνία έχει ως μοναδικό υπόβαθρο τη γραφή, η μικρή οθόνη εμφανίζεται αμέσως σαν ένας παράγοντας ανταγωνιστικός. Ο χρόνος που οι άνθρωποι καταναλώνουν μπροστά στο δέκτη ήχων και εικόνων, υποκλέπτεται από την ανάγνωση. Φυσικά αυτό το γεγονός δεν έχει επιπτώσεις σ' εκείνους, οι οποίοι - ούτως ή άλλως - δεν αισθάνονται την παραμικρή έλξη για διάβασμα ως μέσο ψυχαγωγίας" (Καζνέφ "Ο άνθρω-

πος τηλεθεατής", Αθήνα 1979, εκδ. ΠΥΛΗ, σελ. 193). Σύμφωνα με τον Καζνέφ και οι φιλιαναγνώστες, σ'ένα μεγάλο τους ποσοστό, όταν έχουν στο σπίτι τους τηλεόραση, εγκαταλείπουν το διάβασμα. Όλες οι έρευνες στη Γαλλία, δύο στους τρεις τηλεθεατές κατά μέσον όρο παραδέχονται ότι διαβάζουν λιγότερο από τότε που απέκτησαν τηλεοπτική συσκευή. Και ανάμεσα στους λόγους που προβάλλουν οι αρνούμενοι την αγορά συσκευής, ο πιο σημαντικός είναι ο φόβος μήπως αφευθούν στη γοητεία της μικρής οθόνης και εγκαταλείψουν το βιβλίο.

Βέβαια υπάρχει και ο αντίποδας, όπου κάποια λογοτεχνικά έργα, κυρίως νέες κυκλοφορίες, προβάλλονται από την τηλεόραση με στόχο την αγορά τους.

Ο Jean Cazeneuve επί του προκειμένου αναφέρει ότι "είναι πιθανό σ'αυτήν την περίπτωση η τηλεόραση να έχει ένα ευεργετικό αποτέλεσμα, τουλάχιστον σε εκείνους που μη διαθέτοντας επαρκή μόρφωση, παρέμεναν άλλοτε χωρίς κατευθύνσεις και περιορίζονταν στο να διαβάζουν οτιδήποτε" ("Ο άνθρωπος τηλεθεατής", εκδ. ΠΥΛΗ, Αθήνα 1979, σελ. 194).

Οι λογοτεχνικές εκπομπές μπορούν να έχουν μια αποστολή και μια επίδραση καθόλου αμελητέα. Έχει για παράδειγμα παρατηρηθεί ότι ορισμένα λογοτεχνικά έργα για τα οποία μίλησαν στην τηλεόραση, μπόρεσαν εξαιτίας αυτής της αναφοράς να γνωρίσουν μεγάλη επιτυχία. Ασφαλώς όμως αυτό μας οδηγεί να αναρωτηθούμε με ποιο τρόπο εκπονούνται αυτές οι εκπομπές. Η μικρή οθόνη μπορεί να αποτελέσει έναν ερεθισμό, υπό τον όρο να υπηρετείται από μία ομάδα σωστά προετοιμασμένη.

Αναφορικά με το θέατρο και τον κινηματογράφο, έχουμε μια επέκταση, όπου μπορούμε να δούμε κινηματογραφικές ταινίες και θεατρικά έργα στην τηλεόρα-



ση, έχοντας να κάνουμε με μια αλλαγή στο υπόβαθρο. Έχουμε μια μετατροπή των διαστάσεων και των τρόπων παράστασης, αλλά τελικά πρόκειται για την αντικατάσταση ενός οπτικο-ακουστικού τρόπου μετάδοσης από έναν άλλον.

Ομως θα προσθέσουμε ότι και εδώ πλήττονται ο κινηματογράφος και το θέατρο κάπου. Υπάρχει μεγάλη διαφορά στην μαγική διάσταση του κινηματογράφου από την μικροσκοπική της τηλεόρασης καθώς και πιο μεγάλη μεταξύ σκηνής και οθόνης.

Είναι προτιμότερο απλά να ανακοινώνεται ένα έργο θεατρικό ή κινηματογραφικό παρά να προβάλλεται, τουλάχιστον τις πρώτες μέρες της δημιουργίας του. Βέβαια υπάρχει και η κατηγορία αυτών των ανθρώπων, στους οποίους η προβολή από τη μικρή οθόνη ενός θεατρικού έργου κινεί το ενδιαφέρον να το παρακολουθήσουν και ζωντανά. Αυτό όμως δεν συμβαίνει καθόλου με τα κινηματογραφικά έργα.

Στον τομέα της μουσικής μπορούμε να πούμε ότι υπάρχει αφθονία πληροφόρησης νέων ηχογραφήσεων. Ομως κάπου βλέπουμε ότι παραμερίζεται η προβολή της ποιότητας μουσικής καλλιτεχνών με επίπεδο και κυριαρχεί η προβολή χαμηλού επιπέδου μουσικής, καθαρά εμπορικής, η οποία συνοδεύεται πάντα από ένα video-clip με υπόθεση που παρακινεί ιδίως τους εφήβους στην αγορά της.

Στον εικαστικό τομέα βλέπουμε τεράστια διαφορά ανάμεσα στην κρατική και στην ιδιωτική τηλεόραση. Η ιδιωτική δεν προβάλλει καθόλου ντοκυμανταίρ με θέματα ζωγραφικής ή γλυπτικής κλπ. Η κρατική τηλεόραση προβάλλει σε συνεχή βάση τέτοιου είδους εκπομπές με λιγοστή ίσως απήχηση.

## 6. ΤΟ ΔΟΓΜΑ ΤΗΣ "ΜΑΖΙΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ" ΚΑΙ Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

Σύμφωνα με τον Βιρίυκον "η γρήγορη επιστημονική και τεχνολογική πρόοδος στις αναπτυγμένες καπιταλιστικές χώρες, έχει δημιουργήσει τα τελευταία χρόνια κάποια φαινόμενα που είναι συμπτώματα μιας όλο και βαθύτερης παρακμής της κουλτούρας" ("Η τηλεόραση στη Δύση και τα δόγματά της", εκδ. ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΟΧΗ, Αθήνα 1984, σελ. 181).

Ο Καρλ Μαρξ έγραψε σχετικά με αυτό :

"Σχετικά με τις τέχνες είναι γνωστό ότι ορισμένες περιόδους κατά τις οποίες αυτές άκμασαν, δεν συνδέονται με κανέναν τρόπο με τη γενική ανάπτυξη της κοινωνίας και κατά συνέπεια με την ανάπτυξη της υλικής της βάσης που αντιπροσωπεύει ένα είδος σκελετού της οργάνωσής της" (Βιρίυκον, 1984, σελ. 181).

Σύμφωνα με τον Βιρίυκον, με την έννοια μαζική κουλτούρα εννοούμε την συνειδητή χάραξη στα μυαλά απλοϊκών ανθρώπων χαμηλού επιπέδου στερεοτύπων του πνευματικού και υλικού πολιτισμού σε όλες τους τις μορφές και εκδηλώσεις. Αυτή η διαδικασία είναι αναπόσπαστο κομμάτι της ιδεολογικής χειραγώγησης των μαζών. Το δόγμα της μαζικής κουλτούρας στην αστική κοινωνία κατεβάζει την προσωπικότητα στο επίπεδο του ρομπότ, που δεν αντιλαμβάνεται καν ότι η ζωή του είναι κενή από κάθε δημιουργικό περιεχόμενο και νόημα.

Οι έρευνες που έχουν γίνει σε μια σειρά καπιταλιστικές χώρες έχουν επιβεβαιώσει την άποψη ότι η τηλεόραση είναι "οικογενειακό προϊόν". Από αυτή την άποψη είναι ενδιαφέρουσα η εργασία του Γάλλου κοινωνιολόγου Π.Σαμπάν (Βιρίυκον, "Η τηλεόραση στη Δύση και τα Δόγματά της", εκδ. ΠΥΛΗ, Αθήνα 1984) στη

Γαλλική επιθεώρηση κοινωνιολογίας με τον τίτλο "Η επίδραση των κοινωνικών συνθηκών της πρόσληψης πάνω στο μήνυμα" .

Μελετώντας τα αποτελέσματα μιας έρευνας πάνω στους τηλεθεατές της γαλλικής τηλεόρασης, ο συγγραφέας συμπέρανε ότι η "τηλεορασομανία" μιας οικογένειας εξαρτάται πάνω απ'όλα από το μέγεθος της οικογένειας.

Ο Π. Σαμπάν αναφέρει πως οι έρευνες έδειξαν ότι μόνο το 12 % από αυτούς που ρωτήθηκαν παρακολουθούσαν τηλεόραση μόνοι τους, ενώ το 87 % παρακολουθούσε τηλεόραση οικογενειακά. Η συσκευή της τηλεόρασης είναι ένα μέσο ξεκούρασης που συνοδεύεται με πολλές πλευρές της οικογενειακής ζωής, ιδιαίτερα με την τελετουργία του δείπνου που είναι μια ιδιαίτερη στιγμή στην καθημερινή ζωή της οικογένειας.

Στο βιβλίο του Φρίντριχ Κνίλι, "Η διασκέδαση μιας γερμανικής τηλεοικογένειας" (Birjukon, "Η τηλεόραση στη Δύση και τα δόγματά της", Αθήνα 1984) κατηγορείται η δυτικογερμανική τηλεόραση για την διαβρωτική της επιρροή πάνω στην νεολαία και για την αντιδραστική πολιτική γραμμή των προγραμμάτων της. Ο συγγραφέας κατηγορεί και τα δύο τηλεοπτικά κανάλια γιατί παράγουν φτηνή διασκέδαση και αποπροσανατολίζουν το κοινό τους.

Πότε-πότε η δυτικογερμανική τηλεόραση βάζει προγράμματα που αγγίζουν καυτά κοινωνικά προβλήματα. Όμως κι αυτά τα σπάνια προγράμματα ακολουθούνται από μια πραγματική πλημμύρα εκπομπών χαμηλής ποιοτικής στάθμης που ασκούν φθοροποιό επίδραση στο τηλεοπτικό κοινό. Έτσι πριν μερικά χρόνια το πρώτο κανάλι είχε ένα πρόγραμμα για τη νέα γενιά.

Το έλεγαν: "Αυτά τα θαυμάσια, γεμάτα υγεία χρόνια της παιδικής ηλικίας", και έδινε τη δυνατότητα σε εφήβους να μιλήσουν για οποιοδήποτε θέμα ήθελαν, τι σκεφτόντουσαν για την οικογένεια, για το σχολείο και γενικά για τη ζωή.

Αυτό το τηλεοπτικό πρόγραμμα που ήταν φτιαγμένο κατά το υπόδειγμα της αντισταυρικής ανατροφής, έφερε όμως αναπάντεχα αποτελέσματα. Στη διάρκεια του προγράμματος τα παιδιά του σχολείου γελοιοποιούσαν τους μεγάλους, τραγουδούσαν στιχάκια προσβλητικά για τους δασκάλους τους και τους γονείς τους, πασάλειβαν ο ένας τον άλλον με λάσπη και έκαναν γκριμάτσες. Αλλά το πιο δυσάρεστο πράγμα ήρθε αργότερα, μετά το πρόγραμμα, όταν οι μαθητές αυτοί έφυγαν από το σπίτι τους και αποφάσισαν να ζήσουν μία ανεξάρτητη ζωή. Αυτή ήταν η μεγάλη υπηρεσία που πρόσφερε η τηλεόραση της A.R.D. στους δυτικογερμανούς γονείς στο θέμα της πολιτιστικής εκπαίδευσης των παιδιών τους.

Ο Βiriukov αναφέρει ότι "η μαζική κουλτούρα είναι στενά δεμένη με την διαφήμιση. Τα διαφημιστικά αποσπούν την προσοχή του τηλεοπτικού κοινού από τα πολιτικά νέα και τις ειδήσεις, διακόπτουν προγράμματα, σπάνε την συνέχεια της δράσης στις θεατρικές παραγωγές και έτσι ζημιώνουν την εντύπωση των τηλεθεατών για το υψηλό μήνυμα της τέχνης" (Biriukov, 1984, σελ. 186).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

## Η ΕΦΗΒΙΚΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ

Η εφηβική ηλικία αποτελεί ένα σημαντικό μεταβατικό στάδιο στη ζωή κάθε ανθρώπου, το οποίο παίζει καθοριστικό ρόλο στη σωστή διαμόρφωση της ταυτότητά του.

Πριν αναλύσουμε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της θα δούμε κάποιους ορισμούς.

Ο Drever (Κ. Μάνος, "Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. Γρηγόρη, Αθήνα 1986), χαρακτηρίζει ως εφηβική ηλικία την χρονική περίοδο από την έναρξη της ήβης μέχρι την ενηλικίωση.

Ο Jersild (Κ. Μάνος, "Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. Γρηγόρη, Αθήνα 1986), χρησιμοποιεί τον όρο "εφηβεία" για να χαρακτηρίσει την περίοδο εκείνη κατά την οποία το εξελισσόμενο άτομο πραγματοποιεί την μετάβαση από την παιδική στην ώριμη ηλικία. Χρονολογικά δεν μπορεί να ορισθεί ακριβώς. Αρχίζει πάντως με τα σημεία της ήβης και τελειώνει με τη σεξουαλική ωρίμανση, με το πέρας της αύξησης σε ύψος και με την πνευματική ωρίμανση.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να γίνει ένας διαχωρισμός ανάμεσα στις έννοιες ήβη και εφηβεία. Η ήβη αναφέρεται στις φυσιολογικές σωματικές μεταβολές, οι οποίες εντοπίζονται στο ενδιάμεσο της προεφηβικής και της πρώτης εφηβικής ηλικίας. Έτσι, ενώ ήβη και εφηβεία αρχίζουν μαζί, η εφηβεία συνεχίζεται και μετά τις φυσιολογικές σωματικές αλλαγές της ήβης και διαρκεί συνολικά οκτώ περίπου χρόνια. Ενώ λοιπόν η ήβη είναι βιολογικό φαινόμενο, η εφηβεία καλύπτει και τις βιολογικές, αλλά και τις ψυχολογικές μεταβολές που συμβαίνουν στον έφηβο.

## 1. ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΦΗΒΕΙΑΣ

Η εφηβική ηλικία χαρακτηρίζεται ως η περίοδος της ταχύτερης σωματικής αύξησης και της βαθιάς βιοσωματικής μεταλλαγής, της έντονης συναισθηματικότητας και των ετερόφυλων ενδιαφερόντων, της αφηρημένης σκέψης και του ιδεαλισμού, των προσωπικών αξιών και της κρίσης της ταυτότητας.

Κατά τον Παρασκευόπουλο ("Εξελικτική ψυχολογία", τόμος 4ος) τα χαρακτηριστικά της εφηβείας εστιάζονται στους εξής τομείς: στο βιοσωματικό, στο νοητικό, στο συναισθηματικό και στον κοινωνικό. Επίσης αναφέρονται και σε ορισμένους αναπτυξιακούς στόχους. Αναλυτικά :

Στο βιοσωματικό τομέα, οι αλλαγές είναι απότομες και καθολικές. Στον τομέα αυτόν συμβαίνουν ραγδαίες αλλαγές σε όλες τις παραμέτρους του σώματος : ύψος, βάρος, αναλογίες, περίγραμμα, θέση και λειτουργία οργάνων και οργανικών συστημάτων, με κορυφαία βιοσωματική μεταβολή την ωρίμανση της γεννητήσιας λειτουργίας.

Στο νοητικό τομέα έχουμε την εμφάνιση των αφαιρετικών νοητικών πράξεων, όπου (η σκέψη μπορεί να κινείται στο χώρο όχι μόνο του συγκεκριμένου και του υπαρκτού, αλλά και στο χώρο του πιθανού, των υποθέσεων και των θεωριών) Μπορεί να συλλαμβάνει όχι μόνο ό,τι έχει υπάρξει στην πραγματικότητα, αλλά και ό,τι θα μπορούσε να υπάρξει στο μέλλον. (Έτσι ο έφηβος μπορεί να σκέφτεται για κάθε θέμα εναλλακτικές λύσεις, να προτείνει και να διαμορφώνει ένα προσωπικό σύστημα αξιολόγησης ανθρώπινων καταστάσεων και συμπεριφορών.)

Στον συναισθηματικό τομέα, κύριο χαρακτηριστικό είναι η μεγάλη ένταση και αστάθεια της ψυχι-

κής διάθεσης. Ο G. Stanley Hall, περιγράφει την εφηβεία ως "περίοδο εσωτερικού αναβρασμού και θυμικής αναστάτωσης, ως περίοδο των καταιγίδων και των έντονων εσωτερικών συγκρούσεων" (Ι.Ν. Παρασκευόπουλος "Εξελικτική Ψυχολογία", τόμος 4ος, σελ. 17). Η συναισθηματική ζωή του εφήβου περιγράφεται γεμάτη μεταπτώσεις και ταλαντεύσεις ανάμεσα σε αντιφατικές και συγκρουόμενες διαθέσεις, όπως μεταξύ υπερδιέγερσης και λήθαργου, πάθους και αδιαφορίας, χαράς και λύπης, φιλίας και εχθρότητας κ.τ.ο.)

Στον κοινωνικό τομέα, υπάρχει η τάση για ανεξαρτητοποίηση από τους ενήλικους και για συμμόρφωση προς την ομάδα των συνομηλίκων. Η έντονη αυτή τάση του εφήβου για αυτονομία και αυτοδιαχείριση, συχνά γίνεται αιτία προστριβών και διακοπής της επικοινωνίας μεταξύ γονέων και παιδιού, ιδίως στις αυταρχικές οικογένειες. Παράλληλα η επιθυμία του εφήβου για κοινωνική αποδοχή οδηγεί στη δουλική συμμόρφωση και υποταγή του στην ομάδα των συνομηλίκων. Οι εφηβικές ομάδες αποτελούν ένα είδος κλειστής κοινωνίας, με δικό τους κώδικα επικοινωνίας και με εξειδικευμένες μορφές συμπεριφοράς για τα μέλη τους (εφηβική κουλτούρα). Σημαντική διαφοροποίηση υφίστανται οι διαπροσωπικές σχέσεις του εφήβου, όχι μόνο προς τους ενήλικους, αλλά και προς τους συνομηλίκους, με κορυφαία εκδήλωση την ετερόφυλη σεξουαλική συμπεριφορά.

Σύμφωνα με τον Ι.Ν.Παρασκευόπουλο, οι αναπτυξιακοί στόχοι, τους οποίους πρέπει να επιδιώξει ο έφηβος και να κατακτήσει, είναι οι εξής :

α) Να αποδεχθεί την νέα μορφή που παίρνει τελικά το σώμα του και να χρησιμοποιεί τις νέες σωματικές και ψυχοκινητικές του δυνατότητες αποτελεσματικά. β) Να διαμορφώσει μία ώριμη ετερόφυλη σχέση και να απο-

δεχθεί τον κοινωνικό ρόλο του φύλου του. γ) Να εξασφαλίσει μία βέβαιη προοπτική για οικονομική ανεξαρτησία με την εκλογή επαγγέλματος και τη συστηματική προετοιμασία για την άσκηση του επαγγέλματος αυτού. δ) Να αποκτήσει συναισθηματική αυτονομία από τους γονείς και τους άλλους ενήλικους. ε) Να διαμορφώσει νέες σχέσεις αμοιβαιότητας με τους συνομηλίκους του και των δύο φύλων. στ) Να αποκτήσει τις γνωστικές δεξιότητες και τις έννοιες που είναι αναγκαίες για την ενεργό συμμετοχή του στην κοινωνική και πολιτική ζωή. ζ) Να διαμορφώσει ένα αξιολογητικό σύστημα, μία φιλοσοφία της ζωής. η) Να δώσει ικανοποιητική απάντηση στα ερωτήματα: "Ποιός είμαι;" "Από πού έρχομαι;", "Πού πηγαίνω;", να αποκτήσει δηλαδή αυτό που ο Erikson αποκαλεί ταυτότητα του εγώ.

## 2. ΨΥΧΟΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΕΦΗΒΕΙΑ

Η περίοδος της εφηβείας καλύπτει επτά ως εννέα χρόνια της ζωής του κάθε ανθρώπου. Ως φάση συναισθηματικής εξέλιξης καλύπτει την ηλικία από 12-13 μέχρι 21, σύμφωνα με τον Μ. Λοφέρ ("Εφηβική διαταραχή και ψυχικός κλονισμός", εκδ. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ, Αθήνα 1992).

Σύμφωνα με τον Λοφέρ ("Εφηβική διαταραχή και ψυχικός κλονισμός", εκδ. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ, Αθήνα 1992) από ψυχολογική άποψη αρχίζει τη στιγμή που αρχίζει και η ωρίμανση της σεξουαλικής λειτουργίας, η οποία φυσιολογικά κυμαίνεται μεταξύ των 12 ή 13 χρόνων μέχρι τα 15 ή 16. Μολονότι το τέλος της εφηβείας δεν μπορεί να καθοριστεί με τόση ακρίβεια όσο και η αρχή της, από άποψη συναισθηματικής εξέλιξης θεω-



ρείται ότι τελειώνει όταν η σεξουαλική ταυτότητα του ατόμου έχει εδραιωθεί και όταν το άτομο έχει βρει τους τρόπους που θα το βοηθούν να διεργάζεται το άγχος και τις αγωνίες του. Αυτές οι διεργασίες συνήθως ολοκληρώνονται γύρω στην ηλικία των 20 ή 21 ετών.

Οι ψυχολογικές αντιδράσεις στη σωματική ικανότητα για πατρότητα ή μητρότητα, παίζουν σπουδαίο ρόλο στην εφηβεία, αλλά ο τρόπος με τον οποίο κάθε άτομο αντιδρά στο ψυχολογικό επίπεδο σ' αυτήν την ικανότητα εξαρτάται κατά ένα μεγάλο βαθμό από τα βιώματά του.

Σύμφωνα με τον Λοφέρ ("Εφηβική διαταραχή και ψυχικός κλονισμός", εκδ. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ, Αθήνα 1992), η περίοδος της εφηβείας είναι συνήθως μία περίοδος μοναξιάς. Ο έφηβος συχνά αισθάνεται ότι απέτυχε, επειδή πιστεύει ότι δεν μπόρεσε να φτάσει τα ιδανικά του. Συχνά θεωρεί τις επιτυχίες του προσωρινές. Νιώθει ενοχή και αγωνία, γιατί πιστεύει ότι οι σκέψεις του δεν είναι φυσιολογικές ή γιατί εναντιώθηκε σε ότι θεωρεί σωστό ή γιατί ακόμα θέλει να μείνει παιδί.

Ορισμένοι έφηβοι αισθάνονται όχι μόνο μοναξιά, αλλά και σύγχυση και απομόνωση, δίχως να ξέρουν αν πρέπει να ανησυχούν για τη συμπεριφορά και τις σκέψεις τους. Το στρες όταν εμφανίζεται στον έφηβο δεν πρέπει να θεωρηθεί ένδειξη ότι κάτι δεν πάει καλά.

Υπάρχουν πολλοί λόγοι γι' αυτό όπως ο Λοφέρ αναφέρει: "Η σεξουαλικότητα που αναβλύζει απ' το σώμα του μπορεί παροδικά να τον κάνει να νιώσει κάποια ενοχή ή ντροπή. Η ντροπαλότητα που δείχνει προς το αντίθετο φύλο μπορεί να τον κάνει να νιώσει αδύναμος ή παιδί. Η απροθυμία ή ο δισταγμός να παίρνει μέρος σε δραστηριότητες μπορεί να του προξενήσουν αισθή-

ματα φόβου ή ανεπάρκειας. Η έλλειψη φίλων μπορεί να τον κάνει να νιώσει ότι δεν είναι αγαπητός σε σχέση με άλλους συνομήλικούς του" (Μ. Λοφέρ "Εφηβική διαταραχή και ψυχικός κλονισμός", εκδ. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ, Αθήνα 1992, σελ. 29).

### 3. ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟΝ ΨΥΧΙΣΜΟ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΕΦΗΒΕΙΑΣ

Οι αλλαγές στη συμπεριφορά κατά τη διάρκεια της εφηβείας είναι τόσο πολλές, που συχνά είναι δύσκολο να αποφανθεί κανείς ποιες οφείλονται σε παροδικό στρες και ποιες είναι ενδείξεις ύπαρξης ή προδιάθεσης ψυχικής διαταραχής. Για να μπορέσουμε να καταλάβουμε καλύτερα τη σημασία που έχει το στρες στην εφηβεία, πρέπει να εξετάσουμε πιο προσεκτικά τους τομείς του ψυχισμού του εφήβου, που πρέπει να αλλάξουν.

Οι τομείς που σύμφωνα με τον Λοφέρ πρέπει να αλλάξουν είναι οι εξής :

#### α) Η σχέση με τους γονείς :

Ο έφηβος πρέπει να προχωρήσει απ' την εξάρτηση που έχει από τους γονείς, στην συναισθηματική ανεξαρτησία. Πρέπει να υπάρχουν ενδείξεις ότι ο έφηβος μπορεί να αισθάνεται πως οι σκέψεις του και τα συναισθήματά του είναι δικά του και να μην εξαρτάται απαραίτητα από το πώς μπορεί να αντιδράσουν οι γονείς του. Ενεργή βοήθεια δίνεται και πρέπει να δίνεται από τους γονείς.

#### β) Η σχέση με συνομήλικους :

Ο έφηβος πρέπει να είναι σε θέση να διαλέγει για φίλους άλλους συνομήλικους του που οι απαιτήσεις και οι προσδοκίες από τον εαυτό τους δεν είναι

πια παιδικές, αλλά τέτοιες που να προωθούν την προσπάθεια και την επιθυμία του να γίνει ενήλικος.

γ) Η στάση προς το σώμα του :

Ο έφηβος πρέπει να πάψει πια να βλέπει τον εαυτό του σαν παιδί που χρειάζεται την φροντίδα των γονέων του, αλλά σαν άτομο που αισθάνεται ότι το σώμα του που ωριμάζει σεξουαλικά του ανήκει και ότι μόνο ο ίδιος είναι υπεύθυνος γι' αυτό.

Ο Λόφερ ("Εφηβική διαταραχή και ψυχικός κλονισμός", εκδ. ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ, Αθήνα 1992) κάνει μια προσπάθεια κατάταξης της εφηβικής εξέλιξης σε στάδια χρονολογικά. Οι προτεραιότητες και οι ενασχολήσεις που απασχολούν τον έφηβο εμπίπτουν σε τρεις περιόδους κατά τη γνώμη του :

-α) Από τα 12 ή 13 χρόνια μέχρι τα 15

Οι βασικές αγωνίες του εφήβου σε αυτό το στάδιο σχετίζονται με την προσαρμογή του στις οργανικές αλλαγές του σώματος. Έχουν ακόμα σχέση με τη μάχη ενάντια στα σημάδια απώλειας του αυτοελέγχου, που σχετίζονται με την πρωτόγνωρη φυσική δύναμη και τη σεξουαλική αφύπνιση. Οι αγωνίες αυτές έχουν επίσης σχέση με τη μάχη ενάντια στη μοναξιά, την απομόνωση και την επιθυμία να παραμείνει παιδί και να τον φροντίζουν οι γονείς του.

β) Από τα 15 χρόνια μέχρι τα 17 - 18

Οι βασικές αγωνίες του εφήβου σε αυτό το στάδιο περιστρέφονται γύρω από τις προσπάθειές του να ανεξαρτητοποιηθεί συναισθηματικά από τους γονείς του. Αρχίζει να αισθάνεται ότι σκέψεις, επιθυμίες και πράξεις δεν καθορίζονται πια από τις προσδοκίες των γονέων. Οι συνομήλικοι παίζουν τώρα σπουδαιότερο ρόλο όταν αποφασίζει τι είναι σωστό γι' αυτόν ή όχι. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου ο έφηβος

ασχολείται πολύ με τις οργανικές αλλαγές που συμβαίνουν στο σώμα του.

γ) Από τα 18 μέχρι τα 21

Σε αυτήν την περίοδο ο έφηβος βλέπει τον εαυτό του σαν "άντρα" ή "γυναίκα". Οι κοινωνικές και σεξουαλικές σχέσεις γίνονται πιο σταθερές. Η σεξουαλική σχέση είναι ψυχολογικά πιο κατάλληλη όταν συμβαίνει σ'αυτήν την περίοδο, γιατί τώρα ο έφηβος μπορεί να δεχτεί και να αντιμετωπίσει πιο εύκολα την σεξουαλική σχέση. Αυτά τα χρόνια ο έφηβος μπορεί να τα βιώνει σαν μία περίοδο κρίσης της ζωής του, γιατί οι σκέψεις του και τα συναισθήματά του είναι λιγότερο ρευστά και γιατί είναι πιο οριοθετημένα η εικόνα του ως ατόμου που οι πράξεις και η συμπεριφορά του είναι πιο αναμενόμενες.

Αξίζει τέλος να αναφερθούμε στο 6ο ψυχοκινητικό στάδιο του Erikson που αφορά την εφηβεία και όπου έχουμε την απόκτηση ταυτότητας ή την σύγχυση ρόλων :

"Η περίοδος αυτή καλύπτει την εφηβεία (από το 12ο ως το 20ο έτος). Στη φάση αυτή το άτομο έχει αποκτήσει την αφηρημένη συλλογιστική και μπορεί να διαμορφώνει θεωρίες και φιλοσοφικά συστήματα που συνενώνουν σε ένα αρμονικό σύνολο αντιθετικές πτυχές της κοινωνικής συμβίωσης και να συνθέτουν ένα πρότυπο ιδεώδους κοινωνίας. Αν ο έφηβος κατορθώσει να συνενώσει, σε ένα ενιαίο όλο, όλες τις προηγούμενες εμπειρίες του και να δώσει την προοπτική της συνέχειας από το παρελθόν στην προετοιμασία για το μέλλον, θα αποκτήσει μια ικανοποιητική ταυτότητα, μια σαφή εικόνα του ποιός είναι, από πού προήλθε και πού κατευθύνεται. Αν όμως ο έφηβος, είτε λόγω κακών συγκυριών είτε λόγω δυσχερών κοινωνικών συνθηκών, δεν

κατορθώσει να διαμορφώσει μια σαφή εικόνα του. Εγώ, καταλαμβάνεται από σύγχυση ρόλων και κρίση ταυτότητας, γιατί έτσι δεν γνωρίζει ποιος είναι, από που προήλθε και που κατευθύνεται" (Ι.Ν. Παρασκευόπουλος, "Εξελικτική Ψυχολογία", τόμος 1ος, σελ. 56).

#### 4. Η ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ

Η εφηβεία είναι στενά συνδεδεμένη με την ιδέα μιας αυτόνομης έκφρασης σε όλους τους τομείς της ζωής. Αυτή η αυτόνομη έκφραση που διακρίνει τους νέους από τις άλλες κατηγορίες του πληθυσμού προσδιορίζεται από την έννοια της κουλτούρας της νεολαίας.

Η Βελγίδα κοινωνιολόγος Ροζελίν Νταρτεβέλ (Αλεξάνδρα Κορωναίου, "Νέοι και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας", εκδ. ΟΔΥΣΣΕΑΣ, Αθήνα 1992) σε μια έρευνα για τον ελεύθερο χρόνο των νέων επιβεβαιώνει την θέση που κατέχει ο Erikson στις διάφορες θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί για τη νεότητα. Πράγματι αυτός πρώτος επιχείρησε να προσδιορίσει τη θέση της εφηβείας στην κοινωνία, θέση με την οποία συμφωνούν σήμερα ψυχολόγοι και κοινωνιολόγοι. Έτσι η θεωρία του για την αναζήτηση της ταυτότητας από τους νέους συναντιέται σε διάφορες ψυχοκοινωνιολογικές προσεγγίσεις. Μια από τις σημαντικότερες συνέπειες αυτής της αναζήτησης είναι και η συνεύρεση των νέων μεταξύ τους. Παρατηρώντας αυτό το γεγονός, πολλοί διαπιστώνουν την ύπαρξη μιας διαφορετικής αυτόνομης κουλτούρας. Μολονότι η άποψη για μια αυτόνομη κουλτούρα της νεολαίας δυσκολεύεται σήμερα να είναι σαφής, καθώς αμφιταλαντεύεται ανάμεσα στην άποψη

του εξαρτημένου παιδιού και του αυτόνομου ενήλικου, ορισμένοι κοινωνιολόγοι ταυτίζουν την κοινωνική κατηγορία νέοι με μια πραγματική κοινωνική τάξη. Αυτή η κοινωνική τάξη διαμορφώνεται με βάση τη συνείδηση μιας ιδιαίτερης κοινωνικής θέσης που δημιουργεί αναπαραστάσεις, στάσεις και συμπεριφορές σχετικά ομοιογενείς. Η άποψη αυτή θεμελιώθηκε στην παρατήρηση της συμπεριφοράς των εφήβων, ιδιαίτερα στη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου και ευνόησε τη διάδοση της θεωρίας για μία κουλτούρα ιδιαίτερη στους νέους που δημιουργεί μια πολιτισμική απόσταση ανάμεσα σ' αυτούς και στους ενήλικους.

Πολλοί είναι οι επιστήμονες που υποστηρίζουν την παραπάνω θέση της Νταρτεβέλ όπως ο φιλόσοφος και κοινωνιολόγος Εντγκαρ Μορέν (Αλεξάνδρα Κορωναίου, "Νέοι και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας", εκδ. ΟΔΥΣΣΕΑΣ, Αθήνα 1992) ο οποίος την ανέπτυξε τονίζοντας τις σχέσεις ανάμεσα στην νεολαία και τη μαζική κουλτούρα. Η δεύτερη επιδρά σημαντικά στη διαμόρφωση της πρώτης μέσα από την πλατιά διάδοση των ειδώλων και των στερεότυπων που ανήκουν στον κόσμο του θεάματος.

Την ίδια θέση υιοθετούν και άλλοι επιστήμονες όπως ο Αλαίν Τουραίν (Αλεξάνδρα Κορωναίου, "Νέοι και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας", εκδ. ΟΔΥΣΣΕΑΣ, Αθήνα 1992) που υποστηρίζει ότι οι νέοι επιδίδονται αναμφισβήτητα περισσότερο από τους ενήλικες στις μαζικές δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου.

Άλλοι όμως όπως ο Εντουαρντ Σιλς (Αλεξάνδρα Κορωναίου, "Νέοι και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας", εκδ. ΟΔΥΣΣΕΑΣ, Αθήνα 1992) πιστεύουν το αντίθετο ότι δηλαδή η κουλτούρα της νεολαίας είναι εκείνη που μέσα από την συμμετοχή σε κοινούς κανόνες τείνει να εκλείψει τις ταξικές διακρίσεις και να προσ-

δώσει μια ιδιαίτερη σημασία στη μαζική κουλτούρα δανείζοντας της ορισμένες από τις αξίες της.

Η παιδική, προεφηβική και εφηβική ηλικία μολονότι αποτελούν κρίσιμα στάδια διαμόρφωσης και ανάπτυξης του ατόμου, σημαδεύονται αποφασιστικά από την επίδραση του ιδιαίτερου κοινωνικού χώρου μέσα στον οποίο ζουν οι νέοι και ο καθένας ξεχωριστά.

Η κοινωνιολόγος Ανίκ Περσερόν (Αλεξάνδρα Κορωναίου, "Νέοι και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας", εκδ. ΟΔΥΣΣΕΑΣ, Αθήνα 1992) αποδεικνύει αυτή την άποψη σε μία έρευνα για την πολιτική κοινωνικοποίηση των νέων ηλικίας 12-16 ετών. Σύμφωνα με αυτήν, οι πολιτικές προτιμήσεις και αναπαραστάσεις των νέων δεν είναι ομοιόμορφες αλλά εξαρτώνται από κοινωνικούς και ιδεολογικούς παράγοντες. Η κοινωνική τάξη, ή ευρύτερα το πεδίο κοινωνικοποίησης των νέων, καθώς και η ταξική κουλτούρα, οι οικονομικές και πολιτιστικές αναγκαιότητες και η κληρονομημένη παράδοση, ασκούν σημαντική επίδραση και διαμορφώνουν τις αναπαραστάσεις των νέων για το πολιτικό γίγνεσθαι.

Σύμφωνα με την Κορωναίου η έννοια της κουλτούρας της νεολαίας είναι αρκετά περιοριστική και αδυνατεί να αποδώσει τη βιωμένη πραγματικότητα των νέων σε όλους τους τομείς της σύγχρονης κοινωνικής ζωής. Είναι μια έννοια που δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, επειδή οι νέοι δεν υιοθετούν ομοιόμορφες συμπεριφορές. Αυτό το γεγονός οδηγεί στο συμπέρασμα ότι υπάρχουν πολλές υποκουλτούρες στο εσωτερικό της νεολαίας.

## 5. ΕΦΗΒΟΙ ΚΑΙ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Η νεότητα προσδιορίζεται ως μια χρονική

περίοδος ανάμεσα στην παιδική και στην ώριμη ηλικία. Αυτή η περίοδος είναι εξαιρετικά σημαντική για την κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη μιας κοινωνίας.

Σύμφωνα με τον Ερικόσον : "η νεότητα, μολονότι για ορισμένους δεν είναι παρά μια έρημη χώρα ανάμεσα στην παιδική ηλικία και στην ενήλικη περίοδο, αποτελεί ένα στάδιο κατά το οποίο διαμορφώνεται μια θετική ατομική ταυτότητα. Αυτή η σχετικά προσδιορισμένη περίοδος της ζωής ονομάζεται εφηβεία" (Αλεξάνδρα Κορωναίου, "Νέοι και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας", εκδ. ΟΔΥΣΣΕΑΣ, Αθήνα 1992, σελ. 43).

Ο Ερικόσον (Αλεξάνδρα Κορωναίου, "Νέοι και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας", εκδ. ΟΔΥΣΣΕΑΣ, Αθήνα 1992) αντιλαμβάνεται τη νεότητα όχι μόνο ως περίοδο του κύκλου της ζωής, αλλά και ως αποφασιστική δύναμη για την αλλαγή της κοινωνίας. Αυτή είναι που δίνει νόημα στο παρελθόν.

Αποτελεί την ενεργητική δύναμη της ταυτότητας που ο ίδιος ο συγγραφέας τη θεωρεί γενικότερα μια συνέχεια ανάμεσα στο παρελθόν και στο μέλλον. Η ουσία της ταυτότητας δεν εντοπίζεται επομένως σε κάποια δοσμένα και σταθερά χαρακτηριστικά και ρόλους, αλλά στη σύγκρουση ανάμεσα στο παρελθόν που πεθαίνει και στο εν δυνάμει μέλλον που οφείλουμε να προβλέψουμε.

Στην σύγχρονη εποχή, η έννοια της κρίσης στενά συνδεδεμένη με την αναζήτηση ταυτότητας στη διάρκεια της εφηβείας, υπερβαίνει αυτήν την περίοδο της ζωής για να επεκταθεί και σε άλλες ηλικίες καθώς και σε ολόκληρη την κοινωνία. Ωστόσο η νεότητα και ιδιαίτερα η εφηβεία εκδηλώνουν με πιο οξύ τρόπο την πολύπλευρη διάσταση αυτής της διαδικασίας.



Η εφηβεία εξαιτίας των πολιτιστικών, κοινωνικών και ψυχοβιολογικών συνθηκών που τη χαρακτηρίζουν βρίσκεται στο επίκεντρο των ατομικών και κοινωνικών αλλαγών, αποδεικνύοντας ότι η αναζήτηση ταυτότητας είναι, όπως αναφέρει ο Erikson "μια διαδικασία που αφορά το άτομο, αλλά και την κουλτούρα της κοινότητας στην οποία το άτομο ανήκει" (Κορωναίου, 1992, σελ. 43).

Σύμφωνα πάλι με τον Erikson "η διαμόρφωση της ταυτότητας αφορά στην πραγματικότητα δύο ταυτότητες: την προσωπική και την πολιτιστική-εθνική ταυτότητα που είναι στενά αλληλένδετες" (Κορωναίου, 1992, σελ. 44).

Τα ερωτήματα, σύμφωνα με την Κορωναίου, τα οποία αξίζει να παρατεθούν είναι τα παρακάτω :

- α) Τι προσφέρει η κοινωνία στους νέους μέσω των Μ.Μ.Ε. και τι επιλέγουν οι ίδιοι οι νέοι σε μια στιγμή της ζωής τους κατά την οποία οι διαδικασίες ταυτοποίησης με πολλά και ποικίλα πρότυπα και ιδεώδη βρίσκονται σε εξέλιξη ;
- β) Πως το πρόβλημα της εθνικής και πολιτιστικής ταυτότητας, που τόσο απασχολεί την κοινωνία μας, οδηγώντας συχνά σε μια δραματική σύγκρουση ανάμεσα στο εθνικό και το ξένο, το μοντέρνο και το παραδοσιακό, εκφράζεται στις πολιτιστικές πρακτικές της σύγχρονης νεολαίας ;
- γ) Τα προαναφερθέντα διχοτομικά σχήματα έχουν πραγματική υπόσταση ή μήπως αντιπροσωπεύουν ταξινομήσεις που εντάσσουν τους νέους σε κατασκευασμένες κατηγορίες, μέσα από μια αφηρημένη και απόλυτη αντίληψη, τόσο για την έννοια της νεότητας όσο και για εκείνη της ταυτότητας ;

Τα ερωτήματα αυτά είναι δύσκολο πολύ να απαντηθούν σήμερα ικανοποιητικά διότι, αν είναι αναμφισβήτητο ότι η παιδική και νεανική ηλικία παίζουν έναν αποφασιστικό ρόλο στη δόμηση μιας κοινωνίας, άλλο τόσο είναι επίσης φανερό ότι η πολυπλοκότητα και η γρήγορη εξέλιξη των σύγ-χρονων κοινωνιών δεν επιτρέπουν στους ενή-λικους να προσφέρουν στους νέους μια απλή και συνεκτική εικόνα για τον κόσμο.

## 6. ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ

Η εφηβική ηλικία είναι μία εύθραστη ηλικία και οι έφηβοι χρειάζονται κάποια πράγματα που θα τους βοηθήσουν να έχουν μια ομαλή διεξαγωγή. Επομένως έχουν αρκετές ανάγκες που ζητούν κάλυψη.

Σ' αυτό το κεφάλαιο θα αναφερθούμε στις πιο βασικές από τις ανάγκες των εφήβων, χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και άλλες επιμέρους.

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο ακόμα παρουσιάζονται οι ανάγκες που δεν επηρεάζονται από την τηλεόραση (τουλάχιστον όχι άμεσα).

Στο επόμενο κεφάλαιο που θα ακολουθήσει αναλύονται οι ανάγκες εκείνες που επηρεάζονται περισσότερο και πιο άμεσα από την τηλεόραση.

Υπάρχει δηλαδή ένας πιο άμεσος συσχετισμός αυτών των αναγκών με την τηλεόραση, αφού οι έφηβοι οικειοθελώς ή όχι στρέφονται προς αυτήν για να τις καλύψουν.

### α. Ανάγκη για κατανόηση

Οι έφηβοι πάντοτε έχουν την ανάγκη να τους κατανοούν. Πιστεύουν ότι όλοι τους μεταχειρί-

ζονται σαν παιδιά και ότι δεν καταλαβαίνουν τους προβληματισμούς τους, ούτε δίνουν σημασία στη γνώμη τους.

Ο έφηβος έχει τις ίδιες πιθανότητες που έχει ένα παιδί να αισθανθεί μειωμένος. Είναι απαραίτητο να βρεθούν τρόποι που θα δίνουν το μήνυμα ότι οι έφηβοι τυγχάνουν σεβασμού. Γιατί οι έφηβοι που νιώθουν κατώτεροι ή μειωμένοι έχουν μεγάλες πιθανότητες να αποθαρρυνθούν και να εμφανίσουν αρνητική συμπεριφορά.

#### 6β. Ανάγκη για ανεξαρτησία - χειραφέτηση

Υπάρχει μια αντίφαση στο θέμα της χειραφέτησης των εφήβων σύμφωνα με τον Μάνο ("Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986), όπου οι γονείς προωθούν τους εφήβους να αναλαμβάνουν σιγά-σιγά και προοδευτικά ορισμένες πρωτοβουλίες και υπευθυνότητες, αλλά λόγω του ότι οι έφηβοι δεν εργάζονται ακόμη, δημιουργείται η υποχρέωση να είναι εξαρτημένοι από τους γονείς τους. Πρόκειται για μια αντίφαση που συχνά αποτελεί πηγή ανησυχίας και αντιδράσεων για τους εφήβους.

Συχνά στον έφηβο παρατηρούνται αβεβαιότητα και σύγχυση γύρω από το θέμα της επιδίωξης της χειραφέτησης. Από τη μια επιθυμεί να είναι ανεξάρτητος, από την άλλη όμως θέλει να είναι ασφαλής και να μην αναλαμβάνει ευθύνες που έρχονται σαν συνέπεια της ανεξαρτησίας που του δίνεται.

Υπάρχουν όμως και δυσκολίες στην χειραφέτηση και από την πλευρά των γονέων, όπου όπως ο Μάνος αναφέρει "οι αυταρχικοί γονείς συνηθίζουν τα παιδιά τους σε πλήρη εξάρτηση από αυτούς, έτσι ο έφηβος δυσκολεύεται να προσαρμοστεί στην ευρύτερη κοινωνία. Επίσης υπάρχουν και οι περιπτώσεις γονέων που

υπόσχονται ανεξαρτησία αλλά δεν τη δίνουν" (Κ. Μάνος "Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986, σελ. 200).

Η χειραφέτηση βέβαια εξαρτάται και από το γενικό κλίμα στο οποίο ζει ο έφηβος, τη συντροφιά που έχει, τη κοινωνική ηθική, κλπ.

Κατά τον Hogroks "ούτε η πρώιμη χειραφέτηση, ούτε η μεγάλη καθυστέρηση εξυπηρετούν. Η προσπάθεια χειραφέτησης πρέπει να είναι σταδιακή για να είναι σταθερή και ανώδυνη. Μπορεί να αρχίσει από την παιδική ηλικία και να ολοκληρωθεί προς το τέλος της εφηβείας" (Κ. Μάνος "Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986, σελ. 201).

Πολλές φορές υπάρχει στον έφηβο και η τάση φυγής από το σπίτι, όπου όπως εξηγεί ο Χάντφελντ "η αιτία δεν είναι οπωσδήποτε ότι έχει κάτι εναντίον του σπιτιού του, αλλά ότι νιώθει τη φυσική παρόρμηση να είναι ανεξάρτητος" (Τζαίμς Άρθουρ Χάντφελντ, "Παιδικότητα και Εφηβεία", εκδ. ΘΥΜΑΡΙ, Αθήνα 1979, σελ. 242).

#### 8γ. Ανάγκη για επιβεβαίωση του εαυτού

Σχεδόν σε όλο το χρόνο της εφηβείας απασχολούν τον έφηβο τα ερωτήματα "ποιος είμαι", "από που έρχομαι", "που πάω". Ο έφηβος δεν είναι πολλές φορές σίγουρος σχετικά με το τι θέλει αλλά ξέρει τι δεν θέλει.

Το εφηβικό σώμα σύμφωνα με τον Μάνο ("Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986), γίνεται σύμβολο του ΕΓΩ. Αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι οι έφηβοι τείνουν να αξιολογούν τον εαυτό τους με βάση το σώμα τους.

Ο έφηβος απαιτεί να γνωρίσει τον εσωτερικό του κόσμο. Θέλει να αποκτήσει το "γνώθι σαυτόν".

Ψάχνει για απαντήσεις σε ερωτήματα τύπου "τι θέλω να κάνω στη ζωή;" που θα τον βοηθήσουν να διαμορφώσει την ιδεολογία του και να αποφασίσει για ένα σχέδιο ζωής.

Καλείται να διαμορφώσει μια ενιαία και σταθερή εσωτερική εικόνα για τον εαυτό του ως πρόσωπο. Η αποτυχία να διαμορφώσει μια σαφή εικόνα του ΕΓΩ οδηγεί σε αυτό που ο Erikson ονομάζει σύγχυση ρόλων και κρίση ταυτότητας.

#### βδ. Ανάγκη για μόρφωση και εκπαίδευση

Η εκπαίδευση του εφήβου είναι απαραίτητο να στηριχθεί πάνω στα ανθρωπολογικά, κοινωνιολογικά, ψυχολογικά, πολιτιστικά και ιστορικά δεδομένα.

Η νοητική μόρφωση βοηθάει τον έφηβο στην ανάπτυξη της κριτικής σκέψης ενώ η αισθητική στο να του προσφέρει μια στάση κατά των διεστραβλωμένων αξιών.

Το σχολείο πρέπει να ικανοποιεί τις ανάγκες του εφήβου, να τον εξοπλίζει με προσόντα που θα τον βοηθήσουν να προσαρμοστεί κοινωνικά.

#### βε. Ανάγκη για επαγγελματικό προσανατολισμό

Στην εφηβική ηλικία είναι έντονο το πρόβλημα της εκλογής επαγγέλματος. Αποτελεί πηγή για μεγάλες αγωνίες και πιέσεις. Εκτός από το πρόβλημα της επιλογής υπάρχει και το πρόβλημα της προεκπαίδευσης.

Δυσκολίες για την σωστή επιλογή επαγγέλματος οφείλονται σε πολιτιστικές, κοινωνικές, οικονομικές συνθήκες.

Σύμφωνα με τον Μάνο ("Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986), οι γονείς και το σχολείο είναι οι φορείς που θα πρέπει να καθοδηγήσουν από νωρίς και σωστά τον έφηβο να αναγνωρίσει τις ιδιαι-

τερότητές του, τις προτιμήσεις και κλίσεις του, ώστε να επιλέξει το επάγγελμα που του ταιριάζει.

#### 6στ. Ανάγκη για σχέσεις

Ο έφηβος, σύμφωνα με τον Μάνο ("Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986), πρέπει να διευρύνει τις σχέσεις του προς το άλλο φύλο και προς τους συνομηλικούς του γενικά. Έχει ανάγκη να ενταχθεί στις νεανικές ομάδες φιλίας που τόση σημασία έχουν γι' αυτόν.

Ο περιορισμένος κοινωνικός κύκλος της παιδικής ηλικίας και της προεφηβείας θα διευρυνθεί. Ο έφηβος θέλει να βγαίνει περισσότερο χρόνο έξω από το σπίτι, συμμετέχοντας στις ομάδες φιλίας.

Ο Μάνος αναφέρει πως: "είναι τόσο μεγάλη η επιθυμία του να ανήκει σε κάποια ομάδα, ώστε πολλές φορές παρουσιάζεται διαφορετικός από ότι είναι για να ταιριάζει με τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας και να γίνει δεκτός σε αυτή ή δεν λογαριάζει τις τυχόν ποινές που θα του επιβληθούν από την οικογένεια ή το σχολείο, προκειμένου να πετύχει το σκοπό του" (Κ. Μάνος, "Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986, σελ. 211).

Όπως είναι γνωστό, κατά τη διάρκεια της εφηβικής ηλικίας αρχίζει και το ζωνρό ενδιαφέρον για το άλλο φύλο, ιδιαίτερα στους μεγάλους εφήβους, όπου αιτία είναι το ερωτικό αίσθημα. ✓

### 7. ✓ **ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΠΟΣΟ Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΕΤΑΙ ΣΕ ΑΥΤΕΣ**

#### 7α. Ανάγκη για πρότυπα

Η συναισθηματική συμπεριφορά των εφήβων επηρεάζεται πάρα πολύ από διάφορους κοινωνικούς παρά-

γοντες. Ο Μάνος αναφέρει ότι "το σύστημα αξιών που επικρατεί στην κοινωνία που ζουν οι έφηβοι καθορίζει τόσο τον τρόπο, όσο και το περιεχόμενο της συναισθηματικής συμπεριφοράς των εφήβων" (Κ. Μάνος, "Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986, σελ. 185).

Σύμφωνα με τον Ερίκσον (Κ. Μάνος, 1986), το άτομο για να ολοκληρωθεί κοινωνικά πρέπει να πιστέψει στον εαυτό του και να αξιοποιήσει τις δυνατότητες που έχει και επιπλέον οφείλει να συνεργαστεί με τους άλλους συνανθρώπους του. Αφού λοιπόν το άτομο γεννιέται μέσα σε μια κοινωνία που έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, θα αναπτύξει κοινωνική συμπεριφορά που θα αντικατοπτρίζει τα πρότυπα κοινωνικής συμπεριφοράς στην οποία ανήκει. Αν μεν τα πρότυπα κοινωνικής συμπεριφοράς είναι αξια λόγου, τότε η κοινωνική ανάπτυξη του εφήβου θα είναι κανονική. Αν όμως αυτό δεν συμβαίνει, τότε είναι δυνατό να υπάρξουν αρνητικές συνέπειες στην κοινωνική του ανάπτυξη.

Το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον εστιάζεται στα μορφωτικά μέσα και μέσα επικοινωνίας (τον τύπο, το ραδιόφωνο, την τηλεόραση, το θέατρο, τον κινηματογράφο κλπ.), τις διαφημίσεις, τα καλλιτεχνικά ρεύματα της εποχής, τις αντιλήψεις για τη θρησκεία, την ηθική, την παιδεία, την παράδοση, τις αντιλήψεις για τους διάφορους θέσμους, όπως του γάμου, της οικογένειας κλπ. Σ' αυτό το περιβάλλον αναζητούνται συνήθως τα πρότυπα.

Ο Μάνος αναφέρει ότι "είδωλα της νεολαίας δεν είναι οι ολοκληρωμένες προσωπικότητες ή αυτοί που τιμήθηκαν με Νόμπελ, αλλά οι άσσοι του ποδοσφαίρου, οι τραγουδιστές με τις κραυγές της ζούγκλας, οι Σταρ της τηλεόρασης και του κινηματογράφου" (Κ. Μάνος, "Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986, σελ. 193).

Σύμφωνα πάλι με αυτόν, ο έφηβος ζητεί πρότυπα για να μιμηθεί και σήμερα συμβαίνει ή να μην υπάρχουν πρότυπα στο στενό του περιβάλλον ή οι διακεκριμένες προσωπικότητες των γραμμάτων και των τεχνών να μη συγκινούν τις μάζες.

Αναφερόμενοι στα πρότυπα δεν εννοούμε μόνο εκείνα που προέρχονται από τον χώρο της τηλεόρασης αλλά και των άλλων μέσων μαζικής επικοινωνίας. Η διαφορά είναι ότι η τηλεόραση είναι το μέσο εκείνο που είναι πιο κοντά στους εφήβους όλες τις ώρες της ημέρας.

Κυρίως στην εποχή μας, σύμφωνα με τον Ζώτο ("Διαφήμιση", εκδ. UNIVERSITY STUDIO PRESS, Θεσσαλονίκη), τα πρότυπα που έχουν οι νέοι αντλούνται από το χώρο της διαφήμισης και είναι επομένως καταναλωτικά.

#### 7β. Ανάγκη για επικοινωνία με τα μέλη της οικογένειας

Παρά την τάση για ανεξαρτησία που παρατηρείται στους έφηβους, αυτοί εξακολουθούν να επιζητούν αγάπη, στοργή και εκτίμηση από το περιβάλλον τους.

Ο Μάνος αναφέρει σχετικά ότι "πιο πολύ από κάθε άλλη φορά στη ζωή τους οι έφηβοι έχουν ανάγκη για κατανόηση που θα τους δείξουν οι γύρω τους" (Κ. Μάνος, "Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986, σελ. 153).

Παράλληλα λοιπόν με την τάση για ανεξαρτησία, οι έφηβοι εξακολουθούν να είναι προσκολλημένοι στο περιβάλλον τους για να ικανοποιήσουν άλλες ισχυρές ανάγκες, π.χ. οικονομικές, υλικές, συναισθηματικές.

Παρόλο που η τηλεόραση συγκεντρώνει όλη την οικογένεια σε ένα δωμάτιο, εντούτοις οι οικογενειακές συνήθειες που την έδεναν δεν υπάρχουν πια.



Σύμφωνα με τη Μ. Γουίν, ("Τηλεόραση-ένας ξένος στο σπίτι", έκδ. ΑΚΡΙΤΑΣ, Αθήνα 1986), η τηλεόραση έπαιξε σημαντικό ρόλο στην αποδυνάμωση της οικογένειας. Αντικατέστησε τις οικογενειακές συνθήκες που βοηθούσαν στην κοινωνικοποίηση του παιδιού. Απόμεινε μόνο η αγάπη που εκφράζεται πια με την παροχή υλικών αγαθών.

Ο Γ. Κάρτερ αναφέρει ότι: "Τα μέλη της οικογένειας δεν συζητούν πια μεταξύ τους τα κοινά ενδιαφέροντά τους, δεν ανταλλάσσουν πια τις απόψεις τους, δεν έχουν πια το χρόνο να εμπιστευθεί ο ένας στον άλλον τα προβλήματά του. Τώρα υπάρχει μέσα στο σπίτι το τηλεθέαμα, που απομονώνει τα άτομα, τα κλείνει στον εαυτό τους και σπάει κάθε επικοινωνία ανάμεσά τους" (Γ. Κάρτερ, "Κείμενα επικοινωνίας", έκδ. ΔΙΦΡΟΣ, Αθήνα 1981, σελ. 61).

Σύμφωνα με τη Γουίν, οι ίδιοι οι γονείς χρησιμοποιούν την τηλεόραση σαν μέσο ανατροφής των παιδιών τους και κάποια στιγμή ανακαλύπτουν ότι έχει ξεφύγει από τον έλεγχό τους. Και αυτό συμβαίνει επειδή η μητέρα ή εργάζεται ή θέλει να μαγειρέψει και ο πατέρας δεν προλαβαίνει να ασχοληθεί με τα παιδιά. Και το παιδί αυτομάτως πηγαίνει στην τηλεόραση.

Βλέπουμε ότι ανάμεσα σε όλους πλήττονται και οι έφηβοι από το γεγονός ότι η τηλεόραση αντικαθιστά την επικοινωνία των μελών της οικογένειας μιας και ο διάλογος και γενικά η συνδυαστική περιορίζεται όταν ανοίγει η τηλεόραση. Και όπως έχουμε δει οι έφηβοι χρειάζονται περισσότερο τώρα επικοινωνία με την οικογένεια γιατί περνούν την πιο δύσκολη φάση της ζωής τους που τους κάνει να χρειάζονται τους γύρω τους και να τους νιώθουν κοντά τους.

### 7γ. Η ανάγκη των εφήβων για πληροφόρηση-ενημέρωση

Η πληροφόρηση είναι αναγκαία στον έφηβο για να γνωρίσει το περιβάλλον του, να προσαρμοστεί σ' αυτό και να το μεταβάλει προς μια επιθυμητή κατεύθυνση. Επειδή ο άνθρωπος σήμερα παίρνει το μεγαλύτερο μέρος της καθημερινής του πληροφόρησης από την τηλεόραση, αυτή τον επηρεάζει όλο και περισσότερο.

Οι έφηβοι σήμερα έχουν ανάγκη πληροφόρησης σχετικά με διάφορα θέματα, όπως :

- θέματα που αφορούν την ίδια την εφηβεία και τα προβλήματά της, όπως π.χ. σεξουαλική αγωγή
- θέματα πολιτικής
- θέματα αθλητικού, πολιτιστικού περιεχομένου
- θέματα γενικότερης κοινωνικής απήχησης

Ο Σ.Κάστορας αναφέρει ότι: "η νεολαία έχει από την πλευρά της τα δικά της οράματα και θέλει να συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση του δικού της αύριο. Από την πληροφόρηση της ραδιοτηλεόρασης περιμένει να ξεσκεπάσει τις πλαστές αξίες και να καταγγείλει τις αναχρονιστικές συμβάσεις που ισορροπούν την κοινωνία. Να της πει δηλαδή την αλήθεια για την κοινωνία στην οποία ζει και που ταυτόχρονα θέλει να αλλάξει" (Σ.Κάστορας, "Οπτικοακουστικά Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας", εκδ.ΠΑΠΑΖΗΣΗ, Αθήνα 1990, σελ. 79).

Σχετικά με την απόδοση της τηλεόρασης στον παραπάνω τομέα, ο Σ.Καστόρας αναφέρει ότι: "η τηλεόραση έχει επενδύσει μεγάλα συμφέροντα στην υπάρχουσα κοινωνία κι έχει κάθε λόγο να τη διατηρήσει όπως είναι. Έτσι οι προσδοκίες της νεολαίας-σε όλες τις κοινωνίες-για σωστή, ολόπλευρη ενημέρωση πνίγονται από τα οικονομικά ή τα πολιτικά συμφέροντα που εκπροσωπεί κάθε φορά η τηλεόραση" (Σ. Καστόρας, "Οπτικοακουστικά Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας", εκδ. ΠΑΠΑΖΗΣΗ, Αθήνα 1990, σελ. 79-80).

Σύμφωνα με τον Καστόρα, είναι επίσης γεγονός ότι το κέρδος που επιδιώκει η τηλεόραση εξαρτάται από τους στόχους της. Οι στόχοι της εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τη δομή της. Κι αυτή εξαρτάται από τη δομή της κοινωνίας στην οποία λειτουργεί. Το πρόβλημα λοιπόν της σωστής πληροφόρησης της νεολαίας από την τηλεόραση είναι σε τελευταία ανάλυση πρόβλημα σωστής λειτουργίας της κοινωνίας. Από την άλλη μεριά η σωστή ή παραπλανητική πληροφόρηση και η επίδρασή της πάνω στη νεολαία δεν είναι μόνο συνάρτηση του τι θα πει η τηλεόραση, αλλά και του πώς θα το πει. Και ίσως ακόμα περισσότερο του τι θα κρύψει και δεν θα αναφέρει καθόλου στην νεολαία.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, γεννάται το ερώτημα αν η τηλεόραση ανταποκρίνεται στην ανάγκη για σωστή πληροφόρηση.

Ιδιαίτερα σημαντική είναι η ανάλυση που κάνει ο Γ.Χ. Ζώτος ("Διαφήμιση", εκδ. UNIVERSITY STUDIO PRESS, Θεσ/νίκη 1986) σχετικά με τα αποτελέσματα της πληροφόρησης, όπου σύμφωνα με αυτόν, στα δοσμένα πλαίσια που καθορίζονται από το συγκεκριμένο τρόπο παραγωγής, τα Μ.Μ.Ε. καταβάλλουν προσπάθειες για την επίτευξη ποιότητας και γοήτρου. Τα στοιχεία αυτά συνδέονται με την ανάπτυξη ορισμένων χαρακτηριστικών, όπως η λειτουργικότητα των καλογραμμένων ρεπορτάζ, η παρουσίαση πολλών νέων, η αντιπροσωπευτικότητα μιας εκπομπής τηλεοπτικής που στηρίζεται στο διάλογο κ.α.. Δημιουργούνται προϋποθέσεις για γενικεύσεις στηριγμένες σε δευτερεύοντα χαρακτηριστικά, αλλά και η ψευδαίσθηση της αληθινής πληροφόρησης και ενημέρωσης σχετικά με την επικαιρότητα. Μέσα από πολύπλοκες διεργασίες επιβεβαιώνεται ο τηλεθεατής ότι λαμβάνει αποκλειστικές γνώμες και απόψεις που του προσφέρουν την ευκαιρία να αξιολογήσει ένα συμβάν.

Παράλληλα μεταβιβάζεται προς αυτόν ένα μέρος του γοήτρου και της ποιότητας του μέσου που χρησιμοποιεί, γεγονός που τον φέρνει κοντά στο μέσο, αλλά και ενδυναμώνει την ψευδαίσθησή του ότι είναι δέκτης ολοκληρωμένης πληροφόρησης και ενημέρωσης.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό είναι ο κορεσμός που αισθάνεται ο τηλεθεατής μέσα από την παρουσίαση πολλών και ασήμαντων γεγονότων έτσι ώστε, μετά από ένα ορισμένο σημείο, η μνήμη να "μπλοκάρεται" και η κριτική ικανότητα να εξουδετερώνεται. Το σημαντικό γεγονός χάνει το ειδικό του βάρος, υποβαθμίζεται, ανάμεσα στην πλημμυρίδα των λεπτομερειών για τόσα άλλα δευτερεύουσας σημασίας συμβάντα. Ο συστηματικός "βομβαρδισμός" με νέα γύρω από το συγκεκριμένο αντικείμενο, είναι ένα άλλο χαρακτηριστικό, για να δημιουργηθεί το κατάλληλο κλίμα για τη διαμόρφωση "γνώμης". Δημιουργούνται εντυπώσεις και εικόνες γύρω από ένα θέμα, που τελικός σκοπός είναι η εξασφάλιση της "πληροφορίας". Οι τεχνικές για να διαμορφωθεί η πληροφορία είναι πολλές, όπως η αποσπασματικότητα των εικόνων, οι αναλογίες, οι μεταφορές, οι νεολογισμοί, τα προσδιοριστικά επίθετα αρνητικού περιεχομένου, οι γλωσσολογικές προσεγγίσεις, το ύφος, η χρησιμοποίηση του ήχου, της εικόνας και της κίνησης, η αξιοποίηση και δημιουργία στερεοτύπων.

#### 7δ. Ανάγκη των εφήβων για ψυχαγωγία

Η ψυχαγωγία για όλα τα άτομα, αλλά ειδικά για τον έφηβο αποτελεί ταυτόχρονα απελευθέρωση και ευχαρίστηση που βοηθά στην ανάπτυξη της προσωπικότητας, στη διασκέδαση και την ξεκούραση.

Συνεπώς η ψυχαγωγία και ο ελεύθερος χρόνος είναι σημαντικοί και αναγκαίοι παράμετροι που δεν αφήνουν αδιάφορους τους νέους.

Σύμφωνα με τον Β.Ιωάννου ("Δοκίμια Εκθέσεων", εκδ.ΕΣΤΙΑ, Αθήνα 1982), την ψυχαγωγία μπορούμε να τη διακρίνουμε: α. στη μορφωτική ψυχαγωγία και β. στην καθαρή ανάπαυση και διασκέδαση.

α. Με τον όρο μορφωτική ψυχαγωγία εννοούμε την καλλιέργεια και τις γνώσεις που ο έφηβος μπορεί να πάρει από εξωσχολικούς χώρους και πλαίσια. Το διάβασμα βιβλίων κάθε είδους που καλύπτουν το ενδιαφέρον του εφήβου για γνώσεις σε άλλους τομείς, πέρα από το σχολείο, όπως είναι η λογοτεχνία, η ποίηση, τα επιστημονικά ή τεχνικά βιβλία, η πολιτική, τα αστυνομικά βιβλία, ανήκει στη μορφωτική ψυχαγωγία. Στον ίδιο χώρο ανήκει και η απασχόληση με καλλιτεχνικές δραστηριότητες, όπως είναι η εκμάθηση μουσικών οργάνων (πιάνο, κιθάρα, κλπ.) και ο χορός.

Η εκμάθηση ξένων γλωσσών, πέρα από κοινωνική ανάγκη που θεωρείται σήμερα, μπορεί να ενταχθεί και στην ψυχαγωγία, όταν η εκμάθηση ξένων γλωσσών γίνεται για κάλυψη ενδιαφέροντος του εφήβου όπως π.χ. ταξίδια για βελτίωση της γλώσσας, γνωριμία με ξένη χώρα κλπ. και όχι γιατί αποτελεί ανάγκη (σχολική ή επαγγελματική).

Επίσης ο κινηματογράφος και το θέατρο που αποτελούν είδη ψυχαγωγίας, μπορούν να θεωρηθούν μορφωτική ψυχαγωγία, όταν το είδος και η ποιότητα των ταινιών προσφέρεται για το σκοπό αυτό.

Η απασχόληση με μορφωτικά παιχνίδια, όπως είναι το σκάκι και ορισμένα επιτραπέζια παιχνίδια που προσφέρουν γνώσεις πάνω σε ορισμένα θέματα, μπορούν και αυτά να ενταχθούν στην ψυχαγωγία με σκοπό μορφωτικό.

β. Η καθαρή ανάπαυση ή διασκέδαση μπορεί να επιτευχθεί :

1) με απασχόληση σε ενδιαφέροντα όπου η γνώση δεν

είναι πιεστική ανάγκη π.χ. από το σχολείο όπως είναι π.χ. τα παιγνίδια, το άκουσμα μουσικής, κ.α. και

2) Η διασκέδαση σε διάφορους χώρους που προσφέρονται για το σκοπό αυτό, όπως είναι οι ντισκοτέκ, οι μπουάτ, οι ταβέρνες, οι PUBS.

Ο κάθε έφηβος ανάλογα με τις προσωπικές του ανάγκες και τα ενδιαφέροντά του διαλέγει το είδος ψυχαγωγίας που τον καλύπτει σαν προσωπικότητα.

Η ψυχαγωγία αποτελεί το αναντικατάστατο μέσο για συναισθηματική εκτόνωση και χαράλωση. Προσφέρει στον έφηβο ηρεμία και ευχαρίστηση και τον βοηθά να γνωρίσει τον εαυτό του, γνωρίζοντας ποιο είδος ψυχαγωγίας του αρέσει και αξιολογώντας τις ανάγκες του στον τομέα αυτό.

Σύμφωνα με μία έρευνα (1) που έγινε από το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών ερευνών το 1984 στην περιοχή Αθηνών με θέμα: "Νέοι: διάθεση χρόνου, διαπροσωπικές σχέσεις", σε ό,τι αφορά την ψυχαγωγία, δύο είναι οι τομείς που συγκέντρωναν τα υψηλότερα ποσοστά προτίμησης :

α) οι ντισκοτέκ, ταβέρνες, pubs, καφετέριες και μπουάτ και

β) ο κινηματογράφος και το θέατρο

(1) Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών : "Νέοι: διάθεση χρόνου, διαπροσωπικές σχέσεις", Χ.Κεμπέρης, Α.Μουρίκη, Γ.Μυριδάκης, Θ.Παραδέλλης, Ο.Γαρδίκη, Α.Τεπέρογλου. Εκδοση Εθνικού Κέντρου Κοινωνικών Ερευνών, Τεύχος 57, Αθήνα 1985.

Στην ίδια έρευνα φαίνεται και η προτίμηση των νέων για τη μουσική, ειδικά τη μοντέρνα (ντίσκο, ροκ, ποπ, new wave), ενώ το ενδιαφέρον για τα βιβλία δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλο και το μεγαλύτερο ποσοστό (περίπου 40 %) έχει διαβάσει 2-5 εξωσχολικά βιβλία μέσα σε ένα χρόνο. Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, το ποσοστό των εφήβων (15-19 χρόνων) που ασχολούνται με τον αθλητισμό είναι μικρό, ιδιαίτερα τα κορίτσια. Το 70 % των κοριτσιών δεν ασχολούνται καθόλου με τον αθλητισμό, ενώ η αποχή των αγοριών από τα σπορ είναι περίπου 55 %. Σχετικά με τους λόγους που ώθησαν τους έφηβους να ασχοληθούν με τις αθλητικές δραστηριότητες, ο βασικός είναι "γιατί γυμνάζει το σώμα" (74 % - 87 %).

Βέβαια η παραπάνω έρευνα αναφέρεται σε εφήβους, που κατοικούν στην Αθήνα και έτσι τα συμπεράσματα αυτά δεν καλύπτουν την ηλικία σε πανελλαδική κλίμακα, αλλά εν τούτοις είναι ενδεικτικά για τα είδη ψυχαγωγίας που προτιμούν οι έφηβοι.

Η τηλεόραση σήμερα και ιδίως η ιδιωτική προσφέρει αρκετά ψυχαγωγικά προγράμματα που απευθύνονται σε τηλεθεατές διαφόρων ηλικιών αλλά και ιδιαίτερα στους εφήβους.

Αν ρίξουμε μια ματιά στα προγράμματα αυτά θα δούμε ότι έχουν ποικίλο ενδιαφέρον. Υπάρχουν διάφορα προγράμματα, όπως π.χ. :

- τηλεπαιχνίδια όπου δοκιμάζεται η τύχη αλλά κρίνονται και οι γνώσεις
- show με καλλιτεχνικό κυρίως ενδιαφέρον (μουσική, χορός)
- Σειρές που απευθύνονται σε εφήβους (με πρωταγωνιστές κυρίως εφήβους)
- Εκπομπές που απευθύνονται σε εφήβους (μόδας, ρεπορτάζ για νυχτερινή ζωή, πολιτισμού, εκδόσεων κλπ.)

Σύμφωνα με τις Φ.Χατζηθωμά και Π.Αλέφαντου ("Λεξικό αναπτυγμένων εννοιών", εκδ.ΦΙΛΙΠΠΟΣ, Θεσσαλονίκη 1994), η τεχνολογική επανάσταση συνοδεύτηκε από μία άλλη ανάλογη τεχνολογική έκρηξη στο χώρο της ψυχαγωγίας. Σε σχέση με παλαιότερες εποχές, ο σημερινός έφηβος έχει στη διάθεσή του μεγάλη ποικιλία ψυχαγωγικών μέσων, ώστε να γεμίσει τον ελεύθερο χρόνο του ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τις κλίσεις του.

Γενικά, όπως οι παραπάνω πιστεύουν, οι σημερινοί έφηβοι δεν αξιοποιούν σωστά τον ελεύθερο χρόνο τους λόγω έλλειψης υποδομής για δημιουργική κάλυψη του ελεύθερου χρόνου.

Ο Κ.Μάνος αναφέρει πως "η ψυχαγωγία αποτελεί ανάγκη για τους εφήβους που επιβάλλεται να ικανοποιηθεί αλλά με προσοχή. Χρειάζεται προσοχή και από την οικογένεια και από το σχολείο και από την πολιτεία, ώστε οι έφηβοι να παρακολουθούν στον κινηματογράφο και την τηλεόραση έργα ψυχαγωγικού αλλά και διδακτικού περιεχομένου. Χρειάζεται να μένουν μακριά από έργα βίαιου και πορνογραφικού περιεχομένου που διεγείρουν την φαντασία τους και την επιθυμία τους να επαναλάβουν τα όσα είδαν και που έχουν σαν συνέπεια την ψυχική αναστάτωση τους" (Μάνος "Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986, σελ. 151).

Η πραγματικότητα όμως δείχνει ότι τα περισσότερα ψυχαγωγικά προγράμματα προσφέρουν απλώς θέαμα (κυρίως μουσικοχορευτικό), επομένως σύμφωνα με τον διαχωρισμό ψυχαγωγίας-διασκέδασης, μιλάμε καθαρά για διασκέδαση.

Ο Μάνος αναφέρει πως "η ικανοποίηση των ενδιαφερόντων των εφήβων σήμερα μπορεί να τους οδηγήσει σε χώρους επιρροής δυνάμεων, που δεν είναι δυνατό



να ελεγχθούν πάντοτε" (Μάνος "Ψυχολογία του εφήβου", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986, σελ. 151).

## 8. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

### - Γενικά

Διάφορες πηγές χρησιμοποιήθηκαν στην μεθοδολογική πορεία της έρευνας, (Α.Κορωναίου, "Νέοι και ΜΜΕ", εκδ. ΟΔΥΣΣΕΑΣ, Αθήνα 1992), όπως :

- α) Στατιστικά στοιχεία για τις πολιτιστικές πρακτικές του ελεύθερου χρόνου από επίσημες πηγές (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία, ΕΡΤ κλπ.) καθώς και από ανεπίσημες (περιοδικά, εφημερίδες κλπ.)
- β) Ανάλυση περιεχομένου διαφόρων προϊόντων των ΜΜΕ, όπως ταινίες, κόμικς, περιοδικά, τηλεοπτικές εκπομπές κλπ.)
- γ) Έρευνα για τις πολιτιστικές πρακτικές των εφήβων στην περίοδο 1982-83. Προηγήθηκε έρευνα για τα εξωσχολικά αναγνώσματα σε 242 παιδιά προεφηβικής ηλικίας.
- δ) Συγκριτική προσέγγιση των δεδομένων, όπου ήταν δυνατό με αντίστοιχα δεδομένα από άλλες χώρες και ιδιαίτερα τη Γαλλία.

### - Η εμπειρική έρευνα

Η έρευνα έγινε κατά την περίοδο 1982-83 μετά από σχετική έγκριση της αρμόδιας υπηρεσίας του Υπουργείου Παιδείας. Ο πληθυσμός αποτελείται από 1050 εφήβους 11-13 ετών.

## A. Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΙ ΜΟΡΦΩΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Η κοινωνική καταγωγή των εφήβων του δείγματος

προσδιορίζεται από το επάγγελμα του πατέρα. Συγκεντρώθηκε αυτή η πληροφορία από τις απαντήσεις των ίδιων των παιδιών και όπου ήταν δυνατό, διασταυρώθηκε με τις πληροφορίες της διεύθυνσης του σχολείου. Επιδιώχθηκε να γίνει επίσης γνωστή η πληροφορία για το σχολικό επίπεδο του πατέρα. Οι πληροφορίες οι αντίστοιχες για τη μητέρα ήταν ελλιπείς.

Στο σύνολο του δείγματος υπήρξαν οι εξής κατηγορίες για το επάγγελμα των γονέων :

- 375 άτομα (35,72 %) Εργάτες, χειρώνακτες κλπ.
- 365 άτομα (34,77 %) Τεχνίτες, μικροβιοτέχνες, μικροϋπάλληλοι κλπ.
- 169 άτομα (16,10 %) Καθηγητές, δάσκαλοι κλπ.
- 141 άτομα (13,43 %) Βιομήχανοι, επιχειρηματίες κλπ.

#### B. Ο ΤΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Δύο Γυμνάσια στην Αθήνα και μια σχολή, δύο Γυμνάσια της πόλεως των Ιωαννίνων και τρία Γυμνάσια του Ν.Ιωάννινων τα οποία συγκέντρωναν μαθητές από 75 χωριά του Νομού.

Η κατανομή του πληθυσμού με βάση τον τόπο κατοικίας είναι :

- Αστική περιοχή : 361 άτομα (34,39 %)
- Ημιαστική περιοχή : 327 άτομα (31,15 %)
- Αγροτική περιοχή : 362 άτομα (34,48 %)

Το δείγμα αποτελείται από 571 κορίτσια (54,38 %) και 479 αγόρια (45,62 %).

#### ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για την επαλήθευση των υποθέσεων της έρευνας επιλέχθηκαν έξι πολιτιστικές πρακτικές. Τέσσερις από αυτές ήταν ο τύπος, η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και ο κινηματογράφος, οι οποίες ανήκουν στα ΜΜΕ.

Δύο από αυτές ήταν το βιβλίο και το θέατρο.

Η προβληματική είχε ως σημείο εκκίνησης την τηλεόραση, επειδή αποτελεί το πιο σημαντικό μέσο στις πολιτιστικές πρακτικές των εφήβων. Και αυτό για δύο λόγους :

α) Ο χρόνος που η τηλεόραση κατέχει στις πολιτιστικές πρακτικές των εφήβων είναι αυξημένος και συχνά μεγαλύτερος από το χρόνο που αφιερώνεται στο σχολείο (1000 ώρες το χρόνο μπροστά στη μικρή οθόνη και 900 στο σχολείο).

β) Από όλα τα ΜΜΕ η τηλεόραση είναι εκείνη που προκαλεί τις περισσότερες αντιδράσεις από την πλευρά των ενηλίκων.

Ετσι καθιερώθηκαν τα ερωτήματα όπως π.χ. μπροστά στην παντοδύναμη τηλεόραση τι απέγιναν τα άλλα μέσα. Επίσης διερευνήθηκε το ποια είναι τα μοντέλα από τον κόσμο του θεάματος που κυριαρχούν στους νέους.

#### - Τα αποτελέσματα της έρευνας

Η τηλεόραση κατέχει σε όλες τις χώρες την πρώτη θέση στις δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου τόσο για τους ενηλίκους, όσο και για τα παιδιά που περνούν μπροστά στη μικρή οθόνη περισσότερες ώρες από όσες στις σχολικές αίθουσες (1000 ώρες, κατά μέσο όρο το χρόνο μπροστά στην τηλεόραση και 900 στο σχολείο).

Ωστόσο ο χρόνος που αφιερώνουν οι νέοι στην τηλεόραση εξαρτάται από την κοινωνική τους καταγωγή και το μορφωτικό επίπεδο της οικογένειας.

α) Οι νέοι τηλεθεατές που παθιάζονται με την μικρή οθόνη και της αφιερώνουν πάνω από 3 ώρες την ημέρα είναι, κυρίως παιδιά των μη προνομιούχων κοινωνικών τάξεων (55% των οποίων οι γονείς είναι α-

γράμματοι και 56% των οποίων οι γονείς έχουν απολυτήριο του Δημοτικού σχολείου). Από τα ίδια στρώματα 21% και 24% αντιστοίχως αφιερώνουν 1-3 ώρες καθημερινά στην τηλεόραση.

β) Πολύ μικρότερο είναι το ποσοστό (26%) των παιδιών των οποίων οι γονείς έχουν πανεπιστημιακό δίπλωμα και αφιερώνουν πάνω από 3 ώρες την ημέρα στην τηλεόραση. Ένα 10% βλέπει τηλεόραση μέχρι 1 ώρα και ένα 38% από 1 έως 3 ώρες. Το πορτρέτο τους σκιαγραφείται καλύτερα, αν προσθέσουμε ότι η πιο σημαντική ομάδα που δεν παρακολουθεί ποτέ τηλεόραση είναι 26%.

γ) Ανάμεσα σε αυτές τις δύο κατηγορίες τοποθετούνται τα παιδιά των μεσαίων στρωμάτων των οποίων οι γονείς κατέχουν το απολυτήριο της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Ένα 42% παρακολουθεί τηλεόραση πάνω από 3 ώρες την ημέρα και 38% από 1 έως 3 ώρες.

Είναι αναμφισβήτητο ότι η τηλεόραση γνωρίζει μεγαλύτερη διάδοση στα κατώτερα κοινωνικά στρώματα, εκεί όπου οι δυνατότητες άλλων πρακτικών του ελεύθερου χρόνου είναι περιορισμένες. Οι μορφωμένες οικογένειες κρατούν μεγαλύτερη απόσταση από αυτό το μέσο που συχνά το περιφρονούν ή το θεωρούν επικίνδυνο για τα παιδιά. Επιβάλλουν επίσης στα παιδιά τους περισσότερες απαγορεύσεις επειδή, μεταξύ των άλλων, η τηλεόραση ενδέχεται να τα αποπροσανατολίσει από άλλες δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου που οι ίδιοι τις αξιολογούν με θετικό τρόπο.

#### - Η επίδραση της κοινωνικής καταγωγής

Γενική είναι η προτίμηση των νέων για τις κινηματογραφικές ταινίες στην τηλεόραση, τα σήριαλ, τις περιπέτειες και γενικότερα τη μυθοπλασία (76% του συνόλου του δείγματος παρακολουθεί αυτές τις

εκπομπές). Η κοινωνική καταγωγή φαίνεται να μην επηρεάζει ιδιαίτερα αυτή την επιλογή.

Μια συγκριτική έρευνα της Unesco για τα τηλεοπτικά προγράμματα επτά χωρών επιβεβαιώνει την κυριαρχία των μυθοπλαστικών εκπομπών στην πραγματική πρόσληψη, δηλαδή το χρόνο που πραγματικά αφιερώνει ο τηλεθεατής παρακολουθώντας κάποιο συγκεκριμένο πρόγραμμα και όχι το χρόνο που η συσκευή παραμένει "ανοιχτή". Το στοιχείο αυτό χαρακτηρίζει τόσο τα παιδιά όσο και τους ενήλικους.

Σε αντίθεση με αυτά τα προγράμματα, οι μορφωτικές εκπομπές δεν ελκύουν παρά ασήμαντες μειοψηφίες. Ενδεικτικά αναφέρουμε :

- Ελλάδα δεν είναι μόνο η Αθήνα (EPT1)	4,68%
- Ντοкуμαντέρ (EPT2)	4,44%
- Η μουσική μέσα στο χρόνο (EPT2)	2,08%
- Η EPT στη Βόρεια Ελλάδα	8,09%
- Περισκόπιο (EPT1)	5,91%
- Παρασκήνιο (EPT1)	6,92%
- Ιστορικά ντοкуμαντέρ (EPT2)	3,47%
- Κλασσική μουσική	3,48%

- Οι παιδικές εκπομπές

Οι παιδικές εκπομπές ακολουθούν, με μεγάλη διαφορά, τις μυθοπλαστικές. Το είδος που κυριαρχεί είναι το κινούμενο σχέδιο, ο Γουόλτ Ντίσνεϋ και η οικογένειά του, τα Στρουμφάκια και διάφορα, ιαπωνικής κυρίως προέλευσης, κινούμενα σχέδια. Το ελληνικό κινούμενο σχέδιο απουσιάζει παρ'όλο που το είδος διαθέτει σημαντικούς δημιουργούς.

Διάφορες άλλες εκπομπές, όπως τηλεπαιχνίδια κλπ., που απευθύνονται σε παιδιά δεν συγκεντρώνουν σημαντικά ποσοστά. Τούτο επιβεβαιώνεται και από σχετική έρευνα του Υφυπουργείου Νέας Γενιάς που

διαπιστώνει ότι στη ζώνη 6μμ.-9μμ. μόλις το 2% των νέων παρακολουθεί τα διάφορα προγράμματα. Όταν όμως στην ίδια ζώνη προβάλλεται κάποια ελληνική ή ξένη ταινία, το ποσοστό ανέρχεται στο 69% των εφήβων ηλικίας 12-13 ετών.

Το φαινόμενο δεν αποτελεί ιδιαιτερότητα της ελληνικής κοινωνίας. Διεθνείς έρευνες αποδεικνύουν ότι οι έφηβοι 12-13 ετών δεν ενδιαφέρονται για τις παιδικές εκπομπές, ενώ αντιθέτως, παρακολουθούν μαζικά τις εκπομπές για ενηλίκους.

#### - Η επίδραση του φύλου

Οι διαφορές ανάμεσα σε αγόρια και κορίτσια είναι μικρές όσον αφορά το χρόνο παρακολούθησης της τηλεόρασης :

α) Τα αγόρια παρακολουθούν τηλεόραση περισσότερο από τα κορίτσια.

β) Τα κορίτσια που παρακολουθούν τηλεόραση ευκαιριακά και 1-3 ώρες την ημέρα είναι περισσότερο από τα αγόρια.

γ) Ένα ελάχιστο ποσοστό (5%) κοριτσιών και αγοριών αφιερώνει λιγότερο από 1 ώρα την ημέρα στην τηλεόραση.

Οι προτιμήσεις αγοριών και κοριτσιών παρουσιάζουν τα ίδια χαρακτηριστικά με εκείνα που ήδη αναφέρουμε για τις άλλες πολιτιστικές πρακτικές. Τα αγόρια στρέφονται κυρίως στα γουέστερν, τις αστυνομικές σειρές και τις περιπετειώδεις ταινίες. Τα κορίτσια προτιμούν τις αισθηματικές ταινίες και τα οικογενειακά σήριαλ, τύπου "Δυναστεία" ή "Τόλμη και γοητεία".

Οι αθλητικές εκπομπές προσελκύουν το 9% των κοριτσιών και το 33% των αγοριών, ενώ το ποδοσφαιρικό θέαμα συγκεντρώνει το 58% των αγοριών και το 15% των κοριτσιών.

- Η εκπαιδευτική τηλεόραση

Η εκπαιδευτική τηλεόραση γνωρίζει τη γενική αδιαφορία, αφού 82% του συνόλου του δείγματος δηλώνει ότι δεν την παρακολουθεί. Αυτό το ποσοστό είναι υψηλότερο στα παιδιά των οποίων οι γονείς έχουν χαμηλό σχολικό επίπεδο (91% παιδιά εργατών και 84% παιδιά τεχνιτών και μικροεμπόρων), καθώς και σε εκείνα που κατοικούν σε αγροτικές περιοχές.

Καμιά σοβαρή αξιολόγηση δεν υπάρχει γι' αυτό το φαινόμενο. Κατά καιρούς καταγγέλλονται οι τεχνικές ελλείψεις, τα οργανωτικά προβλήματα, όπως οι ώρες λειτουργίας, η έλλειψη συντονισμού των σχολείων κλπ. Τα προβλήματα αυτά είναι πολύ σημαντικά.

Ωστόσο οι διεθνείς εμπειρίες επισημαίνουν ότι το σημαντικότερο πρόβλημα είναι η απόσταση που υπάρχει ανάμεσα στο σύγχρονο οπτικοακουστικό κόσμο και στα εκπαιδευτικά συστήματα. Επί πολλά χρόνια, οι σχέσεις ανάμεσα στην τηλεόραση και την εκπαίδευση αποτέλεσαν αντικείμενο ενός διπλού λόγου που θεωρούσε τους δύο εταίρους είτε απόλυτα συμπληρωματικούς είτε ριζικά αντίπαλους. Ο λόγος αυτός εξακολουθεί ακόμη και σήμερα σε πολλές ανεπτυγμένες χώρες με αφορμή την πρόκληση της πληροφορικής και των νέων τεχνολογιών στο χώρο της εκπαίδευσης. Μπορεί σε μεγάλο βαθμό οι απλοϊκές προσεγγίσεις να εγκαταλείπονται, εξακολουθεί να παραμένει ωστόσο το πρόβλημα της προσαρμογής των εκπαιδευτικών θεσμών στις σύγχρονες τεχνολογίες, τα ΜΜΕ και την εξωσχολική ζωή και κουλτούρα των εφήβων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV

## Η ΒΙΑ ΚΑΙ Η ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

## 1. ΓΕΝΙΚΟΤΗΤΕΣ

Η τηλεόραση είναι σημαντική δομή στο κοινωνικό υποσύνολο της μαζικής επικοινωνίας και γι' αυτό με την λειτουργικότητά της αποκτά μέσα σε αυτό μεγαλύτερη σπουδαιότητα από εκείνη των άλλων μέσων μαζικής επικοινωνίας.

Στην περίπτωση της λειτουργικότητάς της που αναφέρεται στην επίδραση των τηλεοπτικών σκηνών βίας και επιθετικότητας στους νέους, δεν παραβλέπεται κανένας από τους παράγοντες που συντελούν στη διαδικασία της επικοινωνίας, όπως το μέσο, το περιεχόμενο του μηνύματος, ο επικοινωνός κλπ.

Δίδεται μεγαλύτερη βαρύτητα στην επίδραση που τυχόν υφίσταται ο τηλεθεατής νέος, με σκοπό να διαπιστωθεί κατά πόσο οι γενιές που μεγαλώνουν, δέχονται επηρεασμούς από την τηλεόραση και εάν γίνονται περισσότερο επιθετικές και βίαιες εξ' αιτίας της.

## α. Η επιθετικότητα

Λόγω του ότι ο ορισμός χαρακτηρίζεται από μια πολυπλοκότητα είναι σχεδόν αδύνατη η διατύπωση ενός ενιαίου ορισμού κοινής αποδοχής. Πιο κάτω παρατίθενται μερικοί αντιπροσωπευτικοί ορισμοί ως αναγκαίοι για την κατανόηση της τηλεοπτικής επιθετικότητας.

Ο Δ.Γεώργας θεωρεί την επιθετικότητα ως "την πρόθεση ενός ατόμου να προκαλέσει σωματική ή ψυχική οδύνη σε κάποιον άλλον" (Δ.Γεώργας, Κοινωνική ψυχολογία. Στάσεις, αντίληψη του προσώπου, στερεότυπα,



επιθετικότητα, δυαδικές σχέσεις και επικοινωνία, τόμος Α, 1986, σελ. 131).

Ενώ ο A.Buss ορίζει την επιθετικότητα "σαν μια συμπεριφορά, που προξενεί βλάβη σε έναν άλλον οργανισμό" (Βασίλης Κ.Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992, σελ. 19).

Περισσότερο σαφής είναι ο ορισμός που διατυπώνει ο F.Merz κατά τον οποίο η "επιθετικότητα περιλαμβάνει εκείνους τους τρόπους συμπεριφοράς, με τους οποίους στοχεύεται η άμεση ή έμμεση βλάβη ενός ατόμου και κατά το πλείστον ενός συντρόφου του ίδιου είδους" (Βασίλης Κ.Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", Μ.Π.Γρηγόρης εκδόσεις, Αθήνα 1992, σελ. 20).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει και ο ορισμός του M.Zumkley (Βασίλης Κ.Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992) ο οποίος προσκομίζει ένα νέο σημείο και περιλαμβάνει όχι μόνο την εκδηλούμενη επιθετική ενέργεια, αλλά και την ετοιμότητα για επιθετικότητα.

Ο M.Zumkley ορίζει τόσο την υπάρχουσα ετοιμότητα για επιθετικότητα (Aggressinitat) όσο και την εκδηλούμενη επιθετικότητα (Aggesson) ως την συμπεριφορά εκείνη, της οποίας τα αποτελέσματα ή ο σκοπός είναι η βλάβη ή ο τραυματισμός προσώπων ή των συμφερόντων τους, ζώων ή αντικειμένων.

Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι οι υπάρχοντες ορισμοί δεν διαφέρουν σε ουσιαστικά σημεία μεταξύ τους γιατί όλοι περιέχουν βασικά χαρακτηριστι-

κά γνωρίσματα της επιθετικής συμπεριφοράς. Γεγονός είναι ότι όλοι έχουν ως σημείο αναφοράς τον κοινωνικό χώρο μέσα στον οποίο οι άνθρωποι ζουν και συνυπάρχουν με φυσική συνέπεια την επικοινωνία μεταξύ τους.

## β. Η βία

Ακόμα και στον ορισμό της βίας προτίμηση υπάρχει στην παράθεση κάποιων ορισμών αντιπροσωπευτικών.

Ο Η. Toch (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π. Γρηγόρης, Αθήνα 1992) αντιλαμβάνεται τη βία ως μία φυσική επιθετικότητα που κατευθύνεται εναντίον προσώπων και προϋποθέτει μια κατάσταση δύο τουλάχιστον συμμετεχόντων μερών.

Το στοιχείο της δύναμης και της εξουσίας, καθώς και τους σκοπούς για ατομική ή συλλογική βλάβη προσθέτουν στον ορισμό τους οι ερευνητές Β. Schorch και Η. Theunert "βία είναι η εκδήλωση δύναμης ή και εξουσίας, που έχει σαν συνέπεια ή σκοπό τη βλάβη μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων" (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π. Γρηγόρης, Αθήνα 1992, σελ. 21).

Σύμφωνα με την V. Vogel η οποία τονίζει τον παράγοντα εξουσία και τις συνθήκες υπεροχής και υποταγής "η βία χαρακτηρίζει πράξεις που στοχεύουν στην καταστροφή, σαν επιτακτικό μέσο άσκησης εξουσίας, στα πλαίσια μονόπλευρων συνθηκών υπεροχής και υποταγής που βασίζεται στην εξωτερική υπεροχή" (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετι-

κότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992, σελ.2).

Διάφοροι επιστημονικοί ερευνητές μιλούν για δομική και προσωπική βία. Ασφαλώς υπάρχει στενή σχέση μεταξύ τους αφού η μια προϋποθέτει την άλλη. Η δομική βία δημιουργεί τις συνθήκες και τις προϋποθέσεις για την εκδήλωση της προσωπικής βίας όταν αυτή αποστερεί το άτομο από την δυνατότητα για την σωματική και πνευματική του αυτοπραγμάτωση. Κατά τον J.Galtung (Βασίλης Κ.Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992), δομική βία υπάρχει, όταν οι άνθρωποι επηρεάζονται με τέτοιο τρόπο, ώστε η παρούσα σωματική και πνευματική τους αυτοπραγμάτωση να είναι μικρότερη από την δυνητική.

Μελετώντας τους παράπανω ορισμούς οδηγούμαστε στην άποψη πως οι περισσότεροι μοιάζουν εννοιολογικά στην διατύπωση και εύκολα οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι τελικά μεταξύ βίας και επιθετικότητας δεν υπάρχει σημασιολογικά μεγάλη διαφορά.

Εάν εξεταστούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της δομικής βίας, γίνονται έμμεσα εμφανή τα στοιχεία της πρόκλησης βλάβης και της τάσης για καταστροφή της ανθρώπινης προσωπικότητας. Η προσωπική βία φαίνεται να μη διαφέρει καθόλου από την επιθετικότητα και η μία έννοια να μπορεί με αυτό τον τρόπο να αντικαθιστά την άλλη. Τέλος, αντιλαμβανόμαστε τη βία ως "φυσική επιθετικότητα και μπορούμε να τις χρησιμοποιούμε ως συνώνυμες.

## 2. ΘΕΩΡΙΕΣ ΕΡΜΗΝΕΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΗ ΒΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ

### - Η ΜΗ ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ

#### 2α. Θεωρίες της μη αρνητικής επίδρασης

Βασική θέση αυτής της θεωρίας είναι ότι οι τηλεοπτικές σκηνές βίας και επιθετικότητας και προπάντων οι επινοημένες, δεν ασκούν κανενός είδους επίδραση στους τηλεθεατές γενικά και ειδικότερα στα παιδιά και στους νέους, ούτε έχουν τη δυνατότητα να τους κάνουν επιθετικούς στην καθημερινή κοινωνική τους ζωή.

Οι υποστηρικτές αυτής της θεωρίας δεν στηρίζουν τα επιχειρήματά τους στα αποκαλυπτικά στοιχεία κάποιων δικών τους ερευνών, αλλά πολύ περισσότερο στην άσκηση κριτικής εναντίον των εκπροσώπων των άλλων θεωριών, που δέχονται τα αντίθετα από αυτούς.

Πιστεύουν επίσης πως όσο ισχυρή και αν είναι η επιρροή των σκηνών βίας και επιθετικότητας πάνω στα παιδιά και στους νέους κατά τη διάρκεια της τηλεοπτικής εκπομπής, οι πραγματικές τους εμπειρίες και τα πραγματικά τους βιώματα από τη ζωή αυτενεργούν μετά το κλείσιμο της τηλεόρασης και υποβοηθούν στην απομάκρυνση όλων εκείνων των επιβλαβών παραστάσεων στις κοινωνικές διανθρώπινες σχέσεις τους.

Για το λόγο αυτό ο Μ.Κunczik (Βασίλης Κ.Βουϊδάσκη, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", Μ.Π. Γρηγόρης εκδόσεις, Αθήνα 1992) θεωρεί αδικαιολόγητη και υπερβολική την ανησυχία για την μελλοντική συμπεριφορά των νέων που βλέπουν τηλεόραση και βιαιότητες.

Οι παράγοντες επίδρασης που οδηγούν σε πράξεις βίας πρέπει να αναζητηθούν πέρα από τη χρήση της τηλεόρασης όσον αφορά τα κανονικά κοινωνικά εντα-

γμένα άτομα. Η βία των μέσων μαζικής επικοινωνίας είναι για τα φυσιολογικά, όχι όμως και για τα παθολογικά άτομα χωρίς σημασία για την πρόκληση πραγματικής βίας. Γι' αυτό και μια μείωση των σκηνών βίας και επιθετικότητας στην οθόνη δεν θα είχε οπωσδήποτε σαν αποτέλεσμα και την μείωση της βίας στην κοινωνία.

#### 2β. Η θεωρία του εθισμού και της συνήθειας

Οι υποστηρικτές αυτής της θεωρίας πιστεύουν δύο πράγματα: από τη μια, ότι δεν είναι δυνατόν η θέα μιας και μόνης ταινίας με επιθετικό περιεχόμενο στην τηλεόραση ή τον κινηματογράφο να προκαλέσει επιθετική συμπεριφορά στους τηλεθεατές και στους θεατές γενικότερα. Από την άλλη, πάλι ότι η μείωση ή η εξάλειψη των συναισθηματικών αντιδράσεων, που επιφέρει η επιβολή της συνήθειας από τη συνεχή θέα βιαιών και επιθετικών σκηνών, υποβοηθούν στην άμβλυση και στην εξασθένιση της τάσης και της διάθεσης για επιθετική και βίαιη συμπεριφορά στην καθημερινή διανθρώπινη επικοινωνία.

#### 2γ. Η θεωρία της κάθαρσης

Η θεωρία αυτή έχει τις βασικές αρχές της στην αριστοτελική άποψη και αναπτύχθηκε στη σύγχρονη μορφή της μέσα στα πλαίσια της θεωρίας που υποστηρίζει πως η επιθετικότητα προέρχεται από την ματαίωση, με πρωταγωνιστές κυρίως τους S.Freud, J.Dollard (Βασίλης Κ.Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", Μ.Π. Γρηγόρης εκδόσεις, Αθήνα 1992).

Σύμφωνα με τον J.Dollard (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδό-

σεις Μ.Π. Γρηγόρης, Αθήνα 1992) και τους συνεργάτες του, η εκδήλωση οποιασδήποτε επιθετικής ενέργειας είναι μια κάθαρση που μειώνει την υποκίνηση για την εκδήλωση άλλων επιθετικών πράξεων. Αυτό σημαίνει πως και η παρουσίαση σκηνών βίας και επιθετικότητας στην τηλεόραση λειτουργεί καθαρτικά και μειώνει το επιθετικό και εριστικό δυναμικό του ατόμου και κατ' επέκταση της κοινωνίας γενικότερα. Οι εκπρόσωποι της θεωρίας της κάθαρσης υποστηρίζουν ότι η επιθετικότητα και οι βιαιότητες, που παρουσιάζονται στην τηλεόραση, παίζουν ρόλο ασφαλιστικής δικλείδας, με τη βοήθεια της οποίας ο τηλεθεατής μπορεί να απομακρύνει και να απωθήσει τη δική του επιθετικότητα, που θα μπορούσε να εκδηλώσει εναντίον των συνανθρώπων του. Η ταύτιση του τηλεθεατή με το επιθετικό πρότυπο προσφέρει σε αυτόν μια καθαρτική και εκτονωτική ανακούφιση και εξανεμίζει το συσσωρευμένο δυναμικό της επιθετικής του ενέργειας.

Ο κερδοσκοπικός μηχανισμός της διαφήμισης βρήκε στη θεωρία αυτή τον καλύτερο συνεργάτη και οδηγό. Η διαφημιστική προπαγάνδα απευθύνεται μεθοδικά και συστηματικά στην συνειδητή και στη μη συνειδητή σφαίρα του καταναλωτή, με σκοπό να του διεγείρει τη φαντασία, να του αλλάξει τη σκέψη και να τον οδηγήσει τελικά στο καταναλωτικό της αγαθό. Ιδιαίτερα ισχυρή φαίνεται να είναι η πρόκληση, που απευθύνεται και δρα στο χώρο, τόσο του συναισθηματικού όσο και του ορθολογικού δυναμικού του ανθρώπου και η οποία έχει ονομαστεί "λογικοφανής διαφημιστική πρόκληση".

Με βάση την ιδεολογία της κάθαρσης, μπορεί να παρατηρηθεί, πως η προσωρινή ικανοποίηση και απόλαυση, που προσφέρεται στον τηλεθεατή μέσα στον κόσμο της φαντασίας και του ονείρου, τον αποξενώνει

από τον κόσμο της σκληρής πραγματικότητας με όλα τα δεινά, την κοινωνική ανισότητα και την κοινωνική αδικία και του ευνουχίζει τη δύναμη του νου και της θέλησης για την εκδήλωση φωνής διαμαρτυρίας και τη δυναμική αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων. Με αυτή την έννοια μια τηλεόραση με τέτοια προγράμματα ευνοεί σίγουρα την ιδεολογία και την πρακτική μερικών, γίνεται όμως χωρίς αμφιβολία "το όπιο του λαού". Η συνεχής απόσπαση του λαού από τα επίκαιρα κοινωνικά προβλήματα συμβάλλει, σύμφωνα με αυτή την επιχειρηματολογία, στην σταθερότητα και στη διατήρηση των υπάρχουσών συνθηκών κυριαρχίας.

#### 2δ. Η θεωρία της αναστολής και της παρεμπόδισης

Αυτή η θεωρία είναι μια παραλλαγή της θεωρίας της κάθαρσης με μικρή διαφορά. Γι' αυτό τον λόγο και στη διεθνή βιβλιογραφία μερικοί ερευνητές την αναφέρουν μαζί με την πρώτη σαν μια ενδιαφέρουσα εναλλακτική δυνατότητα εξήγησης της επίδρασης των σκηνών βίας και επιθετικότητας των φιλμ και της τηλεόρασης, ενώ άλλοι τη θεωρούν διαφορετική, προσπαθώντας να την αμφισβητήσουν επιστημονικά.

Η θεωρία αυτή εκπροσωπείται από τον L. Berkowitz και τους συνεργάτες του (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", Μ.Π. Γρηγόρης εκδόσεις, Αθήνα 1992). Σύμφωνα με τα πρίσματα των ερευνών τους, η εξαφάνιση των επιθετικών αντιδράσεων μετά τις παραστάσεις βίας στην τηλεόραση, ή στα φιλμ δεν οφείλεται ούτε στη μείωση των επιθετικών τάσεων της συμπεριφοράς με την συμμετοχική ταύτιση του τηλεθεατή, ούτε σε μια διαδικασία εθισμού, αλλά σε ενισχυμένες αναστολές αναφορικά με την εκδήλωση επιθετικότητας. Η αναστολή της επιθε-

τικότητας προκαλείται κατά αυτούς, από το φόβο της επιθετικότητας, ο οποίος ενεργοποιείται από ορισμένους ψυχολογικούς ή άλλους περιβαλλοντικούς παράγοντες .

## 2ε. Η θεωρία της νοητικής υποστήριξης

Η θεωρία αυτή αποδίδει μεγαλύτερη βαρύτητα στο χώρο της φαντασίας. Η φαντασία δεν παίζει απλά κάποιο ρυθμιστικό ρόλο, αλλά η ίδια η δραστηριοποίησή της αποτελεί ένα σημαντικό μηχανισμό προσαρμογής, που έχει την ικανότητα να ελέγχει τη μετατόπιση της άμεσης εκδήλωσης των κινήτρων. Με αυτή την έννοια ελέγχεται και η εκδήλωση της επιθετικής συμπεριφοράς κατά τη διάρκεια της παρουσίασης επιθετικών σκηνών στην τηλεόραση, ιδιαίτερα των ατόμων, τα οποία διακρίνει χαμηλή νοητική ανάπτυξη.

Η θεωρία της νοητικής υποστήριξης σύμφωνα με τον Βασίλη Κ.Βουϊδάσκη ("Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", Μ.Π. Γρηγόρης εκδόσεις, Αθήνα 1992) αναπτύχθηκε κυρίως μέσα στα πλαίσια της συνεργασίας των S.Feshbach και R.D.Singer, μέσα από κοινά πειραματικά προγράμματα. Κατέληξαν στο συμπέρασμα, ότι άτομα με σχετικά μειωμένες νοητικές ικανότητες, όπως χαμηλό δείκτη νοημοσύνης ή ασθενική φαντασία, έχουν ανάγκη από κάποιες άλλες εξωτερικές πηγές, από τις οποίες θα προμηθεύονται το κατάλληλο υλικό, που θα ερεθίζει και θα ενισχύει τη φαντασία τους. Η επινοημένη, μη πραγματική βία και επιθετικότητα τους προσφέρουν σε κάθε περίπτωση το υλικό, που τους είναι απαραίτητο για το νοητικό έλεγχο της συμπεριφοράς. Βλέποντας δηλαδή οι συγκεκριμένοι αυτοί τηλεθεατές με τη χαμηλή νοημοσύνη σκηνές βίας και επιθετικότητας στην τηλεόραση, δέχονται μια



νοητική υποστήριξη και ενίσχυση, που θα τους βοηθήσει να θέσουν κάτω από έλεγχο τις επιθετικές τους τάσεις και παρορμήσεις.

Ο S.Feshbach και ο R.D.Signer (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", Μ.Π. Γρηγόρης εκδόσεις, Αθήνα 1992) υποστηρίζουν πως από τα παιδιά της μεσαίας κοινωνικής τάξης, που έχουν τη δυνατότητα μιας σωστής νοητικής ανάπτυξης, δεν μπορεί να αναμένεται ένας σημαντικά βελτιωμένος έλεγχος των παρορμήσεών τους από τη δραστηριότητα της φαντασίας, που προκαλείται από τη θέα επιθετικών σκηνών βίας. Στα παιδιά αυτά έχει ήδη αναπτυχθεί αρκετά η ικανότητα να επιτυγχάνουν μια ικανοποιητική δραστηριότητα της φαντασίας χωρίς να χρειάζονται την εξωτερική υποκίνηση από βίαιες και επιθετικές τηλεοπτικές εκπομπές.

Ενας από τους κυριότερους επικριτές αυτής της θεωρίας ο W.D.Wells συμφωνεί μαζί της στη διαπίστωση ότι νέοι των κατώτερων κοινωνικών στρωμάτων εμφανίζουν μια ελαφρά, αλλά σταθερή αύξηση της λεκτικής τους επιθετικότητας με βάση τη θέα μη επιθετικών τηλεοπτικών εκπομπών.

Τέλος ο F.Feshbach (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π. Γρηγόρης, Αθήνα 1992) σε μια μεταγενέστερη έρευνά του, που αναφέρεται στη θεωρία της νοητικής υποστήριξης προσθέτει ένα ακόμα στοιχείο υποστηρίζοντας ότι η λειτουργία της νοητικής υποστήριξης η οποία μειώνει την επιθετικότητα που προκαλείται από τη θέα επιθετικών τηλεοπτικών εκπομπών, μπορεί να αναμένεται σε πράξεις βίας, που γίνονται αποδεκτές σαν πραγματικές .

## - ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ

α. Η θεωρία της γενικής συναισθηματικής διέγερσης

Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία όχι μόνο οι σκηνές βίας και επιθετικότητας στην τηλεόραση αλλά και εκπομπές με άλλου είδους περιεχόμενο είναι δυνατόν να προκαλέσουν στον τηλεθεατή μια ασθενέστερη ή ισχυρότερη συναισθηματική διέγερση.

Ο τηλεθεατής περιέρχεται κατά τη θέα διαφόρων εκπομπών ή φιλμ, κάτω από ορισμένες συνθήκες, σε μια ψυχοφυσιολογική διέγερση κατά την οποία αυξάνεται εντελώς γενικά η ετοιμότητα του να αντιδράσει με τον κατάλληλο ερεθισμό περισσότερο έντονα, ενώ εξαρτάται από το είδος του ερεθισμού και τις περιστάσεις, με ποιόν τρόπο θα αντιδράσει και προς ποια κατεύθυνση θα οδηγηθεί αυτή η αντίδραση. Στην πραγματικότητα μπορούν να προκαλέσουν φιλμ και έργα με περιεχόμενο έντασης βίας φυσιολογικά ερεθισμό.

Πολλοί ερευνητές προσπάθησαν να διαπιστώσουν τις οποιεσδήποτε επιδράσεις των κινηματογραφικών φιλμ στην αρχή και αργότερα των τηλεοπτικών εκπομπών πάνω στα παιδιά και τους νέους με βάση αυτές τις συναισθηματικές ταραχές και διεγέρσεις, οι οποίες προκαλούνται από το περιεχόμενό τους. Οι έρευνες κατέληξαν στο συμπέρασμα, πως η μεταβλητή εγγύτητα στην πραγματικότητα έχει μεγάλη συνάφεια με τις μεταβλητές συναισθηματική διέγερση, επίδραση και επιθετική συμπεριφορά.

Στο χώρο της επιστημονικής έρευνας η θεωρία αυτή υπάρχει σε δύο βασικές παραλλαγές σχετικά με την επίδραση των μέσων μαζικής επικοινωνίας γενικότερα και της τηλεόρασης ειδικότερα στους νέους. Οι εκπρόσωποι τη μια υποστηρίζουν ότι τα τυπικά χαρακτηριστικά του τηλεοπτικού μηνύματος, ανεξάρτητα

από το περιεχόμενο που κάθε φορά μεταβιβάζεται, επιφέρουν αλλαγές στις συναισθηματικές καταστάσεις της διέγερσης. Αντίθετα οι εκπρόσωποι της άλλης παραλλαγής ισχυρίζονται, ότι μόνο με ειδικά περιεχόμενα είναι σε θέση να αλλάξουν συναισθηματικές καταστάσεις διέγερσης.

#### β. Η θεωρία του ερεθισμού και της παρόρμησης

Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή η παρουσίαση σκηνών βίας και επιθετικότητας προκαλεί βραχυπρόθεσμη επιθετική ετοιμότητα στον θεατή ή τηλεθεατή. Αυτή όμως η ετοιμότητα για επιθετική συμπεριφορά πρέπει να προέρχεται από κάποιο συγκεκριμένο ερεθισμό, από κάποια συναισθηματική διέγερση, που υπάρχει μέσα στο ίδιο το περιεχόμενο του φιλμ που προβάλλεται.

Βασιζόμενοι πολλοί ερευνητές στη θεωρία, που ερμηνεύει την προέλευση της επιθετικότητας από την ματαίωση, προσπάθησαν να διαπιστώσουν κατά πόσο αυτή η ματαίωση με την παρατήρηση και παρακολούθηση προγραμμάτων από τα μαζικά μέσα επικοινωνίας και ειδικά από την τηλεόραση είναι δυνατόν να αποτελεί γεννεσιουργό αιτία συναισθηματικού ερεθισμού και αν με τη σειρά τους τα προγράμματα αυτά προκαλούν επιθετική συμπεριφορά.

Σύμφωνα με τον Βασίλη Κ.Βουϊδάσκη ("Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992), κύριος εκφραστής αυτής της θεωρητικής κατεύθυνσης είναι ο L.Berkowitz ο οποίος μαζί με τους συνεργάτες του σε μια σειρά πειραμάτων προσπάθησε να την επιβεβαιώσει και πειραματικά. Διαπίστωσε λοιπόν πως στα πειραματικά του άτομα εμφανίστηκε μια ισχυρή συναισθηματική αντίδραση εναντίον του προσώπου που προκάλεσε τη ματαίωση σαν συνέπεια

δικαιολογημένης παράστασης βίας. Φάνηκε ακόμα ότι η επιθετικότητα εναντίον του προσώπου που προκάλεσε τη ματαίωση και που αναβλήθηκε για ηθικούς λόγους, μετατοπίστηκε σε άλλα αντικείμενα όχι όμως και σε τρίτα, ουδέτερα πρόσωπα. Ακόμα και η ίδια η ματαίωση, η διακοπή της επιθετικής πράξης, αύξησε την προδιάθεση για συνεχή επιθετικότητα η οποία, κάτω από κανονικές συνθήκες, αναζητεί σαν μοναδική διέξοδο στόχους που μπορούν να επιτευχθούν.

γ. Η θεωρία της κοινωνικής μάθησης με παρατήρηση

Σύμφωνα με τους υποστηρικτές της θεωρίας της κοινωνικής μάθησης, η παρουσίαση σκηνών βίας και επιθετικότητας στην τηλεόραση ή στα φιλμ αποτελεί καθαρά μαθησιακή διαδικασία, κατά την οποία ο τηλεθεατής ή ο θεατής μαθαίνει την επιθετική συμπεριφορά όπως και κάθε άλλη κοινωνική συμπεριφορά. Βασίζεται στην αρχική θεωρία που δέχεται ότι η επιθετικότητα προέρχεται από τη μάθηση, είναι δηλαδή προϊόν κοινωνικο-πολιτιστικών παραγόντων. Με αυτή την έννοια ο A. Bandura (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π. Γρηγόρης, Αθήνα 1992) ο κυριότερος εισηγητής της θεωρίας της κοινωνικής μάθησης χαρακτηρίζει σαν σημαντικούς παράγοντες επίδρασης στη διαμόρφωση της επιθετικής, καθώς και οποιασδήποτε άλλης ανθρώπινης συμπεριφοράς, τις δομές της αντίληψης και τα κίνητρα που διαμορφώθηκαν κατά τη διαδικασία της κοινωνικοποίησης.

Ο A. Bandura ασχολήθηκε συστηματικά με τη διερεύνηση της επίδρασης που ασκείται από την παρουσίαση της βίας και της επιθετικότητας κυρίως στα παιδιά, κάνοντας μια σειρά από πειραματικές έρευνες σε παιδιά προσχολικής και σχολικής ηλικίας.

Ο ερευνητής στην αρχή τουλάχιστον των ερευνών του υποστήριξε, σε αντίθεση με άλλους, ότι μόνο η αισθητηριακή διέγερση και ενεργοποίηση του παρατηρητή είναι αρκετές προϋποθέσεις για την εμφάνιση της μαθησιακής διαδικασίας με παρατήρηση.

Με αυτό και μόνο, δηλαδή, μαθαίνει ο τηλεθεατής την επιθετική συμπεριφορά του προτύπου. Αργότερα όμως παραδέχτηκε ότι η απόκτηση νέων τρόπων συμπεριφοράς επομένως και της επιθετικής, δεν εξαρτάται μόνο από την αισθητηριακή διέγερση αλλά ότι σημαντικό ρόλο παίζουν, τόσο η παρατηρητικότητα του θεατή όσο και άλλοι ενισχυτικοί παράγοντες.

Αξιοπρόσεκτη είναι και η άλλη άποψη σχετικά με την έμμεση και όχι άμεση επίδραση στους υποκινητές της επιθετικότητας, που βιώνονται από τους τηλεθεατές, ή στην ενίσχυση που προσφέρεται από το περιβάλλον για μια τέτοια συμπεριφορά. Πολύ περισσότερο επηρεάζει, σε πρώτη γραμμή, τις επιθετικές τάσεις των τηλεθεατών μαθαίνοντας τους πώς να συμπεριφέρονται επιθετικά, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο αφυπνίζεται η λειτουργική αξία της βίαιης συμπεριφοράς.

Υποστηρίζει ακόμα ο A. Bandura μαζί με άλλους, σχετικά με τη θεωρία της κοινωνικής μάθησης, ότι υπάρχει σαφής διαχωρισμός μεταξύ της μάθησης σαν απόκτηση γνώσης και της πρακτικής της εφαρμογής σε ένα τρόπο συμπεριφοράς. Αυτή δηλαδή η αποκτημένη από τη μάθηση επιθετική συμπεριφορά είναι δυνατόν να μετατραπεί σε επιθετική πράξη, όταν διαμορφωθούν οι αναγκαίες γι' αυτό κοινωνικο-πολιτιστικές συνθήκες.

Πολλές έρευνες έχουν επιβεβαιώσει το γεγονός, ότι όσο περισσότερο πλησιάζει την πραγματικότητα η παρουσίαση της τηλεοπτικής βίας και επιθετικότητας,

τόσο αποτελεσματικότερη είναι η επίδραση που ασκείται στα παιδιά και τους νέους και επιταχύνεται η διαδικασία της μάθησης της συγκεκριμένης συμπεριφοράς. Τρόποι συμπεριφοράς που παρουσιάζονται σε τηλεοπτικές σκηνές βίας και επιθετικότητας και είναι ή μπορεί να μοιάζουν ρεαλιστικοί και φαίνεται ότι συμβαίνουν σε γνώσιμο ή όμοιο περιβάλλον, με αυτό που ζει και κινείται ο τηλεθεατής είναι δυνατόν με τη διαδικασία της παρατήρησης να μαθευτούν από αυτόν και να εκδηλωθεί μακροπρόθεσμα η επιθετική συμπεριφορά.

Εκείνο όμως που έχει ιδιαίτερη βαρύτητα είναι η μεγάλη σημασία που αποδίδεται στην κοινωνική πραγματικότητα από τους εκπροσώπους της κοινωνικής θεωρίας της μάθησης με παρατήρηση. Μέσα στον κοινωνικο-πολιτικό περίγυρο, όπου οι άνθρωποι αλληλοεπηρεάζονται και διαμορφώνουν την κοινωνική τους συμπεριφορά, η μαθημένη από το τηλεοπτικό πρότυπο επιθετική συμπεριφορά, εκτός από το ότι εκδηλώνεται κάποια στιγμή σε αυτό το χώρο, είναι δυνατόν να μεταβιβαστεί και στη συνέχεια να μαθευτεί και από άλλα μέλη της κοινωνικής ομάδας του τηλεθεατή.

Αυτό επισημαίνει ο A. Bandura, όταν παρατηρεί ότι η ενδοανθρώπινη συμπεριφορά είναι κοινωνική και όχι ατομική υπόθεση. Έτσι εφ' όσον όλοι είναι μέλη της ίδιας κοινωνικής ομάδας είναι δυνατόν να πέσουν θύματα της αυξημένης επιθετικότητας, εκείνων που είναι ένθερμοι τηλεθεατές.

Η συσσωρευτική δράση της επιθετικής συμπεριφοράς στους τηλεθεατές είναι πραγματικά μεγάλη, επειδή ακριβώς έχει μεγάλη δύναμη η μάθηση με παρατήρηση, όπως επισημαίνουν και πολλοί άλλοι ερευνητές.

Πολύ σημαντική είναι επίσης και η άλλη κοινωνική διάσταση, η οποία σχετίζεται με τον τρόπο

εκδήλωσης της επιθετικότητας και προπάντων η συσχέτιση των αιτιών της επιθετικής συμπεριφοράς με τις κοινωνικοπολιτιστικές συνθήκες και προϋποθέσεις του περιβάλλοντος του επιτιθέμενου καθώς και με τους τρόπους αντιμετώπισής τους από τον κοινωνικό του περίγυρο. Οι βασικότερες και σταθερότερες αλλαγές τρόπων επιθετικής συμπεριφοράς επιτυγχάνονται τότε, όταν μπορούν να αλλάξουν τα κοινωνικά αίτια και οι υπόλοιπες κοινωνικές ενισχυτικές πρακτικές, που κυριαρχούν στις διάφορες υποκουλτούρες. Με αυτή ακριβώς τη μετατόπιση της επιθετικής συμπεριφοράς στα κοινωνικο-πολιτιστικά αίτια μπορεί να μελετηθεί περισσότερο και να αντιμετωπιστεί η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα. Ο A. Bandura υποστηρίζει ότι η τηλεοπτική βία και οι αντιδράσεις των τηλεθεατών μπορούν να γίνουν πολύ περισσότερο κατανοητές, όταν εξετάζονται από την οπτική γωνία της κοινωνικής επιρροής, παρά από την οπτική γωνία των ατομικών χαρακτηρισολογικών παραγόντων, όπως άλλωστε συμβαίνει και με πολλά άλλα προβλήματα στον τομέα της επιθετικής συμπεριφοράς.

Αμφιβολία για τη δυνατότητα της μεταβίβασης των συμπερασμάτων των ερευνών του A. Bandura στην πραγματικότητα εκφράζει η E. E. Maccoby (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ. Π. Γρηγόρης, Αθήνα 1992). Κατά αυτήν τίθεται σε αμφισβήτηση η δυνατότητα να μεταφερθούν οι τρόποι συμπεριφοράς των παιδιών που παρατηρήθηκαν κατά τη διεξαγωγή των πειραματικών ερευνών σε υποκατάστατα ζωντανών οργανισμών σε πραγματικές συνθήκες και μάλιστα εναντίον ανθρώπων.

Αλλά και ο J. Aronfreed (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδρά-

σεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992) εκφράζει τις αμφιβολίες του για την ορθότητα των αποτελεσμάτων των ερευνών σχετικά με τη θεωρία της κοινωνικής μάθησης. Αυτός ισχυρίζεται ότι τα αίτια για την εκδήλωση μιας μορφής συμπεριφοράς του παρατηρητή, όμοιας με αυτήν του τηλεοπτικού προτύπου, θα πρέπει να αναζητηθούν λιγότερο σε διαδικασίες μάθησης και περισσότερο στην ομοιότητα του χώρου, όπου δρα και κινείται το τηλεοπτικό πρότυπο.

#### δ. Η θεωρία της κοινωνικής μάθησης με μίμηση

Είναι μια θεωρία συναφής και συγγενικής μορφής με τη θεωρία της κοινωνικής μάθησης με παρατήρηση, η οποία στη διεθνή βιβλιογραφία ταυτίζεται πολλές φορές με αυτή. Μερικοί ερευνητές δεν κάνουν κανένα διαχωρισμό μεταξύ αυτών των δύο, ενώ κάποιοι άλλοι δεν την αναφέρουν και δεν κάνουν λόγο για αυτή γιατί την θεωρούν ξεπερασμένη.

Σύμφωνα με τον Βασίλη Κ. Βουϊδάσκη ("Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992) βασική της θέση είναι ότι το τηλεοπτικό επιθετικό πρότυπο είναι δυνατόν να γίνει αντικείμενο μίμησης από τους τηλεθεατές και προπάντων από τα παιδιά και τους νέους και στηρίζεται στην επιστημονική άποψη ότι η μίμηση, όπως και όλοι οι άλλοι τρόποι συμπεριφοράς, μαθαίνεται και δεν βασίζεται σε κάποιους εκ γενετής μηχανισμούς.

Κύριοι εισηγητές και στη θεωρία της κοινωνικής μάθησης με μίμηση είναι ο Α. Bandura και οι συνεργάτες του. Μετά από μια σειρά πειραματικών ερευνών, οδηγήθηκαν στο συμπέρασμα ότι τα άτομα που είδαν ένα φιλμ με επιθετικό περιεχόμενο μιμήθηκαν το επι-



θετικό πρότυπο και παρουσίασαν λιγότερες αναστολές από άλλα άτομα, που δεν είδαν το επιθετικό πρότυπο.

Οι ερευνητές της θεωρίας αυτής εξετάζουν κυρίως το ρόλο που παίζει η ενίσχυση - θετική ή αρνητική - της συμπεριφοράς του επιθετικού προτύπου και η επίδραση που ασκεί στη μίμηση της επιθετικής του συμπεριφοράς στους τηλεθεατές και προπάντων στα παιδιά, που ως γνωστό, έχουν ιδιαίτερη ικανότητα να μιμούνται τη συμπεριφορά των μεγάλων.

Η επίδραση του παράγοντα της ενίσχυσης ερευνήθηκε σε πολλά πειράματα από τον A. Bandura και τους συνεργάτες του. Παρουσίασε στα παιδιά των πειραματικών του ομάδων την επιθετική συμπεριφορά του προτύπου φιλμ με διαφορετικές συνέπειες. Διαπίστωσε τότε, ότι όταν το πρότυπο στην παρουσιαζόμενη σκηνή βίας και επιθετικότητας τιμωρήθηκε, τότε τα παιδιά της πειραματικής ομάδας μιμήθηκαν αυτή τη συγκεκριμένη συμπεριφορά πολύ λιγότερο παρά όταν αυτό το πρότυπο ανταμείφθηκε ή δεν τιμωρήθηκε καθόλου.

Η σχέση ομοιότητας ή ανομοιότητας του επιθετικού τηλεοπτικού προτύπου με τους αποδέκτες, αναφορικά με τις μεταβλητές ηλικία και φύλο, παίζει σημαντικό ρόλο για τη μίμηση της επιθετικής συμπεριφοράς του. Σύμφωνα με τον A. Bandura (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π. Γρηγόρης, Αθήνα 1992), τα αγόρια μιμούνται την επιθετική συμπεριφορά ενός αντρικού προτύπου περισσότερο από όσο τα κορίτσια, δεν μιμούνται όμως το ίδιο και τη συμπεριφορά ενός γυναικείου προτύπου. Αντίθετα τα κορίτσια μιμούνται λεκτικά πολύ περισσότερο ένα γυναικείο πρότυπο από ότι τα αγόρια. Αξιοπρόσεκτα είναι επίσης και τα

αποτελέσματα των πειραματικών ερευνών του D.Hicks (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992) σχετικά με την ηλικία. Κατ'αυτόν τα αγόρια μιμούνται τις παρουσιαζόμενες σκηνές βίας και επιθετικότητας, όταν το τηλεοπτικό πρότυπο είναι ένα συνομήλικο αγόρι, λιγότερο, όταν το πρόσωπο-πρότυπο είναι γυναίκα, σημαντικά λιγότερο, όταν οι επιθετικές πράξεις παρουσιάζονται από ένα ενήλικα ή ένα συνομήλικο κορίτσι.

Στη σύγχρονη έρευνα, κυρίως στον αγγλοσαξωνικό χώρο, καταλαμβάνει μια διαφοροποιημένη μορφή χώρο, η θεωρία της μίμησης με υποβολή και αναφέρεται περισσότερο στους νέους και ενήλικες. Σύμφωνα με αυτή, η μετάδοση από τα μαζικά μέσα επικοινωνίας τόσο της επινοημένης βίας όσο και η γνωστοποίηση ιδιαίτερα σημαντικών κοινωνικών γεγονότων μέσα από αυτά σαν αποτέλεσμα της βίαιης και επιθετικής συμπεριφοράς έχουν τη δύναμη να επηρεάζουν βραχυπρόθεσμα τους αποδέκτες τους, με συνέπεια να τους υποβάλλουν και να τους οδηγούν στη μίμηση εκείνων των επιθετικών πράξεων που μεταδόθηκαν.

Σύμφωνα με τον Βασίλη Κ.Βουϊδάσκη ("Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992), κύριος εισηγητής και υποστηρικτής αυτής της θεωρίας της μίμησης με υποβολή είναι ο D.P.Phillips.

Αυτός προσπάθησε σε μια σειρά από έρευνες που έκανε στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, να προσεγγίσει και να εξηγήσει εκείνη τη μορφή της κοινωνικής βίας και επιθετικότητας, της οποίας τα αποτελέσματα επιστρέφουν στον ίδιο το δράστη, όπου και

ταυτίζεται το θύμα με το θύτη, δηλαδή την αυτοκτονία. Προσπάθησε, δηλαδή, να ερευνηθεί εκείνο το κοινωνικό φαινόμενο, με το οποίο ασχολήθηκε πρώτος με εμπειρικά και στατιστικά δεδομένα ο E.Durkheim στο γνωστό έργο του ("Η αυτοκτονία", *Le Suicide. Etude de sociologie*, Paris, Alcan, 1987, P.U.F., 1960). Ενώ όμως η έρευνα του E.Durkheim οδήγησε στη διάγνωση των κοινωνικών αιτιών της αυτοκτονίας, ο D.P.Phillips προσπάθησε να διαπιστώσει την επίδραση, την οποία ασκούν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και φυσικά πολύ περισσότερο η τηλεόραση στην αναπαραγωγή του φαινομένου της αυτοκτονίας με μίμηση μέσω υποβολής.

Σύμφωνα με τον Βασίλη Κ.Βουϊδάσκη ("Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992), τις αδυναμίες της θεωρίας της μίμησης και με τις δύο της μορφές επισημαίνουν πολλοί ερευνητές εκφράζοντας συγχρόνως και τις αμφιβολίες τους για την εγκυρότητα των πορισμάτων τους. Σχολιάζοντας ο M.Kunczík τον ισχυρισμό του A.Bandura ότι η τηλεοπτική βία αυξάνει πραγματικά την επιθετική ετοιμότητα των παιδιών και διαμορφώνει επιθετικούς τρόπους συμπεριφοράς, εκφράζει ο ίδιος την άποψη ότι αυτό δε δικαιολογείται από τα στοιχεία που παρουσιάζει στις έρευνές του. Ειδικά δεν αναφέρεται πουθενά ότι η μίμηση μπορεί να εξαρτάται από την εκάστοτε κατάσταση, ότι δηλαδή η δυναμική επίδραση του προτύπου μπορεί να περιορίζεται μόνο στο περιβάλλον του εργαστηρίου και να μην επιδρά στους τρόπους συμπεριφοράς έξω από το εργαστήριο. Εξάλλου, συνεχίζει ο M.Kunczík, η επιχειρηματολογία του δεν μπορεί να αποδειχθεί εμπειρικά για το λόγο ότι τα παιδιά δεν διαθέτουν όπλα, με την βοήθεια των

οποίων θα εκδήλωναν στην κοινωνική πραγματικότητα την επιθετική συμπεριφορά που έμαθαν από την τηλεόραση.

ε. Η θεωρία της δικαιολόγησης της επιθετικής και της εγκληματικής συμπεριφοράς

Αποτελεί την πιο ακραία μορφή της ομάδας των θεωριών της αρνητικής επίδρασης των μέσων μαζικής επικοινωνίας και θεωρεί κυρίως την τηλεόραση με τις σκηνές βίας και επιθετικότητας που παρουσιάζει, σαν το μοναδικό υπαίτιο για την ύπαρξη της πραγματικής βίας, της επιθετικότητας και της εγκληματικότητας στην κοινωνική ζωή. Φθάνει ακόμα στην ακραία και ριζοσπαστική άποψη να υποστηρίξει ότι και ο δράστης οποιασδήποτε εγκληματικής και βίαιης πράξης δεν είναι τίποτε άλλο από ένα θύμα, παρόμοιο με τα θύματά του και μοναδικός θύτης όλων πρέπει να θεωρηθεί η τηλεόραση, η οποία με την τεράστια επίδραση που ασκεί πάνω στους τηλεθεατές τους οδηγεί δήθεν χωρίς τη θέλησή τους, σε επιθετικές ενέργειες και εγκληματικές συμπεριφορές.

Πολλοί, χωρίς να αναφέρονται άμεσα στη θεωρία της δικαιολόγησης της επιθετικής συμπεριφοράς και του εγκλήματος, αποδίδουν βαρείς χαρακτηρισμούς στα μέσα μαζικής επικοινωνίας και ιδιαίτερα στην τηλεόραση για την επίδραση που ασκεί πάνω στους τηλεθεατές παρουσιάζοντας τόσο συχνά βία και επιθετικότητα.

Με αυτό τον τρόπο αναγνωρίζουν την τεράστια δύναμη της επίδρασής τους, και τη θεωρούν ικανή να οδηγήσει στην επιθετική συμπεριφορά κυρίως τους νεαρούς τηλεθεατές. Ακόμη την κατηγορούν ότι προκαλεί κυρίως την ολοκληρωτική αποευσαισθητοποίησή τους, έτσι ώστε να τολμούν να ανακηρύσσουν τους

εαυτούς τους αθώους και να θεωρούν μοναδικό υπεύθυνο για όλα την τηλεόραση.

Η τηλεόραση παρουσιάζει και με αυτό τον τρόπο απλοποιεί και βοηθά την εξάπλωση εγκληματικών τεχνικών και προτύπων πράξεων βίας, σκοτώνει την ευαισθησία του ατόμου και καταργεί τους περιορισμούς, που μπαίνουν στις ανθρώπινες κοινωνίες με τους κανόνες συμπεριφοράς και τις κοινωνικές αξίες. Δείχνει παραπλανητικές εικόνες για τον κόσμο και τη ζωή, εξηγεί εσφαλμένα την επιθετικότητα και την εγκληματικότητα και αυξάνει την ετοιμότητα για την αποδοχή και αυτόν ακόμα που κοινωνικά θεωρείται λανθασμένο και μη έντιμο.

### 3. Η ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΒΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΤΩ ΑΠΟ ΤΟ ΦΩΣ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- ° Η έρευνα του W.A.Belson : "Η τηλεοπτική βία και ο έφηβος" (Belson, W.A., Television Violence and Adolescent Boy, Published by Saxon House, Westmead, Farnborough, Hampshire, England, 1978). Από το βιβλίο του Βασίλη Κ.Βουϊδάσκη: "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992)

#### α. Στόχοι, πορεία και μεθοδολογία

Πρόκειται για μια αξιολογή μακροχρόνια εμπειρική κοινωνική έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε στη Μεγάλη Βρετανία από έναν ερευνητή και την βοήθεια άλλων. Στόχος της έρευνας του W.A.Belson ήταν να εξακριβώσει την ορθότητα ή όχι κάποιων αρχικών βα-

σικών υποθέσεων, οι οποίες ερευνούσαν την σχέση της έκθεσης των νέων στην τηλεοπτική βία με τον τρόπο συμπεριφοράς, με τις στάσεις και τις γνώμες των ίδιων απέναντι στη βία. Οι υποθέσεις κλειδιά της έρευνας ήταν:

- 1) Η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία αυξάνει το βαθμό, στον οποίο τα αγόρια αποκτούν βίαιη συμπεριφορά σοβαρής μορφής και
- 2) Η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία αυξάνει το βαθμό, στον οποίο οι νέοι συμπεριφέρονται γενικά.

Πέρα από αυτές υπήρχαν και πολλές άλλες υπο-υποθέσεις. Από αυτές 84 ερευνούσαν την σχέση συγκεκριμένου είδους της τηλεοπτικής βίας με τη συμπεριφορά ή τις στάσεις ή τις γνώμες των αγοριών για τη βία. Οι 44 ερευνήθηκαν για λόγους ελέγχου και οι άλλες 62 για να φανεί, αν άλλοι παράγοντες ήταν υπεύθυνοι για τα αποτελέσματα της τηλεοπτικής βίας πάνω στους νέους. Άλλες 66 υπο-υποθέσεις ασχολούνταν με την επίδραση τριών άλλων μέσων μαζικής επικοινωνίας πάνω στην συμπεριφορά, στις στάσεις και στις γνώμες των αγοριών.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο Λονδίνο το 1978 σε δύο στάδια, το προπαρασκευαστικό και το στάδιο της κύριας έρευνας, με δείγμα 1565 αγόρια, ηλικίας 12-18 ετών.

Η στρατηγική της έρευνας σχετικά με τις αιτιώδεις υποθέσεις είχε σαν σκοπό να φθάσει στο συμπέρασμα ότι κάθε διαφορά στην συμπεριφορά μεταξύ της πειραματικής ομάδας και της ομάδας ελέγχου οφείλεται στο γεγονός ότι τα μέλη της πειραματικής ομάδας παρακολουθούσαν περισσότερη τηλεοπτική βίαιη συμπεριφορά και ότι η τάση της για περισσότερη παρακολούθηση βίας οφειλόταν ακριβώς στο γεγονός ότι παρακολουθούσαν τηλεοπτικές εκπομπές με πολύ βία. Θέ-

λησαν δηλαδή να αποδείξουν ότι υπάρχει μια αμφίδρομη και διαλεκτική σχέση μεταξύ τους.

#### β. Αποτελέσματα της έρευνας

Μετά από την ολοκλήρωση της έρευνας και την επεξεργασία των στατιστικών και άλλων ερευνητικών δεδομένων, ο ερευνητής κατέληξε στα παρακάτω συμπεράσματα: 1) επίδραση της τηλεοπτικής βίας στην πρόκληση βίαιης συμπεριφοράς και 2) συνοπτική παρουσίαση των ευρημάτων της έρευνας και σχόλια του ερευνητή.

#### 1) ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΒΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

α) Κατ'αρχήν ο W.A.Belson (Belson, W.A., Television Violence and Adolescent Boy, Published by Saxon House, Westmead, Farnborough, Hampshire, England, 1978) μέτρησε στα αγόρια την συχνότητα εμφάνισης της προθυμίας ή επιθυμίας να εκτελέσουν πράξεις βίας συγκεκριμένου είδους, από εκείνα τα είδη βίας, που πρόβαλε η τηλεόραση. Μετά την αξιολόγηση των κοινωνικών συνθηκών σε σχέση με αυτή την επιθυμία, οι έφηβοι κατατάχτηκαν σε έξι κατηγορίες, ανάλογα με το επίπεδο σοβαρότητας των πράξεων βίας που ήθελαν να διαπράξουν.

Σε σχέση με ορισμένα χαρακτηριστικά των εφήβων, διαπιστώθηκε ότι η βία σοβαρού επιπέδου στα αγόρια σχετιζόταν θετικά με το σκασίarchieio, με τη δυσaréσκεia του έφηβου στο γυμνάσιο, με το κλέψιμο γλυκών και άλλων από κάποια καταστήματα και αρνητικά με το επάγγελμα του πατέρα. Τα έγχρωμα αγόρια παρουσίαζαν συχνότερα την επιθυμία να δείξουν βίαιη συμπεριφορά στα μέσα επίπεδα βίας και λιγότερες φο-

ρές τα χαμηλά και στα υψηλά επίπεδα, ενώ οι μαθητές προχωρημένης ηλικίας 17-18 εμφάνιζαν την τάση να είναι λιγότερο βίαιοι.

β) Ο W.A. Belson (Belson, W.A., *Television Violence and Adolescent Boy*, Published by Saxon House, Westmead, Farnborough, Hampshire, England, 1978) με βάση τα συμπεράσματα της έρευνάς του υποστήριξε, ότι η μεγάλη έκθεση των αγοριών στην τηλεοπτική βία αυξάνει το βαθμό, στον οποίο αυτά έκαναν βίαιες πράξεις, χωρίς όμως αυτό να είχε σχέση με το επίπεδο της σοβαρότητας των βίαιων πράξεων. Για τη βίαιη συμπεριφορά κάτω από το σοβαρό επίπεδο υπήρχε η πιθανότητα ότι τα δεδομένα για τα λιγότερο σοβαρά επίπεδα βίας ήταν μέχρι ενός σημείου αντανάκλαση του γεγονότος ότι τα βίαια αγόρια καθοδηγούνταν από τις περισσότερο βίαιες προδιαθέσεις τους για να βλέπουν τηλεοπτική βία.

Σχετικά με τις σοβαρές μορφές βίας φάνηκε ότι δεν συνέβαινε κάτι τέτοιο, αλλά ότι η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία αύξανε και το βαθμό εκτέλεσης των πράξεων βίας.

Για τις ελάχιστες βίαιες πράξεις με βάση τα δεδομένα υπήρχαν δύο πιθανές περιπτώσεις:

- 1) η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία αύξανε το βαθμό εκτέλεσης πράξεων βίας του λιγότερο σοβαρού επιπέδου και
- 2) υπήρχε μια διαλεκτική σχέση, ότι η τηλεόραση ωθούσε τα παιδιά στην εκτέλεση ελάχιστα βίαιων πράξεων και η εκτέλεση βίαιων πράξεων τα παρακινούσε για την παρακολούθηση της τηλεοπτικής βίας.



γ) Επίσης διαπιστώθηκε ότι τα έγχρωμα παιδιά έβλεπαν περισσότερη βία στα κόμικς και στις εφημερίδες και λιγότερη στην τηλεόραση, όπως επίσης και οι έφηβοι που προέρχονταν από πολυμελείς οικογένειες. Αυτά που ήταν δυνατά και γεροδεμένα έβλεπαν περισσότερη βία στην τηλεόραση, στα φιλμ και στις εφημερίδες και λιγότερη στα κόμικς, όπως επίσης και αυτά μεγαλύτερης ηλικίας.

ε) Σύμφωνα με τα τελικά συμπεράσματα της έρευνας του W.A.Belson (Belson, W.A., *Television Violence and Adolescent Boy*, Published by Saxon House, Westmead, Farnborough, Hampshire, England, 1978) διαπιστώσε ότι δεν επαληθεύτηκε η υπόθεση, ότι η έκθεση των εφήβων στην τηλεοπτική βία τα έκανε πραγματικά σκληρότερα στο περιβάλλον τους. Δεν επαληθεύτηκε επίσης η υπόθεση ότι οι ειδήσεις έκαναν τους εφήβους σκληρότερους στην πραγματική βία, που συνέβαινε στο κοντινό τους περίγυρο. Το ίδιο συνέβη και με τις υποθέσεις ότι η απασχόληση των εφήβων με τα άλλα μέσα μαζικής επικοινωνίας, εφημερίδες, περιοδικά, φιλμ βίας κλπ. έκανε τα παιδιά σκληρότερα στην πραγματική βία και στη βία των ειδήσεων, δηλαδή τα έκανε σκληρότερα στη μακρινή βία.

στ) Πολύ λίγη υποστήριξη από τα δεδομένα βρήκε η υπόθεση ότι η έκθεση των αγοριών στην τηλεοπτική βία αύξανε το βαθμό, στον οποίο αυτά αισθάνονταν γοητευμένα από τη βία. Επίσης δεν επαληθεύτηκαν οι υποθέσεις ότι εκείνα τα προγράμματα, που οδηγούσαν στην αντικειμενικοποίηση της βίας, ήταν προγράμματα με εξιδανικευμένα και ρομαντική βία στα δελτία ειδήσεων. Επίσης η υπόθεση ότι η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία αύξανε το βαθμό, στον οποίο τα παι-

διά θεωρούσαν τη βία σαν ένα τρόπο επίλυσης των προβλημάτων, δεν βρήκε μεγάλη υποστήριξη. Το ίδιο δεν επαληθεύτηκαν οι υποθέσεις, ότι τα προγράμματα στα οποία η βία θεωρήθηκε δικαιολογημένη για καλούς λόγους και στα γουέστερν με βία μεταξύ Ινδιάνων και καουμπόηδων, ωθούσαν τα αγόρια να θεωρούν τη βία σαν ένα τρόπο επίλυσης προβλημάτων.

ζ) Η υπόθεση ότι η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία δημιουργούσε στα παιδιά προβλήματα κατά τον ύπνο, δεν μπορούμε να πούμε ότι επαληθεύτηκε σε μεγάλη έκταση.

η) Τέλος, ο ερευνητής διαπίστωσε, ότι δεν επαληθεύτηκε η υπόθεση ότι η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία μείωνε το βαθμό στον οποίο τα νεαρά αγόρια υπολόγιζαν τους μεγαλύτερους τους. Δεν επαληθεύτηκαν επίσης οι υποθέσεις, ότι η μεγάλη έκθεση στη βία των ανάλογων ταινιών και εφημερίδων αυξάνει το βαθμό, στον οποίο τα αγόρια δεν υπολόγιζαν τους άλλους. Η υπόθεση, ότι η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία ελάττωνε το σεβασμό των αγοριών στη βία των ταινιών και εφημερίδων, μείωνε το σεβασμό προς τους άλλους δεν διαπιστώθηκε.

## 2) ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΟ ΤΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΗ

Συνοψίζοντας ο W.A. Belson (Belson, W.A., Television Violence and Adolescent Boy, Published by Saxon House, Westmead, Farnborough, Hampshire, England, 1978) τα πορίσματα της έρευνας του, σχετικά με την επίδραση της τηλεοπτικής βίας στα αγόρια, κατέληξε στα παρακάτω συνοπτικά συμπεράσματα :

1. Στους νέους που έβλεπαν πολύ συχνά σκηνές βίας στην τηλεόραση, αύξανε και ο αριθμός και ο βαθμός εκτέλεσης πράξεων βίας σοβαρής και ελαφράς μορφής. Στις περιπτώσεις διάπραξης ελαφράς μορφής βίας παρατηρήθηκε μια διαλεκτική σχέση, κατά την οποία η τηλεόραση ωθούσε τα παιδιά σε βίαιες πράξεις, αλλά και η ίδια η εκτέλεση αυτών των πράξεων τα οδηγούσε στην παρακολούθηση περισσότερης βίας στην τηλεόραση. Αντίθετα στις περιπτώσεις με σοβαρές μορφές τηλεοπτικής βίας δεν φάνηκε να υπάρχει η ίδια διαλεκτική σχέση.

2. Από τα συμπεράσματα φάνηκε επίσης ότι περισσότερο ωθούσαν τα παιδιά στην εκδήλωση βίαιης συμπεριφοράς τα προγράμματα, στα οποία εμφανιζόταν η βία στο πλαίσιο των διαπροσωπικών σχέσεων. Τα παιδιά στη βία δεν οδηγούσαν τα προγράμματα με αθλητική βία, η βία στα σήριαλ και οι εκπομπές επιστημονικής φαντασίας καθώς και τα κωμικά προγράμματα με λεκτική βία.

3. Η μεγάλη έκθεση των αγοριών στην τηλεοπτική βία αύξανε το βαθμό της επιθετικότητας τους στα σπορ, στο παιχνίδι και το βαθμό της χρησιμοποίησης άσχημου λεξιλογίου. Αντίθετα δεν φάνηκε με πολύ σιγουριά να ισχύει το αντίθετο, ότι δηλαδή η επιθετικότητα των παιδιών στα σπορ ή στο παιχνίδι και το άσχημο λεξιλόγιο ήταν εκείνα που τα ωθούσαν και τα προκαλούσαν να παρακολουθούν τηλεοπτική βία.

4. Δεν αποδείχτηκε με αρκετά στοιχεία, ότι υπήρχαν συνειδητές στάσεις των εφήβων απέναντι στη βία και ότι η μεγάλη έκθεσή τους στην τηλεοπτική βία τους ωθούσε να διαπράξουν πράξεις παρόμοιες με εκείνες που παρακολούθησαν στην τηλεόραση, ή ότι τους έκανε σκληρότερους προς το περιβάλλον τους. Για τους ίδιους λόγους δεν φάνηκε ότι η τηλεοπτική

βία ωθούσε τους νεαρούς εφήβους να θεωρούν τη βία στοιχείο απαραίτητο της ανθρώπινης ζωής, να τη δέχονται σαν ένα τρόπο επίλυσης προβλημάτων, δεν τους δημιουργούσε προβλήματα στον ύπνο και δε γινόταν αφορμή να μειωθεί ο σεβασμός τους προς τους άλλους ανθρώπους καθώς και προς την εξουσία.

5. Ο W.A.Belson (Belson, W.A., *Television Violence and Adolescent Boy*, Published by Saxon House, Westmead, Farnborough, Hampshire, England, 1978) με βάση τα ερευνητικά του ευρήματα αναγνωρίζει, ότι η έκθεση των αγοριών στην τηλεοπτική βία τους οδηγούσε πρώτα στη βία ελαφράς και μετά στη βία σοβαρής μορφής. Η βία, η οποία παρουσιαζόταν στην τηλεόραση, ήταν μη προσχεδιασμένη και δεν χρειαζόταν ιδιαίτερες ικανότητες για να εφαρμοστεί από τους εφήβους. Έτσι, οι συνηθισμένοι καθημερινοί εκνευρισμοί και οι πιέσεις που γίνονταν στα αγόρια τα οδηγούσαν στη διάπραξη βίας αυτού του είδους.

6. Φάνηκε ακόμα ότι η τηλεοπτική βία δεν ωθούσε τα αγόρια να εκτελούν ή να επιθυμούν να εκτελέσουν βίαιες πράξεις. Δεν αποκλείστηκε όμως η πιθανότητα, η βία που εκδήλωναν οι έφηβοι να ήταν αντανάκλαση της εσωτερικής τους βίας που εξωτερικευόταν εξαιτίας της τηλεόρασης. Τα αγόρια δεν διέπρατταν ακριβώς τη βία που έβλεπαν στην τηλεόραση. Άρα, μπορεί να πει κανένας ότι υπήρχε μια διαδικασία καταστολής της βίας, λόγω της μη ύπαρξης των συγκεκριμένων συνθηκών που χρειαζόνταν για να εκδηλωθεί. Η ένδειξη, ότι όταν εμφανίζονταν παράλληλα και αλλαγές στη στάση τους απέναντι στη βία, δείχνει ότι υπήρχε ένας αργός και ασυνείδητος μηχανισμός αλλαγής της συμπεριφοράς των νεαρών.

7. Φάνηκε επίσης ότι η μεγάλη έκθεση σε προγράμματα με λεκτική βία αύξησε το άσχημο λεξιλόγιο

των νεαρών ή η μεγάλη έκθεση σε αθλητικές εκπομπές με βία αύξησε το βαθμό στον οποίο οι έφηβοι ήταν βίαιοι στις εκδηλώσεις τους στον αθλητισμό και στις άλλες συγκεντρώσεις τους. Η βία που προβαλλόταν από την τηλεόραση, δεν ήταν προσχεδιασμένη και ούτε εξειδικευμένη, γι' αυτό μπορούσε εύκολα να υιοθετηθεί και να εφαρμοστεί από τους νέους και στην κοινωνική τους ζωή.

8. Όπως παρατήρησε ο ερευνητής, τα δεδομένα υποστήριξαν κατά κάποιο τρόπο τη θεωρία της κάθαρσης, ότι δηλαδή τα αγόρια παρακολουθούσαν τηλεοπτική βία για να απαλλαγούν από τη δική τους. Αυτή ωστόσο η εκδοχή δεν επαληθεύτηκε και αντικρούστηκε από το γεγονός, ότι η έκθεση των νεαρών στη βία που πρόβαλλε η τηλεόραση δεν τα εκτόνωσε από τις βίαιες και επιθετικές τους τάσεις, αλλά αντίθετα τους έκανε περισσότερο βίαιους, άσχετα αν άλλοι ερευνητές υποστήριζαν ότι μόνο ορισμένες μορφές βίας δέχονται καθαρτικά αποτελέσματα.

9. Ανακεφαλαιώνοντας ο W.A. Belson αναγνώρισε πως τα συμπεράσματά του έδειξαν ότι η έκθεση των νεαρών στην τηλεοπτική βία αυξάνει τη βίαιη συμπεριφορά τους στην κοινωνική τους ζωή και ότι μιμούνται την τηλεοπτική βία. Για να υπάρξουν θετικά αποτελέσματα στην αντιμετώπιση αυτής της κατάστασης και κυρίως άμεσες συνέπειες στη διαφοροποίηση των στάσεων των νέων έναντι της βίας, θα πρέπει να φύγει η βία από την τηλεόραση. Σύμφωνα με αυτόν θα πρέπει να μειωθεί γενικά το σύνολο της τηλεοπτικής βίας, για να μειωθεί η προβολή της σοβαρής βίας, να μειωθεί η βία, η οποία δεν αποτελεί απαραίτητο μέρος του σεναρίου και να μειωθούν επίσης οι εκπομπές που περιέχουν σκληρή τηλεοπτική βία.

#### 4. Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΙΗΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΕ ΣΥΝΑΦΕΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΗ ΒΙΑ

##### 1. Γενική θεώρηση

α. Τα ήθη και τα έθιμα, το σύστημα αξιών και οι κανόνες συμπεριφοράς κάθε κοινωνικής ομάδας δεν μεταβιβάζονται βιολογικά από την προηγούμενη γενιά στην επόμενη. Ολόκληρη η πολιτισμική κληρονομιά, η μητρική γλώσσα, οι κοινωνικές αξίες και νόρμες, οι μορφές συμπεριφοράς μαθαίνονται και μεταβιβάζονται στους νέους ανθρώπους με τη βοήθεια των πολιτισμικών προτύπων του κοινωνικού περιβάλλοντος. Αυτή ακριβώς η δύναμη των μεσολαβητικών προτύπων και η δυνατότητα των νέων ανθρώπων αλλά και των παιδιών να αποδέχονται, να αφομοιώνουν και να εσωτερικεύουν τις κοινωνικές αξίες και νόρμες, παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμορφωσή τους σε κοινωνικο-πολιτισμική προσωπικότητα για την ολοκλήρωση και την ένταξή τους στην ομάδα και στην κοινωνία γενικώτερα. Όλα αυτά πραγματώνονται μόνο με τη διαδικασία της κοινωνικοποίησης κυρίως μέσα στις πρωτογενείς ομάδες, δηλαδή την οικογένεια, το σχολείο και την ομάδα συνομηλικών της γειτονιάς, αλλά και στις δευτερογενείς ομάδες κοινωνικοποίησης στη συνέχεια.

Επιστήμονες που ασχολούνται συστηματικά με το ρόλο που παίζουν και τις επιδράσεις που ασκούν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας στους νέους και στα παιδιά, αποδίδουν σε αυτά κοινωνικοποιητικές ιδιότητες. Ειδικά η τηλεόραση με τις τεράστιες δυνατότητες επίδρασής τους θεωρείται από πολλούς δευτερογενής ή ακόμα και πρωτογενής παράγοντας κοινωνικοποίησης και μερικοί την τοποθετούν δίπλα στην οικογένεια και το σχολείο.

Ο Α. Silbermann (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992) παραδέχεται ότι η τηλεόραση σήμερα, ως ένα ορισμένο σημείο, είναι η μεγαλύτερη πηγή κοινών βιωμάτων στη ζωή των παιδιών και των νέων και ότι αυτή μαζί με το σχολείο ανήκει στους αποφασιστικούς παράγοντες κοινωνικοποίησης. Γι' αυτό και μπορεί κανένας να μιλά για μια "οργανωμένη" ή "θεσμοθετημένη" κοινωνικοποίηση.

β. Όπως ακριβώς στη διαδικασία της κοινωνικοποίησης του νέου ανθρώπου στις ομάδες κοινωνικοποίησης, το ίδιο και κατά την κοινωνικοποιητική διαδικασία από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας υπάρχουν, εκτός των άλλων, και οι δύο βασικοί παράγοντες: Αυτός που κοινωνικοποιεί και εκείνος που κοινωνικοποιείται. Εάν όμως στην πρώτη περίπτωση η επίδραση των φορέων της κοινωνικοποίησης, γονέων και δασκάλων, είναι μονόδρομη προς την κατεύθυνση των παιδιών και των νέων και καθοριστική γι' αυτά, στη δεύτερη περίπτωση υπάρχει αμοιβαιότητα και κοινωνικοποιητική αλληλεπίδραση μεταξύ του επικοινωνού και του αποδέκτη.

Σύμφωνα με τον F. Ronneberger (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992) κοινωνικοποίηση από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας είναι η αμφίδρομη διαδικασία που συντελείται συγχρόνως τόσο στο επίπεδο του επικοινωνού, όσο και στο επίπεδο του αποδέκτη. Η ίδια δημιουργία του μηνύματος αποτελεί την κοινωνικοποίηση του επικοινωνού από τη μεριά του αποδέκτη. Αντίθετα το περιεχόμενο και η σημασία του μηνύματος, η μεταβίβασή του στον αποδέκτη, η επε-

ξεργασία και η κατανόησή του με την έννοια της επιρροής σε στάσεις και συμπεριφορά, αποτελεί την κοινωνικοποίηση του αποδέκτη από τη μεριά του επικοινωνού.

Οι κοινωνικο-πολιτιστικές αλλαγές και οι διαφορές πιέσεις στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο επηρεάζουν άμεσα και σε μεγαλύτερο βαθμό τους κοινωνικοποιητικούς φορείς των πρωτογενών ομάδων και έμμεσα και λιγότερο τους δέκτες τους. Αυτό βέβαια δε συμβαίνει με την κοινωνικοποίηση από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Ολοι οι φορείς ρόλων, που συμμετέχουν στη διαδικασία των μέσων μαζικής επικοινωνίας, υπόκεινται σε ιδιαίτερο μέτρο στην επιρροή και στις πιέσεις των προτύπων και των τάσεων, που ισχύουν σε κάθε στιγμή της επικοινωνιακής διαδικασίας, ακόμα και σε ορισμένα ρεύματα μόδας. Κι αυτό, διότι η μαζική επικοινωνία είναι δημόσια, σε αντίθεση με την ιδιωτική επικοινωνία των πρωτογενών σχέσεων.

Οι παράγοντες που συμμετέχουν στη διαδικασία της επικοινωνίας από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και ειδικότερα κατά τη διαδικασία της κοινωνικοποίησης από αυτά, δε συνδέονται με άμεση, ζωντανή και διαπροσωπική σχέση γνωριμίας μεταξύ τους σε αντίθεση με την κοινωνικοποίηση μέσα στις διάφορες κοινωνικές ομάδες. Η επικοινωνία είναι μακρυνή και σχεδόν απρόσωπη. Υπάρχει βέβαια η πιθανότητα να αναπτυχθούν "προσωπικές" σχέσεις μεταξύ των επικοινωνών και κάποιων αποδεκτών σαν μεμονωμένα άτομα ή ακόμα και σαν ομάδες, χωρίς να γνωρίζονται και οι δύο μεριές πρόσωπο με πρόσωπο. Αυτή η περίπτωση είναι δυνατόν να εμφανιστεί στην τηλεοπτική επικοινωνία, όπου η εικόνα της δίδει πραγματικά μια κάποια άλλη διάσταση "προσωπικής" γνωριμίας και κοινωνικής σχέσης.



Θα προχωρήσουμε πιο κάτω στην παρουσίαση των κυριότερων σύγχρονων θεωρητικών προτύπων και κατευθύνσεων που προσπαθούν να εξετάσουν την διαδικασία της κοινωνικοποίησης από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Τα κυριώτερα ερμηνευτικά θεωρητικά πρότυπα είναι: 1) τα παραδοσιακά θεωρητικά πρότυπα, 2) τα αντανεκλαστικά-κριτικά θεωρητικά πρότυπα και 3) η κοινωνικοποίηση από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας σαν διαδικασία αλλαγής και πράξης.

## 2. Θεωρητικά πρότυπα ερμηνείας της κοινωνικοποίησης από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας

### A. ΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΘΕΩΡΗΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ

1. Η ηθικο-θρησκευτική κατεύθυνση: Συγχρόνως με την ανάπτυξη της έβδομης τέχνης και κυρίως μετά την εμφάνιση και την εξάπλωση της τηλεόρασης, δημιουργήθηκε στον επιστημονικό χώρο και η ανάγκη για την αναζήτηση των συνεπειών τους, ως νέων παραγόντων στην κοινωνικοποίηση του ανθρώπου. Οι πρώτες ανησυχίες παρουσιάστηκαν κυρίως στο γερμανόφωνο χώρο σαν μια νέα επιστημονική τάση στις επιστήμες της αγωγής. Αυτή η κατεύθυνση είχε σκοπό να καθοδηγήσει τα παιδιά και τους νέους στη σωστή επιλογή των κινηματογραφικών φιλμ και των τηλεοπτικών εκπομπών, προστατεύοντάς τα από τις ζημιογόνες συνέπειές τους. Από την ανάμιξη στοιχείων της πολιτιστικής απαισιοδοξίας και συντηρητικών χριστιανικών αντιλήψεων γεννήθηκε ένας φόβος για την ακαταλληλότητα ή και επικινδυνότητα αυτών των φιλμ για τα παιδιά και τους νέους. Αυτό το θέμα, που πήρε μεγάλες διαστάσεις στις συζητήσεις, αποτέλεσε τη βάση για μια ιδιαίτερη παιδαγωγική κατεύθυνση των

μέσων μαζικής επικοινωνίας, της "προστατευτικής παιδαγωγικής". Αυτή είχε σαν σκοπό να προφυλάξει και να προστατεύσει κατά κάποιο τρόπο τους νέους και τα παιδιά, να τα απομακρύνει δηλαδή από τα "κακά" φιλμ και να τα οδηγήσει μόνο στα "καλά".

Η προβληματική αυτής της προσπάθειας ήταν αρχικά η εξεύρεση ενός σωστού και αντικειμενικού κριτηρίου με το οποίο θα μπορούσε να χαρακτηριστεί "καλό" ή "κακό" ένα φιλμ ή μια τηλεοπτική εκπομπή. Σε αυτή την περίπτωση έπαιξαν προφανώς καθοριστικό ρόλο οι κοινωνικές αξίες και νόρμες, που γίνονται ή όχι αποδεκτές από το κοινωνικό σύνολο. Καλό ή κακό χαρακτηρίστηκε εκείνο το φιλμ, το οποίο θεωρούνταν έτσι από το κοινωνικοπολιτιστικό σύστημα. Στα πλαίσια αυτής της προστατευτικής παιδαγωγικής και εξαιτίας του φόβου από τις αρνητικές επιδράσεις των φιλμ και κυρίως της τηλεόρασης με τις εκπομπές με σκηνές βίας και επιθετικότητας που παρουσίαζε, στράφηκε η επιστημονική έρευνα σοβαρά προς αυτή την κατεύθυνση, για την εξερεύνηση και τη σημασία του κοινωνικοποιητικού ρόλου της τηλεόρασης σε συνδυασμό με τους άλλους φορείς της κοινωνικοποίησης, την οικογένειά και το σχολείο. Γενικά εκδηλώθηκε μεγάλη ερευνητική δραστηριότητα και έγιναν μακρές κριτικές συζητήσεις σχετικά με τις επιδράσεις της επιθετικότητας και της βίας των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Ιδιαίτερα κατά τον τελευταίο καιρό, με την εμφάνιση και την εξάπλωση της τηλεόρασης, υπήρξαν ποικιλόμορφες δραστηριότητες από τη μεριά της παιδαγωγικής για τη λήψη μέτρων αναφορικά με την αγωγή των νέων για τη χρήση των μέσων.

2. Η εμπειρική ερευνητική προσπάθεια: Αντίθετα με την παραδοσιακή ηθικό-θρησκευτική κατεύθυνση η κοινωνιολογική έρευνα σχετικά με την κοινωνι-

κοποιοητική λειτουργία των μέσων μαζικής επικοινωνίας πήρε νέες διαστάσεις στα πλαίσια της εμπειρικής έρευνας. Με την επιστημονική μεθοδολογία της εμπειρικής κοινωνικής έρευνας πολλοί ερευνητές έστρεψαν το ενδιαφέρον τους στη διαπίστωση της ποσοτικής χρήσης των μέσων μαζικής ενημέρωσης από τα παιδιά, φέρνοντας στη δημοσιότητα αξιόλογα πορίσματα των προσπάθειών τους. Εμπειρικές έρευνες τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Αμερική έδειξαν, ότι τα παιδιά γίνονται για πολλές ώρες του ελεύθερου χρόνου τους αποδέκτες των μηνυμάτων των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Ο αριθμός αυτών των ωρών καθώς και το είδος της προτίμησης των τηλεοπτικών προγραμμάτων ποικίλλουν, ανάλογα με την κοινωνική προέλευση, το φύλο και την ηλικία των παιδιών.

Η εμπειρική έρευνα εστίασε κυρίως το ενδιαφέρον στις επιδράσεις που ασκούν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και προπάντων η τηλεόραση στα παιδιά και στους νέους. Τα πορίσματα των ερευνών αυτών είναι σημαντικά αναφορικά με τις διαφοροποιήσεις που προκαλούν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας στις κοινωνικές στάσεις και θέσεις καθώς και στην κοινωνική συμπεριφορά των παιδιών και των νέων. Οι επιδράσεις λοιπόν των μηνυμάτων τους διαβεβαιώνουν την κοινωνικοποιητική τους ικανότητα. Εδώ θα πρέπει να υπογραμμιστεί, ότι αυτές οι επιδράσεις και κυρίως οι αρνητικές που προέρχονται από τις σκηνές βίας και επιθετικότητας, αλλά και η έκταση του επηρεασμού, έχουν άμεση συνάφεια με τις μεταβλητές ηλικία, φύλο, θρησκεία και κοινωνική τάξη.

Ιδιαίτερη βαρύτητα αποδίδουν οι ερευνητές στη δυνατότητα που έχει η τηλεόραση ως παράγοντας της διαδικασίας της κοινωνικοποίησης, προπάντων κατά τα πρώτα χρόνια της ζωής του παιδιού. Εκείνα που βρί-

σκονται στο στάδιο της ανάπτυξης, της αφιερώνουν πολύ χρόνο από τη ζωή τους και αυτή αποσπά την προσοχή τους από άλλες ασχολίες και από τα παιχνίδια τους. Τους μεταβιβάζει κοντά στους γονείς και στους δασκάλους νόρμες, αξίες και πρότυπο ρόλων. Όσο περισσότερη τηλεόραση βλέπει το παιδί μαζί με τους γονείς του, όσο συχνότερα γίνεται από αυτούς η επιλογή των τηλεοπτικών εκπομπών και όσο περισσότερο συζητούν σχετικά με το πρόγραμμα που παρακολούθησαν, τόσο περισσότερο εντάσσεται η τηλεόραση ως σημαντικός παράγοντας κοινωνικοποίησης κάτω από την κοινωνικοποιητική επίδραση των γονέων και των δασκάλων.

Με βάση αυτή ακριβώς την κοινωνικοποιητική δυνατότητά της η τηλεόραση μεταβιβάζει στα παιδιά και στους νέους πρότυπα συμπεριφοράς και κοινωνικούς ρόλους που δε γίνονται αποδεκτά από το κοινωνικό σύνολο και επηρεάζουν αρνητικά την κοινωνική τους συμπεριφορά.

## Β. ΤΑ ΑΝΤΑΝΑΚΛΑΣΤΙΚΑ-ΚΡΙΤΙΚΑ ΘΕΩΡΗΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ

Όλες οι θεωρητικές κατευθύνσεις σχετικά με τα μέσα μαζικής επικοινωνίας που θα αναφερθούν στη συνέχεια, στηρίζονται στις αρχές της μαρξιστικής θεωρίας. Έχουν σαν βάση την αρχή της διαλεκτικής σχέσεις μεταξύ θεωρίας και πράξης ή μεταξύ ανάλυσης και δράσης, η οποία από τη μια μεριά εξηγεί ιστορικά την εξέλιξη αυτών των θεωριών και από την άλλη συμπεριλαμβάνει και το σύγχρονο αντικείμενό τους.

Αυτές οι θεωρίες και οι θεωρητικές κατευθύνσεις που εξετάζονται στη συνέχεια είναι: 1) οι ιστορικές θεωρίες, 2) οι σύγχρονες και 3) οι θεωρίες οι προσανατολισμένες προς τη θεωρητική δράση.

1. Οι ιστορικές θεωρίες: Την αμφίδρομη δυνατότητα των μέσων μαζικής επικοινωνίας επισήμανε από πολύ νωρίς ο Β. Brecht (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992), ασκώντας συγχρόνως κριτική στη μονόδρομη και μονοπωλειακή τους χρήση. Ιδιαίτερα για το ραδιόφωνο ισχυρίστηκε ότι θα έπρεπε να μετατραπεί από μέσο διανομής σε μέσο επικοινωνίας.

Παρόμοια ήταν και η κριτική στάση του Η.Μ. Enzensberger (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992), για την πολιτική σκοπιμότητα της χρήσης του ραδιοφώνου, που εμποδίζει την αμφίδρομη λειτουργικότητα. Εντονη κριτική άσκησε εναντίον της κοινωνικοποιητικής διαδικασίας της τηλεόρασης, η οποία κατά τη γνώμη του δεν εξυπηρετεί την επικοινωνία αλλά αντίθετα την παρεμποδίζει. Αυτή δεν επιτρέπει καμιά αλληλεπίδραση μεταξύ του επικοινωνού και του τηλεθεατή, αλλά αντίθετα μειώνει την κυκλοφορία των πληροφοριών στο ελάχιστο δυνατόν.

Για την σωστή χειραφέτηση των μέσων μαζικής επικοινωνίας προτείνει τα αποκεντρωμένα προγράμματα, την κινητικότητα των μαζών, την αλληλεπίδραση των συμμετεχόντων, την πολιτική διαδικασία μάθησης με την συλλογική παραγωγή, τον κοινωνικό έλεγχο με αυτοοργάνωση καθώς και τη δυνατότητα ο κάθε δέκτης να είναι και πιθανός πομπός.

2. Οι σύγχρονες θεωρίες: Οι οπαδοί της πρώτης κατηγορίας των σύγχρονων θεωριών υποστηρίζουν ότι με την γλωσσική και σημειωτική ανάλυση, κυρίως του ιδεολογικού περιεχομένου τους, θα πρέπει να αποκαλυφθεί ο αυταρχικός και προπαγανδιστικός

χαρακτήρας των Μ.Μ.Ε. Με την κοινωνικοποιητική διαδικασία τα Μ.Μ.Ε. συμβάλλουν στη σταθεροποίηση του καπιταλιστικού συστήματος με τη μεταφορά της καπιταλιστικής ιδεολογίας στους αποδέκτες τους. Γι' αυτό ακριβώς απαιτείται οξεία κριτική στα Μ.Μ.Ε. και ειδικότερα στην τηλεόραση για την αποκάλυψη αυτού του υποκριτικού και προπαγανδιστικού χαρακτήρα τους. Μόνο έτσι είναι δυνατόν να επηρεαστεί και να ξυπνήσει η συνείδηση των αποδεκτών τους. Στην ταξική κοινωνία εκείνοι, που κατέχουν και κυριαρχούν στα μέσα μαζικής επικοινωνίας, δεν αρκούνται να εκμεταλλεύονται τις εξαρτημένες τάξεις, αλλά επιδιώκουν και το σκόπιμο επηρεασμό της συνείδησής τους. Και αυτός ακριβώς ο διανοητικός ξεπεσμός, που προκαλείται από αυτό το σκόπιμο επηρεασμό και φαίνεται στην ειδική λειτουργικότητα της τηλεόρασης στο μετακαπιταλισμό, μπορεί να γίνει περισσότερο κατανοητός από τη σχέση που υπάρχει μεταξύ των διαδικασιών της κοινωνικής παραγωγής, της κοινωνικοποίησης και της επικοινωνίας.

Στη δεύτερη κατηγορία των σύγχρονων θεωριών γίνονται αντικείμενο κριτικής οι θεσμοί των διαδικασιών των Μ.Μ.Ε., όπου αποδεικνύεται ο εμπορικός τους χαρακτήρας. Η σχέση της λειτουργίας τους καθορίζεται από την οικονομική, πολιτική και ιδεολογική αναπαραγωγή του καπιταλιστικού συστήματος, όπου φαίνεται καθαρά και ο κοινωνικοποιητικός τους χαρακτήρας. Η οικονομική σημασία της τηλεόρασης παρατηρείται, προπάντων, στις διαφημιστική της λειτουργία. Με αυτή την λειτουργία εξασφαλίζει την κυκλοφορία των καπιταλιστικών αγαθών και παράλληλα αναπαράγει το σύστημα του καπιταλιστικού ανταγωνισμού. Στο ιδεολογικό-πολιτικό επίπεδο η τηλεόραση εκπληρώνει μια λειτουργία του κράτους, το οποίο, σαν ι-

δανικός συγκεντρωτικός κεφαλαιοκράτης, έχει αποστολή να επιβάλλει την ύπαρξη του καπιταλιστικού συστήματος. Και για να το πετύχει αυτό φροντίζει μέσα από την τηλεόραση να εμφανίζεται το συμφέρον των κεφαλαιοκρατών σαν γενικό συμφέρον ολόκληρης της κοινωνίας.

3. Θεωρίες προσανατολισμένες στη θεωρητική δράση: Στην τρίτη περίπτωση συμπεριλαμβάνονται μερικές θεωρίες, οι οποίες δε βλέπουν πια τον αποδέκτη της τηλεόρασης και των άλλων μέσων μαζικής επικοινωνίας σαν απλό δέκτη, αλλά σαν εκείνον, που με τις πραγματικές του εμπειρίες μπορεί να επιδράσει σε αυτά και στα μηνύματα που εκπορεύονται από αυτά. Για την απεμπλοκή της συνείδησης των παραγωγών, εξαιτίας της λανθασμένης κοινωνικοποιητικής διαδικασίας των μέσων μαζικής επικοινωνίας στο σύγχρονο καπιταλιστικό κόσμο, απαιτείται η δημιουργία μιας συνείδησης που θα προσανατολίζεται προς το αντικειμενικό συμφέρον του προλεταριάτου. Απαιτείται η διαμόρφωση ενός προλεταριακού κοινού.

Για τη διαμόρφωση αυτού πρέπει να συμπράξουν τρεις παράγοντες: το ενδιαφέρον της παραγωγικής τάξης πρέπει να είναι η δύναμη ώθησης. Θα πρέπει να δημιουργηθεί μια μορφή επικοινωνίας, η οποία θα περιλαμβάνει τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα των τομέων της παραγωγής και του συνόλου της κοινωνίας. Τέλος δεν θα πρέπει να είναι υπερβολικά ανασταλτικές και καταστρεπτικές οι επιδράσεις, οι οποίες θα προέλθουν από την κατάρρευση της αστικής κοινωνίας κατά τη διαδικασία δημιουργίας του προλεταριακού κοινού. Αυτό το προλεταριακό κοινό δεν θα είναι τίποτε άλλο από μια μορφή εξέλιξης του προλεταριακού συμφέροντος.

## Γ. Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΤΑ Μ.Μ.Ε. ΩΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΛΛΑΓΗΣ ΚΑΙ ΠΡΑΞΗΣ

Εστιάζει ολόκληρο το δυναμισμό της κοινωνικοποιητικής διαδικασίας από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας περισσότερο στον αποδέκτη από τον επικοινωνιολόγο. Ο αποδέκτης του μηνύματος δεν γίνεται κατανοητός σαν αντικείμενο που επηρεάζεται καθοριστικά από αυτόν, αλλά θεωρείται ένα ενεργητικό μέρος της κοινωνικοποιητικής διαδικασίας με βασική δυνατότητα σκέψης, εξήγησης και δράσης. Ο αποδέκτης δε διαμορφώνεται μόνο από την κοινωνία, αλλά αυτός μετασχηματίζει και μορφοποιεί τον κοινωνικό του περίγυρο. Ιδιαίτερα όμως για την επίδραση του στα μέσα μαζικής επικοινωνίας αποκτείνεται επικοινωνιακή αρμοδιότητα και αυθεντική εμπειρία.

Για να μπορεί να επιτευχθεί αυτή η αυθεντική εμπειρία και η αντίστοιχη του σκοπού της επικοινωνιακή αρμοδιότητα στην κοινωνικοποιητική διαδικασία απαιτείται, κατά τους υποστηρικτές της, μια βασική παιδαγωγική μεσολαβητική αρχή. Αυτή η αρχή δε θα οργανώνει μόνο τη μάθηση, αλλά θα παρέχει συγχρόνως τη δυνατότητα της αυτοοργάνωσης των διαδικασιών της μάθησης από τα κοινωνικά υποκείμενα, θα επιτρέπει δηλαδή τη δράση σαν στοιχειώδη μορφή της μάθησης.

Μάθηση με δράση σημαίνει τη μάθηση με το αντικείμενο και πάνω στο αντικείμενο με αυθεντικές εμπειρίες. Αυτό για τα μέσα μαζικής επικοινωνίας σημαίνει μάθηση με την ίδια τη δραστηριότητα του αποδέκτη και την απασχόληση του με αυτά, πράγμα που τον καθιστά ικανό να παράγει δικά του προϊόντα για αυτά. Αυτή η δραστηριοποίηση και ενασχόληση με τα Μ.Μ.Ε. μπορεί σε συνδυασμό με τη συλλογική δράση να κατασκευάσει νέα προϊόντα, να δώσει κίνητρα όχι μό-



νο για αντανakλάσεις, αλλά να βοηθήσει συγχρόνως να γίνουν κατανοητά τόσο τα μέσα όσο και οι δυνατότητές τους. Μόνο οι αντανakλαστικές εμπειρίες δράσης με τα Μ.Μ.Ε. παρέχουν τη δυνατότητα να γίνουν αυτά κατανοητά σαν μέσα που έχουν κατευθυνόμενη, αντανakλαστική και συλλογική επικοινωνία και να κάνουν την αρχή για εναλλακτική συμπεριφορά και δράση.

Μόνο μια κοινή διαδικασία μάθησης, στην οποία τόσο ο ερευνητής όσο και ο "ερευνώμενος" εννοούνται σαν υποκείμενα, που δρουν με τον ίδιο τρόπο, μπορεί να περιγράψει μια διαδικασία κοινωνικοποίησης, της οποίας ο στόχος είναι η αλλαγή των ανθρώπινων καταστάσεων της ζωής, επειδή αυτή περιλαμβάνει δρώντα υποκείμενα σαν φορείς αλλαγής στην ερευνητική διαδικασία (Βασίλης Κ.Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992, σελ. 149).

#### Δ. ΚΡΙΤΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ

Αξιο παρατήρησης είναι το γεγονός ότι τα παραδοσιακά θεωρητικά πρότυπα, τόσο τα ηθικο-θρησκευτικά όσο και τα εμπειρικά, συνδέουν άμεσα την κοινωνικοποιητική διαδικασία από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας με την επιθετικότητα και τη βία, πράγμα που δεν συμβαίνει με τα αντανakλαστικά-κριτικά πρότυπα. Οι εκπρόσωποι τους ασκούν οξεία κριτική όχι τόσο στα ίδια τα Μ.Μ.Ε. όσο στην κοινωνική τους δυσλειτουργικότητα και την εκμεταλλευτική τους εμπλοκή στο σύγχρονο καπιταλιστικό σύστημα. Κάτω από την οπτική γωνία μαρξιστικών και νεομαρξιστικών αντιλήψεων αναζητούν επίσης λύσεις για τη σωστή λειτουργία τόσο των μέσων μαζικής επικοινωνίας όσο και της κοινωνίας ολόκληρης.

Με αυτή την τελευταία πρόταση δίδεται το στίγμα, με το οποίο διαφαίνεται η προσπάθεια των οπαδών αυτών των αντανακλαστικών-κριτικών μοντέλων να τα συνδέσουν με την κοινωνικοποιητική λειτουργία των Μ.Μ.Ε., την επιθετικότητα και τη βία καθώς και με τις βαθύτερες κοινωνικές δομές. Υποστηρίζουν ότι το σύστημα μαζικής επικοινωνίας όχι μόνο υπόκειται στη δομική βία, αλλά ότι είναι το ίδιο ένα μέρος της.

Το πρόβλημα δηλαδή της βίας και της επιθετικότητας κατά την κοινωνικοποιητική διαδικασία από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας μετατοπίζεται από το ατομικό στο δομικό επίπεδο, από την ατομική στη δομική βία. Κάθε μέσο μαζικής επικοινωνίας δεν είναι τίποτε άλλο παρά ένα μέσο στην κυριολεξία, το οποίο μεταφέρει και προβάλλει την κοινωνική πραγματικότητα, και αντανακλά την εικόνα των κοινωνικών αξιών και δομών. Και εφόσον αυτές οι δομές έχουν επιθετικότητα και βία, αυτές αντικατοπτρίζονται στις τηλεοπτικές εκπομπές και προγράμματα.

Δεν αμφισβητείται η δομική βία, η οποία εμφανίζεται με πολλές μορφές σαν κοινωνική αδικία και ανισότητα, με την κάθε είδους κοινωνική εκμετάλλευση του ανθρώπου από τον άνθρωπο, από το κράτος, την εξουσία, τις ομάδες και με τους ποικίλους αυταρχικούς και καταπιεστικούς μηχανισμούς της επιβολής, η οποία εκδηλώνεται στη συνέχεια σε ατομική ζωντανή ή τηλεοπτική βία και επιθετικότητα.

Παρά τη σοβαρή επισήμανση για την ύπαρξη της δομικής βίας, η οποία αντανακλάται και στην τηλεόραση, δεν προτείνονται λύσεις για τη μείωσή της και δεν γίνονται προτάσεις για την αντιμετώπιση της ατομικής και τηλεοπτικής βίας και επιθετικότητας, που προκαλεί η ίδια η κοινωνικοποιητική διαδικασία.

3. Η τηλεοπτική κοινωνικοποίηση ως διαδικασία επίδρασης και διαμόρφωσης της κοινωνικής συμπεριφοράς

- Η συμμετοχή της τηλεόρασης στην πρόκληση επιθετικής και εγκληματικής συμπεριφοράς

Από τα αναφερθέντα μέχρι τώρα φάνηκε, ότι η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα επηρεάζουν αρνητικά τη συμπεριφορά των τηλεθεατών και κυρίως των παιδιών και των νέων. Δεν είναι σαφές όμως και καθόλου σίγουρο ότι η τηλεόραση ευθύνεται για την αυξανόμενη βία και επιθετικότητα στη σύγχρονη κοινωνία. Ποια είναι δηλαδή πραγματικά η συμμετοχή της τηλεόρασης στην επιθετικότητα και τη βία, την οποία εκδηλώνουν τα παιδιά και οι νέοι, που παρακολουθούν τα προγράμματα και τις εκπομπές της.

Από τις έρευνες φάνηκε ότι οι λειτουργίες των σκηνών βίας και επιθετικότητας στα μέσα μαζικής επικοινωνίας είναι πολύπλοκες και το ίδιο πολύπλοκη είναι και η δυναμική που κάνει τα άτομα να δέχονται ή όχι την επιθετικότητα.

Κοινή διαπίστωση πολλών ερευνητών είναι ότι οι σκηνές βίας και επιθετικότητας που εμφανίζονται συχνά στην τηλεόραση, δεν φαίνεται να επηρεάζουν αρνητικά όλους τους νέους, αλλά και όταν συμβαίνει αυτό, δεν επηρεάζονται όλα τα άτομα στον ίδιο βαθμό.

Αυτό σημαίνει ότι η κοινωνικο-ψυχολογική διαμόρφωση της προσωπικότητας παίζει αποφασιστικό ρόλο. Τα αποτελέσματα ερευνών αφήνουν να εννοηθεί ότι το βίωμα ενός εγκλήματος και η βία στα μέσα μαζικής επικοινωνίας δεν είναι κάτι το καθοριστικό για τη συμπεριφορά, ούτε για τον τρόπο με τον οποίο αυτή

θα εκδηλωθεί. Αντίθετα υπάρχουν ενδείξεις, ότι τέτοιες παραστάσεις λειτουργούν θετικά σε άτομα, τα οποία έχουν κακή κοινωνική προσαρμογή.

Η παρουσίαση βίας από την τηλεόραση είναι για τους φυσιολογικούς νέους μόνο δευτερεύουσας σημασίας. Αυτοί αντιλαμβάνονται διάφορες διαστάσεις της μόνο περιορισμένα και μάλιστα μόνο ύστερα από εξωτερικές υποκινήσεις. Η ενασχόληση τους με αυτήν εξαρτάται από το μορφωτικό τους επίπεδο.

#### 4. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η τηλεόραση έχει κλείσει 27 χρόνια συστηματικής λειτουργίας στη χώρα μας και μαζί της αντρώθηκε η πρώτη γενιά ανθρώπων, οι οποίοι μεγάλωσαν παρακολουθώντας τη ζωή και τον κόσμο και μέσα από το μαγικό της γυαλί.

Επεισοδιακή θα λέγαμε υπήρξε η αρχή της πρώτης λειτουργίας των σημαντικότερων οπτικοακουστικών μέσων στην Ελλάδα, γιατί ξεκίνησαν κάτω από παρόμοιες άσχημες εθνικές και πολιτικές συνθήκες, οι οποίες σηματοδότησαν πραγματικά και συνοδεύουν ακόμα και σήμερα την όλη πορεία και εξέλιξη της.

Όπως είναι φυσικό αντιμετώπισε και αντιμετώπιζει ακόμα μέχρι σήμερα η ελληνική τηλεόραση μεγάλα διαρθρωτικά και διοικητικά προβλήματα, με τα οποία ασχολήθηκαν κυρίως οι ίδιοι οι άνθρωποι που στελέχωναν τις υπηρεσίες της, και με τη συνεργασία άλλων ειδικών και με πολιτικά πρόσωπα, που ήταν υπεύθυνα για την καλή οργάνωση και λειτουργία της.

## 5.1 ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΘΕΩΡΗΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΩΝ ΣΚΗΝΩΝ ΒΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

### - Θεωρίες ερμηνείας των επιδράσεων της τηλεοπτικής βίας και επιθετικότητας

Σύμφωνα με τον Α.Μιχαλέα (Μιχαλέας Αν., Κοινωνιολ. της επικοινωνίας, Θεσσαλονίκη, 1984) η αναγκαιότητα αλλά και η ύπαρξη στο διεθνή επιστημονικό χώρο θεωρητικής κοινωνιολογικής έρευνας για τη διαπίστωση των συνεπειών και των επιδράσεων των μέσων μαζικής επικοινωνίας και ειδικότερα της τηλεόρασης, αναγνωρίζεται και από την ελληνική βιβλιογραφία. Έτσι διαπιστώνεται ότι οι κοινωνιολογικές προσεγγίσεις αρχικά επιδίωξαν να βρουν και να διαπιστώσουν τις δομές και να εξηγήσουν τις λειτουργίες και τις επιρροές, τις οποίες ασκούν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και στη συνέχεια η θεωρητική έρευνα κατέληξε στη διατύπωση διαφόρων συστημάτων περιγραφών και αρχών για την καλύτερη ερμηνεία του επικοινωνιακού φαινομένου .

Συστηματικές κριτικές μελέτες απουσιάζουν και οι προσπάθειες που καταβάλλονται για τη διάδοση και την εξάπλωση των ξένων θεωρητικών προτύπων είναι λίγες. Αυτές ωστόσο οι περιπτώσεις, οι οποίες αναφέρονται στην ελληνική βιβλιογραφία έστω και συνοπτικά θα δούμε στη συνέχεια :

#### α. Θεωρία της μονόδρομης κατεύθυνσης

Η εγγενής αδυναμία των μέσων μαζικής επικοινωνίας και κυρίως της τηλεόρασης, που βρίσκεται στη μονόδρομη κατεύθυνση και επίδραση των μηνυμάτων της και αποστερεί από τον αποδέκτη της τη δυνατότητα της συμμετοχής στην επικοινωνιακή διαδικασία κάνοντας τον απλά παθητικό αποδέκτη, αναφέρεται από

πολλούς Έλληνες συγγραφείς, που ασχολήθηκαν με το φαινόμενο της μαζικής επικοινωνίας. Επισημαίνεται έτσι ότι σύμφωνα με τα δεδομένα η επικοινωνιακή διαδικασία θεωρείται πετυχημένη, όταν πραγματικά τα μηνύματα που στέλνει ο επικοινωνώνς επιτύχουν το σκοπό τους, ο οποίος είναι η άσκηση της επιθυμητής επίδρασης πάνω στον αποδέκτη.

Τονίζεται ιδιαίτερα ο τεράστιος ρόλος, τον οποίο μπορεί να παίξει η τηλεόραση σαν το τελειότερο μέσο μαζικής επικοινωνίας. Αυτό όμως μπορεί να γίνει μόνο όταν δίδεται η δυνατότητα στον τηλεθεατή να επικοινωνεί με τους υπεύθυνους παράγοντες, που διαμορφώνουν τα τηλεοπτικά προγράμματα και τις τηλεοπτικές εκπομπές και μάλιστα να έχει τη δυνατότητα κατά τη διάρκεια της τηλεοπτικής επικοινωνιακής διαδικασίας να προβάλλει τις παρατηρήσεις, τις ενστάσεις και τις αντιρρήσεις του σχετικά με το περιεχόμενό τους. Μόνο έτσι με την επίτευξη αυτής της αμοιβαιότητας επιτυγχάνεται πραγματική επικοινωνία.

Η μονόπλευρη και μονοσήμαντη εκπομπή των μηνυμάτων από τον επικοινωνώ στον τηλεθεατή διαταράσσει τις βασικές αρχές της ανθρώπινης επικοινωνίας και επαφής, που είναι ο διάλογος, η συζήτηση και η ανταλλαγή απόψεων, ακόμα και αντιθέτων. Μεταξύ του επικοινωνού και του αποδέκτη είναι ανάγκη να διατηρείται μια ισορροπία, γιατί εκεί που αυτή απουσιάζει γίνεται κανονικά αδύνατη τόσο η αρχή όσο και η συνέχιση της διαδικασίας της επικοινωνίας.

Η έλλειψη αυτής της ισορροπίας τοποθετεί τους δύο βασικούς παράγοντες της επικοινωνίας, τον επικοινωνώ και τον αποδέκτη, σε διαφορετικό επίπεδο και μάλιστα τον τελευταίο σε θέση εξάρτησης και όχι σε θέση ισοτιμίας. Έτσι δεν μπορεί να πραγματοποιη-

θεί και να αναπτυχθεί η "οριζόντια επικοινωνία" και η αμοιβαιότητα των επιδράσεων.

Ο Βουϊδάσκης αναφέρει ότι "αποστερώνοντας η τηλεοπτική διαδικασία από τον αποδέκτη το δικαίωμα του κοινωνού, τον αποστερεί συγχρόνως το δικαίωμα της άμεσης αντίδρασης και εκείνο της χαράς που προκαλεί η ανθρώπινη συνομιλία και επαφή. Του αναχαιτίζει τη δύναμη για δράση και τον καθιστά ένα άβουλο και παθητικό δέκτη. Στη γλώσσα της επικοινωνιολογίας αυτό μεταφράζεται σε επικοινωνιακή παθητικοποίηση" (Βασίλης Κ.Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992, σελ. 208).

Πρωταρχική αναγκαιότητα επομένως στο χώρο της επιστημονικής έρευνας σχετικά με τα μέσα μαζικής επικοινωνίας, παρά τις δυσκολίες που παρουσιάζει, πρέπει να είναι η αναζήτηση τρόπων για τη δημιουργία προϋποθέσεων για μια δυναμική και αμοιβαία αλληλεπίδραση μεταξύ των πρωταγωνιστικών παραγόντων της επικοινωνιακής διαδικασίας, του επικοινωνού και του αποδέκτη. Έτσι θα μπορούν τα μαζικά μέσα και ειδικά η τηλεόραση να είναι και όχι μόνο να λέγονται μέσα μαζικής επικοινωνίας. Τα σύγχρονα επιτεύγματα της τεχνολογίας στο χώρο των επικοινωνιών ίσως βοηθήσουν προς αυτή την κατεύθυνση. Αυτά τουλάχιστον υπόσχονται τα νέα μέσα μαζικής επικοινωνίας, χρησιμοποιώντας τα, ο αποδέκτης θα μπορεί να παρεμβαίνει στο πρόγραμμα και να διαμορφώνει την ίδια τη ροή του. Έτσι επιτυγχάνεται η ενεργητική συμμετοχή του χρήστη και γίνεται δυνατή η αλληλεπίδραση μεταξύ του επικοινωνού και του αποδέκτη.

β. Θεωρίες ερμηνείας των θετικών και αρνητικών επιδράσεων των τηλεοπτικών σκηνών βίας και επιθετικότητας

Για τρεις θεωρίες, των οποίων οι εκπρόσωποι υποστηρίζουν, ότι οι σκηνές βίας και επιθετικότητας στην τηλεόραση δεν είναι βλαπτικές για τα παιδιά, αλλά αντίθετα ευεργετικές, γίνεται σύντομος λόγος στην ελληνική βιβλιογραφία: τη θεωρία του εθισμού, της κάθαρσης και τη θεωρία της αναστολής ή παρεμπόδισης.

1. Η θεωρία του εθισμού: Ο Δ.Τσαρδάκης (Δ. Τσαρδάκης, "Ο άνθρωπος στα δίχτυα της Manipulation, Μια κοινωνικο-ψυχολογική μελέτη στην περιοχή της έρευνας της επικοινωνίας και της συμπεριφοράς, εκδ.ΣΚΑΡΑΒΑΙΟΣ, Αθήνα, 1983) αναφέρεται σε αυτή, χρησιμοποιώντας ξένη βιβλιογραφία.

Σύμφωνα με τις βασικές της αρχές, η προβολή βίας και επιθετικότητας στην τηλεόραση ή στον κινηματογράφο δημιουργεί ένα είδος κορεσμού στους αποδέκτες τους, ο οποίος με τη σειρά του οδηγεί στη μείωση των επιθετικών της διαθέσεων και αντιδράσεων. Αυτός όμως ο εθισμός, κατά τον ίδιο, είναι δυνατόν να έχει και τα αντίθετα αποτελέσματα, δηλαδή την αποευαίσθητοποίηση του ατόμου και την αύξηση των επιθετικών του τάσεων.

2. Η θεωρία της κάθαρσης: Στην ελληνική βιβλιογραφία γίνεται λόγος για τη θεωρία αυτή που έχει τις ρίζες της στην ιδέα "περί κάθαρσης" του Αριστοτέλη. Σχετικά με την καθαρτική ιδιότητα των σκηνών βίας και επιθετικότητας που παρουσιάζει η τηλεόραση, αναφέρεται λίγα χρόνια μετά από την εμφάνιση και λειτουργία της στη χώρα μας ο Μ.Πεδρικόπουλος (Μ.Περδικόπουλος, "Η τηλεόραση και η προστασία των νέων", Η επίδραση των σκηνών βίας στο πε-



ριοδικό: Σχολική Υγιεινή, τεύχος 3, 1973), ο οποίος όπως φαίνεται είχε επαφή με την κατάσταση στην Ευρώπη.

Ο ίδιος, ωστόσο, επανέρχεται σε μεταγενέστερη μελέτη του σχετικά με τις επιδράσεις της τηλεόρασης και τάσσεται υπέρ της άποψης των ευεργετικών και καθαρτικών επιδράσεων, που προκαλούν οι τηλεοπτικές σκηνές βίας και επιθετικότητας. Κάνει μάλιστα λόγο για "καθαρτικό" και "υπαγορευμένο" αποτέλεσμα της τηλεόρασης. Το "καθαρτικό" αποτέλεσμα προκαλείται, όταν ο θεατής ή ο τηλεθεατής, κατά τη θέα του επιθετικού έργου, μπορέσει να απελευθερώσει μερικές επιθετικές του ενέργειες. Το υπαγορευμένο αποτέλεσμα προκαλείται όταν οι αυξομειώσεις παρατείνονται πέρα από το τέλος του προγράμματος με επιθετικό περιεχόμενο και ο θεατής παραμένει κάτω από την επίδραση της συμπεριφοράς των ηθοποιών σε τέτοιο βαθμό, ώστε η αναπαραγωγή του έργου ή της εκπομπής να γίνεται με τρόπο μηχανικό και αυτόματο.

Παρόμοιες απόψεις σχετικά με τη θεωρία της κάθαρσης διατυπώνουν και μερικοί άλλοι Έλληνες συγγραφείς. Η παρουσίαση των σκηνών βίας και επιθετικότητας στην τηλεόραση ασκεί ευεργητική επίδραση στους τηλεθεατές και προπάντων στους νέους. Τους παρέχεται έτσι η δυνατότητα να βιώσουν τη δική τους επιθετικότητα στο επίπεδο της φαντασίας και να αιστανθούν με αυτό κάθαρση και λύτρωση από τις επιθετικές τους παρορμήσεις. Γι' άλλους η άμεση παρακολούθηση τηλεοπτικών σκηνών βίας και επιθετικότητας οδηγεί στην ελεύθερη έκφραση των συναισθημάτων και με αυτό τον τρόπο μειώνεται η ένταση των συγκρούσεων και απελευθερώνονται οι δημιουργικές δυνατότητες του ατόμου, το οποίο οδηγείται σε θεραπευτικά αποτελέσματα.

Η θέα και η παρακολούθηση των σκηνών βίας και επιθετικότητας στον κινηματογράφο ή στην τηλεόραση μπορεί να έχει μια υποκατάστατη λειτουργία. Σύμφωνα με τη γνώμη των ειδικών, μέσα από μια αντιπροσωπευτική συμμετοχή στις πράξεις της τηλεοπτικής βίας και επιθετικότητας, δίδεται η δυνατότητα στον τηλεθεατή να εκτονώσει το δυναμικό της δικής του επιθετικότητας. Παρόμοια με αυτήν είναι και η άποψη ότι με την έμμεση συμμετοχή του τηλεθεατή, όταν παρακολουθεί σκηνές βίας και ανταγωνισμού, αμβλύνονται οι επιθετικές του τάσεις με τον ένα ή με τον άλλο τρόπο.

3. Η θεωρία της αναστολής: Γίνεται μια σύνομη αναφορά στη θεωρία της αναστολής ή της παρεμπόδισης από το Δ.Τσαρδάκη (Δ.Τσαρδάκης, "Ο άνθρωπος στα δίχτυα της Manipulation, Μια κοινωνικο-ψυχολογική μελέτη στην περιοχή της έρευνας της επικοινωνίας και της συμπεριφοράς, εκδ.ΣΚΑΡΑΒΑΙΟΣ, Αθήνα, 1983), ο οποίος στηριζόμενος στη διεθνή βιβλιογραφία παρατηρεί ότι η εκδήλωση επιθετικής συμπεριφοράς εμποδίζεται ή αναστέλλεται με την αντιπαράθεση του τηλεθεατή με τη βία και την επιθετικότητα. Και αυτό οφείλεται κατά κύριο λόγο στην πρόκληση αγωνίας για την επιθετικότητα και στην πρόκληση αισθημάτων ενοχής και φόβου για την πιθανότητα εκδήλωσης εκδίκησης. Αυτό, δηλαδή, σημαίνει ότι στα παιδιά που παρακολουθούν τηλεοπτικές σκηνές βίας και επιθετικότητας προκαλείται αγωνία επιθετικότητας, που μπορεί να αναστείλει τις επιθετικές τους τάσεις και τις βίαιες παρωθήσεις τους.

Από την κατηγορία των θεωριών των οποίων οι εκπρόσωποι υποστηρίζουν την άποψη ότι τα μαζικά μέσα επικοινωνίας γενικότερα και ιδιαίτερα η τηλεόραση, με τις προσβαλλόμενες εκπομπές με επιθετι-

κό περιεχόμενο, επηρεάζουν αρνητικά κυρίως τα παιδιά και τους νέους, αναφέρονται στην ελληνική βιβλιογραφία μόνο η θεωρία του ερεθισμού ή της παρόρμησης και της κοινωνικής μάθησης με παρατήρηση και με μίμηση :

1) Η θεωρία του ερεθισμού ή της παρόρμησης: Βασική αρχή της θεωρίας αυτής είναι ότι η δραστηριοποίηση ορισμένων εξωτερικών ερεθισμών προκαλεί σταθερές μορφές ανθρώπινης συμπεριφοράς. Στην περίπτωση των μέσων μαζικής επικοινωνίας και ιδιαίτερα της τηλεόρασης το ίδιο το τηλεοπτικό περιεχόμενο είναι δυνατόν να προκαλέσει ερέθισμα για συναισθηματική διέγερση και ετοιμότητα για επιθετική συμπεριφορά. Ο Δ.Τσαρδάκης (Δ.Τσαρδάκης, "Ο άνθρωπος στα δίχτυα της Manipulation, Μια κοινωνικο-ψυχολογική μελέτη στην περιοχή της έρευνας της επικοινωνίας και της συμπεριφοράς, εκδ.ΣΚΑΡΑΒΑΙΟΣ, Αθήνα, 1983), σχετικά με αυτή τη θεωρία παρατηρεί ότι "τα μέσα μαζικής επικοινωνίας ασκούν επίδραση με ερεθίσματα κατάλληλα δομημένα, περίπου με τον ίδιο τρόπο στους αποδέκτες τους, στα μεμονωμένα δηλαδή μέλη μιας κοινωνίας.

2) Η θεωρία της κοινωνικής μάθησης με μίμηση και με παρατήρηση: Στην ελληνική βιβλιογραφία γίνεται λόγος και για τις δύο θεωρίες σαν μία. Ο Μ.Πεδρικόπουλος (Μ.Περδικόπουλος, "Η τηλεόραση και η προστασία των νέων", Η επίδραση των σκηνών βίας στο περιοδικό: Σχολική Υγιεινή, τεύχος 3, 1973) επικαλείται ξένους συγγραφείς και ιδιαίτερα τον Α.Bandura με τους συνεργάτες του. Αναφέρονται σε ένα εργαστηριακό πείραμα το οποίο έδειξε, ότι η παρακολούθηση ενός τηλεοπτικού προτύπου μόνο για δέκα λεπτά ήταν αρκετή για να διαφοροποιήσουν την συμπεριφορά τους και να εκδηλώσουν επιθετικότητα τα παιδιά που το

είδαν, σε σύγκριση με τα παιδιά της ομάδας ελέγχου, που δεν το παρακολούθησαν.

Ο Δ.Τσαρδάκης (Δ.Τσαρδάκης, "Ο άνθρωπος στα δίχτυα της Manipulation, Μια κοινωνικο-ψυχολογική μελέτη στην περιοχή της έρευνας της επικοινωνίας και της συμπεριφοράς, εκδ.ΣΚΑΡΑΒΑΙΟΣ, Αθήνα, 1983) αναγνωρίζει την ικανότητα του ανθρώπου να μαθαίνει με την παρατήρηση ή με τη μίμηση ενός συγκεκριμένου προτύπου να διαμορφώνει με αυτό τη δική του συμπεριφορά. Δεν επηρεάζουν ωστόσο καθοριστικά την συμπεριφορά οι τηλεοπτικές σκηνές βίας και επιθετικότητας και κυρίως τα μοντέλα, τα οποία την εκτελούν. Πολύ περισσότερο επηρεάζουν τις επιθετικές τους τάσεις με το να μαθαίνουν τον τρόπο, με τον οποίο συμπεριφέρεται κάποιος επιθετικά και μάλιστα όταν φαίνεται η λειτουργική αξία της βίαιης συμπεριφοράς. Η μάθηση θεωρείται μια διαδικασία επεξεργασίας ορισμένων πληροφοριών που μετατρέπονται σε συμβολικές παραστάσεις οι οποίες καθοδηγούν και ρυθμίζουν την ανθρώπινη συμπεριφορά. Έτσι γίνεται αντιληπτό ότι οι επιδράσεις της συμπεριφοράς εκείνων των προτύπων, τα οποία προβάλλει η τηλεόραση, δίνουν στον τηλεθεατή παραδειγματικό τρόπο σκέψης και δράσης.

## 5.2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΕΡΜΗΝΕΙΑΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

### α. Τα παραδοσιακά θεωρητικά πρότυπα

1. Ηθικο-θρησκευτική κατεύθυνση: Το πρώτο βιβλίο για την τηλεόραση, που γνωρίζουμε στην ελληνική βιβλιογραφία και δημοσιεύτηκε δύο χρόνια πριν από την εμφάνιση και τη λειτουργία της στη χώρα μας, προειδοποιεί τόσο με τον τίτλο, όσο και

με το περιεχόμενό του για τους κινδύνους που εγκυμονούν για την νεολαία μας. Ο συγγραφέας επικαλείται τα μορφωτικά ιδεώδη της εποχής και θέτει για την τηλεόραση, που χρησιμοποιείται σαν μέσο μόρφωσης όπως και για τις άλλες μορφές επικοινωνίας με παιδαγωγικούς και μορφωτικούς σκοπούς π.χ. την παιδεία, τα θεάματα, την εκκλησία, τα ραδιόφωνα και άλλα, το θεμελιώδες ερώτημα: "τί πρέπει να μεταδοθεί".

Για ψυχοπνευματικές και σωματικές βλάβες που προκαλεί η τηλεόραση κάνει λόγο ένας άλλος συγγραφέας (Κ.Γαλανόπουλος, "Η τηλεόραση και οι νέοι στην: Ελληνοχριστιανική Αγωγή, 202, Αθήνα 1972, σελ. 245-248) και μάλιστα καταλήγει στο τελικό συμπέρασμα, ότι μόνο ο αυστηρός συστηματικός και προληπτικός έλεγχος ή λογοκρισία από τη μεριά της Πολιτείας καθώς και η φωτισμένη οικογενειακή και σχολική αγωγή, θα δημιουργήσουν την κατάλληλη πνευματική και ηθική ατμόσφαιρα στην οποία θα αναπνέουν και θα γαλουχούνται τα παιδιά, για να γίνουν ισχυροί και να είναι προφανώς σε θέση να αντιμετωπίσουν τον κίνδυνο της τηλεόρασης.

Περίπου με το ίδιο πνεύμα παρατηρεί και ο Μ. Πεδρικόπουλος (Μ.Περδικόπουλος, "Η τηλεόραση και η προστασία των νέων", Η επίδραση των σκηνών βίας στο περιοδικό: Σχολική Υγιεινή, τεύχος 3, 1973) ότι τα θέματα τα σχετικά με την παρακολούθηση κινηματογράφου ή τηλεοπτικής εκπομπής, που χαρακτηρίζονται από επιθετικότητα και βία ανάλογα με τα συμβατικά κριτήρια, προκαλούν βλαβερά και επικίνδυνα αποτελέσματα που δεν αντιβαίνουν στην κριτική ανάλυση.

2. Η εμπειρική ερευνητική κατεύθυνση : Η ερευνητική αυτή κατεύθυνση επιδιώκει και πετυχαίνει τη διαπίστωση της ποσοτικής χρήσης των μέσων μαζι-

κής επικοινωνίας και προπάντων της τηλεόρασης. Εστιάζει ωστόσο το ενδιαφέρον και την προσοχή της στην διαπίστωση των πολλαπλών επιδράσεων της κυρίως από τις εκπομπές με επιθετικό περιεχόμενο, παίρνοντας υπόψη τις διάφορες μεταβλητές, όπως το φύλο, τη φυλή, την ηλικία, την κοινωνική προέλευση και άλλες. Αυτό που έχει μεγάλη βαρύτητα για την εμπειρική ερευνητική κατεύθυνση είναι η ποσοτική χρήση της τηλεόρασης και οι πιθανοί συσχετισμοί με κάποια βιοψυχολογικά και κοινωνικά φαινόμενα, όπως π.χ. η πνευματική κόπωση, η νευρική κατάσταση, ο δείκτης νοημοσύνης, η βία, η εγκληματικότητα και άλλα.

Οι επικριτές ισχυρίζονται ότι οι ερευνητές αυτής της κατεύθυνσης βλέπουν και εξετάζουν τη μαζική επικοινωνία σαν ένα αυτόνομο και ανεξάρτητο φαινόμενο, ξεκομμένο από την κοινωνική και οικονομική διαδικασία. Γι' αυτό και η ερευνητική τους προσέγγιση στα μέσα μαζικής επικοινωνίας οδηγεί συχνά στην παραμέληση του κοινωνικού-ιστορικού τους πλαισίου, μέσα στο οποίο αυτά αναπτύσσονται και διαμορφώνουν τα χαρακτηριστικά τους.

#### β. Αντανεκλαστικά - κριτικά θεωρητικά πρότυπα

Τα αντανεκλαστικά-κριτικά ερμηνευτικά πρότυπα, αντίθετα με τα παραδοσιακά, έχουν το δικό τους ιδιαίτερο τρόπο επιστημονικής προσέγγισης της έρευνας των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Στην ανάλυση που κάνουν σε αυτά, στοχεύουν να τοποθετήσουν την πολιτισμική και πνευματική παραγωγή πάνω στις υλικές-κοινωνικές τους βάσεις και να αναζητούν τη διασύνδεση μεταξύ των διαφόρων πολιτισμικών μορφών με τις κοινωνικές αντιθέσεις και συγκρούσεις οι οποίες συμβαίνουν μέσα σε ένα συγκεκριμένο ιστορικό-κοινωνικό πλαίσιο.

Μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι με αυτά τα θεωρητικά πρότυπα όπως, π.χ. των ιστορικών και σύγχρονων θεωριών και εκείνων που θέλουν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και την κοινωνικοποιητική τους διαδικασία ως παράγοντες αλλαγής και κοινωνικής πρακτικής έχουν ασχοληθεί οι περισσότεροι Έλληνες συγγραφείς.

1. Οι ιστορικές θεωρίες: Οι κύριοι εκπρόσωποι αυτών των ιστορικών θεωριών, όπως π.χ. Β. Brecht, Η.Μ. Enzensberger (Βασίλης Κ. Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις Μ.Π. Γρηγόρης, Αθήνα 1992) καθώς και οι νεομαρξιστές και εκπρόσωποι της Σχολής της Φρανκφούρτης είναι γνωστοί στους Έλληνες συγγραφείς που συχνά τους επικαλούνται για την υποστήριξη των απόψεων τους. Πρόκειται ακριβώς για την οξεία κριτική, η οποία ασκείται από αυτούς εναντίον της γνωστής μονόδρομης κατεύθυνσης του δυναμικότερου μέσου μαζικής επικοινωνίας της τηλεόρασης .

Αυτός ο τρόπος επικοινωνίας μειώνει την προσωπικότητα του αποδέκτη, του δημιουργεί σοβαρές ψευδαισθήσεις για την πραγματικότητα και προπάντων τον καθλώνει στην απομόνωση και την παθητικότητα. Η ελληνική τηλεόραση κατηγορείται για ταξικό προανατολισμό, γιατί, ενώ τα μηνύματά της απευθύνονται σε όλους, εξυπηρετεί μόνο τα συμφέροντα της κατεστημένης κοινωνικής τάξης. Η τηλεόραση είναι πομπός χιλιάδων και διαφορετικών μηνυμάτων, τα οποία μοιράζονται στους διάφορους φορείς της εξουσίας και σε πολύ μικρότερο βαθμό σε μερικούς φορείς, οι οποίοι έρχονται σε αντίθεση με το κοινωνικό κατεστημένο.

Με αυτή τη μονόδρομη επικοινωνιακή κοινωνικοποιητική διαδικασία μεγαλώνει όλο και περισσότερο

το χάσμα μεταξύ του επικοινωνού και του αποδέκτη, μεταξύ εκείνων που κατέχουν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και εκείνων που δέχονται τις επιρροές τους. Δεν είναι ίσως υπερβολική η άποψη μερικών συγγραφέων, οι οποίοι πιστεύουν ότι ένα από τα πιο βασικά χαρακτηριστικά της τηλεόρασης, είναι η βάση της μάλλον να ελέγχει και να κατευθύνει το κοινό παρά να το εξυπηρετεί.

2. Οι σύγχρονες θεωρίες: Οι εκπρόσωποι αυτών των θεωριών υποστηρίζουν ότι πρέπει με κάθε μέσο και ειδικά με τη γλωσσική και σημειωτική ανάλυση του ιδεολογικού περιεχομένου των μέσων μαζικής επικοινωνίας να αποκαλυφθεί ο αυταρχικός και προπαγανδιστικός ρόλος και χαρακτήρας τους. Σε αυτή την περίπτωση όμως αμφισβητείται αυτή η ικανότητα της σημειολογίας και προτείνεται η ανάγκη της συνεργασίας με κάποια άλλα κατάλληλα θεωρητικά εργαλεία. Αυτά τα εργαλεία μπορούν να προέλθουν από τα θεωρητικά συγκροτήματα του μαρξισμού και της ψυχανάλυσης. Και αυτό γιατί τόσο ο μαρξισμός όσο και η ψυχανάλυση είναι επιστήμες της αναπαράστασης.

Η εκμετάλλευση και η αλλοτρίωση του αποδέκτη των μηνυμάτων των μέσων μαζικής επικοινωνίας και κυρίως η υποστήριξη, που αυτά παρέχουν στην άρχουσα τάξη για τη διατήρηση και την ισχυροποίησή τους, τονίζεται στην ελληνική βιβλιογραφία. Ο βασικός στόχος της κεντρικής εξουσίας με τους μηχανισμούς της σύγχρονης επικοινωνίας είναι να αναπαράγει και να δαιωνίζει το υπάρχον κοινωνικο-πολιτικό σύστημα και να επιδιώκει την παράταση της ζωής του άρρωστου κρατικομονοπωλιακού καπιταλισμού. Τονίζεται επίσης η κεντρική και ιδιαίτερη θέση, που κατέχουν τα Μ.Μ.Ε. μέσα σε αυτό το θεσμικό πλέγμα, το οποίο εξασφαλίζει τον ηγεμονικό ρόλο της αστικής τάξης μέ-



σα στις σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες. Αυτά αποτελούν πραγματικά ένα ιδιαίτερο ιδεολογικό μηχανισμό κυριαρχίας και είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικά μέσα για να χειραγωγούνται οι μάζες.

Οι μάζες θεωρούνται τα θύματα αυτής της χειραφετικής ικανότητας των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Χειραγωγούνται από εκείνους που ρυθμίζουν και εκπέμπουν τα μηνύματα και είναι δυνατόν να μετατραπούν σε υπηρέτες και θύματα. Το παράδοξο είναι ότι η ίδια η τηλεόραση δίνει την εντύπωση στον τηλεθεατή και του δημιουργεί την ψευδαίσθηση, ότι εκείνη του μεταβιβάζει κάποια εξουσία. Μπροστά στην οθόνη της φαίνεται να μεγαλώνει η εξουσία του με το να αλλάζει κουμπιά, κανάλια ή κάποιες δευτερεύουσες μεταβλητές, στην πραγματικότητα όμως είναι πολύ μακριά από το να την μετατρέψει ριζικά.

Αν όμως η αστική άρχουσα τάξη καταφέρνει να επηρεάζει με τη χρήση των μέσων μαζικής επικοινωνίας τους ενήλικες αποδέκτες της γίνεται φανερό πόσο μεγαλύτερη είναι η επίδραση που ασκεί στους νέους.

3. Θεωρίες προσανατολισμένες στη θεωρητική δράση: Η υποστήριξη, την οποία παρέχουν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και ειδικότερα η τηλεόραση στην άρχουσα τάξη και η πολιτική και οικονομική εξάρτηση που δημιουργείται, γίνεται τόσο στο πολιτικό όσο και στο οικονομικό επίπεδο με την πληθώρα των διαφημίσεων που περιέχουν την καταναλωτική ιδεολογία της αστικής τάξης. Συγκεκριμένα η ελληνική τηλεόραση μέσα από τα καταναλωτικά πρότυπα που παρουσιάζει τα διάφορα τηλεοπτικά παιχνίδια και άλλες εκπομπές, εξυπηρετεί συνειδητά αυτή την εξάρτηση με το σκεπτικό ότι τα περισσότερα προϊόντα, τα οποία διαφημίζονται, έρχονται από καπιταλιστικές μητροπόλεις ή

παράγονται στη χώρα μας και μάλιστα πολύ συχνά από μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις.

Εξαιτίας του τρόπου και των μέσων παραγωγής των ιδίων των μέσων μαζικής επικοινωνίας είναι φυσικό να υπηρετούν και αυτά τις επιλογές και τα οικονομικο-πολιτικά συμφέροντα εκείνων, οι οποίοι τα κατέχουν και τα διαχειρίζονται, δηλαδή της αστικής τάξης.

Αλλά και από την άλλη μεριά η ίδια η Πολιτεία, η κρατική εξουσία, μέσα από τους πολύπλοκους μηχανισμούς που διαθέτει και μέσα από διάφορες διεργασίες, όχι μόνο εκφράζει αλλά και προβάλλει από τα Μ.Μ.Ε. τα οικονομικά συμφέροντα της κυρίαρχης τάξης.

Ιδιαίτερα για τη χώρα μας υποστηρίζεται ότι υπάρχει πολύ στενή σχέση μεταξύ κρατικής εξουσίας, αστικής κυρίαρχης τάξης και τηλεόρασης. Δηλαδή η τηλεόραση της Ελλάδας βρίσκεται μέσα στο κράτος με "λειτουργία τάξης", που έχει και η ίδια εξουσία.

Για την αντιμετώπιση αυτής της κατάστασης και τη δημιουργία προϋποθέσεων για τη σωστή λειτουργία των μέσων μαζικής επικοινωνίας, πιστεύουν οι υποστηρικτές των σύγχρονων θεωριών, ότι πρέπει να διαμορφωθεί μια τέτοια συνείδηση, που θα προσανατολίζεται προς τα συμφέροντα του προλεταριάτου, το οποίο πρέπει και να αναλάβει όχι μόνο τη χρήση αλλά και τη διαχείριση των Μ.Μ.Ε. Ιδιαίτερα η τηλεόραση που είναι και ο σημαντικότερος φορέας συντονισμού των λαϊκών δυνάμεων, θα πρέπει να περάσει στα δικά τους χέρια, γιατί έτσι μόνο πραγματώνεται η ιδέα της δημοκρατίας και θα μπορεί κανείς να ελπίζει, πως θα αποφευχθούν οι συμπληγάδες της αλλοτρίωσης, της υποδούλωσης και της βίας, που έρχονται σαν φυσική συνέπεια της υποταγής στο σύγχρονο και τεχνολογικοποιημένο κατεστημένο.

4. Η κοινωνικοποίηση από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας ως διαδικασία αλλαγής και πρακτικής εφαρμογής: Μεγάλη σημασία αποδίδεται σε αυτή τη θεωρία των μαρξιστικών θεωρητικών προτύπων στη ζωντανή συμμετοχή και παρουσία του αποδέκτη των μηνυμάτων και μάλιστα σε σημείο που όχι μόνο να επηρεάζεται από αυτά, αλλά και ο ίδιος να επηρεάζει και να παράγει αυτά τα μηνύματα. Όπως ήδη τονίστηκε, η αστική τάξη που επιδιώκει την αναπαραγωγή και τη διατήρησή της στην εξουσία, πετυχαίνει την "επικοινωνιακή παθητικοποίηση" του αποδέκτη των μέσων μαζικής επικοινωνίας και του αποστερεί τις προϋποθέσεις για ενεργητική συμμετοχή και διαμόρφωση των μηνυμάτων.

Επιτακτική ανάγκη λοιπόν, είναι η αφύπνιση της συνείδησης του προλεταριάτου, σύμφωνα με την άποψη των οπαδών αυτής της θεωρίας, και προπάντων ο διακανονισμός της σωστής και αμφίδρομης λειτουργίας των μέσων μαζικής επικοινωνίας, με το να αναλάβουν οι ίδιοι οι προλετάριοι την παραγωγή των εκπομπών των μέσων μαζικής επικοινωνίας και ιδιαίτερα των τηλεοπτικών προγραμμάτων. Να γίνουν οι ίδιοι παραγωγοί και προγραμματιστές τους και όχι εκείνοι οι οποίοι τα μυθοποιούν. Και αυτή η πράξη της χειραφέτησης δεν είναι τόσο επαναστατική, όσο είναι η ίδια η απελευθέρωση του λαού. Και αυτό μπορεί να επιτευχθεί τότε μόνο, όταν ο καθένας ξεχωριστά και όλοι μαζί αποκτήσουν την κατάλληλη εμπειρία, να γίνουν παραγωγοί εκείνων των εκπομπών που επιθυμούν και οποίες θα προσανατολίζονται προς το συμφέρον των λαϊκών στρωμάτων και όχι της άρχουσας τάξης και της ιδεολογίας της.

Αξιο παρατήρησης είναι ότι μερικοί τουλάχιστον Έλληνες συγγραφείς δεν έχουν μόνο απλά γνώση αυτής

της θεωρίας για την άμεση συμμετοχή του τηλεθεατή κα συμπαραγωγού των τηλεοπτικών προγραμμάτων, αλλά ότι παρόμοιες, ελάχιστες και μεμονωμένες προσπάθειες καταβάλλονται και στη χώρα μας.

### 5.3 Η ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΩΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Όπως έχουμε αναφέρει οι Έλληνες συγγραφείς γνωρίζουν σε γενικές γραμμές το διπλό κοινωνικοποιητικό ρόλο των μέσων μαζικής επικοινωνίας και ειδικότερα της τηλεόρασης. Η προσπάθεια να εξεταστεί αυτό το τόσο ενδιαφέρον θέμα σε συνδιασμό με τη βία και την επιθετικότητα προσκρούει στη μόνιμη και γνωστή δυσκολία, την έλλειψη σχετικής βιβλιογραφίας.

Μερικοί θεωρούν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας όχι μόνο δευτερογενείς αλλά πρωτογενείς παράγοντες μιας παθητικής και μη θεσμοθετημένης κοινωνικοποίησης των παιδιών και των νέων και μάλιστα πιστεύουν πως κάπου καταφέρνουν και υπαρπάζουν μερικές κοινωνικοποιητικές αρμοδιότητες ακόμα και πρωτογενών ομάδων, όπως της οικογένειας και του σχολείου. Ιδιαίτερα η τηλεόραση, το σημαντικότερο ηλεκτρονικό μέσο μαζικής επικοινωνίας με τις σύγχρονες κοινωνικές ανακατατάξεις και δομικές αλλαγές στους παραδοσιακούς φορείς κοινωνικοποίησης, κατάφερε να συμπληρώσει, ακόμα και να υποκαταστήσει μερικούς από αυτούς στη διαδικασία της κοινωνικοποίησης. Το στένεμα του συγγενικού περιβάλλοντος που περιορίστηκε σχεδόν στους γονείς κυρίως στις πόλεις, η εξαφάνιση της γειτονιάς και η αναγκαστική παραμονή και δράση εντός της οικίας έδωσαν ασφαλώς στην τηλεόραση τη δυνατότητα να καταλάβει σημαντική θέση στη ζωή όλων.

Εκτός όμως από την ικανότητα της τηλεόρασης να διαμορφώνει την ανθρώπινη συμπεριφορά σαν κοινωνικοποιητικός παράγοντας, της αναγνωρίζεται και ο εξ' ίσου σημαντικός ρόλος της μαθησιακής διαδικασίας. Εξάλλου η ίδια η κοινωνικοποίηση είναι πάντα θέμα τόσο της διδασκαλίας όσο και της μάθησης. Το σημαντικότερο σε αυτήν την περίπτωση είναι το γεγονός, ότι η τηλεόραση σαν κοινωνικοποιητικός παράγοντας διδάσκει στα παιδιά και στους νέους, τους μεταφέρει γνώσεις και εμπειρίες, οι οποίες μπορεί να είναι κατά ένα μέρος ωφέλιμες και χρήσιμες, αλλά και κάποιες άλλες βλαπτικές και ζημιογόνες.

Σύμφωνα με τον Ναυρίδη (Κλ.Ναυρίδης, "Τηλεόραση και γλώσσα", στη: Σύγχρονη εκπαίδευση, τεύχος 21, 1985) μπορεί να κάνει τον τηλεθεατή και κυρίως το παιδί επιθετικό, να τους μάθει άσχημο λεξιλόγιο, να τους κάνει παθητικούς, μπορεί ακόμα και να τους εκτονώσει από το θυμό τους, να τους οξύνει το μυαλό και να τους μεταδώσει πολλά και χρήσιμα πράγματα. Γι' αυτό και κατηγορείται συχνά η τηλεόραση για αυτή τη διπλή μαθησιακή της ικανότητα. Επαινείται όμως συγχρόνως και τονίζεται επίσης συχνά η θετική της συμβολή στη μόρφωση και στη γενική συγκρότηση του παιδιού και θεωρείται σαν μια πολύ μεγάλη δύναμη, ικανή να χρησιμοποιήσει κατάλληλα τη διδακτική και την προτεπτική δυνατότητα των μηνυμάτων της για την πραγματοποίηση περισσότερο χρήσιμων από βλαπτικών σκοπών.

#### 5.4 Η ΔΥΣΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΙΗΣΗ

Πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν ότι η τηλεόραση είναι ένα μέσο, ένα όργανο της βίας και της επιθετικότητας, εξ' αιτίας της μεγάλης επιρροής που ασκεί

πάνω στους τηλεθεατές. Είναι ένα μέσο καταναγκασμού, που αιχμαλωτίζει με το αόρατο δίχτυ της αρχής, που ονομάζεται ενημέρωση ή επικοινωνία ή ψυχαγωγία. Με αυτό τον τρόπο πετυχαίνει το βιασμό του ατόμου και των μαζών με την εισβολή τους στο χώρο, το χρόνο και την προσωπικότητα καθενός. Το γεγονός δηλαδή ότι βρίσκει τον τηλεθεατή, όταν την ανοίγει, απροετοίμαστο στο σπίτι με τις παντόφλες και την πυτζάμα, της επιτρέπει να του επιβληθεί ευκολότερα. Ένα άλλο χαρακτηριστικό γεγονός είναι ότι όλοι, επηρεάζονται από αυτά που αυξάνουν τις προσδοκίες τους. Ξυπνούν μέσα τους ποικίλες ελπίδες για βελτίωση των συνθηκών της ζωής αλλά συχνά χωρίς τις δυνατότητες εκπλήρωσης.

Αυτή η πραγματοποίηση των προσδοκιών τους, μπορεί να οδηγήσει σε ατομικό και εθνικό επίπεδο σε ματαιώσεις και αυτές με την σειρά τους σε επιθετικότητα.

Είναι γνωστές οι καταστρεπτικές συνέπειες των μαζικών ματαιώσεων. Προπάντων ψυχαγωγικές και διαφημιστικές εκπομπές είναι πολύ συχνά κατάλληλες για να υποβάλουν εσφαλμένες και μονόπλευρες παραστάσεις για ένα "δυτικό" στυλ ζωής κα συγχρόνως να κάνουν πιστευτό, ότι ένα τέτοιο είδος ζωής είναι εύκολο και χωρίς τη δική τους προσπάθεια.

Σύμφωνα με τον Κάρτερ (Γ.Κάρτερ, τηλεόραση, θέσεις και καταθέσεις, εκδ. Δωδώνη, Αθήνα 1986) για την δυσλειτουργική κοινωνικοποιητική της διαδικασία επικρίνεται πολύ η ελληνική τηλεόραση σαν βασική αιτία της αντικοινωνικής σύγχρονης συμπεριφοράς των νέων και για την πρόκληση βίας και επιθετικότητας. Τονίζεται ιδιαιτέρως ότι για τη χαλάρωση των πνευματικών μας λειτουργιών, τη βιαιότητα που είναι αποτέλεσμα των σκηνών βίας, για την αλλοτρίωση και

τον αποπροσανατολισμό, για την βλαπτική καθήλωση μπροστά στους τηλεοπτικούς δέκτες, για την απώλεια του δημιουργικού χρόνου, τη μαζικοποίηση, για όλους αυτούς τους σοβαρούς κινδύνους, αιτία είναι η τηλεόραση .

Σύμφωνα με τον Χριστόπουλο (Δ. Χριστόπουλος, "Πώς θα σωθεί η ελληνική τηλεόραση", Βιβλιοπ. της "ΕΣΤΙΑΣ", Αθήνα) αφού η τηλεόραση επικρίνεται σαν αίτιο όλων των εκφυλιστικών κοινωνικών φαινομένων της ελληνικής κοινωνίας προτείνεται να γίνει ένας σωστός προγραμματισμός των σκοπών και των στόχων σε ένα ευρύτερο φάσμα θεμάτων, τα οποία θα καλύπτουν ολόκληρη την ελληνική πραγματικότητα. Καλό είναι να αποφευχθούν εκείνα τα θεάματα που παρουσιάζουν μεγενθυμένες κοινωνικές αθλιότητες, εγκλήματα και πράξεις βίας, που αποτελούν των έντονη παρακίνηση ειδικά σε άτομα χωρίς επαρκές ηθικό υπόβαθρο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

## ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΦΗΒΟ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Διαφήμιση είναι η γνωστοποίηση και προβολή των πλεονεκτημάτων ενός προϊόντος, ώστε να αυξηθούν οι πωλήσεις του. Σύμφωνα με την Π.Σαρλικιώτου (περιοδικό "ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟ ΣΧΗΜΑ", Τεύχος 6, Μάρτιος 1991), η διαφήμιση συγγενεύει πολύ ως μέθοδος με εκείνη της πειραματικής ψυχολογίας. Εκφράζει το σύνολο των τεχνικών μεθόδων που χρησιμοποιούνται προς όφελος μιας επιχείρησης, δηλαδή την απαίτηση ανάπτυξης και διατήρησης μιας πελατείας.

Βασική φροντίδα του διαφημιστή είναι να περιορίσει τις δυσμενείς ψυχολογικές τάσεις του κοινού και να αναπτύξει τις αντίστοιχες ευνοϊκές. Στις ευνοϊκές τάσεις εντάσσεται η επιθυμία της πληροφόρησης, η ανάγκη σιγουριάς, η επιθυμία της απόκτησης άνεσης, η επιθυμία για καλύτερη ζωή, η ζήλεια, η ματαιοδοξία, η ευαισθησία και η σεξουαλικότητα.

Υποστηρίζεται ότι η διαφήμιση επηρεάζει και διαμορφώνει τις διαθέσεις και τις προτιμήσεις του καταναλωτή, έτσι ώστε η επιλογή ανάμεσα στα προϊόντα να χάνει το ουσιαστικό περιεχόμενό της. Στην σημερινή οικονομική πραγματικότητα, δε μπορεί να υποστηριχτεί ότι ο καταναλωτής έχει "πλήρη επισκόπηση" της αγοράς.

Οι προτιμήσεις-διαθέσεις των καταναλωτών κάθε ηλικίας είναι αποτέλεσμα εμπειριών, προσλαμβανουσών παραστάσεων και γνώσεων, που διαμορφώνονται σε ένα συγκεκριμένο κοινωνικό περίγυρο. Ειδικότερα οι διαθέσεις και η διαδικασία διαμόρφωσής τους θα πρέπει να αναφέρουμε ότι εμφανίζουν χαρακτηριστικά, που



έμμεσα προσδιορίζουν το περιεχόμενό τους. Αυτά είναι:

α) Οι "διαθέσεις" είναι αποτέλεσμα της διαδικασίας μάθησης-γνώσης. Το κάθε άτομο διαμορφώνει τις "διαθέσεις", όχι μόνο μέσα από την αντίληψη των αντικειμένων με τα αισθητήρια όργανα, αλλά και από τη συσσωρευμένη από το άτομο και την ανθρωπότητα ιστορική πείρα. Αλλωστε η συνείδησή του διαμορφώνεται μέσα από το κοινωνικό είναι. Το τί είναι οι άνθρωποι δεν καθορίζεται από αυτήν, αλλά αντίστροφα το κοινωνικό τους είναι καθορίζει τη συνείδησή τους και οι "διαθέσεις" αποτελούν ένα από τα πολλαπλά στοιχεία τους.

β) Οι "διαθέσεις" εμφανίζουν συγκεκριμένη κατεύθυνση, βαθμό και ένταση. Ένα άτομο μπορεί να είχε ευνοϊκή ή αρνητική διάθεση απέναντι σε ένα αντικείμενο που εκφράζεται με ένα βαθμό, δηλαδή πόσο του είναι ή όχι αρεστό και τέλος παρουσιάζει ένα ικανοποιητικό επίπεδο.

Σύμφωνα με τον Ουμπέρτο Εκο (Ουμπέρτο Εκο, "Η Σημειολογία στην καθημερινή ζωή", εκδόσεις Μαλλιάρης Παιδεία Α.Ε.), η διαφήμιση ερεθίζει τις επιθυμίες και μια επιθυμία ερεθισμένη και ανικανοποίητη μπορεί να πάρει δύο δρόμους: την ατομική εξέγερση και τη συλλογική επανάσταση. Και η κοινωνία, αφού πρώτα ερέθισε τις επιθυμίες για τα πράγματα, τρομοκρατείται γιατί ο κόσμος απαιτεί τουλάχιστον ένα μέρος αυτών των πραγμάτων. Είναι σα να έλεγε το σύστημα στους υπηκόους του ότι έπρεπε να θέλετε να ξοδέψετε όλο το μισθό σας, και τον δέκατο τρίτο και τον δέκατο τέταρτο αλλά τώρα το παρακάνετε: τώρα θέλετε και αύξηση μισθού. Πρέπει να επιθυμείτε αυτά που προσφέρω, όχι αυτά που έχω εγώ, διαφορετικά όλα τελείωσαν.

Σύμφωνα με τη Σαρλικιώτου (περιοδικό "ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟ ΣΧΗΜΑ", Τεύχος 6, Μάρτιος 1991), οι έφηβοι γίνονται πολλές φορές θύματα της διαφήμισης. Η τηλεόραση είναι ένοχη σε μεγάλο ποσοστό για την εικόνα των στερεοτύπων των δύο φύλλων και την παρουσίασή τους. Δεν είναι μόνο οι διαφημίσεις ομορφιάς που χρησιμοποιούν σεξουαλικά στερεότυπα προκειμένου να αυξηθεί η πώληση ορισμένων προϊόντων. Αυτές για παράδειγμα που απευθύνονται στα κορίτσια περιλαμβάνουν πολύπλοκες και έντονα χρωματικές εικόνες, καθώς και απαλή μουσική υπόκρουση. Αυτές που απευθύνονται στα αγόρια περιέχουν δράση, ηχητικά εφέ και δυνατή μουσική. Με τον τρόπο αυτό προσπαθούν να προσελκύσουν τα αγόρια και κορίτσια εφήβους σε ορισμένους τύπους εμπορευμάτων, χωρίς όμως να μεταφέρουν το μήνυμα του φύλου σε επίπεδο λεκτικής ενημέρωσης. Με τα κυριότερα μέσα επικοινωνίας, η τηλεόραση είναι εκείνη που έχει δημιουργήσει στους εφήβους την επιθυμία να αποκτήσουν ένα πιο ενεργητικό, άνετο και αστικό τρόπο ζωής. Το μόνο αντίδοτο γι' αυτήν την κατάσταση είναι η συζήτηση, ενημέρωση και καθοδήγηση των εφήβων τόσο στα σχολεία, όσο και στο οικογενειακό περιβάλλον.

Η διαφήμιση αξιοποιώντας τα μέσα μαζικής επικοινωνίας εκπέμπει τα μηνύματά της προς τους καταναλωτές.

Σύμφωνα με τον Γ.Χ.Ζώτο ("Διαφήμιση", εκδ. UNIVERSITY STUDIO PRESS, Θεσ/νίκη 1986) στις ΗΠΑ υπολογίστηκε ότι ένας νέος, στα 20 πρώτα χρόνια της ζωής του βλέπει κατά μέσον όρο 1 εκατομμύριο διαφημίσεις που δεν προωθούν μόνο προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά παρέχουν και ένα μοντέλο συμπεριφοράς και στάσης των νέων απέναντι στη ζωή.

Ο Γ.Χ.Ζώτος επίσης αναφέρει ότι: "οι έφηβοι αναπτύσσουν ένα κώδικα επικοινωνίας που τα συστατικά του στοιχεία είναι διαφημιστικά σλόγκαν. Οι διεργασίες αυτές έχουν αρνητικά αποτελέσματα. Η γλώσσα των νέων ανθρώπων στερεώνει, φτωχώνει επικίνδυνα με αποτέλεσμα να χρησιμοποιούν περιορισμένο λεξιλόγιο, που πολλές φορές δεν ξεπερνά τις 3.500 λέξεις" (Γ.Χ.Ζώτος, "Διαφήμιση", εκδ. UNIVERSITY STUDIO PRESS, Θεσ/νίκη 1986, σελ.45).

Οι διαφημιστικές εταιρείες καταβάλλουν προσπάθεια να δημιουργήσουν καταναλωτές που ζουν με το όνειρο της καλύτερης ζωής, όπως αυτή παρουσιάζεται μέσα από τους πολύπλοκους μηχανισμούς προώθησης.

Συγκεκριμένα ο Γ.Χ.Ζώτος αναφέρει: "Οι αντικειμενικοί περιορισμοί (π.χ. διαθέσιμο εισόδημα) φαίνεται ότι υποκειμενικά ελαχιστοποιούνται, γεγονός που τους ωθεί σε μια εξοντωτική προσπάθεια εξομοίωσης με το πρότυπο που τους προσφέρεται μέσα από τη διαφήμιση. Ωστόσο παρά τις προσπάθειες που καταβάλλουν, τις περισσότερες φορές δεν μπορούν ούτε καν να πλησιάσουν αυτό το πρότυπο" (Γ.Χ.Ζώτος, "Διαφήμιση", εκδ. UNIVERSITY STUDIO PRESS, Θεσ/νίκη 1986, σελ. 42).

Σύμφωνα με τον Δ.Μπασαντή ("Το σύστημα επικοινωνίας στο Παγκόσμιο Χωριό", περιοδικό "ΔΙΑΒΑΖΩ", τεύχος 194, 1988) οι έφηβοι που λόγω ηλικίας σε λίγο θα βγουν στην αγορά εργασίας τρέφουν ένα μύθο γύρω από την ζωή που αυτός συντηρείται από τη διαφήμιση. Μαθαίνουν μέσω των μηνυμάτων της διαφήμισης ότι όλα είναι εύκολα, ότι θα κερδίζουν πολλά χρήματα, ότι θα έχουν το ονειρεμένο σπίτι κλπ. Αργότερα που βγαίνουν στην ζωή απογοητεύονται γιατί τα πράγματα δεν είναι έτσι όπως τα περίμεναν και όπως τα πρόβαλλε η διαφήμιση.

Είναι αναμφίβολο ότι η διαφήμιση ωθεί και τους εφήβους στην κατανάλωση προϊόντων έτσι ώστε να νιώθουν αποδεκτοί και ότι συμβαδίζουν με το ρεύμα της εποχής όπου μετρά η αναγνώριση. Αυτή την αναγνώριση λοιπόν οι έφηβοι την επιζητούν στην αγορά πολλές φορές προϊόντων που καλύπτουν μόνο υποκειμενικές ανάγκες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με βάση τη βιβλιογραφική μελέτη στο θέμα της επίδρασης της τηλεόρασης πάνω στους εφήβους, καταλήξαμε στα ακόλουθα συμπεράσματα :

1. Οι έφηβοι σύμφωνα με τον Μάνο ("Ψυχολογία του εφήβου", εκδ.ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα 1986) έχουν αναμφισβήτητες ανάγκες τις οποίες πρέπει να καλύψουν, έτσι ώστε να μπορέσουν να αποκτήσουν τη σωματική, συναισθηματική και πνευματική τους ωριμότητα.

Επιγραμματικά αυτές είναι :

- 1) Ανάγκη για κατανόηση
- 2) Ανάγκη για ανεξαρτησία-χειραφέτηση
- 3) Ανάγκη για επιβεβαίωση του εαυτού
- 4) Ανάγκη για μόρφωση και εκπαίδευση
- 5) Ανάγκη για επαγγελματικό προσανατολισμό
- 6) Ανάγκη για σχέσεις
- 7) Ανάγκη για πρότυπα
- 8) Ανάγκη για επικοινωνία με τα μέλη της οικογένειας
- 9) Ανάγκη για πληροφόρηση-ενημέρωση
- 10) Ανάγκη για ψυχαγωγία

2. Η Μ.Σεραφετεινίδου (1987) αναφέρει ότι αναπόσπαστο μέρος της καθημερινής ζωής στην εποχή μας είναι η τηλεόραση και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης γενικότερα. Σύμφωνα με τον Σ.Παπαθανασόπουλο (1992), η τηλεόραση είναι το μέσο μπροστά στο οποίο περνάμε τον περισσότερο ελεύθερο χρόνο μας, αποτελεί δε σε σχέση με δύο βασικές πρωταρχικές συντεταγμένες, τη μορφή του πολιτεύματος και το βαθμό

ελευθερίας που ανέχεται το πολίτευμα αυτό από τη μια, καθώς και τον τρόπο παραγωγής, διανομής ή ελέγχου του προβαλλόμενου προγράμματος το πληρέστερο και αποτελεσματικότερο μέσο πολιτικής και πολιτιστικής διαπαιδαγώγησης.

3. Σύμφωνα με τις Θ.Δραγώνα-Μ.Ντάβου (1987) οι έφηβοι αποτελούν ένα μεγάλο κομμάτι τον τηλεοπτικού κοινού. Η Αλεξ.Κορωναίου (1992) αναφέρει ότι οι έφηβοι περνούν πολλές ώρες μπροστά στη μικρή οθόνη, περισσότερες και από αυτές μέσα στις σχολικές αίθουσες. Ο χρόνος τηλεθέασης όμως εξαρτάται από την κοινωνική καταγωγή ελάχιστα και το μορφωτικό επίπεδο της οικογένειας του εφήβου μέγιστα.

Τα παιδιά γονέων που κατέχουν απολυτήριο δημοτικού αφιερώνουν στην μικρή οθόνη πάνω από 3 ώρες την ημέρα, ενώ μικρότερο είναι το ποσοστό παιδιών που οι γονείς τους έχουν πανεπιστημιακό δίπλωμα.

Το φύλο του έφηβου τηλεθεατή επηρεάζει και αυτό με τη σειρά του το χρόνο τηλεθέασης αφού τα αγόρια παρακολουθούν περισσότερη τηλεόραση από τα κορίτσια, καθώς επίσης και τις προτιμήσεις, όπου τα αγόρια στρέφονται κυρίως στα αστυνομικά-περιπετειώδη προγράμματα, ενώ τα κορίτσια στις αισθηματικές ταινίες.

4. Σχετικά με το αν η τηλεόραση επηρεάζει τον έφηβο θετικά ή αρνητικά ως προς τις ανάγκες του και κατά πόσο, εξάγονται τα κάτωθι συμπεράσματα:

α. Ανάγκη για πρότυπα:

Τα Μ.Μ.Ε. παρέχουν στους έφηβους πρότυπα ικανά για να ικανοποιήσουν τις τάσεις ταύτισης (Ζώτος, 1986), όμως, όπως μας λέει ο Μάνος (1986), τα είδωλα που προβάλλονται και συγκινούν τους νέους δεν

είναι εκείνα με την ολοκληρωμένη προσωπικότητα, δηλαδή νομπελίστες συγγραφείς, επιστήμονες κλπ. αλλά σταρ του τραγουδιού, αθλητές κλπ.

Σύμφωνα πάλι με τον Ζώτο (1986) τα πρότυπα των νέων αντλούνται κυρίως από την διαφήμιση, διοχετεύοντας έτσι τον καλώς εννοούμενο εγωϊσμό της νεολαίας στο κανάλι του καταναλωτισμού, αφού οι νέοι δεν συμμετέχουν στην διαδικασία της παραγωγής υλικών αγαθών.

β. Ανάγκη για επικοινωνία με τα μέλη της οικογένειας:

Η τηλεόραση έχει επιφέρει αλλαγές ακόμα και στις ενδοοικογενειακές σχέσεις, πράγμα που επηρεάζει την βασική ανάγκη του έφηβου για ουσιαστική επικοινωνία με τα μέλη της οικογένειάς του. Ο διάλογος και η επαφή περιορίζονται, αφού μπορεί όλοι της οικογένειας να κάθονται μεν παρέα, να "συνομιλούν" όμως με την τηλεόραση (Μ.Γουίν, 1986).

Σύμφωνα δε με τον Γ.Κάρτερ (1981) η θέση της τηλεόρασης στο σπίτι και η αξία που της δίνει η οικογένεια έχουν σημαντικότερες επιπτώσεις στο πως τελικά επενεργεί η μικρή οθόνη στους εφήβους. Ο Κάρτερ (1986) πιστεύει ότι η τηλεόραση εμποδίζει την επικοινωνία των παιδιών με τα μέλη της οικογένειας και οι έφηβοι πλήττονται συνεπώς.

γ. Ανάγκη για πληροφόρηση-ενημέρωση

γ1) Σύμφωνα με τον Σ.Καστόρα (1990) ο έφηβος αντλεί το περισσότερο υλικό πληροφοριών από την τηλεόραση και από αυτήν θέλει να μάθει την αλήθεια, να πληροφορηθεί, να ενημερωθεί. Πολλές φορές όμως η πληροφόρηση που του δίνεται από την τηλεόραση μπορεί και να παραπλανεί, καθώς πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα εκπροσωπούνται ή το ειδικό βάρος του σημαντικού χάνεται μέσα στην λατρεία ενός ασήμαντου και κακότεχνου, φαντασιακού κόσμου.

γ2) Ακόμα, σύμφωνα με τον Ζώτο και πάλι με την τακτική της προβολής και της αποσιώπησης ή την τεχνική της μεγένθυσης των διαστάσεων ενός προβλήματος, ή αντίθετα της υποβάθμισης της σημασίας του, μαθαίνει ο έφηβος τι να σκέφτεται και τι όχι, αφού μετά από ένα σημείο η μνήμη "μπλοκάρεται" και η κριτική ικανότητα εξουδετερώνεται.

Έτσι ο έφηβος δεν παρακολουθεί το πρόγραμμα συνειδητά και διάφορες πληροφορίες μπορούν να εντυπωθούν στο υποσυνείδητο χωρίς να περάσουν από τον έλεγχο της κρίσης του.

Ενώ π.χ. οποιοδήποτε άτομο μέτριας νοημοσύνης αντιλαμβάνεται ότι η κατανάλωση κάποιου αναψυκτικού δεν είναι δυνατόν να του χαρίσει ομορφιά, πλούτη ή αθλητικές διακρίσεις, η διαφήμιση καταφέρνει να του υποβάλλει και τελικά να του επιβάλλει αυτή την ιδέα, ακριβώς γιατί την προσφέρει σε χρόνο ανύποπτο, όταν η κρίση του είναι ενασχολημένη με κάτι άλλο.

#### δ. Ανάγκη για ψυχαγωγία:

Σύμφωνα με τις Φ.Χατζηθωμά και Π.Αλέφαντου (1994) παρατηρείται μια τεχνολογική έκρηξη στο χώρο της ψυχαγωγίας, που σημαίνει ότι ο έφηβος έχει μεγάλη ποικιλία ψυχαγωγικών μέσων, όπου η τηλεόραση κατέχει τον σημαντικότερο ρόλο.

Αυτό που προσφέρει στον έφηβο η τηλεόραση είναι περισσότερο διασκέδαση παρά μορφωτική αγωγή, αφού σύμφωνα με την έρευνα που έγινε από το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών ερευνών το 1984 τα Shows, τα τηλεπαιχνίδια και τα μουσικοχορευτικά προγράμματα προσφέρονται απλόχερα, λειτουργώντας περισσότερο με κριτήρια "κοσμικά" παρά με πολιτισμικά, ικανά να γίνουν φορείς μορφωτικής αγωγής.



## Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΣΤΗ ΒΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ

Η τηλεόραση, εκτός από μέσο ενημέρωσης, είναι και μέσο ψυχαγωγίας, προσφέρει θέαμα. Και ανάμεσα στα άλλα ψυχαγωγικά θεάματα προσφέρει και έργα, στα οποία κυριαρχεί η βία και η επιθετικότητα.

Το ερώτημα που τίθεται είναι αν και κατά πόσο η προβολή σκηνών βίας συντελεί στη διάδοση της βίας ή στην καλλιέργεια μιας επιθετικής-εγκληματικής ψυχολογίας στους εφήβους.

1. Υπάρχουν δύο γενικές κατευθυντήριες απόψεις με διάφορες παραμέτρους η καθεμιά.

α. Από την μια, οι εκπρόσωποι των θεωριών της μη αρνητικής επίδρασης της τηλεόρασης στις βίαιες και επιθετικές εκδηλώσεις συμπεριφοράς των εφήβων (M.Kunzsaia, S.Freud, J.Dollard, W.D.Wells) πιστεύουν ότι οι προβολές τέτοιων σκηνών δεν ασκούν επίδραση στους τηλεθεατές, ή ακόμα κι αν ασκούν μπορούν να λειτουργήσουν καθαρτικά, έχοντας έτσι σαν αποτέλεσμα να μειώνεται το επιθετικό δυναμικό τους, ή λόγω εθισμού να το αναστέλλουν (B.Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις της στα παιδιά και στους νέους", εκδ. ΓΡΗΓΟΡΗΣ, Αθήνα 1992).

β. Υπάρχει βέβαια και η άλλη πλευρά (A.Bandura, Aron Freed, D.Phillips) που υποστηρίζει ότι τα τηλεοπτικά μηνύματα μπορούν να επιφέρουν-μέσα από τη διαδικασία της μάθησης με παρατήρηση-μίμηση των προβαλλόμενων προτύπων-αλλαγές στον συναισθηματικό-ψυχικό κόσμο του έφηβου.

Σύμφωνα με τον W.A.Belson, το περιβάλλον του έφηβου (οικογενειακό-ευρύτερο κοινωνικό) παίζει μεγάλο ρόλο για την εκδήλωση των επιθετικών τάσεων,

καθώς επίσης και οι ιδιαιτερότητες κάθε εφήβου σαν ξεχωριστό άτομο.

Ακόμα (σύμφωνα με τον ίδιο) η επιθετικότητα εκδηλώνεται πιο έντονα στα αγόρια παρά στα κορίτσια και είναι συνήθως λεκτική, ή φανερώνεται με δυσανεμία ως προς το σχολείο, την οικογένεια, ή ακόμα εκδηλώνεται με μια τάση επιθετική στην ψυχαγωγία ή στα σπορ.

2. Ακόμα, σύμφωνα με την Αλεξ.Κορωναίου (1992) τα θεάματα της βίας που προσφέρει η τηλεόραση δεν τα βλέπουν όλοι οι έφηβοι με τα ίδια κριτήρια.

Ανάλογα με την διαμόρφωση του χαρακτήρα, άλλοι νιώθουν αποστροφή, άλλοι φόβο, άλλοι εντυπωσιάζονται από το στοιχείο της δύναμης, άλλων εξάπτεται η φαντασία.

Είναι δυνατόν δηλαδή να παρακολουθεί κάποιος τέτοια θεάματα, χωρίς να υπάρχει κανένας κίνδυνος μήπως γίνει "εγκληματίας".

Τέτοια θεάματα όμως, της βίας και του εγκλήματος, είναι δυνατόν να επηρεάσουν άτομα ανώριμα, με μειωμένη πνευματική ανάπτυξη και καλλιέργεια.

3. Τέλος, σύμφωνα με τον Καστόρα (1990) δεν μπορούμε να επιρρίψουμε όλες τις ευθύνες στην τηλεόραση για τα θέματα και τον τρόπο που τα προβάλλει. Απλά, η τηλεόραση πολλές φορές, συνεχίζοντας από άλλους δρόμους την παιδευτική της αποστολή, θέλει να γίνει ο καθρέφτης του εαυτού μας.

#### ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΦΗΒΟΥ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

1. Σύμφωνα με τον F.Rohneberger (Β.Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις της στα παιδιά και στους νέους", εκδ.ΓΡΗΓΟΡΗΣ, Αθήνα 1992), η τηλεόραση είναι φορέας κοινωνικοποίησης

ίσως και πρωτογενής, μέσα από μια αμφίδρομη διαδικασία μεταξύ επικοινωνού (τηλεόρασης) και αποδέκτη (τηλεθεατή).

Η αμφίδρομη αυτή διαδικασία σύμφωνα με τον Enzensberger (1969) εμποδίζεται από την πολιτική σκοπιμότητα χρήσης της τηλεόρασης, οπότε πομπός και δέκτης βρίσκονται σε μια παθητική και όχι δυναμική σχέση όπως θα έπρεπε.

2. Ο Βουϊδάσκης (1992) αναφέρει ότι οι Β. Brecht και Enzensberger υποστηρίζουν ότι η τηλεόραση ενδιαφέρεται πρώτιστα για την διατήρηση του συστήματος, επιβάλλει κανόνες που οδηγούν στην διαμόρφωση μιας κοινωνίας με ολοκληρωτική νοοτροπία και μονομερή προσανατολισμό. Ακόμα ότι ομοιομορφοποιεί και ισοπεδώνει όλα τα άτομα, χωρίς να δίνει την δυνατότητα για ανάπτυξη των ιδιαίτερων και ποικίλων ικανοτήτων των εφήβων.

3. Αναφέρεται ακόμα ότι η κοινωνικοποίηση δεν γίνεται χάρη των κοινωνικοποιούμενων ατόμων, αλλά για να δοθεί η ευκαιρία σε ορισμένες ομάδες που έχουν την εξουσία στα Μ.Μ.Ε. να γίνονται ρυθμιστές των καταστάσεων.

Σύμφωνα με τον Γ.Κάρτερ (Γ.Κάρτερ, "Τηλεόραση, θέσεις και καταθέσεις", εκδ. ΔΩΔΩΝΗ, Αθήνα 1986) όταν ο "δημιουργός" της τηλεόρασης μετατρέπει το έργο του σε έργο προπαγάνδας και δεν λειτουργεί ελεύθερα, αλλά σκλαβωμένα σε κάποια σκοπιμότητα, ή υπηρετεί πολιτικούς στόχους, δεν συντελεί στη διαμόρφωση μιας παιδευτικής συνείδησης στους νέους, αλλά δημιουργεί ένα αποπροσανατολιστικό κλίμα.

4. Σύμφωνα δε με τους O. Negt και A. Kluge είναι χρέος του λαού να απαιτεί συνεχώς, όσο γίνεται περισσότερο εκδημοκρατισμό των τηλεοπτικών μέσων, έτσι ώστε να υπάρχει μια διαλεκτική σχέση ανάμεσα στην τηλεόραση και στο κοινό της.

## Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟΥΣ ΕΦΗΒΟΥΣ - ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

1. Σύμφωνα με τον Γ.Χ. Ζώτο (1986) η πρόοδος στην τεχνική της διαφήμισης, της προβολής των ιδεολογικών και πολιτικών κηρυγμάτων κλπ., η οποία οφείλεται τόσο στην κατανόηση των νόμων που διέπουν την ψυχολογία των μαζών, όσο και στην τεράστια τεχνική ανάπτυξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας, έχουν σαν αποτέλεσμα να σχηματίζονται σύνολα, τα μέλη των οποίων χάνουν τη δύναμη της ατομικής επιλογής και προτίμησης και αποβαίνουν "μάζα" με την τρέχουσα σημασία της λέξης.

Η Σεραφετεινίδου (1987) αναφέρεται στην μαζικοποίηση της πολιτιστικής παραγωγής που βασίζεται κυρίως σε εμπορικά πετυχημένες φόρμουλες, οι οποίες επαναλαμβάνονται.

2. Κυρίαρχο ρόλο στην διαμόρφωση της "μαζικής" κουλτούρας κατέχει η διαφήμιση. Η διαφήμιση δε οποιουδήποτε προϊόντος που απευθύνεται στους έφηβους και όχι μόνο, αποσκοπεί στο να δημιουργήσει "μάζα" αγοραστών σε όλες τις κοινωνικές τάξεις και τα μορφωτικά επίπεδα. Βέβαια ο καθένας ξεχωριστά έχει τις δικές του στάσεις, προτιμήσεις, ενέργειες και θα αντιδράσει με χαρακτηριστική ανωνυμία, δηλαδή ως άτομο θα δεχτεί ή θα απορρίψει το διαφημιζόμενο προϊόν (Ζώτος, 1986). Παρ'όλο που λόγω της ανάγκης για αυτονομία δεν υιοθετούν ομοιόμορφες συμπεριφορές, συνηθίζουν να διαμορφώνουν μια δική τους νεολαιίστικη κουλτούρα, που το αν θα καταλήξει σε "μαζική" εξαρτάται από τον κοινωνικό χώρο που ζει ο κάθε νέος ξεχωριστά (Biriukov, 1984).

## ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΣΤΟΥΣ ΕΦΗΒΟΥΣ

1. Οι έφηβοι αποτελούν ένθερμο κοινό της ελληνικής τηλεόρασης και περνούν πολύ χρόνο μπροστά στη μικρή οθόνη, ίσως και περισσότερο από ότι στις σχολικές αίθουσες (Αλεξ.Κορωναίου, "Νέοι και Μ.Μ.Ε.", εκδ.ΟΔΥΣΣΕΑΣ, Αθήνα, 1992).

Οι θεωρητικές απόψεις που επικρατούν είναι λίγο-πολύ επηρεασμένες από τις ξένες, συμπεράσματα των οποίων παραθέσαμε προηγουμένως.

Ενδεικτικά αναφέρουμε :

α. Ο Έλληνας τηλεθεατής είναι παθητικός αποδέκτης των μηνυμάτων διότι ισχύει η μονόδρομη επικοινωνία και όχι η αμφίδρομη η οποία θα ήταν και η ιδανική (Β.Βουϊδάσκης, "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις της στα παιδιά και στους νέους", εκδ.ΓΡΗΓΟΡΗΣ, Αθήνα 1992).

β. Τονίζεται ιδιαίτερα ο προπαγανδιστικός χαρακτήρας των Μ.Μ.Ε. που επιβάλλει τα καπιταλιστικά αγαθά και αναπαράγει το καπιταλιστικό σύστημα. Επισημαίνεται ακόμα ότι ο μέσος έφηβος τηλεθεατής παίρνει την πνευματική τροφή που του προσφέρει η τηλεόραση και η οποία είναι τέτοια που έχει να κάνει με το ευρύτερο σύστημα κοινωνικών αξιών, με υποκειμενικούς παράγοντες (προσωπικότητα, οικογένεια) καθώς και με παράγοντες αντικειμενικούς, δηλαδή το τι προσφέρουν οι "παραγωγοί" της πνευματικής τροφής (Γ.Κάρτερ, "Τηλεόραση, θέσεις και καταθέσεις", εκδ.ΔΩΔΩΝΗ, Αθήνα 1986).

2. Δεν υπάρχει και στον ελλαδικό χώρο ομοφωνία σχετικά με το αν και κατά πόσο βλάπτει τον έφηβο η παρακολούθηση εκπομπών με πράξεις βίας.

Σύμφωνα με τον Δ.Τσαρδάκη (1983), υπάρχουν αυτοί που υποστηρίζουν ότι η βία στην τηλεόραση αύξησε την εγκληματικότητα. Άλλοι όμως πιστεύουν

ότι μπορεί να αυξήσει την αντοχή του έφηβου, να τον κάνει πιο ανθεκτικό στον ανθρώπινο πόνο. Άλλοι (Βουϊδάσκης, 1992) πως πολύ μικρή σημασία έχει για την προσωπικότητα του παιδιού η εξοικείωση με τη βία και πως συνήθως όσοι έχουν ροπή προς τη βία, οι ανώριμοι και ανικανοποίητοι, είναι αυτοί που μην έχοντας κάτι καλλίτερο να κάνουν παρακολουθούν συστηματικά έργα βίας.

3. Ο Βουϊδάσκης (1992) αναφέρει τις θεωρίες εκείνες που υποστηρίζουν ότι ο μέσος έφηβος-τηλεθεατής παίρνει την πνευματική τροφή που του προσφέρει η τηλεόραση και η οποία είναι τέτοια που έχει να κάνει με το ευρύτερο σύστημα κοινωνικών αξιών, με υποκειμενικούς παράγοντες (προσωπικότητα, οικογένεια) καθώς και με παράγοντες αντικειμεντικούς δηλαδή το τι προσφέρουν οι "παραγωγοί" της πνευματικής αυτής τροφής.

4. Ο Βουϊδάσκης και πάλι (1992) αναφέρεται στις απόψεις εκείνων των ξένων θεωρητικών σύμφωνα με τους οποίους η τηλεόραση είναι φορέας κοινωνικοποίησης των εφήβων, εξαρτάται όμως και από την δράση των άλλων φορέων κοινωνικοποίησης όπως της οικογένειας, σχολείου και των άλλων ομοειδών παραγόντων που καλλιεργούν όμοιους ή διαφορετικούς προσανατολισμούς.

5. Και στον ελλαδικό χώρο, σύμφωνα με τον Δ.Μπασαντή (1988), μπορούμε να μιλήσουμε για έναν "εμπορικό πειθαναγκασμό" που όχι μόνο δεν δίνει στο κοινό ό,τι αυτό θέλει, αλλά και του υποβάλλει τι πρέπει να θέλει ή τι πρέπει να πιστεύει ότι θέλει.

Η τηλεόραση μέσω της διαφήμισης επηρεάζει τη ζωή των εφήβων, αφού τους οδηγεί στο να πιστεύουν ότι θα φτάσουν στον επίγειο παράδεισο, ότι θα μπορέσουν να ζήσουν πιο άνετα και ευτυχισμένα.

Στην πραγματικότητα όμως οι προσδοκίες τους αυτές διαψεύδονται συνήθως και ακολουθούν απογοητεύσεις.

## ΕΙΣΗΓΗΣΕΙΣ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Μέσα από τους προβληματισμούς και τις διαπιστώσεις της βιβλιογραφικής μελέτης που ήδη παραθέσαμε, κάνουμε μια προσπάθεια να παραθέσουμε εισηγήσεις-προτάσεις που αφορούν την σχέση τηλεόρασης-έφηβου και το αν και κατά πόσο ανταποκρίνεται η τηλεόραση στις ανάγκες του, καθώς και στο αν και κατά πόσο του καλλιεργεί βίαιη και επιθετική συμπεριφορά.

1. Αναφέρθηκε ότι κυρίαρχο ρόλο μέσα στην οικογενειακή καθημερινή ζωή του έφηβου κατέχει η μικρή οθόνη.

Προτείνεται η ενημέρωση των γονέων, πρώτα από όλα σε σχέση με τις αναμφισβήτητες ανάγκες του έφηβου που επηρεάζει η τηλεόραση, και κατά δεύτερο λόγο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό να ενημερωθούν οι γονείς για το πως θα μπορέσουν να κάνουν την μικρή οθόνη μέρος μιας "πολιτιστικής" αγοράς στους κόλπους της οικογένειας π.χ. η ενημέρωση αυτή μπορεί να επιτευχθεί μέσω σχολών γονέων.

2. Η θέση της τηλεόρασης στο σπίτι, η αξία που της δίνει η οικογένεια, έχουν σημαντικές επιπτώσεις στο πως τελικά επενεργεί η μικρή οθόνη (θετικά ή αρνητικά) στους έφηβους.

Προτείνεται να πληροφορηθούν-ενημερωθούν οι γονείς σχετικά με τις επιδράσεις αυτές μέσω σεμιναρίων τα οποία θα είναι υπό την εποπτεία εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και πνευματικών κοινοτικών κέντρων.

3. Οι έφηβοι έχουν δικαίωμα στην ποιότητα των τηλεοπτικών εκπομπών, στην αντικειμενική πληροφόρηση, στη μη εκμετάλλευση των συναισθημάτων πόνου, στο σεβασμό της προσωπικότητας και των ιδιαιτεροτήτων και της διαφορετικότητας.

Προτείνεται τα παιδιά να ενημερώνονται γι'αυτά τους τα δικαιώματα στα πλαίσια των μαθημάτων στα Γυμνάσια-Λύκεια, έτσι ώστε να συνειδητοποιήσουν ότι έχουν το δικαίωμα ουσιαστικής συμμετοχής στην προστασία και τη διαχείριση του τηλεοπτικού κοινωνικού αγαθού.

4. Προτείνεται ακόμα να γίνονται σεμινάρια στα σχολεία, Πανεπιστήμια, Τ.Ε.Ι. πάνω σε θέματα που αφορούν την ευαίσθητη περίοδο της εφηβείας, έτσι ώστε όλοι όσοι "κάνουν" τηλεόραση να έχουν κύριο στόχο τους την ποιοτική αναβάθμιση του έργου τους, σε σχέση με αυτά που έχουν πραγματική ανάγκη οι έφηβοι.

5. Στη μελέτη που έγινε αναφέρεται ότι είναι χρέος του έφηβου τηλεθεατή να απαιτήσει την ποιότητα στην τηλεόραση.

Προτείνεται λοιπόν να ενημερωθούν οι έφηβοι και να αντιληφθούν ότι ο ρόλος της τηλεόρασης πρέπει να κυριαρχήσει ως προς "τ'αφεντικά" που δεν είναι ούτε άορατα ούτε και επώνυμοι. Είναι οι ίδιοι οι τηλεθεατές.

Η ενημέρωση αυτή θα μπορούσε να γίνει μέσα σε ομάδες εφήβων όπου ο Κοινωνικός Λειτουργός θα οδηγούσε του έφηβους στην συνειδητοποίηση ότι πρέπει να είναι οι κυρίαρχοι στον τρόπο με τον οποίο η τηλεόραση επηρεάζει τη ζωή τους.

Ακόμα ανάλογη ενημέρωση μπορεί να γίνει σε ομάδες γονέων όπου και εκεί με την βοήθεια του κοινωνικού λειτουργού θα οδηγούμασταν στα ίδια αποτελέσματα.

6. Προτείνεται ακόμα η ενεργοποίηση των εφήβων τηλεθεατών μέσω του Δήμου-Κοινότητας, όπου και εδώ ο Κοινωνικός Λειτουργός μπορεί να αναλάβει τον υπεύθυνο ρόλο, με την έννοια της κινητοποίησης



σε μια εκστρατεία προτάσεων και διαλόγου, έτσι ώστε να εδραιωθεί μια συλλογική συνείδηση των έφηβων και ταυτόχρονα να αποτελέσουν το κύριο μέρος της διαχείρισης της τηλεόρασης.

7. Προτείνεται δε η δημιουργία ενός ευέλικτου αλλά σεβαστού από όλους νομοθετικού πλαισίου που θα κατοχυρώνει τόσο την ελευθερία των τηλεοπτικών δημιουργών, όσο και τα δικαιώματα των τηλεθεατών.

8. Από τη μελέτη διαπιστώσαμε ακόμη ότι η τηλεόραση μάς πρόσφερε και μας προσφέρει πολλά, και συνήθως εμείς είμαστε εκείνοι που της δίνουμε το υλικό που μας δίνει.

Το κοινό, π.χ., θέλει "βία", οι δημιουργοί του προσφέρουν σε μεγάλες δόσεις "βία".

Προτείνεται γι' αυτό να γίνονται από τα πρώτα χρόνια της σχολικής ζωής του παιδιού επιμορφωτικά σεμινάρια τέτοια που θα του δίνουν μια πολιτιστική κουλτούρα ικανή να τον κάνει να δίνει το πολιτιστικό υλικό που θα απαιτεί πλέον να του προσφέρει η τηλεόραση.

9. Προτείνουμε επίσης την δημιουργία και άλλων διεξόδων για ενημέρωση ή ψυχαγωγία των εφήβων. Είναι γνωστό ότι λείπουν πολλά πράγματα που θα μπορούσαν να εκλύσουν τον έφηβο, όπως π.χ. τα Κέντρα νεότητας ή οι άρτια εξοπλισμένες βιβλιοθήκες όπου η ψυχαγωγία θα συνεπάγεται την ενημέρωση και παράλληλα τη μόρφωση. Είναι λοιπόν χρέος της πολιτείας να δημιουργήσει αυτές τις "διεξόδους" έτσι ώστε να υπάρχουν περιθώρια επιλογής από τον έφηβο.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βουϊδάσκης Κ.Βασίλης: "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις της στα παιδιά και στους νέους", εκδόσεις: Μ.Π.ΓΡΗΓΟΡΗ, Αθήνα, 1992)
- Βιρίτικον: "Η τηλεόραση στη Δύση και τα Δόγματά της", εκδόσεις: Σύγχρονη εποχή, Αθήνα, 1984
- Γαλανόπουλος Κ.: "Η τηλεόραση και οι νέοι" στην: ελληνοχριστιανική αγωγή, τεύχος 202, Αθήνα, 1972
- Γεώργας Δ.: "Κοινωνική ψυχολογία, δυαδικές σχέσεις και επικοινωνία", τόμος Α, Αθήνα, 1986
- Γουίν Δ.: "Τηλεόραση: ένας ξένος στο σπίτι" Εκδόσεις: Ακρίτας, Αθήνα, 1986
- Εμμανουήλ Αρτεμής: "Ιστορικά και επιστημονικά θεμελιώσεις της κοινωνιολογίας", Β' έκδοσις, εκδόσεις: Στ.Καραμπερόπουλος, Πειραιεύς, 1975
- Ζώτος Χ.Γ.: "Διαφήμιση", εκδόσεις: University Studio Press, Θεσ/νίκη, 1986
- Ιωάννου Β.: "Κείμενα επικοινωνίας", εκδόσεις: Διφρός, Αθήνα, 1981
- Cazeneuve Jean: "Ο άνθρωπος τηλεθεατής", εκδόσεις: Πύλη, Αθήνα, 1979
- Γ.Κάρτερ: "Τηλεόραση, θέσεις και καταθέσεις", εκδόσεις: Δωδώνη, Αθήνα, 1986

- Καστόρας Σ.: "Οπτικοακουστικά Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας", εκδόσεις: Παπαζήση, Αθήνα, 1990
- Κιτσάκη Κ.Αθ.: "Η σύγχρονη κοινωνία-φαινόμενα και προβλήματα του καιρού μας", εκδόσεις: Γρηγόρη, Αθήνα, 1990
- Κορωναίου Α.: "Νέοι και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας", εκδόσεις: Οδυσσέας, Αθήνα, 1992
- Κοσμόπουλος Αλεξ.: "Ψυχολογία και οδηγτική της παιδικής και νεανικής ηλικίας", έκδοση: Πανεπιστήμιο Πατρών, Πάτρα, 1988
- Λοφέρ Μ.: "Εφηβική διαταραχή και ψυχικός κλονισμός", εκδόσεις: Καστανιώτη, Αθήνα, 1992
- Μάνος Κ.: "Ψυχολογία του εφήβου", εκδόσεις: Γρηγόρη, Αθήνα, 1986
- Μιχαλέας Αν.: "Κοινωνιολογία της επικοινωνίας"  
Εκδόσεις: Οδυσσέας, Θεσ/νίκη, 1984
- Ντάβου Μ.-Δραγώνα Θ.: "Η εφηβεία, προσδοκίες και αναζητήσεις", εκδόσεις: Παπαζήση, Αθήνα, 1989
- Ουμπέρτο Εκο: "Η Σημειολογία στην καθημερινή ζωή", εκδόσεις: Μαλλιάρης Παιδεία Α.Ε.
- Παπαθανασόπουλος Σ.: "Απελευθερώνοντας την τηλεόραση", εκδόσεις: Καστανιώτη, Αθήνα, 1992
- Παρασκευόπουλος Ι.Ν.: "Εξελικτική ψυχολογία"  
Τόμος 4ος, "Εφηβική ηλικία", Αθήνα

- Σεραφετεινίδου Μ.: "Κοινωνιολογία των μέσων μαζικής ενημέρωσης", εκδόσεις: Gutenberg, Αθήνα, 1987
- Τσαρδάκης Δ.: "Ο άνθρωπος στα δίκτυα της Manipulation, μια κοινωνικο-ψυχολογική μελέτη στην περιοχή της έρευνας της επικοινωνίας και της συμπεριφοράς", εκδόσεις: Σκαρβαίος, Αθήνα, 1983
- Χάντφελντ Τζαίημς Άρθουρ: "Παιδικότητα και εφηβεία", εκδόσεις: Θυμάρι, Αθήνα, 1979
- Χατζηθωμά Π.Φ.- Π.Ν.Αλέφαντου: "Λεξικό αναπτυγμένων εννοιών", εκδόσεις: Φίλιππος, Θεσ/νίκη, 1994
- Χρονόπουλος Δ.: "Πως θα σωθεί η ελληνική τηλεόραση", εκδόσεις: Βιβλιοπωλείο της εστίας, Αθήνα
- Κεμπέρης Χ.- Α.Μουρίκη - Γ.Μυριδάκης - Θ.Παραδέλλης - Ο.Γαρδίκη - Α.Τεπέρογλου: "Νεοί: διάθεση χρόνου, διαπροσωπικές σχέσεις", "Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών", έκδοση: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών, τεύχος 57, Αθήνα, 1985
- "Νεώτερο εγκυκλοπαιδικό λεξικό", τόμος ΚΒ  
Εκδόσεις: Ηλιος, Αθήνα, 1987

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- Μπασαντής Δ.: "Στο μεταίχμιο των εποχών-η μαζική επικοινωνία στη δεκαετία του 90", περιοδικό "Διαβάζω", τεύχος 215, 10/5/89
- Μπασαντής Δ.: "Το σύστημα επικοινωνίας στο Παγκόσμιο Χωρίο", περιοδικό: "Διαβάζω", τεύχος 194, 1988
- Ναυρίδης Κλ.: "Τηλεόραση και γλώσσα", περιοδικό: "Σύγχρονη εκπαίδευση", τεύχος 21, Αθήνα, 1985
- Περδικόπουλος Μ.: "Η τηλεόραση και η προστασία των νέων. Η επίδραση των σκηνών βίας", περιοδικό: "Σχολική υγιεινή", τεύχος 3, Αθήνα, 1973
- Πλωρίτης Μ.: "Μέσα επικοινωνίας ή μέσα εξουσίας και βιασμού", περιοδικό: "Αντί", τεύχος 320, Αθήνα, 1986
- Σαρλικιώτου Π.: "ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟ ΣΧΗΜΑ", περιοδικό, Τεύχος 6, Μάρτιος, 1991