

ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥΣ
ΣΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΕΦΗΒΟΥΣ

ΜΕΤΕΧΟΥΣΕΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ

Γεωργίου Ελένη
Παναγή Μαρία

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ

Πανταζάκα - Στρατίκη Αθανασία
Καθηγήτρια Εφαρμογών



Πτυχιακή για τη λήψη του πτυχίου στην Κοινωνική Εργασία
από το Τμήμα Κοινωνικής Εργασίας της Σχολής Επαγγελματών
Υγείας και Πρόνοιας του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού
Ιδρύματος (Τ.Ε.Ι.) Πάτρας

ΠΑΤΡΑ, 17-5-1996

ΑΡΙΘΜΟΣ
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

1804

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
2. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ	4
3. ΣΚΟΠΟΣ	7
4. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ	8
5. ΟΡΙΣΜΟΙ ΟΡΩΝ	9

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΠΡΟΟΔΟΥ	13
2. ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΩΣ ΜΙΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ	13
3. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	21
α. Ο Επικοινωνητής	22
β. Η μαρτυρία ή δήλωση	22
γ. Το μέσο	23
δ. Ο αποδέκτης	24
4. ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΚΑΙ ΜΑΖΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	25
5. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΠΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ Μ.Μ.Ε.	26
6. ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	32
α. Η Κοινωνικοψυχολογική προσέγγιση: 1940-1960	32
β. Η παθητικοποίηση του δέκτη: Η προσέγγιση των "χρήσεων και ικανοποιήσεων"	35
γ. Η διαδικασία της αποκωδικοποίησης	37
7. ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΩΣ ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ	38

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	44
α. Τύπος - Εφημερίδα	44
β. Βιβλίο	47
γ. Κινηματογράφος	47
δ. Δισκοπραγωγή	48
ε. Ραδιόφωνο	49
στ. Τηλεόραση	50
1. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΤΥΠΟΣ	52
2. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	53
3. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ	54
ζ. Computer	55
2. ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	57

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Α. ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

1. ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ	60
α. Η Χρησιμοποίηση των τηλεοπτικών τύπων και σχημάτων για τη βελτίωση της μάθησης	61
β. Κίνηση και Μάθηση	61
γ. Οι Στερεότυποι Ρόλοι των Φύλων	62
δ. Μειονότητες	64
ε. Η Ταύτιση των Χαρακτήρων	65
στ. Η Τηλεόραση και η Αλληλεπίδραση με έναν Ενήλικο	65
ζ. Η Τηλεοπτική Κοινωνικοποίηση ως Μαθησιακή Διαδικασία	66
2. ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ	67
α. Η Δυσλειτουργική Τηλεοπτική Κοινωνικοποίηση	69
β. Η επίδραση της Τηλεόρασης στις Κοινωνικές Στάσεις και Γνώμες	73
γ. Η Επίδραση της Τηλεόρασης στις Κοινωνικές Αξίες και Νόρμες	75
δ. Η Επίδραση της Τηλεόρασης στους Κοινωνικούς Ρόλους	77
ε. Η Επίδραση της Τηλεόρασης στις Συνήθειες και στο Τρόπο Ζωής	78
στ. Η Συμμετοχή της Τηλεόρασης στην Πρόκληση Επιθετικής και Εγκληματικής Συμπεριφοράς	79
3. Η ΕΠΙΘΕΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΑΙΤΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ	81
4. ΒΙΑ - ΕΓΚΛΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	84
5. ΑΠΟΨΕΙΣ ΘΕΩΡΗΤΙΚΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΒΙΑ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	86
6. ΘΕΩΡΙΕΣ ΕΡΜΗΝΕΙΑΣ ΤΩΝ ΕΠΙΔΡΑΣΕΩΝ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΒΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	90
α. Θεωρίες της Μη Αρνητικής Επίδρασης Της Τηλεόρασης	91
α1. Η θεωρία της Μη Επίδρασης	91
α2. Η θεωρία του Εθισμού ή της Συνήθειας	92
α3. Η θεωρία της Κάθαρσης	93
β. Θεωρίες της Αρνητικής Επίδρασης της Τηλεόρασης	95
β1. Η θεωρία της Γενικής Συναισθηματικής Διέγερσης	95
β2. Η θεωρία του Ερεθισμού ή της Παρόρμησης	96
β3. Η θεωρία της Κοινωνικής Μάθησης με Παρατήρηση	99
β4. Η θεωρία της Κοινωνικής Μάθησης με Μίμηση	101
β5. Η θεωρία της Δικαιολόγησης της Επιθετικής και της Εγκληματικής Συμπεριφοράς	103

7. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ	105
8. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΒΑΣΜΑ	107
9. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	109
10. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΑΙΧΝΙΔΙ	111
11. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	113
12. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ	114
13. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	116
Οι αδυναμίες του μέσου	118

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

1. Ο ΜΑΓΙΚΟΣ ΚΟΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ	122
α. Ο Κινηματογράφος και η Πραγματικότητα	123
β. Μεγάλη Σχολή	123
γ. Σωματικές και Ψυχικές Βλάβες	125
δ. Η Διαφορά Τηλεόρασης και Κινηματογράφου	126
2. Ο ΚΟΣΜΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	127
α. Σύντομη Ιστορική Εξέλιξη	127
β. Ο Ρόλος της Διαφήμισης	128
γ. Εννοιολογικό Περιεχόμενο της Διαφήμισης	130
δ. Η Συμπεριφορά του σύγχρονου ανθρώπου και οι μηχανισμοί προσέγγισης και διαμόρφωσης των διαθέσεων και προτιμήσεων του καταναλωτή	131
ε. Η Άσκηση Ψυχολογικής Βίας στον Καταναλωτή	133
στ. Ο Ρόλος της Διαφήμισης στη Διαμόρφωση των Ανθρωπίνων Σχέσεων	134
ζ. Η επίδραση της διαφήμισης στην προσωπικότητα των παιδιών	135
3. ΤΑ COMPUTERS ΣΤΗ ΖΩΗ ΜΑΣ	137
α. Ψυχολογική θεώρηση	139
β. Η σχέση με την τηλεόραση	140
γ. Οι Η/Υ στην εκπαίδευση	140
δ. Οι εκπαιδευτικές δυνατότητες των υπολογιστών	142
ε. Αρνητικές Επιπτώσεις των Υπολογιστών	145
στ. Χρήσιμοι Κανόνες για την Διδασκαλία με Η/Υ	147
ζ. Οι Η/Υ στην Ειδική αγωγή	148
4. ΒΙΝΤΕΟΠΑΙΧΝΙΔΙΑ	150
5. ΤΑ ΚΟΜΙΚΣ	151
6. ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΜΟΥΣΙΚΗ	155
ΙΣΤΟΡΙΚΑ	155
ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	157

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	160
2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	164

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	168
-----------	-----

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	236
--------------	-----

Η Επιτροπή για την έγκριση της πτυχιακής εργασίας

1. Πανταζάκα Αθανασία
Καθηγήτρια Εφαρμογών

2.

3.

ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ

Ευχαριστούμε πολύ, την Υπεύθυνη Καθηγήτρια Εφαρμογών κ. Πανταζάκα Αθανασία για την πολύτιμη βοήθεια που μας προσέφερε και την κατανόηση που έδειξε για την διεκπαιρέωση της μελέτης αυτής.

Ακόμη ευχαριστούμε την οικογένειά μας για την κατανόηση και την ηθική και υλική συμπαράσταση που μας προσέφεραν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Την δεκαετία του 1950, ο Αμερικανός Harold D.Lasswell διατύπωσε την πρώτη φόρμουλα επικοινωνιακής πράξης, η οποία από τότε αποτέλεσε τη βάση για την έρευνα της μαζικής επικοινωνίας. Με έντεκα μόνο λέξεις ο Lasswell έδωσε το στίγμα και προσδιόρισε τους βασικούς παράγοντες που εμπλέκονται σε μία πράξη επικοινωνίας:

"Ποιός λέει τι, με ποιό μέσο, σε ποιόν, με ποιό αποτέλεσμα"

Όπως αναφέρει και η Μ.Σεραφετινίδου 1987 σελ. 17 [«]τα μέσα μαζικής επικοινωνίας αποτελούν στην εποχή μας αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής μας ζωής.[»]

Η χρήση του όρου *"μέσα μαζικής ενημέρωσης"* τείνει να αντικατασταθεί από τον όρο *"μαζικές επικοινωνίες"*. Αυτή η καινούργια ορολογία έχει σκοπό να τονίσει ότι τα μέσα ενημέρωσης ή επικοινωνίας, δεν περιορίζονται στο να μεταδίδουν πληροφορίες, αλλά ουσιαστικά είναι θεσμοί μέσω των οποίων πραγματοποιείται η επικοινωνία, δηλαδή *"μοναδικές εμπειρίες μετατρέπονται σε κοινές εμπειρίες"*. Γιατί αυτό που λέμε σε οποιαδήποτε επικοινωνία είναι:

"Ζω μ' αυτό τον τρόπο γιατί αυτή είναι η εμπειρία μου".

[«]Όπως γράφει και ο Mills 1951, (στην ίδια σ. 20), μεταξύ της συνείδησης και της ύπαρξης βρίσκονται οι μαζικές επικοινωνίες, οι οποίες επηρεάζουν την συνείδηση που έχουν οι άνθρωποι για την ύπαρξή τους.[»]

Συνεχίζοντας η Μ.Σεραφετινίδου 1987, σ.97, [«]αναφέρει ότι τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας βομβαρδίζουν καθημερινά την οικογένεια, με τα μηνύματά τους, προσφέροντας νέα πρότυπα συμπεριφοράς.[»]

“Οι γονείς στρέφονται σε περιοδικά, βιβλία, ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά προγράμματα για να μάθουν πως να μεγαλώσουν τα παιδιά τους.

Τα Μ.Μ.Ε. δεν απευθύνονται όμως μόνο στους ενήλικους γονείς, αλλά και στα ίδια τα παιδιά τα οποία αποτελούν φανατικούς καταναλωτές των προϊόντων τους. Χρησιμοποιούν την παιδική γλώσσα μέσα από διάφορα τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά προγράμματα, κόμικς, βιβλία, για να μεταδώσουν την άποψη των διαφημιστών ή του αφηγητή, ως πως το πώς πρέπει να είναι τα παιδιά.

Τα Μ.Μ.Ε. ζητούν από το παιδί να δει τον κόσμο, όπως αυτά θέλουν, αφού έχουν δημιουργήσει μια εικόνα της παιδικής ηλικίας, του αγοριού και του κοριτσιού. >> (Μ. Σερφ, *Ετησίδια* 1987 σ. 97)

Ο Σ.Κάστορας 1990 σ. 76 αναφερόμενος συγκεκριμένα στην τηλεόραση και το παιδί, διαπίστωσε μετά από έρευνες που έγιναν σε διάφορες χώρες, “ότι η τηλεόραση κατ’ αρχή κυριαρχεί πάνω στον ελεύθερο χρόνο του παιδιού, και αυτό επηρεάζει ολόκληρη τη συμπεριφορά του.” Δεύτερον τα παιδιά αγαπάνε πολύ την τηλεόραση, γιατί ικανοποιεί τις ανάγκες της φαντασίας τους. “Ετσι τα παιδιά που προτιμάνε υπερβολικά το φανταστικό από το πραγματικό, κάνουν μεγάλη χρήση της τηλεόρασης και μικρή χρήση του γραπτού λόγου.” Τρίτον, όταν τα παιδιά αρχίσουν να ενηλικιώνονται χάνουν το ενδιαφέρον τους για το φανταστικό και προσαρμόζονται στην πραγματικότητα. Τέταρτον, οι επιμορφωτικές εκπομπές βοηθάνε την εμπειρία του παιδιού και οι φανταστικές τη φαντασία του. Η πνευματική του ικανότητα, οι κοινωνικοί κανόνες που το επηρεάζουν, οι σχέσεις του, η ηλικία του και το φύλο του βοηθάνε να προβλέψουν τον τρόπο που θα χρησιμοποιήσει την τηλεόραση και πόσο θα επηρεαστεί απ’ αυτή.”

Πέμπτον αναφέρεται ότι “το μέσο παιδί, μέχρι να γίνει 16 χρόνων έχει αφιερώσει στην τηλεόραση ίσο χρόνο με το σχολείο.” Έκτο και τελευταίο, αναφέρεται ότι το παιδί που δεν έχει καλές σχέσεις με την οικογένειά του, ή τους φίλους του, καταφεύγει στην τηλεόραση για να μικρύνει την ένταση που

νοιώθει.¹¹ Τότε προτιμάει προγράμματα με βίαιο περιεχόμενο.

Γενικά η τηλεόραση προκαλεί ποικίλες φυσικές συναισθηματικές και γνωστικές επιδράσεις, όχι μόνο στο παιδί αλλά και στους μεγάλους.¹² Τις περισσότερες φορές, δεν διεγείρει σωστά τη διάνοια ούτε τη δημιουργικότητα των παιδιών, ενώ δεν μπορεί να τους παρουσιάσει την πραγματική εικόνα της ζωής. Τέλος αυξάνει την επιθετικότητά τους, οδηγεί λανθασμένα τη διανοητική τους ικανότητα, τους δημιουργηθεί κακές συνήθειες και τα απομακρύνει από τη ζωή.

¹³ Αναφερόμαστε συγκεκριμένα στην τηλεόραση γιατί όπως γράφει και Μ.Σεραφετινίδου 1987,σ.161, η τηλεόραση εισέβαλε στη ζωή του ανθρώπου περισσότερο από κάθε άλλο μέσο. Ακόμη ο Ν.Σ.Μπυριούκοφ, 1984, την χαρακτηρίζει σαν το πιο γρήγορο και ζωντανό μέσο πληροφόρησης και το πιο αποτελεσματικό όργανο ιδεολογικής επιρροής.¹⁴

¹⁵ Όσον αφορά την τηλεόραση και την νεότητα ο Σ.Κάστορας 1990, σ. 79 αναφέρει καταρχήν, ότι η πληροφόρηση είναι αναγκαία στον άνθρωπο για να γνωρίσει το περιβάλλον του και να προσαρμοσθεί σ' αυτό. Το σημερινό άτομο παίρνει την καθημερινή του πληροφόρηση, ψυχαγωγία και επιμόρφωση από την τηλεόραση και αυτό το επηρεάζει όλο και περισσότερο. Δεύτερον, η νεολαία έχει τα δικά της οράματα και θέλει να συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση του δικού της αύριο. Περιμένει από την τηλεόραση, 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. Η τηλεόραση όμως έχει επενδύσει μεγάλα συμφέροντα στην υπάρχουσα κοινωνία και έχει κάθε λόγο να την διατηρήσει όπως είναι. Έτσι οι προσδοκίες της νεολαίας, πνίγονται συνήθως, από τα οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα που εκπροσωπεί κάθε φορά η τηλεόραση. Τρίτον, το πρόβλημα της σωστής πληροφόρησης της νεολαίας, είναι σε τελευταία ανάλυση πρόβλημα σωστής λειτουργίας της κοινωνίας. Ακόμη η πληροφόρηση και η επίδρασή της πάνω στη νεολαία, δεν είναι συνάρτηση μόνο του

τι θα πει η τηλεόραση αλλά και του πώς θα το πει ή ακόμη περισσότερο του τι θα κρύψει και δεν θα αναφέρει καθόλου.⁷⁷

Ο Δ.Στασινού στο βιβλίο του Ν.Κλήμη *"Τηλεόραση και Επικοινωνία"* 1984 σ. 367, αναφέρει για την τηλεόραση *"ότι πρόκειται για ένα σημαντικό φορέα κοινωνικοποίησης του ατόμου μέσα από το οποίο αναπαριστάνονται τρόποι ζωής, προωθούνται και μεταβιβάζονται έντεχνα αξίας, είδωλα και στερεότυπα και δημιουργούνται παράλληλα προσδοκίες για γεγονότα που πρόκειται να συμβούν"*.

Το ολοένα αυξανόμενο ενδιαφέρον των ειδικών για τον κοινωνικό ρόλο της τηλεόρασης και τις επιδράσεις της στους νέους και τα παιδιά, δεν μπορεί να υποστηριχθεί ότι πρόερχεται από την ποιοτική βελτίωση του μέσου αυτού, αλλά γιατί, τελευταία η τηλεόραση αποτελεί ένα αναπόσπαστο κομμάτι της *"οπτικό-ακουστικής επίπλωσης"* σε κάθε σπίτι.

2. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Όπως αναφέρει και η Μ.Γουίν 1986, σελ. 15 ⁶⁶ οι ανησυχίες για την επίδραση των μέσων μαζικής επικοινωνίας και ειδικά της τηλεόρασης έχουν κορυφωθεί. Διάφοροι κοινωνιολόγοι και ερευνητές κάνουν πειράματα για να διαπιστώσουν αν τα προγράμματα βίας κάνουν τον άνθρωπο και ειδικά τα παιδιά, πιο επιθετικά, και αν τα εποικοδομητικά προγράμματα τα ενέαρρύνουν στην κοινωνική συμπεριφορά. Γίνονται μελέτες για να διαπιστωθεί αν οι διαφημίσεις κάνουν τα παιδιά άπληστα και υλιστικά ή γενναιοδώρα και πνευματώδη. Προσπαθούν δηλαδή να ανακαλύψουν αν τα πρότυπα που δίνει η τηλεόραση επηρεάζουν τη σκέψη ανοίγοντας νέους ορίζοντες ή περιορίζοντάς τους.⁷⁷

Συχνά ακούμε πολλούς να λένε ότι έχουν *"μανία"* με την τηλεόραση. Μήπως πρέπει να κατατάξουμε αυτή τη *"μανία"* στην αθώα κατηγορία της κατανάλωσης μπισκότων ή άλλων απολαύσεων που μερικοί έντονα αναζητούν, ή μήπως πρέπει να την κατατάξουμε σε μία κατηγορία πολύ πιο επικίνδυνη και να τη θεωρήσουμε εθισμό πραγματικά καταστρεπτικό.

“

Συνεχίζοντας η Μ.Γουίν 1986 σ. 33, αναφέρει, ότι όπως τα ναρκωτικά και το αλκοόλ έτσι και η τηλεόραση επιτρέπει στον θεατή να αφήσει έξω τον πραγματικό κόσμο και να περάσει σε μία εσωτερική κατάσταση ευχάριστη και παθητική.⁷

Ένας φανατικός τηλεθεατής σε ένα κολλέγιο λέει: "Βρίσκω την τηλεόραση σχεδόν ακαταμάχητη. Όταν ανάψει δεν μπορώ να την αγνοήσω. Νιώθω να εξαφανίζονται η δύναμη, η θέληση και το κουράγιο μου. Την αφήνω ανοικτή και κάθομαι μπροστά της ώρες!!"

Μερικές ακόμη μαρτυρίες που αναφέρει η Μ.Γουίν 1986 αλλά και άλλων συγγραφέων θα βοηθήσουν στην κατανόηση του προβλήματος.

Κάποιες μητέρες αναφέρουν:

"Όταν γυρίζει από το νηπιαγωγείο ο γιός μου κάθεται μπροστά στην οθόνη με την κουβέρτα του και το δάκτυλο στο στόμα. Παρακολουθεί έτσι μέσα σε μια αποχώνωση και με τίποτα δεν μπορείς να τραβήξεις την προσοχή του. Δεν είναι απόλυτα ξύπνιος αλλά ούτε και κοιμισμένος. Θα έλεγα πολύ απλά ότι είναι υπνωτισμένος".

"Το αγόρι μου πέφτει σε ένταση όταν βλέπει τηλεόραση. Είναι εντελώς μαγεμένο απ' όσα συμβαίνουν στην οθόνη, και ξεχνάει τα πάντα γύρω του. Για να το αποσπάσω πρέπει να σβήσω την τηλεόραση".

"Παρατηρούμε ότι μετά από μια-δύο ώρες παρακολούθησης φεύγουν από την τηλεόραση με κακή διάθεση: έχουν ιδιοτροπίες, τσακώνονται εύκολα, είναι κουρασμένα και έτοιμα να σφρακτούν".

"Ένα βασικό χαρακτηριστικό της τηλεόρασης είναι ότι υποκινεί την ενεργητικότητα των παιδιών, που κάθονται παθητικά μπροστά της και όταν σβήνει η συσκευή, η ενέργεια αυτή πρέπει κάπου να διοχετευτεί. Παρατηρώ ότι η ενέργεια αυτή εκδηλώνεται εκρηκτικά, με νεύρα, δυσαρέσκεις, ξεσπάσματα και τσακωμούς".

Η συγγραφέας αναφέρει ότι τελευταία γίνεται λόγος για την κατάσταση της συνειδησης που δημιουργείται από τα ναρκωτικά. *"Μήπως το παιδί που βλέπει τηλεόραση είναι σαν να κάνει κάποιο "ταξίδι" απ' όπου πρέπει να ξαναγυρίσει και να μπει πάλι στον πραγματικό κόσμο, αφού περάσει το μεσοδιάστημα μιας εκνευριστικής συμπεριφοράς; Γιατί αν η παρακολούθηση της τηλεόραση είναι δυνατόν να γίνει ένα ταξίδι σαν αυτό των ναρκωτικών τότε κινδυνεύει να γίνει μια χρόνια συνήθεια όπως η εμπειρία των ναρκωτικών".*

Ο Β.Π.Νικολόπουλος 1988, σ.14, αναφέρει ⁶⁶ ότι η βία με όποια μορφή και αν εμφανισθεί στην οθόνη, επηρεάζει βαθύτατα την ψυχοσωματική οντότητα όχι μόνο του νέου αλλά και του κάθε θεατή.⁷⁷

Ο κ. Σ.Νομικός (στον ίδιο) κατήγγειλε ότι η τηλεόραση εγκληματεί γιατί σκότωσε 12χρονο αγόρι. Ο μικρός παρακολούθησε στην οθόνη τον εικονικό απαγχονισμό ενός νεαρού, ο οποίος τεντώνοντας τα τοιχώματα του λαιμού του κατόρθωσε να αποφύγει την ασφυξία. Ο μικρός κατέβηκε στον κήπο για να εφαρμόσει αυτά που είδε αλλά απαγχονίσθηκε.

Ένα 14χρονο αγόρι βλέποντας στην τηλεόραση ένα νούμερο με ακροβάτες θέλησε να το μιμηθεί. Η μίμησης όμως δεν πέτυχε και το παιδί βρέθηκε νεκρό.

Ένα παιδί ο Ρόνου Ζαμόρα δικαζόταν, στο Μαιάμι με την κατηγορία του φόνου. Σκότωσε την γριά γειτόνισά του. Ο δικηγόρος του ισχυρίσθηκε ότι ο ηθικός αυτουργός του εγκλήματος ήταν η τηλεόραση. Ο Ρόνου δηλητηριάσθηκε τόσο από τα εγκλήματα που έβλεπε στην τηλεόραση, ώστε τα ζούσε σαν πράξεις της ιδικής του ζωής.

Ο συγγραφέας αναφέρει ότι *"οι δικαστικοί που αντιμετωπίζουν παιδιά και νέους με τέτοιο υπόστρωμα ζωής, λυγίζουν μπροστά στο τραγικό δίλημμα, πόσο φταίει ο κατηγορούμενος, πόσο φταίει η κοινωνία μας και πόσο φταίμε εμείς που πλάθουμε εγκληματίες μέσα από την τεχνολογία και τον πολιτισμό μας".*

Η τηλεόραση όταν δεν σκοτώνει το σώμα, δολοφονεί την ψυχή.

Τα παραπάνω παραδείγματα μιλούν για τις αρνητικές επιδράσεις της τηλεόρασης. Όσο για τις επιδράσεις των άλλων μέσων μαζικής επικοινωνίας και ενημέρωσης και ειδικότερα για θετικές επιδράσεις τα στοιχεία που υπάρχουν είναι πολύ λίγα.

Το κύριο πρόβλημα της μελέτης αυτής είναι οι αρνητικές επιδράσεις και τα αποτελέσματα των μέσων στην συμπεριφορά και τις αντιλήψεις στον ανήλικο και εφηβικό πληθυσμό της.

3. ΣΚΟΠΟΣ

Σκοπός της μελέτης αυτής είναι η παρουσίαση των διαφόρων ρευμάτων και θεωριών για το φαινόμενο των μέσων μαζικής επικοινωνίας και να διαπιστωθεί αν τα μέσα επιδρούν και κατά πόσο επιδρούν στην γενικότερη συμπεριφορά των παιδιών και των εφήβων.

Οι επιμέρους στόχοι που τέθηκαν είναι:

1. Να γίνει αντιπαράθεση των απόψεων και θεωριών κάποιων ειδικών ατόμων όπως, ψυχολόγων, κοινωνιολόγων, κλπ., για να διαμορφωθεί μια ολοκληρωμένη άποψη για το θέμα.
2. Να αναλυθεί ο ρόλος των Μ.Μ.Ε. μέσα από τις θεωρητικές προσεγγίσεις των επιστημόνων.
3. Να εξακριβωθεί ο τρόπος λειτουργίας των Μ.Μ.Ε., τα μηνύματα που εκπέμπουν, ο βαθμός αποδοχής τους και πώς αντιδρούν τα παιδιά και οι έφηβοι σ' αυτά τα μηνύματα.
4. Να εκτιμηθούν οι οποιοδήποτε επιδράσεις των Μ.Μ.Ε. θετικές ή αρνητικές και ειδικότερα της τηλεόρασης στην συμπεριφορά των παιδιών και εφήβων.

4. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

Κύριος σκοπός της μελέτης αυτής είναι να παρουσιαστούν τα Μ.Μ.Ε. μέσα από τις κοινωνιολογικές προσεγγίσεις των ερευνητών που ασχολήθηκαν μ' αυτό, καθώς και να διαπιστωθούν οι επιδράσεις που μπορεί να έχουν ειδικά στα παιδιά και τους εφήβους. Να αναλυθεί ο ρόλος των Μ.Μ.Ε., και ο τρόπος λειτουργίας τους, όπως και τον τρόπο που μεταφέρονται τα μηνύματά τους στο ανήλικο κοινό καθώς και ο βαθμός αποδοχής αυτών των μηνυμάτων.

Κατ' αρχήν επιχειρείται να δοθεί η εξελικτική πορεία των Μ.Μ.Ε. ως μια από τις μορφές της τεχνολογικής εξέλιξης. Επίσης γίνεται αναφορά στον τρόπο που ο δέκτης δέχεται τα μηνύματα που του στέλνονται και στο πως το κοινό συμμετέχει σ' αυτή τη λειτουργία. Για να γίνει περισσότερο κατανοητός ο ρόλος των Μ.Μ.Ε. αναφέρονται κάποιες απόψεις από τους μελετητές του είδους.

Αναφέρονται ακόμη τα Μ.Μ.Ε. ως φορείς μιας κουλτούρας, της μαζικής κουλτούρας, η οποία έχει ως στόχο να ακολουθεί το γενικό ρεύμα. Ο όρος κουλτούρα ανφέρεται ως η διαμόρφωση και γενίκευση ενός πνεύματος που διαποτίζει ολόκληρο τον τρόπο ζωής ενός συγκεκριμένου λαού.

Σ' ένα ειδικό κεφάλαιο καταγράφονται τα Μ.Μ.Ε. και επιχειρείται να δοθεί η εξατομικευμένη ιστορική εξέλιξη του κάθε μέσου ξεχωριστά.

Στη συνέχεια οι επιδράσεις της τηλεόρασης συγκεκριμένα καταγράφονται σ' ένα ξεχωριστό κεφάλαιο.

Αναφέρονται οι θετικές επιδράσεις καθώς και οι αρνητικές που μπορεί να έχει προς τα παιδιά και τους εφήβους. Γίνεται ακόμη μια εκτεταμένη αναφορά στην προβολή μέσω της τηλεόρασης ταινιών με βίαιο και επιθετικό περιεχόμενο και στο πως αντιδρούν οι ανήλικοι κατά την ώρα της παρακολούθησης καθώς και μετά την παρακολούθηση αυτών των ταινιών. Καταγράφονται ακόμη και οι υπόλοιποι τομείς της ζωής ενός παιδιού στους οποίους επιδρά και επηρεάζει η τηλεόραση.

Το επόμενο κεφάλαιο αναφέρεται στις επιδράσεις των υπολοίπων Μ.Μ.Ε., όπως του κινηματογράφου, των κόμικς, του ραδιοφώνου και ειδικά της μουσικής καθώς και σ' ένα σχετικά καινούργιο μέσο το οποίο έχει εισβάλει στη ζωή όλων, των *computer*.

Γίνεται ακόμη αναφορά στον ρόλο της διαφήμισης και στο πως αυτή μπορεί να διαμορφώσει διάφορα πρότυπα συμπεριφοράς όπως και τον τρόπο εκμετάλλευσης του κάθε ανθρώπου με σκοπό την κερδοσκοπία.

Στο τελευταίο κεφάλαιο αναφέρονται τα συμπεράσματα, καθώς και κάποιες προτάσεις οι οποίες θα μπορούσαν να βελτιώσουν τον τρόπο λειτουργίας των Μ.Μ.Ε. και να μπορέσουν να προσφέρουν κάτι καλύτερο στο κοινό τους και ειδικά στον ανήλικο πληθυσμό.

Τέλος στο παράρτημα της μελέτης αυτής, καταγράφονται κάποιες έρευνες οι οποίες βοηθούν στην καλύτερη κατανόηση του προβλήματος καθώς και της έκτασης που μπορεί να έχει.

Γίνεται παρουσίαση κάποιου μέρους του Εθνικού Κέντρου Κοινωνικών ερευνών σχετικά με τους νέους τη διάθεση του χρόνου τους και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις.

Επίσης καταγράφεται η έρευνα του ερευνητή W.A. Beison με θέμα την τηλεοπτική βία και τον έφηβο και τέλος η έρευνα του Α. Βολτή με θέμα την τηλεόραση, ως ένας κυριαρχικός παράγοντας στη ψυχική υγεία του παιδιού και στη διαμόρφωση της συμπεριφοράς του.

5. ΟΡΙΣΜΟΙ ΟΡΩΝ

ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Όπως αναφέρει το βιβλίο *"Βασικά θέματα της Κοινωνιολογίας και Κοινωνιολογικό Λεξικό"*, 1982,⁶⁶ για την υποδήλωση των Μ.Μ.Ε. διεθνώς επικρατεί ο όρος *"mass media"*. Ο όρος των Μ.Μ.Ε. υποδηλώνει τα σύγχρονα μέσα μετάδοσης⁶⁶

που αγκαλιάζουν ένα ευρύτατο κοινό. Στα Μ.Μ.Ε. συγκαταλέγονται το ραδιόφωνο, η τηλεόραση, ο κινηματογράφος, οι εφημερίδες, τα περιοδικά κ.ά.⁷⁷

Η αντίληψη που επικρατεί για την ενσωμάτωση όλων αυτών των μέσων στην ίδια κατηγορία είναι στηριγμένη στην υπόθεση ότι όλα συντελούν στην δημιουργία της "κουλτούρας των μαζών".

Ένα φαινόμενο το οποίο θα εξετασθεί σε ένα συγκεκριμένο κεφάλαιο στην συνέχεια.

Σύμφωνα με τον Αθ.Κ.Κιτσάκη, σ.59, Μ.Μ.Ε.⁷⁸ είναι όλα τα απρόσωπα μέσα επικοινωνίας με τα οποία μεταβιβάζονται σε ακροατήρια οπτικά ή ακουστικά ή και τα δύο μαζί, διάφορα μηνύματα.⁷⁷

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Ο Cooley Park στο βιβλίο του "Το μήνυμα του Μέσου", 1980, σ.30, γράφει ότι με την λέξη "επικοινωνία"⁷⁸ εννοούμε τον μηχανισμό μέσω του οποίου υπάρχουν και αναπτύσσονται οι ανθρώπινες σχέσεις, όλα τα σύμβολα του νου, μαζί με τα μέσα μεταβίβασής του στο χώρο, και διατήρησής του στο χρόνο.⁷⁷

Ο J.Gazaneune, στο βιβλίο του "Ο άνθρωπος τηλεθεατής", 1979, αναφέρει ότι ετυμολογικά, επικοινωνία σημαίνει το "έρχεσθαι εις κοινωνίαν".

⁷⁸ Η επικοινωνία στην βασική της αρχή είναι το πέρασμα από το άτομο στο σύνολο και η προϋπόθεση κάθε κοινωνικής ζωής.

Συνίσταται στην ανταλλαγή εννοιολογικών μηνυμάτων και μπορεί να παρουσιάζει πολλές μορφές, όπως ανταλλαγή αγαθών, υπηρεσιών ή ακόμη και λόγων. Πρόκειται για μια βασική διαδικασία όχι μόνον της κοινωνικοποίησης αλλά και της διαμόρφωσης, του ατόμου, στο σημείο που το άτομο αποκτά συνείδηση του εαυτού του, κάνοντας δικούς του τους τρόπους συμπεριφοράς στην ανταλλαγή εννοιολογικών μηνυμάτων.⁷⁷

ΜΕΣΑ

Ο Αναστάσιος Ι.Πεπονής στο βιβλίο του *"Η Μεγάλη Επικοινωνία"*, 1974, σ.34, αναφέρει ότι ο όρος *"Μέσα"* ξεκίνησε με την χρησιμοποίηση της λατινογέννητης Αγγλοσαξωνικής λέξης *"media"*, για να αποδοθεί η καινούργια τότε τεχνική μεσολάβησης και μετάδοσης αρχικά του ήχου και αργότερα της εικόνας και ήχου. Η αλματική διάδοση και επιβολή αυτών των τεχνολογικών επιτευγμάτων οδήγησε στη διαμόρφωση μιας αντίστοιχης θεωρίας που έτεινε τελικά να καλύψει την όλη επικοινωνία. Έτσι απλώθηκε και η χρήση του όρου, περιέλαβε και άλλα αντικείμενα και η έννοια του διευρύνθηκε.⁷⁷

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ

Ο Δημήτριος Βάγιας στο βιβλίο του *"Το πληροφοριακό φράγμα"*, σ.10, αναφέρει ότι *"τα ιστορικά γεγονότα όπως και τα φυσικά φαινόμενα είναι συγκεκριμένες πληροφορίες για την ιστορία της ανθρώπινης κοινωνίας και για την εξελικτική πορεία της φύσης. Η εμφάνιση, ανάπτυξη, ακμή και παρακμή και τέλος η εξαφάνιση κάθε φαινομένου φυσικού και κοινωνικού, είναι γεγονότα, πηγές πληροφοριών"*.

Δεν έχει καθιερωθεί μια αυστηρά ακριβολογημένη ερμηνεία για την έννοια πληροφορία όμως στην πλατιά και γενική έννοια πληροφορία είναι *"η σήμανση ορισμένων μορφών σύνδεσης ή ανεξαρτησίας των αντικειμένων και των φαινομένων διανοητικών προτσές"*.

Την πιο ακριβολογημένη διατύπωση την έχει δώσει ο Σοβιετικός ακαδημαϊκός Β.Α.Γκούσκωφ (στον ίδιο) ο οποίος λέει ότι *"η πληροφορία στην πιο κοινή αντίληψη αποτελεί βαθμίδα εκτίμησης του ακαθορίστου καταμερισμού της ύλης και της ενέργειας στο διάστημα και στο χρόνο, καθώς και των αλλαγών με τις οποίες συνοδεύονται όλα τα συντελούμενα προτσές στο υλικό περιβάλλον"*.

Αποτελεί δηλαδή η πληροφορία φορέα χαρακτηριστικών ιδιομορφιών κατάστασης, κίνησης και συμπεριφοράς των φυσικών και τεχνητών αντικειμένων καθώς και λειτουργίας φυσικών ενόργανων και τεχνητών ανόργανων συστημάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΠΡΟΟΔΟΥ

Είναι δύσκολο να προσδιορισθεί ακριβώς το σημείο από το οποίο αρχίζει η εξέλιξη και η ιστορία της τεχνολογίας.

Ο άνθρωπος από αρχαιοτάτων χρόνων άρχισε να κατασκευάζει πράγματα και εργαλεία που θα τον βοηθούσαν στην επιβίωσή του.

Όπως αναφέρει και η Εγκυκλοπαίδεια "Υδρία" 50ος τ. *"ο άνθρωπος είναι από την αρχή ένας τεχνολόγος και η ιστορία της τεχνολογίας περιλαμβάνει ολόκληρη την εξέλιξη του ανθρώπου"*.

Ο Β.Γκουλιανός στην Εγκυκλοπαίδεια "Υδρία" 50ος τ., σ.274, ²⁶ αναφέρει ότι ο πρωτόγονος άνθρωπος χρησιμοποίησε στην αρχή διάφορα υλικά όπως το ξύλο και το οστόν, ενώ στη νεολιθική περίοδο αναφέρονται οι ιδιότητες που έδωσε ο άνθρωπος στην πέτρα.

Σιγά-σιγά ο άνθρωπος ανακαλύπτει την χρησιμότητα των μετάλλων ενώ η ανακάλυψη της φωτιάς ήταν μία από τις βασικές τεχνικές που ανακαλύφθηκαν στην παλαιολιθική εποχή.²⁷

Κατά τους τελευταίους χρόνους της αρχαιότητας επινοήθηκαν τρόποι και εργαλεία που εξυπηρετούσαν τις ανάγκες των ανθρώπων και κυρίως την γεωργία.

Έτσι η εφαρμογή τεχνικών για την άλεση δημητριακών, την ύφανση, τη ζύμωση, οδηγούν στην ανάπτυξη των ειδικών τεχνών και επαγγελμάτων.

Πρωτοεμφανίζεται τότε ο αστικός πολιτισμός και αρχίζει η ανάπτυξη, του εμπορίου ανάμεσα σε διάφορες κοινότητες.

Οι νέες αυτές τεχνικές οδηγούν στην αύξηση της παραγωγής και την ανάπτυξη του πληθυσμού. Δημιουργούνται τότε κοινωνικοπολιτικές αλλαγές οι οποίες οδηγούν στην ανάπτυξη των πρώτων πολιτισμών.

Ο Α. Παπανδρέου στην Εγκυκλοπαίδεια "Υδρία", 50ος τ., σ.280,⁴⁴ αναφέρει ότι η ανάπτυξη της τεχνολογίας παρουσιάζεται σε τρεις φάσεις οι οποίες καλύπτουν τρεις μεγάλες τεχνολογικές επαναστάσεις.⁷⁷

α. Γεωργική

β. Βιομηχανική και

γ. Την Υψηλής Τεχνολογίας

Συνεχίζοντας ο ίδιος αναφέρει ότι η γεωργία θεωρείται ότι ξεκίνησε στην Μέση Ανατολή περίπου 10.000 χρόνια πριν και μεμονωμένα άρχισε και στην Κ.Αφρική.

Οι γεωργικές ενασχολήσεις στην αρχή, το φύτεμα, το σκάλισμα και το θέρισμα. Αυτό που αύξησε πολύ την παραγωγή ήταν η βελτίωση στην άρδευση της γης και η εφεύρεση του αρότρου.

Έτσι η γεωργική επανάσταση ήταν μια σταδιακή μετάβαση σε τεχνικές παραγωγής τροφής.

Η ανθρώπινη παραγωγή αυξήθηκε κατά πολύ ενώ το ίδιο συνέβει και με τον ανθρώπινο πληθυσμό.

Η αύξηση του πληθυσμού δεν ήταν ομοιόμορφη γι' αυτό και άλλαξε η ισορροπία ανάμεσα στις φυλές. Ακόμη οι σχέσεις ισότητας ανάμεσα στα μέλη της κοινωνίας, έπαψαν να υπάρχουν. Με την ανάπτυξη της γεωργίας και η αλλαγή στη φύση της ίδιας της εργασίας περιόρισε τις γυναίκες στις οικιακές τους ασχολίες.

Οι άντρες μονοπωλούν την νέα μορφή γεωργίας και τα νέα βιοτεχνικά επαγγέλματα, ενώ οι γυναίκες απομονώθηκαν στα σπίτια και εξαρτήθηκαν από τους άντρες.

Η βιομηχανική επανάσταση παρουσιάστηκε στην Αγγλία κατά τα τέλη του 18ου αιώνα.

Η αλλαγή που προκάλεσε η γεωργική επανάσταση ήταν πολύ μικρή μπροστά στην αλλαγή που προκάλεσε η βιομηχανική.

Η βιομηχανική επανάσταση προκάλεσε τρεις βασικές αλλαγές:

α. Εφαρμογή της επιστήμης στη βιομηχανία.

β. Ανάπτυξη νέων πηγών ενέργειας.

γ. Εφεύρεση μηχανών που περιόριζαν τον ανθρώπινο κόπο.

Ο συνδυασμός της τεχνολογίας που μας λέει να κάνουμε "κάτι" και της επιστήμης που μας παρουσιάζει τις αρχές που διέπει αυτό το "κάτι" ήταν μια μοναδική προσφορά του δυτικού πολιτισμού.

Η εφεύρεση των μηχανών που περιόριζαν την ανθρώπινη κούραση προκάλεσαν μια αλυσιδωτή αντίδραση. Καινούργιες μηχανές σε μία βιομηχανία δημιούργησαν την ανάγκη άλλων μηχανών, σε μία άλλη βιομηχανία. Οι καινούργιες μηχανές χρειάζονταν περισσότερο σίδηρο, χάλυβα, ενώ τα βιομηχανικά προϊόντα έπρεπε να μεταφερθούν στους αγοραστές. Έτσι κατασκευάζονται δρόμοι, διώρυγες και τελικά ατμομηχανές και ατμόπλοια.

Έτσι η απότομη αύξηση της παραγωγικότητας μαζί με τις εξελίξεις στην ιατρική και τη δημόσια υγεία, οδηγούν σε μια ραγδαία αύξηση του πληθυσμού. Εκατομμύρια άνθρωποι εγκαταλείπουν τις πατρίδες τους με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί ένας καινούργιος χάρτης φυλών.

Ακόμη η βιομηχανική επανάσταση ανάγκασε τους αγρότες να μετακινηθούν στις πόλεις και έτσι να δημιουργηθεί μια νέα αστική κοινωνία και ένας νέος τρόπος ζωής.

Με την οικονομική επέκταση της Ευρώπης και με τον Ευρωπαϊκό έλεγχο αλλάζει πλέον εντελώς η ζωή του ανθρώπου.

Ο ίδιος ο Α.Παπανδρέου αναφέρει ότι με την υψηλής τεχνολογίας επανάσταση επιτεύχθηκαν κατακτήσεις σε πέντε τομείς:

- *Η πρώτη κατάκτηση* είναι στον τομέα της ενέργειας όπου ο έλεγχος της δύναμης του ατόμου οδήγησε στην ανάπτυξη και την χρήση της ατομικής ενέργειας.
- *Η δεύτερη κατάκτηση* αφορά τις μηχανές που αντικατέστησαν τον άνθρωπο όπως είναι οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και τα ρομπότ.
- *Η τρίτη κατάκτηση* αφορά τη διαστημική επιστήμη που κατέστησε δυνατή την εκτόξευση πυραύλων και την παραμονή του ανθρώπου στο διάστημα.
- *Η τέταρτη κατάκτηση* αφορά την επιστήμη της γενετικής που περιλαμβάνει την δυνατότητα να διαβάζουμε τα μηνύματα των γονιδίων.
- *Η τελευταία κατάκτηση* είναι η επανάσταση στην πληροφορική. Αυτή περιλαμβάνει τη συγκέντρωση και διανομή πληροφοριών σε όλο τον κόσμο.

Αυτός ο τομέας κατάκτησης είναι άλλωστε και το θέμα αυτής της εργασίας ο οποίος θα παρουσιαστεί και θα αναπτυχθεί παρακάτω.

Κρίνετε αναγκαίο από τους μελετητές να παρουσιαστούν ακόμη μερικά στοιχεία όσον αφορά την τεχνολογία και τα οποία θεωρούνται σημαντικά.

“Έτσι πριν εστιαστεί το ενδιαφέρον στο υπό εξέταση θέμα, η Εγκυκλοπαιδεία “Υδρία” αναφέρει ότι απαραίτητος παράγοντας για την επιτυχία μιας τεχνολογικής καινοτομίας είναι η κοινωνική ανάγκη, τα κοινωνικά μέσα, και ένα κοινωνικό ήθος. Απαραίτητη επίσης θεωρείται η ύπαρξη ενός δεκτικού περιβάλλοντος απέναντι στις νέες ιδέες και η ύπαρξη ομάδων που να είναι διατεθειμένες να τις δεχτούν.”⁷⁷

Το ηθικό περιεχόμενο, η τεχνική το παίρνει από τον ίδιο τον άνθρωπο ανάλογα με την χρήση που της γίνεται.

Το Λεξικό Βασικών Εννοιών του Δ.Π.Διαμαντόπουλου, σ.563, αναφέρει ότι μπορεί κατά καιρούς να θεωρείται η γενεσιουργός αιτία πολλών δεινών για τον άνθρωπο.⁷⁷

“Είναι όμως ένα τρόπαιο που κερδήθηκε μετά από ένα σκληρό και μακροχρόνιο αγώνα με σκοπό να βελτιώσει τους υλικούς όρους της ζωής του ανθρώπου και να δικαιώσει το μόνιμο αίτημά του, την ελευθερία.”⁷⁷

Η Εγκυκλοπαίδεια 2002 τ.16ος, σ.38, αναφέρει ότι *“ο κύριος σκοπός της τεχνολογίας είναι η δημιουργία καινούργιων προϊόντων και υπηρεσιών που διευρύνουν τον πνευματικό ορίζοντα και τα πλαίσια της ελευθερίας της βουλήσεως του ανθρώπου και ταυτόχρονα τον απαλλάσσουν από περιττές κοπιώδεις ενασχολήσεις”*.

Η τεχνολογία σήμερα είναι μια ισχυρή δύναμη που προσδιορίζει το σύγχρονο πολιτισμό και βαθμιαία κατακτά όλες τις περιοχές της κοινωνικής ζωής του ανθρώπου.

Κρίνετε έτσι σημαντικό ν’ αναφερθούν περιληπτικά τα κυριότερα αποτελέσματα της τεχνολογικής εξέλιξης και τις κυριότερες επιδράσεις που είχε στην ζωή του ανθρώπου.

Όπως αναφέρεται στο Λεξικό Ανεπτυγμένων Εννοιών του Χρήστου Γ.Ρώμα, 1989, σ.267, υπάρχουν θετικά και αρνητικά αποτελέσματα.

Ως θετικά αποτελέσματα, αναφέρονται η κυριαρχία του ανθρώπου πάνω στη φύση, η εύκολη, γρήγορη και με μικρό κόστος παραγωγή αγαθών, η δημιουργία ανέσεων στην εργασία και η διάθεση του σε άλλους κοινωνικούς σκοπούς, η ανάπτυξη των επιστημών, η οικονομική πρόοδος και γενικά η άνοδος του βιοτικού επιπέδου του ανθρώπου.⁷⁸

“Τα μειονεκτήματα της τεχνολογικής προόδου είναι η αύξηση της ανεργίας, αφού οι μηχανές αντικατέστησαν τα χέρια, η χωροταξική ανισοκατανομή του πληθυσμού, η αύξηση των εργατικών ατυχημάτων που οφείλονται στην πολυπλοκότητα των

μηχανών.⁷⁷

Τέλος η αύξηση των αναγκών αναγκάζει τον άνθρωπο να εργάζεται εντατικά για την ικανοποίησή τους.

Έτσι ο άνθρωπος έγινε ένας σύγχρονος ειδωλολάτρης ο οποίος θεοποίησε τη μηχανή που έφτιαξε και απομακρύνθηκε από τις πνευματικές και ηθικές αξίες της ζωής.

Όπως αναφέρει και ο Ν.Ζακόπουλος 1983 ο άνθρωπος γοητεύεται από την τεχνική η οποία μπορεί να υποκαταστήσει το πνεύμα του και να τον απαλλάξει από τις ευθύνες που του δημιουργεί. Έτσι καλλιεργείται η πορεία προς την υποταγή του πνεύματος στην τεχνική.

Το Λεξικό Ανεπτυγμένων Ενοιών του Χρήστου Γ.Ρώμα 1989, αναφέρει ότι ο σημερινός άνθρωπος, βλέπει με δέος ότι απειλείται από τον πανίσχυρο γίγαντα, μηχανή, που ο ίδιος κατασκεύασε.⁷⁷

Ο Ε.Παπανούτσος σε ένα άρθρο του στο βιβλίο Πρακτική Φιλοσοφία, σ.305-309, αναφέρει ότι ο άνθρωπος εγκλωβίστηκε μέσα σε μεγάλα αστικά κέντρα με αποτέλεσμα να αποξενωθεί από τον εαυτό του.

«Αλλοτριώθηκε από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και αποπροσανατολίστηκε από τους ανθρωπιστικούς του στόχους. Απέκτησε άγχος και έβλαψε την ψυχική του υγεία. Έβλαψε το φυσικό του περιβάλλον με ουσίες επικίνδυνες για την υγεία του.»⁷⁷

"Για όλες αυτές τις συνέπειες δίκαια θα αναρωπιόταν κανείς αν η τεχνική εξέλιξη στάθηκε για τον άνθρωπο ευλογία ή κατάρρα.

Ο Ι.Μ.Παναγιωτόπουλος στο βιβλίο του Αθ.Κ.Κιτσάκη, "Θέματα και Απόψεις" αναφέρει ότι η τεχνική είναι το σύνολο των ανακαλύψεων που δαμάζουν τις φυσικές δυνάμεις και τις θέτουν στην υπηρεσία του ανθρώπου που κάνουν ανετότερη την καθημερινή ζωή του.⁷⁷

Ο Κ.Δεσποτόπουλος στο ίδιο βιβλίο ανφέρει ότι με τον όρο [«]σύγχρονη τεχνική εννοούμε την πνευματική στη ρίζα της δύναμη που επιτρέπει στους ανθρώπους να δαμάζουν για τους σκοπούς τους τις δυνάμεις της φύσης και τις αντιστάσεις που φέρει η φύση στην ανθρώπινη ζωή.[»]

Κατά το Μαρξ και τον Έγκελς στο ίδιο βιβλίο αναφέρουν ότι ο έσχατος παράγοντας που καθορίζει την πορεία της κοινωνίας δεν είναι η οικονομία αλλά η τεχνολογία. Κάθε καινούργια τεχνολογική εφεύρεση δημιουργεί ανακατατάξεις στο σύνολο των παραγωγικών δυνάμεων που ανατρέπει τις καθιερωμένες κοινωνικές σχέσεις, που δεν είναι τίποτε άλλο από την ανατροπή της ηθικής.

Στην Βασική Εγκυκλοπαίδεια "Κοντέου", τ.10, σ.250.

[«] Ο Χρ. Γ.Παπαγεωργίου αναφέρει ότι ο Ελληνοαμερικανός φιλόσοφος Εμμανουήλ Μέσθεν ισχυρίζεται ότι ενδέχεται να προκύψουν κίνδυνοι για την ανθρωπότητα, αν δεν αναπτυχθεί παράλληλα προς την τεχνική και ένα νέο σύστημα αξιών της ζωής που να καθοδηγεί τους ταχύτατα μεταβαλλόμενους θεσμούς και τους κοινωνικο-πολιτικούς μηχανισμούς.[»]

Ακόμη ο δρ. Γκλεν Ζμποργκ, πρόεδρος της επιτροπής ατομικής ενέργειας των Η.Π.Α., λέει [«] ότι η επιβίωση του ανθρώπου θα εξαρτηθεί από την καλή ή κακή χρήση της επιστήμης και τεχνολογίας, γιατί και οι δύο αποτελούν δυνάμεις δημιουργικές.[»]

Όπως αναφέρει ο Σωβύ στο βιβλίο του R.Aron "*Η βιομηχανική κοινωνία*", 1972, [«] υπάρχουν δύο τύποι τεχνικής προόδου ανάλογα με το αν αυτή δημιουργεί συμπληρωματικές απασχολήσεις για το εργατικό δυναμικό ή αντίθετα επιφέρει μείωση, του άμεσα απασχολούμενου εργατικού δυναμικού. Η τεχνική πρόοδος που συνίσταται στη δημιουργία μιας νέας βιομηχανίας όπως π.χ. της ηλεκτρονικής είναι μια εξελικτική πρόοδος που προσφέρει αμέσως απασχόληση σε ένα τμήμα του εργατικού δυναμικού. Αντίθετα σε ένα κλασσικό βιομηχανικό κλάδο, π.χ. ανθρακωρυχείο η τεχνική πρόοδος θα έχει βραχυπρόθεσμο χαρακτήρα ανασχετικό.[»]

Τέλος ο Ν.Ζακόπουλος 1983 αναφέρει τα εξής: "Το αστείο είναι πως ο άνθρωπος, πορευόμενος με ταχύτητα το δρόμο προς την τεχνοκρατική ανυπαρξία, καμώνεται να πιστεύει πως βαδίζει τη λεωφόρο της προόδου και το χειρότερο πως είναι αυτός που κατευθύνει την πορεία αυτή..."

2. ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΩΣ ΜΙΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης είναι μία από τις μορφές τεχνολογικής εξέλιξης.

Επιλέχθηκε αυτό το θέμα να παρουσιαστεί και να αναλυθεί γιατί όπως σημειώνει και η Μ.Σεραφετινίδου 1987, σ.86, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης έχουν μια πολύ αισθητή παρουσία σε όλους τους χώρους και στιγμές της ζωής του σύγχρονου ανθρώπου και παίζουν ένα σημαντικό ρόλο στη διαδικασία κοινωνικοποίησης του.⁷⁷

Το ίδιο υποστηρίζουν πολλοί συγγραφείς και μελετητές του τομέα αυτού όπως ο Χρήστος Λυριτζής 1986, σ.16, ο οποίος αναφέρει ότι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης αποτελούν μηχανισμούς κοινωνικοποίησης και μετάδοσης γνώσεων και αξιών αντίστοιχους με το σχολείο, την εκκλησία, και την οικογένεια.⁷⁷

Ακόμη ο McLuhan στο βιβλίο του Ναυρίδη Κλήμη "Τηλεόραση και Επικοινωνία", 1984, σ. 100 υποστηρίζει ότι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης τα οποία είναι δημιουργήματα του ανθρώπου, αντί να γίνονται τρόπος σύνδεσής του με τον κόσμο, καθίστανται τα ίδια ο πραγματικός του κόσμος.⁷⁷

Ο Georges Davy στο βιβλίο του Jean Cazeneuve "Ο άνθρωπος τηλεθεατής", 1979, γράφει ότι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης δημιουργούν κοινωνικότητα στο άτομο, ενώ συνάμα αποτελούν μια ένδειξη κοινωνικότητας απέναντί του.⁷⁷ Υπ' αυτήν ακριβώς την ιδιότητα, δηλαδή σαν παράγοντες συμμετοχής, είναι που τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης συνάπτονται με την ζωή του ανθρώπου.

Πολλοί ακόμη θεωρητικοί και ειδικοί έχουν υποστηρίξει διάφορες απόψεις για τις λειτουργίες των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Οι απόψεις όμως αυτές θα παρουσιαστούν στην συνέχεια αφού πρώτα ορισθεί ο όρος "Επικοινωνία: και γενικά ο ορισμός "Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης".

3. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Όπως αναφέρει η Τέσση Δουλκέρη, 1979, σ.11,⁶⁶ υπάρχουν πολλοί όροι όπως επικοινωνία, πληροφόρηση, ενημέρωση ή διάδοση που χρησιμοποιούνται για να εξηγήσουν την ανακοίνωση ενός γεγονότος σε κάποιον.

Αυτή η ενέργεια προϋποθέτει ένα πομπό, από τον οποίο προέρχεται αυτό που ανακοινώνεται και ένα δέκτη προς τον οποίο απευθύνεται η ανακοίνωση. Το περιεχόμενο της ανακοίνωσης λέγεται μήνυμα.⁶⁷

Το μήνυμα αυτό πραγματοποιείται με ένα μέσο. Τα μέσα έκφρασης γνώμης είναι περιληπτικά, ο τύπος, η ραδιοφωνία, η τηλεόραση, ο κινηματογράφος, οι δίσκοι κ.ά.

⁶⁶ Επικοινωνία υπάρχει όταν ένα μήνυμα άσχετα από το περιεχόμενό του, απευθύνεται σε ένα ακαθόριστο αριθμό ανθρώπων.⁶⁷

Τα βασικά στοιχεία της επικοινωνίας είναι:

- α. Η μεταβίβαση ενός μηνύματος.
- β. Η μεταβίβαση του μηνύματος θα πρέπει να είναι συνειδητή και
- γ. Η μεταβίβαση μπορεί να είναι άμεση ή έμμεση.

Σύμφωνα με τον Δ.Τσαρδάκη, 1983, σ. 58, η έννοια επικοινωνία "δηλώνει το γεγονός ότι ζωντανοί οργανισμοί βρίσκονται μεταξύ τους σε μια σχέση, ότι μπορούν να κατανοηθούν, ότι είναι σε θέση να εκφράσουν εσωτερικές παρωθήσεις και να ανταλλάξουν διανοητικά περιεχόμενα".

Ο G.Maletzke, στο βιβλίο του Δ.Τσαρδάκη "Μαζική Επικοινωνία και πραγματικότητα", 1983, σ.58, αναφέρει ότι για την λειτουργία μιας μαζικής επικοινωνίας υπάρχουν κάποιοι βασικοί παράγοντες οι οποίοι θα αναφερθούν πιο κάτω συνοπτικά.

α. Ο Επικοινωνητής

Ο Επικοινωνητής έχει την διακριτική εξουσία να επιλέγει το υλικό του, να παράγει τις ειδήσεις και τις πληροφορίες κατά τέτοιο τρόπο ώστε να έχει ένα καλό επικοινωνιακό αποτέλεσμα, που να προξενήσει στο κοινό τις επιθυμητές επιδράσεις στη συμπεριφορά τους.

Συνοψίζει και συναρμολογεί τις πληροφορίες με τα κριτήρια της σπουδαιότητας, της ιδιαιτερότητας της αξιοπιστίας και της ουδετερότητας και με τη βοήθεια ενός τεχνικού μέσου, όπως ραδιόφωνο, τηλεόραση και τις μεταδίδει στο κοινό.

Η προσωπικότητα και οι προθέσεις του παίζουν σημαντικό ρόλο ως προς την επίδραση που θα φέρει το μήνυμα στο μαζικό κοινό.

Γι' αυτό και πρέπει να λαμβάνει σοβαρά υπόψη την κοινωνικό-ψυχολογική δομή του κοινού γιατί κάθε πράξη υπόκειται στον κριτικό έλεγχο του κοινού με τον κίνδυνο να αποτύχει.

β. Η μαρτυρία ή δήλωση

Η μαρτυρία, διοχετεύεται μέσω ενός τεχνικού μέσου, ραδιόφωνο, τηλεόραση, τύπος, προς τους αποδέκτες. Μια μαρτυρία μπορεί να προσαρμόζει τη μορφή της στις τεχνικές ιδιαιτερότητες του μέσου, καθώς επίσης και στην κοινωνική δομή του κοινού. Η ψυχολογική κατάσταση του κοινού, η γλώσσα στην οποία είναι διαμορφωμένη η μαρτυρία, καθώς και ο βαθμός του καινούργιου που περιέχει, η πληρότητα, η επανάληψη, καθώς και το εντυπωσιακό του χαρακτήρα της είναι βασικοί παράγοντες ως προς την επίδραση που θα έχουν στο κοινό.

Εδώ υπάρχει ο κίνδυνος του κοινωνικού επηρεασμού γιατί όπως παρατηρεί ο E.Feldmann η πληροφορία που μεταδίδεται από τα μαζικά μέσα, είναι ένα μονόπλευρο περιστατικό το οποίο δεν επιτρέπει καμιά απάντηση.

Παρόλα αυτά ο αποδέκτης, δεν είναι εντελώς εκτεθειμένος στην επίδραση μιας μαρτυρίας, γιατί κατά το στάδιο επεξεργασίας μέχρι την τελική αποδοχή ή απόρριψη μιας πληροφορίας, ενεργοποιούνται στον αποδέκτη μηχανισμοί άμυνας, οι οποίοι τον προστατεύουν εν μέρει από τις επιδράσεις των Μ.Μ.Ε.

γ. Το μέσο

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, τα κατ' εξοχήν μέσα μαζικής επικοινωνίας είναι ο έντυπος λόγος, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση. Το μέσο επικοινωνίας έχει ένα ουσιαστικό ρόλο στη διαδικασία μαζικής επικοινωνίας ενώ οι επιδράσεις του εξαρτώνται από τον τρόπο μετάδοσης της δήλωσης. Αν δηλαδή, η δήλωση μεταδίδεται, οπτικά ή ακουστικά, κατευθείαν ή σε μαγνητοσκόπηση. Ο έντυπος λόγος π.χ. παρέχει τη δυνατότητα στο κοινό να καθορίσει τον χρόνο, το τρόπο και τον ρυθμό επεξεργασίας, αποδοχής ή απόρριψης των πληροφοριών.

Επίσης το κοινό μπορεί να αντιδράσει με διάφορους τρόπους, π.χ. να ξαναδιαβάσει ένα κείμενο, να μην αγοράσει μια συγκεκριμένη εφημερίδα, ή να διαμαρτυρηθεί με κάποια δήλωση.

Αντίθετα το ραδιόφωνο και η τηλεόραση, που είναι και τα πιο αποτελεσματικά μέσα, δεν επιτρέπουν απάντηση, ούτε διαμαρτυρία, λόγω του ότι τα μηνύματα που μεταφέρουν είναι γρήγορα και μεταδίδουν πληροφορίες σ' ένα μαζικό και διαφοροποιημένο κοινό, ανεξάρτητα από κοινωνική τάξη, ηλικία, φύλο, ή μόρφωση. Ιδιαίτερα η τηλεόραση, έχει μεγαλύτερη επίδραση στο κοινό γιατί μεταδίδει τις πληροφορίες με ήχο και εικόνα.

Όπως είναι γνωστό από την ψυχολογία, οι εικόνες και τα πλάνα προξενούν έντονη, την εντύπωση της πραγματικότητας.

Στα πλαίσια της ελεύθερης κοινωνίας των πληροφοριών η αυξητική τάση των Μ.Μ.Ε., παρέχει στο κοινό την ψευδαίσθηση της πλήρους ελευθερίας επιλογής του μέσου, από το οποίο θέλει να αντλήσει τις πληροφορίες του κάθε καινούργιο μέσο στην πρώτη φάση λειτουργίας του, κερδίζει ένα ευρύτερο αναγνωστικό ή ακροαματικό κοινό.

Στη συνέχεια και στο βαθμό που το μέσο κερδίζει σε αξιοπιστία μπορεί να αυξήσει, την δημοτικότητά του, ή στην αντίθετη περίπτωση, το κοινό θα πάρει τις αποστάσεις του.

δ. Ο αποδέκτης

Ο αποδέκτης είναι ο κεντρικός στόχος, προς τον οποίο κατευθύνονται όλες οι ενέργειες, των μέσων μαζικής επικοινωνίας για τον κοινωνικό και ιδεολογικό του επηρεασμό. Τα Μ.Μ.Ε. στοχεύουν κυρίως στο να διαμορφώσουν στο κοινό, μια γνώμη ή να την αλλάξουν, σε σχέση με ένα κοινωνικό ή πολιτικό γεγονός. Ο τρόπος με τον οποίο αντιδρά ο αποδέκτης είναι πολύπλοκος, ενώ διάφοροι αποδέκτες μπορεί να αντιδρούν με διαφορετικό τρόπο στις ίδιες πληροφορίες.

Ο τρόπος με τον οποίο αντιδρά ο αποδέκτης, σχετίζεται άμεσα με τις προδιαθέσεις, την προεπικοινωνιακή του γνώμη και τη συνολική δομή, της προσωπικότητάς του. Άλλοι παράγοντες που προσδιορίζουν την διαδικασία επίδρασης του αποδέκτη είναι το φύλο, η ηλικία, η κοινωνική τάξη, το επάγγελμα, η οικονομική κατάσταση, το θρήσκευμα, ο τόπος διαμονής, καθώς και ειδικές ιδιότητες της προσωπικότητας του ατόμου.

Σύμφωνα πάντα με τον G.Maletzke, μια πληροφορία για να γίνει αποδεκτή, πρέπει να απαντά σε ιδιαίτερες κοινωνικοψυχολογικές και συναισθηματικές ανάγκες του αποδέκτη. Ο αποδέκτης καθορίζει το εύρος των πληροφοριών, που τελικά θα ενσωματώσει στην γνωστική δομή του.

Όσον αφορά τους παράγοντες οι οποίοι παίρνουν μέρος στην διαδικασία επιλογής των πληροφοριών, πρόκειται συχνά για ασυνείδητους μηχανισμούς, του εγώ και για ειδικούς όρους της προσωπικότητας που ανήκουν στην περιοχή της προσωπικής σφαίρας κάθε ανθρώπου. Παρά τους προστατευτικούς μηχανισμούς τα Μ.Μ.Ε. ως κοινωνικοποιητικοί θεσμοί, επηρεάζουν και διαμορφώνουν γνώμες, στάσεις και πεποιθήσεις στο κοινό.

4. ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΚΑΙ ΜΑΖΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Όπως αναφέρει ο Κάστορας Σ., 1990 σ.20, ⁶⁶ανθρώπινη επικοινωνία πραγματοποιείται από τη στιγμή που υπάρχει αντίδραση σε κάποιο ερεθίσμα.

Τα ερεθίσματα που ανταλλάσσουν οι άνθρωποι μεταξύ τους και αυτά που δέχονται από το Μ.Μ.Ε. παρουσιάζουν αρκετές ομοιότητες και διαφορές. ⁶⁷

Οι ομοιότητες αυτές είναι ότι τόσο η ανθρώπινη όσο και η μαζική επικοινωνία αποτελούν μια διαδικασία στην οποία συμμετέχουν οι ίδιοι ουσιαστικά παράγοντες όπως, η πηγή, το μήνυμα, ο δέκτης, το μέσο, το περιβάλλον, ο σκοπός και το αποτέλεσμα της επικοινωνίας. Ακόμη και στις δύο αυτές διαδικασίες επικοινωνίας δημιουργούνται κάποιες καταστάσεις που οδηγούν σε θετικά ή αρνητικά αποτελέσματα, σε σχέση με την πηγή του μηνύματος.

Τέλος οι παράγοντες που συμμετέχουν στη διαδικασία της μαζικής και ιδιαίτερα της ανθρώπινης επικοινωνίας βρίσκονται σε διαρκή αλληλοεπίδραση και αλληλεξάρτηση μεταξύ τους και με το σύνολο της διαδικασίας. Έτσι επηρεάζουν ανάλογα το αποτέλεσμα της επικοινωνίας και ταυτόχρονα επηρεάζονται από αυτό.

Η πρώτη διαφορά μεταξύ ανθρώπινης και μαζικής επικοινωνίας είναι ως προς τη διαφορά των στόχων τους και της διαδικασίας που ακολουθούν. Στην ανθρώπινη επικοινωνία η πηγή του μηνύματος είναι παρούσα, το μήνυμα βασίζεται περισσότερο στον προφορικό λόγο και η επικοινωνία είναι αμφίδρομη με την δυνατότητα άμεσης ανταλλαγής των μηνυμάτων.

Αντίθετα στη μαζική επικοινωνία η πηγή του μηνύματος είναι απρόσκοπη και άγνωστη στον δέκτη, χρησιμοποιεί συνήθως την εικόνα και τον ήχο, ενώ το μήνυμα είναι ουσιαστικά μιας κατεύθυνσης με συνέπεια την παθητικοποίηση του δέκτη.

Δεύτερον, το αποτέλεσμα της ανθρώπινης επικοινωνίας εξαρτάται από τις ιδιαιτερότητες όλων των παραγόντων που συμμετέχουν σ' αυτή ενώ στη μαζική στηρίζεται περισσότερο στη σωστή επιλογή του μέσου και στην προτρεπτική δύναμη ή πειστικότητα του μηνύματος.

Τρίτον στην ανθρώπινη επικοινωνία η πηγή και ο δέκτης αλλάζουν εύκολα ρόλους μεταξύ τους ενώ στη μαζική, αυτό δεν συμβαίνει και σπάνια έχει το στοιχείο της αμεσότητας.

Τέταρτον και τελευταίο στην ανθρώπινη επικοινωνία γίνεται προσπάθεια να βρεθούν λύσεις ή απαντήσεις σε θέματα που ενδιαφέρουν αυτούς που συμμετέχουν.

Αντίθετα στην μαζική επικοινωνία τα θέματα και οι απαντήσεις επιλέγονται συχνά από άγνωστα κέντρα αποφάσεων που στόχο έχουν την ικανοποίηση διαφόρων οργανωμένων συμφερόντων.

5. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ Μ.Μ.Ε.

Όπως αναφέρει ο Χρ.Λυριντζής, 1986, σ.19, οι πρώτες σημαντικές αναλύσεις για τα Μ.Μ.Ε. διαμορφώνονται κατά τις δεκαετίες '40-'50 και επηρεάζονται σημαντικά από το θεωρητικό πλαίσιο που διατύπωσε ο αμερικανός κοινωνιολόγος Χάρολντ. Λάσγουελ, 1949. Η προσέγγιση, λοιπόν, του Λάσγουελ συνοψίζεται στην ερώτηση "ποιός λέει τί, μέσα από ποιό κανάλι, σε ποιόν και με τί αποτέλεσμα".

Οι μελετητές εδώ προσανατολίστηκαν στο θέμα της μετάδοσης των μηνυμάτων στην ανάλυση του ποιός μεταδίδει μηνύματα στην έρευνα του περιεχομένου τους και τέλος στην μελέτη του κοινού και της επιρροής των μηνυμάτων. Η προσέγγιση αυτή οδήγησε στην παραμέληση του κοινωνικού πλαισίου μέσα στο οποίο αναπτύχθηκαν τα Μ.Μ.Ε. δεδομένου ότι συχνά ερευνητές θεωρούσαν την μαζική

επικοινωνία ως αυτόνομο φαινόμενο ανεξάρτητα από τις ευρύτερες κοινωνικοοικονομικές διαδικασίες.⁷⁷

Συνεχίζοντας ο Χ.Λυριντζής, σ.20, αναφέρει ότι η "φιλελεύθερη - πλουραλιστική" θεώρηση βλέπει τα Μ.Μ.Ε. ως μηχανισμούς που προβάλλουν τα συμφέροντα και απόψεις των διαφόρων ομάδων και έτσι συμβάλλουν στην ελεύθερη διακίνηση των ιδεών και στην δημοκρατική λειτουργία του συστήματος. Τα Μ.Μ.Ε. για την πλουραλιστική θεώρηση αποτελούν βασικό στήριγμα των σύγχρονων δημοκρατικών θεσμών, αποτελούν την "τέταρτη εξουσία και ότι είναι ένας καθρέπτης της πραγματικότητας".

Η αμφισβήτηση των θέσεων της πλουραλιστικής προσέγγισης προήλθε κυρίως από τον μαρξισμό και τον στρουκτουραλισμό.

Οι περισσότερες μαρξιστικές αναλύσεις για τον ρόλο των Μ.Μ.Ε. χαρακτηρίζονται από μια τάση για οικονομικό ανταγωνισμό, δηλαδή ανάγουν το ρόλο και τα χαρακτηριστικά των Μ.Μ.Ε. σε οικονομικές θέσεις και ταξικές αντιθέσεις. Επίσης παραμέλησαν την ανάλυση της δομής και εξέλιξης του καπιταλιστικού συστήματος και την έρευνα της κοινωνίας για να δώσουν περισσότερη σημασία στο ιδεολογικό περιεχόμενο των μηνυμάτων και στη διαδικασία συγκροτήματος ψευδούς συνείδησης.

Η θεωρία και η θέση ότι τα Μ.Μ.Ε. αποτελούν μηχανισμούς στήριξης της αστικής τάξης δεν παρέχουν επαρκείς ερμηνείες και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των Μ.Μ.Ε.

Έτσι η αδυναμία της εφαρμογής του Μαρξισμού και της πλουραλιστικής προσέγγισης στην μελέτη των Μ.Μ.Ε. οδήγησαν στην διατύπωση νέων προσεγγίσεων.

Η "δομική" προσέγγιση η οποία προήλθε από τον Μαρξισμό επικεντρώνει το ενδιαφέρον της πάνω στην ιδεολογία, δηλαδή ως συστήματος αναπραστάσεων εικόνων και εννοιών που επιβάλλονται στα άτομα, μέσα από διάφορες δομές. Η ιδεολογία αφορά την σφαίρα της εμπειρίας μέσα από την οποία οι άνθρωποι βιώνουν μια

φανταστική σχέση με τις υλικές συνθήκες της ύπαρξής τους.

Μια άλλη τάση της Μαρξιστικής θεωρίας στην μελέτη των Μ.Μ.Ε. είναι η προσέγγιση της *"πολιτικής οικονομίας"*. Οι υποστηρικτές της κατεύθυνσης αυτής επισημαίνουν ότι τα Μ.Μ.Ε. πρέπει να αναλύονται ως τμήμα του οικονομικού συστήματος όπου τα συμφέροντα των διαιτητών, διευθυντών και εργαζομένων βρίσκονται σε αλληλοεπίδραση και συχνά σε σύγκρουση. Τα συμφέροντα αυτά συνδέονται με τα φαινόμενα της μείωσης των ανεξαρτήτων μονάδων μαζικής επικοινωνίας και με την συγκέντρωση της διανοητικής παραγωγής στα χέρια πανίσχυρων οικονομικών συγκροτημάτων.

Μια άλλη τάση προκύπτει μέσα από τις μελέτες για την κουλτούρα και τον ρόλο του πολιτισμικού πεδίου στην κίνηση της ιστορίας και στην διαμόρφωση των ταξικών συγκρούσεων. Αυτή όμως η τάση όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο θα παρουσιαστεί και θα αναλυθεί σε ένα ξεχωριστό κεφάλαιο.

Όπως αναφέρει ο Χ. Λυριντζής, 1986, η εμφάνιση των στρουκτουραλιστικών προσεγγίσεων κατά την δεκαετία του '60 και '70 άνοιξε νέους ορίζοντες στην μελέτη της πολιτισμικής παραγωγής και των Μ.Μ.Ε.

Στόχος των στρουκτουραλιστικών και σημειολογικών προσεγγίσεων είναι η ανίχνευση του λανθάνοντος νοήματος των μηνυμάτων και η μελέτη των διαφορετικών τρόπων με τους οποίους γίνονται αντιληπτά από το κοινό.

Ο στρουκτουραλισμός αμφισβήτησε την υπόθεση ότι η σκέψη αντανακλά την πραγματικότητα και ανέπτυξε το επιχείρημα ότι η σκέψη επεξεργάζεται την πραγματικότητα και την αντιλαμβάνεται κατά διαφορετικούς τρόπους ανάλογα με το πλαίσιο μέσα στο οποίο βρίσκεται κάθε φορά ο άνθρωπος.

Άμεσα συνδεδεμένη με τον στρουκτουραλισμό είναι η σημειολογία η οποία ως γενική *"επιστήμη των σημείων"* μελετά τις διαδικασίες σημασιοδότησης και παραγωγής νοήματος. Η σημειολογία εφαρμόζει τον τρόπο ανάλυσης για την μελέτη και ερμηνεία οποιουδήποτε σημείου ή συστήματος σημείων, και τον τρόπο με τον

οποίο συνδιάζονται τα διάφορα σημεία μεταξύ τους και αναλύει την παραγωγή και μετάδοση του νοήματος.

Κατά την άποψη του Althusser (στον ίδιο), σ.75, τα Μ.Μ.Ε. αποτελούν τον κυριώτερο κρατικό μηχανισμό και καθορίζουν τους όρους και την κατεύθυνση προς την οποία διαμορφώνεται κάθε φορά η λεγόμενη κοινή γνώμη.⁶⁶

Ο Δ. Τσαρδάκης, 1983, σ.75, αναφέρει ότι τα Μ.Μ.Ε. στο βαθμό που επηρεάζουν κατασκευασμένες πραγματικότητες ή καλύπτουν άλλες, ενισχύουν και πριμοδοτούν την παραγωγή ενός μονοδιάστατου και αντικριτικού τρόπου σκέψης, γι' αυτό και κατηγορήθηκαν δίκαια ότι συνιστούν το πιο δραστικό "κοινωνικό ναρκωτικό" στην εποχή μας.⁶⁷

Ο Milliband (στον ίδιο), σ.90, αναφέρει ότι τα Μ.Μ.Ε. περιέρχονται συνεχώς στην ιδιοκτησία και τον έλεγχο ενός μεμονωμένου αριθμού γιγαντιαίων επιχειρήσεων, με συνδρασμένα συμφέροντα, σε διαφορετικά μέσα επικοινωνίας αλλά και σε πολλά άλλα πεδία δραστηριότητας της καπιταλιστικής επιχείρησης. Τα Μ.Μ.Ε. εκτελούν ένα εξαιρετικά λειτουργικό ρόλο "είναι ταυτόχρονα έκφραση ενός συστήματος κυριαρχίας και μέσα για την ενίσχυσή του".

Κατά την άποψη του Homerlink (στον ίδιο), η έρευνα για τα Μ.Μ.Ε. στις δυτικές εκβιομηχανισμένες χώρες, παρέχει μια πληθώρα στοιχείων τα οποία αποδεικνύουν ότι στην πραγματικότητα τα μέσα ενημέρωσης τείνουν να υπερασπίζονται τα κυρίαρχα πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα.

Συμπεραίνεται λοιπόν ότι ολόκληρη η διαδικασία της παραγωγής και διανομής πληροφοριών βρίσκεται στα χέρια μιας επαγγελματικής ελίτ, η οποία έχει στην εξουσία της και την μονοπώληση των πληροφοριακών συστημάτων (Δ.Τσαρδάκης "Μαζική Επικοινωνίας και Πραγματικότητα", 1983).

Ο Bertolt Brecht, 1985, αναφερόμενος συγκεκριμένα στο ρόλο του ραδιοφώνου αναφέρει ότι "το ραδιόφωνο πρέπει να μετατραπεί από όργανο διανομής σε όργανο επικοινωνίας. Θα ήταν το πιο ιδανικό μέσο επικοινωνίας αν ήξερε να είναι όχι

μονάχα πομπός αλλά και δέκτης δηλαδή αν έκανε τον ακροατή όχι μονάχα να ακούει αλλά και να μιλάει. Δηλαδή αν δεν τον αποστώνε αλλά τον δραστηριοποιούσε".

Αυτές οι συσκευές ανέφικτες σ' αυτό το κοινωνικό σύστημα, που είναι μια φυσική εξέλιξη της τεχνολογικής εξέλιξης χρησιμεύουν στην προπαγάνδισή και στη διαμόρφωση ενός άλλου κοινωνικού συστήματος.

Αντίθετη όμως είναι η γνώμη του Orwell, 1979. Για τον Orwell οι νέες τεχνολογίες όχι μόνο δεν μπορούν να έχουν απελευθερωτική λειτουργία αλλά όσο περισσότερο εξελίσσονται τόσο περισσότερο θα συντείνουν στη διαμόρφωση μιας νοσούσης κοινωνίας. Η αντιτεχνολογική στάση του Orwell θέλει την υγιή κοινωνία να ζει απολύτως χωρίς τεχνολογία.

Σε μια προβληματική αντίστοιχη μ' αυτή του Braht κινείται και ο Enzensberger, 1981, ο οποίος εισάγει την έννοια των απελευθερωτικών μαζικών μέσων δίνοντας έμφαση στην ικανότητά τους να ενθάρρυναν την αλληλεπίδραση μεταξύ των ανθρώπων, την αυτοέκφραση και αυτοκινητοποίηση την ενεργοποίηση της ατομικής και συλλογικής συνείδησης.

Ταυτόχρονα όμως ο Enzensberger, 1981, υπογραμμίζει την αντίφαση ανάμεσα στο απελευθερωτικό δυναμικό των μαζικών μέσων και στη σημερινή χρήση που τους γίνεται. Παραδέχεται ότι στη σημερινή τους μορφή τα Μ.Μ.Ε. μη επιτρέποντας την αλληλεπίδραση μεταξύ πομπού και δέκτη, μειώνουν στο ελάχιστο τη δυνατότητα κυκλοφορίας των πληροφοριών και έτσι αντί να εξυπηρετούν την επικοινωνία ουσιαστικά την παρεμποδίζουν.

Αντίθετη είναι η θέση του McLuhan, 1962, ο οποίος διαμορφώνει μια θεωρία για τα Μ.Μ.Ε. *"ως αντικειμενοποιημένα δημιουργήματα του ανθρώπου, τα οποία αντί να είναι ένας τρόπος σύνδεσής του με τον κόσμο καθίστανται τα ίδιο πραγματικός του κόσμος"*. Σε ένα πρώτο στάδιο ο McLuhan, 1962, επιτίθεται εναντίον της τεχνολογικής εξέλιξης εξαιτίας των επιπτώσεών της στην κοινωνία, αφού κατά την άποψή του, η τεχνολογία στερεί την ανθρωπιά από τους ανθρώπους

και προτείνει μια αντίσταση απέναντι στις μηχανές. Σ' ένα δεύτερο στάδιο ο McLuhan επιτείνει την επίθεσή του αλλά ταυτόχρονα τον οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η αντίσταση εκ μέρους των ανθρώπων είναι ανώφελη. Το καλύτερο που έχουν να κάνουν είναι να προσπαθήσουν να επιτύχουν σχετικά ανώδυνη και αποτελεσματική προσαρμογή στο τεχνολογικό περιβάλλον. Ο McLuhan αποδίδει ανεξάρτητες δυνάμεις καθορισμού στα νέα μαζικά μέσα συμπυκνώνοντας επιγραμματικά τη θέση του στο περίφημο σλόγκαν "*το μέσο είναι το μήνυμα*".

Σύμφωνα με την θέση αυτή ο κόσμος συγκροτείται επιστημολογικά και είναι συνώνυμος με την τεχνολογία της "*επικοινωνίας*".

Σ' αυτό το πλαίσιο η εξουσία των Μ.Μ.Ε. δεν είναι κάτι το οποίο μπορεί να διαφοροποιηθεί ανάλογα με τις διάφορες μορφές ελέγχου που ασκούνται στα μέσα αυτά. Αντίθετα, δεδομένου ότι ο κόσμος των νέων τεχνολογιών είναι ο κόσμος μας, το μόνο που μπορούμε να κάνουμε είναι να ενσωματωθούμε όσο το δυνατόν πιο ανώδυνα μέσα σ' αυτόν (Ναυριδης Κλήμης "*Τηλεόραση και Επικοινωνία*", 1984 στο άρθρο της Τσινορένα Σταυρούλας, "*Τηλεόραση, Επικοινωνία και Εξουσία*", Brecht, εναντίον Orwell).

Ακόμη η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, σ.23, αναφέρει ότι τα μέσα επικοινωνίας προτρέπουν και ωθούν τα μέλη της κοινωνίας να υιοθετήσουν έναν ομοιόμορφο ενιαίο τρόπο ζωής και συμπεριφοράς ο οποίος διαμορφώνεται και προβάλλεται "*εκ των άνω*" χωρίς καμία ουσιαστική συμμετοχή των "*μέσων ανθρώπων*" στη διαμόρφωσή του. Με άλλα λόγια τα Μ.Μ.Ε. επιχειρούν να μετατρέψουν τον σύγχρονο άνθρωπο σε άβουλα παθητικά ψάρια μιας ομοιόμορφης ανθρώπινης μάζας.

Συνεχίζοντας αναφέρει ότι τα σύγχρονα Μ.Μ.Ε. προσδιορίζουν το ποιά είναι τα σημαντικά γεγονότα που διαδραματίζονται γύρω μας. Ακόμη προσφέρουν ερμηνείες για το πώς πρέπει να γίνουν κατανοητά τα γεγονότα αυτά. Τα Μ.Μ.Ε. ερμηνεύουν την πραγματικότητα, της προσδίδουν νόημα, με το να παράγουν μηνύματα για τον κόσμο είτε χρησιμοποιώντας τα ήδη υπάρχοντα "*σημασιολογικά πλαίσια*" ή με το να

δημιουργούν νέα πλαίσια για την χαρτογράφηση της κοινωνικής πραγματικότητας. Έτσι οι πληροφορίες για πρόσωπα και γεγονότα φιλτράρονται από τους σύγχρονους πομπούς επικοινωνίας από τις επιλογές και αποφάσεις τους ως προς το τι θα γίνει είδηση και το πώς αυτή θα ερμηνευθεί. Αυτός είναι και ο λόγος που η κάθε εφημερίδα ή ραδιοτηλεοπτικό δίκτυο προσφέρει μια δική της εικόνα και ερμηνεία της πραγματικότητας.

6. ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Για την μελέτη της επίδρασης που ασκούν τα Μ.Μ.Ε. στο κοινό τους θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση η μελέτη και η πλήρης γνώση της κοινωνικής σύνθεσης και του χαρακτήρα αυτού του κοινού.

Με τις "έρευνες κοινού" λοιπόν ασχολήθηκαν πολλοί, ενώ το κεντρικό πόρισμα όλων αυτών των ερευνών είναι ότι το κοινό των Μ.Μ.Ε. περιλαμβάνει άντρες και γυναίκες κάθε ταξικής προέλευσης, ηλικίας, εθνικής ή φυλετικής καταγωγής. Με άλλα λόγια το κοινό των σύγχρονων μέσων επικοινωνίας είναι γνήσια μαζικό.

α. Η Κοινωνικοψυχολογική προσέγγιση: 1940-1960

Όπως αναφέρει η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, σ.335 στις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες οι αμερικανοί κοινωνιολόγοι οι πρωτοπόροι την εποχή εκείνη στην μελέτη της κοινωνικής επίδρασης των Μ.Μ.Ε. προσδίδουν στην έννοια της επίδρασης ένα καθαρά κοινωνικό-ψυχολογικό περιεχόμενο. Βασικά λοιπόν χαρακτηριστικά των ερευνών της περιόδου αυτής είναι η κοινωνικο-ψυχολογική προσέγγιση καθώς και η εμπειριστική μεθοδολογία.¹⁾

Μέσα στα θεωρητικά πλαίσια ανάλυσης που υιοθέτησαν οι αμερικανοί κοινωνιολόγοι μπορούμε να ισχυριστούμε ότι τα Μ.Μ.Ε. έχουν κάποιες σημαντικές επιδράσεις στο κοινό τους μόνο στο βαθμό που σαν αποτέλεσμα της κατανάλωσης των προϊόντων των μέσων παρατηρούνται αλλαγές στην εξωτερική συμπεριφορά ή

στον εσωτερικό κόσμο όπως αντιλήψεις, αξίες, και στάσεις αυτών των ατόμων. Βασική μονάδα ανάλυσης για τους μελετητές λοιπόν είναι το άτομο έτσι όπως λειτουργεί μέσα στα πλαίσια σχέσης πομπού-δέκτη, ενώ οι αλλαγές αυτές αποτελούν αντικείμενο επιστημονικής ανάλυσης μόνο αν μπορούν να παρατηρηθούν εμπειρικά και να αναλυθούν ποσοτικά. Ο δέκτης παύει να είναι ένα άτομο και αποτελείται από πολλά άτομα — το κοινό.

Όπως αναφέρει στην συνέχεια οι έρευνες αυτής της περιόδου δεν επιβεβαίωσαν τις αντιλήψεις των προηγούμενων δεκαετιών ως προς την παντοδυναμία των Μ.Μ.Ε. Αντίθετα διεπίστωσαν ότι το κάθε άτομο τείνει να βλέπει, να ακούει ή να διαβάζει μηνύματα τα οποία βρίσκονται σε αρμονία με τις ήδη διαμορφωμένες απόψεις του ή πεποιθήσεις του.

Συνειδητά ή ασυνειδητά ο κόσμος αποφεύγει επικοινωνίες αντίθετων αποχρώσεων ή ακόμη αν εκτεθεί σε υλικό που του είναι αντιπαθητικό, συχνά τείνει να μην το βλέπει, να το ξεχνάει εύκολα ή να το ερμηνεύει με τρόπο που να ταιριάζει στις δικές του ισχύουσες απόψεις.

Οι αυτοπροστατευτικές αυτές ασκήσεις έχουν γίνει γνωστές ως επιλεκτική έκθεση, επιλεκτική αντίληψη και επιλεκτική συγκράτηση.

Ακόμη οι μελετητές επισήμαναν ότι η επίδραση των Μ.Μ.Ε. είναι συνάρτηση της υποκειμενικής σημασίας του μηνύματος, δηλαδή, το πόσο σημαντικό το θεωρεί το κοινό, και τι θέση καταλαμβάνει μέσα στον υποκειμενικό του κόσμο. Σε θέματα που ο δέκτης τα θεωρεί πολύ σημαντικά τα μηνύματα των Μ.Μ.Ε. δεν επιφέρουν αλλαγές σε ήδη διαμορφωμένες αντιλήψεις και συμπεριφορές ενώ σε θέματα που ο δέκτης τα θεωρεί περιθωριακά ή τον αφήνουν αδιάφορα είναι πιθανόν τα μέσα να έχουν κάποια επίδραση στη συμπεριφορά ή στη στάση του (Klapper, 1960).

"Τα μέσα λοιπόν συμβάλλουν και ενισχύουν προϋπάρχουσες αλλά δεν γεννούν ή εγκαινιάζουν νέες στάσεις ή τρόπους συμπεριφοράς" (Klapper, 1960).

Σε έρευνες τις Χίμελβαιτ όπως και σε άλλες αμερικάνικες έρευνες τονίζεται το γεγονός ότι *“οι οποιεσδήποτε επιδράσεις των μέσων είναι συνάρτηση της προσωπικότητας και ψυχοσύνθεσης του ατόμου που καταναλώνει τα προϊόντα τους”* (Mc Quail, 1969).

Το γενικό συμπέρασμα που προέκυψε από την κοινωνικο-ψυχολογική προσέγγιση ήταν ότι τα M.M.E. δεν αποτελούν μια αναγκαία και ικανή αιτία για την αλλαγή στη συμπεριφορά και στάση του κοινά αλλά *“μάλλον λειτουργούν ανάμεσα και διαμέσου ενός πλέγματος διαμεσολαβητικών παραγόντων και επιρροών”* (Klapper, 1960).

Υπάρχουν δηλαδή άλλοι παράγοντες μεταξύ του πομπού και του δέκτη οι οποίοι επηρεάζουν το πώς και σε ποιο βαθμό θα επιδράσει ο πομπός μέσω των μηνυμάτων του. Τέτοιοι παράγοντες είναι η προσωπικότητα και η ψυχοσύνθεση του δέκτη.

Όπως αναφέρουν οι Katz και Lasarsfeld, 1955 *“οι έρευνες για τις επικοινωνίες έχουν πάρα πολύ υποτιμήσει το βαθμό στον οποίο οι κοινωνικοί δεσμοί του ατόμου με άλλα άτομα, και η φύση των απόψεων και των δραστηριοτήτων που συμμερίζεται μ' αυτό, επηρεάζουν την αντίδρασή του στα μέσα μαζικής επικοινωνίας”*. Υποστηρίζουν δηλαδή ότι η αντίδραση ενός ατόμου σε ένα μήνυμα δεν μπορεί να ερευνηθεί χωρίς αναφορά στον κοινωνικό του περίγυρο και στη φύση των διαπροσωπικών του σχέσεων.

“Η χρήση των M.M.E. πρέπει να αντιμετωπίζεται ως μια ομαδική δραστηριότητα στην οποία εμπλέκονται οικογένεια, φίλοι και τοπική κοινότητα” (Mc Quil, 1969).

Έτσι, μέχρι και την δεκαετία του 1960 το μήνυμα της κοινωνιολογίας για τα M.M.E. ήταν ότι *“τα μέσα ενισχύουν, δεν αλλάζουν”*, και από καθοριστικός παράγοντας κοινωνικού ελέγχου και κοινωνικής αλλαγής τα μέσα υποβιβάστηκαν σε απλό συντελεστή.

Η κριτική ενάντια στην κοινωνικό-ψυχολογική προσέγγιση είναι καθολική. Αμφισβητείται ο τρόπος με τον οποίο ερμηνεύουν οι αμερικανοί κοινωνιολόγοι τα

εμπειρικά στοιχεία που προέκυψαν από τις έρευνές τους, ενώ κατακρίνεται το θεωρητικό πλαίσιο, ο τρόπος προσέγγισης, καθώς και οι μεθοδολογικές διαδικασίες, ως θεωρητικά ανεπαρκείς και άκρως περιοριστικές στην οριοθέτηση των προβληματισμών και αναζητήσεων του ερευνητή. Τα εμπειρικά στοιχεία που προέκυψαν αμφισβητούσαν την παντοδυναμία των μέσων αλλά αυτό δεν σημαίνει αυτόματα ότι κανείς μπορούσε να συμπεράνει ότι τα μέσα ήταν ανίσχυρα, ή ότι η επίδρασή τους ήταν ανύπαρκτη ή πολύ μικρή.

β. Η παθητικοποίηση του δέκτη:

Η προσέγγιση των "χρήσεων και ικανοποιήσεων"

Τα τελευταία 15-20 χρόνια ένας αριθμός κοινωνιολόγων συμπεραίνει ότι το ερώτημα *"τί κάνουν τα μέσα στον κόσμο"* είναι λάθος και θέτουν ένα άλλο ερώτημα, *"τι κάνει ο κόσμος με τα μέσα"*; Από το 1960 και μετά η προσέγγιση αυτή θα αποκτήσει μεγαλύτερη βαρύτητα και θα οδηγήσει στην διατύπωση μιας καινούργιας θεώρησης στη μελέτη της κοινωνικής επίδρασης των μέσων η οποία θα γίνει γνωστή ως η προσέγγιση των *"χρήσεων και ικανοποιήσεων"*.

Βασική παραδοχή της προσέγγισης αυτής είναι ακόμα ότι και το πιο δυνατό από τα μηνύματα των μέσων δεν μπορεί να επηρεάσει ένα άτομο που δεν έχει *"καμμία χρήση"* γι' αυτό κάτω από τις κοινωνικές και ψυχολογικές συνθήκες στις οποίες ζει.

Η προσέγγιση αυτή στηρίζεται στην παραδοχή ότι οι αξίες των ανθρώπων, τα συμφέροντά τους, οι συναναστροφές τους και οι κοινωνικοί τους ρόλοι υπερισχύουν και ότι επιλεκτικά αναπλάθουν ότι βλέπουν και ακούν σύμφωνα με τα συμφέροντά τους. Ο ερευνητής στρέφεται στα κίνητρα που ωθούν το κοινό στην κατανάλωση των προϊόντων των μέσων και το ενδιαφέρον του επικεντρώνεται στην ανάλυση των αναγκών που το κοινό προσπαθεί να ικανοποιήσει.

Ακόμη τονίζει την ενεργητική συμμετοχή του κοινού στη διαδικασία της επικοινωνίας ακόμα και κάτω από τις συνθήκες που προκαλεί η μαζικοποίηση της επικοινωνίας. Οι δυνατότητες άσκησης ελέγχου του δέκτη στην επικοινωνία δεν είναι μηδαμινές ενώ τα περιθώρια δράσης ή αντίδρασης του στα μηνύματα είναι πολύ ευρύτερα από ότι είχε παλιότερα υποτεθεί.

Τα πορίσματα όλων σχεδόν των ερευνών που κινούνται στα πλαίσια των *"χρήσεων και ικανοποιήσεων"* υποδεικνύουν τρεις βασικές κατηγορίες αναγκών. Πρώτον, ο άνθρωπος στρέφεται στα Μ.Μ.Ε. για πληροφόρηση και ενημέρωση ως προς τα γεγονότα, δεύτερον, για συναισθηματική στήριξη και ασφάλεια αποζητώντας την κοινωνική αναγνώριση και εκτίμηση που θα την βοηθήσει να συνεχίσει να λειτουργεί μέσα στους χώρους που απαρτίζουν την πραγματικότητα της ζωής και τρίτο, για φυγή από την πραγματικότητα, το άγχος, τις εντάσεις, τη μοναξιά και τα προβλήματα της καθημερινότητας, φυγή σ' ένα κόσμο ονειρικό και ονειρεμένο.

Η πιο σημαντική είναι η τρίτη. Η ανάγκη για φυγή. Όπως αναφέρουν οι Σραμ, Λαίλ και Πάρκερ (στην ίδια) τα παιδιά βλέπουν τηλεόραση γιατί τούς προσφέρει τη δυνατότητα να ζουν σε μια φαντασία, την ταύτιση με συναρπαστικούς και γοητευτικούς ανθρώπους, τη φυγή από τα προβλήματα της πραγματικότητας και από την ανία.

Η κριτική ενάντια στην προσέγγιση αυτή αναφέρει ότι επιτυγχάνει μια ουσιαστικότερη διερεύνηση των επιδράσεων των Μ.Μ.Ε. στο κοινό τους.

Αγνοείται όμως εντελώς η ευρύτερη κοινωνική δομή που επιδρά καθοριστικά τόσο στη μορφή και λειτουργία του κοινωνικού περιγυρου, όσο και στη συμπεριφορά του ατόμου μέσα σ' αυτόν. Δεν μπορεί να αποδώσει τις συντεταγμένες που σε τελευταία ανάλυση καθορίζουν τις ανάγκες, αναζητήσεις, και προδιαθέσεις των ατόμων και οι οποίες ομαδοποιούν τα άτομα σε κοινωνικές κατηγορίες, τάξεις και κοινωνικά στρώματα.

Αυτή η προσέγγιση οδηγεί σε μία εσφαλμένη τοποθέτηση: στην υπερβολική αυτονόμηση και ανεξαρτητοποίηση του δέκτη.

γ. Η διαδικασία της αποκωδικοποίησης

Τα τελευταία δέκα χρόνια ορισμένοι μελετητές επιχειρούν μια ερμηνεία της κοινωνικής επίδρασης των Μ.Μ.Ε. χρησιμοποιώντας το θεωρητικό πλαίσιο και εννοιολογικά εργαλεία της σημειολογίας.

Η θέση της θεωρίας αυτής είναι ότι τα μέσα παρέχουν ένα σκηνικό ή ένα πλαίσιο το οποίο επιτρέπει σε διάφορα ακροατήρια να ερμηνεύσουν το ίδιο μήνυμα με αρκετά διαφορετικούς τρόπους.

Αυτοί οι μελετητές αντιλαμβάνονται το κοινό όχι ως μια ατομικοποιημένη μάζα ατόμων αλλά ως αποτελούμενο από υποπολιτιστικούς σχηματισμούς ή ομαδοποιήσεις, των οποίων τα μέλη συμμαρτώνονται έναν κοινό πολιτιστικό προσανατολισμό ως προς αποκωδικοποίηση των μηνυμάτων με συγκεκριμένους τρόπους.

Μ' άλλα λόγια οι μελετητές προσεγγίζουν το κοινό ως ένα σύνολο διαφόρων κοινωνικών κατηγοριών, αποτελούμενο από κοινωνικές τάξεις, από κοινωνικές ομάδες που διαφοροποιούνται κοινωνικά μεταξύ τους λόγω της φυλετικής τους καταγωγής, του φύλου τους κλπ.

Η κάθε μία από αυτές τις κατηγορίες χαρακτηρίζεται από το δικό της υποπολιτισμό ή υποκουλτούρα όπως είναι οι γνώσεις, οι πεποιθήσεις, οι αξίες, τα δικά της ήθη και έθιμα που στο τέλος αυτές είναι που καθορίζουν τον τρόπο που θα ερμηνεύσουν οι δέκτες τα μηνύματα των Μ.Μ.Ε. και συνακόλουθα την επίδραση των μέσων στο κοινό τους.

Επομένως το πρόβλημα του ερευνητή είναι η σχέση μεταξύ των κοινωνικών κατηγοριών και της κοινωνικής δομής, και από την άλλη των κωδικών της υποκουλτούρας και της ιδεολογίας.

Οι σημειολόγοι αναφέρουν ότι τα στελέχη των Μ.Μ.Ε. δεν μιλούν ποτέ την ίδια γλώσσα με την μάζα του κοινού τους. Αυτό επιβάλλει μια πειθαρχία στους πρώτους· η οποία τους εξασφαλίζει ότι τα μηνύματά τους άπτονται των κεντρικών εννοιολογικών συστημάτων της κουλτούρας και ότι οι κώδικες στους οποίους μεταδίδονται τα μηνύματα είναι ευρύτατα προσίτοι. Αυτή η πειθαρχία οδηγεί στην ανάγκη των Μ.Μ.Ε. να αγκαλιάσουν ένα όσο το δυνατόν ποσοτικά μεγαλύτερο κοινό. Ψάχνοντας να βρουν τον κοινό παρονομαστή όλων των ατόμων που απαρτίζουν το κοινό και μιλώντας σε μία γλώσσα και για θέματα που να είναι σε όλους προσίτα, καταλήγουν να μαζικοποιούν και το περιεχόμενο της επικοινωνίας αλλά και το ίδιο το κοινό τους.

Καταλήγουν έτσι να λειτουργούν ως κεντρικοί μηχανισμοί παραγωγής και διάδοσης της κουλτούρας της μάζας, μια κουλτούρα η οποία εξαλίφει τη μία εθνική κουλτούρα μετά την άλλη που μέχρι πρόσφατα ανθούσαν μέσα στα εθνικά σύνορα κάθε κοινωνίας.

7. ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΩΣ ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ

Μία από τις σημαντικότερες λειτουργίες των μέσων είναι να μας προσφέρουν μια κουλτούρα η οποία μας καθοδηγεί προς έναν νέο τρόπο ζωής και ένα νέο πολιτισμό.

Όπως αναφέρει ο Δ.Τσαρδάκης, 1983, σ.115, τα στελέχη των Μ.Μ.Ε. αναλαμβάνουν να χειραφετήσουν τις μάζες, δηλαδή να τις οδηγήσουν στα μεγάλα σουξέ της εποχής, στο μαζικό χειροκρότημα και που οδηγεί αναπόφευκτα στην υποταγή του ανθρώπου στους νόμους και στους στόχους της βιομηχανίας της κουλτούρας. Η σύγκρουση παραδοσιακού και νεωτερικού στιλ εκδηλώνεται σε όλους τους τομείς της τέχνης και της πολιτικής και βρίσκει το υποκατάστατό της στη μίμηση.⁷⁷

Ο J.Gazeneune, 1979, αναφέρει ότι είτε πρόκειται για τον τύπο, το ραδιόφωνο, ή την τηλεόραση βλέπουμε ότι οι νέες τεχνικές της μετάδοσης δίνουν στα μορφωτικά μηνύματα μια αυξημένη αποτελεσματικότητα από το γεγονός και μόνο ότι προσεγγίζουν ένα πλατύ κοινό. Αυτό ακριβώς σημαίνει η έκφραση *"μαζική επικοινωνία"*.

Η Αλέκα Κορωναίου στο άρθρο της *"Τηλεόραση μαζική κουλτούρα και κοινωνικές διαφορές"*, 1988, σ.73, αναφέρει τα χαρακτηριστικά της μαζικής κουλτούρας σύμφωνα με τις μαρξιστικές αναλύσεις.

⁶⁶ Πρώτο χαρακτηριστικό είναι η σχέση της μαζικής κουλτούρας με τον βιομηχανικό τρόπο παραγωγής δηλαδή την δυνατότητα παραγωγής μιας σειράς ομοίων προϊόντων που να μπορούν να οικειοποιηθούν από ένα μεγάλο αριθμό ατόμων. Κατά συνέπεια λοιπόν δεύτερο χαρακτηριστικό είναι η κουλτούρα των ομοιογενοποιημένων προϊόντων, κυρίως συμβολικών που απευθύνονται στον μέσο άνθρωπο παράγοντας έτσι και ένα *"μέσο παγκόσμιο άνθρωπο"*.⁶⁷

Τρίτον με βάση τα παραπάνω η μαζική κουλτούρα στηρίζεται στην εξέλιξη εκείνης της κοινωνικής δομής όπου τείνουν να αναπτυχθούν τα ενδιάμεσα στρώματα τα μεσαία και να αναπτυχθούν τα κέντρα που συσπειρώνονται στο κέντρο. Έτσι έχουμε την ομοιογενοποίηση, την ομοιομορφία, την ισοπέδωση, την άρνηση των κοινωνικών ανισοτήτων και διαφορών ανάμεσα σε τάξεις, ομάδες, ηλικίες, ανάμεσα στα δύο φύλα αλλά και σε γεωγραφικές περιοχές ακόμα και έθνη.

Σαν αποτέλεσμα λοιπόν και σαν τέταρτο χαρακτηριστικό είναι αυτός ο *"παγκόσμιος μέσος άνθρωπος"* να καταλήγει ένας παθητικός δέκτης, υποδουλωμένος καταναλωτής και αποχαυνωμένος θεατής.⁶⁷ (Αλέκα Κορωναίου 1988 σελ. 73).

Ο Ν.Σ. Μπιριούκοφ, 1984, σ.181, αναφέρει σχετικά με το θέμα ότι *"η άρχουσα τάξη βλέπει την τηλεόραση όχι μόνο σαν βασικό μέσο ενημέρωσης αλλά και σαν ένα από τα κύρια μέσα για τη διάδοση αυτού που είναι γνωστό σαν μαζική κουλτούρα"*.

Εννοεί μ' αυτή τη συνειδητή χάραξη στα μυαλά των απλών ανθρώπων, στερεοτύπων του πνευματικού και υλικού πολιτισμού σ' όλες τους τις μορφές και εκδηλώσεις. Η διαδικασία αυτή είναι αναπόσπαστο κομμάτι της ιδεολογικής χειραγώγησης των μαζών.

Το δόγμα της μαζικής κουλτούρας κατέβαλε την προσωπικότητα του ατόμου σε επίπεδο που να μην αντιλαμβάνεται ότι η ζωή του είναι κενή από κάθε δημιουργικό περιεχόμενο και νόημα.

Η μαζική κουλτούρα δεν προορίζεται για μία ανθρώπινη προσωπικότητα που να μπορεί να σκέπτεται μόνη της αλλά για μια μάζα αλλοτριωμένων ατόμων.

Το δόγμα αυτό έχει υιοθετηθεί από τα αστικά μέσα ενημέρωσης και της τηλεόρασης για να κρατήσει τους εργαζόμενους μακριά από τις πραγματικές αξίες και να περιορίσει τα ενδιαφέροντά τους στον οικογενειακό κύκλο και να σπείρει ένα παράλογο φόβο για τον έξω κόσμο.

Συνεχίζοντας ο Ν.Σ. Μπυριούκοφ, 1984, αναφέρει ότι τα προσόντα που έχει σαν στόχο να καλλιεργήσει η μαζική κουλτούρα είναι να ακολουθείς το ρεύμα, να δείχνεις σεβασμό στις αρχές και να καταπνίγεις κάθε δείγμα ελεύθερης σκέψης.

Η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, σ.366, παρατηρεί ότι τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας αποτελούν μια συνεχή και αδιάκοπη ροπή μηνυμάτων, κάθε λεπτό της ώρας δημιουργώντας έτσι την κουλτούρα της κοινωνίας μας. Ο όρος κουλτούρα αρχικά στα τέλη του 18ου αι. αναφέρεται ως *"η διαμόρφωση και γενίκευση ενός πνεύματος που διαποτίζει ολόκληρο τον τρόπο ζωής ενός συγκεκριμένου λαού"*.

Οι σύγχρονοι μελετητές των Μ.Μ.Ε. αποκαλούν *"κουλτούρα"* όλες τις κοινωνικές δραστηριότητες του ανθρώπου οι οποίες είναι φορείς μηνυμάτων αλλά η καρδιά και ο πυρήνας αυτού του γενικού συστήματος είναι οι πνευματικές και καλλιτεχνικές δραστηριότητες.

Η ίδια συνεχίζει και αναφέρει επίσης ότι οι τρόποι με τους οποίους κατανοούμε την πραγματικότητα προέρχονται μέσα από τα πολύπλοκα συστήματα

συμβόλων που χρησιμοποιούμε, εικόνες και μηνύματα τα οποία αποτελούν συστατικά στοιχεία της "κουλτούρας".

Στην εποχή μας οι μαζικές επικοινωνίες αποτελούν ένα συνδεδετικό κροίκο μεταξύ του ανθρώπου και του περιβάλλοντός του, καθώς του παρέχουν ένα σύστημα νοημάτων όπως υλικά, εικόνες, σύμβολα με τα οποία τα άτομα σχηματίζουν μια εικόνα της κοινωνικής πραγματικότητας και της θέσης τους μέσα σ' αυτήν.

Ο Mills, 1959, (στην ίδια), σ. 371, αναφέρει ότι τα μέσα μας προμηθεύουν με νέες ταυτότητες και νέες φιλοδοξίες γι' αυτό που θέλουμε να είμαστε και γι' αυτό που φαινόμαστε ότι είμαστε. Λένε στον άνθρωπο της μάζας ποιός είναι, του λένε τι θέλει να είναι, του δίνουν φιλοδοξίες, του λένε πως να γίνει έτσι, του δίνουν την τεχνική, του λένε πως να αισθάνεται και όταν δεν τα καταφέρει αυτά του δίνουν την φυγή. Αυτή ακριβώς την φυγή και την αυταπάτη είναι που τους προσφέρουν τα προϊόντα της σύγχρονης πολιτιστικής βιομηχανίας δηλαδή των Μ.Μ.Ε., και εδώ ακριβώς είναι που στηρίζεται και η τεράστια απήχηση αυτών των προϊόντων.

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, η τέχνη αποτελεί τον πυρήνα της κουλτούρας. Η ιδιαιτερότητα των τεχνών είναι ότι διαθέτουν πολύ δυνατά μέσα επικοινωνίας. Κάθε καλλιτεχνικό έργο περιέχει και μεταδίδει ερμηνείες και αντιλήψεις για την κοινωνική πραγματικότητα οι οποίες στο βαθμό που ο καλλιτέχνης κατορθώνει να επικοινωνήσει σε κάποιο βαθμό με το κοινό του, αποκτούν κοινωνική υπόσταση και ισχύ.

Όπως αναφέρει η Μ.Σεραφετινίδου, 1987,⁶⁶ τα σύγχρονα πολιτιστικά προϊόντα παράγονται από τα στελέχη των Μ.Μ.Ε. και όταν ακόμα δεν παράγονται απ' αυτά προωθούνται μέσα από τα Μ.Μ.Ε., όπως γίνεται στην περίπτωση των δίσκων ή των κινηματογραφικών διασκευών λογοτεχνικών έργων.⁶⁷

Το αποτέλεσμα δεν είναι αυτό που παραδοσιακά ονομάζεται τέχνη, αλλά κάτι άλλο, ένα πρόσφατο ιστορικά φαινόμενο με τη χρήση του όρου kitsch.

Βασικό χαρακτηριστικό των προϊόντων αυτής της κουλτούρας είναι η μαζική παραγωγή τους. Είναι προϊόντα μιας παραγωγής που προορίζεται εξ' ολοκλήρου για μια μαζική αγορά.

⁶⁶ Ο Μίλαν Κουντερά, 1985, σ. 318 (στην ίδια) παρατηρεί ότι ο όρος "kitch" προσδιορίζει τη στάση εκείνου που θέλει να αρέσει πάση θυσία και στο μεγαλύτερο δυνατό αριθμό. 'Όμως για ν' αρέσει πρέπει να επιβεβαιώνει αυτό που όλος ο κόσμος θέλει να ακούει, να είναι δηλαδή στην υπηρεσία των παραδειγματικών ιδεών. 'Ετσι το "kitch" είναι η μετάφραση της βλακείας των παραδειγματικών ιδεών στην γλώσσα της ομορφιάς και της συγκίνησης.⁷⁷

'Ετσι τελειώνοντας η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, σ.378, αναφέρει ότι τελικά "η μαζική κουλτούρα είναι η κάλπικη επικοινωνία, η επικοινωνία που πλαστογραφεί τα βιώματα, τις ανακαλύψεις και κατακτήσεις της τέχνης και νοθεύει τις φήμες της τεχνικής της".

Ο Δ.Τσαρδάκης, 1983, σ.117, αναφέρει ότι η διαφήμιση ⁶⁶ αποτελεί το σημαντικότερο μηχανισμό καθυστάτησης των μαζών στην βιομηχανία της κουλτούρας. Τα Μ.Μ.Ε. που είναι φορείς της διαφήμισης επιβάλλουν στο μαζικό κοινό τις κατασκευασμένες πραγματικότητες της βιομηχανικής κουλτούρας.⁷⁷

Η διαφήμιση έχει μία πολύπλοκη επίδραση στο καταναλωτικό κοινό και απευθύνεται κυρίως σε υποσυνειδητές επιθυμίες και ανάγκες του κοινού. Οι μηχανισμοί άμυνας οι οποίοι χαρακτηρίζουν το κοινό όπως δυσπιστία, επιφύλαξη κλπ., εξουδετερώνοντας τελικά από την καθημερινή επιρροή που ασκεί η διαδικασία της διαφήμισης. 'Ετσι ένα διαφημιζόμενο προϊόν κερδίζει υψηλότερο βαθμό αξιοπιστίας από ένα άγνωστο και μη διαφημιζόμενο προϊόν.

Οι καταστάσεις που τονίζονται στα διαφημιστικά μηνύματα είναι η απόλαυση, η γοητεία, η ευτυχία, η ομορφιά και άλλα πολλά τα οποία εξειδικεύουν την κοινωνική πραγματικότητα. 'Ετσι ο άνθρωπος ζει σε δύο αντιφατικούς κόσμους, τον κόσμο της πεζής και καταθλιπτικής καθημερινότητας και τον πλαστό κόσμο

της φαντασίας, της υπόσχεσης και του ονείρου.

Έτσι το καταναλωτικό κοινό βρίσκεται κάτω από την πίεση των μηχανισμών της αγοράς βιομηχανικών προϊόντων ενώ συγχρόνως συντηρεί την ψευδαίσθηση ότι αποφασίζει με δίκη την επιλογή για τις πολλαπλές απολαύσεις που του προσφέρει η βιομηχανία της κουλτούρας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Όπως αναφέρει η Μ.Σεραφινίδου, 1987, σ.123, μέχρι τον 16ο και 18ο αι. οι επικοινωνίες είχαν ένα έντονο διαπροσωπικό χαρακτήρα. Υπήρχε δηλαδή άμεση επαφή μεταξύ του μεταδότη και του κοινού του.[«]

Χαρακτηριστικό στοιχείο της επικοινωνίας ήταν μέχρι τότε ο προφορικός λόγος. Βασικός φορέας επομένως των εξωτερικών ειδήσεων ήταν το κινητό τμήμα του πληθυσμού, όπως οι ταξιδιώτες, οι έμποροι, οι πλανώδιοι πωλητές κ.ά.

Μία από τις δραστηριότητες επίσης των επικοινωνιών ήταν και η ψυχαγωγία του κοινού. Λαϊκοί τραγουδιστές, γελωτοποιοί, θαυματουργοί, ηθοποιοί, συγκέντρωναν κόσμο στα πανηγύρια, στις γιορτές, στις αγορές, απ' όλες τις κοινωνικές τάξεις και ηλικίες.

Μετά το τέλος του 16ου αι. και μετά από μια πραγματική επανάσταση στον χώρο της επικοινωνίας, ο προφορικός λόγος θα παραχωρήσει την θέση του στο γραπτό λόγο.

Η πρώτη μεγάλη τεχνολογική επανάσταση στον χώρο της επικοινωνίας ήταν η εφεύρεση της τοπογραφίας στα μέσα του 15ου αι.

α. Τύπος - Εφημερίδα

Το πρώτο μέσο μαζικής επικοινωνίας, λοιπόν, όπως αναφέρει η Μ.Σεραφινίδου, 1987, σ.128, ήταν η εφημερίδα. Απία ήταν τότε τον 17ο αι. τα ανερχόμενα αστικά στρώματα, τα οποία είχαν ως αίτημά τους την ελεύθερη διακίνηση ιδεών, πληροφοριών και απόψεων.

Έτσι, η εμφάνιση και η κυκλοφορία των πρώτων εφημερίδων είναι δημιούργημα των νέων κοινωνικών στρωμάτων.

Σ' όλη την Ευρώπη, από την γέννησή του, ο τύπος θα πάρει την μορφή ιδιωτικών επιχειρήσεων. Οι ιδιοκτήτες των εφημερίδων πολεμούν για την κατάργηση κάθε κρατικού ελέγχου και παρέμβασης στη λειτουργία του τύπου. Την εποχή εκείνη, ο τύπος παίζει αποφασιστικό ρόλο όχι μόνο στην ενημέρωση του κοινού, αλλά και στη διαμόρφωση και κινητοποίηση της κοινής γνώμης. Αποτελεί έτσι ένα σοβαρό μέσο ελέγχου και κριτικής της κρατικής εξουσίας, την *"τέταρτη εξουσία"*. Οι κυβερνήσεις τότε χρησιμοποιούν το εισόδημα από τη φορολογία του τύπου για να δωροδοκεί και να εξαγοράζει, ιδιοκτήτες και δημοσιογράφους, έτσι ώστε ο τύπος να μην εκφράζεται ενάντια στην κρατική πολιτική.

Ο τύπος μέχρι και τον 19ο αι. εξακολουθεί να αποτελεί το κύριο σύγχρονο μέσο ενημέρωσης.

Όπως αναφέρεται στο Λεξικό βασικών Εννοιών Δ.Π. Διαμαντόπουλου, ως τύπος ορίζεται η μαζική αναπαραγωγή γραπτών κειμένων με την χρήση μηχανικών ή ηλεκτροχημικών μέσων. Διακρίνεται σε ημερήσιο και περιοδικό και ανάλογα με το περιεχόμενό του, σε πολιτικό, οικονομικό, αθλητικό, κ.ά.²²

Η ιστορία του τύπου είναι αρχαιότατη. Τα βιβλία μέχρι τον Μεσαίωνα γράφονταν με το χέρι και ήταν πανάκριβα όπως οι περγαμηνές και οι πάπυροι. Η τυπογραφία άρχισε να κάνει την εμφάνισή της από τη στιγμή που χρησιμοποιήθηκαν τα πρώτα κινητά στοιχεία. Πρώτοι οι Κινέζοι κατασκεύασαν 250.000 κεφαλαία γράμματα του κινέζικου αλφάβητου για την εκτύπωση μιας εγκυκλοπαίδειας. Το 1436 ο Γερμανός Ιωάννης Γουτεμβέργιος επινόησε τη μέθοδο παραγωγής κειμένων με μολυβένιους χαρακτήρες και το 1445 τύπωσε το πρώτο του βιβλίο, τη Βίβλο, στα λατινικά. Την εφεύρεση της τυπογραφίας, ο μεταρρυθμιστής Λούθηρος την χαρακτήρισε ως το καλύτερο δώρο του Θεού προς τον άνθρωπο. Από τότε η τυπογραφία διαδόθηκε σε ολόκληρη την Ευρώπη και βοήθησε

στην εξαπλώση των θρησκευτικών και επαναστατικών ιδεών.

Στην Ελλάδα η τυπογραφία άργησε να διαδοθεί εξαιτίας της Τουρκοκρατίας. Το 1790 στη Βιέννη, τυπώθηκε και κυκλοφόρησε η πρώτη ελληνική εφημερίδα με τον τίτλο "Εφημερίς".

Ο ανεξάρτητος βασικά τύπος αποτελεί το μέσο για την πνευματική και ηθική ανάπτυξη του λαού, και συμβάλλει στην άνοδο της πολιτιστικής στάθμης του.

Η σημασία του τύπου στην σύγχρονη κοινωνία είναι ουσιαστική και πολύπλευρη και δίκαια θεωρείται η τέταρτη εξουσία. Ο ρόλος του στην πραγματικότητα είναι:

- α. Ενημερωτικός.** Ενημέρωση δηλαδή σε γεγονότα της ντόπιας και παγκόσμιας ειδησεογραφίας και την πληροφόρηση πάνω σε ζητήματα της καθημερινής ζωής.
- β. Ηθικοπνευματικός.** Η παρουσίαση προσώπων και επιστημονικών επιτευγμάτων, η προβολή των διαφόρων ιδεών, η ανάλυση και η κριτική καταστάσεων και γεγονότων.
- γ. Πολιτικός.** Η πολιτική πληροφόρηση και κριτική σε θέματα εξωτερικής, εσωτερικής, οικονομικής, εκπαιδευτικής, κοινωνικής, εργατικής πολιτικής κ.ά. είναι κύρια αποστολή των πολιτικών εφημερίδων. Σ' αυτή την περίπτωση συμβαίνει το πολιτικό πάθος να διαστρεβλώνει τα πολιτικά γεγονότα σύμφωνα πάντα με τα πολιτικά ενδιαφέροντα του αναγνωστικού κοινού. Η δημοσιογραφική δεοντολογία όμως επιβάλλει την αντικειμενικότητα και την αναζήτηση των αληθειών. Στο σημείο αυτό κρίνεται αν μια πολιτική εφημερίδα ακολουθεί ανεξάρτητη γραμμή, ή υπηρετεί πολιτικές ιδεολογίες με τυφλό πάθος.
- δ. Κοινωνικός.** Η πληροφόρηση σε θέματα κοινωνικά όπως οικογενειακά δράματα, ατυχήματα, εγκλήματα, είναι απαραίτητη και συγκινεί την κοινή γνώμη. Η κοινή γνώμη εκφράζει την ευαισθησία της και ζητά την παραδειγματική τιμωρία των ενόχων.

Προυπόθεση όμως για την σωστή άσκηση του λειτουργικού ρόλου του, είναι το φιλελεύθερο πολίτευμα, μέσα στο οποίο διασφαλίζεται η ελευθερία του λόγου.

β. Βιβλίο

Το δεύτερο μέσο επικοινωνίας που θα εμφανιστεί όπως αναφέρει η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, σ.132, και μάλιστα χρονικά προηγείται της εφημερίδας είναι το βιβλίο.

Πριν τον 17ο αι. το βιβλίο ήταν πνευματικό και καλλιτεχνικό γεγονός ενώ μετά το 17ο αι. μετατρέπεται σε εμπόρευμα και αποκτά ανταλλακτική αξία στη λογοτεχνική αγορά. Πρωτοεμφανίζονται τότε οι θεσμοί μιας κουλτούρας που έχει τις ρίζες της στις εμπορευματικές σχέσεις στην αγορά, η οποία καλύπτει βιβλία, βιβλιοπώλες, βιβλιοκρισίες, συγγραφείς κ.ά.

Οι επικοινωνίες, αρχίζουν να μηχανοποιούνται, να εμπορευματοποιούνται, να οργανώνονται σε ιδιωτικές επιχειρήσεις καπιταλιστικού τύπου και τα προϊόντα τους να μετατρέπονται σε εμπορεύματα.

Τόσο ο τύπος όσο και το βιβλίο αποκτούν πολλά από τα στοιχεία που τα χαρακτηρίζουν στις μέρες μας, και που τους προσδίδουν το μαζικό τους χαρακτήρα. Αναφορικά με το βιβλίο ο 19ος αι. θα δει προς το τέλος του την εμφάνιση του "λαϊκού βιβλίου", δηλαδή της φτηνής έκδοσης που χειρίζεται δημοφιλή θέματα με τρόπο που στοχεύει στον εντυπωσιασμό του αναγνώστη. Ακόμη η ανάπτυξη νέων τυπογραφικών μεθόδων καθώς και φτηνού χαρτιού συνέβαλε σημαντικά στην μετατροπή του βιβλίου σε μαζικό μέσο επικοινωνίας.

γ. Κινηματογράφος

Στις πρώτες δεκαετίες του 20ου αι. εμφανίζεται το πρώτο μέσο επικοινωνίας της εποχής μας, ο κινηματογράφος. Οι ρίζες του πάνε πίσω στο 18ο αι. με τον περίφημο "Μαγικό Φανό".

Όλοι οι εφευρέτες συμπεριλαμβανομένων και των αδελφών Λουμιέρ οι οποίοι συνέβαλαν στην τελιοποίηση του κινηματογράφου, δεν μπορούσαν να φανταστούν ποιά τεράστια εξέλιξη και ποιά καταπληκτική εξάπλωση θα παρουσίαζε μετά από πολλά χρόνια η εφεύρεσή τους.

Δέκα χρόνια περίπου μετά την εφεύρεση των Λουμιέρ αρχίζει να στήνεται η βιομηχανία κινηματογράφου στην Αμερική. Αιτία ήταν η τεράστια μάζα μεταναστών, που ζούσαν κάτω από δύσκολες οικονομικές συνθήκες, αλλά είχαν και σοβαρά προβλήματα κοινωνικής ένταξης, καθώς δεν μιλούσαν την γλώσσα της νέας τους πατρίδας. Αυτές οι μάζες θα αποτελέσουν το καταναλωτικό κοινό της καινούργιας "βιομηχανίας των ονείρων", και φυσικά η έλλειψη ήχου δεν ενοχλούσε αφού έτσι και αλλιώς δεν γνώριζαν την γλώσσα.

Όπως αναφέρει η Μ.Σεραφετινίδου 1987, *"το τέλος του βωβού κινηματογράφου και η ανάπτυξη του ομιλούντος ήταν αποτέλεσμα των καινούργιων κοινωνικών συνθηκών που αντιμετώπιζε στο μεσοπόλεμο η αμερικανική κινηματογραφική βιομηχανία και όχι κάποιας τεχνολογικής εφεύρεσης, μιας και η αναγκαία τεχνολογία ήταν και πάλι πιο διαθέσιμη, πολύ πριν αποφασιστεί η εφαρμογή της"*.

δ. Δισκοπαραγωγή

Η δισκοπαραγωγή όπως αναφέρει η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, σ.159, [«]αναπτύσσεται και αυτή για πρώτη φορά στην Αμερική. Το 1877 ο Τόμας Έντισον εφευρίσκει την πρώτη συσκευή εγγραφής και αναπαραγωγής του ήχου. Το 1877 ο γερμανός Εμίλ Μπερλινερ δίνει την τελική μορφή του φωνόγραφου, αυτή που με παραλλαγές χρησιμοποιούμε σήμερα, το γραμμόφωνο.

Το 1888 οι κυλινδρικοί δίσκοι αντικαθίστανται από τους επίπεδους, ενώ το 1897 ο δίσκος του γραμμοφώνου γίνεται εμπορεύσιμος. Η ανάπτυξη και εξάπλωση της δισκοπαραγωγής αρχίζει πραγματικά μετά το 1920.[»]

Τελικά η δισκοπαραγωγή απογειώθηκε σαν αποτέλεσμα της χρήσης της νέας εφεύρεσης από την εταιρία Gramophone Company για την έκδοση μουσικών δίσκων με διάσημους εκτελεστές και στην συνέχεια με την εξάπλωση της ραδιοφωνίας.

Το 1920 η παραγωγή δίσκων στις Η.Π.Α. φτάνει σε αστρονομικά επίπεδα ενώ μόνο στην Αγγλία το 1970, παράγονται 200.000.000 δίσκοι το χρόνο.

ε. Ραδιόφωνο

Όπως αναφέρει ο Θ.Κραζής, 1979, σ.55, στην ιστορία των τηλεπικοινωνιακών μέσων, το τηλέφωνο και το ραδιόφωνο διεκδικούν με "βραχεία κεφαλή" τον τίτλο του πρωτοπόρου.

Ήταν το 1876, που ο Γκράχαμ Μπελ, πέτυχε στη Βοστώνη την μετάδοση φωνής μέσα από ένα καλώδιο και ήταν το 1885 που ο Γουλιέλμος Μαρκόνι κατάφερε να διαβιβάσει ένα μήνυμα μέσα από τα ερτζιανά κύματα της ατμόσφαιρας.

Ωστόσο ο συναγωνισμός ανάμεσα στα δύο μέσα είναι χωρίς αντικείμενο αφού μεταξύ τους, υπάρχει μια βασική διαφορά. Το τηλέφωνο επιτρέπει την επικοινωνία σε δύο άτομα, ενώ το ραδιόφωνο επιβάλλει την επικοινωνία εκατομμυρίων ατόμων με μια πηγή.^{>>}

Η ραδιοφωνία αναφέρει ο Ν.Σπανάκης^{^^} είναι η μετάδοση με τη βοήθεια ραδιοφωνικού σταθμού διαφόρων ηχητικών εκπομπών σε μεγάλο ριθμό ακροατών. Αποτελεί ακόμη ένα από τα βασικά μέσα ενημέρωσης αν και τις τελευταίες δεκαετίες έχει υποσκελισθεί από την τηλεόραση.^{>>}

Ο Λί ντε Φόρεστ φαίνεται ως ο εφευρέτης της τριοδού λυχνίας το 1907 με την οποία έγινε δυνατό να παραχθούν ραδιοκύμματα μεγάλης διάρκειας σημαντικής ισχύος και σε κάθε επιθυμωμένη συχνότητα.

Ο Ουμπέρτο Εκο στο βιβλίο του "Κήνσορες και Θεράποντες", 1985, σ.382, αναφέρει σχετικά με το ραδιόφωνο: Το 1916 ένας νεαρός υπάλληλος της American Marconi Company πρότεινε στους προϊσταμένους του την κατασκευή και διάδοση

συσκευών ραδιοδεκτών ή "*ραδιομουσικών κουτιών*".

Η εταιρία δεν έλαβε υπόψη της την πρόταση αφού ενδιαφερόταν αποκλειστικά για τις εμπορικές επικοινωνίες. Ένα χρόνο αργότερο κάποιος ερευνητής ο Φρανκ Κονραντ με ένα πομπό που είχε κατασκευάσει για αστέριο, άρχισε την πειραματική αναμετάδοση ειδήσεων που τις διάβαζε από τις εφημερίδες και δίσκων. Σχηματίστηκε τότε σιγά-σιγά ένα κοινό οι οποίοι ζητούσαν να ακούσουν την αγαπημένη τους μουσική. Αργότερα άρχισαν να εμφανίζονται οι συσκευές των ραδιοδεκτών.

Η μετάδοση των αποτελεσμάτων των προεδρικών εκλογών το 1920 και η κάλυψη ενός ποδοσφαιρικού αγώνα το 1921 σημάδεψαν την αρχή των ραδιοφωνικών εκπομπών και του ραδιοφώνου ως mass medium.

στ. Τηλεόραση

Η τηλεόραση αναφέρεται ως η μεγαλύτερη επανάσταση στο χώρο των επικοινωνιών, η οποία εισέβαλε στη ζωή του ανθρώπου περισσότερο από κάθε άλλο μέσο.

Ο Ν.Σ.Μπιριούκοφ, 1984, σ.15, διαιρεί την ιστορία της τηλεόρασης σε τρεις βασικές περιόδους. Την περίοδο του ξεκινήματος 1930, την περίοδο της ανάπτυξης 1940-50 και την περίοδο της εκρηκτικής ανάπτυξης 1960-70.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1920 και στις αρχές του 1930 άρχισαν πειράματα στη Ε.Σ.Σ.Δ. και στις ανεπτυγμένες καπιταλιστικές χώρες, πάνω στην εκπομπή εικόνων, στην αρχή χωρίς ηχητική συνοδεία και αργότερα με μουσική υπόκρουση. Στα μέσα της δεκαετίας του '30 έγιναν οι πρώτες τηλεοπτικές εκπομπές.

Η τηλεόραση γεννήθηκε 15 χρόνια μετά τη γέννηση του ραδιοφώνου και έτσι δανείστηκε αρκετά πράγματα από το ραδιοφωνο, από τεχνική, οργανωτική και καλλιτεχνική άποψη.

Η τηλεόραση στις Η.Π.Α. έγινε εμπόρευμα αμέσως μόλις εμφανίστηκε, ενώ συστηματικές πλέον εκπομπές άρχισαν το 1939 με προγράμματα από το Εν. Μπί.Σι.

Η πρώτη περίοδος της ανάπτυξης της τηλεόρασης διακόπηκε από το ξέσπασμα του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου, ωστόσο όμως αυτές οι πρώτες εκπομπές έδειξαν ότι η ανθρωπότητα βρισκόταν στο κατώφλι της γέννησης ενός νέου μέσου ενημέρωσης το οποίο θα γινόταν ένα εργαλείο ιδεολογικής επιρροής που σε αποτελεσματικότητα και ποσοστό κάλυψης του πληθυσμού πολύ δύσκολο θα μπορούσε να το συναγωνιστεί οποιοδήποτε άλλο μέσο.

Κατά την περίοδο της ανάπτυξης η Γαλλία ήταν η πρώτη που ξανάρχισε τηλεοπτικές εκπομπές στη μεταπολεμική Δυτική Ευρώπη. Στα τέλη της δεκαετίας του 1950 η παραγωγή τηλεοπτικών συσκευών αυξάνεται σ' ολοκληρό τον πλανήτη με αποτέλεσμα την πτώση των τιμών τους.

Το 1954 οι χώρες της Δυτικής Ευρώπης άρχισαν να ανταλλάσσουν τηλεοπτικά προγράμματα βάζοντας έτσι τις βάσεις για το σύστημα της Γιουροβίζιον.

Η τηλεόραση άρχισε να διεισδύει σε κάθε περιοχή της ανθρώπινης δραστηριότητας.

Στις αρχές του 1960 η τηλεόραση έγινε βασικό μέσο ενημέρωσης και προπαγάνδας στις αναπτυγμένες καπιταλιστικές χώρες, ενώ ταυτόχρονα απόκτησε τα χαρακτηριστικά της σαν το πιο γρήγορο και ζωντανό μέσο πληροφόρησης και το πιο αποτελεσματικό όργανο ιδεολογικής επιρροής. Διαμορφώνονται ακόμη και τα βασικά είδη των ειδησεογραφικών προγραμμάτων που ταίριαζαν στις ιδιομορφίες της τηλεόραση όπως ζωντανές μεταδόσεις, επιτόπια ρεπορτάζ, ειδησεογραφικά σχόλια, τηλεοπτικές συζητήσεις πάνω σε μια ποικιλία θεμάτων, τα οποία έγιναν μόνιμο χαρακτηριστικό της τηλεόρασης τα ψυχαγωγικά σόου, τα κουίζ, και τους διαγωνισμούς.

Στον τομέα των ταινιών με υπόθεση, τα τηλεοπτικά σήριαλ, οι θεατρικές παραγωγές και οι κωμωδίες καθιερώθηκαν σαν οι βασικές προτιμήσεις του κοινού,

οι αθλητικοί αγώνες κράτησαν μια εξέχουσα θέση ενώ μερικές χώρες εισήγαγαν εκπαιδευτικά προγράμματα.

Οι δεκαετίες του '60 και του '70 κατά την περίοδο δηλαδή της εκρηκτικής ανάπτυξης η έγχρωμη τηλεόραση έχει φτάσει σχεδόν σ' όλες τις χώρες. Έτσι η τηλεόραση χαρακτηρίζεται σαν ένα "παγκόσμιο μάτι".

Ανάμεσα στο 1946 και το 1980 η τηλεόραση κάλυψε στην προόδo της τεράστια απόσταση. Η άμεση ανταπόκρισή της στα γεγονότα, η ποιοτική της επίδραση και το τεράστιο και αυξανόμενο κοινό της δεν μπορούσαν παρά να επηρεάσουν τα άλλα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Όπως αναφέρει και η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, η ακροαματικότητα της τηλεόρασης επέδρασε αρνητικά στους ρυθμούς ανάπτυξης των υπόλοιπων μέσων επικοινωνίας.

Η Τέσσα Δουλκέρη, 1979, σ.14,⁶⁶ αναφέρει ότι η τηλεόραση έγινε κοινωνικό φαινόμενο σ' όλες τις χώρες, ενώ οι χαρακτηρισμοί που της δίνονται όπως "ανοικτό παράθυρο" ή "σαν όπιο του αιώνα μας" ή "σαν απόλυτο όπλο" δείχνουν την σπουδαιότητα του νέου αυτού μέσου.⁷⁷

1. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΤΥΠΟΣ

Σύμφωνα πάλι με τον Ν.Σ.Μπριουκόφ, 1984, σ.24,⁶⁶ στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του 1950, τα οπτικοακουστικά μέσα πληροφόρησης, όπως το ραδιόφωνο και η τηλεόραση "ξεπέρασαν το σύνολο της κυκλοφορίας των ημερησίων εφημερίδων".

Η τηλεόραση έδειξε γρήγορα τα πλεονεκτήματά της σε σχέση με τον τύπο, την γρήγορη ανταπόκριση στα γεγονότα, την οπτική παρουσίαση των ειδήσεων και την αποτελεσματικότητα των διαφημίσεων.

Ο τύπος όμως δεν είχε σκοπό να παραδοθεί. Πράγματι ο τύπος έχει αλλάξει ως ένα βαθμό, την παραδοσιακή παρουσίαση του υλικού του. Ενώ τα ειδησεογραφικά

προγράμματα της ραδιοτηλεόραση προορίζονται για τις πλατιές μάζες, ενώ τα περιοδικά και οι εφημερίδες απευθύνονται σε συγκεκριμένες επαγγελματικές ομάδες με ιδιαίτερα ενδιαφέροντα. Ο τύπος και οι καθημερινές εφημερίδες άρχισαν να δίνουν έμφαση όχι μόνο στην ξερή παρουσίαση των γεγονότων, τομέας όπου οι ραδιοτηλεοπτικές υπηρεσίες έχουν το πλεονέκτημα της ταχύτητας αλλά στα πρόσθετα, μεγενθυτικά σχόλια που προσφέρουν μια πιο βαθιά ανάλυση των ειδήσεων.

Ακόμη οι καθημερινές εφημερίδες εκδίδονται αρκετές φορές την ίδια μέρα με σκοπό να φτάσουν στους αναγνώστες ταυτόχρονα με τα βραδυνά δελτία ειδήσεων της τηλεόρασης. Επίσης οι εφημερίδες και τα περιοδικά έχουν καλύτερη την μορφή τους και έχουν αυξησει τον αριθμό των φωτογραφιών και των εικονογραφήσεων.

Αυτοί είναι μερικοί από τους παράγοντες που έχουν επαναφέρει την ισορροπία αν και ασταθή ανάμεσα στην τηλεόραση και τον τύπο.

2. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

Όπως αναφέρει η Τέσσα Δουλκέρη, 1979, σ.19, ⁶⁶ η εξάπλωση της τηλεόρασης ελάττωσε ουσιαστικά την ακροαματικότητα του ραδιοφώνου. Η τηλεόραση έχει το πλεονέκτημα να μεταδίδει όχι μόνο τον ήχο αλλά και την εικόνα.⁷⁷

Η επίδραση από κοινωνιολογική και ψυχολογική άποψη είναι μεγαλύτερη στην τηλεόραση γιατί το μήνυμα είναι συγκεκριμένο και χρειάζεται να προσεχθεί περισσότερο.

Ο Ν.Σ.Μπιριούκοφ, 1984, αναφέρει ότι η ραδιοφωνία συνάντησε σοβαρά προβλήματα. Οι πωλήσεις ραδιοφώνων έπεσαν ενώ αρκετές εταιρίες ραδιοφωνικών εκπομπών χρεοκόπησαν. Η εμφάνιση όμως του φτηνού φορητού τρανζίστορ αύξησε κατακόρυφα το κοινό του ραδιοφώνου, αφού τα ραδιοφωνικά προγράμματα μπορούσαν να ληφθούν οπουδήποτε και οποτεδήποτε και αφού η μικρή συσκευή του τρανζίστορ στοιχίζει πολύ λιγότερο από την τηλεοπτική συσκευή.

Έτσι οι ραδιοφωνικές υπηρεσίες τελειοποιούν τον προγραμματισμό τους διαλέγοντας την καλύτερη ώρα για να μεταδώσουν κάποιο συγκεκριμένο πρόγραμμα.

Το ραδιόφωνο έχει διατηρήσει το ρόλο του σαν μια βασική πηγή ειδήσεων, αλλά έχει διατηρήσει το ρόλο του και στον τομέα των φιλολογικών και θεατρικών ραδιοφωνικών προσαρμογών γιατί δίνει στους ακροατές την ευκαιρία να εξασκήσουν την φαντασία τους.

Τέλος εξακολουθεί να είναι ένα βασικό μέσο για τη μετάδοση μουσικής.

3. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ

Η Τέσση Δουλκέρη, 1979, σ.20,⁶ αναφέρει σχετικά με το θέμα ότι η εμφάνιση της τηλεόρασης δημιούργησε μια κρίση στον κινηματογράφο. Η τηλεόραση έχει τη δυνατότητα να "γυρίσει" ένα στιγμιότυπο και σε λίγα λεπτά να το παρουσιάσει σε χιλιάδες ανθρώπους. Το στιγμιαίο δηλαδή της τηλεόρασης, το απ' ευθείας reportage δεν υπάρχει στον κινηματογράφο.⁷

Ο Ν.Σ.Μπριουόκοφ, 1984, σ.29, αναφέρει⁶ ότι μέσα σε 30 χρόνια οι βρετανικοί κινηματογράφοι έχασαν πάνω από το 90% των θεατών τους και χιλιάδες κινηματογράφοι έκλεισαν.⁷

Το ζήτημα της διάσωσης του κινηματογράφου τέθηκε από πλατιά τμήματα του λαού, από κορυφαίους παράγοντες της τέχνης κ.ά. οι οποίοι άρχισαν να ψάχνουν τρόπους για να συντονίσουν τα δύο αυτά μέσα που έχουν τόσο κοινά στοιχεία, και να βρουν ένα τρόπο ώστε να παραχωρηθεί στο καθένα μέσο η δική του σφαίρα επιρροής και να έρθουν σε συνεργασία.

Οι κύριες αιτίες που ωφείλονται στην κρίση του κινηματογράφου, ήταν η αδυναμία της αστικής ιδεολογίας, στην αδυναμία να κερδίσει πραγματικά την καρδιά της νέας γενιάς και η οικονομική κατάσταση η οποία ανέβασε το κόστος παραγωγής και τις τιμές των εισιτηρίων στα ύψη.

Η τηλεόραση όμως αναγκαστικά άρχισε να δίνει παραγγελίες στα κινηματογραφικά στούντιο για διάφορα σήριαλ και άλλο υλικό κατάλληλο για τηλεοπτική μετάδοση. Αυτό έδωσε τη βάση για αλληλοεξάρτηση και ταυτότητα συμφερόντων στην κοινή τους ανάπτυξη.

Η κινηματογραφική βιομηχανία άρχισε να χρησιμοποιεί τηλεοπτικά αστέρια γεμιζοντας τις αίθουσές της ενώ οι τηλεοπτικοί σταθμοί εγκαινιάζαν εκπομπές αφιερωμένες στον κινηματογράφο, ενθαρρύνοντας τους τηλεθεατές να πάνε στον κινηματογράφο.

Όπως φαίνεται κανένα μέσο ενημέρωσης δεν εξαφανίστηκε με την εμφάνιση της τηλεόρασης, αλλά ταυτόχρονα καμμία άλλη τεχνολογική εξέλιξη δεν έχει επηρεάσει τα μέσα αυτά τόσο όσο η τηλεόραση. Η τηλεόραση σε όλες τις μορφές της έχει πολύπλευρη επίδραση σε όλα τα μέσα αναγκάζοντάς τα να προσαρμόζονται στις νέες συνθήκες.

5. COMPUTER

Η Patricia Greenfield, 1988, σ. 135 στο βιβλίο της *"Μέσα Ενημέρωσης και Παιδί"*, αναφέρει ότι τα κομπιούτερ σήμερα έχουν γίνει ένα σπουδαίο μέσο επικοινωνίας και κυρίως στη ζωή των παιδιών. Η αιτία που τα κομπιούτερ και τα βιντεοπαιχνίδια ασκούν τόση έλξη στα παιδιά είναι το γεγονός της εμπειρίας που έχουν αυτά απ' την τηλεόραση.>>

Ένα παιδί είπε για τα κομπιούτερ: *"Είναι σαν να μαθαίνεις και την ίδια στιγμή να βλέπεις τηλεόραση"*. Μια εξήγηση σ' αυτό θα ήταν ότι τα παιδιά λατρεύουν τον οπτικό δυναμισμό της τηλεόρασης, αλλά προτιμούν ένα ρόλο που να τους επιτρέπει να συμμετέχουν, παρά έναν παθητικό ρόλο.

Ο Dean Brown (στην ίδια), σ.136, χαρακτήρισε τα κομπιούτερ σαν την πιο καταπληκτική εφεύρεση εξαιτίας του μοναδικού συνδυασμού χαρακτηριστικών που έχουν:

α. Δυναμικά.

β. Αλληλοεπιδραστικά και

γ. Προγραμματιζόμενα.

Η δυνατότητα αλληλεπίδρασης των κομπιούτερ φαίνεται πολύ καλά με τα βιντεοπαιχνίδια. Ο παίχτης επηρεάζει αυτό που συμβαίνουν στην οθόνη και αυτά ανταποδίδοντας καθορίζουν την επόμενη κίνηση τον παίχτη.

Όσο για τα παιδιά που διαλέγουν να προγραμματίσουν σ' ένα κομπιούτερ ο Herbert Kohl (στην ίδια σ.37), αναφέρει ότι αυτά τα παιδιά φτιάχνουν τα δικά τους προγράμματα αντί να δέχονται παθητικά τα προγράμματα κάποιων άλλων.

Ο Τάσος Ανθούλιας στο βιβλίο "*Παιδί και Computer*", σ. 17 αναφέρει ότι οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές έχουν μπει στην κοινωνία μας εδώ και 25 χρόνια ενώ την τελευταία δεκαετία έγινε η ανάπτυξη των μικροπολογιστών. Ο μεγάλος ανταγωνισμός ανάμεσα στις κατασκευάστριες εταιρίες οδήγησε στην τεράστια ανάπτυξη του Software και ειδικότερα στο χώρο της εκπαίδευσης. Τα πλεονεκτήματα της χωρητικότητας και της ταχύτητας των υπολογιστών άρχισαν να χρησιμοποιούνται στα σχολεία σε διάφορους τομείς.

Συνεχίζοντας αναφέρει ότι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια αποτελούν μια από τις πιο ελκυστικές δραστηριότητες των σημερινών παιδιών. Σύμφωνα με εκτιμήσεις, περισσότεροι από τους μισούς μικροπολογιστές που βρίσκονται στα σπίτια χρησιμοποιούνται σχεδόν αποκλειστικά για παιχνίδια (Friedrich 1983).

Η μεγάλη δημοτικότητα των ηλεκτρονικών παιχνιδιών και των computer έχουν αυξήσει τις ανησυχίες γύρω από τα αποτελέσματα που μπορούν να έχουν στην προσωπικότητα των νέων.

Το θέμα όμως αυτό θα αναπτυχθεί στα επόμενα κεφάλαια.

2. ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η Αλεξάνδρα Κορωναίου 1992, σ.61,⁶⁶ αναφέρει ότι η Ελληνική κοινωνία γνωρίζει το φαινόμενο των Μ.Μ.Ε. στη δεκαετία του '60. Η τηλεόραση, εμφανίζεται το 1966 και αρχίζει να λειτουργεί λίγο αργότερα σε μία ιστορική συγκυρία που σημαδεύεται από το δικτατορικό καθεστώς και τον ασφυκτικό του έλεγχο στο ραδιόφωνο και τον τύπο.

Η εγκατάλειψη της υπαίθρου μετέτρεψε ένα μεγάλο μέρος του αγροτικού πληθυσμού, σε μισθωτούς εργαζόμενους των αστικών κέντρων. Αυτό σημαίνει αύξηση του ελεύθερου χρόνου, με ελεύθερα βράδια Σαββατοκύριακα, διακοπές και δραστηριότητες ανάμεσα στις οποίες η τηλεόραση, το βίντεο και τα άλλα Μ.Μ.Ε. κατέχουν μια επίλεκτη θέση.

Όταν πρωτοεμφανίστηκε η τηλεόραση στην Ελλάδα υπήρχαν κυρίως στην Αθήνα 1200-1300 τηλεοπτικές συσκευές. Σήμερα η χώρα διαθέτει πάνω από 2.000.000 συσκευές και ο αριθμός υπερβαίνει το όριο που η Unesco θεωρεί ικανοποιητικό (100 συσκευές ανά 1000 κατοίκους).⁷⁷

Η αύξηση του τηλεοπτικού εξοπλισμού συνοδεύεται και από υψηλά ποσοστά τηλεθεατών, 85% στο σύνολο του πληθυσμού και 94% στην Αθήνα: *"Παράλληλα κυκλοφορούν 300.000.000 πολιτικά και αθλητικά έντυπα και 80.000.000 περιοδικά ποικίλης ύλης το χρόνο. Κατά την περίοδο Σεπτέμβριος 1980 - Μάιος 1981 προβάλλονταν 379 κινηματογραφικές ταινίες στην Αθήνα, τον Πειραιά και τα προάστεια".*

Τα στατιστικά δεδομένα και οι επιστημονικές έρευνες για τις διάφορες πολιτιστικές πρακτικές και τη θέση των Μ.Μ.Ε. είναι ελάχιστα, γίνεται φανερό ότι η Ελληνική κοινωνία έχει πλέον περάσει σε καινούργιους τρόπους επικοινωνίας και διάθεσης του ελεύθερου χρόνου.

Σε μία έρευνα η οποία έγινε από το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών για τη διάθεση του ελεύθερου χρόνου των νέων προέκυψαν τα παρακάτω στοιχεία:

Συγκεντρώθηκαν αξιολογήσιμα ποσοστά νέων που δεν βλέπουν καθημερινά τηλεόραση. Απ' αυτούς τα περισσότερα είναι τα αγόρια ενώ γενικά τα κορίτσια υπερτερούν στην παρακολούθηση τηλεόρασης. Οι νέοι άντρες μεγαλώνοντας στρέφονται σε άλλες ψυχαγωγικές δραστηριότητες και βγαίνουν από το σπίτι. Αντίθετα στα κορίτσια οι δυνατότητες επιλογών στην διάθεση του χρόνου τους είναι περιορισμένες ιδιαίτερα μάλιστα στα λιγότερο αστικοποιημένα μέρη. Γενικά στις αγροτικές περιοχές βλέπουν περισσότερο τηλεόραση.

Όσον αφορά τα τηλεοπτικά προγράμματα οι κινηματογραφικές ταινίες κατέχουν τα πρωτεία.

Δεύτερα σε θεματικότητα στις προτιμήσεις των αγοριών έρχονται τα αθλητικά, ενώ το ενδιαφέρον των κοριτσιών προσελκύουν κυρίως τα σήριαλ με έξαρση στις αγροτικές περιοχές και στην συνέχεια τα μουσικοχορευτικά προγράμματα. Τα προγράμματα με πολιτιστικό εκπαιδευτικό χαρακτήρα όπως τα λογοτεχνικά, το θέατρο, τα μορφωτικά - εκπαιδευτικά έχουν μόνο κάποια απήχηση στα κορίτσια.

Όσον αφορά το ραδιόφωνο διαπιστώθηκε ότι περισσότεροι από τους μισούς νέους σε όλες τις περιοχές ακούνε καθημερινά ραδιόφωνο. Παρατηρήθηκε ότι οι νέοι όσο μεγαλώνουν στρέφονται στο ραδιόφωνο.

Τα συμπεράσματα καταλήγουν να δείχνουν ότι η μικρή ηλικία βλέπει περισσότερο τηλεόραση και η μεγάλη ακούει περισσότερο ραδιόφωνο, ενώ τα κορίτσια εμφανίζονται ως οι μεγαλύτεροι καταναλωτές των προϊόντων των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Η κυρία προσφορά του ραδιοφώνου προς τους νέους εντοπίζεται κυρίως στον τομέα της μουσικής, ενώ στις ειδήσεις και στα αθλητικά προγράμματα οι νέοι προτιμούν την τηλεόραση.

Για το βιβλίο παρατηρήθηκε ότι το ποσοστό των αναγνωστών μειώνεται καθώς προχωρούμε από τις αστικές περιοχές. Γενικά παρατηρήθηκε μια υπεροχή των κοριτσιών έναντι των αγοριών στο θέμα της ανάγνωσης του βιβλίου. Τα

λογοτεχνικά βιβλία κατέχουν την πρώτη θέση στις προτιμήσεις όλων των νέων, ενώ το αστυνομικό - περιπετειώδες βιβλίο έχει την προτίμηση των αγοριών. Τα αισθηματικά βιβλία βρίσκονται υψηλά στην προτίμηση των κοριτσιών ενώ τα κοινωνιολογικά, ψυχολογικά βιβλία διβάζονται απ' όλες τις κατηγορίες των πληθυσμών μας.

Τα περιοδικά διαβάζονται από την πλειοψηφία των νέων όλων των περιοχών. Ωστόσο τα κορίτσια διαβάζουν συχνότερα από τα αγόρια, και τα αγόρια της μικρής ηλικίας συχνότερα από τα αγόρια της μεγάλης ηλικίας. Το είδος των περιοδικών που είναι πιο διαδεδομένα μεταξύ των νέων είναι τα περιοδικά "ποικίλης ύλης". Εξαιρέση αποτελούν τα αγόρια της μικρής ηλικίας των αστικών και ημιαστικών περιοχών τα οποία διαβάζουν περισσότερο τα παιδικά και εφηβικά περιοδικά καθώς και τα μικρά αγόρια των αγροτικών περιοχών που προτιμούν τα κόμικς.

Εφημερίδες διαβάζουν συστηματικά κατά μέσο όρο το 60% των αγοριών και το 50% των κοριτσιών της μικρής ηλικίας και το 90% των αγοριών και το 65% των κοριτσιών της μεγάλης ηλικίας. Τα στοιχεία αφορούν όλες τις ηλικίες.

Τέλος η προσέλευση στον κινηματογράφο φαίνεται να επηρεάζεται από το βαθμό αστικότητας. Το νεανικό κοινό των κινηματογράφων μειώνεται καθώς κατεβαίνουν την κλίμακα αστικότητας.

Όσον αφορά τις προτιμήσεις των νέων για τα κινηματογραφικά είδη παρατηρήθηκε ότι τα αγόρια προτιμούν τις περιπετειώδεις ταινίες με δεύτερη επιλογή τις αστυνομικές ταινίες. Στις προτιμήσεις των κοριτσιών πρώτη θέση κατέχουν οι αισθηματικές - μουσικοχορευτικές ταινίες και οι κωμωδίες.

Οι κοινωνικο-πολιτικές ταινίες προτιμώνται κυρίως από τους νέους της μεγαλύτερης ηλικίας (20-24 ετών). Οι ταινίες επιστημονικής φαντασίας καταλαμβάνουν την 5η θέση στις προτιμήσεις των νέων. Τις ταινίες "καράτε" τις παρακολουθούν κυρίως μικρά αγόρια ενώ παίρνουν την 3η θέση στις αγροτικές περιοχές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

A. ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

1. ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

« Έγινε για να διευκολύνει το όνειρο ή για να αντικρύζουμε κατά πρόσωπο την πραγματικότητα;

Είναι ένα ταξίδι χωρίς αποσκευές ή ένα μέσον αυτοσυγκέντρωσης και περισυλλογής;»

Η τηλεόραση αναφέρεται ως η μεγαλύτερη τεχνολογική ανάπτυξη των τελευταίων δεκαετιών.

Επίσης αναφέρεται ως το κύριον μέσον ενημέρωσης και επικοινωνίας, κατέχοντας την μεγαλύτερη ακροαματικότητα απ' όλα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Όπως αναφέρει και ο Βσ.Π.Νικολόπουλος, 1988⁶⁶ η τηλεόραση είναι μια εκδήλωση της ζωής, μια πολιτιστική αξία και μία επιτυχία της τεχνοκρατικής εποχής μας που μπροστά της δεν μπορούμε να κλείσουμε τα μάτια και να την παραγκωνίσουμε. Εξάλλου κατήντησε να γίνει ένα πρόβλημα κοινωνικό, πολύπλοκο και ακανθώδες.⁷⁷

⁶⁶ « Η τηλεόραση ενώ δεν υστερεί του ραδιοφώνου εις εξάπλωση εντούτοις υπερέρχει με υποβλητική δύναμη διότι διαθέτει οθόνη. Δεν είναι ούτε ραδιόφωνο, ούτε κινηματογράφος, ούτε εφημερίδα, ούτε θέατρο. Είναι όλα αυτά μαζί. Η τηλεόραση κατηγορείται και επαινείται. Οι γνώμες είναι αντικρουόμενες γι' αυτήν γι' αυτό και έγινε αντικείμενο βαθιάς μελέτης. Το σίγουρο είναι ότι έχει δύναμη και ασκεί έλξη ασυνήθιστη πάνω στον άνθρωπο.⁷⁷

Το θέμα των επιδράσεων των μέσων μαζικής ενημέρωσης έχει απασχολήσει πολλούς μελετητές, ψυχολόγους, κοινωνιολόγους, παιδαγωγούς, κ.ά.

Επικεντρώνονται όμως όλοι στις αρνητικές επιδράσεις των μέσων, και κυρίως μέσα από την προβολή σκηνών βίας και επιθετικότητας μέσα από την οθόνη.

Η Patricia Greenfield, 1988, όμως στο βιβλίο της *"Μέσα Ενημέρωσης και Παιδί"*, επισημαίνει ότι τα νεότερα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας όταν χρησιμοποιούνται με σύνεση έχουν μεγάλες θετικές δυνατότητες για την μάθηση και την ανάπτυξη.

Έτσι στην συνέχεια θα παρουσιασθούν συνοπτικά μερικά από τα στοιχεία που η Patricia Greenfield, 1988, θεωρεί ως στοιχεία θετικών επιδράσεων.

α. Η Χρησιμοποίηση των τηλεοπτικών τύπων και σχημάτων για τη βελτίωση της μάθησης

Σύμφωνα λοιπόν, πάντα με την Patricia Greenfield, 1988, σ.34, ⁶⁶ υπάρχουν μερικές φιγούρες στην τηλεόραση οι οποίες, τραβούν την προσοχή των παιδιών περισσότερο από κάποιες άλλες. Η δράση και ο ήχος που έχουν σαν σκοπό την υπογράμμιση κάποιων τηλεοπτικών λεπτομερειών τις κάνει περισσότερο κατανοητές για τα παιδιά. Έτσι ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα ή τύπος προγράμματος μπορεί να αναπτύξει τα δικά του συμβολικά τεχνάσματα, που καλούνται σχήματα και η εξοικείωση μ' αυτά μπορεί να βοηθήσει τα παιδιά να μάθουν καινούργια πράγματα από μία εκπομπή.⁷⁷ Σαν παράδειγμα αναφέρεται μια ξένη τηλεοπτική εκπομπή, *"Ηλεκτρονική παρέα"*. Σε κάποια σκηνή η κάμερα εστιάζεται σε σήματα της τροχιάς, που φαίνεται όπως θα τα έβλεπε ο θεατής οδηγώντας ένα αυτοκίνητο και διαβάζοντάς τα. Στο μεταξύ ένα τραγούδι δίνει την ονομασία κάθε σήματος που δείχνει η οθόνη. Έπειτα η οδήγηση επαναλαμβάνεται χωρίς το τραγούδι και το παιδί πρέπει να βρει τις ονομασίες.

β. Κίνηση και Μάθηση

Το κυριότερο χαρακτηριστικό το οποίο την τοποθετεί σε ξεχωριστό χώρο από

τα παλαιότερα μέσα επικοινωνίας είναι η οπτική κίνηση. Η κίνηση μπορεί να βοηθήσει τα παιδιά να μάθουν, επειδή αρχικά τραβάει την προσοχή τους στην οθόνη και δεύτερον κάνει ευκολότερη την απομνημόνευση πληροφοριών σχετικών με τη δράση.

Η τηλεόραση κάνει τις εικόνες οπτικά σαφείς ενώ το βιβλίο τις αφήνει να εννοηθούν γι' αυτό και τα παιδιά θυμούνται πράγματα από μια τηλεοπτική ιστορία, που δεν τα θυμούνται αν ακούσουν την ίδια ιστορία διαβασμένη από κάποιο βιβλίο.

Επίσης η δράση της τηλεόρασης έχει μεγάλη σχέση με τις σωματικές ικανότητες ή την ικανότητα χειρισμού των καταστάσεων. Σαν παράδειγμα αναφέρεται μια ομάδα παιδιών στα οποία δόθηκαν να φτιάξουν σύνθετα πάζλ μαζί με κινηματογραφημένη κίνηση στην αρχή και σταθερές εικόνες στην συνέχεια. Η κινηματογραφημένη κίνηση οδήγησε σε πολύ μεγαλύτερη επιτυχία.

Αυτό το χαρακτηριστικό της τηλεόρασης είναι επίσης χρήσιμο στην διδασκαλία θεμάτων που δίνουν έμφαση σε δυναμικές ενέργειες παρά σε στατικές καταστάσεις. Ένα παράδειγμα από την Σουηδία αναφέρεται σε παιδιά τα οποία παρακολούθησαν κινηματογραφικές ταινίες σχετικές με το μέγεθος ενός δένδρου. Η μια ομάδα είδε μια ταινία με ζωντανή κίνηση και αφήγηση και η άλλη μια ταινία με αφήγηση φτιαγμένη όμως από ακίνητες εικόνες. Τα παιδιά αποτύπωσαν περισσότερες πληροφορίες βλέποντας την ταινία με την ζωντανή κίνηση.

γ. Οι Στερεότυποι Ρόλοι των Φύλων

Ο Β.Βουιδάσκης, 1992, αναφέρει⁶ ότι σε όλες τις εκπομπές και τα τηλεοπτικά προγράμματα τα οποία ο μικρός τηλεθεατής παρακολουθεί πρωταγωνιστεί φυσικά ο άνθρωπος, δηλαδή ο άντρας ή η γυναίκα. Αυτό σημαίνει ότι η εμφάνιση και ο τρόπος συμπεριφοράς τους ενός ή του άλλου επηρεάζει και δημιουργεί την αντίστοιχη στάση ή γνώμη για τα δύο φύλα.⁷⁾

Έρευνες έδειξαν ότι παιδιά που έβλεπαν περισσότερο από 25 ώρες την εβδομάδα τηλεόραση είχαν προσανατολιστεί στον παραδοσιακό τρόπο ζωής, στον τύπο συμπεριφοράς του δικού τους φύλου, σ' αντίθεση με εκείνα που έβλεπαν μόνο 19 ώρες.

Η Patricia Greenfield, 1988, σ.49, συμφωνεί ότι πράγματι «η τηλεόραση επηρεάζει τις απόψεις των παιδιών για την κοινωνική πραγματικότητα?» Αναφέρει συγκεκριμένα ότι *"οι αντρικοί χαρακτήρες είναι περισσότεροι από τις γυναικείες σε αναλογία 3 προς 1 και με λίγες μόνο εξαιρέσεις οι γυναίκες παρουσιάζονται σαν αδύναμοι, παθητικοί δορυφόροι των δυναμικών και επιτυχημένων αντρών. Επίσης ο αντρικός πληθυσμός της τηλεόρασης παίζει μια τεράστια ποικιλία ρόλων ενώ οι γυναίκες ενσαρκώνουν κυρίως ερωμένες ή μητέρες".*

Ακόμη οι διαφημίσεις είναι σε μεγάλο ποσοστό ένοχες για την παρουσίαση των στερεότυπων ρόλων των φύλων. Ακόμη όμως και χωρίς τις διαφημίσεις η τηλεόραση επηρεάζει τα παιδιά και τα κάνει να δίνουν περισσότερη σημασία στην εμφάνιση γενικά.

Όμως, η τηλεόραση είναι τόσο δυναμικό μέσο επικοινωνίας, που με προσεκτικό σχεδιασμό, μπορεί το ίδιο καλά να χρησιμοποιηθεί για να καταστρέψει κάποιο κοινωνικό στερεότυπο.

Ένα παράδειγμα γι' αυτό το θέμα είναι η εκπομπή Freestyle μια εκπομπή την οποία παρουσίασε η τηλεόραση των Η.Π.Α. Η εκπομπή παρουσίαζε σκιαγραφήσεις στις οποίες τα κορίτσια ανακάλυπταν ότι θα μπορούσαν να είναι ανεξάρτητα και προσανατολιζόνταν επαγγελματικά σε παραδοσιακά αντρικούς χώρους, και τα αγόρια μάθαιναν να έχουν ανατροφή και να εκφράζουν τα συναισθήματά τους.

Στόχος της εκπομπής ήταν να κάνει αποδεκτούς και ενδιαφέροντες τους ρόλους της οικογένειας και τη μη παραδοσιακή εργασία όπως ως τις επιστημονικές, μηχανικές και αθλητικές δραστηριότητες για τα κορίτσια και τις οικιακές

δραστηριότητες για τα αγόρια.

Για να ελέγξουν τις επιδράσεις του Freestyle οι ερευνητές μελέτησαν παιδιά τα οποία παρακολούθησαν την εκπομπή στο σπίτι, και παιδιά που την παρακολούθησαν στο σχολείο και ακολούθησε και συζήτηση με την καθοδήγηση του δασκάλου.

Η εκπομπή είχε ισχυρότερες επιδράσεις στις ομάδες που την παρακολούθησαν στο σχολείο.

Αυτό το παράδειγμα δείχνει τη δυνατότητα συζήτησης μέσα στην τάξη με σκοπό να μεγαλώσει η διδακτική επιρροή ενός τηλεοπτικού προγράμματος και τέλος δείχνει τα οφέλη της μεταφοράς της τηλεόρασης μέσα στην αίθουσα διδασκαλίας.

δ. Μειονότητες

“ Πολλές μελέτες απέδειξαν ότι η τηλεόραση μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να μεγαλώσει την αυτοπεποίθηση, τον αυτοσεβασμό των παιδιών που είναι μέλη μιας καταπιεσμένης ομάδας. Για παράδειγμα η γνωστή σειρά “*Σουσάμι άνοιξε*” που παρουσιάζει χαρακτήρες από διάφορες μειονότητες μ’ έναν θετικό, μη στερεότυπο τρόπο, έδειξε ότι παιδιά που έβλεπαν την εκπομπή απέκτησαν μεγαλύτερη καλλιέργεια, αυτοπεποίθηση και διάθεση συνεργασίας. Επίσης τα λευκά παιδιά στις Η.Π.Α. ανέπτυξαν πιο θετικές στάσεις απέναντι στα παιδιά που ανήκαν σε άλλες φυλές.” (P. Greenfield 1988 σ.51)

Ακόμη τα ανάπηρα παιδιά σχηματίζουν έναν άλλο τύπο μειονοτικής ομάδας. Στην Σουηδία δημιουργήθηκαν μερικά παιδικά προγράμματα που προοριζόνταν και αφορούσαν κουφά παιδιά. Μετά την παρακολούθηση αυτών των προγραμμάτων τα παιδιά με φυσιολογική ακοή εκδήλωσαν ένα ενθουσιώδες ενδιαφέρον για τα κουφά παιδιά, έδειξαν μεγαλύτερη κατανόηση απέναντί τους και τέλος θεώρησαν συναρπαστικό το να προσπαθήσουν να εκφραστούν με τη γλώσσα σημάτων.

Η αυτοπεποίθηση των κουφών παιδιών αυξήθηκε σε αξιοσημείωτο βαθμό επειδή τράβηξαν την προσοχή των άλλων παιδιών και επειδή είδαν άλλους ανθρώπους που είχαν το ίδιο πρόβλημα μ' αυτά.

ε. Η Ταύτιση των Χαρακτήρων

Στο βιβλίο της Patricia Greenfield, 1988, *"Μέσα Ενημέρωσης και Παιδί"*, ο Noble αναφέρει ότι τα παιδιά χάνοντας τον εαυτό τους στην οθόνη μεταμορφώνονται στο χαρακτήρα που βλέπουν. Υποστηρίζει επίσης ότι τα παιδιά αναγνωρίζοντας στην τηλεόραση χαρακτήρες που μοιάζουν σε ανθρώπους που γνωρίζουν, μειώνουν την αβεβαιότητά τους για το τέλος του σεναρίου και είναι σε θέση να προφητέψουν τι θα συμβεί στην συνέχεια.¹¹

Ο James Hosney, στο ίδιο βιβλίο υποστήριξε ότι τα παιδιά δεν χάνουν τους εαυτούς τους τόσο πολύ παρακολουθώντας τηλεόραση επειδή τα όρια της τηλεοπτικής οθόνης βρίσκονται πάντα μέσα στο οπτικό πεδίο του τηλεθεατή.

Η ίδια η Patricia Greenfield, αναφέρει ότι τα *"παιδιά απαιτούν γνώση ή ικανότητα πρόβλεψης μέσα από τον κόσμο της οθόνης. Η γνώση αυτού του είδους μπορεί να βρει εφαρμογές και έξω από την οθόνη. Τα παιδιά πιθανόν να χρησιμοποιήσουν τις ομοιότητες ανάμεσα στους ήρωες της οθόνης και στους πραγματικούς ανθρώπους για να κάνουν γενικεύσεις σχετικά με τους κανόνες και τη συχνότητα της ανθρώπινης συμπεριφοράς"*.

στ. Η Τηλεόραση και η Αλληλεπίδραση με έναν Ενήλικο

Το συμπέρασμα που επικρατεί σε όλες τις έρευνες για την τηλεόραση είναι ότι οι επιδράσεις των τηλεοπτικών προγραμμάτων πάνω στην γνώση είναι ισχυρότερες αν ένας ενήλικος έρχεται σ' επαφή με το παιδί κατά τη διάρκεια της παρακολούθησης της τηλεόρασης.

Αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η μεταφορά της εκπαιδευτικής τηλεόρασης μέσα στην αίθουσα και η ολοκλήρωσή της με συζήτηση μπορεί να μειώσει αισθητά την απόσταση στην μόρφωση ανάμεσα στις δύο κατηγορίες παιδιών.

Ζ. Η Τηλεοπτική Κοινωνικοποίηση ως Μαθησιακή Διαδικασία

Ο Β.Γ.Βουιδάσκης, 1992, σ.221,⁶⁶ αναφέρει σχετικά με τις θετικές επιδράσεις της τηλεόρασης ότι σε συνεργασία με την οικογένεια και το σχολείο και συντονισμένη με αυτούς τους παράγοντες στην κοινή στοιχειοθέτηση, στο έργο της κοινωνικοποίησης και της αγωγής του παιδιού η τηλεόραση συμβάλλει σημαντικά στην γλωσσοκινητική του ανάπτυξη, στον εμπλουτισμό του λεξιλογίου του και οδηγεί στην ταχύτερη διαπροσωπική λεκτική του επικοινωνία με τους άλλους ανθρώπους. Η παρακολούθηση παιδικών τηλεοπτικών εκπομπών διεγείρουν ζωντανά το ενδιαφέρον γι μάθηση που εκδηλώνεται με τις ερωτήσεις που υποβάλλει στους γονείς και στο δάσκαλο.

Η τηλεόραση διευρύνει το γνωστικό και αντιληπτικό ορίζοντα του παιδιού με όλες αυτές τις γνώσεις και τις εμπειρίες που ανώδυνα και με τρόπο διασκεδαστικό συσσωρεύει μπροστά του.⁷⁷

Τα ήθη και τα έθιμα μιας μακρινής χώρας, καθώς και οι κοινωνικές της παραδόσεις, η πολιτισμική της κληρονομιά μπορεί να αποτελέσουν ευχάριστο και διδακτικό θέαμα μιας τηλεοπτικής εκπομπής.

Αυτό ίσως υποκινήσει στο παιδί κάποια συναισθήματα συνανθρωπισμού και παγκοσμιότητας για το λαό εκείνης της μακρινής χώρας.

Ακόμα γνωστικά αντικείμενα που ανήκουν στον χώρο του μακρόκοσμου ή του μικρόκοσμου και όπου η ανθρώπινη προσέγγιση είναι δύνατη μπορούν να παρουσιαστούν ολοζώντανα στα μάτια του μαθητή και να του αναπτύξουν την φαντασία και να του πλατύνουν την γνώση.

Επίσης, ανεκτίμητοι καλλιτεχνικοί θησαυροί και καλλιτεχνικές δημιουργίες μπορούν να μπουν στο σπίτι με μια εκπομπή και να προσφέρουν μια αισθητική απόλαυση στο παιδί και να του υποκινήσουν την καλλιτεχνική του δημιουργία.

Τέλος η τηλεόραση μπορεί σε ελάχιστο χρόνο ή ακόμα και συγχρόνως με τις απ' ευθείας συνδέσεις, μεταφέρει τοπικές και διεθνείς ειδήσεις κοινωνικά, πολιτιστικά, πολιτικά και άλλα γεγονότα, πλούσιες και ενδιαφέρουσες πληροφορίες από την μία άκρη του κόσμου στην άλλη.

2. ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

Ο Βασ.Π.Νικολόπουλος, 1988, στο βιβλίο του *"Τηλεόραση εχθός ή φίλος"*, αναφέρει μια σειρά από κινδύνους που μπορεί να έχει η παρκολούθηση της τηλεόρασης. Διάφοροι ειδικοί επιστήμονες δίνουν κάποιες απαντήσεις για το πόσο βλαπτική επίδραση έχει η τηλεόραση στους νέους.

Ο ίδιος αναφέρει ότι η τηλεόραση επινοήθηκε ως μέσον ψυχαγωγίας αλλά δυστυχώς κατέληξε σε πηγή κινδύνου και ηθικής κατάρρευσης. Η μεγάλη διεισδυτική της δύναμη οφείλεται στην προβολή φωτεινών εικόνων με ζωηρά γράμματα και έξαλλη μουσική η οποία διεγείρει και ερεθίζει την νευροψυχική λειτουργία του θεατή. Έτσι προκαλεί εντόνους καρδιακούς παλμούς, μαγευτικές συγκινήσεις, αφυπνίζει ένστικτα και επιδρά υποσυνείδητα στην ανθρώπινη ψυχή.

« Η συχνή επανάληψη μηνυμάτων με επιμονή και μεθοδικότητα προκαλεί τη γνωστή σε όλους *"πλύση εγκεφάλου"* η οποία θεωρείται η πιο επικίνδυνη αλλοτρίωση της σκέψης και κρίσεως του θύματος. Έτσι τα αλληπάλληλα μηνύματα του μαζικού κουτιού γίνονται όργανο αδίστακτων προπαγανδιστών.

Γιατροί που ρωτήθηκαν για τις επιδράσεις της τηλεόρασης δήλωσαν κατηγορηματικά ότι βλάπτει την υγεία των παιδιών. Κατά 60% αναφέρθηκαν στις οφθαλμικές βλάβες, 30% στις ψυχοπνευματικές και 10% είπαν ότι προκαλεί

τηλεψίτιδα που εκδηλώνεται με πονοκέφαλο και δυσρυθμική διάθεση. Η αιτία που προκαλεί βλάβη είναι η ακτινοβολία "Γ" η οποία είναι δυνατό να επιδράσει και στο συκώτι.

Μέσα από τα πορίσματα του Ιατρικού Συνεδρίου που έγινε στη Θεσσαλονίκη τονίστηκαν ιδιαίτερα οι επιπτώσεις της τηλεόρασης οι οποίες είναι άμεσες και έμμεσες.⁷⁷ (β. Π. Νισσοπουλός 1988 σελ 44-45)

Υπάρχουν κίνδυνοι εκδηλώσεως υπολανθάνουσων επιληψιών, κίνδυνοι από την ακτινοβολία της συσκευής, κίνδυνοι για την όραση, νυκτερινοί εφιάλτες, υποβιβασμός της ανάπτυξης του γραπτού λόγου, νοσηρή φαντασία, φραγμός στη φυσιολογική ανάπτυξη του παιδιού και δημιουργία επικίνδυνων ψευδαισθήσεων.

Οι αρμόδιοι του Ινστιτούτου Υγείας του Παιδιού, αναφέρουν ότι 12 στα 100 παιδιά, εμφανίζονται διάφορες ψυχονευρικές ασθένειες ενώ πριν εισαχθεί η τηλεόραση στην Ελλάδα το ποσοστό ήταν 4 στα 100.

Αποδεικνύεται ότι οι τηλεοπτικοί ήρωες προκαλούν υπερένταση του νευρικού συστήματος, σωματική υπερκόπωση και έξαψη της φαντασίας.

Οι New York Times της Ουάσιγκτων, δημοσίευσαν πόρισμα του καθηγητή Μπέρυ Μπράμιλτον, ο οποίος υποστηρίζει ότι οπτικές διεγέρσεις της τηλεόρασης καθιστούν τα παιδιά κυνικά, εγωιστικά, δειλά και υποδαυλίζουν τα ένστικτα χωρίς να προσφέρουν καμμία διέξοδο.

Ο μεγαλύτερος κίνδυνος όμως είναι μακροπρόθεσμος γιατί τα παιδιά με την ανωριμότητα και την ευαισθησία είναι φυσικό να ταυτίζονται με τα πρόσωπα της τηλεόρασης που τους προκαλούν εντύπωση και επιχειρούν να προσαρμόσουν την συμπεριφορά τους με βάση τα πρότυπα αυτά.

Τα συμπεράσματα 13 επιστημόνων μετά από έρευνες δείχνουν ότι άνθρωποι που παρακολουθούν τηλεόραση γίνονται πνευματικά σκνηροί. Οι επιστήμονες παρατηρούν ότι τα κύτταρα του εγκεφάλου χάνουν την ερεθιστικότητα τους. Το χειρότερο απ' όλα όμως, είναι ότι η προσήλωση στην εικόνα δεν αποτελεί κατάλληλο τρόπο για

να ξεχάσει κανείς τα προβλήματά του.

Η τηλεόραση δημιουργεί άτομα αδιάφορα, οκνηρά και αμβλύνει το συναίσθημα της ευθύνης.

Όπως αναφέρει ο Β.Βουιδάσκης,1992,η τηλεόραση έχει τεράστιες δυνατότητες προσφοράς γνώσης και καλύπτει ολόκληρο το φάσμα της ψυχικής, της κοινωνικής και της βιολογικής υπόστασης του μικρού παιδιού και των εφήβων. Περισσότερο από κάθε άλλο μέσο η τηλεόραση παίζει πολλούς και σημαντικούς ρόλους στην περιοχή της μεταβίβασης της ανθρώπινης γνώσης και μάθησης και πραγματώνει συγχρόνως πολλές επιθυμίες και προσδοκίες του παιδιού και του νέου. Ασκει πολλές και διάφορες επιδράσεις στον αναπτυσσόμενο άνθρωπο που είναι ικανές να επηρεάσουν και να διαμορφώσουν ολόκληρη την κοινωνική του συμπεριφορά.

Ο ίδιος αναφέρει κάποια θεωρητικά πρότυπα σχετικά με την κοινωνικοποίηση από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τις αρνητικές επιδράσεις που έχουν στα παιδιά και στους νέους.

Στην συνέχεια θα γίνει μια συνοπτική παρουσίαση των προτύπων αυτών.

α. Η Δυσλειτουργική Τηλεοπτικά Κοινωνικοποίηση

“ Πέρα από τα πολλά και διάφορα μηνύματα που στέλνει η τηλεόραση, υπάρχει και μία συνεχής μονόδρομη και μονόπλευρη ροή και αποστολή κάθε μορφής βίας και επιθετικότητας την οποία δέχεται παθητικά ο αποδέκτης. Αν και δεν φαίνεται αμέσως η ζημιά που προκαλεί, εντούτοις μπορεί να έχει καθοριστικές επιδράσεις στη διαμόρφωση της συμπεριφοράς των τηλεθεατών και κυρίως των παιδιών και των νέων.”(Β. Βουιδάσκης 1992 βλ 155)

Αν και τα παιδιά αποφεύγουν ή τους το απαγορεύουν οι γονείς τους να παρακολουθήσουν ακατάλληλες τηλεοπτικές εκπομπές ή φιλμς, ωστόσο το πρόβλημα δεν παραμένει εδώ. Το πρόβλημα είναι ότι η βία και η επιθετικότητα σε οποιαδήποτε μορφή, κάνουν την εμφάνισή τους ακόμα και στα πιο αθώα ψυχαγωγικά

παιδικά προγράμματα.

“Όταν το παιδί πετυχαίνει την καλύτερη γλωσσική του ανάπτυξη και τον εμπλουτισμό του λεξιλογίου του, μέσα από την τηλεόραση, συγχρόνως του προσφέρονται και άσχημες λέξεις και εκφράσεις που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σαν λεκτική βία. Ακόμη και στις αθλητικές εκδηλώσεις που σκοπεύουν φαινομενικά να καλλιεργήσουν το αγνό και ιδεώδες πνεύμα πνέει ο ισχυρός άνεμος της βίας και της επιθετικότητας.” (Β. Βουτσάκου 1992 σελ 156).

Όπως αναφέρει ο D.Hottershinken, (στο ίδιο), τα παιδιά βλέπουν από την τηλεόραση κυρίως τα αποτελέσματα της αντιπαλότητας, του ανταγωνισμού και της σκληρής σύγκρουσης.

“ Η παρακολούθηση κοινωνικών παραδόσεων, των ηθών και των εθίμων κάποιων μακρινών ή πρωτόγονων λαών, μπορεί να υποκινήσει το εθνικό συναίσθημα στο παιδί και να το κάνει να φέρεται επιθετικά σε παιδιά εθνικών μειονοτήτων ή αλλοδαπών.” (Β. Βουτσάκου 1992 σελ 157)

Ακόμη μέσα από τις εντυπωσιακές πτήσεις, που κάνουν τα παιδιά με τη βοήθεια της οθόνης στον θαυμαστό κόσμο του διαστήματος θα διαπιστώσουν και εκεί τον ανθρώπινο παραλογισμό να μεταφέρει την βία και επιθετικότητα με τα υπερσύγχρονα οπτικά συστήματα και κυρίως με τον πολυσυζητημένο “πόλεμο των άστρων”.

Ανάμεσα όμως και στα πολλά μουσειακά εκθέματα, τα αγάλματα, τους πίνακες ζωγραφικής, παρουσιάζονται και κάποιοι στρατηλάτες που είχαν οδηγήσει τους λαούς σε αιματηρές συγκρούσεις. Το πλήθος αυτό των πολεμικών μηχανών και εργαλείων που εκτίθενται στο μουσείο δίνουν την εντύπωση στο παιδί, ότι μέλημα του ανθρώπου και του πολιτισμού από τα πανάρχαια χρόνια ήταν η προσπάθεια ανακάλυψης και κατασκευής όλο και περισσότερο φονικών οπτικών συστημάτων για την εξόντωση του συνανθρώπου του.

Η ειδησεογραφία και η πληροφόρηση είναι μια άλλη σημαντική κοινωνικοποιητική λειτουργία της τηλεόρασης. Διαπιστώνουμε όμως ότι και εκεί η βία και η επιθετικότητα, ξεπερνά τα όρια κάθε φαντασίας. Η τηλεόραση διακατέχεται από μια αχόρταγη και ανικανοποίητη ανάγκη για εικόνα. Παρουσιάζει μόνο εκείνο που θα προκαλέσει την μεγαλύτερη εντύπωση και πνευματικά εντυπωσιάζουν και συγκλονίζουν τα τρομακτικά νέα, που τα καθημερινά δελτία ειδήσεων μας μεταφέρουν στο σπίτι.

Τρομοκρατίες, πολεμικές συρράξεις, εμφύλιοι πόλεμοι, πραξικοπήματα, αεροπειρατίες, εκρήξεις βομβών, ληστείες, αιματηρές διαδηλώσεις, εμπρησμοί, δολοφονίες και βασανισμοί είναι μερικά μόνο από τα άπειρα συμβάντα συλλογικής και ατομικής βίας που προβάλλει η τηλεόραση.

Κατά το πόσο οι νέοι και τα παιδιά δέχονται αυτά τα μηνύματα χωρίς συνέπειες ή τα αποθηκεύουν στην μνήμη τους, τα μαθαίνουν και τα μεταφέρουν στην κοινωνική τους συμπεριφορά, η άποψη του ερευνητή J.Kapper, 1969, (στον ίδιο), είναι ότι δεν υπάρχει μεγάλη διαφορά μεταξύ των αγοριών που είδαν πολλή τηλεοπτική βία και εκείνων που είδαν λιγότερη. Τα πρώτα όμως παιδιά παρουσίασαν μεγαλύτερη τάση να ταυτίζονται με τον τηλεοπτικό ήρωα.

Η H.Himmelweit, 1975, (στον ίδιο), υποστηρίζει ότι ο *"νέος άνθρωπος σ' ένα ευχάριστο και οικείο περιβάλλον, μαθαίνει και συνηθίζει να θεωρεί την άσκηση βίας, σαν κανονικό φαινόμενο, που δηλώνει συγχρόνως και ανδρισμό, γιατί η βία ασκείται τόσο από τους παραβάτες του νόμου, όσο και απ' αυτούς που τον υπερασπίζονται"*.

Πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν ότι για τα παιδιά και τους νέους γίνονται πρότυπα τα πρόσωπα και τα παιχνίδια της τηλεόρασης. Πρότυπα συμπεριφοράς, πρότυπα συγκρούσεων, πρότυπα ηθικής και πολύ συχνά πρότυπα βίας.

Η E.Maccoby, 1968, (στον ίδιο) υποστηρίζει ότι [«]τα παιδιά μαθαίνουν την επιθετικότητα και την βία που βλέπουν, όταν παρακολουθούν στην τηλεόραση

επιθετικά περιεχόμενα, που αυτά μπορεί να είναι άσχημα λόγια, βίαιες ενέργειες, και τρόποι δράσης, επιθετικότητα και παθητικότητα, καθώς και αποδυνάμωση ή ενίσχυση συγκεκριμένων χαρακτηριστικών της προσωπικότητας του παιδιού.⁷²

⁷² Ο A.Bndura στην προσπάθειά του να δώσει απάντηση στο ερώτημα αν η τηλεοπτική βία παραμένει απλώς μια αποθηκευμένη γνώση ή εκδηλώνεται στην πράξη σαν επιθετική συμπεριφορά στην καθημερινή ζωή του παιδιού, υποστηρίζει ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά μεταξύ μάθησης και πράξης δηλαδή μεταξύ του "μαθαίνω" και του "πράττω", διότι τα παιδιά αντιγράφουν και μαθαίνουν μόνο τις πιο εντυπωσιακές σκηνές βίας που βλέπουν και δεύτερον οι γονείς απαγορεύουν στα παιδιά κάθε τι, που είναι αντίθετο με τη συμπεριφορά που εκείνοι επιθυμούν. Η επίδραση θα φαινόταν στα παιδιά μόνο αν εκείνα είχαν τα μέσα να αναπαραγάγουν την βία. Ωστόσο, ο ίδιος συμπληρώνει ότι η τηλεόραση διδάσκει στα παιδιά τρόπους βίαιης συμπεριφοράς, που μπορεί να εφαρμοστούν στο μέλλον, και ότι τα κάνει να μην μιμούνται τον κακό ήρωα εξαιτίας της τιμωρίας, χωρίς όμως να λησμονούν τις μεθόδους και τις ενέργειές του.⁷³ (B. Βουιδάσκης 1992 σελ 160)

Ο ίδιος ο Β.Βουιδάσκης, 1992, αναφέρει για το πρόβλημα της μαθησιακής κοινωνικοποιητικής διαδικασίας κατά την οποία η βία και η επιθετικότητα, μαθαίνονται και μεταφέρονται στην πράξη, ότι θα πρέπει κανείς να εξετάσει το πρόβλημα κάτω από την οπτική γωνία του κοινωνικού πολιτιστικού πλαισίου όπου ζει και κινείται το παιδί, και αυτό γιατί δεν μαθαίνουν όλα τα παιδιά το ίδιο, αλλά ούτε και μεταφέρουν με τον ίδιο τρόπο την αποκτημένη γνώση στην πράξη.⁷⁴

Μ' αυτή την άποψη συμφωνεί και η S.Schlaff, (στον ίδιο) η οποία αναφέρει ότι "υπάρχει μια δευτερογενής, βραχυπρόθεσμη επίδραση της παρακολούθησης βίας σε τηλεοπτικές σκηνές, όταν συνυπολογίζονται σαν δεδομένα και ορισμένες προϋποθέσεις". Σ' αυτές τις προϋποθέσεις συγκαταλέγεται η συχνή και προσεκτική παρακολούθηση των σκηνών βίας και επιθετικότητας, τα τηλεοπτικά

ενδιαφέροντα των παιδιών, ένα προκαθορισμένο υψηλό κοινωνικό-πολιτιστικό επίπεδο σύγκρουσης και επιθετικότητας καθώς και ένα κοινωνικό περιβάλλον, το οποίο πρόσφέρει μια βάση για ένα ισχυρό επηρεασμό από τις παραστάσεις βίας που μεταβιβάζονται από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας.

β. Η επίδραση της Τηλεόρασης

στις Κοινωνικές Στάσεις και Γνώμες

Ο σημερινός τηλεθεατής και ειδικά το παιδί, με την τεράστια ποικιλία τηλεοπτικών καναλιών και εκπομπών δέχεται αναμφίβολα σημαντικές επιδράσεις για τη διαμόρφωση των βασικών στοιχείων της συμπεριφοράς του, όπως στη στάση και στη γνώμη σ' όλες τις περιοχές της κοινωνικο-πολιτιστικής τους ζωής.

Η κοινωνική στάση και γνώμη του παιδιού επηρεάζεται απέναντι στις άλλες φυλές και μειονότητες ανάλογα με την ποσοτική χρήση της τηλεόρασης.

Ερευνες που έγιναν για τη διαπίστωση της επιρροής της γνωστής σειράς "Σουσάμι άνοιξε" έδειξαν ότι παιδιά που την παρακολούθησαν έδειξαν σημαντικά θετικότερες στάσεις απέναντι στις φυλετικές ομάδες ή μειονότητες.

Μια άλλη έρευνα όμως σχετικά με το χρώμα του δέρματος και την κοινωνική τάξη, έδειξε ότι μαύροι τηλεθεατές ψυχαγωγικών εκπομπών παρουσιάζουν μια στάση μικρότερης αυτοεκτίμησης από όσο οι λευκοί, και αυτό γιατί εμφανίζονταν λευκοί της αστικής τάξης σε ανώτερες θέσεις, ενώ αντίθετα οι μαύροι που εμφανίζονταν κατείχαν κατώτερες κοινωνικές θέσεις.

Παρόμοια στάση διαμορφώνει η τηλεόραση μ' εκείνα τα προγράμματα που είναι προορισμένα για κάποια κοινωνική τάξη πολιτών, κάνοντας κοινωνικές διακρίσεις." (B. Βουδάκης 1992 σελ. 65)

Μια έρευνα στην Γερμανία έδειξε ότι εξ αιτίας της γλωσσικής διατύπωσης, τα δελτία ειδήσεων, απευθύνονταν κυρίως στους πολίτες της μεσαίας τάξης, ενώ τα κατώτερα κοινωνικά στρώματα δεν ήταν σε θέση να δεχθούν όλες αυτές τις

πληροφορίες.

“ Μέσα από την τηλεόραση καταβάλλεται προσπάθεια από την μεσαία τάξη να διατηρεί την επιβολή της, να επηρεάζει ή ακόμη και να διαμορφώνει την κοινωνική στάση και γνώμη των κατώτερων κοινωνικών τάξεων σύμφωνα με τη δική της κυρίαρχη ιδεολογία.

Μεγάλη όμως είναι η συμβολή της τηλεόρασης στη διαμόρφωση της στάσης και γνώμης των τηλεθεατών στο πλαίσιο της οικονομικής και καταναλωτικής ζωής.

Με τον βομβαρδισμό των δελεαστικών διαφημίσεων επηρεάζει την αγοραστική διάθεση του κοινού γι’ αυτό και δεν της αποδίδεται άδικα ο πρωταγωνιστικός ρόλος στη διαμόρφωση της σύγχρονης καταναλωτικής κοινωνίας.

Ασκεί μεγάλη επιρροή στην καταναλωτική συμπεριφορά των παιδιών και συγχρόνως στην διαμόρφωση του ανθρώπινου κοσμοειδώλου, του ευτυχισμένου κόσμου, της καταναλωτικής σκέψης και του υλισμού.

Αυτή η καταναλωτική στάση του παιδιού ίσως να οδηγεί σε ενδοοικογενειακές συγκρούσεις και επιθετικότητα, ή ακόμη και σε αποκλίνουσα συμπεριφορά στην προσπάθειά του ν’ αποκτήσει έστω και με μη αποδεκτό τρόπο, αυτά που δεν μπορεί ν’ αποκτήσει με τον κανονικό.” (Β.Βουδουρα 1992 σελ 167)

Η Patricia Greenfield, 1988, αναφέρει ότι η τηλεόραση επηρεάζει το παιδί καταναλωτή ακόμη και αν δεν υπάρχουν καθόλου διαφημίσεις. Αναφέρεται ότι παιδιά στην Βρετανία που έβλεπαν μόνο το Β.Β.С. το οποίο δεν χρησιμοποιεί καθόλου διαφημίσεις, είχαν περισσότερες υλιστικές φιλοδοξίες από τα παιδιά που δεν είχαν τηλεόραση. Οι έφηβοι είχαν πολύ μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τα πράγματα που θα αποκτούσαν στο μέλλον.

Αντίθετα οι έφηβοι που δεν είχαν τηλεόραση ενδιαφέρονταν περισσότερο για το τί θα έκαναν στο μέλλον.

Τα παιδιά πραγματικά παρκολουθούν με προσοχή και μαθαίνουν από τις διαφημίσεις θυμούνται τα σλόγκαν, τους ήχους και τα ηχηρά ονόματα.

Ειδικά τα παιδιά κάτω των επτά χρόνων είναι ιδιαίτερα ευάλωτα σε τέτοιες επιδράσεις επειδή δεν διακρίνουν τη διαφορά ανάμεσα σε μία εκπομπή και στις διαφημίσεις και δεν αντιλαμβάνονται ότι σκοπός των διαφημίσεων είναι να πουλήσουν προϊόντα.

Απλά δέχονται τις διαφημίσεις σαν ένα μέσο παρουσίασης πληροφοριών, όπως οποιοδήποτε άλλο τηλεοπτικό σχήμα.

γ. Η Επίδραση της Τηλεόρασης στις Κοινωνικές

Αξίες και Νόρμες

Η τηλεόραση με την κοινωνικοποιητική της δραστηριότητα έγινε η ίδια αυτάξια. Μεταφέρει, διαφοροποιεί και προβάλλει κοινωνικές αξίες και νόρμες, και είναι ικανή να ανατρέψει την ισορροπία της αξιολογικής ιεράρχησης και να επιφέρει σημαντικές αντικαταστάσεις στο κανονιστικό οικογενειακό και κοινωνικό σύστημα.

Εκπέμπει χωρίς συστολές ή αναστολές, φόβο ή επιφυλάξεις τα μηνύματα της αδιαφορώντας αν χαροποιεί, ή λυπεί, αν συμφωνεί ή έρχεται σε σύγκρουση με ήθη και έθιμα, με ηθικές θρησκευτικές ή άλλες οικογενειακές αξίες και παραδόσεις.^(Β. Βουτσούρη 1992 σελ 170)

Πορίσματα πολλών ερευνών επιβεβαιώνουν ότι η τηλεόραση είναι για το παιδί μια αυθεντία, χαίρει μεγάλης εμπιστοσύνης και χαρακτηρίζεται σαν το μαζικό μέσο επικοινωνίας με την μεγαλύτερη αξιοπιστία. Έτσι μεταφέρει εύκολα στα παιδιά τις δικές της ιδεολογικές αρχές και αξίες, αφού εκείνα δείχνουν περισσότερο εμπιστοσύνη προς αυτήν από εκείνη που έχουν στους γονείς τους.

Έτσι με την δυναμική της παρέμβαση στην οικογένεια και μάλιστα σε αντίθεση με τις δικές της αρχές μεταβάλλει και αναποδογυρίζει σιγά-σιγά το σύστημα αξιών του παιδιού σχετικά με την έννοια του καλού και του κακού, του δίκαιου και του άδικου, του σωστού και του λάθους, καθώς και του ηρωισμού και της ψευτοπαλληκαριάς. Έτσι μπορεί τα παιδιά να θεωρήσουν σαν δειλό τον

υποχωρητικό άνθρωπο, ενώ αντίθετα να ηρωποιήσουν το επιθετικό και βίαια άτομο. Η επιτυχία κάνει κάθε υπόθεση, ακόμη και την χειρότερη πολύ καλή, και τον νικητή ήρωα.

Μ' αυτά το επιθετικά πρότυπα υποσκάπτονται τα θεμέλια των βασικών ανθρώπινων αξιών όπως της ανοχής, της ειρήνης αλλά και αυτής ακόμα της ανθρώπινης ζωής. Ακόμη γκρεμίζονται οι γέφυρες για ειρηνικό δίκανονισμό των προβλημάτων τους, όταν η βία και η επιθετικότητα θεωρούνται η τελευταία λογική και η καλύτερη λύση." (β. Βουδισσόν 1992 σελ 171).

Μερικές φορές είναι δυνατόν τα μηνύματα κάποιων τηλεοπτικών εκπομπών να οδηγήσουν τα παιδιά και τους νέους να αποδεχθούν παράδεκτες τηλεοπτικές νόρμες με συνέπεια να εκδηλώσουν αναρχικές τάσεις απέναντι στις νόρμες που καθορίζει η κοινωνία, θεσμοθετεί και επιβάλλει η πολιτεία για τη διατήρηση της κοινωνικής γαλήνης και την προστασία της αξιοπρέπειας και της ζωής των πολιτών.

Οι νέοι απορρίπτουν και καταδικάζουν ευκολότερα τις πραγματικές νόρμες και αξίες γιατί συνδέονται με επίπονες και δυσάρεστες προσπάθειες, ενώ αντίθετα οι τηλεοπτικές νόρμες υπόσχονται λαμπρή καριέρα, πολλά χρήματα και δόξα με λίγη μόνο προσπάθεια.

Ωστόσο οι επιδράσεις είναι ισχυρότερες, σε παιδιά, στα οποία οι κοινωνικές νόρμες και αξίες δεν έχουν ακόμα εσωτερικευθεί και σταθεροποιηθεί. Επίσης έρευνες δείχνουν ότι επηρεάζονται περισσότερο τα παιδιά που μειονεκτούν απέναντι άλλων ως προς την κοινωνική καταγωγή και τον τόπο προέλευσής τους. Τα παιδιά που δέχονται τις περισσότερες επιδράσεις προέρχονται από αγροτικές περιοχές, με τις λιγότερο δηλαδή πολιτισμικές εμπειρίες από αυτές που μεταδίδει η τηλεόραση.

δ. Η Επίδραση της Τηλεόρασης στους Κοινωνικούς Ρόλους

Τα παιδιά και οι νέοι παρακολουθώντας τηλεόραση μαθαίνουν να παίζουν τους ρόλους εκείνων των προτύπων που τους ενδιαφέρουν περισσότερο, και ειδικά τα παιδιά προσελκύονται από τους ρόλους των φύλων.

“ Έρευνες που έγιναν για να διαπιστωθεί το μέγεθος της επιρροής την οποία ασκούν τα τηλεοπτικά κλισέ σχετικά με τον αντρικό και γυναικείο ρόλο, παρουσίασαν ότι παιδιά που έβλεπαν συχνά τηλεόραση είχαν ισχυρότερο προσανατολισμό στους παραδοσιακούς ρόλους του φύλου τους συγκριτικά με εκείνα που είχαν λιγότερες εμπειρίες και γνώσεις από την τηλεόραση.” (B. Βοσιτσάκης 1992 σελ 174)

Παρόμοια επίδραση ασκεί και στο ρόλο του μαύρου και λευκού παιδιού ή των μειονοτήτων. Ακόμα και στα παιδικά προγράμματα σπάνια εμφανίζονται μαύροι σε θέση εργασίας, αρχηγοί, ή με ιδιότητες που χαρακτηρίζονται θετικές. Ο ρόλος που μαθαίνει το παιδί των κατώτερων κοινωνικών στρωμάτων και του έγχρωμου πληθυσμού, είναι να παίζει πάντα το ρόλο του θύματος. Τα συχνότερα θύματα της τηλεοπτικής βίας είναι έγχρωμες γυναίκες από την κατώτερη κοινωνική τάξη.

Επίσης στον εργασιακό και επαγγελματικό χώρο η τηλεόραση προσανατολίζει τα παιδιά και τους νέους σε νέα και σύγχρονα επαγγέλματα, θέτοντας σε δεύτερη μοίρα τα κλασσικά και παραδοσιακά.

Δημιουργεί τους δικούς της ήρωες επαγγελματίες, όπως δημοσιογράφους, τηλεπαρουσιαστές, και είναι αλήθεια ότι με την εμφάνιση, τη γλώσσα και τον τρόπο τους αναβαθμίζονται από τους νέους σε πρότυπα για ταύτιση.

Τα παιδιά μαθαίνουν τους ρόλους των τηλεοπτικών επαγγελματικών προτύπων που εμφανίζονται με πολλά χρήματα, με μεγάλη δόξα και σε ριψοκίνδυνες αποστολές. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να επιθυμούν να αλλάξουν τον τόπο κατοικίας τους με κατεύθυνση προς τα μεγάλα αστικά κέντρα, όπου εκεί θα έχουν την ευκαιρία να κάνουν την ονειρεμένη, ένδοξη καριέρα τους.

‘Το αξιοπερίεργο με την τηλεόραση είναι ότι προσπαθεί να συνδυάσει και να παίξει συγχρόνως αντίθετους και αντικρουόμενους ρόλους πράγμα που την οδηγεί σε συνεχείς συγκρούσεις.

Από την μια μεριά είναι υποχρεωμένη στις βιομηχανικές κοινωνίες να συνεισφέρει στη θεωρία της ένταξης και της συναίνεσης και από την άλλη έχει την ανάγκη των συγκρούσεων και την παρουσίασή τους, για να εντυπωσιάζει τους τηλεθεατές και να αποσπά συνεχώς την προσοχή τους. ‘Ετσι όχι μόνο δεν αποφεύγει, αλλά επιδιώκει την επιθετικότητα, τις συγκρούσεις και τα συνταρακτικά γεγονότα.’ (B. Bowden 1992 σελ 178).

ε. Η Επίδραση της Τηλεόρασης

στις Συνήθειες και στο Τρόπο Ζωής

Μαζί με την τηλεόραση εμφανίστηκε κι ένας νέος κόσμος πολιτιστικός και συμβολικός ο οποίος φαίνεται να επηρεάζει το δικό μας τρόπο ζωής. Ο παλαιότερος τρόπος ζωής επηρεάζεται σοβαρά από τις νέες συνήθειες που η τηλεόραση μεταφέρει μέσα στο σπίτι. Οι συνήθειες φαγητού έχουν αλλάξει, ενώ οι εορταστικές και οικογενειακές εκδηλώσεις έχουν μειωθεί σημαντικά, γιατί η τηλεόραση έχει υποκλέψει όλες τις παραστάσεις, οι οποίες αποτελούσαν στο παρελθόν το κέντρο της οικογενειακής ζωής. Τώρα τα μέλη της έχουν λιγότερο καιρό για προσωπικές επαφές, λιγότερες σχέσεις μεταξύ τους και λιγότερο χρόνο για την επίλυση των οικογενειακών προβλημάτων. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να οδηγήσει σε έλλειψη διαπροσωπικής επικοινωνίας,.

Τεράστιες διαστάσεις όμως έχει και στους τομείς της πολιτιστικής, της οικονομικής και γενικά στην κοινωνική ζωή.

Σε μια έρευνα ο W. Belson, 1968, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι μειώθηκε ο αριθμός των θεατών που πήγαιναν σε αθλητικές εκδηλώσεις και στον κινηματογράφο, μειώθηκε ο αριθμός των ενηλίκων που παρακολουθούσαν βραδινά

επιμορφωτικά σεμινάρια ή έπαιρναν μέρος σε διάφορες εκδηλώσεις εκπολιτιστικών συλλόγων. Μειώθηκε επίσης ο αριθμός των ατόμων που σύχναζαν σε κέντρα διασκεδάσεων, σε καφετέριες ή καφενεία-αφού τώρα τα άτομα είχαν την δυνατότητα να απολαύσουν διάφορες ψυχαγωγικές εκπομπές μέσα στο σπίτι τους. Μειώθηκαν ακόμη οι κοινωνικές επαφές και επισκέψεις στα σπίτια των φίλων και συγγενικών προσώπων πράγμα που σημαίνει την ενίσχυση της ατομικότητας και την εξασθέσινη της κοινωνικότητας των ανθρώπων.

στ. Η Συμμετοχή της Τηλεόρασης
στην Πρόκληση Επιθετικής και
Εγκληματικής Συμπεριφοράς

Μέχρι τώρα φάνηκε ότι η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα επηρεάζουν αρνητικά την συμπεριφορά των τηλεθεατών και κυρίως των παιδιών και των νέων. Αυτό που δεν είναι σαφές όμως και καθόλου σίγουρο είναι αν η τηλεόραση ευθύνεται για την αυξανόμενη βία και επιθετικότητα στην σύγχρονη κοινωνία, και αν ναι, μέχρι ποιο βαθμό θα πρέπει να υπολογιστεί η συμμετοχή και η ευθύνη της.

Η επικοινωνιακή διαδικασία είναι μία πολύπλευρη και πολύπλοκη υπόθεση. Πίσω από το τηλεθεατή και την τηλεοπτική συσκευή κρύβεται ένα πλήθος ποικίλων παραγόντων και προϋποθέσεων που προδιαγραφούν το άμεσο και έμμεσο αποτέλεσμα της. Ίσως με την εξέταση αυτών των συνθηκών και των παραγόντων να μπορέσουν να δωθούν μερικές απαντήσεις.

Διαπιστώθηκε ότι οι σκηνές βίας και επιθετικότητας, δεν επηρεάζουν αρνητικά όλα τα παιδιά και δεν επηρεάζονται όλα τα άτομα στον ίδιο βαθμό. Αυτό σημαίνει ότι η κοινωνικο-ψυχολογική διαμόρφωση της προσωπικότητας του παιδιού παίζει αποφασιστικό ρόλο.

Ακόμη ο δείκτης νοημοσύνης του παιδιού και το μορφωτικό του επίπεδο παίζουν σημαντικό ρόλο σχετικά με την επίδραση που ασκεί η τηλεόραση. Για τους φυσιολογικούς νέους η παρουσίαση βίας είναι δευτερεύουσας σημασίας και μπορούν και αντιλαμβάνονται τις διάφορες διαστάσεις της.

Επίσης η ίδια η στάση και η θέση που έχει ο μικρός ή μεγάλος τηλεθεατής απέναντι στην τηλεόραση καθώς και η ποιοτική και ποσοτική χρήση της παίζουν σημαντικό ρόλο.

Έτσι, αρνητικές επιδράσεις μπορούν να προκαλέσουν οι σκηνές βίας και επιθετικότητας σε παιδιά με κακή κοινωνική προσαρμογή και επαφή στους γονείς τους και τους δασκάλους τους, καθώς και η αλόγιστη χρήση της τηλεόρασης και κυρίως των επιθετικών περιεχομένων της.

Η άποψη του A.Silvermann είναι *"ότι το μεγάλο κακό δεν είναι τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και η τηλεόραση ειδικότερα, αλλά η έλλειψη αυτοελέγχου ενός άπληστου και επιπόλαιου κοινού, το οποίο δεν γνωρίζει κανένα μέτρο στη χρήση τους και δεν υπακούει σε κανένα περιορισμό"*.

Έτσι γίνονται αποδεκτά τα συμπεράσματα των διεθνών ερευνών οι οποίες υποστηρίζουν ότι παραστάσεις με βία, επιθετικότητα και εγκληματικότητα δεν είναι τα πρωταρχικά αίτια για την επιθετική συμπεριφορά στα παιδιά. Το περιεχόμενό τους είναι αυτό που επιδρά ενισχυτικά για να γίνουν πράξη οι τάσεις και η συμπεριφορά που ήδη προυπήρχαν ή έχουν προέλθει με κάποιο άλλο τρόπο. Η τηλεόραση θεωρείται σαν παράγοντας υποστήριξης για την διαμόρφωση των αντιδραστικών επιθετικών στάσεων, ενώ οι προσωπικοί, οι οικογενειακοί και άλλοι συναφείς παράγοντες, παίζουν το βασικό ρόλο για την προέλευση επιθετικών στάσεων και επιθετικής συμπεριφοράς.

Η όψη του Silberman είναι ότι το παιδί θα μπορεί σε μία καλά ελεγχόμενη και σίγουρη οικογένεια να δέχεται οπτικά βίαιες πράξεις χωρίς ωστόσο να επηρεαστούν απ'αυτές τα συναισθήματά του οι στάσεις και η συμπεριφορά του.

Όταν παρέχεται στο παιδί η αναγκαία υποστήριξη από τους γονείς για την επεξεργασία των βιωμάτων τα οποία τους προκαλεί η τηλεόραση, και όταν αυτά βλέπουν τηλεοπτικά προγράμματα που προορίζονται για την ηλικία τους τότε μπορεί να αναμένονται θετικές επιδράσεις από την τηλεόραση.

“ Σ’ όλη τη διαδικασία της κοινωνικοποίησης η τηλεόραση επιδρά θετικά ή αρνητικά, μόνο σαν ένας από τους πολλούς κοινωνικούς παράγοντες, το σύνολο των οποίων διαμορφώνει το γενικό παράγοντα που λέγεται κοινωνικό περιβάλλον. Η τηλεόραση είναι μια μορφή υποκοουλτούρας μέσα στο πολιτιστικό υποσύστημα και σαν κοινωνικό-πολιτιστικός θεσμός έχει γίνει αναπόσπαστο στοιχείο της κουλτούρας σαν όργανο και μέσο της πληροφόρησης της μάθησης και της ψυχαγωγίας. Επομένως οι επιδράσεις των τηλεοπτικών σκηνών βίας και η εξέτασή τους πρέπει να γίνεται χωρίς να απομονώνονται από το κοινωνικό-πολιτιστικό τους περιβάλλον. Απαραίτητη προϋπόθεση για τη λύση του προβλήματος είναι η ανάλυση και εξερεύνηση της κοινωνικο-πολιτιστικής δομής του κοινωνικο-πολιτιστικού κώδικα πάνω στον οποίο και με τον οποίο διαδραματίζονται όλες αυτές οι επιρροές.” (Β. Βουδωλάκη 1992 σελ 106).

Πρωτού όμως παρουσιαστεί και αναλυθεί ειδικότερα το φαινόμενο της τηλεοπτικής βίας και επιθετικότητας, κρίνεται σημαντικό και αναφερθούμε περιληπτικά, με βάση, ψυχολογικές μελέτες, στο φαινόμενο της επιθετικής συμπεριφοράς και τα αίτια της.

3. Η ΕΠΙΘΕΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

Όπως αναφέρει ο Δημ.Η.Ζάχος, 1985, σ.217, “στις σχέσεις ανάμεσα στους ανθρώπους, παρατηρείται συχνά, το φαινόμενο κάποιο άτομο και προκαλεί κακό σ’ ένα άλλο, με διάφορους τρόπους και μέσα.”

“Όταν αυτή η συμπεριφορά εμφανίζεται συστηματικά σ’ ένα άτομο, κάτω από διαφορετικές συνθήκες και ανεξάρτητα από τον αποδέκτη αυτής της συμπεριφοράς

τότε δεχόμαστε πως πίσω από την μόνιμη επιθετική συμπεριφορά, υπάρχει επιθετικότητα ως χαρακτηριστικό της προσωπικότητας ή ως τάση, κίνητρο.

Η επιθετικότητα εκδηλώνεται με διάφορους τρόπους, από ήπιες μορφές όπως το πείραγμα για να θιξω κάποιον και φτάνει μέχρι τον τραυματισμό ή τον φόνο. Ακόμη μπορεί να εκδηλώνεται άμεσα εναντίον του προσώπου, η έμμεσα εναντίον υποκατάστατων." (Δηγ. Η Ζαζαζ 1985 σελ 214).

Τέλος μπορεί να είναι ξαφνική, έντονη οργή ή να είναι προγραμματισμένη εκδίκηση.

ΑΙΤΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

A

" Σύμφωνα με ορισμένες θεωρίες πηγή της επιθετικής συμπεριφοράς είναι μια έμφυτη ορμή, ένα ένστικτο.

Έτσι για τον Φρόιντ είναι η ορμή του θανάτου, της καταστροφής και αυτοκαταστροφής ενώ για τον βιολόγο Κ.Λορεντς, είναι μια φυσική ορμή, απομεινάρι του ενστίκτου της αυτοσυντήρησης.

Κατά τον Φρόιντ, λοιπόν, ο άνθρωπος για να μην ζει συνέχεια με την ένταση της ανικανοποίησης επιθετικής ορμής του, "εξειδικεύει" τις πραγματικές διαθέσεις του και ασυνείδητα τις μετατρέπει, σε κοινωνικά αποδεκτές και επιθυμητές δραστηριότητες, όπως τέχνη, δημιουργία, κοινωνική αγαθοεργία.²⁷

«Ο Λόρεντς υποδεικνύει να διοχετεύουμε την επιθετική μας τάση, σε αθλητικές δραστηριότητες και σε συμμετοχή σε συλλόγους που να επιδιώκουν κάποιο ιδανικό. Ενώ ο Φρόιντ φαίνεται να δέχεται ότι κάτω από την πίεση των κοινωνικών επιταγών ο άνθρωπος ασυνείδητα εξειδανικεύει και διοχετεύει την επιθετικότητά του, προκειμένου να πετύχει την προσαρμογή του, ο Λόρεντς, αφήνει να εννοηθεί,

πως αν δεν υπάρξει συνειδητή, συστηματική, εκτόνωση του κακού ενστίκτου, τότε κινδυνεύουμε να αλληλοσφαγούμε. >> (Δηγ. Η 2 ατος 1985 σελ 212)

Β

" Με βάση τη θεωρία της μάθησης, οι ερευνητές δέχονται ότι δεν υπάρχει ειδικό κίνητρο, όπως ορμή ή ένστικτο για επιθετική συμπεριφορά, και ότι δεν υπάρχουν ειδικά ερεθίσματα που να προκαλούν επιθετική αντίδραση. Η επιθετική συμπεριφορά μαθαίνεται. Ως εκπρόσωποι της αναφέρονται οι Σέλλα, Ο Μπαντούρα, ο Γουόλτερς. Οι οπαδοί της δέχονται ότι η επιθετική συμπεριφορά - μαθαίνεται κυρίως με τους μηχανισμούς της κοινωνικής μάθησης, όπως μίμηση προτύπων και ταύτιση." (Δηγ. Η 2 ατος 1985 σελ 214)

Γ

" Ο Φρόιντ διατύπωσε κάποτε την άποψη, ότι η ματαιώση προκαλεί επιθετική διάθεση. 'Όταν μια ανάγκη μας δεν ικανοποιηθεί, μιλάμε για ματαιώση ή αποστέρηση.

Με βάση αυτή την άποψη ο Dollard, 1939, ανέπτυξε ένα θεωρητικό σύστημα που έγινε γνωστό ως θεωρία Ματαιώσης - Επιθετικότητας.

Σύμφωνα μ' αυτή τη θεωρία, η επιθετική συμπεριφορά είναι αντίδραση, δεν έχει την πηγή της μέσα μας, αλλά προκαλείται από την ματαιώση, την απαγόρευση ή την αποτυχία να ικανοποιηθεί κάποιο κίνητρο. Η επιθετική αντίδραση είναι εντονότερη, όσο πιο έντονα επιδιώκεται ο στόχος του κινήτρου, όσο εντονότερο άγχος προξενεί η ματαιώση, και όσο περισσότερες προηγούμενες προσπάθειες για ικανοποίηση απέτυχαν." (Δηγ. Η 2 ατος 1985 σελ 214)

Η επιθετική αντίδραση αναστέλλεται σε βαθμό ανάλογο με την αναμενόμενη τιμωρία. 'Όσο πιο αυστηρή τιμωρία περιμένουμε, τόσο πιο συγκρατημένη είναι η

επιθετική αντίδραση.

“ Πιο έντονη είναι η επιθετική αντίδραση όταν, κατευθύνεται προς το πρόσωπο της μεταίωσης. Όταν δεν είναι δυνατή η επίθεση απ’ ευθείας σ’ αυτό, τότε η μετατοπισμένη σε άλλο πρόσωπο επίθεση είναι πιο ήπια και ενδεχόμενα άλλης μορφής. Ακόμη μπορεί να γίνει μετατόπιση σε αντικείμενα, ενώ δεν αποκλείεται και η αυτοεπίθεση.

Τέλος, μετά την εκδήλωση της επιθετικής αντίδρασης επέρχεται εκτόνωση.⁴
(Δημ. Η Ζάχος 1985, σελ 219)

4. ΒΙΑ - ΕΓΚΛΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ο Δημ.Η.Ζάχος, 1985, .221, συνεχίζει και αναφέρει, ότι “οι όροι βία και επιθετική συμπεριφορά δεν είναι ταυτόσημοι. Ωστόσο χρησιμοποιούνται με το ίδιο νόημα για να δηλώσουν το ίδιο ή τα ίδια φαινόμενα.

Βία είναι ευρύτερος όρος. Σημαίνει τη χρήση, καταναγκασμού πάνω σε άλλα πρόσωπα για να επιτευχθεί κάποιος σκοπός. Έτσι η επιθετική συμπεριφορά γίνεται απλά μέσο στην επιδίωξη του σκοπού”.

“ Το κίνητρο του ατόμου που κάνει μια ληστεία, μπορεί να είναι ανάγκες οικονομικές ή για κοινωνική προβολή. Οι κοινωνικές αναστολές, που θα έκαναν ένα άτομο να αποφύγει τέτοια συμπεριφορά δεν είναι ισχυρές. Μια ρημνεία θα ήταν ότι το άτομο, έμαθε να συμπεριφέρεται έτσι, με βάση κάποιον πρότυπο. η με ενίσχυση τέτοιων συμπεριφορών, είτε ανοχής του άμεσου και ευρύτερου περιβάλλοντος.” (Δημ. Η Ζάχος 1985, σελ 221)

Ένα παράδειγμα που αναφέρεται είναι το εξής: Ένα παιδάκι το οποίο θέλει να φάει μια σοκολάτα ενώ η μητέρα του, του το έχει απαγορεύσει. Αυτό κλαίει, φωνάζει, σπάει αντικείμενα. Οι πιθανές εξελίξεις της ιστορίας, είναι η μητέρα να υποχωρήσει και να δώσει τη σοκολάτα ή το παιδί να την αρπάξει μόνο του, με το έτσι θέλω, χωρίς η μητέρα να αντιδράσει σ’ αυτή του την ενέργεια. Την άλλη μέρα, το ίδιο παιδί παίζοντας στη παιδική χαρά, αρπάζει από τα χέρια κάποιου

άλλου παιδιού, ένα παιχνίδι, βίαια, αγνοώντας την αντίδραση του άλλου παιδιού και τα σχόλια των μεγάλων.

Από τη διαπίστωση, μπορώ να παίρνω ότι μ'αρέσει αφού δεν έχει κανένας σοβαρές αντιρρήσεις, και όταν έχει τις αντιμετωπίζω επιθετικά, ως την νοοτροπία "έχω δικαίωμα να παίρνω με το έτσι θέλω αυτό που μ'αρέσει ή να κάνω ότι μ'αρέσει" η απόσταση δεν είναι μεγάλη.

Η αντικοινωνική αυτή συμπεριφορά και τοποθέτηση είναι αποτέλεσμα μάθησης. Είναι η κατάληξη της ενθάρρυνσης ή της ανοχής τέτοιων εκδηλώσεων τρόπων συμπεριφοράς. Το περιβάλλον διαμορφώνει καθοριστικά την κοινωνική συμπεριφορά των ατόμων με τα πρότυπά του, και τις ηθικές αξίες του.

Έτσι φτάνουμε στο κοινωνικό φαινόμενο "εγκληματικότητα, που περιλαμβάνει όλες τις παράνομες, κοινωνικά μη αποδεκτές, πράξεις των μελών ενός οργανωμένου κοινωνικού συνόλου. Πρόκειται για αριθμητικό δεδομένο και όχι για ψυχολογικό όρο. Σημαίνει το σύνολο των παραβάσεων των νόμων που ισχύουν σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

Αύξηση της εγκληματικότητας παρατηρείται σε περιόδους κοινωνικής αναστάτωσης, όπως πόλεμος οικονομική κρίση, κοινωνική και οικονομική μεταβολή κ.ά."

¹ Επίσης παρατηρείται, αυξημένη εγκληματικότητα στα μέλη μειονοτήτων που είναι απομονωμένα από το οργανωμένο κοινωνικό σύνολο. Έτσι με την κοινωνική αποδιοργάνωση που επέρχεται στις κρίσιμες περιόδους ή την ανυπαρξία κοινωνικής οργάνωσης στις μειονότητες εξασθενίζουν την κοινωνική πίεση και μειώνουν την ισχύ των κοινωνικών ηθικών αναστολών στα άτομα. Ακόμα φαίνεται πως η ατελής λειτουργία των κοινωνικών θεσμών και η ελλειμματική εκπαίδευση και διαπαιδαγώγηση δεν ευνοούν την υιοθέτηση από τα άτομα κώδικα ηθικής συμπεριφοράς. Είναι τότε η εγκληματικότητα εκδήλωση νοσηρότητας της κοινωνίας." (Δ'νψ. Η Ζαχός 1985 64 223)

Φαίνεται πως και στις μέρες μας έχουμε να κάνουμε με κάποιες μορφές κοινωνικής αποδιοργάνωσης αφού η εγκληματικότητα βρίσκεται σε ψηλά επίπεδα.

Διάφοροι ερευνητές, ψυχολόγοι και κοινωνιολόγοι των κοινωνιών αναφέρουν κάποιες αιτίες ή παράγοντες οι οποίοι ευνοούν την αύξηση της εγκληματικότητας.

Τέτοιοι παράγοντες είναι:

1. **“Ο κοινωνικός ανταγωνισμός** που στις μέρες μας είναι ιδιαίτερα έντονος, τόσο ανάμεσα στα άτομα όσο και ανάμεσα σε ομάδες και που στη βάση του είναι οικονομικός - ταξικός.”
2. **“Το άγχος** που δικατέχει τον σημερινό άνθρωπο και που είναι συνέπεια και του ανταγωνισμού αλλά και της ανικανοποίητης τάσης για απόκτηση υλικών και κοινωνικών αγαθών. Τα πρότυπα που έχουν επιβληθεί διεθνώς από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας σπρώχνουν τον σημερινό άνθρωπο να επιδιώκει στόχους που δεν ικανοποιούν τις βασικές του ανάγκες. Κάτω από την πίεση αυτών των νέων κινήτρων, το άτομο εμφανίζεται ανήμπορο να ιεραρχήσει τις ανάγκες του, αφού προσθέτονται όλο και περισσότερες. Κάποια στιγμή συνειδητοποιεί πως δεν μπορεί πια να τα βγάλει πέρα αφού οι δυνατότητες προσαρμογής του ανθρώπου δεν είναι απεριόριστες. Αυτό είναι μια πειστική κατάσταση που προκαλεί μόνιμο άγχος στο άτομο.”
3. **“Η ανασφάλεια για το μέλλον,** που δεν αναφέρεται απλά και μόνο στο οικονομικό και κοινωνικό μέλλον του ατόμου ή της οικογένειας, αλλά στο μέλλον της χώρας του και της ανθρωπότητας ολόκληρης.” (Δ. η γ. Η 2ος σελ 1985 σελ 223)

5. ΑΠΟΨΕΙΣ ΘΕΩΡΗΤΙΚΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΒΙΑ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

Ο J.Gazeneune, 1979, σ.101, αναφερόμενος στην βία και την επιθετικότητα αναφέρεται σε μία θέση που ανάγεται σε πολύ παλιά χρόνια, αφού ο Αριστοτέλης

την είχε ήδη αναπτύξει, σε σχέση με το θέατρο. ⁶⁶ Παρακολουθώντας δραματικές πράξεις με την έκφραση συναισθημάτων σε προξυσμό, η ελληνική τραγωδία έλεγε ο μεγάλος φιλόσοφος, πραγματοποιεί μια κάθαρση, έναν εξαγνισμό του πάθους. Μ' αυτό τον τρόπο συνεχίζει, η τηλεόραση παρουσιάζοντας σκηνές βίας να παρασύρει τους νέους σε εγκληματικές πράξεις αλλά μπορεί επίσης να χρησιμέψει στην λειτουργία της κάθαρσης. 'Ετσι το πρόβλημα, γι' αυτό το λόγο είναι περίπλοκο, και δεν είναι δυνατή με ορθό τρόπο η προσέγγισή του.⁶⁷


Η επιτυχία της τηλεόρασης μπορεί ν συνδιαστεί με μια λειτουργία που ίσως βρίσκει αλλού την ικανοποίησή της, σε διάφορες εμπειρίες όπως τα ναρκωτικά, το αλκοόλ, που μεταβάλλουν τη σχέση με τον κόσμο με τη συνείδηση.

Στην περίπτωση της μικρής οθόνης πρόκειται για ένα μέσο πολύ πιο ανώδυνο, που δεν ασκεί φυσιολογική δράση, στα νευρικά κέντρα. Είναι γεγονός, ότι πάντα οι άνθρωποι έψαχναν να βρουν τρόπους για να διαρρήξουν το δεσμό τους με τον καθημερινό βία και να βρεθούν σε ένα άλλο περιβάλλον, περισσότερο κοντινό στο όνειρο. Η τηλεόραση μπορεί να προσφέρει μια ικανοποίηση αυτού του είδους, όταν καθιστάται συνήθεια και κυρίως ανάγκη.

Ο ίδιος ^{67η 68 107} συνεχίζει και αναφέρει ⁶⁸ ότι οι περιπτώσεις όπου μια συγκεκριμένη εκπομπή παροτρύνει άμεσα προς μια πράξη εγκληματική είναι σπάνιες και δεν αποδεικνύονται, αφού το να μιμηθεί κάποιος μια σκηνή που είδε στην τηλεόραση, στην πραγματικότητα έχει κίνητρα ή αιτίες βαθύτερες. Εξάλλου μια έρευνα που έγινε δεν απέδειξε πως οι τηλεθεατές είναι περισσότερο επιρρεπείς από τους μη τηλεθεατές στο να εκδηλώσουν βίαιη συμπεριφορά. Αντίθετα, στατιστικές έρευνες αποδεικνύουν ότι άτομα με ταραγμένη την προσωπικότητα γεύονται με μεγαλύτερη ευχαρίστηση θεάματα στα οποία κυριαρχεί η βία και είναι περισσότερο εκτεθειμένα από τα άλλα να υποπέσουν σε πταίσμα.⁶⁹

Η Μ.Σερφετινίδου, 1987, αναφέρει ότι ⁶⁶ ο κόσμος των ΜΜΕ εκθειάζει τη βία, η οποία παρουσιάζεται ως το βασικότερο και αποτελεσματικότερο μέσο επίλυσης των

προβλημάτων ή εκπλήρωσης κοινωνικά αναγνωρισμένων στόχων. >>

Ο Γκέρμπνερ, 1970, (στην ίδια), σε μια μελέτη του, υποστηρίζει, ότι η βία έτσι όπως παρουσιάζεται στα μηνύματα των ΜΜΕ είναι διαπροσωπική αλλά ταυτόχρονα και απρόσωπη. Διαδραματίζεται δηλαδή μεταξύ ξένων. 

Στα μηνύματα των ΜΜΕ η βία δεν αφορά την δύναμη ή κυριαρχία ενός ατόμου, σε ένα άλλο αλλά ενός κοινωνικού ρόλου σε έναν άλλο.

Τα θύματα της βίας, οι ηττημένοι, οι κακοί, λόγω της ηλικίας τους, της ταξικής τους προέλευσης ή του φύλου τους ανήκουν κατά κανόνα στη βάση της κοινωνικής πυραμίδας. Αντίθετα, οι θύτες, οι νικητές ή οι καλοί είναι κατά κανόνα νέοι, λευκοί άντρες και τουλάχιστον μεσοαστικής κοινωνικής προέλευσης. Με άλλα λόγια η χρήση της βίας είναι ελεύθερη και δικαιολογημένη όταν ασκείται από φορείς του κοινωνικού κατεστημένου.

Συνεχίζοντας ο Μ.Σεραφετινίδου, 1987, σημειώνει ότι η αναπαράσταση της βίας στα μηνύματα των ΜΜΕ δεν αποτελεί γεννεσιουργό παράγοντα βίαιης συμπεριφοράς αλλά ενισχύει προδιαθέσεις για τέτοιου είδους συμπεριφορά. >>

Η Μαρί Γουίν 1986, αναφέρει ότι σύμφωνα με τους αριθμούς που έδωσε το FBI το 1975 ο αριθμός των νεαρών εγκληματιών αυξήθηκε κατά 1600% στην εικοσαετία 1952-1972. Το γεγονός αυτό συμπίπτει με την περίοδο που η τηλεόραση μπήκε στη ζωή των παιδιών και οι τηλεοπτικές εκπομπές που παρακολουθούσαν ήταν γεμάτες από σκηνές βίας και εγκλήματα. Η βία με όποια μορφή και αν εμφανιστεί στην μικρή οθόνη, επηρεάζει βαθύτατα τη συμπεριφορά των παιδιών, αλλά δεν είναι και η μόνη που το κάνει να συμπεριφέρεται αντικοινωνικά. Υπάρχουν λόγοι, συνεχίζει η συγγραφέας, για να πιστεύουμε ότι η τηλεόραση έχει μεγάλη σχέση με την αύξηση της επιθετικότητας των νέων. Αυτούς τους λόγους όμως θα πρέπει να τους αναζητήσουμε όχι στην άμεση σχέση, προγραμμάτων βίας και ανάλογης συμπεριφοράς αλλά στην εμπειρία γενικά από την παρακολούθηση της τηλεόρασης και στις συνέπειές της στη ζωή του παιδιού. >>

Η Patricia Greenfield, 1988, υποστηρίζει ότι η σχέση ανάμεσα στην τηλεόραση και στη συμπεριφορά είναι πολύπλοκη και επηρεάζεται από πολλά στοιχεία άσχετα, με τις γνώσεις και τις απόψεις που αποκτώνται από την τηλεόραση. Πολλές ερευνητικές μελέτες βρήκαν σχέσεις ανάμεσα στην παρακολούθηση βίαιης συμπεριφοράς στην τηλεόραση και στη μεταγενέστερη συμπεριφορά των παιδιών. Όμως και άλλη ομάδα ενδείξεων υποστηρίζει ότι η παρακολούθηση θετικής κοινωνικής συμπεριφοράς μπορεί να βοηθήσει τα παιδιά στο να ενεργούν με πιο κοινωνικούς τρόπους. Όπως συμβαίνει με την κοινωνική γνώση η τηλεόραση σαν μοντέλο συμπεριφοράς, μπορεί να οδηγήσει σε αντίθετες κατευθύνσεις, ανάλογα με το περιεχόμενο της εκπομπής. >>

Ο Ν.Σ.Μπριριούκοφ, 1984, αναφέρει ότι οι τηλεοπτικές οθόνες του καπιταλιστικού κόσμου πλημμυρίζουν όλο και πιο πολύ από το θολό κύμα της βίας.

Τα κακαθήμερινα χαρακτηριστικά των τηλεοπτικών προγραμμάτων το 1960 ήταν δολοφονίες, βασανιστήρια, εγκλήματα και βιαιότητες που γίνονταν από γκάγκστερς και "υπερανθρώπους". Την ίδια δεκαετία η Αμερική σηματοδεύτηκε από μερικά από τα πιο απάισια εγκλήματα της αμερικανικής ιστορίας.

Μερικές δυτικές χώρες έχουν εισάγει ορισμένους περιορισμούς στην ποσότητα της βίας και του εγκλήματος που δείχνει η τηλεόραση κάτω από την πίεση της διαμαρτυρίας του κοινού για τις επιδράσεις της ειδικά στα παιδιά και τους εφήβους.

Διατυπώθηκαν όμως και κάποιες θεωρίες που σκοπό είχαν να δικαιολογούν την βία στην τηλεόραση και που έχουν αποκτήσει μεγάλη απήχηση στην αστική τηλεόραση.

Μία από αυτές τις θεωρίες ήταν η θεωρία της "συμβολικής κάθαρσης" η οποία πρωτοδιατυπώθηκε από τον ψυχολόγο Σ.Φέσμπαν και υποστήριξε ότι η παρακολούθηση της βίας από την τηλεόραση μπορεί να λειτουργήσει σαν δικλείδα ασφαλείας για τη συσσωρευμένη σκληρότητα και επιθετικότητα του θεατή. >>

Την θεωρία αυτή την έχουν αποδεχτεί πολλοί κοινωνιολόγοι ενώ ένας από αυτούς ζητάει να αναγνωριστεί και να αγίνει αποδεκτή η βία σαν "συνηθισμένη μορφή ανθρώπινης συμπεριφοράς".

Έχει κατηγορηθεί όμως και από πολλούς επιστήμονες και ερευνητές οι οποίοι βλέπουν ότι η βία, ενισχύει το έγκλημα, συνεισφέρει στη διάβρωση των ηθικών αξιών και στη διαφθορά της νέας γενιάς.⁷⁷

Το 1968 ο Καρλ Μενίνγκερ, (στην ίδια), σ.140, ψυχίατρο δημοσίευσε τη θεωρία της "παρήγορης παρουσίας" και έγραψε για την φιλική παρήγορη ατμόσφαιρα του σκοτεινιάσμενου δωματίου με την οικογένεια και τους φίλους καθισμένους γύρω από την τηλεοπτική συσκευή η οποία τους πληροφορεί, τους διασκεδάζει και τους παρηγορεί.

Η θεωρία της "παρήγορης εξουσίας" αντανάκλα την ταξική χροιά της αστικής τηλεόρασης που ζητά να δημιουργήσει στους τηλεθεατές μια πλασματική εικόνα του έξω κόσμου, που υποτίθεται είναι απαλλαγμένος από κοινωνικές ασθένειες και αγώνα των μαζών για τα δικαιώματά τους, να αποπροσανατολίσει τους τηλεθεατές από την ενεργητική δράση, να τους απομονώσει από τα κοινά, να συγκεντρώσει την προσοχή τους στο στενό κύκλο της οικογένειας και να ενισχύσει την καταναλωτική τους νοοτροπία.⁷⁷

Συνεχίζοντας ο Ν.Σ. Μπιριούνφ, 1984, αναφέρει ότι και οι δύο αυτές θεωρίες συνδέονται στενά με το δόγμα της "μαζικής κουλτούρας" η οποία έχει σκοπό να καλλιεργήσει στους τηλεθεατές, μέσω της τηλεόρασης, την νοοτροπία και συμπεριφορά ρομπότ.

6. ΘΕΩΡΙΕΣ ΕΡΜΗΝΕΙΑΣ ΤΩΝ ΕΠΙΔΡΑΣΕΩΝ **ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΒΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Ο Β.Βουιδάσκης, 1992, σ.32, αναφέρει μια σειρά από θεωρίες οι οποίες έχουν ως περιεχόμενο, και ως βασικό κριτήριο την μη αρνητική ή την αρνητική επίδραση

των τηλεοπτικών σκηνών βίας και επιθετικότητας.

Στην πρώτη κατηγορία κατατάσσονται οι θεωρίες, οι οποίες υποστηρίζουν ότι οι σκηνές βίας και επιθετικότητας δεν ασκούν καμμία αρνητική επίδραση, ή εάν ασκούν τότε αυτή η επίδραση μπορεί να είναι ενεργητική για τους αποδέκτες, αφού τους κάνει λιγότερο επιθετικούς στην κοινωνική τους ζωή.

Αντίθετα οι υποστηρικτές της δεύτερης κατηγορίας, πιστεύουν ότι όχι μόνο η παρουσίαση βίας και επιθετικότητας, αλλά και άλλα τηλεοπτικά περιεχόμενα είναι δυνατόν να προκαλέσουν επιθετική συμπεριφορά στα παιδιά και στους νέους, και φτάνουν στο σημείο να θεωρούν την τηλεόραση απόλυτα υπεύθυνη για την κοινωνική βία, την επιθετικότητα και την εγκληματικότητα.

Στην συνέχεια θα γίνει μια συνοπτική παρουσίαση μερικών από αυτές τις θεωρίες.

α. Θεωρίες της Μη Αρνητικής Επίδρασης Της Τηλεόρασης

α1. Η Θεωρία της Μη Επίδρασης

Όπως αναφέρει ο Greenwold, 1975, (στον ίδιο) βασική θέση της θεωρίας αυτής, είναι ότι "οι τηλεοπτικές σκηνές βίας και επιθετικότητας και προπαντός οι επινοημένες, δεν ασκούν κανενός είδους επίδραση στους τηλεθεατές, γενικά και ειδικότερα στα παιδιά και στους νέους, ούτε έχουν την δυνατότητα να τους κάνουν επιθετικούς στην καθημερινή κοινωνική τους ζωή".

Οι υποστηρικτές αυτής της θεωρίας δεν στηρίζουν, τα επιχειρήματά τους στα στοιχεία κάποιων δικών τους ερευνών, αλλά πολύ περισσότερο στην άσκηση κριτικής εναντίον των εκπροσώπων των άλλων θεωριών που δέχονται τα αντίθετα απ' αυτούς. Ακόμη λένε ότι καμμία από τις μέχρι τώρα έρευνες δεν απέδειξε καταφανώς ότι η παρουσίαση βίας και επιθετικότητας έγινε αιτία για την πρόκληση επιθετικής συμπεριφοράς.

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

Ο M.Kunczik, 1987, (στον ίδιο) ⁶⁶ θεωρεί αδικαιολόγητη και υπερβολική την ανησυχία για τα παιδιά που βλέπουν τηλεοπτικές σκηνές βίας, ενώ πιστεύει ότι οι παράγοντες επίδρασης που οδηγούν σε πράξεις βίας, πρέπει να αναζητηθούν πέρα από τη χρήση της τηλεόρασης, όσο αφορά τα κανονικά κοινωνικά ενταγμένα άτομα.

Η θεωρία αυτή δέχτηκε οξεία κριτική προπαντός για το λόγο, ότι δεν μπορεί να αποδειχθεί εμπειρικά. >>

α2. Η Θεωρία του Εθισμού ή της Συνήθειας

Οι οπαδοί της θεωρίας αυτής στηρίζουν τις απόψεις τους στην εμπειρική ⁶⁶ διαπίστωση πως μια συνήθεια, καλή ή κακή για να σταθεροποιηθεί και να επικρατήσει σε κάποιο συγκεκριμένο άτομο, απαιτεί συχνές επαναλήψεις, και είναι αποτέλεσμα μακράς συσσωρευμένης σκέψης και πρακτικής. >> (B. Βουσιδάκης 1992 σελ 34)

Υποστηρίζουν, ότι, πρώτον δεν είναι δυνατόν η θέα μιας και μόνης ταινίας με επιθετικό περιεχόμενο, να προκαλέσει επιθετική συμπεριφορά και δεύτερον, ότι η μείωση ή η εξάλειψη των συναισθηματικών αντιδράσεων που επιφέρει η επιβολή της συνήθειας, με τη συνεχή θέα βίαιων και επιθετικών σκηνών, υποβοηθούν στην άμβλυση και στην εξασθένηση της τάσης και της διάθεσης για επιθετική και βίαιη συμπεριφορά.

Με τις έρευνες τους διαπίστωσαν ότι άτομα που είδαν πρώτα ένα πρόγραμμα με επινοημένη βία, αντέδρασαν λιγότερο συναισθηματικά κατά την διάρκεια παρουσίασης πραγματικής βίας, σε σύγκριση με άτομα που είχαν παρκολουθήσει

προηγουμένως ένα φιλμ, με μη επιθετικό χαρακτήρα. Έτσι απέδειξαν ότι η συχνή θέα των παραστάσεων βίας και επιθετικότητας στην τηλεόραση είχε σαν αποτέλεσμα τη συναισθηματική άμβλυση και την αποευαισθητοποίηση για επιθετικές πράξεις.

α3. Η Θεωρία της Κάθαρσης

Η θεωρία της κάθαρσης έχει τις βασικές αρχές της στην Αριστοτελική άποψη και αναπτύχθηκε στην σύγχρονη μορφή της, μέσα στα πλαίσια τη θεωρίας που υποστηρίζει, πως η επιθετικότητα προέρχεται από την ματαιώση με κύριους πρωταγωνιστές τους S.Freud, J.Dollard και άλλους.¹ (Β. Βουσιδάουης 1992 σελ 36)

Σύμφωνα λοιπόν με τον J.Dollard, 1939, (στον ίδιο), σ.36, "η εκδήλωση οποιασδήποτε επιθετικής ενέργειας είναι μια κάθαρση που μειώνει την υποκίνηση για την εκδήλωση άλλων επιθετικών πράξεων".

" Οι εκπρόσωποι της θεωρίας αυτής υποστηρίζουν ότι η παρουσίαση σκηνών βίας και επιθετικότητας, λειτουργεί καθαρτικά και μειώνει το επιθετικό και εριστικό δυναμικό του ατόμου και γενικά της κοινωνίας.

Επίσης η επιθετικότητα και οι βιαιότητες που παρουσιάζονται στην τηλεόραση παίζουν το ρόλο ασφαλιστικής δικλείδας με τη βοήθεια της οποίας ο τηλεθεατής μπορεί να απομακρύνει και να απωθήσει τη δική του επιθετικότητα. 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.² (Β Βουσιδάουης 1992 σελ 36)

Η θεωρία της κάθαρσης έχει τρεις διαφορετικές μορφές.

- Στην πρώτη φάση οι ερευνητές υποστηρίζουν πως η καθαρτική λειτουργία συντελείται με τη βοήθεια της φαντασίας και πίστευαν πως κάθε μορφή φανταστικής επιθετικότητας είχε καθαρτικά αποτελέσματα.

■ Στην *δεύτερη φάση* οι ερευνητές ισχυρίστηκαν ότι απλά και μόνο η φανταστική επιθετικότητα δεν είναι αρκετή για να οδηγηθεί ο τηλεθετής στην κάθαρση, αλλά είναι αναγκαία και η συναισθηματική σύμπραξη, η συμμετοχή του θεατή στις φανταστικές επιθετικές πράξεις καθώς και η ύπαρξη μιας επιθετικής τάσης του ίδιου.

■ Στην *τρίτη φάση* οι εκπρόσωποι της κάθαρσης ισχυρίζονται ότι [«]δεν αρκεί η επιθετικότητα της φαντασίας μαζί με την συναισθηματική συμμετοχή και σύμπραξη του τηλεθετή για να οδηγηθεί σε καθαρτικό αποτέλεσμα. Μόνο όταν οι συνέπειες της χρήσης της βίας προβληθούν δραματικά και με όλες τις οδυνηρές διαστάσεις τους πάνω στο σώμα των θυμάτων της ως τραύμα, πόνος ή κάποιο είδος της ανθρώπινης εξαθλίωσης, μπορεί να επιφέρει στον θεατή μια ευαισθητοποίηση η οποία παρεμποδίζει την εκδήλωση της δικής του επιθετικής συμπεριφοράς.[»]

«Οι προσπάθειες των υποστηρικτών της να ανασκευάζουν και να συμπληρώνουν κάθε φορά με καινούργια στοιχεία τη θεωρία αυτή προδίδει τη δική τους αδυναμία να αιτιολογήσουν με τρόπο πειστικό τα καθαρτικά αποτελέσματα των σκηνών βίας και επιθετικότητας.

Επίσης οι δυσκολίες των εκπροσώπων της να την συνδέσουν πειστικά με την εμπειρική πραγματικότητα, είναι οι λόγοι που συνέβαλαν ώστε να μην γίνει ευρύτερα αποδεκτή και να τεθεί σε αμφισβήτηση.

Η εκτίμηση όμως και η αποδοχή της, παίρνει μεγάλες διαστάσεις στον κοινωνικο-οικονομικό χώρο όπου η επιστημονική γνώση της γίνεται ο υποστηρικτής μεγάλων οικονομικών συμφερόντων.[»] (B. Βουτσάκου 1992 σελ 39)

Έτσι ο κερδοσκοπικός μηχανισμός της διαφήμισης βρήκε στην θεωρία της κάθαρσης τον καλύτερο συνεργάτη και βοηθό, αφού η διαφημιστική προπαγάνδα απευθύνεται μεθοδικά και συστηματικά στη συνειδητή και μη συνειδητή σφαίρα του

καταναλωτή με σκοπό να του διεγείρει τη φαντασία, να του αλλάξει την σκέψη και να τον οδηγήσει τελικά στο καταναλωτικό της αγαθό.

11. Ακόμη την θεωρία της κάθαρσης επικαλούνται και οι βιομηχανίες πολεμικών παιδικών παιχνιδιών και οι παραγωγοί φιλμ και βιντεοκασσετών με επιθετικό περιεχόμενο, οι οποίοι αφήνουν την θεωρία της κάθαρσης να απολογηθεί γι' αυτούς. Η χρήση πολεμικών παιχνιδιών και οι ρόλοι τους υποδύονται οι μικροί εκτονώνουν τα παιδιά και μειώνουν την επιθετική τους δραστηριότητα έτσι ώστε να μπορέσουν να γίνουν φιλειρηνικοί πολίτες. Το ίδιο και οι βιομηχανίες φιλμ και βιντεοκασσετών με επιθετικά περιεχόμενα τους προσφέρουν καλή υπηρεσία στο νέο και το παιδί αφού σύμφωνα με τις βασικές θέσεις της θεωρίας της κάθαρσης η παρουσία των σκηνών βίας και επιθετικότητας, μειώνει την ανθρώπινη επιθετική δράση. 11 (B. Βουϊδάουης 1992 σελ 40).

β. Θεωρίες της Αρνητικής Επίδρασης της Τηλεόρασης

β1. Η Θεωρία της Γενικής Συναισθηματικής Διέγερσης

Σύμφωνα με την θεωρία αυτή ¹² όχι μόνο οι σκηνές βίας και επιθετικότητας στην τηλεόραση αλλά και εκπομπές με άλλου είδους περιεχόμενο είναι δυνατόν να προκαλέσουν στο θεατή μια ασθενέστερη ή ισχυρότερη συναισθηματική διέγερση. 12

12. Ο θεατής περιέρχεται κατά τη θεά διαφόρων εκπομπών ή φιλμ κάτω από ορισμένες συνθήκες σε μια ψυχοφυσιολογική διέγερση κατά την οποία αυξάνεται εντελώς η ετοιμότητά 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 ποιά κατεύθυνση θα οδηγηθεί αυτή η αντίδραση. (B. Βουϊδάουης 1992 σελ 41)

Η θεωρία της γενικής συναισθηματικής διέγερσης υπάρχει σε δύο βασικές παραλλαγές. Οι εκπρόσωποι της μιας 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 ειδικά περιεχόμενα είναι σε θέση να αλλάξουν συναισθηματικές καταστάσεις διέγερσης.

Ο Ch.Mueller, 1977, (στον ίδιο), σ.49, προσθέτει ακόμα ^ε ότι δεν αρκεί μόνο η ύπαρξη του συναισθηματικού ερεθισμού που προκαλεί το τηλεοπτικό περιεχόμενο, για να εκδηλώσει ο τηλεθεατής επιθετική συμπεριφορά αλλά καθοριστικό ρόλο σ' αυτό παίζει και η ένταση που δημιουργείται. Αν σε όλα αυτά προστεθεί και μια αρνητική αξιολόγηση ενός περιεχομένου τότε οι τηλεθεατές οδηγούνται στην εκδήλωση μιας πολύ επιθετικής συμπεριφοράς.^{>>}

Οι εκπρόσωποι της δεύτερης παραλλαγής αποδίδουν μεγάλη σημασία στην ποιότητα του περιεχομένου του τηλεοπτικού φιλμ, που προκαλεί τη διέγερση.

Προσπαθώντας να το υποστηρίξει αυτό ο ερευνητής L.Bertowitz, 1981, (στον ίδιο), σ.50, παρουσίασε σε μια ομάδα ένα φιλμ, που περιείχε έναν αγώνα πυγμαχίας, και σε μια δεύτερη ομάδα ένα φιλμ με έναν αγώνα δρόμου.

Διαπίστωσε ότι τα άτομα και των δύο ομάδων παρουσίασαν συναισθηματική διέγερση, όμως το φιλμ με τον αγώνα πυγμαχίας προκαλεί περισσότερη επιθετικότητα.

Επομένως το περιεχόμενο μιας τηλεοπτικής εκπομπής έχει μεγάλη σημασία, και πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ιδιαίτερα όσον αφορά τους μικρούς τηλεθεατές τα παιδιά και τους νέους.

β2. Η Θεωρία του Ερεθισμού ή της Παρόρμησης

Σύμφωνα με την θεωρία αυτή η παρουσίαση σκηνών βίας και επιθετικότητας προκαλεί βραχυπρόθεσμη επιθετική ετοιμότητα στον τηλεθεατή. Αυτή όμως η ετοιμότητα για επιθετική συμπεριφορά πρέπει να προέρχεται από κάποιο συγκεκριμένο ερέθισμο, από κάποια συναισθηματική διέγερση, που υπάρχει μέσα στο ίδιο το περιεχόμενο του φιλμ το οποίο προβάλλεται.^ε (Β.Βουδασωνί 1992 σελ 50)

Πολλοί ερευνητές βασιζόμενοι στη θεωρία που ερμηνεύει την προέλευση της επιθετικότητας από τη ματαίωση, προσπάθησαν να διαπιστώσουν, κατά πόσο αυτή η ματαίωση σε συνδυασμό με την παρατήρηση και παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων είναι δυνατόν να αποτελεί γενεσιουργό αιτί συνισθηματικού ερεθισμού και επιθετική συμπεριφορά.

Κύριος εκφραστής της θεωρίας αυτής είναι ο L.Berkowitz, 1964, (στον ίδιο), σ.51,¹¹ ο οποίος διαπίστωσε στα πειραματικά του άτομα, ισχυρή συναισθηματική αντίδραση εναντίον του προσώπου που προκάλεσε την ματαίωση σαν συνέπεια δικαιολογημένης παράστασης βίας. Φάνηκε ακόμη ότι η επιθετικότητα εναντίον του προσώπου που προκάλεσε την ματαίωση, που αναστάλθηκε για ηθικούς λόγους, μετατοπίστηκαν σε άλλα αντικείμενα όχι όμως σε τρίτα ουδέτερα πρόσωπα.¹²

Ο R.C.Green, 1968, (στον ίδιο), σ.57, υποστηρίζει *"ότι η ματαίωση δημιουργεί την ετοιμότητα για επιθετικότητα, ωστόσο αυτή μόνη της αποτελεί ένα ασθενικό κίνητρο για να οδηγήσει σε επιθετική συμπεριφορά"*.

¹¹ Συνεχίζοντας αναφέρει ότι σαν πιθανή κύρια αιτία για την επιθετική συμπεριφορά, πρέπει να θεωρηθεί περισσότερο ο θυμός, που προκλήθηκε από κάποια προσβολή, η οποία είναι ισχυρότερη από την ματαίωση και όχι η εριστική διάθεση που προήλθε από κάποια ματαίωση!¹²

Σημαντική επίσης είναι η συμβολή της έρευνας των O.Kelmer και A.Stein, 1975, (στον ίδιο), σ.53, οι οποίοι κάνουν διάκριση της έννοιας της επιθετικότητας σε *"λειτουργική"* και *"δυσλειτουργική"*. Με την πρώτη εννοούν εκείνη την επιθετικότητα η οποία είναι σημαντική για την προώθηση και διατήρηση της ίδιας της ζωής και με την δεύτερη της καταστρεπτική επιθετικότητα.

Σε μία πειραματική ομάδα με παιδιά προβλήθηκε ένα φιλμ γουέστερν με επιθετικό περιεχόμενο και στη συνέχεια τα παιδιά οδηγήθηκαν να παίξουν δύο αντίθετους ρόλους. Στον πρώτο ρόλο τα παιδιά ήταν απαγωγείς και φύλακες των

ομήρων τους, με ψεύτικα όπλα, ενώ στο δεύτερο ρόλο υπήρξαν τα ίδια θύματα ομηρίας από άλλους απαγωγείς. Στην πρώτη περίπτωση δεν εκδήλωσαν καθόλου δυσλειτουργική επιθετικότητα εναντίον των απαγωγέων, ενώ αντίθετα στην δεύτερη σαν όμηροι, τους δόθηκε η ευκαιρία άρπαζαν το πιστόλι από τους απαγωγείς και έδειξαν εμφανείς λειτουργική επιθετικότητα εναντίον τους, εκδηλώνοντας έτσι μια σαφή αμυντική συμπεριφορά εναντίον μιας μαζικής και επικίνδυνης επίθεσης.

“ Η προσπάθεια των ερευνητών ήταν να μετατοπίσουν την επίδραση ή μη επίδραση των σκηνών βίας και επιθετικότητας των φιλμ στα παιδιά στην κοινωνικοπολιτιστική της διάσταση. Έτσι αποφασιστικό ρόλο για την εκδήλωση ή όχι των επιθετικών κινήτρων, παίζει η θετική ή η αρνητική αντιμετώπιση της επιθετικής πράξης μέσα σε ένα συγκεκριμένο ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο ναφοράς. Δηλαδή, εάν η επιθετική πράξη που πρόκειται να εκδηλωθεί, νομιμοποιείται από μη γενικά αποδεκτές ανάγκες του κοινωνικο-πολιτικού περιβάλλοντος, τότε αυξάνεται σημαντικά η πιθανότητα για πρακτική εφαρμογή των συγκεκριμένων τάσεων συμπεριφοράς. Αυτή η αυξημένη ετοιμότητα, για επιθετικές πράξεις δεν θα μπορέσει, παρά ελάχιστα ή καθόλου να γίνει πράξη εκεί όπου η εκδήλωση τέτοιων μορφών συμπεριφοράς θεωρείται ανεπιθύμητη από το κοινωνικό σύστημα αξιών.” (Β Βουδαωνή ν.α.α.α. α.α.α.)

“ Οξεία κριτική όμως δέχθηκαν τα συμπεράσματα της έρευνας αυτής από τον H.Selg ο οποίος θεωρεί μη επιτυχημένο τον εννοιολογικό διαχωρισμό “λειτουργική” και “δυσλειτουργική” επιθετικότητα, χαρακτηρίζοντας τον υποκειμενικό, με τον ισχυρισμό, ότι αυτό εξαρτάται κάθε φορά από την οπτική γωνία που εξετάζεται η επιθετικότητα από τον ερευνητή. Αυτή η “λειτουργική” επιθετικότητα αναφέρεται προφανώς στην υπεράσπιση της δικής μας ζωής, ενώ αντίθετα η ζωή του αντιπάλου μπορεί πολύ εύκολα να καταστραφεί, καθώς βρισκόμαστε σε κατάσταση άμυνας.”¹¹

Β3. Η Θεωρία της Κοινωνικής Μάθησης με Παρατήρηση

Σύμφωνα με τους υποστηρικτές της θεωρίας αυτής, η παρουσίαση σκηνών βίας και επιθετικότητας στην τηλεόραση, αποτελεί καθαρά μαθησιακή διαδικασία κατά την οποία ο τηλεθεατής μαθαίνει την επιθετική συμπεριφορά, όπως και κάθε άλλη κοινωνική συμπεριφορά.

“Ο κυριότερος εισηγητής της, ο A. Bandura, 1965, χαρακτηρίζει σαν σημαντικούς παράγοντες επίδρασης στη διαμόρφωση της επιθετικής καθώς και οποιαδήποτε άλλης, ανθρώπινης συμπεριφοράς, τις δομές της αντίληψης και τα κίνητρα που διαμορφώθηκαν κατά τη διαδικασία της κοινωνικοποίησης. Ο ερευνητής χαρακτηρίζει την τηλεόραση σαν ένα υπέροχο δάσκαλο αφού μετά από έρευνες διαπίστωσε ότι άτομα που έχουν το χρόνο να παρακολουθούν συχνά σκηνές βίας και επιθετικότητας έχουν περισσότερες πιθανότητες να επηρεαστούν από αυτές.

Ακόμη υποστηρίζει ότι υπάρχει διαχωρισμός μεταξύ της μάθησης σαν απόκτησης γνώσης και της πρακτικής της εφαρμογής σαν 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 κοινωνικοπολιτικές συνθήκες.” (Lott B. Βουδασουν 1992 6456)

Ο A. Bandura, 1965, ασχολήθηκε ακόμη και με την επίδραση ή μη επίδραση του τηλεοπτικού πρότυπου ανάλογα με τις τιμωρητικές ή τις επιβραβευτικές του συνέπειες. Η τιμωρία του τηλεοπτικού προτύπου είναι δυνατόν να ενισχύσει τις αναστολές της επιθετικότητας των τηλεθεατών ή ακόμη και να τις απωθήσει.

Ωστόσο η άμεση επιβράβευση του πρότυπου ασκεί μεγάλη επίδραση στους τηλεθεατές.

Ακόμη αν διαπιστώσει ο τηλεθεατής ότι υπάρχει κάποια ομοιότητα μεταξύ του εαυτού του και του προτύπου τότε η μαθησιακή διαδικασία είναι εντονότερη και οι επιδράσεις ισχυρότερες.

Όσον αφορά τα παιδιά ο A. Bandura, 1965, αναφέρει ότι μόνο εκείνοι οι τηλεοπτικοί ήρωες, οι οποίοι έχουν κάποια σημασία για τον κόσμο του παιδιού, που έχουν δηλαδή σημεία επαφής μ' αυτό, είναι δυνατόν να γίνουν πρότυπα και να ταυτισθούν μαζί τους. Ειδικότερα μια ομοιότητα στα σωματικά και πνευματικά χαρακτηριστικά του μικρού τηλεθεατή με το τηλεοπτικό πρότυπο, καθώς και η ομοιότητά του, στην ηλικία, στο φύλο ή την κοινωνική καταγωγή τα οδηγούν άμεσα στην ταύτιση μαζί του, και επομένως σε ευκολότερη μάθηση, αποδοχή και επανάληψη των πράξεών του σε κάποια δεδομένη στιγμή.¹⁾

Ακόμη 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 επιτυγχάνεται η διαδικασία της μίμησης της συγκεκριμένης συμπεριφοράς.

Ιδιαίτερη βαρύτητα όμως έχει το γεγονός ότι μέσα στον κοινωνικο-πολιτιστικό περίγυρο, όπου οι άνθρωποι αλληλοεπηρεάζονται και διαμορφώνουν την κοινωνική τους συμπεριφορά, εκτός από το ότι εκδηλώνεται κάποια στιγμή σε αυτό το χώρο, είναι δυνατόν να μεταβιβαστεί και στην συνέχεια να μαθευτεί και από άλλα μέλη της κοινωνικής ομάδας του τηλεθεατή.²⁾

Ο A. Bandura, 1965, παρατηρεί ότι η ενδοανθρώπινη συμπεριφορά είναι κοινωνική και όχι ατομική υπόθεση. Έτσι αυτοί που δεν βλέπουν συχνά τηλεόραση, μπορεί να επηρεαστούν από την τηλεοπτική βία, μαθαίνοντάς την από την συμπεριφορά των τηλεθεατών.³⁾

Αντίθετα το ιδιαίτερο πλησίασμα των παιδιών και προπάντων μια ειλικρινής και φιλική συζήτηση μετά το τέλος μίας ταινίας με επιθετικό και βίαιο περιεχόμενο είναι δυνατόν να προκαλέσει νέες μαθησιακές διαδικασίες που θα ανακόψουν κάθε ετοιμότητα για μελλοντική εκδήλωση παρόμοιας επιθετικής συμπεριφοράς. Και η ευθύνη πέφτει κατά κύριο λόγο στους γονείς. Μέσα από την

συζήτηση θα έχουν τις κατάλληλες προϋποθέσεις, ώστε την αρχική μάθηση με παρατήρηση, να διαδεχθεί μια νέα θετική μαθησιακή διαδικασία κατά την οποία τα παιδιά θα μαθαίνουν, να αντιπαρέχονται την προβαλλόμενη στην τηλεόραση επιθετικότητα χωρίς να επηρεάζονται απ'αυτήν.)

Ωστόσο δεν απέφυγε και η θεωρία της κοινωνικής μάθησης με παρατήρηση τις επικρίσεις των υποστηρικτών των άλλων θεωριών. Εναντίον της, ασκήθηκε κριτική που αναφέρεται κυρίως

σε μεθοδολογικές αδυναμίες σε παραλήψεις εξετάσεις και αξιολόγηση σημαντικών μεταβλητών και σε έλλειψη αξιοπιστίας των τελικών συμπερασμάτων της.

Β4. Η θεωρία της Κοινωνικής Μάθησης με Μίμηση

Η θεωρία της κοινωνικής μάθησης με μίμηση (είναι μια θεωρία συναφής και συγγενική με τη θεωρία της κοινωνικής μάθησης με παρατήρηση η οποία στη διεθνή βιβλιογραφία ταυτίζεται πολλές φορές με αυτή.

Βασική της θέση είναι ότι το τηλεοπτικό επιθετικό πρότυπο είναι δυνατόν να γίνει αντικείμενο μίμησης από τους τηλεθετές και κυρίως 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 στη θεωρία αυτή είναι ο A. Bandura, 1961, και οι συνεργάτες του, (οι οποίοι μετά από μια σειρά πειραματικών ερευνών οδηγήθηκαν στο συμπέρασμα ότι τα παιδιά που είδαν ένα φιλμ με επιθετικό περιεχόμενο μιμήθηκαν το επιθετικό πρότυπο και παρουσίασαν λιγότερες αναστολές από άλλα άτομα που δεν είδαν το επιθετικό πρότυπο.)

Και σε αυτή τη θεωρία, όπως και στην προηγούμενη οι ερευνητές εξετάζουν τον ρόλο που παίζει η ενίσχυση θετική ή αρνητική της συμπεριφοράς του επιθετικού πρότυπου και η επίδραση που ασκεί στη μίμηση και ειδικά στα παιδιά, τα οποία

έχουν ιδιαίτερη ικανότητα να μιμούνται τη συμπεριφορά των μεγάλων.

¹⁷Ο A. Bandura μετά από κάποια πειράματα διαπίστωσε ότι όταν το πρότυπο στην παρουσιαζόμενη σκηνή βίας και επιθετικότητας τιμωρείται, τότε τα παιδιά μιμούνται πολύ λιγότερο αυτή τη συμπεριφορά παρά όταν αυτό το πρότυπο ανταμειφθεί ή δεν τιμωρηθεί καθόλου!

Υπάρχουν όμως και κάποιοι άλλοι ερευνητές οι οποίοι ισχυρίζονται ότι η μίμηση του επιθετικού προτύπου στην τηλεόραση είναι εντελώς ανεξάρτητη από την τιμωρία ή την επιβράβευση, ενώ αναφέρουν ότι παιδιά που είδαν το πρότυπο να τιμωρείται και που αυτά δεν μιμήθηκαν ήταν ωστόσο σε θέση να αναπαράγουν τις επιθετικές σκηνές και μάλιστα με μεγάλη ακρίβεια.

¹⁸Ακόμη υποστηρίζουν ότι η παρουσίαση πραγματικής βίας, επιδρά στους τηλεθετές, και κυρίως στα παιδιά περισσότερο από όσο η επινοημένη βία, και γι'αυτό υπάρχουν περισσότερες πιθανότητες να τη μιμηθούν στην κοινωνική τους ζωή. ¹⁹

Η σχέση ομοιότητας ή ανομοιότητας του επιθετικού τηλεοπτικού προτύπου, με τους αποδέκτες αναφορικά με τις μεταβλητές ηλικία και φύλο, παίζει σημαντικό ρόλο.

Σύμφωνα με τον A. Bandura, 1961m *"τα αγόρια μιμούνται την επιθετική συμπεριφορά ενός αντρικού προτύπου, περισσότερο από ότι 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".

²⁰Όπως αναφέρθηκε στην αρχή η θεωρία αυτή δεν εκπροσωπείται πολύ στη διενή βιβλιογραφία. Έτσι τη θέση της στην σύγχρονη έρευνα καταλαμβάνει μία διαφοροποιημένη μορφή της, η θεωρία της μίμησης με υποβολή. Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία η μετάδοση από τα MME, τόσο της επινοημένης βίας όσο και η γνωστοποίηση ιδιαίτερα σημαντικών κοινωνικών γεγονότων, έχουν τη δύναμη να

επηρεάζουν βραχυπρόθεσμα τους αποδέκτες τους, με συνέπεια να τους υποβάλλουν και να τους οδηγούν στην μίμηση εκείνων των επιθετικών πράξεων, που μεταδόθηκαν.²⁾

Κύριος υποστηρικτής της θεωρίας αυτής είναι ο D.P.Phillips, 1981, (στον ίδιο, σ.64) ο οποίος προσπάθησε 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.

Μετά από κάποιες στατιστικές καταφέρει τελικά συγκρίνοντας τα γεγονότα να διαπιστώσει ότι υπάρχει στενή σχέση μεταξύ των επινοημένων τηλεοπτικών αυτοκτονιών στις σαπουνόπερες και στις πραγματοποιημένες αυτοκτονίες.

✓ Σύμφωνα με τη θεωρία της μίμησης είναι δυνατόν μια πραγματική αυτοκτονία μιας μεγάλης προσωπικότητας ή ενός δημοφιλούς ηθοποιού να οδηγήσει σε μια σειρά αυτοκτονιών μεταξύ των τηλεθεατών οι οποίοι πληροφορήθηκαν το συμβάν.

Όπως αναφέρει ο M.V.Parrow, 1968, οι ενήλικες αγαπούν περισσότερο εκείνους τους πρωταγωνιστές της τηλεόρασης με τους οποίους πιστεύουν ότι έχουν μεγάλη ομοιότητα.

Αυτή ακριβώς η ομοιότητα οδηγεί στην ταύτιση και στην παρανοική αγάπη που υποβάλλει και προκαλεί την αυτοκτονία του τηλεθεατή στην προσπάθειά του να μιμηθεί και ο ίδιος την πράξη του ειδώλου του.³⁾

β5. Η Θεωρία της Δικαιολόγησης της Επιθετικής και της Εγκληματικής Συμπεριφοράς

⚡ Η θεωρία αυτή αποτελεί την πιο ακραία μορφή της ομάδας των θεωριών της αρνητικής επίδρασης των ΜΜΕ και θεωρεί κυρίως την τηλεόραση, με τις σκηνές βίας και επιθετικότητας σαν το μοναδικό υπαίτιο για την ύπαρξη της πραγματικής βίας, της επιθετικότητας και της εγκληματικότητας στην κοινωνική ζωή. >>

Μια βάση και ενίσχυση αυτής της θεωρίας, δόθηκε από τις επικρατούσες σε διάφορες κοινωνικές ομάδες απόψεις, ότι δεν φταίει ποτέ ο εγκληματίας για το έγκλημα και το φόνο που διέπραξε.

Από μερικούς ερευνητές υποστηρίζεται, ότι ένα μεγάλο μέρος της επιθετικότητας και της εγκληματικότητας στηρίζεται στην επιχειρούμενη σε μεγάλο βαθμό και νομικά αναγνωρισμένη υπεράσπιση του εγκλήματος με τη μορφή της δικαιολόγησης της αποκλίνουσας συμπεριφοράς.

Είναι δικαιολογημένη και κατανοητή η προσπάθεια δικαιολόγησης μιας επιθετικής και εγκληματικής πράξης από τον ίδιο το δράστη, ο οποίος κινητοποιεί κάθε αμυντικό μηχανισμό με απώτερο σκοπό να αποποιηθεί έστω και ένα μέρος της ευθύνης που τον βαρύνει και να τη μεταθέσει σε κάποιον ή σε κάτι άλλο ακόμη και στο ίδιο το θύμα του ή στις υπάρχουσες κοινωνικές νόρμες.

«Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την δικαιολόγηση του εγκλήματος παρουσιάζει η άποψη του E. Durkheim, όπου σύμφωνα με αυτόν το έγκλημα είναι ομαλό στοιχείο της κοινωνικής ζωής γιατί δεν μπορεί να υπάρξει κοινωνία τελείως απαλλαγμένη από αυτό, και ότι το έγκλημα είναι αναγκαίο!»

Πολλοί ερευνητές, κατηγορούν την τηλεόραση και την προβαλλόμενη βία και επιθετικότητα, ότι προκαλεί την ολοκληρωτική από ευαισθητοποίηση των τηλεθεατών, έτσι ώστε να τολμούν να ανακηρύσσουν τους εαυτούς τους αθώους και να θεωρούν μοναδικό υπεύθυνο για όλα την τηλεόραση.

Σύμφωνα με την M. Winn, 1984, *"τα παιδιά που επηρεάζονται από τις επιθετικές σκηνές, αλλάζουν συμπεριφορά και μπορούν να σκοτώσουν, να βασανίσουν και να βιάσουν ανθρώπους. Τους προκαλεί επίσης μια μορφή συναισθηματικής απομάκρυνσης κι αποξένωσης που τους επιτρέπει να κάνουν κάποιο έγκλημα, χωρίς να αισθάνονται ανθρώπινα φυσιολογικά αισθήματα, όπως ενοχές ή μεταμέλεια. Θεωρούν ότι έχουν να κάνουν με άψυχα αντικείμενα και όχι με ανθρώπους"*.

Εκφράζεται από πολλούς ερευνητές η άποψη ότι και η ίδια η απασχόληση των ειδικών και ιδιαίτερα ο υπερτονισμός από αυτούς της άποψης ότι η επίδραση της τηλεόρασης είναι τεράστια, ενισχύει την ετοιμότητα μερικών τηλεθεατών και τους βοηθά να αποπειραθούν ένα έγκλημα, με την πεποίθηση ότι γι' αυτό δεν θα είναι οι ίδιοι υπεύθυνοι αφού και από τους ειδικούς είναι αποδεκτή η παραπλανητική ιδιότητα της τηλεόρασης. Εγκληματίες και βιαστές αλλά και οι συνήγοροί τους τολμούν και αρνούνται κάθε ευθύνη για την εγκληματική τους συμπεριφορά, παραπέμποντας στο ειδώλιο του κατηγορουμένου σαν υπεύθυνη την τηλεόραση και το μεγάλο τους δάσκαλο.

Όσο και αν φαίνεται αστήρικτη αυτή η θεωρία, και όσο και αν υποτιμάται ή παραβλέπεται η δύναμη της ανθρώπινης προσωπικότητας για ελεύθερη σκέψη και πράξη, υπάρχει ωστόσο στο βάθος η μεγάλη ευθύνη της τηλεόρασης. Θα μπορούσε και αυτή με τη σειρά της να αποποιηθεί της ευθύνης και να την μετατοπίσει σε όλους εκείνους που βρίσκονται τόσο πίσω όσο και μπροστά από την οθόνη. Και αυτοί δεν είναι παρά τα ίδια τα μέλη της κοινωνίας, της οποίας η ίδια η τηλεόραση παρουσιάζει την εικόνα.^ρ

Μεγάλο μέρος της ευθύνης ανήκει στις άδικες κοινωνικές δομές και στη δομική βία, την οποία αναπαράγει η τηλεόραση.

Οι αρνητικές επιδράσεις της τηλεόρασης όμως δεν περιορίζονται μόνο μέσα από την προβολή βίας και επιθετικότητας, αλλά προχωράνε ακόμα πιο μακριά. Μερικές από αυτές τις επιμέρους επιδράσεις θα αναφερθούν στην συνέχεια.

7. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Η Μαρί Γουίν 1986, σ.41, αναφέρει ότι παλιά, ο χώρος όπου το παιδί μπορούσε να ασκήσει την γλωσσική του ικανότητα ήταν η οικογένεια. Σήμερα οι λέξεις και οι φράσεις που χρησιμοποιούν οι γονείς εκπέμπονται και από την τηλεόραση, ενώ πολλοί γονείς πιστεύουν ότι το παιδί τους θα ωφεληθεί να παρακολουθήσει ένα

τηλεοπτικό πρόγραμμα.

Υπάρχουν πολλές μαρτυρίες ότι τα παιδιά της σχολικής ηλικίας δεν μαθαίνουν από τις τηλεοπτικές εκπομπές. Έρευνες έδειξαν ότι μπορεί τα παιδιά να ευχαριστιούνται από τις εκπομπές που βλέπουν αλλά η κατανόηση των όσων συμβαίνουν στην οθόνη είναι πολύ μικρή.

Τα παιδιά παρακολουθούν παιδικές εκπομπές χωρίς να κερδίζουν γλωσσικά τόσο όσο θα κέρδιζαν από τις προσωπικές εμπειρίες της πραγματικής ζωής και ακόμα παρακολουθούν εκπομπές με αφοσίωση χωρίς να τις καταλαβαίνουν.

Η συγγραφέας συνεχίζει και σημειώνει ότι κάποιες πλευρές της ανάπτυξης του εγκεφάλου μπορεί να επηρεαστούν σοβαρά από την υπερβολική παρακολούθηση γιατί μερικές από αυτές τις πλευρές σχετίζονται με την ικανότητα του εγκεφάλου να χειρίζεται τα προφορικά και τα μη προφορικά μηνύματα!

Ο εγκεφαλικός φλοιός από όπου εξαρτώνται οι ανώτερες μορφές σκέψης, οι χαρακτηριστικές του ανθρώπινου είδους, έχει δύο ημισφαίρια ξεχωριστά συνδεδεμένα μεταξύ τους με ένα πλέγμα από νεύρα. Κάθε ημισφαίριο ελέγχει τις φυσικές κινήσεις της αντίθετης πλευράς του σώματος, αλλά η σημαντικότερη διαφορά ανάμεσα στα δύο ημισφαίρια αφορά τον έλεγχο που ασκεί ο εγκέφαλος στον προφορικό και μη προφορικό λόγο.

Το αριστερό ημισφαίριο είναι αυτό που καθοδηγεί το μεγαλύτερο μέρος των προφορικών και λογικών δραστηριοτήτων του εγκεφάλου γι' αυτό και είναι γνωστό ως "κυρίαρχο ημισφαίριο". Όταν ένα βρέφος έρχεται στη ζωή αφού δεν κατέχει ακόμη τον προφορικό λόγο καταφεύγει σε κάποια μη λεκτική μορφή σκέψης. Η εικόνα του κανονικού ανθρώπινου προσώπου υπάρχει στο μυαλό του παιδιού, μια εικόνα που δεν συνοδεύεται από λέξεις. Μέχρι το παιδί να αρχίσει να μιλάει απορροφάει εμπειρίες με τη μη λεκτική σκέψη.

Αν το παιδί στη διάρκεια του πρώτου σταδίου δέχεται υπερβολικά ερεθίσματα μη λεκτικής σκέψης, υπάρχει πιθανότητα να επηρεαστεί η νευρολογική του

ανάπτυξη. Η παρακολούθηση της τηλεόρασης είναι βασικά οπτική μη λεκτική εμπειρία για το παιδί γι' αυτό και δεν προάγεται η γλωσσική του ικανότητα.

Αρκετά πειράματα που έγιναν από ερευνητές απέδειξαν ότι στα πρώτα χρόνια της ανάπτυξης ενός οργανισμού υπάρχουν χρονικά διαστήματα ιδιαίτερα ευαίσθητα για την εξέλιξη, οπότε η απουσία ή η παρουσία ορισμένων εμπειριών παίζει αποφασιστικό ρόλο για την κανονική ανάπτυξη του εγκεφάλου.,

Ο γλωσσολόγος Maurice Merleau Ponty, (στην ίδια) αναφέρει ότι *"υπάρχει μια χρονική περίοδος όπου το παιδί είναι ιδιαίτερα ευαίσθητο ως προς τη γλώσσα, μαθαίνει τελειότερα. Αν στην περίοδο αυτή το παιδί δεν βρεθεί σε περιβάλλον όπου βρίσκονται άνθρωποι να μιλάνε, δεν θα μπορέσει ποτέ να μιλήσει με την ίδια ευκολία, που μιλούν όσοι έμαθαν τη γλώσσα στην κατάλληλη αυτή ηλικία"*.

Η σωστή ανάπτυξη του παιδιού απαιτεί πολλές ευκαιρίες για να αποκομίσει εμπειρίες. Όταν οι γονείς το τοποθετούν μπροστά στην τηλεόραση, το παιδί τους γίνεται παθητικός τηλεθεατής, φυλακισμένος των αισθήσεών του, όπως ήταν όταν η μη λεκτική σκέψη αποτελούσε το μόνο μέσο μάθησης.

8. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΒΑΣΜΑ

Ο J. Cazeneuve, 1979, σ.193, αναφέρει¹¹ ότι ο χρόνος που οι άνθρωποι καταναλώνουν μπροστά στο δέκτη ήχων και εικόνων αποκλείονται από την ανάγνωση¹²

Σε μια έρευνα που έγινε στην Γαλλία φάνησε ότι δύο στους τρεις τηλεθεατές παραδέχονται ότι διαβάζουν λιγότερο από τότε που απέκτησαν τηλεοπτική συσκευή.

¹¹ Ο συγγραφέας όμως παρατηρεί ότι πιθανόν η τηλεόραση να έχει ευεργετικό αποτέλεσμα τουλάχιστον, σε εκείνους που δεν διαθέτουν επαρκή μόρφωση, παραμένουν χωρίς κατευθύνσεις και περιορίζονται να διαβάζουν οτιδήποτε.¹²

Έχει παρατηρηθεί ότι ορισμένα λογοτεχνικά έργα, για τα οποία μίλησαν στην τηλεόραση μπόρεσαν εξ αιτίας αυτής της αναφοράς να γνωρίσουν μεγάλη επιτυχία.

Η Μαρί Γουίν, 1986, σ.55,¹ αναφέρει ότι πριν εμφανιστεί η τηλεόραση ένα μικρό παιδί είχε πολύ περιορισμένες δυνατότητες να πλησιάσει τις συμβολικές παραστάσεις της πραγματικότητας. Μη μπορώντας να διαβάσει έμπαινε στον κόσμο της φαντασίας με ιστορίες που του έλεγαν οι μεγάλοι ή τους διάβαζαν. Από τότε που εμφανίστηκε η τηλεόραση, το παιδί μπόρεσε να μπει και να παραμείνει για ώρες στον κόσμο της φαντασίας, μόνο του, με ανθρώπους και πράγματα που δεν μπορεί να αγγίξει και χωρίς κάποιον ενήλικα να τον καθοδηγεί.¹⁾

Έτσι και η ανάγνωση που παλιά ήταν αποκλειστική πηγή για εμπειρίες φαντασίας έχει περιοριστεί λόγω της τηλεόρασης.

// Συνεχίζοντας σημειώνει ότι η μεγαλύτερη διαφορά ανάμεσα στις αναγνωστικές εικόνες και στις εικόνες που δεχόμαστε βλέποντας τηλεόραση είναι ότι διαβάζοντας δημιουργούμε τις δικές μας εικόνες βασισμένες στις δικές μας εμπειρίες, ενώ όταν βλέπουμε τηλεόραση απλά δεχόμαστε αυτά που μας προσφέρονται.¹⁾

“ Ο αναγνώστης δημιουργεί ενώ ο τηλεθεατής δεχεται παθητικά. Διαβάζοντας, ο αναγνώστης φτιάχνει τις δικές του εικόνες και είναι σαν να δημιουργεί το δικό του μικρό τηλεοπτικό πρόγραμμα με αποτέλεσμα μια εμπειρία αληθινή τροφή για τη φαντασία. Αντίθετα η τηλεόραση αιχμαλωτίζει τη φαντασία. Ένα καλό βιβλίο μπορεί να δώσει ερεθίσματα στο πνεύμα και ταυτόχρονα να το ελευθερώσει. Η ανάγνωση απασχολεί το μυαλό αλλά δεν υπνωτίζει ούτε βγάζει τον αναγνώστη από τις υποχρεώσεις του. Τα βιβλία μπορείς να τα ελέγχεις, ενώ η τηλεόραση σε ελέγχει.¹⁾

Ένα άλλο πρόβλημα είναι ότι τα παιδιά που έχουν κάποια δυσκολία στην ανάγνωση καταφεύγουν πολύ πιο εύκολα στην τηλεόραση για να διώξουν την πλήξη τους.

⁹ Το τελευταίο πρόβλημα είναι ότι μαζί με την υποβάθμιση της ανάγνωσης παρατηρείται και μια δυσκολία στη γραπτή έκφραση των μαθητών. Έχει

παρατηρηθεί σε κολλέγια και πανεπιστήμια η αδυναμία σπουδαστών να συντάξουν σωστά ένα κείμενο ή να λύσουν απλά προβλήματα αριθμητικής.

Η κάμψη στην ανάγνωση και στη γραφή παρατηρείται γιατί η τηλεόραση έγινε αιτία για τους μαθητές, να μην μάθουν ορισμένα βασικά στοιχεία έκφρασης που τα αποκτάει κανείς κυρίως με το διάβασμα.^{>>}

Ένας καθηγητής γυμνασίου λέει: *"Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η επιτυχία του μαθητή εξαρτάται κατά πολύ από το λεξιλόγιό του, και για να καταλαβαίνει ότι διαβάζει αλλά και για να γράφει λογικά. Και δεν υπάρχει άλλο μέσο να αποκτήσει ένα καλό λεξιλόγιο παρά μόνο το διάβασμα"*.

9. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ο J. Gazeneune, 1979, σ.128, γράφει ότι *"λίγο-πολύ, όλοι αγαπούμε το θέατρο σκιών. Ο λόγος είναι ότι μας κάνει να ξεφύγουμε για λίγο από την επαφή με την πραγματικότητα και γιατί τη δαμάζει μετατρέποντάς τη σε θέαμα"*.

" Οι πιο σημαντικές λειτουργίες για όποιον θέλει να κατανοήσει το ρόλο της τηλεόρασης και τους λόγους της επιτυχίας της είναι η διάκριση ανάμεσα στη λειτουργία της πραγματικότητας και στη λειτουργία της φυγής.¹¹

Η τηλεόραση συνεχίζει ο συγγραφέας βοηθεί τον άνθρωπο να ξεφύγει από τον εαυτό του και με αυτή την έννοια γίνεται παράγοντας φυγής. Αυτό το θέατρο σκιών μπορεί να αναζητά το θεαματικό μέσα στην ρουτίνα, μπορεί να καθυσηχάζει και να διαταράσσει. Τελικά προτείνει ένα διάλειμμα στην καθημερινή ζωή και ανοίγει ένα άλλο παράθυρο από το μοναδικό της καθημερινότητας. Πολλές φορές καθόμαστε και παρακολουθούμε μια εκπομπή ακόμη και αν δεν την θεωρούμε ενδιαφέρουσα, και αυτό συμβαίνει γιατί με την παθητική παράσταση ξεφεύγουμε από τον εαυτό μας, και το περιβάλλον μας και μεταστασμεύουμε σε ένα άλλο κόσμο, εκεί όπου όλα είναι πιθανά και εξελίσσονται χωρίς την επέμβασή μας.

Η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, σ.309, αναφέρει σχετικά με το θέμα¹ ότι ο σύγχρονος άνθρωπος καταναλώνοντας τα προϊόντα των μέσων μπορεί να κινηθεί σε κόσμους άλλους από το δικό του, να αποκτήσει κοινωνική ταυτότητα και να παίξει κοινωνικούς ρόλους που στην καθημερινή του ζωή είναι εντελώς απρόσιτος².

Στον πραγματικό κόσμο του ονείρου που κατασκευάζουν τα ΜΜΕ επικρατεί πάντα η δικαιοσύνη. Π.Χ. οι ήρωες, δεν πίνουν, δεν καπνίζουν και αποτελούν υπόδειγμα για τη δημοκρατική τους στάση και συμπεριφορά.

Ακόμη ένα κυρίαρχο στοιχείο αυτού του κόσμου είναι η αγάπη. Μπροστά στην αγάπη τίποτα δεν μετράει αλλά και τίποτα δεν μπορεί να αντισταθεί στην δύναμή της. Όσον αφορά το κεντρικό πρόσωπο αυτού του κόσμου, είναι συνήθως άτομα ανώτερης ταξικής προελεύσεως, με υψηλά εισοδήματα, κοινωνικό γόητρο και κοινωνική δύναμη.

¹ Τελικά ο καταναλωτής των μηνυμάτων των ΜΜΕ ζει σε ένα κόσμο όπου η φαντασία είναι πιο πραγματική από την πραγματικότητα και όπου η εικόνα έχει περισσότερο αξιοπρέπεια από το προτότυπο. Τα μηνύματα των ΜΜΕ δίνοντας διέξοδο στις καταπιεσμένες επιθυμίες φιλοδοξίες και όνειρα του ανθρώπου τον καθηλώνουν στο επίπεδο της φαντασίωσης και της αυταπάτης.²

Η Μαρί Γουίβ, 1986, σ.75, αναφέρει "ότι η υπερβολική παρακολούθηση της τηλεόρασης δεν θολώνει μόνο τη διάκριση ανάμεσα στο αληθινό και μη αληθινό, αλλά αμβλύνει και την ευαισθησία απέναντι στα πραγματικά γεγονότα γιατί, όταν μειώνεται το πραγματικό στοιχείο σε μία κατάσταση τότε οι άνθρωποι αντιδρούν σαν απλοί θεατές".

Σε ένα πείραμα που έγινε για να εξετασθούν οι συγκινησιακές αντιδράσεις των παιδιών σχετικά με τη βία παρατηρήθηκε ότι τα παιδιά που είχαν παρακολουθήσει αρκετές ώρες τηλεόραση είχαν ελάχιστες αντιδράσεις.

Είχαν συνηθήσει να βλέπουν θεάματα που προκαλούν έξαψη ώστε η ευαισθησία τους είχε αμβλυνθεί τελείως.

Σχετικά με το θέμα αυτό η Κρ.Λαστρέγκο, 1991, σ.78, αναφέρει ότι "οι εκπομπές βίας μπορεί να έχουν δύο αντίθετα αποτελέσματα: ή να υπερευαίσθητοποιήσουν φέρνοντας στην επιφάνεια άχρηστους φόβους ή να αναισθητοποιήσουν καθιστώντας τα παιδιά αδιάφορα".

Ο Μπεντζαμίν Σποκ, (στην ίδια), σ.78, σε μια συνέντευξη του, είπε ότι "σήμερα πιά ξέρουμε ότι κάθε φορά που βλέπει κανείς μια σκηνή βίας, είτε είναι παιδί, είτε ενήλικας υφίσταται μια επίδραση αναισθητοποίησης. Το αποτέλεσμα είναι ότι στο τέλος μένουμε αδιάφοροι".

10. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΑΙΧΝΙΔΙ

Η Μαρί Γουίν, 1986,σ.17, αναφέρει ότι ^{//} δεν χρειάζονται έρευνες για να αποδείξουν ότι η συχνή παρακολούθηση τηλεόρασης εμποδίζει τα παιδιά να παίξουν. Υπάρχει όμως και η άποψη ότι η τηλεόραση επηρεάζει και την ποιότητα του παιχνιδιού.[!]

Μαρτυρίες από εκπαιδευτικούς λένε ότι τα παιδιά δεν παίζουν όπως έπαιζαν παλιά. Δεν παίζουν ζωντανά παιχνίδια όπως παλιά. Προτιμούν να μένουν καθισμένα και να διασκεδάζουν με επιτραπέζια παιχνίδια. Ακόμη δεν διαθέτουν μεγάλη φαντασία, ούτε στην έκφραση, ούτε στον τρόπο που παίζουν ή που επινοούν διάφορες ασχολίες.

Παρατηρείται μια έντονη παθητικότητα στα παιχνίδια των παιδιών. Ενδιαφέρονται προς στιγμή για κάτι αλλά γρήγορα χάνουν το ενδιαφέρον τους, και κυρίως όταν πρέπει να κάνουν κάποια προσωπική προσπάθεια.

Αυτές οι μαρτυρίες κρύβουν το μήνυμα ότι τα παιδιά ύστερα από την εμπειρία της τηλεοπτικής παρακολούθησης αρέσκονται στην παθητικότητα.

⁽⁽ Το παιχνίδι είναι μια πολύ σοβαρή υπόθεση για το παιδί για την ανάπτυξη του. Το παιδί στην αρχή δεν παίζει με τα άλλα παιδιά αλλά παράλληλα όταν μεγαλώσει λίγο αρχίζει να συμμετέχει σε μία κοινωνική μορφή παιχνιδιού όπου

υπάρχει κάποια συνεργασία. Αυτό το παιχνίδι δοκιμάζει και ασκεί το παιδί πολύ περισσότερο από ότι το μοναχικό παιχνίδι. Θα μάθει να παραβλέπει κάπως τις επιθυμίες του, να ελέγχει τον εαυτό του και να βρίσκει όχι βίαια μέσα για να πετύχει τους σκοπούς του. Καθώς τα παιδιά μεγαλώνουν το παιχνίδι τους γίνεται όλο και πιο κοινωνικό και η ικανότητά τους να ελέγχουν την συμπεριφορά τους και να επηρεάζουν τις πράξεις των άλλων αποκτάει όλο και πιο μεγάλη σημασία για την ένταξή τους στην κοινωνία των ενηλίκων¹⁾.

Η Κρ. Λαστρέγκο, 1991, σ.16 γράφει ότι τα παιχνίδια είναι κάτι πολύ σημαντικό γιατί ερεθίζουν τη φαντασία και βοηθάνε τα παιδιά να μπουν σε πολλούς διαφορετικούς ρόλους.

Το παιχνίδι μπορεί να συγκριθεί με το βιβλίο γιατί και τα δύο ερεθίζουν τη φαντασία του παιδιού και προκαλούν τη συμμετοχή του. Ακόμη υπάρχουν καλά παιχνίδια που βοηθάνε το παιδί να ωριμάσει να επινοήσει να δημιουργήσει φίλιες και παρέες, υπάρχουν παιχνίδια λιγότερο καλὰ που σε απομόνωση και υπάρχουν παιχνίδια που προβάλλουν όνειρα και προσδοκίες προς λάθος κατεύθυνση.

¹⁾ Παλιά τα πιο διαδεδομένα παιχνίδια ήταν απλά σύμβολα αφηρημένα με υπόδειγμα την κούκλα από κουρέλια, το καλάμι αντί για άλογο ή τα ξύλινα κυβάκια για τις κατασκευές.

Σήμερα υπάρχουν μοντέρνες κούκλες και κούκλοι που χάρη στην εμφάνισή τους τα εξαρτήματά του και την διαφήμιση αποτελούν ένα πολύ συγκεκριμένο μοντέλο.²⁾

Π.χ. Η Μπάρμπυ δεν είναι απλώς μια κούκλα, αλλά ένα ολόκληρο όραμα του κόσμου και ένας τρόπος ζωής που περιέχονται μέσα στον πλούσιο κατάλογο ο οποίος την παρουσιάζει μαζί με τα πολλά της συμπληρωματικά εξαρτήματα. Αυτά τα παιχνίδια γράφει η συγγραφέας *"αντί να χρησιμεύουν στο παιδί ώστε να μπορεί να ζει προβάλλοντας πάνω τους το δικό του όνειρο, είναι εκείνα που του προβάλλουν μοντέλα ζωής και μύθους σχετικούς με τη μόδα της στιγμής που ανανεώνονται ασταμάτητα από τη μια χρονιά στην άλλη από τον ένα κατάλογο στον άλλο"*.

11. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Όπως αναφέρει η Μαρί Γουίν, 1986,σ.90, υπάρχει κάτι που κάνει την τηλεόραση να ξεχωρίζει από όλες τις τεχνολογίες του παρελθόντος και που άλλαξε την κοινωνία. Καμμία άλλη εφεύρεση δεν επηρεάζει το πιο ευαίσθητο μέρος του πληθυσμού, τα παιδιά τόσο άμεσα και ταυτόχρονα τόσο ανυποψίαστα.

“ Αυτή η γενιά που μεγάλωσε με υπερβολικές δόσεις τηλεόρασης, παρουσιάζει κάποιες διαφορές που μπορούν να ενταχθούν στην κατηγορία της μη λεκτικής σκέψης.

Παρουσιάζεται δηλαδή πολύ πιο έντονη η επικοινωνία χωρίς λέξεις, μια επικοινωνία που δεν χρησιμοποιεί το λόγο. Η μοναδική μορφή επικοινωνίας που δεν έχει αλλάξει είναι η σεξουαλικότητα από την οποία εξαρτάται η διαίωσιση του είδους.

Παλιά οι νέοι άνθρωποι δημιουργούσαν βαθιές ανθρώπινες σχέσεις συνομιλώντας ανταλλάσσοντας πληροφορίες και σκέψεις, ενώ σήμερα, είναι γνωστό το θέαμα των νέων που κρατούνται από το χέρι και που επικοινωνούν χωρίς να μιλούν.

Οι περιγραφές της σκέψης και της συμπεριφοράς αυτής της γενιάς συγκλίνουν για να δείξουν την υπεροχή αυτού που θα λέγαμε *“τρόπους σκέψης του δεξιού ημισφαιρίου”*. Οι ειδικοί εννοούν με αυτό ότι ο λογικός διάλογος τελείωσε σαν τρόπος επικοινωνίας και ότι οι νέοι σήμερα εκθειάζουν την φυγή από τον λόγο.

Ο Theodore Reszak , (στην ίδια), σ.92, περιγράφει αυτή τη νέα γενιά της τηλεόρασης ως εξής: *“η όχι λογική σκέψη, η απουσία φιλοδοξίας και διάθεση ανταγωνισμού, η αδιαφορία για αναζήτηση αξιών, η στροφή προς τα έξω και η φυγή μακριά από το λόγο, την πραγματικότητα και τη διανοητική δραστηριότητα, είναι τα χαρακτηριστικά του τρόπου λειτουργίας του δεξιού ημισφαιρίου”*.

12. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ

Όπως αναφέρει η Μ.Σεραφετινίδου, 1987,σ.117, "παραδοσιακά ο ελεύθερος χρόνος ήταν κατεξοχήν ο χρόνος των κοινωνικών συναναστροφών. Ήταν ο χρόνος όπου μέσα από κάποιες κοινωνικές ή οικογενειακές συγκεντρώσεις ή με τη βόλτα στους δρόμους και τις πλατείες τα άτομα είχαν την ευκαιρία να επικοινωνήσουν μεταξύ τους, να ανταλλάξουν εμπειρίες, τις χαρές τους, και τις λύπες τους".

"Ο σύγχρονος άνθρωπος αναζητεί την επιβεβαίωση της μοναδικότητάς του, σε ένα κόσμο όπου όχι μόνο και όλοι οι άλλοι αναζητούν την επιβεβαίωση της δικής τους μοναδικότητας, αλλά και από όπου απουσιάζει κάθε γνήσια "κοινότητα" που θα μπορούσε να δώσει νόημα, ουσία και ολοκλήρωση σε αυτές τους τις αναζητήσεις".

Σήμερα στις κοινωνίες που ζούμε, για να είμαστε αγαπητοί για να διασκεδάσουμε και να ξεφύγουμε από την μοναξιά μας πρέπει να έχουμε να προσφέρουμε κάτι που να ικανοποιεί την ιδιοτέλεια του άλλου.

Έτσι οι άνθρωποι στις σύγχρονες συντροφικές ή κοσμικές συναντήσεις τους, έχουν την τάση απλά να συνυπάρχουν χωρίς να έρχονται σε καμία ουσιαστική επαφή.

Καταλήγει τότε ο άνθρωπος να μένει σπίτι, μόνος του με τον εαυτό του, και τις ιδιωτικές του ασχολίες. Αλλά και εκεί η σύγχρονη καπιταλιστική οικογένεια τον κατακλύζει με τα πολιτιστικά προϊόντα των ΜΜΕ, και ο σκοπός αυτής της μαζικής πολιτιστικής παραγωγής, λένε οι παραγωγοί της, είναι η ψυχαγωγή η επιμόρφωση και η ενημέρωση του κοινού.

Όσον αφορά τον ελεύθερο χρόνο των παιδιών η Μαρί Γουίν, 1986,σ.173¹, γράφει ότι η ζωή των σύγχρονων παιδιών είναι παραφορτωμένη με μαθήματα και άλλες δραστηριότητες και ο ελάχιστος ελεύθερος χρόνος που υπάρχει γεμίζει με τηλεόραση. Τις περισσότερες φορές οι γονείς φοβούνται πως αν δεν κάνουν κάτι τα παιδιά τους θα στραφούν στην τηλεόραση, γι' αυτό φροντίζουν να γεμίζουν το

χρόνο τους με άλλα ενδιαφέροντα.

Σε αρκετές περιπτώσεις, ο ανταγωνισμός αυτός με την τηλεόραση φανερώνει την έλλειψη εμπιστοσύνης των γονιών στην ικανότητα των παιδιών τους να μπορέσουν να ψυχαγωγηθούν μόνα τους. Τελικά είτε υπάρχει κάποια οργανωμένη δραστηριότητα είτε βλέπουν τηλεόραση τα παιδιά δεν έχουν κάποιο χρόνο που να μην κάνουν τίποτα!¹⁷

Η βασική λειτουργία του ελεύθερου χρόνου, γράφει η συγγραφέας, στη ζωή ενός παιδιού, είναι να του προσφέρει τις απαραίτητες ευκαιρίες, ώστε να μειώσει στο ελάχιστο την εξάρτησή του από τους άλλους και να αναπτύξει τη δική του ξεχωριστή προσωπικότητα. *"Αυτό σημαίνει ότι ελεύθερος χρόνος είναι ο χρόνος στη διάρκεια του οποίου ένα πρόσωπο είναι ελεύθερο από κάποιους περιορισμούς που του επιβάλλονται, αν δηλαδή μπορεί να ενεργήσει σύμφωνα με δική του επιλογή με το δικό του ρυθμό και το δικό του τρόπο, απαλλαγμένο από κάθε πίεση και απαίτηση άλλων".*¹⁸

¹⁸ Όταν το παιδί πλησιάσει τα τρία του χρόνια αρχίζει η εποχή της αυτονομίας του. Οι στενοί δεσμοί συνύπαρξης κυρίως με τη μητέρα χαλαρώνουν και το παιδί πορεύεται πια στο μονοπάτι της ανεξαρτησίας. Αν το παιδί φτάσει στο σημείο να μπορεί να διαμορφώνει το χρόνο του και διαλέγει την τηλεόραση, γεμίζει το χρόνο του, αλλά στερεί από τον εαυτό του ευκαιρίες ψυχαγωγίας, που θα είχε και θα μπορούσε να ανακαλύψει μέσα από δικές τους εμπειρίες τον κόσμο του και τον εαυτό του.¹⁹

Τέλος έχει αποδειχτεί μέσα από πειράματα ότι η συνεχής απασχόληση των γονέων με το παιδί τους στερεί τον ελεύθερο χρόνο και αυξάνει πολύ την εξάρτηση του παιδιού από τους συνεχώς διαθέσιμους γονείς. Το παιδί καταλήγει να μην νοιώθει την ανάγκη για ελεύθερο χρόνο αλλά και όταν τον έχει να μην ξέρει τι να τον κάνει και πως να τον οργανώσει. Ακόμη και όταν όλη του η ζωή γεμίζει με τηλεοπτικά προγράμματα φτιαγμένα από άλλους δεν έχει την ευκαιρία

να δράσει ανεξάρτητα. Η εξάρτηση του παιδιού φαίνεται όταν υποχρεώνεται να αντιμετωπίσει ελεύθερο χρόνο και δεν μπορεί.

13. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Ο Σ.Κάστορας, 1990,σ.61, αναφέρει ότι χρησιμοποιήθηκε πρώτα το ραδιόφωνο για εκπαιδευτικούς σκοπούς πριν από 65 χρόνια στην Αγγλία. Η εκπαιδευτική τηλεόραση εμφανίστηκε τη δεκαετία του 1950 σε μερικές ανεπτυγμένες χώρες. Στη συνέχεια γνώρισε μεγάλη εξέλιξη σε όλο τον κόσμο.

Στην Ελλάδα η εκπαιδευτική τηλεόραση εμφανίστηκε στο τέλος του 1977.

Οι Π.Ελευθεριάδης και Σ.Μαντούβαλου, 1985, γράφουν^{//} ότι οι δυνατότητες της τηλεόρασης είναι πάρα πολλές και μπορούν να καλύψουν πολλές ανάγκες της σύγχρονης εκπαίδευσης. Πρέπει όμως ο εκπαιδευτικός να γνωρίζει τι μπορεί να προσφέρει η τηλεόραση στη εκπαίδευση.

Υπάρχουν κάποια χαρακτηριστικά του μέσου που ωφείλονται στην ίδια τη φύση του και μπορούν να καλύπτουν σοβαρές παιδαγωγικές λειτουργίες και να ικανοποιούν βασικές διδακτικές και μαθησιακές αρχές.^{//}

Κάποια από αυτά τα χαρακτηριστικά είναι τα εξής:

α. Δημιουργεί παρώθηση για μάθηση.

^{//} Η τηλεόραση παρουσιάζοντας τα θέματα με τρόπο δυναμικό και ρεαλιστικό παρέχει ερεθίσματα για δραστηριότητες που διεγείρουν το ενδιαφέρον, το συναίσθημα και την περιέργεια των μαθητών.^{//}

β. Απεικονίζει τις διαδικασίες και εικονογραφεί την ύλη

^{//} Η τηλεόραση παρουσιάζοντας πηγές και διαδικασίες που δεν μπορούν να προσφέρουν τα συνηθισμένα μέσα διδασκαλίας μπορεί να δημιουργήσει μοναδικές συνηθές μίμησης. Φέρνει στην τάξη σύγχρονα ιστορικά γεγονότα, εφαρμογές φυσικής και χημείας και πηγαίνει το μαθητή εκεί που δεν μπορεί να πάει ο

ίδιος?

γ. Βελτιώνει την ποιότητα της διδασκαλίας.

Οι εκπαιδευτικές τηλεοπτικές εκπομπές αποτελούν μια μοναδική και με σύγχρονο χαρακτήρα πηγή μάθησης. Αντικείμενα σπάνια, μικροσκοπικά ή επικίνδυνα ή φαινόμενα σύνθετα όπως η κίνηση των μορίων ή η ανάπτυξη ενός φυτού γίνονται θέματα μελέτης.

δ. Επιταχύνει την παιδαγωγική ανάπτυξη του εκπαιδευτικού.

Η παρουσίαση νέων ιδεών αποτελεί κίνητρο για μια ουσιαστική αλλαγή του ρόλου του εκπαιδευτικού. Δεν είναι πιά ο παντογνώστης και ο μοναδικός φορέας της μάθησης αλλά εκείνος που καθοδηγεί τον μαθητή στις διάφορες πηγές της.

ε. Συμβάλλει στη διατήρηση της πληροφορίας και της μάθησης περισσότερο από κάθε άλλο οπτικοακουστικό μέσο.

Σχετικές έρευνες έχουν αποδείξει ότι θυμόμαστε και μαθαίνουμε πιο πολύ αυτά που βλέπουμε και ακούμε συγχρόνως.

στ. Συμβάλλει στη δημοκρατικοποίηση της μάθησης .

‘‘ Η τηλεόραση επιτρέπει σε μεγάλο αριθμό μαθητών και τηλεθεατών να παρακολουθεί τις εκπαιδευτικές εκπομπές.

Διευρύνονται έτσι οι δυνατότητες για μάθηση των πληθυσμών που ζουν σε υποστερημένο κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον.’’

ζ. Επιβάλλει μια νέα και φυσική προσέγγιση στη μάθηση τόσο στο σχολείο όσο και στο σπίτι.

Δημιουργεί ένα άμεσο και ζωντανό δεσμό ανάμεσα στο σχολείο και την οικογένεια αφού τους δίνει την ευκαιρία να παρακολουθούν και αυτοί τις σχολικές εκπομπές.

η. Η τηλεόραση μπορεί τελικά να φέρει τη σχολική τάξη σε επαφή με τον κόσμο και τον κόσμο στην σχολική τάξη.

Οι αδυναμίες του μέσου

Ανάμεσα στα πλεονεκτήματα όμως υπάρχουν και τα μειονεκτήματα της εκπαιδευτικής τηλεόρασης. Οι απαισιόδοξοι μελετητές πιστεύουν ότι η τηλεόραση δεν μπορεί να συμβάλει πραγματικά στη μάθηση, μέσα από την ανθρώπινη αλληλεπίδραση. Το μέσο αυτό αποστερεί τις σχέσεις εκπαιδευτικών και μαθητών από το προσωπικό και ανθρώπινο στοιχείο με αποτέλεσμα να έχει επιπόλαιη επίδραση στην πραγματική μάθηση.)

Τα πιο σοβαρά μειονεκτήματα είναι τα εξής:

- α. Δεν επιτρέπει την άμεση και φανερή συμμετοχή των μαθητών και γενικά την αλληλεπίδραση στη διάρκεια της εκπαιδευτικής εκπομπής. Ερωτήσεις, απορίες και παρατηρήσεις δεν μπορούν να βρουν απαντήσεις στη διάρκεια της εκπομπής. Αυτό το μειονέκτημα μπορεί να περιοριστεί με τη χρησιμοποίηση του video όπου μπορεί να διακοπεί η εκπομπή στα σημεία που χρειάζεται.
- β. Δεν μπορεί να μεταδώσει όλες τις ανθρώπινες ιδιότητες των δασκάλων που κρύβονται πίσω από τα προγράμματά της. Η τηλεόραση περιορίζει τις εκπαιδευτικές διαδικασίες στις οποίες η ανθρώπινη αλληλεπίδραση αποτελεί πρωταρχική προϋπόθεση για μια αποτελεσματική μάθηση.
- γ. Καθλώνει πνευματικά το μαθητή και δεν επιτρέπει στη φαντασία και στη νόηση του να εργαστούν δημιουργικά. Οι άπειρες εικόνες που βλέπει ο μαθητής στην τηλεόραση δεν του αφήνουν περιθώρια για προεκτάσεις και συμπληρώσεις. Η απόρριψη ή η αποδοχή αυτής της άποψης εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως τη μορφή του τηλεοπτικού προγράμματος, ο σκοπός, η μέθοδος παρουσίασης και

η χρήση που θα κάνει ο εκπαιδευτικός. Ένα πρόγραμμα που θα δείχνει τη ζωή στην Ιαπωνία όσο καθορισμένη και αν είναι η εικόνα, δεν περιορίζει την φαντασία. Μπορεί να δημιουργήσει την επιθυμία για ένα ταξίδι ή για την αγορά ενός σχετικού βιβλίου.

δ. Προκαλεί την αδιαφορία και την ανία. Τα παιδιά δεν έχουν συνηθίσει να παρακολουθούν εκπαιδευτικά προγράμματα γι' αυτό και δεν τους ενδιαφέρουν. Έχουν συνδέσει το γενικό πρόγραμμα με την ψυχαγωγία και το εκπαιδευτικό με την ανία. Κάποιοι ειδικοί όμως δεν συμφωνούν με την άποψη αυτή. Υποστηρίζουν ότι τα παιδιά δημιουργούν μια πολύ δυνατή σχέση με την τηλεόραση είτε στο σχολείο ή στο σπίτι. Πέρα από το περιεχόμενο το μέσο ασκεί μια ισχυρή συναισθηματική επίδραση γιατί εκμεταλλεύεται τον οπτικοακουστικό προσανατολισμό του παιδιού. Η τηλεόραση μπορεί να προσφέρει ταυτόχρονα γνώση και ψυχαγωγία όταν αυτοί που καταρτίζουν τα εκπαιδευτικά προγράμματα έχουν συνείδηση της ευθύνης τους.

ε. Χρησιμοποιεί τρόπους παρουσίασης των εκπομπών που έρχονται σε αντίθεση με τις παιδαγωγικές μεθόδους των εκπαιδευτικών ή τις ανταγωνίζονται.

Στην πραγματικότητα αυτή η άποψη αποτελεί πλεονέκτημα για την τηλεόραση. Ο ρόλος της εκπαιδευτικής τηλεόρασης δεν περιορίζεται στο επίπεδο της εφαρμογής και υποστήριξης των παραδοσιακών παιδαγωγικών στόχων και μεθόδων. Αντίθετα μπορεί να αποτελέσει μια πραγματική εκπαιδευτική στρατηγική με βασικό στόχο τη δημιουργία κινήτρων για την παιδαγωγική ανανέωση. Η ανανέωση των παιδαγωγικών και διδακτικών μεθόδων μπορούν να δώσουν νέες διαστάσεις και προσεγγίσεις σε γνωστά και άγνωστα θέματα.

Τα μειονεκτήματα αυτά μπορούν να εξουδετερωθούν αν η σχεδίαση και η παραγωγή των εκπαιδευτικών προγραμμάτων γίνει με βάση τις αρχές και τις μεθόδους της εκπαιδευτικής τεχνολογίας. Η εκπαιδευτική τηλεόραση είναι ένα

θαυμάσιο εργαλείο για την μετάδοση των παιδαγωγικών μηνυμάτων τα οποία είναι και ο πιο σημαντικός παράγοντας της τηλεοπτικής εκπαιδευτικής εκπομπής. Αν χρησιμοποιηθούν και αξιοποιηθούν σωστά μπορούν να ανοίξουν καινούργιους ορίζοντες στον τομέα της εκπαιδευτικής επικοινωνίας.

Ο Δημ.Χρ. Σέττας, 1968, επιχειρεί μέσα από κάποια παραδείγματα να διαπιστώσει τη χρησιμότητα της τηλεόρασης σαν συμπλήρωμα ενός παιδαγωγικού συστήματος. Αναφέρει λοιπόν, ότι διδάσκεται η Επανάσταση του 1821 και προβάλλεται στα παιδιά η ταινία: *"Ο Κολοκοτρώνης στα Δερβενάκια"*. Τα παιδιά βλέπουν το φυσικό τοπίο, το στενό πέρασμα, τις αντιμαχόμενες δυνάμεις, τις ενδυμασίες και αντιλαμβάνονται το στρατηγικό σχέδιο του Κολοκοτρώνη. Καμμία άλλη διδασκαλία δεν θα μπορούσε να ζωντανέψει το έπος εκείνο. Υπάρχουν και κάποιοι ψυχολογικοί λόγοι που κάνουν την διδασκαλία της ιστορίας με ταινίες πιο εύκολη. Όπως έχει αναφερθεί και σε προηγούμενα κεφάλαια το παιδί συγκρατεί στη μνήμη του για πολύ χρονικό διάστημα όσα είδε και άκουσε μαζί. Ακόμη αν υπολογιστεί ότι θα ακολουθήσει συζήτηση μεταξύ εκπαιδευτικού και παιδιών και γίνει κριτική και εξέταση των γεγονότων για την πλήρη κατανόηση ακόμη και από τον πιο δύσκολο μαθητή τότε θα έχουμε ένα ολοκληρωμένο μάθημα, της ιστορίας.

Όσον αφορά τη γεωγραφία ο συγγραφέας γράφει ότι είμαστε αγεωγράφητοι. Τα εποπτικά μέσα με τα οποία διδάσκεται το μάθημα όπως είναι ο χάρτης, δείχνουν μόνο την επιφάνεια.

Μέσα από την ταινία θα αναδειχθούν οι ελληνικές θάλασσες, οι λίμνες, τα ποτάμια, οι κάμποι, τα βουνά, τα δάση καθώς και οι σπουδαιότερες ετήσιες καλλιέργειες, τα απέραντα λειβάδια της μέσης και αλπικής ζώνης, τις πόλεις και τα χωριά, τα ελληνικά χωριά τα ελληνικά πανηγύρια, οι ενδυμασίες, τα ήθη και έθιμα καθώς και οι αρχαιολογικοί χώροι. Ακόμη ενδιαφέρουσες είναι οι ταινίες που βοηθούν στον εμπλουτισμό των γνώσεων στο μάθημα της φυτολογίας, όπως και οι ταινίες για τη ζωή στην Αφρική ή τη ζωή των Εσκιμώων. Επίσης απαραίτητες για

το σχολείο είναι οι μορφωτικές ταινίες ντοкуμαντέρ. Ο τίτλος αυτός περιλαμβάνει τις ταινίες που έχουν μορφωτική, εκπαιδευτική, κοινωνική και ιστορική σημασία και στηρίζονται στην πιστή απόδοση της πραγματικότητας. Οι ταινίες αυτές δίνουν την πιο πλήρη και αυθεντική εικόνα της κάθε εποχής.

Το μειονέκτημα τη παθητικής παρατήρησης και αποδοχής έρχεται σε αντίθεση με τις αντιλήψεις του σημερινού σχολείου όπου επιδιώκεται η αυτενέργεια του παιδιού. Τα σχολεία δεν ζητάνε αιθούσες ακροάσεων και θεμάτων αλλά εργαστήρια όπου οι μαθητές με την εργασία τους αποκτούν γνώσεις και δεξιότητες.

Έτσι η σωματική αδράνεια και η πνευματική σκνηρία θα είναι τα δυσάρεστα αποτελέσματα της παρακολούθησης ταινιών.

Οι ταινίες και η τηλεόραση είναι ένα τεχνικό μέσο που βοηθάει στη διδασκαλία των μαθημάτων και στη συμπλήρωση της αγωγής του παιδιού αλλά δεν είναι βασικό μέσο για την όλη εκπαιδευτική εργασία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΣ

1. Ο ΜΑΓΙΚΟΣ ΚΟΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ

Ο Δημ.Χρ.Σεττα, 1958,σ.8,¹ γράφει ότι ο κινηματογράφος σήμερα ονομάζεται έβδομη τέχνη. Ο κινηματογράφος είναι μια από τις πιο μεγάλες τεχνικές κατακτήσεις πρώτα, έπειτα μια καλλιτεχνική και εκπολιτιστική τεχνική του ανθρώπου και από τα πιο σημαντικά επιτεύγματά του. Ο κινηματογράφος αντλώντας ότι χρειαζόταν από τις άλλες τέχνες, πλάθοντας και συνθέτοντας έγινε μια ξεχωριστή και αυθύπαρκτη τέχνη.²

“Οι υποθέσεις των ταινιών, ο ρυθμός, η δύναμη, οι κινήσεις και η ψυχολογία των προσώπων που μετέχουν σε αυτές κάνουν πολλά έργα του κινηματογράφου σπουδαία και αθάνατα μνημεία της τέχνης. Ο κινηματογράφος εκφράζει την εποχή μας με την αλήθεια και τη γνησιότητα της τέχνης και οι απόγονοί μας θα μας γνωρίσουν καλύτερα και εγκυρότερα από τις ταινίες που θα τους αφήσουμε.

Διαθέτει ανυπέρβλητα εκφραστικά μέσα, κεντρίζει τη φαντασία, αφυπνίζει τα ένστικτα διεγείρει ή ναρκώνει τις συνειδήσεις, αναμοχλεύει ορμές και ψυχικές καταστάσεις.³”

Γι’ αυτούς τους λόγους η επίδραση του και η δύναμή του πάνω στις μάζες είναι κάτι τα αφάνταστο.

Ο κινηματογράφος είναι μια λαϊκή τέχνη του καιρού μας και αποτελεί φθηνό και άριστο μέσο ψυχαγωγίας.

Γοητεύει τον άνθρωπο, του δίνει ομορφιά, χαρά, μια ανάταση από την καθημερινή ρουτίνα που τον καταβάλλει. Μετά από αυτά όμως έρχεται και η ευθύνη που έχουν, όσοι συνθέτουν κινηματογραφικά έργα για τη διαμόρφωση της

κοινωνίας και την επήρεια πάνω στα ήθη και στην ψυχολογία της. Πόσο λοιπόν επηρεάζει θετικά ή αρνητικά ο κινηματογράφος και ειδικά τα παιδιά και τον έφηβο που είναι ασχημάτιστες ακόμη προσωπικότητες και βρίσκονται κάτω από την επιρροή του.

α. Ο Κινηματογράφος και η Πραγματικότητα

Ο κινηματογράφος δεν εμφανίζει την πραγματική όψη της ζωής. Συνήθως υπερβάλλει τα πράγματα και δημιουργεί σε μικρούς και μεγάλους ψευδαισθήσεις. Πολλές ταινίες υποβάλλουν στα παιδιά την ιδέα ότι τη μεγαλύτερη αξία έχουν στη ζωή τα πλούτη, η σωματική δύναμη, η πολυτέλεια, και η δόξα αδιάφορο με ποιό τρόπο θα αποκτηθούν. Ακόμη παρουσιάζει ψεύτικα ιδεώδη και πρότυπα. Ο άντρας πρέπει να είναι σωματικά τέλειος και η γυναίκα τέλεια εξωτερικά.

Ο καθηγητής της παιδαγωγικής του Πανεπιστημίου Αθηνών κ. Σπ. Καλλιάφας, αναφέρει ότι *"ο κινηματογράφος παραποιήσε την πραγματικότητα, καταστρέφει τις έννοιες του χώρου και του χρόνου, αναμιγνύει αληθινά πράγματα με ψεύτικα, λογικά με άλογα, χωρίς ο θεατής να έχει την δυνατότητα ή τον χρόνο να τακτοποιήσει τις ψυχικές εντυπώσεις οι οποίες προέρχονται από τόσο σφοδρούς και τόσο ταχέους αλληλοδιαδεχόμενους ερεθισμούς"*.

Ο κινηματογράφος απομακρύνει από τις αξίες της αληθινής ζωής και πιά πολύ από τις αξίες που κρύβει η νεοελληνική παράδοση. Ακόμη τραυματίζει και δημιουργεί το αίσθημα της μειονεκτικότητας σε παιδιά που μειονεκτούν στη σωματική διάπλαση.

Υπάρχουν όμως και κινηματογραφικά έργα που ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα και ενσαρκώνουν μεγάλα και αγνά ιδεώδη.

β. Η Μεγάλη Σχολή

Ο συγγραφέας αναφερόμενος στις ταινίες όπου περιλαμβάνουν την βία και την

επιθετικότητα γράφει ότι ο κινηματογράφος κατόνησε "ανωτέρα σχολή" ερωτωμανίας, απάτης, κλοπής, και φόνου. Οι νεαροί που "διέπρεψαν" ως γκάνστερς και απασχόλησαν αστυνομικούς, ψυχολόγους και δημοσιογράφους πήγαιναν στον κινηματογράφο τέσσερις φορές την εβδομάδα.

Ο Jean Chazal, 1967, σ.18, διαφωνεί αλλά και συμφωνεί με την παραπάνω άποψη. "Γράφει ότι η κινηματογραφική εικόνα αποτελεί ένα διεγερτικό που η δύναμη του μεγαλώνει με τις ιδιαίτερες συνθήκες που χαρακτηρίζουν αυτό το είδος του θεάματος όπως το σκοτάδι, η απομόνωση του θεατή, ο δυνατός φωτισμός της οθόνης και ο ρυθμός της προβολής."

Αν το παιδί περιέχεται σε μία κατάσταση παρόμοια με ενός υπνωτισμένου ατόμου συμπεραίνουμε ότι θα μεταφράσει τις εικόνες της βίας της κλοπής και του σεξουαλισμού σε εγκληματικές πράξεις. Πολύ σπάνια έχει διαπιστωθεί μια τέτοια επίδραση του κινηματογράφου και πάντα πάνω σε άτομα που η χαρακτηριστική ή η διανοητική τους ελαττωματικότητα τα προδιέθετε για την υποβολή και τη διέγερση με την εικόνα. Αντίθετα ο κινηματογράφος είναι ένα είδος "κάθαρσης" που επιτρέπει στο παιδί, διαμέσου της εικόνας να λυτρωθεί από τις επιθετικές του παρορμήσεις.

"Υπάρχουν όμως και ταινίες, αναφέρει ο συγγραφέας, που εξαπατούν την επιθετικότητα ή το σεξουαλισμό στα παιδιά. Οι περισσότεροι από τους νεαρούς εγκληματίες του Παρισιού πηγαίνουν στον κινηματογράφο τρεις έως έξι φορές τη εβδομάδα Υφίστανται έτσι μίαν εξαιρετικά ισχυρή επίδραση των μηχανισμών "διαπότισης" και "εξομοίωσης". Το παιδί που συχνάζει τακτικά στον κινηματογράφο κολυμπά σε ένα κόσμο κινηματογραφικό.

Η εικόνα που του παρουσιάζει το φιλμ του φαίνεται σαν η πιο ζωντανή έκφραση της πραγματικότητας.

Ορισμένες ταινίες είναι ιδιαίτερα βλαβερές για νεαρούς θεατές "κορεσμένους" από κινηματογραφικές προβολές.

Είναι οι ταινίες που παρουσιάζουν την υπερβολική πολυτέλεια και ευκολία ζωής, τη βία, τους βασανισμούς ή απαγωγές μικρών παιδιών, ταινίες όπου "υπεράνθρωποι" νικούν τα πιο ανυπέρβλητα εμπόδια. Τέτοιες ταινίες παρασέρνουν το παιδί στο δρόμο της φυγής και του εγκλήματος. Η ψευδαίσθηση γίνεται πραγματικότητα και οι αντικοινωνικές παρορμήσεις που μπορεί να είχε ήδη μέσα του ή να προκλήθηκαν από το περιβάλλον του γίνεται εντονότερες. Ο συγγραφέας δεν καταδικάζει γενικά τον κινηματογράφο που η πολιτιστική καλλιτεχνική και παιδαγωγική του αξία είναι αναμφισβήτητη αλλά καταδικάζει μόνο ένα ορισμένο του είδους ιδιαίτερο βλαβερό για το παιδί που είναι τακτικός πελάτης των κινηματογραφικών αιθουσών.¹¹

Ο Δημ. Χρ. Σέπτας, 1958, αναφέρει ότι υπάρχει και μια κατηγορία κινηματογραφοφίλων που ονειρεύονται να γίνουν κινηματογραφικοί αστέρες. Οι περισσότεροι νεαροί κρατούν σαν φυλακτό τις φωτογραφίες των κινηματογραφικών αστέρων. Ακόμη οι νέοι αυτοί, ντύνονται κόβουν τα μαλλιά τους όπως οι ήρωές τους. Ακόμη και η νοοτροπία τους καταλήγει να είναι κινηματογραφική.

γ. Σωματικές και Ψυχικές Βλάβες

Ο ίδιος συγγραφέας παρατηρεί ότι το παιδί στον κινηματογράφο παραμένει κάποιες ώρες σε ένα ανθυγιεινό χώρο που συνήθως δεν αερίζεται αρκετά.

Στον χώρο αυτό κάθονται υγιείς αλλά και άρρωστοι μαζί. Έτσι τα λοιμώδη νοσήματα μεταδίδονται εύκολα στον καθένα και ειδικά στους ευαίσθητους παιδικούς οργανισμούς. Ακόμη η όραση του παιδιού με την γρήγορη παρακολούθηση και την γρήγορη εναλλαγή των χρωματισμών κουράζεται. Ιδιαίτερα τα πολύ φωτεινά και λαμπερά χρώματα κουράζουν το οπτικό νεύρο.

Τέλος αποδείχθηκε πειραματικά ότι το αναπνευστικό σύστημα του παιδιού κατά την παρακολούθηση δεν λειτουργεί κανονικά.

‘‘ Όσον αφορά τις ψυχικές βλάβες, τα κινηματογραφικά έργα που έχουν ως υπόθεση εγκλήματα ή δράματα διεγείρουν την ψυχή του παιδιού και εξάπτουν τη φαντασία του σε μεγάλο βαθμό. Η ψυχιατρική παραδέχεται ότι οι νευρώσεις και οι ψυχώσεις έχουν πρωταρχικό αίτιο τη νοσηρή νευρική κληρονομικότητα.

Η κληρονομική αυτή προδιάθεση υπάρχει σε λανθάνουσα κατάσταση και εκδηλώνεται μόλις δοθεί αφορμή.

‘‘ Ο κινηματογράφος μπορεί να δώσει την αφορμή αυτή . Δεν φέρνει μόνο πρόσκαιρες διαταραχές του νευρικού συστήματος του παιδιού, όπως υστερισμούς, κεφαλαλγίες, άγρια όνειρά νυχτερινούς φόβους αλλά συντελεί και στην δημιουργία σοβαρών ψυχοπαθειών και παρασύρει το παιδί σε ανήθικες πράξεις και στο έγκλημα γιατί:

- α. Κουράζει και εξασθενεί τον εγκέφαλο μετά από μεγάλη ένταση της προσοχής και της ταχύτητας των πράξεων και
- β. Προκαλεί στην ψυχή του παιδιού συγκινήσεις και οδυνηρά συναισθήματα τα οποία διεγείρονται περισσότερο όταν το παιδί παρουσιάσει μικρότερη εγκεφαλική αντίσταση. ’)

δ. Η Διαφορά Τηλεόρασης και Κινηματογράφου

Ο J.Cazeneuve, 1979, σ.133, αναφέρει ότι η τηλεόραση διαφέρει από τον κινηματογράφο, *“γιατί μας δίνει την δυνατότητα φυγής ενώ μας αφήνει μέσα στο σπίτι μας όχι μόνο με τη φυσική έννοια και την έννοια του χώρου αλλά γιατί φέρει μια φυσική εξοικείωση. Το θέαμα της σκοτεινής αίθουσας κόβει εντελώς τον ομφάλιο λώρο με τον υπαρξιακό μας κόσμο. Αντίθετα το θέαμα της μικρής οθόνης διατηρεί τη συμμετοχή, αλλά ταυτόχρονα πετυχαίνει την απογείωση . Μας επιτρέπει με την προσωπικότητά μας και με τους συνηθισμένους μας δεσμούς να προσγειωθούμε στον πλανήτη του θεαματικού. Γινόμαστε θεατές παραμένοντας αυτοί που είμαστε”.*

2. Ο ΚΟΣΜΟΣ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

α. Σύντομη Ιστορική Εξέλιξη

Πρωτού αναφερθεί ο ρόλος της διαφήμισης και οι επιδράσεις που μπορεί να έχει θεωρείται σημαντικό να γίνει μία μικρή ιστορική αναδρομή.

Όπως αναφέρει ο Γ.Χ.Ζώτος, 1986, σ.31, η διαφήμιση έκανε την εμφάνιση της ως οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο και συνδέθηκε άμεσα με τον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής.⁷

Υποστηρίζεται ότι η διαφήμιση υπήρξε με διάφορες μορφές σε όλη την ιστορική περίοδο.

Ως πρώτη μορφή εκδήλωσης της αναφέρεται η προφορική διάδοση πληροφοριών, όπως ο ρόλος των κηρύκων στους Φοίνικες στην κλασσική ελληνική περίοδο και στη ρωμαϊκή περίοδο. Οι κήρυκες παρέμεναν ως βασικό μέσο διάδοσης πληροφοριών στο Βυζάντιο και το Μεσαίωνα. Προς τα τέλη του 15ου αι. άρχισαν να εμφανίζονται γραπτές ανακοινώσεις που τις κολλούσαν σε τοίχους. Η λέξη διαφήμιση χρησιμοποιήθηκε το 1655 για πρώτη φορά από εκδότες βιβλίων ως επικεφαλίδα για τις ανακοινώσεις τους. Βασικός παράγοντας για τη διαμόρφωση της διαφήμισης στη σύγχρονη έκφραση της ήταν η εφεύρεση των κινητών στοιχείων στην τυπογραφία από τον Gutenberg το 1438.⁸

Η πρώτη διαφήμιση σε εφημερίδα στην Αγγλία αναφερόταν στον καφέ στις 25-5-1657. Η ραγδαία ανάπτυξη των παραγωγικών δυνάμεων καθιερώνει τις εφημερίδες και την άνθιση των διαφημίσεων. Στην συνέχεια η βιομηχανική επανάσταση και η ανάπτυξη του καπιταλισμού δίνει νέα ώθηση στην διαφήμιση. Στις αρχές του 20ου αι. ο τρόπος παραγωγής περνάει σε ένα ποιοτικά ανώτερο στάδιο, με τη δημιουργία των μεγάλων μονοπωλιακών επιχειρήσεων και από τότε η διαφήμιση είναι ένα ανυπόσπαστο στοιχείο του συστήματος.

Η εμφάνιση του ραδιοφώνου το 1922 και οι τεχνολογικές εξελίξεις προσφέρουν νέες δυνατότητες έκφρασης της διαφήμισης.

Στην περίοδο 1940-45 παρουσιάζεται μια υποχώρηση στην εξέλιξη της λόγω του πολέμου ειδικά στην Ευρώπη αφού η παραγωγή αγαθών είχε αντικατασταθεί με την παραγωγή υλικών για τον πόλεμο.

Στη δεκαετία όμως του 1950 με την μαζική διάδοση της τηλεόρασης η διαφήμιση αποτελεί πρωταρχικό στοιχείο των πωλήσεων.

Ιστορικά η εμφάνιση της διαφήμισης στην Ελλάδα εμφανίστηκε στις αρχές του 20ου αι. Με την μαζική διάδοση της τηλεόρασης τη δεκαετία του 70 η διαφήμιση έχει τη δυνατότητα να αποτελέσει έναν από τους κυριότερους παράγοντες προώθησης των πωλήσεων. Όλε οι μεγάλες μονοπωλιακές επιχειρήσεις, ελληνικές και ξένες εφαρμόζουν ολοκληρωμένα τη διαφήμιση και την εντάσσουν στα πλαίσια του συνολικού προγραμματισμού και στην προσπάθεια υλοποίησης των στόχων τους.

β. Ο Ρόλος της Διαφήμισης

Όπως αναφέρει ο Σ.Κάστορας, 1990,σ.46,"η διαφήμιση στοχεύει γενικά στη μεγιστοποίηση των πωλήσεων κάποιου προϊόντος πλατιάς συνήθως κατανάλωσης. Μέσα από την αύξηση των πωλήσεων του προϊόντος επιδιώκεται φυσικά ανάλογη αύξηση στα οικονομικά κέρδη, αυτού που παραγει ή εκμεταλλεύεται το προϊόν".

Η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, αναφέρει ότι κύριος φορέας και όργανο αυτής της διαφημιστικής εκστρατείας γίνονται τα ΜΜΕ. Τα πέντε μέσα επικοινωνίας, η αφίσσα, ο τύπος, ο κινηματογράφος, το ραδιόφωνο, και η τηλεόραση απορροφούν το 50% με 75% των διαφημιστικών επενδύσεων.

Η τηλεόραση όμως αναφέρει ο Σ.Κάστορας, 1990, είναι το πιο μαζικό και το πιο αποτελεσματικό μέσο γιατί μπορεί να απευθυνθεί ταυτόχρονα σε απεριόριστο αριθμό ατόμων και γιατί όλοι σχεδόν οι άνθρωποι δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και ευχαρίστηση στην παθητική κατανάλωση κάθε είδους μηνυμάτων της.

Ο Δ. Τσαρδάκης, 1990, σ.127, αναφέρει ότι η τηλεοπτική διαφήμιση είναι περισσότερο ελκυστική γιατί επενδύεται με έγχρωμη εικόνα μουσική και κίνηση

και γι' αυτό έχει την ικανότητα να πείθει πιό αποτελεσματικά το καταναλωτικό κοινό. Ακόμη και στον αισθητικό ή αισθησιακό τομέα η τηλεόραση έχει το πλεονέκτημα γιατί χρησιμοποιεί στερεότυπα το σεξ όπως όμορφες γυναίκες και άνδρες που προβάλλονται μέσα από την διαφήμιση ως πρότυπα ομορφιάς και επιτυχίας στη ζωή.⁷³

Η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, αναφέρει ότι στον ημερήσιο και περιοδικό τύπο οι συντάκτες μας ωθούν σε ένα αδιάκοπο κυνήγι για την απόκτηση όλο και περισσότερων αγαθών, στην αναζήτηση νέων εμπειριών και στην υιοθέτηση νέων καταναλωτικών δραστηριοτήτων.

Ο Γ.Χ. Ζώτος, 1986, υποστηρίζει ότι η επιλογή ανάμεσα στα προϊόντα χάνει το ουσιαστικό περιχόμενό της. Δεν είναι η επιλογή ενός σωστά πληροφορημένου ατόμου που είναι σε θέση να ξεχωρίζει τα προϊόντα που τον ενδιαφέρουν πραγματικά αλλά είναι μια επιλογή που βασίζεται στην υποκειμενική και ψυχολογική διαφοροποίηση του προϊόντος και στην υποβολή. Οι επικρίσεις αναφέρονται στη συνεχή και ενοχλητική αποστολή ερεθισμάτων και μηνυμάτων σχεδόν ολόκληρο το 24ωρο. Η διαδικασία αυτή αρχίζει από τη στιγμή που το άτομο αντιλαμβάνεται τον περίγυρό του, γεγονός που οδηγεί στη δημιουργία "ρυθμιζομένων ατόμων" που θα αποδέχονται με μικρότερη αντίσταση και μειωμένη κριτική ικανότητα ότι τους προσφέρεται. Καταβάλλεται προσπάθεια να δημιουργηθούν καταναλωτές που ζουν με το όνειρο της καλύτερης ζωής όπως αυτή παρουσιάζεται μέσα από του πολύπλοκους μηχανισμούς της διαφήμισης.

« Η διαφήμιση αναφέρει ο Δ. Τσαρδάκης,⁶⁴¹²⁸ 1990, προσφέρει πλουσιοπάροχα ψευδαισθήσεις και ανακουφίσεις στο καταναλωτικό κοινό. Έτσι γίνεται ένας μηχανισμός αποφλοιώσης της πραγματικότητας από τα καταθλιπτικά της στοιχεία και εξειδανίκευσης ή επένδυση με πλαστά στοιχεία του ονείρου και της φαντασίας. »

Πίσω όμως από αυτό το κατασκευασμένο όνειρο γράφει η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, κρύβεται όλη η πραγματικότητα της καπιταλιστικής κοινωνίας. Ο διαφημιστικός ρόλος αναπαράγει και νομιμοποιεί τις ίδιες τις παραγωγικές σχέσεις της καπιταλιστικής κοινωνίας με το να προσδίδει μαζικές ιδιότητες στα εμπορεύματα.

γ. Εννοιολογικό Περιεχόμενο της Διαφήμισης

Ο Χρ.Σακελλάριος, 1992, γράφει ότι *"διαφήμιση είναι η τέχνη του να βάλει μια μοναδική ιδέα πωλήσεως στα κεφάλια όσων γίνεται περισσότερων ανθρώπων με όσο το δυνατόν χαμηλότερο κόστος"*.

Οι βασικές αρχές μιας πετυχημένης διαφήμισης είναι:

- να τραβάει την προσοχή
- να προκαλεί το ενδιαφέρον
- να γεννά τις επιθυμίες
- να περνά στη δράση

Η διαφήμιση για να πείσει χρησιμοποιεί τις εξής μεθόδους πειθούς:

- "
- α. Αυτόματους μηχανισμούς οι οποίοι αρκούνται στο να ενεργούν πάνω στην μνήμη προκαλώντας έμμονες ιδέες πάνω στα προϊόντα και αγορά των προϊόντων. Είναι η πιο πρωτόγονη μέθοδος πειθούς και με την αύξηση του αριθμού των διαφημίσεων, μειώνεται η αποτελεσματικότητά της, καθώς απευθύνεται στον αυτοματισμό της μνήμης."
- β. Μηχανισμούς ορθολογισμού οι οποίοι στηρίζονται στη χρήση της λογικής και είναι οι πιο συχνά χρησιμοποιούμενοι." Χρησιμοποιούνται κυρίως για βιομηχανικά προϊόντα, αποδεικνύοντας τη χρησιμότητα των προϊόντων αυτών για τους καταναλωτές.
- γ. "Μηχανισμούς υποβολής οι οποίοι προκαλούν την επιθυμία ενός προϊόντος μέσα από τη δημιουργία μιας ατμόσφαιρας που ανταποκρίνεται στα κίνητρα τα οποία

αποφάσισαν να χρησιμοποιήσουν οι διαφημιστές. Δεν στηρίζονται στη λογική αλλά απευθύνονται στις αισθήσεις και έχουν τεράστια δύναμη σαν μηχανισμοί πειθούς.

**δ. Η Συμπεριφορά του σύγχρονου ανθρώπου και
οι μηχανισμοί προσέγγισης και διαμόρφωσης
των διαθέσεων και προτιμήσεων του καταναλωτή**

Κάθε σύγχρονος άνθρωπος διαμορφώνει την προσωπικότητά του κάτω από τέσσερις βασικούς παράγοντες:

α. Τις ανάγκες του οι οποίες είναι δύο ειδών:

Οι *έμφυτες* που έχουν σχέση με την επιβίωση του και οι *επίκτητες* που έχουν σχέση με το κοινωνικό σύνολο και διαμορφώνονται από αυτό.

β. Τις επιθυμίες του, οι οποίες διαμορφώνονται μέσα από το κοινωνικό σύνολο, συνήθως με τις επίκτητες ανάγκες του και είναι μιμητισμός, μόδα, εξασφάλιση, επιτυχία, κλπ.

γ. Τις προκαταλήψεις του οι οποίες είναι συνδεδεμένες με την ιστορική και θρησκευτική παράδοση του ατόμου, από την γεωγραφική θέση, τις διάφορες προλήψεις, τις κοινωνικές και φυλετικές συνθήκες μέσα στις οποίες αναπτύσσεται ο άνθρωπος.

δ. Τις επιδράσεις του αμέσου περιβάλλοντος, ο οποίος παίζει ένα σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση του ατόμου, διαμορφώνοντας τις έμφυτες και επίκτητες ανάγκες του και παράλληλα διαμορφώνοντας τον ψυχικό του κόσμο.

Ο άνθρωπος σύμφωνα με τα βιώματά του και τις λειτουργικές του ανάγκες παίρνει τις διάφορες αγοραστικές του αποφάσεις. Δεν παίρνει αυτές τις αποφάσεις μόνο ύστερα από κάποια λογική αξιολόγηση αλλά και ύστερα από

επηρεασμό ορισμένων αφανών ψυχολογικών κινήτρων.

Η διαφήμιση επηρεάζει και διαμορφώνει τις διαθέσεις και τις προτιμήσεις του καταναλωτή με βασική προϋπόθεση να γνωρίζει τον πιθανό καταναλωτή ώστε να καθορίσει τον τρόπο με τον οποίο θα του μιλήσει, να διαλέξει τη διαφημιστική προσέγγιση, και να σχηματίσει το κατάλληλο περιεχόμενο του μηνύματος.

Κάθε συγκεκριμένη διαφημιστική εκδήλωση είναι μια υπόσχεση εκπλήρωσεως ορισμένων προσδοκιών του μελλοντικού καταναλωτή. Το διαφημιζόμενο προϊόν πρέπει να εκληρώνει πραγματικά αυτές τις προσδοκίες. Το επόμενο βήμα είναι η εκλογή του επιχειρήματος με το οποίο θα επηρεάσει και θα πείσει τελικά τον καταναλωτή να κινηθεί προς την αγορά του διαφημιζομένου προϊόντος.

Διάφοροι αντικειμενικοί περιορισμοί όπως το διαθέσιμο εισόδημα, φαίνεται ότι υποκειμενικά ελαχιστοποιούνται γεγονός που ωθεί τον μέλλοντα καταναλωτή σε μία εξοντωτική προσπάθεια εξομείωσης με το διαφημιστικό πρότυπο.

“ Ωστόσο τις περισσότερες φορές αδυνατεί να πλησιάσει αυτό το πρότυπο. Ο καταναλωτής προσκολλημένος στις ψευδαισθήσεις του παραμένει με την πικρά της ανεκπλήρωτη επιθυμία, αποξενώνεται και απομακρύνεται από την αντιμετώπιση γενικότερων προβλημάτων.” (Χρ. Λουτσογιωργίου 1992)

“Οι διάφορες διακυμάνσεις της κοινωνικής θέσης παρέχουν ψυχολογικά για σύντομες περιόδους μια εορταστική εικόνα του εαυτού ή οποία έρχεται σε οξεία αντίθεση με την εικόνα του εαυτού της καθημερινής πραγματικότητας. Παρέχουν μια προσωρινή ικανοποίηση της ενδόμυχης κολακευτικής εικόνας του εαυτού, επιτρέποντας έτσι το άτομο να μείνει προσκολλημένο σε μια ψευδή εικόνα της κοινωνικής του θέσης. Π.χ. ένα Σαββατοκύριακο μπορεί κάποιος να ανυψώσει τον εαυτό του σε μια ανώτερη θέση, όπως να αλλάξει ενδυμασία, να διαλέξει κάποιο ακριβό εστιατόριο κ.ά.” (Χρ. Λουτσογιωργίου 1992)

Αυτά συντελούν στη διακύμανση της κοινωνικής θέσης και αποτελούν βασικό στοιχείο μεταξύ των δυνάμεων που οργανώνουν τη ζωή για να την κάνουν πιο

ανεκτή και αποζημιώνουν για την οικονομική κατωτερότητα, επιτρέποντας την προσωρινή ικανοποίηση της φιλοδοξίας για κατανάλωση. Κοινωνικά οι διακυμάνσεις της κοινωνικής θέσης θολώνουν τις πραγματικότητες των διαφορών τάξης και γοήτρου παρέχοντας ένα διάλυμα από αυτές.

ε. Η Άσκηση Ψυχολογικής Βίας στον Καταναλωτή

Ο Stewart Ewen 1977 στο βιβλίο του Γ.Χ.Ζώτου 1986 "ΔΙΑΦΗΜΙΣΙΣ" σελ.47 γράφει ότι σύμφωνα με τις επιταγές της σύγχρονης βιομηχανίας οι διαφημίσεις προσπάθησαν να δημιουργήσουν εξαρτώμενες μάζες και το πέτυχαν παίζοντας με το φόβο και τις απογοητεύσεις της μαζικής κοινωνίας. Οι διαφημίσεις πρόσφεραν μαζικής παραγωγής οράματα ατομικότητας, με τα οποία ο καταναλωτής μπορούσε να αποσπάσει τον εαυτό του από τη μάζα. Αν ένα άτομο είναι δυσαρεστημένο από την κοινωνική πραγματικότητα, η διαφήμιση βοηθά να διαχέεται η δυσαρέσκεια και να μπαίνει στην υπηρεσία αυτής της κοινωνίας.

"Η διαφήμιση δημιουργεί εντυπώσεις και ασκεί ψυχολογική βία προς τον καταναλωτή είτε εκφοβίζοντας τον όπως π.χ αν δεν χρησιμοποιήσει το καλλυντικό Α' δεν θα μπορέσει να κινήσει την προσοχή των άλλων, είτε τονίζοντας την ανασφάλεια είτε παρέχοντας συνταγές για να είναι χαρούμενος, υγιής, ευτυχισμένος, πετυχημένος και ασφαλής." (Γ.Χ. Ζώτος 1986).

Ο Δ.Τσαρδάκης 1990 σελ.121, αναφέρει ακόμη ότι η διαφήμιση ως μηχανισμός προβολής και προώθησης των προϊόντων του βιομηχανικού συστήματος λειτουργεί στη βάση κοινωνικό-ψυχολογικών δεδομένων. Η διαφήμιση είναι μια στρατηγική αφύπνισης του ενδιαφέροντος του καταναλωτικού κοινού και απευθύνεται κυρίως στις συναισθηματικές ανάγκες και στις προσωπικές επιθυμίες του κοινού. Ακόμη στοχεύει στην διαμόρφωση μιας καταναλωτικής ιδεολογίας που συνδέεται με προϊόντα που ορίζονται ως αντικείμενα μιας ανεκπλήρωτης ή καταπιεσμένης επιθυμίας. Απευθύνεται κυρίως σε υποσυνειδητές επιθυμίες και ανάγκες του

κοινού αναπαράγοντας έτσι τις ανάγκες της βιομηχανίας της κουλτούρας. Οι μηχανισμοί άμυνας των ατόμων, όπως δυσπιστία ή επιφύλαξη τελικά εξουδετερώνονται από την καθημερινή επιρροή της διαφήμισης.¹¹

Τέλος ο Ιω.Ν.Ξηροτύρης 1969, αναφέρει ότι την διαφήμιση την δυνάμωσε πολύ η ψυχανάλυση. Οι παράγοντες της διαφήμισης στρατολογούν ψυχολόγους και κοινωνιολόγους και κάνουν ειδικά τεστ για να βρουν μια χτυπητή λέξη ή ένα χτυπητό χρώμα που να τραβούν τον πελάτη, έτσι ώστε αυτός να μην μπορεί να αντισταθεί. Η διαφήμιση με τα μέσα που διαθέτει φτάνει ως την αρπαγή της ελευθερίας του ατόμου που την χάνει μέσα στην σύγχυση που του προκαλεί η διαφήμιση, μια σύγχυση που μπορεί να φτάνει ως τον υπνωτισμό με αποτέλεσμα την αδυναμία του ατόμου να σκεφτεί και να κρίνει.

στ. Ο Ρόλος της Διαφήμισης στη Διαμόρφωση των Ανθρωπίνων Σχέσεων

Ο Γ.Χ.Ζώτος 1986, σελ.54, υποστηρίζει¹² ότι σε πολλά διαφημιστικά μηνύματα, η αγάπη, η στοργή, και η ανθρώπινη επικοινωνία συνδέονται αποκλειστικά με κάποια υλικά αγαθά όπως *"ο χρυσός μας φέρνει πιο κοντά"* ή *"εκφραστείται με λουλούδια"* ή *"δώρο στον αγαπημένο σας"*. Ο καταναλωτής πρέπει να αποκτήσει αυτά τα προϊόντα γιατί διαφορετικά δεν θα μπορέσει να εκφράσει τα συναισθήματα του. Νιώθει άσχημα γιατί κάτι του λείπει και δεν μπορεί να εκφραστεί και να επικοινωνήσει όπως οι άλλοι με την αγορά προϊόντων. Το προϊόν αναδεικνύεται σε κώδικα επικοινωνίας και ρυθμιστή της συναισθημτικής του φόρτισης.

Ακόμη τα διάφορα είδη μόδας που διαφημίζονται, είναι ο δείκτης μιας υπερβολικά απαιτητικής υποταγής στις προσταγές της διαφήμισης που διαλύει την ευχαρίστηση του καταναλωτή σε μια ναρκισσιστικού τύπου ικανοποίηση.¹³

¹¹ Οι υλικές αυτές κατακτήσεις αποδυναμώνονται ότι δεν μπορούν να προσφέρουν την ποιότητα που αποζητούν οι άνθρωποι στις προσωπικές τους σκέψεις. Ο άνθρωπος τότε νιώθει απογοητευμένος και παγιδευμένος. Οι προσπάθειες για να ξεπεράσει

την αρνητική αυτή κατάσταση ανακυκλώνονται. Αρχίζει τότε την αναζήτηση, όμως εκτρέπεται σε μια αυτό-ερωτική διάθεση που εκφράζεται με την αντικειμενοποίηση των συναισθημάτων του και συγκεκριμενοποιείται με την αγορά προϊόντων που θα τον κάνουν περισσότερο αγαπητό. Έτσι κάτω από αυτές τις συνθήκες η απομόνωση του καταναλωτή μέσα στο δικό του περιβάλλον αποκτά οριακή διάσταση⁷

Ζ. Η επίδραση της διαφήμισης στην προσωπικότητα των παιδιών

Η Κρ. Λαστρέγκο, 1991 σελ.131, γράφει ότι αν θεωρήσουμε την διαφήμιση σαν ένα είδος θεατος και την συγκρίνουμε με οποιοδήποτε άλλο θα διαπιστώσουμε ότι η διαφήμιση έχει την μεγαλύτερη ακροατικότητα.

Τα παιδιά είναι περισσότερο εκτεθειμένα και δεκτικά στην διαφήμιση από όσο οι ενήλικες, επειδή έχουν λιγότερες εμπειρίες από την ζωή ώστε να μπορούν να συγκρίνουν τα μηνύματα που λαμβάνουν⁸.

Το κάθε διαφημιστικό σποτ περιέχει ένα ξεχωριστό μήνυμα, όλα μαζί όμως περιγράφουν έναν εξωπραγματικό κόσμο, όπου τα πάντα είναι δυνατά, όλοι είναι νέοι και ωραίοι και όλες οι επιθυμίες μπορούν να εκπληρωθούν. Αποτελεί μια αντιστοφή του παραδοσιακού μύθου όπου η ζωή δεν έχει κινδύνους δυσκολίες, και δοκιμασίες αλλά είναι ολόκληρη γεμάτη ξεγνοιασιά με επιτυχίες και απόκτηση αντικειμένων. Ο μύθος της διαφήμισης μπορεί να δώσει στ παιδιά μια λανθασμένη εικόνα του τι είναι δυνατό και τι αδύνατο, του τι μπορεί να περιμένει κανείς από τη ζωή και τι όχι. Η πιο επικίνδυνη ιδέα από όλες είναι η ψεύτικη υπόσχεση της ευτυχίας μέσω της οικονομικής επιτυχίας στην οποία πρέπει να φτάσει κανείς οπωσδήποτε και το συντομώτερο.

⁷ Η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου έχει βοηθήσει τα παιδιά να αποκτήσουν μια καινούργια εξουσία. Την εξουσία της απόκτησης. Χρησιμοποιώντας τα παιδιά τις τεχνικές της πειθούς της παράκλησης ή της έντονης επιμονής καταφέρνουν τους

γονείς τους να τους αγοράζουν τα προϊόντα που θέλουν ή να τους δίνουν χρήματα. Οι διαφημιστές το ξέρουν πολύ καλά αυτό και επικεντρώνουν τις διαφημίσεις στα ίδια τα παιδιά. Η διαφήμιση ακόμη εκδηλώνεται και ως άμεση παρακίνηση. Είναι γνωστό π.χ. το φαινόμενο των παιδιών που αγοράζουν τις σοκολάτες ή τα γλυκίσματα που έχουν δει σε διαφήμιση και τα τρώνε την ώρα που βλέπουν τηλεόραση. Η ακόμη τα παιδιά που πίνουν το διαφημισμένο αναψυκτικό ακριβώς την στιγμή που δείχνουν το προϊόν στην τηλεόραση. (Κρ. Παυρεγιο 1994)

Ένα ακόμη αποτέλεσμα της διαφήμισης είναι η αναγόρευση του σήματος των εργοστασίων ρουχισμού σε σύμβολο στην αξία του οποίου πιστεύουν πολλά παιδιά. Το ακριβό ρούχο ερμηνεύεται ως σύμβολο πλούτου και επιτυχίας και αποτελεί προσόν για να γίνει κανείς δεκτός σε κάποια ομάδα.

Την ίδια άποψη έχει και η P.Greenfield 1988, η οποία γράφει ότι η τηλεόραση ακόμη και χωρίς τις διαφημίσεις επηρεάζει τα παιδιά και τα κάνει να δίνουν περισσότερη σημασία στην εμφάνιση γενικά και ειδικά στα ρούχα.

Ο Γ.Χ.Ζώτος 1986, σελ.44, αναφέρει "ότι στις Η.Π.Α. υπολογίστηκε ότι ένας νέος, στα πρώτα 20 χρόνια της ζωής του βλέπει κατά μέσον όρο 1.000.000 διαφημίσεις που δεν προωθούν μόνο προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά παρέχουν και ένα μοντέλο συμπεριφοράς και στάσης απέναντι στη ζωή. Τα διαφημιστικά μηνύματα αφομοιώνονται και αποκωδικοποιούνται από τα παιδιά, ενώ η συνεχής επανάληψη βοηθά στην εμπέδωσή τους."

Τα διαφημιστικά δίστιχα ή μελωδίες αντικαθιστούν τα παραδοσιακά τραγούδια των παιδιών ενώ αργότερα στην εφηβεία αναπτύσσουν ένα κώδικα επικοινωνίας που τα συστατικά τους στοιχεία είναι τα διαφημιστικά "σλόγκαν". Έτσι φτωχαίνει η γλώσσα των νέων ανθρώπων και χρησιμοποιούν περιορισμένο λεξιλόγιο που πολλές φορές δεν ξεπερνά τις 3500 λέξεις.

Τέλος αναφέρεται, ότι, δεν είναι τυχαίο ότι για τον προέλεγχο της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης, με κριτήρια την απομνημόνευση και την

παρακίνηση του ενδιαφέροντος οι ειδικοί χρησιμοποιούν τα παιδιά. Από αυτό μπορούμε να καταλάβουμε πόσο ευαίσθητοι δέκτες είναι τα παιδιά.. (Γ.Χ. Δωζος 1986.

Η Κρ. Λαστρέγκο 1991, υποστηρίζει ακόμη ότι μπορούμε να αντιμετωπίσουμε την διαφήμιση. Μπορούμε να δώσουμε στα παιδιά να καταλάβουν τα εργαλεία που χρησιμοποιεί το διαφημιστικό κύκλωμα και τους ψυχολογικούς μηχανισμούς στους οποίους ποντάρει. Μπορούν να γίνουν σωστοί καταναλωτές και είναι ικανοί να συλλέγουν τις πληροφορίες που περιέχει η διαφήμιση, χωρίς να δέχονται παθητικά την παρότρυνση για αγορά. Όλα αυτά μπορούν να γίνουν συζητώντας και δουλεύοντας με τα παιδιά γι' αυτά τα θέματα.

Η συγγραφέας αναφέρει ένα παράδειγμα στο οποίο τα παιδιά μέσα σε μια σχολική τάξη προσπαθούν μέσα από δύο διαφημίσεις να αποφασίσουν πιο είναι το καλύτερο απορρυπαντικό. Στην συνέχεια προσπαθώντας τα παιδιά να εξηγήσουν τα κίνητρα που τους έκαναν να επιλέξουν το ένα ή το άλλο απορρυπαντικό, κατέληξαν να καταλάβουν τους μηχανισμούς που χρησιμοποίησαν οι διαφημιστές.

3. ΤΑ COMPUTERS ΣΤΗ ΖΩΗ ΜΑΣ

Όπως αναφέρει η Μ. Σεραφετινίδου 1987, σελ.455, ανάμεσα στις τεχνολογικές εφευρέσεις που τα τελευταία 20 χρόνια επαναστατικοποίησαν το χώρο της επικοινωνίας ήταν και η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού υπολογιστή, η οποία είναι και η πιο πρόσφατη και σημαντική τεχνολογική εφεύρεση. Ο υπολογιστής δεν μπορεί να λειτουργήσει από μόνος του ως μέσο επικοινωνίας όμως η ταχύτατη επεξεργασία μαζικών ποσοτήτων πληροφοριών και δεδομένων από τον υπολογιστή παρέχει την δυνατότητα στον πομπό της επικοινωνίας να παράγει μηνύματα υψηλότατου πληροφοριακού περιεχομένου. Αναφέρεται ότι 25.000.000 επιστημονικών, τεχνικών και επαγγελματικών άρθρων αλλά και επιχειρησιακά και πολιτικά άρθρα, διατίθενται στιγμιαία σήμερα στο κοινό από παγκόσμιες υπηρεσίες πληροφοριών μέσω της χρήσης ηλεκτρονικών υπολογιστών.

"Η ανθρωπότητα έχει εντοπίσει περισσότερες πληροφορίες και γνώσεις τα τελευταία 30 χρόνια από όλα τα προηγούμενα 5.000 και το λεξιλόγιο σχεδόν τριπλασιάζεται κάθε δεκαετία" (στην ίδια). (The Guardian,18.10.1984).

// Αυτή η νέα τεχνολογία οδηγεί στην εμφάνιση νέων και διαφορετικών μέσων με άλλα χαρακτηριστικά και ιδιότητες. Ένα παράδειγμα είναι η εμφάνιση της ηλεκτρονικής εφημερίδας η οποία μέχρι και το 1973 θεωρείτο αντικείμενο επιστημονικής φαντασίας. Σήμερα στην Αγγλία το B.B.C λειτουργεί την πρώτη ηλεκτρονική εφημερίδα τον κόσμο που διανέμεται στο κοινό μέσω της τηλεόρασης. Χρησιμοποιεί μια τηλεοπτική συσκευή και μια ειδική συσκευή "αποκωδικοποίησης". Πατώντας ένα κουμπί σε ένα ειδικό τηλεχειριστή, εμφανίζονται στην οθόνη οι σελίδες των περιεχομένων. Με τον συνδυασμό διαφόρων κουμπιών εμφανίζονται οι κύριες ειδήσεις της ημέρας ή το μετεωρολογικό δελτίο ή τα τελευταία αθλητικά αποτελέσματα.)

Ακόμη το Videotext (βιντεοκείμενο), αποτελεί σύστημα αμοιβαίας ή αμφίδρομης επικοινωνίας και βασίζεται στο συνδυασμό βίντεο, υπολογιστή και τηλεφώνου. Με αυτό το σύστημα μπορεί κανείς να επικοινωνήσει με κάθε είδους τράπεζα πληροφοριών.

Στο χώρο του βιβλίου επίσης, παρατηρούνται τα τελευταία χρόνια, εντυπωσικές εξελίξεις. Πρώτοι οι Αμερικάνοι παρουσίασαν για πρώτη φορά το "ηλεκτρονικό βιβλίο", που διαφέρει ριζικά από το παραδοσιακό βιβλίο, αφού κείμενα και εικονογραφήσεις προβάλλονται στην οθόνη του Η/Υ και προσφέρουν στον αναγνώστη την δυνατότητα της ενεργητικής συμμετοχής και παρέμβασης. Το αστυνομικό μυθιστόρημα στην ηλεκτρονική του μορφή παρέχει την δυνατότητα στον αναγνώστη να γίνει ο ήρωας, να κάνει ο ίδιος τις ανακρίσεις και να δώσει το τέλος του μυστηρίου.

Τέλος θα πρέπει να αναφερθεί η πρόσφατη ανάπτυξη του videodisc (βιντεοδίσκου), ο οποίος προβλέπεται ότι θα έχει σημαντικές επιπτώσεις στην

τηλεοπτική επικοινωνία. Ένας βιντεοδίσκος μπορεί να περιέχει μέχρι και 54.000 οπτικά πλάνα σε κάθε πλευρά του τα οποία μπορούν να περιέχουν σελίδες γραπτού κειμένου, εικονογραφήσεις καθώς και κινούμενο κινηματογραφικό ή τηλεοπτικό φιλμ. Μέσω της σύνδεσης τους με Η/Υ επιτρέπουν την ενεργητική συμμετοχή του θεατή καθώς και την δυνατότητα να συνδιάσει με διάφορους τρόπους τα πλάνα του δίσκου. Για παράδειγμα ένα σύστημα βιντεοδίσκου επιτρέπει σε ένα μαθητή ή φοιτητή να αναμιγνύει ακριβώς χημικά υλικά ή να θέτει σε εμπειρική δοκιμασία επικύνδινες θεωρητικές έννοιες πιο φτηνά και με πολύ μεγαλύτερη ασφάλεια από ότι σε ένα πραγματικό εργαστήριο.

α. Ψυχολογική θεώρηση

Ο Τ.Ανθούλιας 1985, σελ.23, αναφέρει ότι συχνά οι μητέρες και ειδικά οι γονείς αναστατώνονται και αγωνιούν για τα παιδιά τους που ασχολούνται συνέχεια με τους Η/Υ. Μερικά από τα παράπονα τους είναι ότι τα παιδιά τους δεν τους μιλούν ποτέ, ότι δεν θέλουν να διαβάζουν τα μαθήματα τους και ότι δεν θέλουν να βγαίνουν έξω από το σπίτι.

Κάποιοι άνθρωποι που δεν θέλουν να μάθουν ή απλώς είναι ανημέρωτοι για το τι γίνεται σήμερα γύρω τους μπορεί να αισθανθούν χαμένοι, να μείνουν κολλημένοι στο παρελθόν ή και να μισήσουν την νέα γενιά καθώς αυτή παίρνει αποφασιστικά την ηγεσία της τεχνολογικής ανάπτυξης.

Κάποιοι άλλοι οι οποίοι ήταν τελείως άσχετοι με την ηλεκτρονική επανάσταση ξαφνικά δίνουν όλο τον εαυτό τους σε αυτό το νέο μαγικό κόσμο. Αγοράζουν τα τελευταία μοντέλα της αγοράς, μαθαίνουν τη νέα γλώσσα, διαβάζουν περιοδικά για τους υπολογιστές, πειραματίζονται και ενθαρρύνουν τα παιδιά τους να κάνουν το ίδιο.

Ο συγγραφέας αναφέρει ότι αν υπάρχει κάποιο πρόβλημα αυτό βρίσκεται στους γονείς και την κοινωνία τους και όχι φυσικά στα παιδιά. Μερικοί άνθρωποι

θεωρούν απειλή κάθε τι το νέο και διαφορετικό. Τα παιδιά που οι γονείς τους πιστεύουν στην άποψη ότι οι υπολογιστές αποτελούν ένα μεγάλο κίνδυνο ή θα αντιδράσουν και αυτά με φόβο και καχυποψία ή θα ξεσπάσουν επαναστατικά φτάνοντας στο αντίθετο άκρο. Αν οι γονείς αισθάνονται άνετα δοκιμάζοντας νέες ιδέες είναι πολύ πιθανό πως και τα παιδιά τους θα τους ακολουθήσουν. Αν οι γονείς γίνουν υπερβολικά ενθουσιώδεις τότε μπορεί τα παιδιά να γίνουν απαθή μπροστά στην νέα τεχνολογία.

β. Η σχέση με την τηλεόραση

Η P.Greenfield 1988, σελ.135, αναφέρει ότι μια αιτία που τα κομπιούτερ ασκούν τόση έλξη στα παιδιά είναι το γεγονός της εμπειρίας που έχουν με την τηλεόραση. Η σχέση ανάμεσα στην τηλεόραση και στα κομπιούτερ φαίνεται να έχει γίνει αντιληπτή από τα παιδιά. Ένα παιδί είπε για τα κομπιούτερ:

"Είναι σαν να μαθαίνεις και την ίδια στιγμή να βλέπεις τηλεόραση".

Τα παιδιά λατρεύουν τον οπτικό δυναμισμό της τηλεόρασης αλλά προτιμούν ένα ρόλο που να τους επιτρέπει να συμμετέχουν παρά έναν παθητικό ρόλο. Για παράδειγμα ένα αγόρι είπε:

"Η τηλεόραση κάνει ότι θέλει. Το κομπιούτερ κάνει ότι θέλεις εσύ".

Παρόμοιο ήταν και το σχόλιο κάποιου άλλου παιδιού:

"Έχει πλάκα γιατί εσύ το κουμαντάρεις. Η τηλεόραση κουμαντάρει μόνη της τον εαυτό της."

γ. Οι Η/Υ στην εκπαίδευση

Στην ερώτηση αν μπορούν να διδάξουν οι υπολογιστές ο Τ.Ανθούλιας 1985, σελ.20, γράφει ότι η απάντηση είναι μονολεκτική "όχι".

"Είναι μάλλον απίθανο ότι υπολογιστές οποιούδηποτε μεγέθους ή χωρητικότητας να μπορέσουν να αντικαταστήσουν κάποτε τον δάσκαλο."

Οι υπολογιστές όμως μπορούν να βοηθήσουν τον εκπαιδευτικό με διάφορους τρόπους:

- α. Ελαττώνοντας το χρόνο απασχόλησης σε διοικητικά καθήκοντα
- β. Προσφέροντας απεριόριστες δυνατότητες επεξεργασίας στοιχείων των μαθητών μέσα από εξετάσεις, ερωτηματολόγια και ασκήσεις κάθε είδους.
- γ. Ενισχύοντας τους μαθητές που έχουν μειωμένη απόδοση με την βοήθεια ειδικών προγραμμάτων.
- δ. Επιτρέποντάς στους μαθητές που έχουν αυξημένη απόδοση να προχωρήσουν ανάλογα με τις δυνατότητες τους.

Ο Γ.Παπός 1989, γράφει ότι το θέμα των υπολογιστών, στα σχολεία και γενικότερα της Πληροφορικής στην Εκπαίδευση, δεσπόζει στην εκπαιδευτική σκηνή των αναπτυγμένων χωρών.

Μία από τις σημαντικότερες επιπτώσεις της εμφάνιση των υπολογιστών στα σχολεία είναι η ανάγκη για συζήτηση και ενδεχομένως αναθεώρηση των απόψεων που επικρατούν σχετικά με την φύση της μάθησης, τη νοητική ανάπτυξη του παιδιού, την κοινωνική του ένταξη και το μέλλον της παροχής της εκπαίδευσης. Ακόμη οι εκπαιδευτικοί όλων των βαθμίδων πρέπει να διαθέτουν μια στοιχειώδη εμπειρία και γνώση για την χρήση των υπολογιστών στη διδασκαλία και γενικά να είναι ενήμεροι για τις δυνατότητες και προοπτικές της πληροφορικής στην εκπαίδευση.

Αν εστιάσουμε το ενδιαφέρον μας γράφει ο συγγραφέας, ως προς τις δυνατότητες της Πληροφορικής, στην ανθρώπινη μάθηση και την εκπαιδευτική διαδικασία, θα παρατηρήσουμε ότι αξιοσημείωτα γεγονότα συνέβησαν με την εισαγωγή των υπολογιστών στα εκπαιδευτικά συστήματα κυρίως των αναπτυγμένων χωρών. Η πολλαπλών εφαρμογών δυναμική ενός υπολογιστή, ως μέσω του εκπαιδευτικού, υπόσχεται να προσφέρει πολλά στην βελτίωση της εκπαίδευσης που παρέχεται στον άνθρωπο.

Η P.Greenfield 1988, σελ.139,¹ αναφέρει ότι τα προγράμματα ασκήσεων που χρησιμοποιούνται για τους υπολογιστές, μιμούνται βασικά τις μεθόδους των βιβλίων με ασκήσεις. Υπάρχουν όμως δύο πλεονεκτήματα που αποδίδονται στα κομπιούτερ: την εξατομίκευση των ερωτήσεων που εξαρτάται από το επίπεδο ικανότητας του μαθητή και την άμεση ανταπόκριση. Η ανταπόκριση του κομπιούτερ δεν είναι μόνο άμεση αλλά και εντελώς απρόσωπη. Αυτό από ψυχολογική άποψη είναι ένα πλεονέκτημα γιατί το λάθος γίνεται κάτι από το οποίο μπορείς να μάθεις και όχι κάτι που πρέπει να το φοβάσαι.²

Όπως είπε ένας εφτάχρονος: "Το κομπιούτερ δεν σου μπηγεί τις φωνές". Αυτό είναι πολύ σημαντικό γράφει η συγγραφές γιατί σε ένα μεγάλο βαθμό, η αρνητική συμπεριφορά των παιδιών στο σχολείο, πηγάζει από το φόβο του λάθους και το φόβο της αποτυχίας.

Ακόμη το κομπιούτερ ενθαρρύνει την συνεργασία ανάμεσα στα παιδιά. Μια δασκάλα ανέφερε ότι η τάξη της είχε πρόβλημα συνεννόησης και συνεργασίας, αλλά το κομπιούτερ έκανε τα παιδιά να πλησιάσουν το ένα το άλλο. Η ανάγκη να μοιραστούν ένα κομπιούτερ, είναι που κάνει τα παιδιά να δουλεύουν μαζί. Έρευνες επίσης έδειξαν μια αύξηση 64% στον αριθμό των λέξεων στις εκθέσεις των παιδιών που είχαν εργαστεί με κομπιούτερ.

δ. Οι εκπαιδευτικές δυνατότητες των υπολογιστών

Ο Γ.Παπάς, 1989, σ.36,³ αναφέρει ότι καθώς ο αριθμός των Η/Υ που χρησιμοποιούνται στην εκπαίδευση αυξάνει, θεωρείται αρκετά πιθανόν ότι θα επέλθουν αλλαγές στην εκπαιδευτική διαδικασία. Η κατεύθυνση των αλλαγών αυτών δεν είναι πάντα σαφής αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις, η παρουσία τους είναι ευδιάκριτη.⁴ Στην συνέχεια θα αναφερθούν μερικές δυνατότητες των υπολογιστών.

¹ Ο Η/Υ μπορεί να λάβει υπόψη του τις ατομικές διαφορές μεταξύ των μαθητών με τρόπο που δεν είναι δυνατό να γίνει από το δάσκαλο που διδάσκει μόνος του σε

μια τάξη. Οι μαθητές μπορούν να προοδεύσουν με το δικό τους ρυθμό και ο υπολογιστής να παραμείνει υπομονετικός και ακούραστος φροντιστής που δεν θα γνωστοποιήσει στους συμμαθητές του την οποιαδήποτε αποτυχία του πράγμα που θα συνέβαινε αν ο μαθητής έδινε στην τάξη μια λανθασμένη απάντηση¹¹.

« Η κυρία φροντίδα του εκπαιδευτικού είναι να επιτύχει ένα υψηλό επίπεδο θετικής παρακίνησης για μάθηση στους μαθητές του, να δημιουργήσει κίνητρα και να προκαλέσει την προσοχή τους¹².

¹¹ Πρέπει όμως να δημιουργήσει το σωστό είδος παρακίνησης, αυτό που αποσκοπεί στη διανοητική ανάπτυξη του μαθητή και όχι στην εσωστρεφή απομόνωσή του.¹¹

Ο Η/Υ αμοίβει αμεσότερα για τις ορθές απαντήσεις που δίνει ο χρήστης και αυτό το χαρακτηριστικό παρέχει τη δυνατότητα να βελτιωθεί η μάθηση. Ακόμη ο προγραμματισμός και η επεξεργασία κειμένου προσφέρουν ανταμοιβή στον χρήστη με βραδύτερο ρυθμό ώσπου η όλη διαδικασία να φτάσει στο επιθυμητό επίπεδο αποδοχής και τελειότητας.

† Μια άλλη εκπαιδευτική δυνατότητα των υπολογιστών είναι η ικανότητά τους για αμοιβαία επικοινωνία μαθητή και μηχανής¹¹. Ο μαθητής μπορεί να σκεφτεί να επέμβει και να απαντήσει στο πρόγραμμα καθώς προσπαθεί να βρει τις σωστές διορθώσεις που θα τον οδηγήσουν στις τελικές απαντήσεις.

Αυτή η αλληλεπίδραση και συνεργασία μεταξύ μαθητή και προγράμματος συμβάλλει στην ανάπτυξη της νοητικής ικανότητας του μαθητή.

“ Ένα πλεονέκτημα του υπολογιστή απέναντι στο δάσκαλο είναι η ικανότητά του να επεξεργάζεται πολύ πιο σύνθετα δεδομένα και με πολύ μεγαλύτερη ταχύτητα.

Μια άλλη δυνατότητα του Η/Υ που συμβάλλει στη νοητική ανάπτυξη είναι ότι με τη χρήση του κατάλληλου λογισμικού μας παρέχει τη δυνατότητα να διατυπώνουμε και να ελέγχουμε υπόθέσεις στη διαδικασία λύσης προβλημάτων.

Η χρήση των Η/Υ στα σχολεία παρέχει την ευχέρεια χρόνου στους εκπαιδευτικούς και τους μαθητές να συγκεντρώνουν την προσοχή τους σε ότι είναι

πραγματικά ουσιαστικό και ενδιαφέρον και όχι στη διεξαγωγή πολύπλοκων και χρονοβόρων μαθηματικών υπολογισμών που αποτελούν το μέσο και όχι τον τελικό αυτοσκοπό της γνώσης.

16 Τα μικρά παιδιά ακόμα και στην ηλικία που φτάνουν την περίοδο της αφαιρετικής σκέψης (δηλ. μετά τα 11 τους χρόνια, κατά τον Piaget) εξακολουθούν να παρουσιάζουν μια εξάρτηση από το συγκεκριμένο. Ο Η/Υ προσφέρει τη δυνατότητα στα παιδιά να αναπτύξουν την ικανότητά τους να αντιμετωπίζουν με επιτυχία τον αφαιρετικό τρόπο σκέψης και να φτάνουν στο υψηλότερο δυνατό επίπεδο αντίληψης και κατανόησης εννοιών.

Με το κατάλληλο υλικό (hardware) και λογισμικό (software) ο καθένας μπορεί να αναπαραγάγει εξαιρετικές γραφικές παραστάσεις και να τις θέσει σε κίνηση στην οθόνη του υπολογιστή του. Οι Η/Υ αναβαθμίζουν τη συμβολή και χρησιμότητα των γραφικών παραστάσεων στην εκπαιδευτική διαδικασία και έτσι παρέχουν στους μαθητές ευρύτερες αλλά και ποικιλότερες δυνατότητες για αναπαράσταση, κατανόηση και χειρισμό των ιδεών και μεθόδων που αναφέρονται στη διαδικασία μάθησης. (Γ. Παλιός 1989).

17 Τέλος ένα αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό που παρουσιάζουν οι Η/Υ είναι ο γρήγορος ρυθμός με τον οποίο εξελίσσονται το υλικό και το λογισμικό. Το εκπαιδευτικό σύστημα παρουσιάζει ένα είδος σταθερότητας και χρονικής υστέρησης σχετικά με την προσαρμοστικότητα τους στις μεταβολές που συμβαίνουν στη ζωή και την κοινωνία έξω από το σχολείο. Οι Η/Υ έχουν δομικά ενσωματώσει την ταχύτατη εξέλιξη στην ισχύ τους και τις δυνατότητές τους. Με την εισαγωγή των Η/Υ στο σχολείο εισάγουμε ένα παράγοντα και φορέα αλλαγών και εξέλιξης στην επεξεργασία. Οι Η.Υ μπορούν να μετακινήσουν και να μεταθέσουν το εκπαιδευτικό μας σύστημα από το μοντέλο της στατικότητας σε ένα εξελισσόμενο δυναμικό σύστημα. Αυτό το δυναμικό και εξελικτικό πρότυπο εκπαίδευσης, περιέχει και την έννοια ότι η εκπαίδευση δεν είναι κλειστή διαδικασία που ολοκληρώνεται σε

καθορισμένο αριθμό ετών αλλά διαδικασία "δια βίου" που αποσκοπεί στην "δια βίου" μάθηση." (Γ. Παπας 1989).

ε. Αρνητικές Επιπτώσεις των Υπολογιστών

Ο ίδιος συγγραφέας, ο Γ. Παπας, σ. 39, 1989, αναφέρει ότι υπάρχουν κάποιες αρνητικές επιπτώσεις "καταχρήσεις" των υπολογιστών στην εκπαιδευτική διαδικασία.)

"Δεν είναι δυνατόν να πιστεύουμε ότι μόνον ο εφοδιασμός των σχολείων με Η/Υ κρίνεται επαρκής ώστε να βελτιωθεί ουσιαστική εκπαίδευση που παρέχεται. Θα πρέπει να σκεφτούμε ότι αυτό που διδάσκεται θα μπορέσει να συμβαδίσει και να ανταποκριθεί στις ανάγκες της κοινωνίας μας που θα ζήσει η επόμενη γενιά. Ακόμη δεν πρέπει να αποφύγουμε την προσπάθεια να δώσουμε απάντηση στα ερωτήματα, για ποιό σκοπό χρησιμοποιούμε αυτή την τεχνολογία, πως συνδέεται με τους εκπαιδευτικούς στόχους και πως σχετίζεται με τις άλλου είδους δραστηριότητες ή εμπειρίες που παρέχουν τα σχολεία." (Γ. Παπας 1989).

"Υπάρχουν σχολεία στα οποία ο υπολογιστής χρησιμοποιείται ως εργαλείο πειθαρχίας και ελέγχου της τάξεως γιατί η οθόνη του Η/Υ δημιουργεί μια έλξη και απορρόφηση για το μαθητή. Η χρήση αυτή δεν αξιοποιεί την πλήρη δυναμική του Η/Υ ως ενός ενεργού και διαλογικού μέσου ενταγμένου σε περιβάλλον διδασκαλίας και μάθησης. Έτσι επιτρέπεται στους μαθητές να παίζουν παιχνίδια στον Η/Υ ή να εργάζονται με τη βοήθεια προγραμμάτων που είναι ασήμαντα." (Γ. Παπας 1989)

Υπάρχουν ακόμη σχολεία που αντιμετωπίζουν τους υπολογιστές μόνο σαν διδακτικές μηχανές πολύ εξελιγμένες. αυτή η προσέγγιση δημιουργεί κάποια προβλήματα τα οποία θα αναφερθούν.

α. Η χρήση των υπολογιστών στη διδασκαλία, είχε ως αποτέλεσμα τη μετάδοση σαφών γνώσεων αλλά δεν προσέφεραν τίποτα για να αναταράξει την τετριμμένη και πεπαλαιωμένη αντίληψη ότι η μάθηση δεν είναι τίποτα περισσότερο παρά

απλώς κάτι παραπάνω από την πρόσκτηση ξηρών γνώσεων.

Τα διαθέσιμα εκπαιδευτικά προγράμματα σήμερα των Η/Υ διδάσκουν διαδικασίες και μεθόδους για τα πώς να μάθει κανείς να ασκείται και να αναπτύσσει δεξιότητες ή ακόμη και πως να σκέπτεται. Έτσι αν χρησιμοποιήσουμε τους υπολογιστές μόνο σαν διδακτικές μηχανές και δεν καθοδηγήσουμε τα παιδιά να χρησιμοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητες των Η/Υ δηλαδή να τους προγραμματίζουν και να επικοινωνούν μαζί τους, αντί μόνο να "προγραμματίζονται" τα ίδια από τις μηχανές, τότε χάνουμε το περισσότερο από ότι αυτοί συνολικά μπορούν να προσφέρουν στην εκπαίδευση.

β. Το είδος της μάθησης που προσφέρει το σχολείο είναι η απάντηση του είδους της γνώσης που μπορεί να δοθεί σε γραμμική κατά τμήματα μορφή. Με αυτό τον τρόπο δημιουργείται η τάση να στηριζόμαστε στις "συμπεριφορικές θεωρίες" τις σχετικές με τη μάθηση και να αγνοούμε άλλες πλευρές της μάθησης όπως π.χ την κοινωνική διάσταση που πολλοί ψυχολόγοι έχουν θεωρήσει βασικής σημασίας στην προσπάθεια για αποτελεσματική μάθησή.

γ. Ένα τρίτο μειονέκτημα είναι η πιθανότητα να οδηγηθεί ο μαθητής σε απρόσωπες και εσωστρεφείς μορφές μάθησης. Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη φροντίδα στο καινούργιο περιβάλλον που δημιουργεί η νέα τεχνολογία στο σχολείο, να αναπτυχθεί η κοινωνική σχέση και αλληλεπίδραση μεταξύ των μαθητών.

Θεμελιώδης αρχή και επιδίωξη της εκπαιδευτικής διαδικασίας πρέπει να είναι η προσπάθεια για ανάπτυξη της τάσης για μάθηση βασισμένης στην κριτική επιλογή και αξιολόγηση της ύλης που προσφέρεται. Οι εκπαιδευτικοί πρέπει να ενθαρρύνουν τους μαθητές να εξετάζουν κριτικά και να προσπαθούν να αποκαλύψουν την ιδεολογία και τις αξίες που περιέχονται σε ότι τους παρουσιάζεται. " (Γ. Ρωσός 1989).

στ. Χρήσιμοι Κανόνες για την Διδασκαλία με Η/Υ

Υπάρχουν κάποιοι κανόνες τους οποίους οι εκπαιδευτικοί θα πρέπει να έχουν υπόψη τους όταν χρησιμοποιούν τους υπολογιστές για να διδάξουν τα παιδιά.

Ο Clements, 1985, (στον Γ.Παπάς, 1989, σ.74), ταξινομεί τους παρακάτω κανόνες.

- α.** Υπάρχουν περιπτώσεις κατά τις οποίες πρέπει να χρησιμοποιούνται οι Η/Υ και άλλες που δεν πρέπει. Οι Η/Υ πρέπει να χρησιμοποιούνται όταν συνεισφέρουν στην ανάπτυξη τους πνεύματος συνεργασίας με σκοπό τη μάθηση. Δεν πρέπει να χρησιμοποιείται ο υπολογιστής ή το πρόγραμμα που περιέχει ακατάλληλα σχόλια ή αποθαρρυντικά για κάποια αποτυχημένη προσπάθεια του μαθητή. Ακόμη οι υπολογιστές δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται για να περνάει κανείς την ώρα του με προγράμματα που στερούνται εκπαιδευτικής αξίας.
- β.** *"Πρέπει να δίνεται έμφαση και προτεραιότητα στα προγράμματα που προάγουν την ενεργητική μάθηση και επιτρέπουν στο μαθητή να ελέγξει ως ένα βαθμό, τη διαδικασία του πως αυτός μαθαίνει".* Η μάθηση του παιδιού είναι πιο αποτελεσματική αν δίνεται σ' αυτό κάποια δυνατότητα εκλογής για το πότε, το τι και το πώς μαθαίνει.
- γ.** ¹¹ Οι προτιμήσεις των παιδιών δεν πρέπει να είναι οι μόνοι παρόντες στον καθορισμό ενός μαθήματος ή ενός προγράμματος. Τα ενδιαφέροντα και οι προτιμήσεις των παιδιών πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όχι όμως να επιλέγονται μόνο τα προγράμματα που ευχαριστούν, διευκολύνουν και διασκεδάζουν τους μαθητές.
- δ.** ¹² Πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα στάδια νοητικής ανάπτυξης του παιδιού. Η εξελικτική ψυχολογία μας παρέχει κριτήρια για το τι πρέπει να θεωρούμε σε σχέση με την ηλικία που βρίσκεται το παιδί, ότι πρέπει να είναι το περιεχόμενο και ο τρόπος παρουσίασης ενός προγράμματος.

ε.¹ Οι μαθητές πρέπει να αποκτούν εμπειρία από ποικίλες εφαρμογές των Η/Υ. Αυτό μπορεί να συμβάλει στην εξοικείωση των μαθητών με τις πολλαπλές χρήσεις της νέας τεχνολογίας, στην γνώση των δυνατοτήτων αλλά και των περιορισμών που χαρακτηρίζουν τους υπολογιστές, στην παροχή ευκαιριών στους μαθητές ώστε αυτοί να αναπτύξουν τις ικανότητές τους για αναζήτηση έρευνας και για ενεργητική μάθηση.

στ.² Οι δραστηριότητες που γίνονται με υπολογιστές πρέπει να καλύπτουν όλο το αναλυτικό πρόγραμμα του σχολείου.

ζ.³ Τα παιδιά μπορούν και πρέπει να χρησιμοποιούν τους Η/Υ ώστε να προάγεται η κοινωνική και η συναισθηματική τους ανάπτυξη και να αναπτύσσεται η τάση τους για δημιουργικότητα.⁴

Ο Η/Υ δεν αντικαθιστά αλλά βοηθά μόνο τον δάσκαλο στο έργο του, και βεβαίως δεν καλύπτει όλες τις πλευρές της ανάπτυξης του παιδιού, π.χ. τη σωματική του ανάπτυξη και την κοινωνική του ένταξη στο σχολικό του περιβάλλον.

η. *"Η διδασκαλία με τη βοήθεια των Η/Υ θα πρέπει να λειτουργεί ως μέσο επίτευξης των εκπαιδευτικών στόχων και όχι ως τελικός στόχος".*

θ. *"Ο δάσκαλος είναι και παραμένει το "κλειδί" για την επιτυχή ένταξη κι χρήση των Η/Υ στο σχολείο".*

ζ. Οι Η/Υ στην Ειδική Αγωγή

Συνεχίζοντας ο ίδιος ο συγγραφέας, Ο Γ. Παπάς, 1989, γι' αυτό το θέμα γράφει ότι ο όρος *"παιδιά με ειδικές ανάγκες"* αναφέρεται ⁵ σε όσα παιδιά παρουσιάζουν πρόβλημα και ανάγκες που δεν μπορούν να αντιμετωπιστούν σε μια μέση σχολική τάξη χωρίς ειδική παρέμβαση και βοήθεια.⁶

“Ανεξάρτητα όμως από την οποιαδήποτε μειονεξία ή τη δυσκολία μάθησης και εκπαίδευσης του συγκεκριμένου παιδιού, το τελικό καθήκον γονέων και εκπαιδευτικών είναι η αξιοποίηση στο μέγιστο δυνατό βαθμό των ικανοτήτων και δεξιοτήτων που διαθέτει το παιδί.

Οι Η/Υ άρχισαν να χρησιμοποιούνται στην Ειδική Αγωγή μόνο τα τελευταία χρόνια και τα αποτελέσματα είναι εντυπωσιακά.”

Όπως αναφέρει η M.Hope, 1987, (στον ίδιο), σ.80, παιδιά χωρίς δυνατότητα για ανάγνωση, γραφή και αριθμητική που είχαν απογοητευθεί και παραιτηθεί από την προσπάθειά τους να ξεπεράσουν αυτή τους την αδυναμία στην τάξη, όταν όμως τους δόθηκε η καθοδήγηση στην τάξη και η δυνατότητα να κάνουν την ίδια προσπάθεια με τη βοήθεια υπολογιστή, τελικά τα κατάφεραν.

Ο Η/Υ στην Ειδική Αγωγή, εφοδιασμένος με τα κατάλληλα προγράμματα, δεν βοηθάει μόνο στη διαδικασία ξεπεράσματος των μαθησιακών δυσκολιών, που δημιουργεί η ύπαρξη κάποιου μειονεκτήματος, αλλά επιπλέον μπορεί να αποκαλύψει πτυχές και δυνατότητες του παιδιού που παρέμειναν αναξιοποίητες.

Συνοπτικά η A. Candler, 1987, (στον ίδιο), σ.81, αναφέρει τους διάφορους ρόλους των Η/Υ στην Ειδική Αγωγή:

- α. Παρέμβαση στη διδασκαλία και βοήθεια στην ανάπτυξη των πνευματικών δεξιοτήτων.
- β. Βοήθεια στους μαθητές με ειδικές ανάγκες να πραγματοποιήσουν διάφορες εργασίες στην τάξη που χωρίς την ύπαρξη των Η/Υ και των εξαρτημάτων που συνδέονται με αυτούς, δεν θα μπορούσαν να τις κάνουν ή θα τις εκτελούσαν με ατελή τρόπο.
- γ. Παροχή μέσων για την ανάπτυξη γραπτής και προφορικής επικοινωνίας.
- δ. Μπορεί να συμβάλει στην ψυχαγωγία και στη δυνατότητα του μειονεκτούντος ατόμου να ελέγχει το περιβάλλον που ζει και έτσι να νοιώθει λιγότερο εξαρτημένος από τους άλλους.

4. ΒΙΝΤΕΟΠΑΙΧΝΙΔΙΑ

Όπως αναφέρει η P.Greenfield, 1988, σ.108, τα βιντεοπαιχνίδια προκάλεσαν το "γάμο της τηλεόρασης με τα κομπιούτερ". Αυτό που είναι κοινό στην τηλεόραση και στα κομπιούτερ είναι η τηλεοπτική οθό.

// Οι οπτικές ικανότητες που αναπτύσσονται μέσω της παρακολούθησης της τηλεόρασης είναι η αιτία που τα παιδιά της γενιάς της τηλεόρασης δείχνουν να έχουν μεγάλο ενδιαφέρον σ' αυτά τα παιχνίδια.

Τα βιντεοπαιχνίδια ήταν το πρώτο μέσο επικοινωνίας που συνδύασε τον οπτικό δυναμισμό με την ενεργό συμμετοχή του παιδιού.

Μια πηγή ανησυχίας γι' αυτά τα βιντεοπαιχνίδια είναι ότι είναι διαθέσιμα στις μεγάλες αίθουσες και έχουν θέματα με φυσική επιθετικότητα.

Μια ομάδα ερευνητών έφτασε στα συμπεράσματα ότι τα επιθετικά βιντεοπαιχνίδια που παίζονται από δυο παίκτες είτε αυτοί συνεργάζονται είτε ανταγωνίζονται, μειώνουν το ποσοστό επιθετικότητας στο παιχνίδι των παιδιών.

// Το πιο επιβλαβές στοιχείο των βίαιων βιντεοπαιχνιδιών είναι το ότι είναι μοναχικά. Ένα επιθετικό παιχνίδι δυο προσώπων παρέχει μια καθαρτήρια και ανακουφιστική επίδραση στην επιθετικότητα, ενώ ένα μοναχικό επιθετικό παιχνίδι, μπορεί να καλλιεργήσει περισσότερο την επιθετικότητα." (P. Greenfield 1988)

Από μία τηλεοπτική έρευνα βγήκε το συμπέρασμα ότι η δράση και όχι παραίτητα η βία είναι αυτό που έλκει τα παιδιά να προσηλωθούν στην οθόνη.

"Στα πλήθη που συγκεντρώνονται γύρω από τις μηχανές με τα παιχνίδια, γ' αγόρια είναι πολύ περισσότερα από τα κορίτσια. Αυτό μπορεί να είναι σοβαρό πρόβλημα, γιατί φαίνεται ότι τα παιχνίδια είναι για τα παιδιά το σημείο εισόδου στο κόσμο των κομπιούτερ. Αν το ενδιαφέρον των παιδιών για τα κομπιούτερ αρχίσει με τα παιχνίδια, τότε το γεγονός ότι τα πιο κοινά παιχνίδια περιλάμβαναν επιθετικά και βίαια φανταστικά θέματα μπορεί να έχει σαν

αποτέλεσμα να απομακρύνει πολλά κορίτσια από τα κομπιούτερ" (P. Greenfield 1998)

Αυτό φυσικά δεν είναι θετικό για ένα χώρο που βρίσκεται σε ταχύτερη ανάπτυξη και γι' αυτό θα έπρεπε να είναι ανοικτός και στις γυναίκες.

"Ένα άλλο θέμα σχετικό με τα βιντεοπαιχνίδια είναι ότι λειτουργούν σαν υποκινητές συναισθήματος, ότι είναι παιχνίδια συνεργασίας ματιού χεριού και ότι εξαιτίας αυτού είναι χωρίς νοητικό περιεχόμενο. Κατ' αρχήν οι ικανότητες αίσθησης, όπως η συνεργασία ματιού, χεριού, είναι πολύ σημαντικές και πολύ χρήσιμες σε πολλά επαγγέλματα, όπως και στην καθημερινή ζωή. Σύμφωνα με τον Piaget, είναι το θεμέλιο για τα μεταγενέστερα στάδια της γνωστικής ανάπτυξης. Ακόμη ενσωματώνουν τύπους σύνθεσης που είναι αδύνατο να υπάρξουν στα παραδοσιακά συμβατικά παιχνίδια. Ένα συμβατικό παιχνίδι σου δίνει όλους τους κανόνες, ενώ το "Pac-Man" και άλλα παιχνίδια του είδους απαιτούν από τον παίκτη να βρει τους κανόνες με την παρατήρηση. Έτσι τα βιντεοπαιχνίδια απαιτούν ιδιαίτερες ικανότητες που δεν ήταν απαραίτητες για τα παιχνίδια της προηλεκτρονικής εποχής." (P. Greenfield 1998)

Συνεχίζοντας η ίδια η συγγραφέας γράφει ότι τα παιχνίδια αυτά απαιτούν από τον παίκτη να βρει τις σχέσεις ανάμεσα στα πολλαπλά αλληλεπιδρώντα στοιχεία το οποίο είναι δύσκολο για πολλούς ανθρώπους. Το να μάθεις να παίζει αυτό τον τύπο παιχνιδιών δημιουργεί σπουδαίες ικανότητες όπως η ευελιξία και ο προσανατολισμός. *"Το να μάθεις να χειρίζεσαι πολλά διαφορετικά στοιχεία είναι ένα σπουδαίο κατόρθωμα επειδή ο κόσμος δεν αποτελεί απλό σύστημα, αλλά αποτελείται από πολλά σύνθετα συστήματα, πολλαπλών συνδυαζόμενων στοιχείων"*.

5. ΤΑ ΚΟΜΙΚΣ

Ξεκινώντας θα ήταν καλό να κάνουμε μια μικρή αναφορά σε αυτό το είδος τέχνης και στην ιστορική τους εξέλιξη.

Σύμφωνα με τους ιστορικούς τους είδους (γιατί υπάρχουν σήμερα ιστορικοί και άλλοι θεωρητικοί, αυτού του είδους, όπως υπάρχει και έδρα Κόμικς, στο Πανεπιστήμιο της Σορβόνης) η περίοδος 1945-1965, συνιστά την εποχή των Ευρωπαϊκών Κόμικς, Αστερίξ, Λούκυ Λούκ κλπ. Ενώ λίγο πριν τα χρόνια 1935-1945 στάθηκε η χρυσή εποχή των Αμερικανικών κόμικς, Μίκυ Μάους, Ντόνλτ Ντάκ, Ποπάυ, Ταρζάν, Σούπερμν, Μπάτμαν,

Πριν από αυτές τις χρυσές εποχές τα κόμικς παρουσίαζαν σχετικά περιορισμένο θεματολόγιο με ιστορίες που σατύριζαν κυρίως την οικογενειακή ζωή ή με λαϊκίζουσες εικονογραφήσεις των μεγάλων γεγονότων της επικαιρότητας, όπως μεγάλα δράματα, εγκλήματα, πολιτικές κρίσεις. Μέσα και στην συνέχεια αυτών των χρυσών εποχών αρχίζει και εξακολουθεί ως τις μέρες μας κάτι σαν έκρηξη θεματολογική όσο και στιλιστική. Εμφανίζονται περιοδικά αντεργκράουντ και ένα πλήθος από κόμικς, με μια ατελείωτη ποικιλία θεμάτων σχετικών με περιθωριακές κοινότητες, σεξ, βία, ναρκωτικά, μελλοντικές κοινωνίες, κοινωνικές διαφορές, υπεράνθρωπα όντα που ζωγραφίζονται είτε με ρεαλισμό είτε με γελοιογραφική αφαίρεση και αντιμετωπίζονται εξίσου με συμπάθεια και απόρριψη. (Μαρίνας Καμπάκη, Περιοδικό "Νέα Ακρόπηλη", 1996).

Ο Δ.Κολιοδήμος, 1982, σ.5,¹¹ αναφέρει ότι τα κόμικς είναι ένα πολιτιστικό προϊόν της βιομηχανικής κοινωνίας που συμπυκνώνει και προωθεί μια συγκεκριμένη ιδεολογία που στηρίζεται πρώτον στην εικόνα και δεύτερο στο λόγο. Έχει διαφορετική αξία χρήσης γι' αυτούς που το αγοράζουν και το καταναλώνουν από εκείνη που έχει γι' αυτούς που το παράγουν και το πωλούν δηλαδή για τους καπιταλιστές.¹

“Οι άνθρωποι δεν τα αγοράζουν, για να εκτεθούν στην αστική ιδεολογία, ή για να υποστούν μια ακόμη επίθεση της. Τα αγοράζουν για να ικανοποιήσουν μια ποικιλία αναγκών και στερήσεων τις οποίες μπορούμε μόνο να μαντέψουμε αφού δεν

έχει γίνει καμμιά σχετική έρευνα. >> (Δ.) Κοζοδονγός 1983

Τα κόμικς είναι μια ευχάριστη απόλαυση, ένα ψυχαγωγικό ανάγνωσμα που το διαβάζει, όταν είσαι κουρασμένος, όταν αισθάνεται κακόκεφος που δεν βαριέσαι να το μετροφυλλάς και να το κοιτάξεις και που μπορεί να γελάσεις με τις ιστορίες που προσφέρει. Είναι ένα λογοτεχνικό είδος που απλώνεται σε όλα τα αφηγηματικά είδη (περιπέτεια, φανταστικό, γουέστερν, αστυνομικό, σατυρικό) και πιάνει όλες τις κατηγορίες του αναγνωστικού κοινού. Είναι ένα μέσο που σε κάνει να ξεχνάς την καθημερινότητα και σε μεταφέρει σε όμορφους και απίστευτους κόσμους.

↳ Το πρόβλημα ίσως να βρίσκεται στον τρόπο που πετυχαίνει όλα αυτά γιατί πέρα από την ειρωνία, τη σάτυρα και το σαρκασμό παρουσιάζονται και αντιδραστικά στοιχεία, αταξικοί κόσμοι, γεμάτοι με καλούς και κακούς χαρακτήρες, ήρωες με διπλές ταυτότητες, τονισμός της σημασίας του χρήματος, φυλετικές διακρίσεις κ.ά. Τίποτα όμως δεν εγγυάται ότι η ανάγνωση ενός αντιδραστικού κόμικ θα επιφέρει μια αντιδραστική συμπεριφορά. Ο αναγνώστης δεν είναι μόνο το παθητικό υποκείμενο που ρουφάει με λαιμαργία τις εικόνες, το λόγο και τους κώδικες του κειμένου, αλλά και το ενεργοποιημένο πρόσωπο που στοχεύει στην αλλαγή και παλεύει για ένα διαφορετικό κόσμο. Η ολική απόρριψη ενός κόμικ είναι μια λανθασμένη ενέργεια ενώ η σωστότερη στάση θα ήταν η διεξοδική ανάλυση και η κατάλληλη διαπαιδαγώγηση." (Δ.) Κοζοδονγός 1982 σ. 6)

Συνεχίζοντας ο ίδιος, αναφέρει ότι υπάρχει η άποψη ότι τα κόμικ αποτελούν μια εύκολη διασκέδση ότι εγκλωβίζουν τη φαντασία και αδιαφορούν για τον προβληματισμό του αναγνώστη. Η λειτουργία τους όμως έχει πολλές αντιστοιχίες με τον τρόπο λειτουργίας των εικαστικών τεχνών. Η εικόνα τους δεν είναι ούτε απλή ούτε ευκολοδιάβαστη. Έτσι ο αναγνώστης είναι υποχρεωμένος να διακρίνει τα βασικά στοιχεία που την συνθέτουν και ανάλογα με τη φαντασία του, τις

γνώσεις του, τα προσωπικά του βιώματα και εμπειρίες, να προσπαθήσει να τις ερμηνεύσει νοηματικά.

Ακόμη η απόσταση που υπάρχει ανάμεσα στον πομπό και το δέκτη, δηλαδή ανάμεσα στα κόμικ και τον αναγνώστη, επιτρέπει στον δεύτερο να αναπτύξει μια κριτική σχέση. Οι πληροφορίες αντλούνται σε μια ώρα που έχει επιλεγεί από τον ίδιο και με ένα ρυθμό που τον καθορίζει αυτός χωρίς βιαστική και εξωτερική βοήθεια.

Έχει τη δυνατότητα να συσσωρεύσει όλα τα κομμάτια των πληροφοριών και να χρησιμοποιήσει τη φαντασία του και τις δυνατότητές του για να τα κατανοήσει. Του επιτρέπει να τα συνδυάσει με τις δικές του απόψεις και ανάλογα με το δικό του σύστημα αξιών να τα δεχτεί ή να τα απορρίψει. Αυτό μπορεί να εμποδίσει τη συνειδησή του να αλλοτριωθεί, την προσωπικότητά του να στραγγαλισθεί και το πνεύμα του να υποταχθεί.

"Από μας εξαρτάται αν θα αντιδράσουμε ή αν θα υποδουλωθούμε — έτσι όπως από μας εξαρτάται ποιά κόμικς διαβάζουμε (αν διαβάζουμε) και με τι κριτήρια τα αντιμετωπίζουμε".

Οι κυριότεροι αναγνώστες των κόμικς θεωρείται ότι είναι τα παιδιά. Έτσι ο Κ.Λαστρέγκο, 1991, σ.173, αναφέρει:

"...Ας πάρουμε ένα παιδάκι και έξι-εφτά χρονών. Έχει ξεπεράσει τη φάση όπου του διαβάζει το κόμικ ο μπαμπάς του ή έκανε μια δική του φανταστική ανάγνωση, ερμηνεύοντας τα σκίτσα σύμφωνα με κάποια σημεία γνωστά μόνο στο ίδιο. Τώρα ξέρει να διαβάζει. Το κόμικ του δίνει την ευκαιρία για πρώτη φορά να διαβάσει με αυθεντική περιέργεια και χωρίς παρακίνηση. Διαβάζει γιατί θέλει να μάθει τι συμβαίνει, όχι γιατί του ανατέθηκε ως εργασία. Διαβάζει για τον εαυτό του, όχι για τους άλλους, ούτε για να κάνει καλή εντύπωση.

Απαιτείται μια ενεργητική παρέμβαση μια εγρήγορση της φαντασίας για να γεμίσουν τα κενά ανάμεσα στην μια βινιέτα και την άλλη".

Το να δίνουμε την ευκαιρία στα παιδιά να διαβάζουν κόμικ, γράφει η συγγραφέας, είναι σωστό γιατί πρώτο υπάρχουν τόσο ωραία κόμικς που αξίζει να διαβαστούν. Δεύτερον, το διάβασμα τους ευνοεί την ανάπτυξη της τεχνικής ικανότητας για ανάγνωση. Για να διασκεδάσεις με το διάβασμα, πρέπει να μπορεί να διαβάζεις γρήγορα και τα κόμικ βοηθάνε τα παιδιά να αποκτήσουν αυτή την ικανότητα.

6. ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΚΑΙ ΜΟΥΣΙΚΗ

Όπως αναφέρει η Α.Κορωναίου, 1992, η κυρία προσφορά του ραδιοφώνου ειδικά προς τους νέους εντοπίζεται κυρίως στον τομέα της μουσικής ενώ για τις υπόλοιπες εκπομπές του ραδιοφώνου, όπως ειδήσεις, ή αθλητικά προγράμματα, οι νέοι προτιμούν την τηλεόραση.

Γι' αυτό και παρακάτω θα γίνει μια αναφορά στην μουσική που προσφέρεται μέσω του ραδιοφώνου και όχι μόνο και στις επιδράσεις ή τις λειτουργίες που μπορεί να έχει στην προσωπικότητα του κάθε ατόμου.

Αυτό που διακρίνει τα προγράμματα του ραδιοφώνου γράφει ο Κ.Γ.Παπαδημητρακόπουλος, σ.35, 1987, είναι η μουσική ποσότητα και μετά η υποβλητικότητα του στον ακροατή. Τα δύο αυτά στοιχεία μαζί σημαίνουν πως το μέσο αυτό αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για το πέρασμα της όποιας μουσικής, στις θελήσεις των ακροατών.

ΙΣΤΟΡΙΚΑ

Η Εγκυκλοπαίδεια "Υδρογειος",σ.274, γράφει ότι μουσική είναι η τέχνη που εκφράζει με ήχους τα ανθρώπινα συναισθήματα. Είναι γνωστά από την εποχή της

ακμής του αιγυπτιακού βασιλείου του 4ου π.Χ. αι., οι αυλοί, οι σάλπιγγες, και οι άρπες. Ακόμα αναφορές για τη μουσική γίνονται στα αρχαία ινδικά και κινέζικα κείμενα. Στην αρχαία Ελλάδα, η μουσική γίνεται συστατικό μέρος της εκπαίδευσης ενώ με το Χριστιανισμό επικρατεί το γρηγοριανό μέλος. Ακόμη αναπτύσσεται η λυρική, η ενόργανη και η περιγραφική μουσική που ανθούν μετά το 15ο αι.)

Ο Ε. Μιχαηλίδης 1987, αναφέρει ότι η μουσική ασκούσε τέτοια γοητεία στους ανθρώπους όπου οι αρχαίοι της αποδίδανε μαγική δύναμη. Ο Αριστοτέλης στα "Πολιτικά" του αποδίδει θεραπευτική και ανακουφιστική επίδραση. Ακόμη ο Πλάτων πίστευε πως κάθε μεταβολή στους μουσικούς τρόπους ασκεί άμεση επίδραση στη μεταβολή του ήθους των πολιτών.

Είναι ακόμη επιστημονικά ελεγμένο πως η απαλή μουσική είναι κατευναστικό φάρμακο, σε όλες τις εκδηλώσεις της καθημερινής ζωής. Η μουσικοθεραπεία όπως ονομάζεται, δυναμώνει τη βούληση, καθαρίζει τη σκέψη, αυξάνει το ψυχικό σθένος και γίνεται κίνητρο δημιουργίας. Σαν εκφραστικό όργανο της ψυχής και των συναισθημάτων η μουσική επηρεάζει καλά και θετικά ή αρνητικά ανάλογα με τη πρόθεση, το σκοπό τον τρόπο και την εκτέλεση στο συνδυασμό των ήχων.

Ο Τ.Πίλκα, 1988, γράφει ότι υπάρχουν πολλοί μύθοι για τη γέννηση της μουσικής. Όλες οι μυθολογίες των λαών αναφέρονται και στην μουσική. Ένας μύθος λέει πως οι άνθρωποι μάθανε τη μουσική από τα πνεύματα του δάσους. Στην Κίνα, ο μύθος λέει πως τη μουσική την έδωσε στον άνθρωπο ένα μαγικό πουλί. Αυτές οι παραδόσεις όμως δεν ικανοποιούν την ανθρώπινη δίψα για γνώση. Γι' αυτό και οι ερευνητές ακολουθούν τον δρόμο της επιστημονικής ερμηνείας.

"Εχουν ξεσπάσει πολλές φορές επιστημονικές συζητήσεις αν η μουσική προηγήθηκε της γλώσσας ή αν η μουσική είναι προϊόν της γλωσσικής εξέλιξης. Το πιθανότερο είναι πως ούτε η μουσική, ούτε η γλώσσα, προπορεύτηκαν η μια της άλλης, αλλά

ὅτι και οι δύο είναι στοιχεία της διαφοροποίησης των ηχητικών εκδηλώσεων του ανθρώπου". (Τ. Π.) *1988* (σ. 181)

Έτσι ταυτόχρονα με τη γλώσσα γεννήθηκε, και η μουσική,. Δεν την φέραν στη γη ούτε οι θεοί, ούτε τα μαγικά πουλιά, αλλά τη δημιούργησε η ανάγκη του ανθρώπου να μπορεί να εκφράζει τα συναισθήματά του να μπορεί ομαδικά να εξωτερικεύει τη συγκίνησή του και τον ενθουσιασμό του. Η μουσική είναι τόσο παλιά όσο και η γλώσσα. Ουσιαστικά είναι τόσο παλιά όσο και ο άνθρωπος.

ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

"Δίσκοι. Δίσκοι. Δίσκοι. Αν με τρεις λέξεις μας ζητούσαν να χαρακτηρίσουμε και να περιγράψουμε τη μουσική του καιρού μας, αυτές σίγουρα θα αρκούσαν. Δίσκοι με ροκ, με μπλουζ, με νιουγουέβ, με χέβυ μέτλ. Δίσκοι με σόουλ, με ντίσκο και με τζαζ.

Δίσκοι με ελαφρά και με ρεμπέτικα με κλασική ή με δημοτική, με ρέγκε, με φάνκ, ή με συνθεσάισερ. Με ξεφωνητά ή με λαχανιασμένες ανάσες. Δίσκοι αλαλούμ. Με λαϊκά και με αράπικα μαζί" (Κ.Γ.Παπαδημητρακόπουλος. "Σύγχρονα Μουσικά Ρεύματα", σ.20, Αθήνα, 1987).

Αυτά αναφέρει ο συγγραφέας για τη μουσική του σήμερα και συνεχίζοντας αναφέρει ότι αυτοί οι δίσκοι έχουν μέσα τους μια δική τους ιδεολογία, που διαμορφώνουν πιστεύω και αντιλήψεις, που διαμορφώνουν και διαπλάθουν τη νεολαία και τους οραματισμούς της, το είναι και την προσωπικότητά της, προσφέροντάς τους το δικό τους τρόπο ζωής.

Ακόμη η αστικοποίηση ξέκοψε τους λαούς από τις ρίζες τους και τους επέβαλε νέα προϊόντα, επαφής, ψυχαγωγίας, εκτονώσεως και μοναξιάς.

Πίσω από τα μουσικά αυτά καταναλωτικά προϊόντα, αναπτύχθηκε ένας άλλος κόσμος, η μουσική βιομηχανία, με τα κεφάλαιά της, τους μπίζνεσμαν, τις

πολυεθνικές, το σταρ σύστημα, το μάρκετινγκ, τα βίντεο κλιπ, τα τοπ-τεν, και τα χιτς. Αυτή είναι η μουσική του σήμερα.

Το ενδιαφέρον μας σήμερα για τη μουσική μετατρέπεται σε ενδιαφέρον για την ξένη μουσική. Και όταν λέμε ξένη δεν εννοούμε την Αραβική ή την Ινδική μουσική αλλά την Αμερικάνικη μουσική.

Οποιοσδήποτε δίσκος παράγεται από τις γνωστές πολυεθνικές του ήχου, όπως η Columbia, η CBS κλπ., διαδίδεται αστραπιαία, με την τεράστια διακλάδωσή τους σε όλο τον πλανήτη. Τελικά κάθε ξένο δημιούργημα έχει σαν αποτέλεσμα να επιβάλλεται δυναμικά στο ήθος, την παράδοση, τις αξίες, τον πολιτισμό και τα έθιμα ενός λαού. Με αυτό τον τρόπο ισοπεδώνονται τα πάντα σε ένα διεθνές επίπεδο.

Όπως αναφέρει και ο Γ.Κατσαρός, *"το τραγούδι ενός λαού είναι ένα από τα βασικά κλειδιά του πολιτισμού του. Όταν κινδυνεύει το τραγούδι, κινδυνεύει όλος ο πολιτισμός του"*.

Ο Ν.Ρώτας, 1986, σ.30 υποστηρίζει ότι σήμερα η μουσική συνδέεται με την μοναξιά. Σχεδόν κάθε μοναχικό άτομο σήμερα έχει γίνει ένας ακόρεστος αλλά ταυτόχρονα και ανασφαλής καταναλωτής μουσικής. Καταναλώνει τη μουσική που όπως λέει του αρέσει ή τον εκφράζει. Καταλήγει τελικά να ακούει μουσική, από συνήθεια, τη διαφήμιση, τη μόδα, από ανάγκη για ξέσπασμα, για εκτόνωση ή για επανάσταση.

Σπάνια του συμβαίνει να αισθάνεται το συναίσθημα της κοινωνικής συνοχής που ένοιωθε ο πρόγονός τους, όταν με μέσο την μουσική δενότανε γερά με την κοινότητά του και αυτό του έδινε αισιδοξία. Σήμερα τα περισσότερα άτομα πάσχουν από μοναξιά και απελπισία. Μοναξιά με μουσική.

Ο Τ.Πίλκα, 1988, σ. 94, αναφέρει ότι όλοι οι φίλοι της τέχνης, της λογοτεχνίας, των εικαστικών τεχνών και της μουσικής θέτουν κάποτε το ερώτημα

ποιά είναι η φτηνή και η κακή τέχνη. Μερικοί θεωρούν φτηνή μουσική την ελαφριά μουσική και την χορευτική. Γι' αυτούς καλή μουσική είναι όλες οι συμφωνικές συνθέσεις. Άλλοι λένε πως η μουσική είναι φτηνή και κακή όταν έχει συναισθηματικότητα όταν της λείπει η σοβαρότητα στις ιδέες κ.λπ.¹

« Πρέπει να αναγνωρίσουμε όμως, συνεχίζει ο συγγραφέας πως δεν υπάρχει κανένας συμπεκνωμένος και ακριβόλογος κανόνας που να μας κάνει να καταλαβαίνουμε εύκολα ποιά είναι η φτηνή και κακή μουσική. Ακόμη πρέπει να γνωρίζουμε ότι οι αντιλήψεις για την ποιότητα της τέχνης δεν είναι μόνιμες ούτε και παντού οι ίδιες. Οι αντιλήψεις αυτές εξαρτώνται από την ιστορική εποχή, από το εθνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δημιουργείται και παίζεται η μουσική και από την κοινωνική καταγωγή του ακρατηρίου. Τέλος η φτηνή τέχνη δεν παρουσιάζεται μόνο στην λεγόμενη ελαφρά μουσική αλλά εκδηλώνεται παντού, ακόμη και στη λεγόμενη μεγάλη τέχνη. » (Τ. Νίλσα 1988 σελ 94)¹

Σαν επίλογο ο Κ.Γ.Παπαδημητράκης, 1987, σ.183, γράφει: "Η μουσική σήμερα δεν είναι απλώς μια διασκέδαση. Περισσότερο είναι ένα μέσο, που χρησιμοποιείται τόσο αποτελεσματικά για την κίνηση των ιδεών. Το παιχνίδι μαζί της, είναι δύσκολο και απαιτεί προσοχή γιατί μπορεί να γίνει ή αρκετά οφέλιμο ή τέλεια επικίνδυνο. Από τη μουσική αποκαλύπτεται η ταυτότητα μας τα ενδιαφέροντά μας η κουλτούρα μας, η ίδια μας η προσωπικότητα. Γι' αυτό δεν πρέπει να υπάρχει επιπολαιότητα στις προτιμήσεις μας αλλά προβληματισμός και σκέψη πολύ στις επιλογές μας. Η καλή μουσική δεν πρόκειται να μας προδώσει ποτέ".

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός της μελέτης αυτής ήταν η παρουσίαση των Μ.Μ.Ε., η διερεύνηση των μηνυμάτων που στέλνουν και εάν τα μηνύματα αυτά επιδρούν στην συμπεριφορά των παιδιών και των νέων.

Έγινε εκτεταμένη αναφορά στα μηνύματα της τηλεόρασης αφού έχει χαρακτηριστεί από τους περισσότερους ερευνητές ως η μεγαλύτερη τεχνολογική ανάπτυξη των τελευταίων δεκαετιών και ως το μαζικότερο μέσο επικοινωνίας με τους περισσότερους οπαδούς.

Η Μ.Σεραφερινίδου, 1987, υποστηρίζει ότι οι επιδράσεις των ΜΜΕ είναι κυρίως έμμεσες, διάχυτες και μακροχρόνιες. Η επίδραση των μέσων πραγματώνεται μέσα από το σύνολο της συνεχούς ροής μηνυμάτων με τα οποία μας κατακλύζουν οι σύγχρονες μαζικές επικοινωνίες και όχι μέσα από μεμονωμένα μηνύματα.

Πολλοί ερευνητές αναφέρουν ότι ο βαθμός που γίνεται αποδεκτό ένα μήνυμα και εισβάλλει στην ζωή των ανθρώπων εξαρτάται και από τον αριθμό επαναλήψεων που του γίνεται μέσα από τα ΜΜΕ.

Οι επιδράσεις των ΜΜΕ είναι ορατές και κατανοητές μόνο στο μακρο-επίπεδο, σε συλλογικά φαινόμενα και κυρίως στο επίπεδο της κοινωνίας στο σύνολό της.

Όπως αναφέρει και ο Mills, 1951, σ.30,¹ οι μαζικές επικοινωνίες επηρεάζουν αποφασιστικά την όποια συνείδηση έχουν οι άνθρωποι για την ύπαρξη του είναι ένας συνδεδετικός κρίκος μεταξύ του ανθρώπου και του περιβάλλοντός του αφού του παρέχουν τα υλικά, τις εικόνες, τα σύμβολα, τους πολιτιστικούς κανόνες, με μια λέξη και ένα σύστημα νοημάτων, μέσω των οποίων τα άτομα σχηματίζουν μια εικόνα

της κοινωνικής πραγματικότητας και της θέσης τους μέσα σε αυτή.^{//}

Οι απόψεις των μελετητών διίστανται σχετικά με το βαθμό επίδρασης των ΜΜΕ. Κάποιοι τα κατακρίνουν και τα καταδικάζουν και κάποιοι άλλοι τα θεωρούν ως ένα καλό και άξιο φορέα κοινωνικοποίησης και μάθησης αν η χρήση και η κατανάλωσή τους γίνεται σωστά.

Όπως αναφέρει η P.Greenfield, 1988, τα νεότερα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας όταν χρησιμοποιούνται με σύνεση έχουν μεγάλες θετικές δυνατότητες για τη μάθηση και την ανάπτυξη των παιδιών. Η χρησιμοποίηση κάποιων σχημάτων και η εξοικείωση με αυτά μπορεί να βοηθήσει τα παιδιά να μάθουν καινούργια πράγματα. Ακόμη η προσοχή τους στην οθόνη κάνει ευκολότερη την απομνημόνευση πληροφοριών λόγω της οπτικής κίνησης.

Λίγοι είναι εκείνοι οι οποίοι αποδίδουν θετικές ιδιότητες στην χρήση των ΜΜΕ και ειδικά της τηλεόρασης και αρκετοί αυτοί οι οποίοι την καταδικάζουν για τα μηνύματα τα οποία εκπέμπει. Οι περισσότεροι όμως συμφωνούν με την άποψη ότι συνυπάρχουν και άλλοι παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται η αποδοχή ή η απόρριψη κάποιων μηνυμάτων.

Ο Σ.Κάστορας, 1990,^{6α 7 6cc} συγκεκριμένα υποστηρίζει ότι η τηλεόραση κατ' αρχήν κυριαρχεί πάνω στον ελεύθερο χρόνο του παιδιού και αυτό μπορεί να επηρεάσει ολόκληρη τη συμπεριφορά του. Οι επιμορφωτικές όμως εκπομπές βοηθάνε την εμπειρία του παιδιού και οι φανταστικές τη φαντασία του. Όμως η πνευματική του ικανότητα, οι κοινωνικοί κανόνες που το επηρεάζουν, οι σχέσεις του, η ηλικία του και το φύλο του μας βοηθάνε να προβλέψουμε τον τρόπο που θα χρησιμοποιήσει την τηλεόραση και το πόσο θα επηρεαστεί από αυτή.[>]

Υπάρχουν επομένως περιβαλλοντολογικοί και κοινωνικοί παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν το βαθμό της αποδοχής ενός μηνύματος.

Η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, ακόμη αναφέρει ότι τα ΜΜΕ δεν αποτελούν μια αναγκαία και ικανή αιτία για την αλλαγή στην συμπεριφορά και στάση του κοινού

αλλά μάλλον λειτουργούν ανάμεσα και διαμέσου ενός πλέγματος διαμεσολαβητικών παραγόντων και επιρροών. Υπάρχουν δηλαδή άλλοι παράγοντες μεταξύ του πομπού και του δέκτη οι οποίοι επηρεάζουν το πως και σε πίο βαθμό θα επιδράσει ο πομπός μέσω των μηνυμάτων του. Τέτοιοι παράγοντες είναι η προσωπικότητα και η ψυχοσωματική σύνθεση του δέκτη.

Η υπερπροσφορά βίας και επιθετικότητας που παρατηρείται στα τηλεοπτικά προγράμματα είναι η μεγαλύτερη και η μικρότερη ανησυχία όλων.

Οι απόψεις και εδώ διίστανται αφού κάποιοι θεωρούν ότι προβολές σκηνών βίας και επιθετικότητας παρασύρουν τους νέους σε εγκληματικές πράξεις και κάποιοι άλλοι υποστηρίζουν ότι μπορεί να χρησιμέψει στην λειτουργία της κάθαρσης.

Οι περισσότεροι όμως συμφωνούν με την άποψη του Ζαν Καζνεβ, 1979, ο οποίος αναφέρει ότι οι περιπτώσεις όπου μια συγκεκριμένη εκπομπή παροτρύνει άμεσα προς μια πράξη εγκληματική είναι σπάνιες και δεν αποδεικνύονται αφού το να μιμηθεί κάποιος μια σκηνή που είδε στην τηλεόραση, στην πραγματικότητα έχει κίνητρα ή αιτίες βαθύτερες.

Η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, ακόμη αναφέρει ότι η αναπαράσταση της βίας στα μηνύματα των ΜΜΕ δεν αποτελεί γεννεσιουργό παράγοντα βίαιης συμπεριφοράς αλλά ενισχύει προδιαθέσεις για τέτοιου είδους συμπεριφορά.

Η σχέση με την επιθετικότητα των ανηλίκων και τη βία στα ΜΜΕ είναι ελάχιστη και βραχυπρόθεσμη.

Άλλοι παράγοντες πάλι όπως το "εγώ" του ατόμου, η κοινωνικο-ψυχολογική διαμόρφωση της προσωπικότητας του ατόμου, το περιβάλλον του και κυρίως η οικογένεια κατέχουν σημαντικό ρόλο σχετικά με τη γένεση μιας επιθετικής συμπεριφοράς.

Ο Β.Κ.Βουιδάσκης, 1992, αναφέρει σχετικά με το θέμα, ότι το πρόβλημα της μαθησιακής κοινωνικοποιητικής διαδικασίας κατά την οποία η βία και η επιθετικότητα μαθαίνονται και μεταφέρονται στην πράξη θα πρέπει κανείς να το

εξετάσει κάτω από την οπτική γωνία του κοινωνικο-πολιτιστικού πλαισίου όπου ζει και κινείται το παιδί και αυτό γιατί δεν μαθαίνουν όλα τα παιδιά το ίδιο αλλά και ούτε μεταφέρουν με τον ίδιο τρόπο την αποκτημένη γνώση στην πράξη.

Για τους φυσιολογικούς νέους η παρουσίαση βίας είναι δευτερεύουσας σημασίας και μπορούν να αντιλαμβάνονται τις διάφορες διαστάσεις της.

Αρνητικές επιδράσεις μπορούν να προκαλέσουν οι σκληρές βίας και επιθετικότητας σε παιδιά με κακή κοινωνική προσαρμογή και επαφή με τους γονείς τους.

Οι γονείς πρέπει να παρέχουν την αναγκαία υποστήριξη στα παιδιά για την επεξεργασία των βιωμάτων τα οποία τους προκαλεί η τηλεόραση.

Το συμπέρασμα που επικρατεί σε όλες τις έρευνες είναι ότι οι επιδράσεις των τηλεοπτικών προγραμμάτων πάνω στην γνώση και την ανάπτυξη είναι ισχυρότερες αν ένας ενήλικας έρχεται σε επαφή με το παιδί κατά τη διάρκεια της παρακολούθησης.

Ο ενήλικας μπορεί να ενθαρρύνει το παιδί να προσέξει κάτι, να δώσει ερμηνείες για κάποιο πράγμα ή να το παροτρύνει να κρίνει και να βγάλει τα δικά του συμπεράσματα για κάτι που έχει παρακολουθήσει.

Είναι πολύ σημαντικό να συζητιέται η εκπομπή ή το φιλμ που παρακολουθείται από τους γονείς και το παιδί.

Σε όλη τη διαδικασία της κοινωνικοποίησης η τηλεόραση όπως και όλα τα ΜΜΕ επιδρούν θετικά ή αρνητικά μόνο σαν ένας από τους πολλούς κοινωνικούς παράγοντες, το σύνολο των οποίων διαμορφώνει το γενικό παράγοντα που λέγεται κοινωνικό περιβάλλον.

Αλλωστε όπως υποστηρίζει και η Μ.Σεραφετινίδου, 1987, ο δέκτης των ΜΜΕ δεν είναι "*tabula ras*", δηλαδή μια λευκή κόλλα χαρτί που δέχεται τα μηνύματά του. Το κάθε άτομο αποκωδικοποιεί αυτά τα μηνύματα σύμφωνα με την προσωπικότητά του, τις εμπειρίες του και το περιβάλλον του.

Τα ΜΜΕ αποτελούν ένα φορέα κοινωνικοποίησης δευτερεύουσας σημασίας. Το κάθε άτομο τα διαλέγει έτσι ώστε να καλύψουν τις λειτουργίες που ο ίδιος τα αναθέτει. Δέχεται ή απορρίπτει τα μηνύματά τους σύμφωνα με την κριτική στάση που έχει αναπτύξει απέναντί τους η οποία διαμορφώνεται από την προσωπικότητα και το περιβάλλον του κάθε ατόμου.

2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Με βάση τα συμπεράσματα που αναφέρθηκαν θεωρείται απαραίτητο να γίνουν κάποιες προτάσεις η πραγματοποίηση των οποίων μπορεί να συμβάλει στην καλύτερη αντιμετώπιση του προβλήματος των ΜΜΕ και των επιπτώσεών τους.

1. Προτείνονται νόμοι εκ μέρους της πολιτείας οι οποίοι θα μπορούν να παρεμβαίνουν στις περιπτώσεις που τα ΜΜΕ θα ξεφεύγουν από τα επιτρεπτά όρια που η ίδια θα καθορίσει. Ένα παράδειγμα θα μπορεί να είναι η απαγόρευση προβολής ταινιών με έντονο βίαιο περιεχόμενο τις ώρες που τα παιδιά παρακολουθούν τηλεόραση.
2. Οι κάτοικοι των μεγάλων καναλιών με την μεγαλύτερη ακροαματικότητα θα μπορούσαν να αλλάξουν τα προγράμματα που μεταδίδονται και να παρουσιάζουν περισσότερες εκπαιδευτικές εκπομπές με θέματα που ενδιαφέρουν τα παιδιά και τους νέους. Απαραίτητη προϋπόθεση όμως θεωρείται η κατάλληλη εκπαίδευση των ατόμων τα οποία θα ασχοληθούν με αυτά τα προγράμματα. Θα πρέπει δηλαδή να γνωρίζουν πολύ καλά τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες της παιδικής και εφηβικής ηλικίας ούτως ώστε να έχουν αποτελεσματική και θετική επίδραση στο κοινό.
3. Εκ μέρους της πολιτείας θα πρέπει να δημιουργηθούν ειδικά προγράμματα τα οποία θα έχουν ως στόχο την ευαισθητοποίηση των γονέων για τον ρόλο των ΜΜΕ για τις αρνητικές καθώς και για τις θετικές επιδράσεις που μπορεί να έχουν

προς τα παιδιά τους αλλά και για τους ίδιους. Οι γονείς θα πρέπει να μάθουν ότι η παρακολούθηση της τηλεόρασης δεν είναι απλό θέμα. Ο ρόλος της δεν είναι μόνο ψυχαγωγικός και ούτε για να περάσει καλά η ώρα τους. Θα πρέπει να μάθουν στα παιδιά τους να κρίνουν τα προγράμματα που παρακολουθούν και γενικά να παρακολουθούν την τηλεόραση με ένα κριτικό μάτι. Αυτό μπορεί να γίνει μόνο με τη συζήτηση γονέων και παιδιών γι' αυτό και χρειάζεται η κατάλληλη ενημέρωση.

4. Ο ρόλος της σχολικής εκπαίδευσης είναι πολύ σημαντικός γιατί μπορεί να βοηθήσει τα παιδιά να κατανοήσουν το ρόλο των ΜΜΕ. Κι εδώ επίσης χρειάζεται η κατάλληλη ενημέρωση καθώς και ειδικά σεμινάρια για τοπώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί σωστά η τηλεόραση στην σχολική εκπαίδευση. Οι περισσότεροι ερευνητές θεωρούν την εισαγωγή της τηλεόρασης στην εκπαίδευση ως κάτι το θετικό αφού μπορεί να γίνει μια πηγή μετάδοσης της γνώσης και της πληροφόρησης. Έχει εξακριβωθεί ότι η μετάδοση πληροφοριών μέσω της οπτικής οθόνης γίνεται ευκολότερα κατανοητή και τα παιδιά θυμούνται περισσότερο τις πληροφορίες αυτές.
5. Θα πρέπει να ασκηθεί πίεση προς την μεριά των παραγωγών ταινιών για περισσότερη βελτίωση και ποιότητα στα φιλμ που παράγουν. Επίσης θα πρέπει να επιλέγονται καλύτερα οι ταινίες που προβάλλονται. Πιστεύουμε ότι υπάρχουν πολλές ταινίες αναξιοποίητες οι οποίες έχουν θέματα κοινωνικά, πολιτιστικά, θέματα με σεβασμό προς τον άνθρωπο καθώς και σε ορισμένους θεσμούς όπως η οικογένεια και το κράτος. Κι όμως αυτοί επιμένουν να προβάλλουν ταινίες τις οποίες έχουμε παρακολουθήσει δεκάδες φορές και που δεν έχουν να προσφέρουν τίποτα σημαντικό όπως π.χ. *"Η μεγάλη των μπάτσων σχολή"*.
6. Τέλος έχει παρατηρηθεί τελευταία στον κόσμο της οθόνης αρκετές

επιμορφωτικές εκπομπές καθώς και εκπομπές με κοινωνικά θέματα οι οποίες μάλιστα διαθέτουν και άτομα ειδικά όπως ψυχολόγους και κοινωνιολόγους. Αυτό πιστεύουμε ότι είναι ένα θετικό βήμα από την μεριά της τηλεόρασης και θα ήταν καλό να συνεχιστεί καθώς και να βελτιωθεί.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

A. ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ύστερα από πρόταση του Υφυπουργείου Νέας Γενιάς (το 1983) το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών ανέλαβε τη διεξαγωγή έρευνας με θέμα τους νέους.

Ο τίτλος της μελέτης διατυπώθηκε ως εξής: *"Νέοι: Διάθεση χρόνου - Διαπροσωπικές σχέσεις"*.

Την ερευνητική ομάδα αποτέλεσαν οι: Ολυμπία Γαρδίκη, Αλίκη Μουρίκη, Γιάννης Μυριλάκης, Θόδωρος Παραδέλλης και Αφροδίτη Τεπέρογλου.

Οι τομείς που επελέγησαν για διερεύνηση από τη συγκεκριμένη έρευνα, όπως ο ελεύθερος χρόνος οι διαπροσωπικές σχέσεις και οι αξίες στους νέους καλύπτουν ένα τεράστιο φάσμα συμπεριφορών των νέων και του πολιτισμικού του συστήματος.

Αντικείμενο της έρευνας αποτελούν οι νέοι ηλικίας 15-24 ετών, δηλαδή μια πλατιά ομάδα ηλικιών, η οποία επειδή ακριβώς αναφέρεται σε εκείνη τη μεταβατική περίοδο της ζωής του ανθρώπου, που υφίσταται πολλές και καθοριστικές αλλαγές, παρουσιάζει τεράστιο ενδιαφέρον αλλά και ποικίλα προβλήματα.

Βασικοί Στόχοι

Οι βασικοί στόχοι της έρευνας είναι οι εξής:

1. Ως προς τον ελεύθερο χρόνο

- α.** Να επισημανθούν οι δραστηριότητες και τα ενδιαφέροντα των νέων.
- β.** Να προσδιορισθούν οι παράγοντες που επιδρούν στην επιλογή των δραστηριοτήτων και στη διαμόρφωση των ενδιαφερόντων.
- γ.** Να καθοριστεί το περιεχόμενο των δραστηριοτήτων αλλά και να επισημανθεί η αλληλεπίδρασή τους στην ενδεχόμενη διαμόρφωση ενός τρόπου ζωής.

2. Ως προς τις διαπροσωπικές σχέσεις

- α. Να καθοριστούν οι παράμετροι των διαπροσωπικών σχέσεων των νέων.
- β. Να προσδιορισθούν και να μετρηθούν οι παράγοντες που τις επηρεάζουν.

3. Ως προς τις αξίες των νέων

- α. Να διερευνηθούν και να καθορισθούν οι αξίες τους σχετικά με την εργασία, την παιδεία, την ηθική, την οικονομία, την πολιτική, τη φιλοσοφία και την κοινωνία.
- β. Να διερευνηθούν και να καθοριστούν οι παράγοντες που επιδρούν στη διαμόρφωση, διατήρηση και αλλαγή των αξιών.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΕΚΤΑΣΗ

Γεωγραφικά η έρευνα, μετά από την Αθήνα κάλυψε όλο τον ελληνικό χώρο, στρωματοποιημένο, κατά αστικές, ημιαστικές και αγροτικές περιοχές που συνολικά ανέρχονται σε 215. Συγκεκριμένα, οι αστικές περιοχές της επιτόπιας έρευνας είναι 76, οι ημιαστικές 35 και οι αγροτικές 104.

Τον πληθυσμό της έρευνας αποτέλεσαν δύο ομάδες νέων ηλικίας 15-19 και 20-24 ετών που ήταν μέλη νοικοκυριών. Ίσχυσε η προδιαγραφή του αποκλεισμού ατόμων που διέμεναν σε συλλογικές συμβιώσεις, όπως οικοτροφεία, στρατώνες, φυλακές καθώς και παντρεμένων.

Δειγματοληπτικό σχέδιο

Με βάση τις αρχές για την επιλογή του δείγματος στην Περιφέρεια Πρωτευούσης, διαμορφώθηκε και το δειγματοληπτικό σχέδιο για την υπόλοιπη Ελλάδα. Πρέπει να σημειωθεί ότι η έρευνα αυτή αναφέρεται σε όλες τις περιοχές της Ελλάδας εκτός της περιοχής Αθηνών. Για την περιοχή αυτή έγινε ξεχωριστή έρευνα η οποία δεν αναφέρεται εδώ. Πιο συγκεκριμένα:

- α. Το συνολικό δείγμα της υπόλοιπης Ελλάδας να κυμαίνεται γύρω στα 3.000 άτομα.
- β. Να δοθεί μεγαλύτερο βάρος στην ομάδα νέων 15-19 ετών. Τηρήθηκαν τα κλάσματα 1/250 και 1/500 για τις ομάδες 15-19 και 20-24 ετών.
- γ. Να διαστρωματωθεί ο ελληνικός χώρος σε Αστικές, Ημιαστικές και αγροτικές περιοχές.

Η τελική κατανομή ήταν :

ΣΤΡΩΜΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ ΕΠΙΦΑΝΕΙΩΝ
Αστικές περιοχές (εκτός της πρωτεύουσας)	200
Ημιαστικές περιοχές	70
Αγροτικές περιοχές	180
Σ Υ Ν Ο Λ Ο	450

ΣΥΛΛΟΓΗ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Η διεξαγωγή της έρευνας πραγματοποιήθηκε το Φθινόπωρο του 1984, από επτά ερευνητικές ομάδες. Η συλλογή των στοιχείων ακολούθησε τρεις φάσεις:

Προηγήθηκε μετά τον εντοπισμό και την οριοθέτηση των δεδομένων επιφανειών και των συγκεκριμένων οικοδομικών τετραγώνων, η καταγραφή όλων εκείνων των νοικοκυριών που περιλάμβαναν νέους ηλικίας 15-24 ετών με τα χαρακτηριστικά του δείγματος.

Το δεύτερο στάδιο, συνίστατο στην επιλογή του δείγματος. Ακολούθησε τέλος η διενέργεια συνεντεύξεων και η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο της έρευνας της Αθήνας με μικρή αναπροσαρμογή που ανταποκρίνεται στις ιδιαίτερες συνθήκες ζωής της επαρχίας. Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει 106 ερωτήσεις, από τις οποίες 88 ήταν κλειστές, προκωδικοποιημένες και 18 ελεύθερες που αποδικοποιήθηκαν αργότερα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Διαστρωματική του δείγματος της έρευνας

	15-19		20-24		ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ
	ΑΓΟΡΙΑ	ΚΟΡΙΤΣΙΑ	ΑΓΟΡΙΑ	ΚΟΡΙΤΣΙΑ	
	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
Θεσσαλονίκη	151	152	87	108	498
Λοιπές Αστικές Περιοχές	352	365	168	146	1031
Ημιαστικές Περιοχές	163	165	89	60	477
Αγροτικές Περιοχές	385	353	211	175	1074
Σ Υ Ν Ο Λ Ο	1051	1035	555	439	3080

Στη συνέχεια θα παρουσιασθούν κάποια αποσπάσματα από την έρευνα αυτή, και κυρίως αποσπάσματα που αναφέρονται στον χρόνο που οι νέοι αφιερώνουν για τα ΜΜΕ.

1. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

Εμπειρικές παρατηρήσεις έχουν υπερτιμήσει τον ρόλο της τηλεόρασης στη ζωή των νέων. Σύμφωνα όμως με τα στοιχεία της έρευνας, σε όλα τα στρώματα συγκεντρώνονται αξιοσημείωτα ποσοστά νέων που δεν βλέπουν καθόλου τηλεόραση (30.3%-64.4%). Από αυτούς οι περισσότεροι είναι αγόρια. Τα κορίτσια υπερτερούν γενικά στην παρακολούθηση της τηλεόρασης. Αναλυτικά, βλέπουν καθημερινά τηλεόραση περισσότερο στις αγροτικές περιοχές (65.1%). Βαθμιαία μειώνονται ανάλογα με το βαθμό αστικότητας. Στην Θεσσαλονίκη ο αριθμός περιορίζεται στο 45.4%.

Ακόμη τα μικρά αγόρια συμβαδίζουν με τα συνομήλικά τους κορίτσια στην παρακολούθηση τηλεόρασης, ενώ τα μεγαλύτερα υστερούν έναντι των κοριτσιών. Ειδικότερα τα αγόρια ηλικία 20-24 που βλέπουν τηλεόραση πάνω από 2 ώρες φτάνουν μόλις το 11.0% στις αστικές περιοχές και πέφτουν κάτω από το 10% σε όλες τις υπόλοιπες.

Αυτό σημαίνει ότι οι άντρες μεγαλώνοντας στρέφονται σε άλλες ψυχαγωγικές δραστηριότητες, ενώ για τα κορίτσια είναι περιορισμένες οι δυνατότητες επιλογών στην διάθεση του χρόνου τους ιδιαίτερα στα λιγότερο αστικοποιημένα μέρη.

Όσον αφορά τα τηλεοπτικά προγράμματα, οι κινηματογραφικές ταινίες κατέχουν τα πρωτεία, τόσο στα αγόρια όσο και στα κορίτσια. Τα κατά μέσο όρο ποσοστά παρακολούθησης κυμαίνονται από 68.3% σε 77.4%.

Δεύτερα σε θεαματικότητα, μόνο όμως στις προτιμήσεις των αγοριών έρχονται τα αθλητικά προγράμματα, τα οποία παρακολουθεί περίπου το 60% σε όλες τις

περιοχές με και αύξηση στις αγροτικές.

Σε χαμηλότερα επίπεδα και ιδίως στην ομάδα ηλικίας 15-19 βρίσκεται η παρακολούθηση των ειδήσεων. Για τα υπόλοιπα προγράμματα, το ενδιαφέρον των κοριτσιών κυρίως προσελκύουν τα σήριαλ, με έξαρση στις αγροτικές πειροχές όπου το ποσοστό για τα μικρά κορίτσια είναι 57.2% και για τα μεγάλα 52.1% και αφετέρου τα μουσικά-μουσικοχορευτικά προγράμματα.

Γενικά τους νέους δεν τους απασχολούν τα προγράμματα με στενά πολιτιστικο-εκπαιδευτικό χαρακτήρα, όπως τα λογοτεχνικά, το θέατρο και τα μορφωτικά-εκπαιδευτικά. Έχουν μόνο κάποια απήχηση στα κορίτσια.

Βλέπεις τηλεόραση;

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 151)	(N = 152)	(N = 97)	(N = 103)
περισσότερο από 2 ώρες κάθε μέρα	21.2	22.4	4.6	14.8
μέχρι 2 ώρες κάθε μέρα	23.2	25.7	19.5	26.9
μερικές φορές την εβδομάδα	37.3	20.3	27.6	23.1
κάπου κάπου	22.5	23.7	36.8	23.1
ποτέ	3.3	1.3	4.6	5.6
δεν έχω τηλεόραση/δεν έχει εικόνα	2.0	6.6	6.9	6.5
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 352)	(N = 365)	(N = 168)	(N = 146)
περισσότερο από 2 ώρες κάθε μέρα	26.1	26.3	11.9	17.8
μέχρι 2 ώρες κάθε μέρα	30.7	28.5	15.5	21.2
μερικές φορές την εβδομάδα	23.8	24.4	28.5	22.6
κάπου κάπου	16.2	15.3	28.0	25.4
ποτέ	2.3	3.0	11.3	8.9
δεν έχω τηλεόραση/δεν έχει εικόνα	0.9	2.5	4.8	4.1
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

Βλέπεις τηλεόραση;

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 163)	(N = 165)	(N = 89)	(N = 60)
περισσότερο από 2 ώρες κάθε μέρα	22.2	33.9	9.0	20.0
μέχρι 2 ώρες κάθε μέρα	31.5	30.4	21.3	28.3
μερικές φορές την εβδομάδα	20.9	20.0	27.0	20.0
κάπου κάπου	20.5	13.3	33.7	21.7
ποτέ	4.3	1.8	9.0	8.3
δεν έχω τηλεόραση/ δεν έχει εικόνα	0.6	0.6	—	1.7
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 385)	(N = 353)	(N = 211)	(N = 125)
περισσότερο από 2 ώρες κάθε μέρα	25.7	41.9	7.1	36.8
μέχρι 2 ώρες κάθε μέρα	34.3	24.4	25.1	24.3
μερικές φορές την εβδομάδα	19.3	20.1	21.3	17.6
κάπου κάπου	17.1	10.2	36.5	16.0
ποτέ	2.6	1.1	10.0	1.6
δεν έχω τηλεόραση/δεν έχει εικόνα	0.5	2.3	—	3.2
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

Ποια τηλεοπτικά προγράμματα παρακολουθείς περισσότερο;
(μέχρι 3 απαντήσεις)

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 143)	(N = 140)	(N = 77)	(N = 95)
ειδήσεις	34.3	27.9	48.1	47.5
αθλητικά	59.5	13.5	61.1	8.5
θέατρο	3.5	4.3	2.6	13.7
κινηματογράφο	80.9	75.7	79.3	72.7
σήριαλ	21.0	36.5	6.5	25.3
μουσικά, μουσικοχορευτικά προγράμματα	18.9	29.9	24.7	18.0
πολιτικά, οικονομικά	4.2	4.3	5.2	5.3
κοινωνικά	3.5	11.4	1.3	11.6
λαοτεχνικά	0.7	2.1	—	3.2
μορφωτικά, εκπαιδευτικά	11.9	15.7	5.2	9.5
άλλα	15.4	25.7	10.4	18.0

Ποια τηλεοπτικά προγράμματα παρακολουθείς περισσότερο;
(μέχρι 3 απαντήσεις)

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 341)	(N = 345)	(N = 141)	(N = 127)
ειδήσεις	34.0	34.8	63.1	46.5
αθλητικά	59.8	13.3	57.5	7.8
θέατρο	3.6	6.3	2.8	7.9
κινηματογράφο	77.1	76.6	62.4	75.6
σήριαλ	27.5	45.3	14.9	34.7
μουσικά, μουσικοχορευτικά προγράμματα	23.8	36.0	11.4	30.7
πολιτικά, οικονομικά	4.7	5.3	7.3	7.1
κοινωνικά	4.1	10.7	4.2	15.8
λογοτεχνικά	0.9	1.3	—	0.8
μορφωτικά, εκπαιδευτικά	10.2	16.3	8.5	11.0
άλλα	5.6	5.5	7.7	2.4

Ποια τηλεοπτικά προγράμματα παρακολουθείς περισσότερο;
(μέχρι 3 απαντήσεις)

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 155)	(N = 161)	(N = 81)	(N = 54)
ειδήσεις	38.7	39.8	65.4	53.7
αθλητικά	61.9	19.9	61.7	13.0
θέατρο	3.9	4.4	1.2	7.4
κινηματογράφο	72.2	63.4	67.9	72.2
σήριαλ	20.0	45.3	13.5	35.2
μουσικά, μουσικοχορευτικά προγράμματα	21.2	33.6	11.1	26.0
πολιτικά, οικονομικά	3.8	3.7	5.0	13.0
κοινωνικά	5.1	11.1	—	7.4
λογοτεχνικά	—	1.9	—	1.9
μορφωτικά, εκπαιδευτικά	9.6	20.5	7.4	14.9
άλλα	7.7	8.1	3.7	7.4

Ποια τηλεοπτικά προγράμματα παρακολουθείς περισσότερο;
(μέχρι 3 απαντήσεις)

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 373)	(N = 341)	(N = 190)	(N = 119)
ειδήσεις	34.6	34.0	59.5	50.4
αθλητικά	68.4	14.1	66.3	18.5
θέατρο	2.4	3.8	1.5	10.9
κινηματογράφο	69.2	69.8	68.4	67.2
σήριαλ	27.9	57.2	13.2	52.1
μουσικά, μουσικοχορευτικά προγράμματα	21.2	37.2	12.6	27.7
πολιτικά, οικονομικά	2.9	2.3	6.8	4.2
κοινωνικά	4.8	6.5	2.1	11.8
λογοτεχνικά	9.4	2.1	1.1	1.7
μορφωτικά, εκπαιδευτικά	2.4	15.5	7.4	11.8
άλλα	4.6	7.9	2.1	1.7

2. ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

Η πρώτη βασική έρευνα που προκύπτει από την ανάγνωση των πινάκων είναι ότι περισσότεροι από τους μισούς νέους σε όλες τις περιοχές ακούνε καθημερινά ραδιόφωνο. Οι επιμέρους πληθυσμοί των καθημερινών ακροατών ραδιοφώνου υπερέχουν έναντι των αντίστοιχων της τηλεόρασης. Ανάμεσα στα δύο φύλα, υψηλότερα είναι τα ποσοστά των κοριτσιών.

Τα μεγέθη των καθημερινών ακροατών ραδιοφώνου της ομάδας ηλικίας 20-24 ετών είναι διογκωμένα, λιγότερο στα αγόρια και περισσότερο στα κορίτσια. Θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι οι νέοι καθώς μεγαλώνουν στρέφονται περισσότερο στο ραδιόφωνο.

Καταλήγουμε ότι:

- α. Η μικρή ηλικία βλέπει περισσότερο τηλεόραση και η μεγάλη ακούει περισσότερο ραδιόφωνο.
- β. Τα κορίτσια αν συνδιαστεί η συστηματική παρακολούθηση ραδιοφώνου με εκείνη της τηλεόρασης, εμφανίζονται ως οι μεγαλύτεροι, μεταξύ των δύο φύλων, καταναλωτές των προϊόντων των ΜΜΕ.

Στην κατηγορία των νέων που δεν ακούνε καθόλου ραδιόφωνο υπερισχύουν τα αγόρια σε όλα τα γεωγραφικά στρώματα. Το υψηλότερο ποσοστό 23.6% εντοπίζεται στις ημιαστικές περιοχές, στα αγόρια ηλικίας 20-24 ετών.

Η κύρια προσφορά του ραδιοφώνου προς τους νέους εντοπίζεται κυρίως στον τομέα της μουσικής. Τα μουσικά ραδιοφωνικά προγράμματα παρακολουθούνται από το σύνολο σχεδόν των νέων που ακούνε ραδιόφωνο, ανεξάρτητα από ηλικία, φύλο και τόπο διανομής.

Δεύτερη σε ακροαματικότητα κατηγορία ραδιοφωνικών προγραμμάτων, με μεγάλη απόσταση από τα μουσικά προγράμματα είναι οι ειδήσεις λιγότερο στην ηλικία 15-19 ετών και περισσότερο στην ηλικία 20-24 ετών.

Γενικά το κοινό των ραδιοφωνικών ειδήσεων είναι σημαντικά μειωμένο σε σύγκριση με εκείνο των τηλεοπτικών.

Τρίτη σε ακροαματικότητα θέση κατέχουν τα αθλητικά προγράμματα μόνο όμως στα αγόρια και με τάση αύξησης στη μικρή ηλικία. Όπως στις ειδήσεις έτσι και στα αθλητικά προγράμματα οι νέοι προτιμούν την τηλεόραση. Οι υπόλοιπες κατηγορίες προγραμμάτων δεν συγκεντρώνουν αξιόλογα ποσοστά.

Ακούς ραδιόφωνο;

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 151)	(N = 152)	(N = 87)	(N = 103)
περισσότερο από 2 ώρες κάθε μέρα	23.8	37.5	28.7	42.5
μέχρι 2 ώρες κάθε μέρα	32.4	27.6	34.5	30.6
μερικές φορές την εβδομάδα	16.6	17.1	11.5	12.0
κάπου κάπου	15.9	14.5	16.1	9.3
ποτέ	11.3	3.3	9.2	5.6
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 352)	(N = 365)	(N = 169)	(N = 146)
περισσότερο από 2 ώρες κάθε μέρα	25.9	40.9	26.3	39.7
μέχρι 2 ώρες κάθε μέρα	23.9	21.9	28.0	24.7
μερικές φορές την εβδομάδα	21.9	15.8	11.3	11.0
κάπου κάπου	17.8	14.4	19.6	16.4
ποτέ	10.5	6.0	14.3	8.2
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

Ακούς ραδιόφωνο;

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 163)	(N = 165)	(N = 89)	(N = 60)
περισσότερο από 2 ώρες κάθε μέρα	30.3	49.1	24.7	50.0
μέχρι 2 ώρες κάθε μέρα	30.3	18.2	21.3	23.3
μερικές φορές την εβδομάδα	14.8	13.9	16.9	6.7
κάπου κάπου	11.1	11.5	13.5	3.3
ποτέ	13.5	7.3	23.6	11.7
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 385)	(N = 353)	(N = 211)	(N = 125)
περισσότερο από 2 ώρες κάθε μέρα	22.3	45.0	25.1	60.0
μέχρι 2 ώρες κάθε μέρα	27.3	22.4	25.1	21.6
μερικές φορές την εβδομάδα	18.7	17.0	13.3	5.6
κάπου κάπου	20.0	9.1	17.1	3.0
ποτέ	11.7	6.5	19.4	4.3
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

Τι είδους ραδιοφωνικά προγράμματα παρακολουθείς περισσότερο;
(μέχρι 3 απαντήσεις)

ΠΑΤΡΑ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 134)	(N = 147)	(N = 79)	(N = 102)
ειδήσεις	13.4	8.8	19.0	19.6
μουσική	98.5	98.6	98.7	99.0
αθλητικά	15.6	1.4	11.4	2.9
θέατρο	—	4.1	2.6	3.9
σήριαλ	—	0.7	—	—
πολιτικά, οικονομικά, κοινωνικά	5.2	3.4	5.1	7.8
θρησκευτικά, λειτουργία	—	—	—	—
λογοτεχνικά	1.5	6.1	—	4.9
μορφωτικά, εκπαιδευτικά	2.9	4.0	2.5	9.8
άλλα	2.9	4.8	3.3	6.9

Τι είδους ραδιοφωνικά προγράμματα παρακολουθείς περισσότερο;
(μέχρι 3 απαντήσεις)

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια (N = 315)	κορίτσια (N = 343)	αγόρια (N = 144)	κορίτσια (N = 134)
ειδήσεις	19.0	17.3	36.8	34.3
μουσική	97.9	98.8	97.2	99.2
αθλητικά	26.9	3.2	23.7	1.4
θέατρο	1.9	2.3	1.4	5.2
σέριαλ	0.9	4.7	—	3.0
πολιτικά, οικονομικά, κοινωνικά	2.9	7.9	6.3	9.7
θρησκευτικά, λειτουργία	—	0.9	—	0.7
λογοτεχνικά	2.2	4.3	1.4	5.2
μορφωτικά, εκπαιδευτικά	3.2	5.3	2.3	6.7
άλλα	1.3	2.3	2.1	2.2

Τι είδους ραδιοφωνικά προγράμματα παρακολουθείς περισσότερο;
(μέχρι 3 απαντήσεις)

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 141)	(N = 153)	(N = 88)	(N = 53)
ειδήσεις	14.4	13.1	25.3	32.1
μουσική	96.3	100.0	98.5	96.2
αθλητικά	24.0	7.9	22.1	5.7
θέατρο	0.7	2.6	2.9	3.6
σήριαλ	2.1	5.9	—	11.3
πολιτικά, οικονομικά κοινωνικά	4.2	8.5	4.4	9.4
θρησκευτικά, λειτουργία	1.4	—	—	—
λογοτεχνικά	2.9	6.6	—	1.9
μορφωτικά, εκπαιδευτικά	3.5	9.9	1.5	7.6
άλλα	1.4	2.7	—	5.7

Τι είδους ραδιοφωνικά προγράμματα παρακολουθείς περισσότερο;
(μέχρι 3 απαντήσεις)

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια (N = 340)	κορίτσια (N = 330)	αγόρια (N = 170)	κορίτσια (N = 119)
ειδήσεις	21.2	19.3	38.8	30.3
μουσική	94.4	97.9	96.5	99.2
αθλητικά	36.8	3.6	27.6	4.2
θέατρο	0.6	2.1	2.4	6.7
σέριαλ	1.8	6.1	1.2	8.4
πολιτικά, οικονομικά, κοινωνικά	2.6	6.4	9.4	8.4
Θρησκευτικά, λειτουργία	—	1.5	—	0.8
λογοτεχνικά	0.6	6.1	2.9	7.6
μορφωτικά, εκπαιδευτικά	4.1	10.6	2.9	7.6
άλλα	1.5	2.7	0.6	2.5

3. ΔΙΑΒΑΣΜΑ - ΒΙΒΛΙΟ

Το ποσοστό των αναγνωστών του βιβλίου μειώνεται καθώς προχωράμε από τις αστικές περιοχές προς τις ημιαστικές και τις αγροτικές.

Στη Θεσ/νίκη το 1/3 περίπου των αγοριών δεν διάβασαν ή διάβασαν ένα μόνο βιβλίο τους τελευταίους 12 μήνες, έναντι του 1/4 των κοριτσιών.

Στις υπόλοιπες αστικές περιοχές το ίδιο ποσοστό των αγοριών και των δύο ηλικιών αυξάνεται στα 40% περίπου ενώ το ποσοστό των κοριτσιών παραμένει σταθερό (25%) με μια ελαφρά ανοδική τάση για τα κορίτσια ηλικίας 20-24 ετών. Έχουμε δηλαδή μια σημαντική διαφοροποίηση κατά φύλο.

Στις ημιαστικές περιοχές της χώρας, το ποσοστό όλων των αγοριών που διάβασαν 0-1 βιβλίο μέσα στον χρόνο αγγίζει το 50% ενώ μεταξύ των κοριτσιών στη μικρή ηλικία το ποσοστό παραμένει σταθερό (1/4) ενώ η ανοδική τάση που παρατηρείται στις αστικές περιοχές για τα μεγαλύτερα κορίτσια ενισχύεται για να περιλάβει πλέον το 1/3 των κοριτσιών.

Στις αγροτικές περιοχές το ποσοστό των αγοριών μη αναγνωστών, ξεπερνά το 50% ενώ το ποσοστό των κοριτσιών βρίσκεται στο 40%.

Οι πληθυσμοί των συστηματικών αναγνωστών του βιβλίου, όσων δηλαδή διάβασαν πάνω από δέκα βιβλία το χρόνο, εμφανίζουν μικρότερη διαφοροποίηση.

Στη Θεσ/νίκη και στις υπόλοιπες αστικές περιοχές το ποσοστό των αγοριών και των δύο ηλικιών κυμαίνεται μεταξύ 12-24% και των κοριτσιών γύρω στο 20%.

Στις ημιαστικές περιοχές το ποσοστό των αγοριών και των κοριτσιών και των δύο ηλικιών ανέρχεται στο 14% περίπου.

Στις αγροτικές περιοχές εμφανίζεται μια διαφοροποίηση μεταξύ των δύο ομάδων ηλικίας των αγοριών. Οι συστηματικοί αναγνώστες 15-19 ετών ανέρχονται στο 10% ενώ οι αναγνώστες 20-24 ετών στο 18%. Οι συστηματικές αναγνώστριες και των δύο ηλικιών ανέρχονται στο 20% περίπου.

Γενικά εμφανίζεται μια υπεροχή των κοριτσιών έναντι των αγοριών στο θέμα της ανάγνωσης του βιβλίου.

ΕΙΔΗ ΒΙΒΛΙΩΝ

Η λογοτεχνία κατέχει την πρώτη θέση στις προτιμήσεις όλων των νέων. Ωστόσο μεταξύ των αγοριών και των κοριτσιών, ιδιαίτερα της μικρής ηλικίας (15-19) υπάρχει σαφής διαφοροποίηση υπέρ των κοριτσιών. Στην μεγάλη ηλικία (20-24) η υπεροχή των κοριτσιών είναι αισθητή στη Θεσ/νίκη και στις αστικές περιοχές.

Το αστυνομικό περιπετειώδες βιβλίο έχει την προτίμηση των αγοριών και των δύο ηλικιών, με ποσοστό υπερδιπλάσιο των κοριτσιών. Κάπως περισσότερο διαβάζεται το αστυνομικό από τα κορίτσια των αγροτικών περιοχών.

Τα αισθηματικά βιβλία βρίσκονται υψηλά στην προτίμηση των κοριτσιών όλων των ηλικιών και περιοχών με ποσοστά δεκαπλάσιο των αγοριών στα αστικά κέντρα και πενταπλάσιο στις αγροτικές περιοχές.

Τα ιστορικά - πολιτικά βιβλία, διαβάζονται κάπως περισσότερο από τα αγόρια, ιδιαίτερα της μικρότερης ηλικίας.

Τέλος τα κοινωνιολογία, ψυχολογικά κ.ά. διαβάζονται από όλες τις κατηγορίες των πληθυσμών μας.

Πόσα βιβλία (εκτός σχολείου ή σπουδών) διάβασες τους τελευταίους 12 μήνες;

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 151)	(N = 152)	(N = 87)	(N = 108)	(N = 352)	(N = 365)	(N = 168)	(N = 146)
κανένα	29.8	17.9	24.2	18.5	34.9	17.3	32.7	25.6
1	6.6	3.9	1.2	5.6	6.3	7.7	5.4	4.1
2-5	37.1	37.5	37.9	34.3	31.8	38.6	32.7	34.2
6-10	11.9	16.4	12.6	22.2	15.1	15.9	11.9	15.1
περισσότερα από 10	14.6	24.3	24.1	19.4	11.9	20.5	17.3	21.2
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 163)	(N = 155)	(N = 39)	(N = 60)	(N = 385)	(N = 253)	(N = 211)	(N = 125)
κανένα	41.8	20.6	51.7	31.7	45.5	21.5	53.0	39.2
1	8.0	4.2	3.4	5.0	6.7	7.9	2.4	4.8
2-5	33.7	40.5	25.8	29.9	29.4	29.2	18.5	23.2
5-10	5.7	17.0	7.9	16.7	8.6	13.3	7.6	10.4
περισσότερα από 10	9.8	17.6	11.2	16.7	9.8	18.1	18.5	22.4
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Τι είδους βιβλία προτιμάς; (μέχρι 3 απαντήσεις)

	ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ				ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ			
	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια (N = 96)	κορίτσια (N = 131)	αγόρια (N = 43)	κορίτσια (N = 41)	αγόρια (N = 210)	κορίτσια (N = 242)	αγόρια (N = 100)	κορίτσια (N = 76)
λογοτεχνικά	57.2	75.5	46.5	58.5	49.0	71.0	45.0	53.9
ιστορικά-πολιτικά	22.9	9.9	32.5	26.8	25.7	11.5	33.0	18.4
παιήματα	12.5	14.5	2.3	14.6	3.1	11.5	5.0	7.8
κοινωνιολογικά, ψυχολογικά, παιδα- γωγικά, φιλοσοφικά	20.8	17.5	25.5	26.8	12.8	18.1	26.0	28.9
αστυνομικά- περιπέτειώδη	25.0	17.5	30.2	9.7	44.7	20.2	45.0	14.4
αισθηματικά	2.0	29.7	2.3	24.3	7.1	39.6	6.0	43.4
επιστημονικής φαντασίας	12.5	9.1	8.9	7.3	20.4	7.4	11.0	5.2
τεχνικά	3.1	0.7	16.2	4.8	7.1	0.4	17.0	2.6
άλλα	7.2	2.2	4.5	7.3	2.3	2.8	3.0	6.5

Τι είδους βιβλία προτιμάς; (μέχρι 3 απαντήσεις)

	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ				ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ			
	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια (N = 106)	κορίτσια (N = 125)	αγόρια (N = 88)	κορίτσια (N = 88)	αγόρια (N = 229)	κορίτσια (N = 302)	αγόρια (N = 113)	κορίτσια (N = 109)
λογοτεχνικά	41.5	72.0	54.5	70.4	49.7	72.5	44.2	68.8
ιστορικά-πολιτικά	21.6	21.6	43.9	18.2	25.7	15.8	37.1	22.0
ποιήματα	8.4	12.6	4.5	11.3	6.5	14.2	7.0	19.2
κοινωνιολογικά, ψυχολογικά, παιδα- γωγικά, φιλοσοφικά		26.0	24.2	34.0	19.2	31.7	31.8	32.1
αστυνομικά- περιπέτειώδη	31.1	10.4	27.2	9.0	36.6	12.2	17.6	11.0
αισθηματικά	3.7	25.6	-	20.4	2.6	26.8	2.6	25.6
επιστημονικής φύσεως	23.5	5.6	4.5	10.2	25.3	10.9	9.7	5.5
τεχνικά	14.1	-	15.1	2.2	13.5	2.3	17.6	0.9
άλλα	13.2	8.0	12.2	9.0	6.5	2.6	17.6	9.1

4. ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Τα περιοδικά διαβάζονται από την πλειοψηφία όλων των νέων των περιοχών. Τα κορίτσια όμως διαβάζουν περιοδικά συχνότερα από τα αγόρια, και τα αγόρια της μικρής ηλικίας συχνότερα από τα αγόρια της μεγάλης ηλικίας.

Στη Θεσ/νίκη, επτά στα δέκα αγόρια και εννέα στα δέκα κορίτσια και των δύο ηλικιακών ομάδων είναι αναγνώστες περιοδικών. Το υψηλό αυτό ποσοστό των κοριτσιών παραμένει σταθερό για όλες τις ηλικίες και όλες τις περιοχές. Αντίθετα το ποσοστό των αγοριών παραμένει στα ίδια περίπου επίπεδα για τη μικρή ηλικία, ενώ για την ηλικία 20-24 ετών, μειώνεται στο 63% στις λοιπές αστικές περιοχές και στο 48% για τις ημιαστικές και αγροτικές περιοχές.

Το είδος του περιοδικού που είναι σημαντικά πιο διαδεδομένο μεταξύ των νέων και των δύο φύλων είναι το περιοδικό "*ποικίλης ύλης*".

Εξαίρεση σε αυτή τη γενική διαπίστωση αποτελούν τα αγόρια της μικρής ηλικίας των λοιπών αστικών και των ημιαστικών περιοχών, τα οποία διαβάζουν περισσότερο τα παιδικά και εφηβικά περιοδικά, καθώς και τα μικρά αγόρια των αγροτικών περιοχών που προτιμούν τα κόμικς.

Τα τεχνικά περιοδικά διαβάζονται κατά αποκλειστικότητα από τα αγόρια και των δύο ομάδων ηλικιών.

Τα υπόλοιπα είδη περιοδικών αντιπροσωπεύονται από μικρά μέχρι ασήμαντα ποσοστά.

Τα περιοδικά αγοράζονται από την πλειοψηφία των ίδιων των νέων. Ωστόσο οι μικρότερες ηλικίες κατά ποσοστό 30-37% δεν αγοράζουν ποτέ τα περιοδικά ποικίλης ύλης που διαβάζουν ενώ στις μεγαλύτερες ηλικίες το ποσοστό αυτό πέφτει στα 11-20% περίπου. Τα κορίτσια, εξάλλου αγοράζουν συχνότερα από τα αγόρια αυτό το είδος του περιοδικού.

Διαβάζεις περιοδικά;

	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ				ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ			
	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια (N = 151)	κορίτσια (N = 152)	αγόρια (N = 87)	κορίτσια (N = 108)	αγόρια (N = 163)	κορίτσια (N = 165)	αγόρια (N = 89)	κορίτσια (N = 85)
ναι	69.6	88.2	70.2	93.6	66.3	87.8	48.3	38.2
όχι	30.4	11.8	29.8	6.4	33.7	12.2	51.7	11.7
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

	ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ				ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ			
	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια (N = 352)	κορίτσια (N = 355)	αγόρια (N = 168)	κορίτσια (N = 146)	αγόρια (N = 385)	κορίτσια (N = 353)	αγόρια (N = 211)	κορίτσια (N = 125)
ναι	75.8	37.7	63.1	91.8	62.6	85.0	48.3	86.4
όχι	24.4	12.3	36.9	8.2	37.4	15.0	51.7	13.6
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Ποια περιοδικά διαβάζεις;

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

	15-19				20-24			
	αγόρια (N = 105)		κορίτσια (N = 134)		αγόρια (N = 61)		κορίτσια (N = 101)	
	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου
κόμικς	9.5	7.6	0.7	—	3.2	1.6	—	—
ποικίλης ύλης	12.3	10.4	18.6	41.7	13.1	19.6	23.7	40.5
παιδικά-εφηβικά	10.4	9.5	3.2	11.1	1.6	3.2	3.9	1.9
πολιτικά	0.9	4.7	4.4	3.7	4.9	11.4	3.9	1.9
αθλητικά	—	—	—	—	3.2	—	—	—
τεχνικά	6.6	6.6	—	—	8.1	9.8	0.9	—
καλλιτεχνικά	1.9	6.6	0.7	0.7	1.6	6.5	—	0.9
λογοτεχνικά	3.3	2.8	—	0.7	3.2	3.2	3.9	3.9
άλλα	1.9	3.8	2.9	5.3	3.2	4.9	2.9	5.9

Ποια περιοδικά διαβάζεις;

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19				20-24			
	αγόρια		κορίτσια		αγόρια		κορίτσια	
	(N = 266)		(N = 320)		(N = 106)		(N = 134)	
	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου
κόμικς	8.2	9.7	0.3	1.2	4.7	2.8	—	0.7
ποικίλης ύλης	3.7	15.7	16.8	23.4	16.9	19.8	22.3	41.0
παιδικά - εφηβικά	12.7	9.0	15.6	20.0	5.6	5.6	5.2	4.4
πολιτικά	0.7	1.5	0.3	0.9	4.7	6.6	2.2	2.9
αθλητικά	2.2	2.2	0.6	—	0.9	1.8	—	—
τεχνικά	6.7	7.5	—	—	9.4	5.6	0.7	—
καλλιτεχνικά	3.7	4.1	0.6	1.5	2.8	0.9	—	2.2
λογοτεχνικά	1.5	1.8	0.3	0.6	1.8	4.7	3.7	1.4
άλλα	3.7	4.5	4.3	3.1	—	4.7	6.7	5.9

Ποια περιοδικά διαβάζεις;

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19				20-24			
	αγόρια (N = 108)		κορίτσια (N = 145)		αγόρια (N = 43)		κορίτσια (N = 63)	
	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου
κόμικς	8.3	8.3	1.3	1.3	6.9	—	—	—
ποικίλης ύλης	9.2	12.9	15.8	21.3	11.6	27.9	32.0	33.9
παιδικά-εφηβικά	12.0	14.8	13.7	26.8	6.9	13.9	7.5	3.7
πολιτικά	0.9	—	0.6	0.6	2.3	2.3	—	3.7
αθλητικά	0.9	1.8	1.3	—	—	2.3	—	—
τεχνικά	6.4	4.6	0.6	—	11.6	4.6	—	—
καλλιτεχνικά	4.6	1.8	1.3	1.3	—	—	—	—
λογοτεχνικά	0.9	1.8	—	—	2.3	2.3	1.8	1.8
άλλα	1.8	8.3	6.3	6.2	—	4.6	7.5	7.5

Ποια περιοδικά διαβάζεις;

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19				20-24			
	αγόρια		κορίτσια		αγόρια		κορίτσια	
	(N = 241)		(N = 300)		(N = 102)		(N = 103)	
	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου	συχνά	κάπου κάπου
κόμικς	14.5	10.3	0.3	1.3	0.9	3.9	—	—
ποικίλης ύλης	5.3	14.5	16.0	26.6	13.6	25.4	25.8	40.7
παιδικά-εφηβικά	12.3	10.7	15.3	22.3	4.9	5.8	1.8	9.2
πολιτικό	0.4	1.2	1.3	0.5	1.9	4.9	—	—
αθλητικά	2.4	1.2	0.3	0.3	—	—	—	—
τεχνικά	7.0	3.7	0.3	—	7.8	7.8	—	—
καλλιτεχνικά	0.8	2.4	0.6	0.3	0.9	—	—	—
λογοτεχνικά	0.4	0.4	0.3	0.6	0.9	1.9	0.9	0.9
άλλα	4.1	6.6	4.0	8.6	3.9	9.8	9.2	10.1

Ποια περιοδικά αγοράζεις ο/η ίδιος (α);

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

	15-19						20-24					
	αγόρια			κορίτσια			αγόρια			κορίτσια		
	(N = 105)			(N = 134)			(N = 61)			(N = 101)		
	συχνά	κάπου κάπου	ποτέ	συχνά	κάπου κάπου	ποτέ	συχνά	κάπου κάπου	ποτέ	συχνά	κάπου κάπου	ποτέ
κόμικς	8.5	4.7	3.8	0.7	—	—	3.2	—	1.6	—	—	—
ποικίλης ύλης	8.5	5.7	8.5	21.6	18.6	20.1	13.1	13.1	6.5	30.6	30.6	7.9
παιδικά-εφηβικά	9.5	6.6	3.8	4.4	8.9	5.9	1.6	3.2	—	2.9	1.9	0.2
πολιτικά	0.9	3.8	0.9	4.4	3.7	—	4.9	3.2	4.9	3.9	—	1.9
αθλητικά	—	—	—	—	—	—	3.2	—	—	—	—	—
τεχνικά	7.6	5.7	—	—	—	—	9.8	3.2	4.9	—	—	0.9
καλλιτεχνικά	3.8	2.8	1.9	1.4	—	—	1.6	4.9	1.6	0.9	—	—
λογοτεχνικά	3.8	0.9	1.9	—	0.7	—	1.6	1.6	3.2	3.9	0.9	2.9
άλλα	1.9	1.9	1.9	2.2	2.2	4.4	3.2	1.6	3.2	2.9	3.9	2.9

5. ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

Πολιτικές εφημερίδες διαβάζουν συστηματικά κατά μέσο όρο το 60% των αγοριών και το 50% των κοριτσιών της μικρής ηλικιακής ομάδας, και το 80% των αγοριών και το 65% των κοριτσιών της μεγάλης ηλικιακής ομάδας. Τα στοιχεία αυτά αφορούν όλες τις περιοχές. Υπάρχει ωστόσο μια μικρή διαφοροποίηση κατά βαθμό αστικότητας με αυξημένα κάπως τα ποσοστά της Θεσ/νίκης και των λοιπών αστικών περιοχών.

Τις πολιτικές εφημερίδες τις αγοράζουν συστηματικά τα ίδια τα αγόρια 15-19 ετών σε ποσοστό 30% κατά μέσο όρο έναντι 16% των κοριτσιών της ίδιας ηλικίας.

Τα θέματα που διαβάζονται σε μια πολιτική εφημερίδα εμφανίζουν διαφοροποιήσεις κατά φύλο και ηλικία όχι όμως κατά βαθμό αστικότητας.

Η πολιτική ειδησεογραφία διαβάζεται από τα αγόρια και τα κορίτσια της μικρής ηλικίας σε ποσοστό 50% κατά μέσο όρο. Τα μεγαλύτερα αγόρια τη διαβάζουν σε ποσοστό 77% έναντι 63% των κοριτσιών της ίδιας ηλικίας.

Η αθλητική ειδησεογραφία είναι ιδιαίτερα προσφιλής, στα αγόρια και των δύο ηλικιών (69%) ενώ τα κορίτσια της μικρής ηλικίας τη διαβάζουν σε ποσοστό 20% έναντι 9% των κοριτσιών της μεγαλύτερης ηλικιακής ομάδας.

Η ειδησεογραφία και επικαιρότητα διαβάζεται από όλους τους νέους, ανεξάρτητα από φύλο, ηλικία και τόπο διαμονής σε ποσοστό πάνω από 60%.

Ενδιαφέρον εμφανίζει η περίπτωση της πολιτιστικής και καλλιτεχνικής ενημέρωσης, όπου τα κορίτσια υπερέχουν των αγοριών και στις δύο ηλικιακές ομάδες, με ποσοστό 30-35% έναντι 12,5% κατά μέσον όρο. Τα κορίτσια υπερέχουν 30% έναντι των αγοριών 15% και στις δύο ηλικίες και σε ότι αφορά την κοσμική ζωή και τα κοινωνικά

Τέλος το ωροσκόπιο, το σταυρόλεξο κλπ., συγκεντρώνει το ενδιαφέρον κυρίως των κοριτσιών: 26% και 16% για τις δύο ηλικίες αντίστοιχα (με εξαίρεση τη Θεσ/νίκη) έναντι 11% και 3% για τα αγόρια των αντίστοιχων ηλικιακών ομάδων.

Τις αθλητικές εφημερίδες τις αγοράζουν τα ίδια τα αγόρια και των δύο ηλικιών συστηματικά σε ποσοστό 45%. Στην περίπτωση των κοριτσιών, γύρω στο 10% της ηλικίας 15-19 των λοιπών αστικών περιοχών και των αγροτικών περιοχών και το 23% των ημιαστικών περιοχών και της Θεσ/νικης αγοράζουν οι ίδιες αθλητική εφημερίδα.

Διαβάσεις εφημερίδα:

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

	15-19				20-24			
	αγόρια		κορίτσια		αγόρια		κορίτσια	
	(N = 151)		(N = 152)		(N = 97)		(N = 109)	
	πολιτική εφημε- ρίδα	αθλητική εφημε- ρίδα	πολιτική εφημε- ρίδα	αθλητική εφημε- ρίδα	πολιτική εφημε- ρίδα	αθλητική εφημε- ρίδα	πολιτική εφημε- ρίδα	αθλητική εφημε- ρίδα
κάθε μέρα	33.1	7.3	21.1	2.0	59.8	8.0	30.6	—
συχνά	33.1	21.9	34.8	6.6	25.3	13.8	36.1	5.6
μόνο Κυριακή/ κάθε εβδομάδα	10.6	9.9	17.1	2.6	3.4	2.4	15.7	0.9
σπάνια	11.9	13.2	17.1	7.2	6.9	14.9	12.0	3.7
ποτέ	11.3	47.7	9.9	81.6	4.6	60.9	5.6	89.6
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19				20-24			
	αγόρια		κορίτσια		αγόρια		κορίτσια	
	(N = 352)		(N = 365)		(N = 168)		(N = 146)	
	πολιτική εφημε- ρίδα	αθλητική εφημε- ρίδα	πολιτική εφημε- ρίδα	αθλητική εφημε- ρίδα	πολιτική εφημε- ρίδα	αθλητική εφημε- ρίδα	πολιτική εφημε- ρίδα	αθλητική εφημε- ρίδα
κάθε μέρα	35.8	11.4	24.9	1.1	50.6	13.7	32.2	0.7
συχνά	28.4	18.5	35.9	4.4	23.8	16.7	35.6	1.4
μόνο Κυριακή/ κάθε εβδομάδα	6.5	14.8	14.5	3.0	6.5	12.5	6.2	0.7
σπάνια	17.9	13.9	16.4	15.1	10.2	7.7	16.4	11.6
ποτέ	11.4	41.4	8.3	76.4	8.9	49.4	9.6	85.6
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Διαβάσεις εφημερίδα:

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19				20-24			
	αγόρια		κορίτσια		αγόρια		κορίτσια	
	(N = 163)		(N = 165)		(N = 39)		(N = 60)	
	πολιτική εφημερίδα	αθλητική εφημερίδα	πολιτική εφημερίδα	αθλητική εφημερίδα	πολιτική εφημερίδα	αθλητική εφημερίδα	πολιτική εφημερίδα	αθλητική εφημερίδα
κάθε μέρα	30.7	13.6	23.1	2.4	41.6	5.6	33.3	1.7
συχνά	24.5	19.6	21.8	7.9	30.3	19.1	31.7	5.0
μόνο Κυριακή/ κάθε εβδομάδα	6.7	14.7	22.4	4.2	5.6	10.1	15.0	3.3
σπάνια	22.1	9.8	23.0	18.8	13.5	18.0	13.3	8.3
ποτέ	16.0	42.3	9.7	56.7	9.0	47.2	6.7	81.7
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19				20-24			
	αγόρια (N = 385)		κορίτσια (N = 353)		αγόρια (N = 211)		κορίτσια (N = 125)	
	πολιτική εφημερίδα	αθλητική εφημερίδα	πολιτική εφημερίδα	αθλητική εφημερίδα	πολιτική εφημερίδα	αθλητική εφημερίδα	πολιτική εφημερίδα	αθλητική εφημερίδα
κάθε μέρα	26.3	7.2	16.7	1.1	43.6	15.2	20.8	1.7
συχνά	27.3	23.2	27.8	2.6	30.8	20.4	37.6	5.7
μόνο Κυριακή/ κάθε εβδομάδα	10.1	11.8	9.6	4.1	6.2	10.9	9.6	2.5
σπάνια	19.0	17.2	28.1	10.6	11.8	16.1	16.8	13.7
ποτέ	17.4	40.6	17.8	81.6	7.6	37.4	15.2	76.4
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Αγοράζεις εσύ στη ίδια (α) εφημερίδα;

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 134)	(N = 137)	(N = 83)	(N = 102)	(N = 312)	(N = 335)	(N = 153)	(N = 132)
συστηματικά	35.1	19.9	68.6	40.4	28.0	15.4	61.5	33.3
κάπου κάπου	23.8	26.7	21.7	36.7	39.0	34.7	29.4	39.4
ποτέ	41.1	53.4	9.7	22.9	33.0	49.9	9.1	27.3
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 137)	(N = 149)	(N = 81)	(N = 56)	(N = 318)	(N = 290)	(N = 195)	(N = 106)
συστηματικά	34.3	16.8	53.1	25.1	29.9	12.8	51.8	24.3
κάπου κάπου	40.2	26.8	34.5	43.2	41.2	29.8	33.5	36.4
ποτέ	25.5	56.2	12.4	26.7	28.9	57.4	9.7	39.3
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Τι διαβάζεις οπωσδήποτε στην εφημερίδα;
(μέχρι 3 απαντήσεις)

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

	15-19		20-24	
	αγόρια (N = 134)	κορίτσια (N = 137)	αγόρια (N = 93)	κορίτσια (N = 102)
πολιτική ειδησεογραφία, σχόλια	59.7	53.2	81.9	60.7
ποικίλη ειδησεογραφία, επικαιρότητα	52.2	59.1	61.4	72.5
αθλητικά	73.1	17.5	74.6	7.8
πολιτιστικά, καλλιτεχνικά	15.6	37.2	19.2	46.0
κοσμική ζωή, κοινωνικά	18.6	21.3	14.4	29.4
ωροσκόπιο, σταυρόλεξο, κ.λπ.	8.9	21.9	3.6	3.9
μόνο τίτλους	2.9	5.8	—	5.8

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια (N = 312)	κορίτσια (N = 335)	αγόρια (N = 153)	κορίτσια (N = 132)
πολιτική ειδησεογραφία, σχόλια	53.5	50.7	73.2	72.7
ποικίλη ειδησεογραφία, επικαιρότητα	63.4	62.0	62.0	64.3
αθλητικά	65.6	21.1	61.4	10.6
πολιτιστικά, καλλιτεχνικά	14.7	34.0	11.7	34.8
κοσμική ζωή, κοινωνικά	20.7	36.7	14.3	34.8
ωροσκόπιο, σταυρόλεξο, κ.λπ.	12.8	24.7	4.5	16.6
μόνο τίτλους	2.5	3.2	2.6	2.2

Τι διαβάζεις οπωσδήποτε στην εφημερίδα;
(μέχρι 3 απαντήσεις)

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 137)	(N = 149)	(N = 81)	(N = 56)
πολιτική ειδησεογραφία, σχόλια	54.0	43.6	79.0	69.6
ποικίλη ειδησεογραφία, επικαιρότητα	59.8	66.4	69.1	78.5
αθλητικά	66.4	24.8	64.1	10.5
πολιτιστικά, καλλιτεχνικά	10.2	25.8	8.6	32.1
κοσμική ζωή, κοινωνικά	17.5	36.9	13.5	32.1
ωροσκόπιο, σταυρόλεξο, κ.λπ.	11.6	30.8	2.4	23.2
μόνο τίτλους	2.9	4.0	2.4	—

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 318)	(N = 299)	(N = 195)	(N = 107)
πολιτική ειδησεογραφία, σχόλια	50.0	41.5	75.3	52.3
ποικίλη ειδησεογραφία, επικαιρότητα	54.7	52.4	62.5	57.9
αθλητικά	77.9	20.0	70.2	14.0
πολιτιστικά, καλλιτεχνικό	10.3	30.1	10.2	27.1
κοσμική ζωή, κοινωνικά	16.6	30.7	9.7	34.5
ωροσκόπιο, σταυρόλεξο, κ.λπ.	13.8	39.8	3.0	30.8
μόνο τίτλους	3.7	2.7	3.5	7.4

Τρεις εσύ ολη ιδίοςια αθλητική εφημερίδα;

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 80)	(N = 28)	(N = 34)	(N = 11)	(N = 207)	(N = 86)	(N = 85)	(N = 21)
αστικά	46.3	25.1	55.8	36.4	42.3	9.3	49.4	4.8
κάπου	35.2	3.5	23.6	18.2	40.7	19.8	32.9	19.1
	17.2	71.4	20.6	45.4	17.0	70.9	17.7	76.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 94)	(N = 55)	(N = 47)	(N = 11)	(N = 257)	(N = 65)	(N = 132)	(N = 30)
αστικά	45.8	21.5	42.6	9.1	38.6	10.7	44.3	13.3
κάπου	39.4	18.5	46.8	9.1	43.9	29.2	37.9	26.6
	14.8	60.0	10.6	61.8	17.5	60.1	17.8	60.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

6. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ

Η προσέλευση στον κινηματογράφο στον κατεξοχήν μαζικό αυτό τρόπο διασκέδασης φαίνεται να επηρεάζεται από το βαθμό αστικότητας. Στη Θεσ/νίκη το ποσοστό των νέων που δεν έχει πάει σε κινηματογράφο τους τελευταίους 12 μήνες φτάνει μόλις το 2% στις υπόλοιπες αστικές περιοχές της χώρας το ποσοστό ανεβαίνει στο 7% περίπου για τα αγόρια και πάνω από 10% για τα κορίτσια.

Το φαινόμενο αυτό παρουσιάζεται πιο έντονο στις ημιαστικές περιοχές. Φτάνει το 13% περίπου για τα αγόρια και υπερβαίνει το 20% για τα κορίτσια, για να καταλήξει στις αγροτικές περιοχές, στο 20% για τα αγόρια και στο 39-40% για τα κορίτσια.

Το νεανικό κοινό των κινηματογράφων μειώνεται γενικώς καθώς κατεβαίνουμε την κλίμακα αστικότητας ενώ παρατηρείται δραστική μείωση του ποσοστού των κοριτσιών ενίσχυση δηλαδή της τάσης περιορισμού των κοριτσιών στο σπίτι.

Στη Θεσ/νίκη το ποσοστό των συστηματικών θεατών 91 αφορά και πάνω την εβδομάδα) και των δύο φύλων φτάνει το 40% για τη μικρή ηλικία (15-19(και το υπερβαίνει για τη μεγάλη ηλικία (20-24) ετών. Περίπου το ίδιο ποσοστό (40%) ισχύει και για τις υπόλοιπες αστικές περιοχές με εξαίρεση τα κορίτσια 15-19 ετών που το ποσοστό τους ανέρχεται στο 20%. Στις αγροτικές περιοχές, οι διαφοροποιήσεις μεταξύ φύλων ενισχύονται. Τα αγόρια και των δύο ηλικιών που είναι συστηματικοί θεατές ανέρχονται στο 35% περίπου έναντι 14% των κοριτσιών.

ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΑ ΕΙΔΗ

Οι βασικές προτιμήσεις των νέων για τα κινηματογραφικά είδη είναι οι περιπετειώδεις ταινίες, με δεύτερη επιλογή τις αστυνομικές. Στην περίπτωση των αγοριών 20-24 ετών της Θεσ/νίκης, στην ίδια σειρά προτίμησης, βρίσκονται και οι κοινωνικο-πολιτικές και οι αισθηματικές ταινίες.

Στην περίπτωση των κοριτσιών όλων των ηλικιών των περιοχών της πρώτης θέσης σε σειρά προτίμησης κατέχουν οι αισθηματικές μουσικο-χορευτικές ταινίες και οι κωμωδίες.

Οι κοινωνικο-πολιτικές ταινίες προτιμούνται κυρίως από τους νέους και τις νέες της μεγαλύτερης ηλικίας (20-24) ετών. Οι ταινίες επιστημονικής φαντασίας καταλαμβάνουν την 5η θέση στις προτιμήσεις των νέων σε ένα ποσοστό 15%.

Σημειώνεται ότι όσον αφορά τις ταινίες "καράτε" ενώ στη Θεσ/νίκη συγκεντρώνεται ποσοστό μόλις 5.5% των μικρών αγοριών (15-19) ετών, στις αστικές και ημιαστικές περιοχές το ποσοστό αυξάνεται στο 25-28%, για να πάρουν την τρίτη θέση στην προτίμηση των μικρών αγοριών των αγροτικών περιοχών, με ποσοστό 40%. Στην περίπτωση των αγοριών 20-24 ετών, αυξημένο εμφανίζεται το ποσοστό μόνο στις αγροτικές περιοχές (24%).

Τα κορίτσια και των δύο ηλικιακών ομάδων δεν παρακολουθούν παρά σε μικρό ποσοστό τις ταινίες αυτού του είδους.

Πηγαίνεις στον κινηματογράφο;

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ				ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ			
	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια (N = 151)	κορίτσια (N = 152)	αγόρια (N = 87)	κορίτσια (N = 108)	αγόρια (N = 163)	κορίτσια (N = 165)	αγόρια (N = 89)	κορίτσια (N = 100)
ναι	96.7	94.7	98.9	99.1	89.6	72.7	83.1	77.0
όχι	3.3	5.3	1.1	0.9	10.4	27.3	16.9	23.0
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ				ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ			
	15-19		20-24		15-19		20-24	
	αγόρια (N = 352)	κορίτσια (N = 365)	αγόρια (N = 168)	κορίτσια (N = 146)	αγόρια (N = 385)	κορίτσια (N = 353)	αγόρια (N = 211)	κορίτσια (N = 211)
ναι	93.5	87.4	89.9	83.6	77.7	52.4	81.0	65.4
όχι	6.5	12.6	10.1	16.4	22.3	47.6	19.0	34.6
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Πόσο συχνά πηγαίνεις στον κινηματογράφο;

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 146)	(N = 144)	(N = 95)	(N = 107)
περισσότερο από 1 φορά την εβδομάδα	13.0	15.3	29.1	22.5
1 φορά την εβδομάδα	29.5	23.7	29.1	27.2
2-3 φορές το μήνα	35.6	25.7	23.3	28.9
1 φορά το μήνα	12.3	18.7	13.9	17.7
σπάνια	9.6	16.6	4.6	3.7
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 329)	(N = 319)	(N = 151)	(N = 122)
περισσότερο από 1 φορά την εβδομάδα	13.7	5.1	25.2	13.1
1 φορά την εβδομάδα	28.3	16.3	18.5	29.5
2-3 φορές το μήνα	28.6	30.1	25.8	17.3
1 φορά το μήνα	17.6	26.9	12.6	19.6
σπάνια	11.3	21.6	17.8	20.5
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

Πόσο συχνά πηγαίνεις στον κινηματογράφο;

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 146)	(N = 120)	(N = 74)	(N = 46)
περισσότερο από 1 φορά την εβδομάδα	22.6	7.5	24.3	15.3
1 φορά την εβδομάδα	26.7	19.1	17.6	23.9
2-3 φορές το μήνα	21.3	20.1	22.9	15.3
1 φορά το μήνα	9.6	22.5	17.6	8.6
σπάνια	19.8	30.8	17.6	36.9
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 299)	(N = 185)	(N = 171)	(N = 32)
περισσότερο από 1 φορά την εβδομάδα	15.0	4.8	13.5	6.1
1 φορά την εβδομάδα	21.7	9.8	20.4	7.4
2-3 φορές το μήνα	22.6	12.9	23.4	13.3
1 φορά το μήνα	17.3	22.7	18.2	31.7
σπάνια	23.4	49.8	24.5	36.5
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0

Ποιο είδος κινηματογραφικής ταινίας βλέπεις συνήθως; (μέχρι 3 απαντήσεις)

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 146)	(N = 144)	(N = 96)	(N = 108)
περιπέτειες, πολεμικές, γουέστερν	50.0	22.9	51.1	31.4
αστυνομικές, θρίλερ, τρόμου	39.0	28.4	30.2	26.8
καράτε	5.4	1.3	—	—
κοινωνικές-πολιτικές	32.8	53.4	51.1	57.4
επιστημονικής φαντασίας	18.4	16.6	15.1	14.9
σεξ	6.1	—	5.9	—
αισθηματικές, κωμωδίες, μουσικοχορευτικές	45.8	64.5	51.1	57.4
οτιδήποτε, αδιάφορα	6.8	6.9	10.4	11.1

ΛΟΙΠΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 329)	(N = 319)	(N = 151)	(N = 122)
περιπέτειες, πολεμικές, γουέστερν	66.2	33.8	56.2	33.6
αστυνομικές, θρίλερ, τρόμου	51.0	34.7	47.6	27.9
καράτε	23.7	4.7	5.2	4.0
κοινωνικές-πολιτικές	20.0	36.6	44.3	59.0
επιστημονικής φαντασίας	20.9	15.3	14.5	13.1
σεξ	6.9	0.0	3.9	0.8
αισθηματικές, κωμωδίες, μουσικοχορευτικές	34.0	68.9	37.7	53.2
οτιδήποτε, αδιάφορα	1.2	2.1	1.3	0.8

Ποιο είδος κινηματογραφικής ταινίας βλέπετε συνήθως; (μέχρι 3 απαντήσεις)

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 146)	(N = 120)	(N = 74)	(N = 46)
περιπέτειες, πολεμικές, γουέστερν	62.3	43.3	60.8	13.0
αστυνομικές, θρίλερ, τρόμου	49.6	36.6	55.4	28.2
καράτε	28.9	5.0	10.8	8.6
κοινωνικές-πολιτικές	21.2	30.0	35.1	54.3
επιστημονικής φαντασίας	11.6	14.1	14.8	6.5
σεξ	9.5	1.6	6.7	-
αισθηματικές, κωμωδίες, μουσικοχορευτικές	29.4	69.1	29.7	60.8
οτιδήποτε, αδιάφορα	-	-	-	-

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

	15-19		20-24	
	αγόρια	κορίτσια	αγόρια	κορίτσια
	(N = 299)	(N = 185)	(N = 171)	(N = 82)
περιπέτειες, πολεμικές, γουέστερν	64.9	37.3	64.6	41.5
αστυνομικές, θρίλερ, τρόμου	50.2	39.4	53.4	24.4
καράτε	40.2	7.6	24.3	3.9
κοινωνικές - πολιτικές	9.9	23.2	23.6	37.7
επιστημονικής φαντασίας	12.8	11.9	11.7	14.7
σεξ	8.3	1.1	7.3	2.5
αισθηματικές, κωμωδίες, μουσικοχορευτικές	28.1	64.8	27.3	68.3

β. Η έρευνα του W.A. Belson:

Η τηλεοπτική βία και ο έφηβος

α. Στόχοι, πορεία και μεθοδολογία

Πρόκειται για μια μακροχρόνια εμπειρική, κοινωνική έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε στην Μεγάλη Βρετανία. Αποκλειστικός σκοπός του ήταν η αναζήτηση της επίδρασης της τηλεοπτικής βίας σε παιδιά και εφήβους με βάση πολλές κοινωνιολογικές μεταβλητές.

Στόχος της έρευνας ήταν να εξακριβωθεί η ορθότητα ή όχι 22 αρχικών υποθέσεων, οι οποίες ερευνούσαν τη σχέση της έκθεσης των νέων στην τηλεοπτική βία με το τρόπο συμπεριφοράς, με τις στάσεις και τις γνώμες των ίδιων απέναντι στη βία. Δύο όμως από αυτές ήταν οι υποθέσεις κλειδιά της έρευνας :

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 βίαια.

Οι άλλες υποθέσεις ήταν της μορφής:

1. Η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία αυξάνει το βαθμό, στον οποίο τα αγόρια είναι βίαια στην παρέα τους, οξύθυμα, ανήσυχα, ενοχλητικά, βίαια στον αθλητισμό και στα παιχνίδια τους και
2. Η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία μειώνει το βαθμό, στον οποίο τα αγόρια υπολογίζουν τους άλλους και σέβονται τις αρχές.

Πέρα από αυτές τις βασικές υποθέσεις υπήρχαν και πολλές άλλες υποθέσεις. 84 υποθέσεις ερευνούσαν τη σχέση συγκεκριμένου είδους τηλεοπτικής βίας με τη συμπεριφορά, τις στάσεις και τις γνώμες των αγοριών για την βία.

44 υποθέσεις ερευνήθηκαν μόνες τους για λόγους ελέγχου και 62 για να φανεί αν οι άλλοι παράγοντες ήταν υπεύθυνοι για τα αποτελέσματα της τηλεοπτικής βίας πάνω στους νέους. Συνολικά υπήρχαν πρὸς ἔρευνα 556 υποθέσεις και υπό-υποθέσεις αν και 212 ἀπὸ αὐτὲς χρησίμευαν μόνο για μεθοδολογικὸ ἔλεγχο.

Ὁ W. A. Belson πραγματοποιοῖσε τὴν ἔρευνά στο Λονδίνο σε δύο στάδια το προπαρασκευαστικὸ και το στάδιο τῆς κύριας ἔρευνας με δείγμα 1565 ἀγόρια ἡλικίας 12-17 χρόνων. Ἡ δομὴ τῶν υποθέσεων προήλθε μέσα ἀπὸ συνεντεύξεις με τα ἀγόρια και τους γονεῖς τους χωριστά, συνεντεύξεις με τα ἀγόρια και τους γονεῖς μαζί, συνεντεύξεις με ἀνθρώπους ποὺ ἀσχολοῦνται με τὴν τηλεόραση και μετὰ ἀπὸ τὴ μελέτη τῆς σχετικῆς βιβλιογραφίας. Ὁ ερευνητὴς κατασκεῦασε ἀκόμη νέες μεθόδους και ὄργανα με τα οποία μετρήθηκαν, ἡ ἔκθεση τῶν ἀγοριῶν στὴν τηλεοπτικὴ βία, ἡ βίαιη συμπεριφορὰ τους γενικὰ και ειδικότερα στὴν παρέα τους, στα σπὸρ και στα παιχνίδια τους. Ερευνήθηκαν ἐπίσης, ἡ γνώμη και ἀντίληψη τῶν παιδιῶν σχετικά με τὴ βία και τὴν χρῆση τῆς, ἡ πρόκληση προβλημάτων κατὰ τὴ διάρκεια τοῦ ὕπνου, ἐξαιτίας τῆς τηλεοπτικῆς βίας, ἡ στάση τους ἀπέναντι στὴ βία τῶν εἰδήσεων, ἡ ἀποδοχὴ τῶν ἄλλων και ὁ σεβασμὸς τους πρὸς τις ἀρχές.

Ἡ στρατηγικὴ τῆς ἔρευνας εἶχε σαν σκοπὸ να φτάσει στο συμπέρασμα, ὅτι κάθε διαφορὰ στὴν συμπεριφορὰ μεταξύ τῆς πειραματικῆς ομάδας και τῆς ομάδας ἐλέγχου οφείλεται στο γεγονός ὅτι τα μέλη τῆς πειραματικῆς ομάδας παρακολουθοῦσαν περισσότερη τηλεοπτικὴ βία ἀπὸ τα μέλη τῆς ομάδας ἐλέγχου.

Κατὰ το προπαρασκευαστικὸ στάδιο πραγματοποιήθηκαν 1650 συνεντεύξεις με ἀγόρια και τις μητέρες τους στα σπίτια τους. Σε μια δευτέρη συνέντευξη ερευνήθηκαν ὅλες οι οικογενειακὲς συνθήκες τοῦ κάθε παιδιοῦ. Στις συνεντεύξεις ἐξηγήθηκε ὁ σκοπὸς τῆς ἔρευνας και ζητήθηκε ἀπὸ τὴν μητέρα να μιλήσει για τὴν ἀνατροφή τοῦ παιδιοῦ τῆς και για το κοινωνικὸ-οικονομικὸ και πολιτιστικὸ περιβάλλον τῆς οἰκογένειας. Ἀκόμη τα παιδιὰ διηγήθηκαν πῶς

περνούσαν τον ελεύθερο χρόνο της εβδομάδας.

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. Ο W.A Belson μέτρησε στα αγόρια τη συχνότητα εμφάνισης της προθυμίας ή της επιθυμίας να εκτελέσουν πράξεις βίας. Μετά την αξιολόγηση των κοινωνικών συνθηκών σε σχέση μ' αυτή την επιθυμία, τα παιδιά κατατάχθηκαν σε έξι κατηγορίες ανάλογα με το επίπεδο σοβαρότητας. Για ελάχιστα βίαιες πράξεις 26, για περισσότερο βίαιες πράξεις 44, για αρκετά βίαιες πράξεις 63, για πολύ βίαιες πράξεις 87 και για πάρα πολύ βίαιες πράξεις 100 παιδιά.

Διαπιστώθηκε ότι η βία σοβαρού επιπέδου σχετίζεται θετικά με το σκασισαρχείο, με την δυσαρέσκεια του παιδιού στο σχολείο, με το κλέψιμο από κάποιο κατάστημα και αρνητικά με το επάγγελμα του πατέρα.

β. Η μεγάλη έκθεση των αγοριών στην τηλεοπτική βία αύξανε 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 λιγότερο σοβαρά επίπεδα βίας ήταν μέχρι ενός σημείου αντανάκλαση, του γεγονότος ότι τα

βίαια αγόρια καθοδηγούνταν από τις περισσότερο βίαιες ωροδιαθέσεις τους να βλέπουν τηλεοπτική βία. Σχετικά με τις σοβαρές μορφές βίας φάνηκε ότι δε συνέβαινε κάτι τέτοιο, αλλά ότι η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία αύξανε και το βαθμό εκτέλεσης των πράξεων βίας.

γ. Συσχετίζοντας ο ερευνητής τα χαρακτηριστικά των παιδιών με τη συχνότητα που παρακολουθούν τη βία στα διάφορα μέσα μαζικής επικοινωνίας, διαπίστωσε ότι τα έγχρωμα παιδιά έβλεπαν περισσότερη βία στα κόμιξ και στις εφημερίδες και λιγότερο στην τηλεόραση, όπως επίσης και τα παιδιά που προέρχονταν από πολυμελείς οικογένειες. Τα παιδιά που έκαναν συχνά σκασισαρχείο όπως και αυτά που είχαν κλέψει από κάποιο κατάστημα, παρακολουθούσαν περισσότερη βία σε όλα τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Τα δυνατά και γεροδεμένα αγόρια έβλεπαν περισσότερη βία στην τηλεόραση, στα φιλμ και στις εφημερίδες και λιγότερη στα κόμικς, όπως επίσης και τα παιδιά σε μεγαλύτερη ηλικία. Τα αγόρια του δημοτικού σχολείου παρακολουθούσαν λιγότερη βία στην τηλεόραση και μαζί με τα αγόρια του γυμνασίου έβλεπαν λιγότερη βία στα κόμικς.

δ. Η υπόθεση ότι η μεγαλύτερη έκθεση του αγοριού στην τηλεοπτική βία αυξάνει και το βαθμό της βίαιης συμπεριφοράς του προς τα παιδιά της παρέας του δεν επαληθεύτηκε. Επαληθεύτηκαν όμως οι υποθέσεις, ότι η μεγάλη έκθεση των αγοριών στη βία των κόμικς και των φιλμ αυξάνει το βαθμό της βίαιης συμπεριφοράς τους προς την παρέα τους. Δεν επαληθεύτηκε η υπόθεση ότι τα παιδιά γίνονται πιο ευερέθιστα και νευρικά, όταν εκτίθενται για πολύ στην τηλεοπτική βία. Φάνηκε όμως σε αρκετά σοβαρό βαθμό, ότι η μεγάλη έκθεση των αγοριών στην τηλεοπτική βία αυξάνει την επιθετική τους συμπεριφορά στα σπόρ και το παιχνίδι. Επίσης τα γουέστερν και τα αθλητικά προγράμματα με αγώνες πυγμαχίας αυξάνουν περισσότερο τη βίαιη συμπεριφορά. Ακόμη επαληθεύτηκε η υπόθεση ότι η τηλεοπτική βία αυξάνει το άσχημο λεξιλόγιο των

παιδιών.

- ε. Δεν επαληθεύτηκε η υπόθεση ότι η παρουσίαση τηλεοπτική βίας αυξάνει και το βαθμό, στον οποίο τα παιδιά σκέπτονται ή ασχολούνται με βία τηλεοπτικού τύπου, ούτε η υπόθεση ότι τα προγράμματα με πραγματική ή φανταστική βία προκαλούν μεγαλύτερη ενασχόληση των παιδιών με την βία. Φάνηκε όμως ότι προγράμματα με βία, που ασκούσαν από τους καλούς του τηλεοπτικού έργου και με βία που γίνονταν για καλό σκοπό, ωθούσαν περισσότερο τα αγόρια στη διάπραξη βίας. Λιγότερο τα υποκινούσαν στην εκδήλωση βίαιης συμπεριφοράς προγράμματα με κωμική ή χιουμοριστική βία καθώς και εκπομπές στις οποίες η βία ασκούσαν από τους κακούς. Ελάχιστα επίσης ωθούσαν τα αγόρια στη διάπραξη βίας τα προγράμματα στα οποία η βία φαίνεται μέσα από τις ειδήσεις και προγράμματα όπου οι φυσικές και πνευματικές συνέπειες της βίας στο θύμα παρουσιάζουν λεπτομερώς.
- στ. Δεν επαληθεύτηκε η υπόθεση ότι η έκθεση των παιδιών στη τηλεοπτική βία τα έκανε πραγματικά σκληρότερα στο περιβάλλον τους, ούτε η υπόθεση ότι οι ειδήσεις έκαναν τα παιδιά έκαναν τα παιδιά σκληρότερα στην πραγματική βία που συνέβαινε στο κοντινό τους περίγυρο. Το ίδιο συνέβη και με τις υποθέσεις ότι η απασχόληση των παιδιών με τα άλλα μέσα μαζικής επικοινωνίας, κόμικς, εφημερίδες κ.λ.π έκανε τα παιδιά σκληρότερα στην πραγματική βία.
- ζ. Πολύ λίγη υποστήριξη βρήκε η υπόθεση ότι η έκθεση των αγοριών στην τηλεοπτική βία αύξησε το βαθμό στον οποίο αυτά ασθάνονται γοητευμένα από την βία. Τα δεδομένα δεν επιβεβαίωσαν επίσης την υπόθεση, ότι η έκθεση των αγοριών στην τηλεοπτική βία αύξανε το βαθμό στον οποίο τα παιδιά αντικειμενικοποιούσαν την ιδέα της βίας. Δεν επαληθεύτηκε ακόμη η υπόθεση ότι η μεγάλη έκθεση των αγοριών στην τηλεοπτική βία σαν βασικό

στοιχείο της ανθρώπινης φύσης. Η υπόθεση ότι η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία αύξανε το βαθμό, στον οποίο τα παιδιά θεωρούσαν τη βία σαν ένα τρόπο επίλυσης προβλημάτων δεν βρήκε μεγάλη υποστήριξη. Το ίδιο δεν επαληθεύτηκαν οι υποθέσεις, διότι τα προγράμματα στα οποία η βία θεωρήθηκε δικαιολογημένη για άλλους λόγους και στα γουέστερν με βία μεταξύ ινδιάνων και καουμπόυδων, ωθούν τα αγόρια να θεωρούν τη βία σαν ένα τρόπο επίλυσης των προβλημάτων.

η. Σχετικά με τον ύπνο τα δεδομένα έδειξαν ότι περίπου το 16% των αγοριών δεν μπορούσαν να κοιμηθούν εύκολα κατά το τελευταίο έτος και μόνο 3% είπαν, ότι είχαν εφιάλτες κατά το ίδιο χρονικό διάστημα. Δεν επαληθεύτηκαν επίσης οι υποθέσεις ότι προβλήματα στον ύπνο δημιουργούσαν τα προγράμματα που προβάλλουν λεπτομερώς τις φυσικές και πνευματικές συνέπειες της βίας πάνω στα θύματα και τα προγράμματα με τρομακτική βία. Δεν επαληθεύτηκε ούτε η υπόθεση ότι η παρακολούθηση βίας από εφημερίδες και κόμικς δημιούργησε προβλήματα στον ύπνο.

θ. Τέλος δεν επαληθεύτηκε η υπόθεση ότι η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία μείωνε το βαθμό στον οποίο τα αγόρια υπολόγιζαν τους άλλους. Η υπόθεση ότι η μεγάλη έκθεση στην τηλεοπτική βία ελάττωνε το σεβασμό των αγοριών προς την εξουσία δεν επαληθεύτηκε ούτε η υπόθεση ότι η έκθεση των αγοριών στη βία των κόμικς, των ταινιών βίας και των εφημερίδων μείωνε το σεβασμό των αγοριών προς τους άλλους.

2. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΟ ΕΡΕΥΝΗΤΗ

Ο W.A. Belson στα 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 βαθμός εκτέλεσης πράξεων βίας σοβαρής και ελαφρά μορφής. Στις περιπτώσεις 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 δε φάνηκε να υπήρχε 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. Σ' εκείνα όπου η βία υπήρχε μόνο για να υπάρχει, ενώ δεν ήταν αναγκαία για το σενάριο.

Στα προγράμματα που παρουσιάζονταν σαν πραγματικά και με μεγάλη πειστικότητα και σε εκείνα που φαινόταν δικαιολογημένα. Επίσης η χρήση νόμιμης βίας που σκόπευε στην τιμωρία των ενόχων καθώς και τα γουέστερν με βία, Αντίθετα δεν οδηγούσαν τα παιδιά στη βία τα προγράμματα με αθλητική βία, η βία στα κόμικς, 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 επιθετικότητάς τους στα σπορ, στο παιχνίδι, και το βαθμό της χρησιμοποίησης άσχημου λεξιλογίου. Αντίθετα δε 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 παιδιών απέναντι στη βία και ότι η μελάλη έκθεσή τους στην τηλεοπτική βία τα ωθούσε να διαπράξουν πράξεις ή να αισθάνονται την ανάγκη να διαπράξουν πράξεις παρόμοιες με εκείνες που παρακολούθησαν στην τηλεόραση, ή ότι τα έκανε σκληρότερα προς το περιβάλλον τους. Για τους ίδιους λόγους δεν φάνηκε, ότι η τηλεοπτική βία ωθούσε τα αγόρια να θεωρούν τη βία στοιχείο απαραίτητο της ανθρώπινης ζωής. Να τα δέχονται σαν ένα τρόπο επίλυσης προβλημάτων, δεν τους δημιούργησε προβλήματα στον ύπνο και δεν γινόταν αφορμή να μειωθεί ο σεβασμός τους προς τους άλλους ανθρώπους καθώς και προς την εξουσία.
5. Ο W.A.Belson με βάση τα ερευνητικά του ευρήματα αναγνωρίζει, ότι η έκθεση των αγοριών στην τηλεοπτική βία τα οδηγούσε πρώτα στη βία ελαφρά και μετά στη βία της σοβαρής μορφής. Η βία η οποία παρουσιαζόταν στην τηλεόραση ήταν μη προσχεδιασμένη και δεν χρειαζόταν ιδιαίτερες ικανότητες για να εφαρμοστεί από τα παιδιά. Έτσι οι συνηθισμένοι καθημερινά εκνευρισμοί και οι πιέσεις, που γίνονταν 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 εκδηλώνουν τα παιδιά 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 χρειαζόταν για να εκδηλωθεί. Η ένδειξη ότι όταν εμφανίζονταν αλλαγές στη συμπεριφορά των αγοριών, τότε παρατηρούσαν παράλληλα και αλλαγές στη στάση τους απέναντι στη βία,

δείχνει ότι υπήρχε ένας αργός και ασυνείδητος μηχανισμός αλλαγής της συμπεριφοράς των αγοριών.

7. Φάνηκε ακόμη ότι η μεγάλη έκθεση σε προγράμματα με λεκτική βία αύξησε το άσχημο λεξιλόγιο των παιδιών και η μεγάλη έκθεση σε αθλητικές εκπομπές με βία αύξησε το βαθμό στον οποίο τα παιδιά ήταν βίαια στις εκδηλώσεις τους στον αθλητισμό και στο παιχνίδι. Η βία που προβαλλόταν από την τηλεόραση, δεν ήταν προσχεδιασμένη και ούτε εξειδικευμένη γι' αυτό μπορούσε εύκολα να υιοθετηθεί και να εφαρμοστεί από τα παιδιά και τους νέους στην κοινωνική τους ζωή.
8. Ο ερευνητής παρατήρησε ότι τα δεδομένα υποστήριξαν κατά κάποιο τρόπο τη θεωρία της κάθαρσης, ότι δηλαδή τα αγόρια παρακολουθούσαν τηλεοπτική βία για να απαλλαγούν από τη δική τους. Η εκδοχή αυτή δεν επαληθεύτηκε και αντικρούστηκε από το γεγονός ότι η έκθεση των αγοριών στη βία που πρόβαλλε η τηλεόραση δεν τα εκτόνωνε από τις βίαιες και επιθετικές τους στάσεις, αλλά αντίθετα τα έκανε περισσότερο βίαια.
9. Τελειώνοντας ο W.A.Belson αναγνώρισε πως τα συμπεράσματα του έδειξαν ότι η έκθεση των αγοριών 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 παιδιών έναντι της βίας, θα πρέπει να φύγει η βία από την τηλεόραση.

γ. Η έρευνα του Α.Βολτή:

Τηλεόραση Ένας κυρίαρχος παράγοντας

στην ψυχική υγεία του παιδιού

και στη διαμόρφωση της συμπεριφοράς του

α. Σκοπός και μέθοδος της έρευνας

Ο σκοπός αυτής της έρευνας κατά τον ερευνητή ταυτίζεται με το σκοπό ενός ερωτηματολογίου που ήταν η διερεύνηση του θέματος, πότε και πόσο βλέπουν τηλεόραση τα παιδιά της Ε' και της Στ' τάξης του δημοτικού σχολείου ηλικίας 11-12 ετών.

Ο ερευνητής ετοίμασε ένα ερωτηματολόγιο από 25 συνολικά ερωτήσεις τις οποίες διαίρεσε σε τρεις ομάδες. Βασική ερώτηση της πρώτης ομάδας των 8 πρώτων ερωτήσεων ήταν η διπλή ερώτηση πότε και πόσες ώρες παρακολουθούσαν τα παιδιά τηλεόραση, με σημείο αναφοράς τις ημέρες της εβδομάδας. Στη δεύτερη ομάδα των 12 ερωτήσεων τα παιδιά κλήθηκαν και πάλι να απαντήσουν πόσες φορές την εβδομάδα έβλεπαν τηλεόραση, με ποιά κίνητρα και κριτήρια κλπ. Στο τέλος ακολούθησε μια ερώτηση με την οποία ζητήθηκε από τα παιδιά να απαντήσουν ποιά προγράμματα παρακολουθούσαν και να αναφέρουν και τον τίτλο τους. Τέλος στην τελευταία ομάδα με 4 συνολικά εναλλακτικές ερωτήσεις ζητήθηκε να αναφερθεί το μορφωτικό επίπεδο των γονέων.

Μετά από μια σχετική ενημέρωση δόθηκε αυτό το ερωτηματολόγιο για συμπλήρωση σε μαθητές της Ε' και Στ' τάξης έξι δημοτικών σχολείων των περιοχών Αθηνών, Πειραιά, και Ν.Φαλήρου. Το δείγμα αποτελούσαν 500 μαθητές και μαθήτριες 238 αγόρια (47.60%) και 262 κορίτσια (52.40%).

β. Αποτελέσματα της έρευνας

Μετά από τη διεξαγωγή της έρευνας και την επεξεργασία των δεδομένων, ο ερευνητής κατέληξε στα παρακάτω συμπεράσματα:

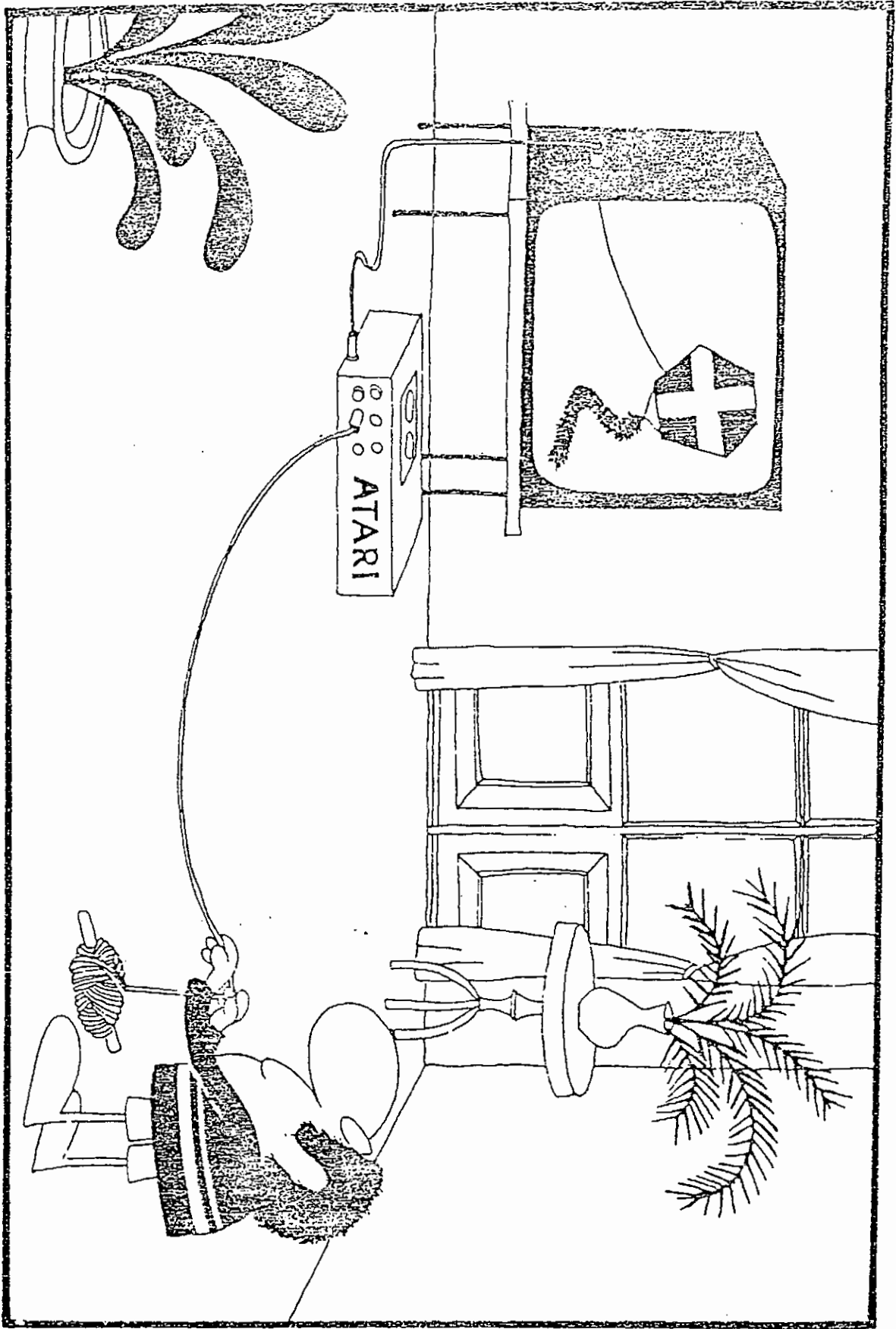
Σε καθημερινή βάση η τηλεοπτική χρήση από τα παιδιά της ηλικίας των 11-12 ετών, ήταν το ανώτερο όριο 4-6 ώρες και το κατώτερο 30' 1 ώρα. Η παρακολούθηση της τηλεόρασης των 3/5 του συνόλου των παιδιών κυμαινόταν για το Σαββατοκύριακο από 2-14 ώρες. Από τα 70 συνολικά προγράμματα τα οποία παρακολουθούσαν τα παιδιά, τα 30 ήταν ελληνικής παραγωγής, τα 36 ξένης και τα υπόλοιπα 4 κοινής παραγωγής.

Τα παιδιά σε ένα μεγάλο ποσοστό του συνολικού δείγματος παρακολουθούσαν πολλές εκπομπές και προγράμματα με επιθετικό και βίαιο περιεχόμενο και πολλά παιδιά πήγαιναν να κοιμηθούν αργά το βράδυ, προκειμένου να τα παρακολουθήσουν. Στον πίνακα κατανομής των έργων, βίας τα οποία έβλεπαν τα παιδιά, φάνηκε ότι το 60% από αυτά προβάλλονταν από τις 13:30 μέχρι τις 21:30 και το υπόλοιπο 40% από τις 21:30 μέχρι τις 24:00. Αυτό σημαίνει ότι ακόμα και τα παιδιά που πηγαίνουν νωρίς για ύπνο είχαν την δυνατότητα να παρακολουθήσουν το μεγαλύτερο ποσοστό από τις εκπομπές που ήταν ακατάλληλες και περιείχαν βία και επιθετικότητα.

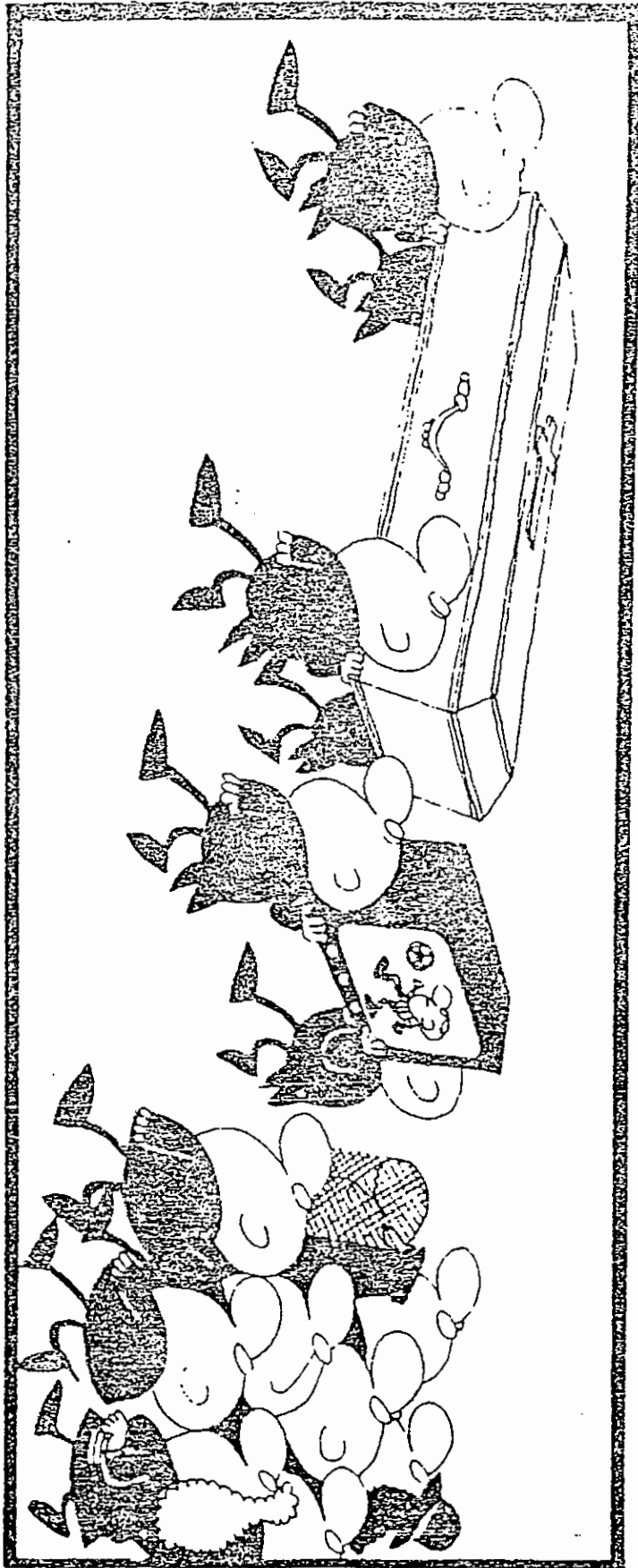
Στη σειρά προτίμησης εννέα συγκεκριμένων κατηγοριών τηλεοπτικών προγραμμάτων και εκπομπών φάνηκε η ιδιαίτερη συμπάθεια που έχουν τα παιδιά στην παρακολούθηση τηλεοπτικών σκηνών βίας και επιθετικότητας.

Πρώτα στη σειρά προτίμησης με 22% στα αγόρια και 16% στα κορίτσια ήταν τα αστυνομικά έργα. Τη δεύτερη θέση κατείχαν τα πολεμικά με 20% στα αγόρια και 80% στα κορίτσια. Στην τελευταία σειρά προτίμησης βρίσκονταν τα παιδικά προγράμματα με συμμετοχή 3,00% των αγοριών και 5,40% των κοριτσιών.

Συνοψίζοντας τα αποτελέσματα της έρευνας ο ερευνητής κατέληξε στα απαισιόδοξα συμπεράσματα ότι τα παιδιά έβλεπαν 3-7 ώρες την ημέρα τηλεόραση και παρακολουθούσαν 6-41 προγράμματα την εβδομάδα μέσα στα οποία παρουσιάζονταν φόννοι, ληστείες με φόνους, απόπειρες για βιασμούς, απαγωγές, κλοπές, αυτοκτονίες, εκβιασμοί, ερωτικά δράματα κλπ.

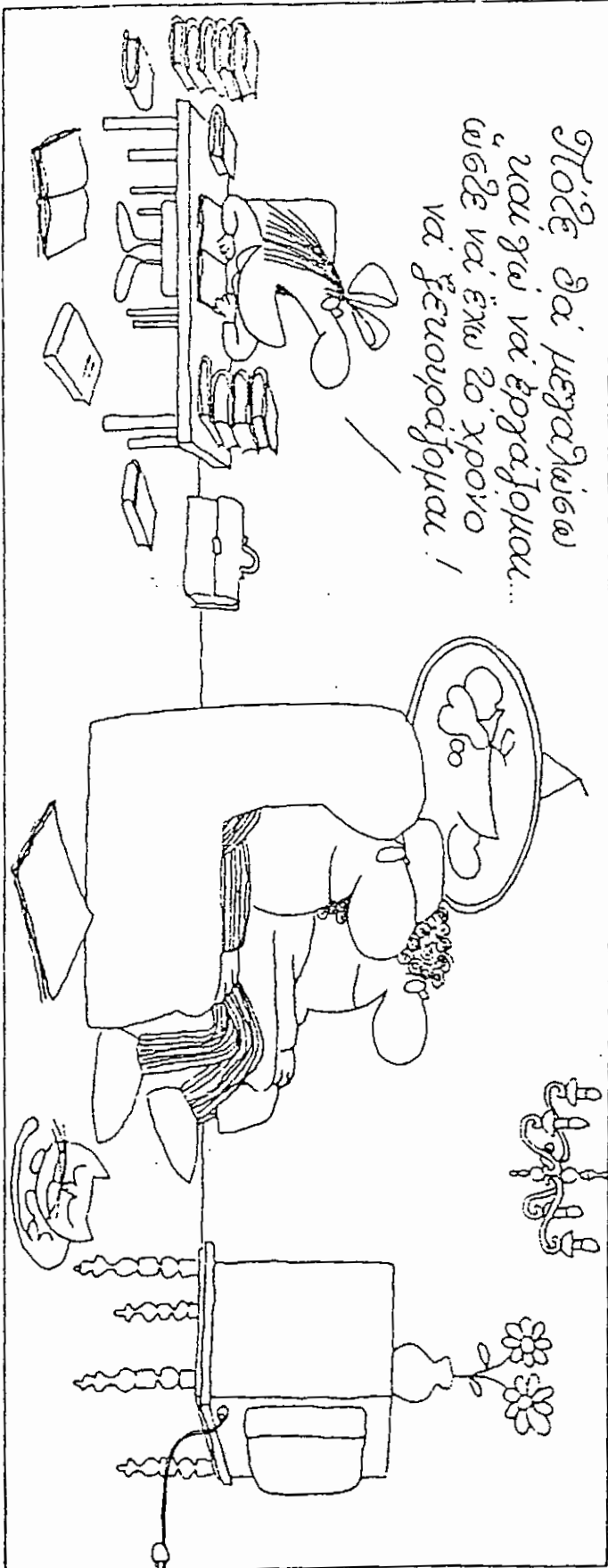


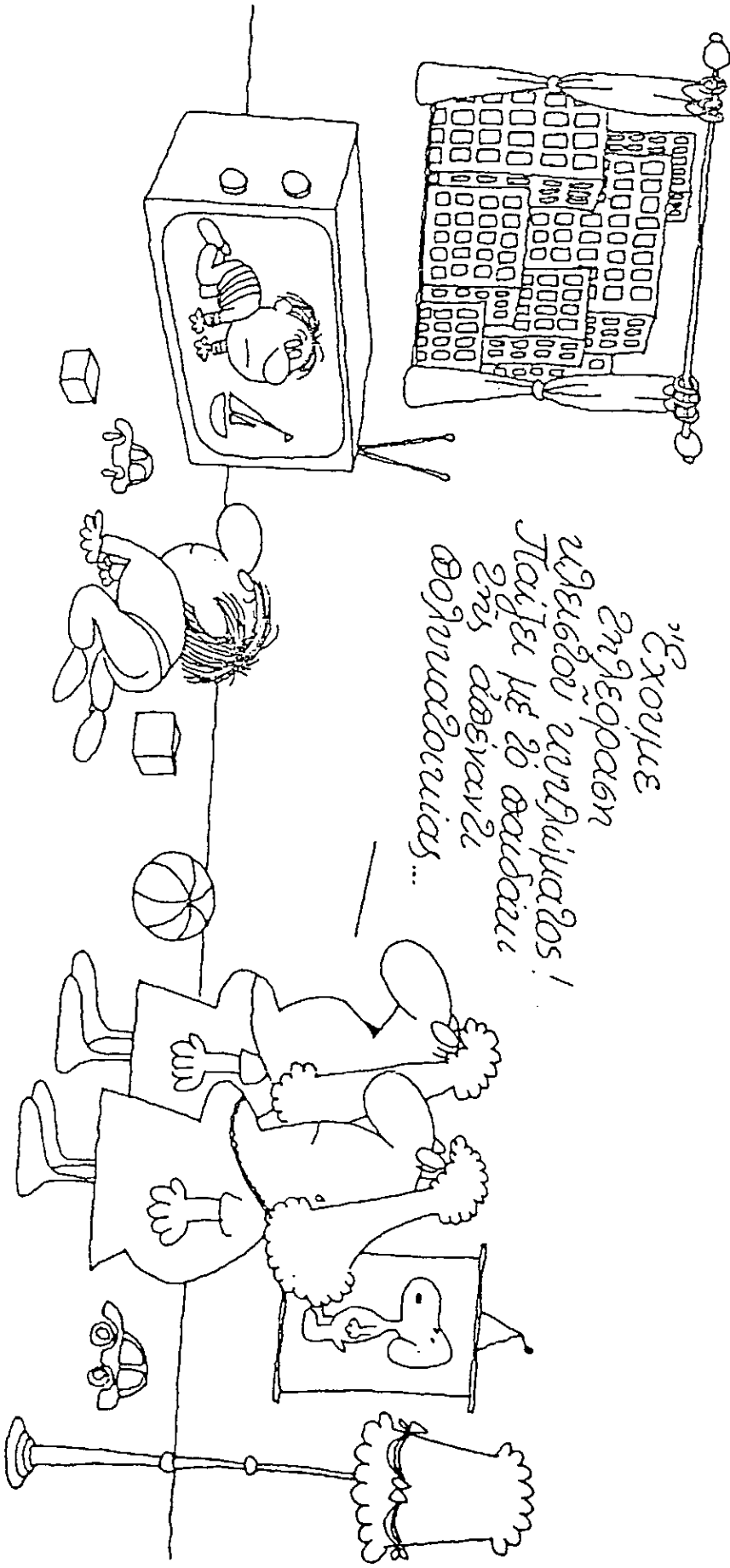
ΤΟΥ ΚΥΡ ΑΥΤΟ ΤΟ ΔΕΥΚΟΜΑ ΓΙ' ΑΚΟΜΗ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΝΥΧΤΕΙ ΤΩΝ ΕΚΔΟΣΕΩΝ «ΚΑΚΤΟΣ».



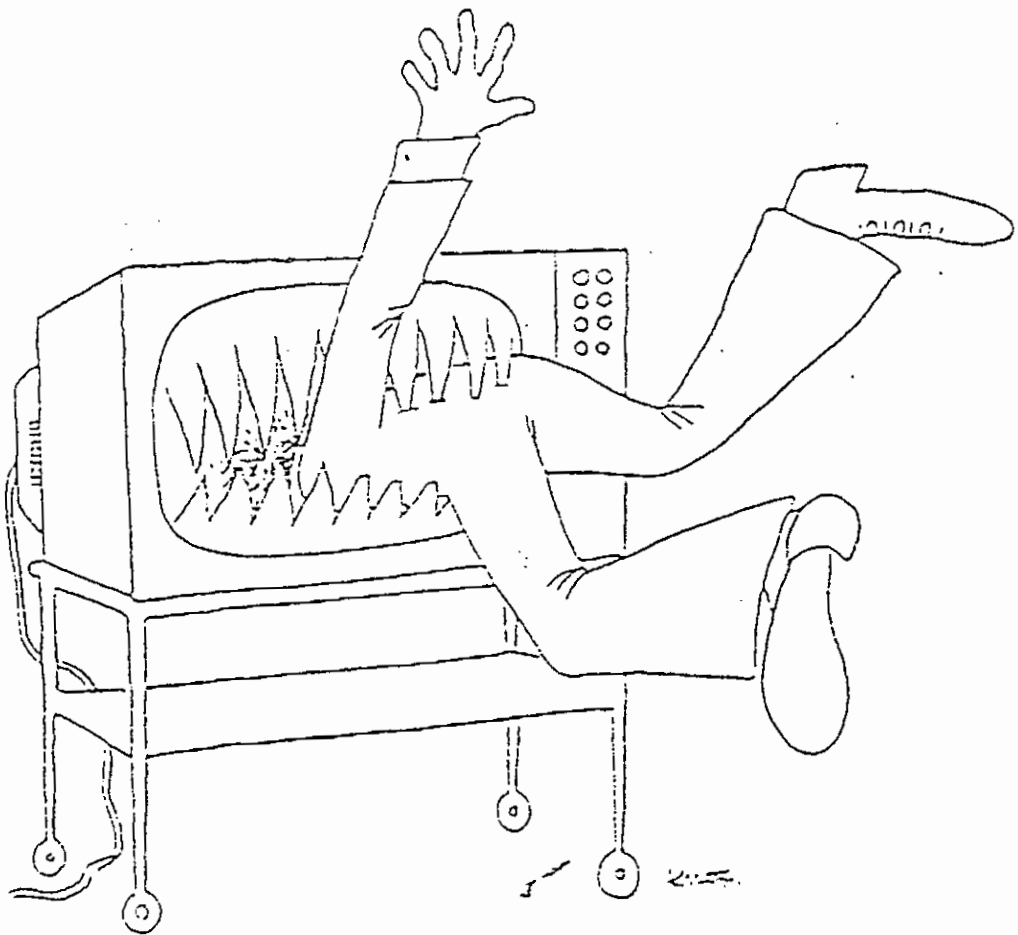
ΤΟΥ ΚΥΡ ΑΓΙΟΥ ΤΟΥ ΛΕΥΚΟΥΜΑ ΤΙΣ ΤΩΝ ΕΚΔΟΣΕΩΝ «ΚΑΚΤΟΙ».

Τότε θα μεγαλώσω
και γι' να έργαζομαι...
ώστε να έχω το χρόνο
να ξεκουράζομαι!

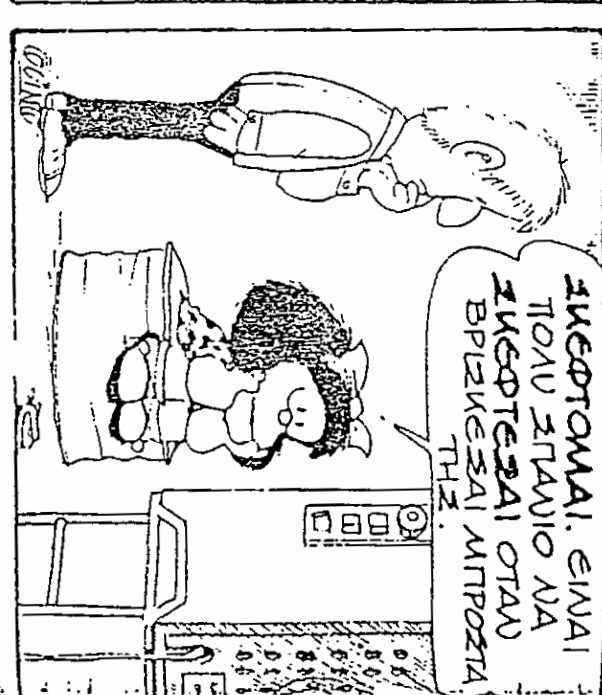
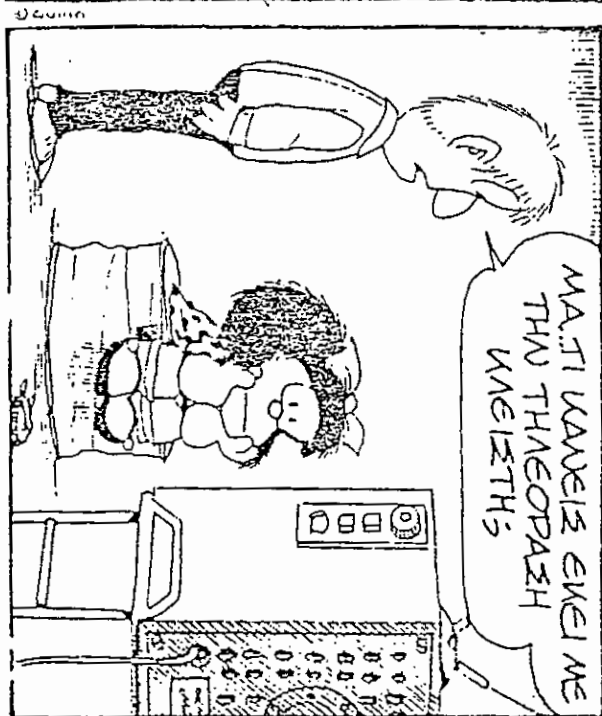
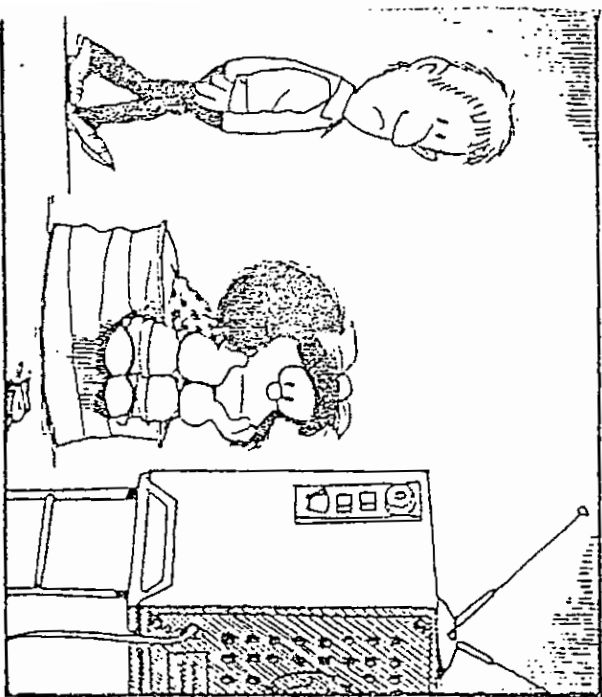




"Εχουμε
 εμμεραση
 ημεροθι υπημεροθι !
 Ταξιδι με το αυτοκινητο
 εμς αειραια
 διοργανωθεις...



ΤΟΣ ΚΩΣΤΑ ΜΗΤΡΟΠΟΥΛΟΥ ΒΗΜΑ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ 22-10-72)



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Ανθούλιας Τάσος, "Παιδιά και computers", Εκδ. Gutenberg, Αθήνα, 1985.
2. Aron R., "Η Βιομηχανική κοινωνία", Εκδ. Κάλβος, Αθήνα, 1972. (Μετ. Αγγελική Γαβριηλίδου)
3. Βάγια Δημήτρης, "Το πληροφοριακό φράγμα", Εκδ. "Περιοδικός Τύπος Α.Ε.", Αθήνα.
4. "Βασικά θέματα της Κοινωνιολογίας και Κοινωνιολογικό Λεξικό", Εκδ. Καστανιώτη-Επικαιρότητα, Αθήνα 1982.
5. Βουιδάσκη Β. "Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και τους νέους", Εκδ. Μ.Π.Γρηγόρης, Αθήνα 1992.
6. Γαρδική Ολυμπία, "Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών", Υπουργείο Πολιτισμού, Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς, Αθήνα 1987.
7. Gazeneune Jean, "Ο άνθρωπος τηλεθεατής", Εκδ. "Γιούλη", Αθήνα 1979. (Μετ. Ναταλία Γκούφα.
8. Cooley Park, "Το μήνυμα του μέσου", Εκδ. "Αλεξάνδρεια", Αθήνα 1990. (μετ. Αμίκια Λυκιαρδοπούλου.
9. Γουίν Μαρί, "Τηλεόραση ένας ξένος στο σπίτι", Εκδ. Ακρίτας, Αθήνα 1986. (Μετ. Πολυξένη Τσαλίκη)
10. Δουλκέρη Τέσσα, "Ραδιοφωνία-Τηλεόραση - Νομικά και κοινωνικά προβλήματα τους", Εκδ. Παπαζήση, Αθήνα, 1979.

11. Ελευθεριάδης Παν. - Παντούβαλου Σοφία, "Σύγχρονη εκπαίδευση και Τηλεόραση", Εκδ. "Δίπτυχο", Αθήνα 1985.
12. Ζακόπουλος Νίκος, "Ο σημερινός κόσμος", Εκδ. Φιλιππότη, Αθήνα 1983.
13. Ζάχος Η.Δημήτρης και Δρ. Ν.Γ.Παπαδόπουλος, "Ψυχολογία", Εκδ. Κέντρο Κοινωνικών Μελετών, Αθήνα 1985.
14. Ζώτος Χ. Γιώργος, "Διαφήμισης", Εκδ. University Studio Press, Θεσσαλονίκη, 1986.
15. Jean Chazal, "Η παιδική εγκληματικότητα", Εκδ. Ιων. Ν. Ζαχαρόπουλου, Αθήνα 1967.
16. Κάμπακη Μαρίνα, "Διμηνιαίο περιοδικό φιλοσοφικής έρευνας", "Νέα Ακρόπολη", Ιανουάριος-Φεβρουάριος, 1996, τεύχος 76.
17. Καρζής Θ., "Τηλεόραση και Παιδεία", Εκδ. Καρζής, Αθήνα, 1979.
18. Κάστορας Σ., "Οπτικοκουστικά ΜΜΕ", Εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 1990.
19. Κιτσάκη Αθ.Κ., "Θέματα και Απόψεις", Εκδ. "Γρηγόρη", Αθήνα.
20. Κολιοδήμος Δημήτρης, "Τα κόμικς", εκδ. "Αιγόκερος", Αθήνα 1992.
21. Κορωναίου Αλεξάνδρα, "Νέοι και μέσα μαζικής επικοινωνίας Εκδ. Οδυσσέας, Αθήνα 1992.
22. Κορωναίου Αλέκα - Άρθρο, "Τηλεόραση μαζική κουλτούρα και κοινωνικές διαφορές", (Στα βιβλία του Ναυριδη Κλήμη, "Τηλεόραση και Επικοινωνία", Εκδ. "Παρατηρητής", Θεσσαλονίκη, 1988.

23. Λαστρέγκο Κριστίνα - Φραντσέσκο Τέτα, "Από την τηλεόραση στο βιβλίο", Εκδ. Διάγραμμα, Αθήνα 1991. (Μετ. Φοίβος Αρβανίτης)
24. Λυριντής Χρήστος και Μαρία Κομνηνού, "Κοινωνία Εξουσία και ΜΜΕ", Εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 1986.
25. Maletake Gerhard, "Θεωρίες της Μαζικής Επικοινωνίας", Εκδ. Παπαζήση, Αθήνα 1991.
26. Μιχαηλίδη Γ.Μιχαήλ, "Η μουσική στη ζωή μας", Αθήνα 1987.
27. "Μουσική" Εγκυκλοπαιδεία "Υδογειος", Τόμος 10. Copyright "Δομική", Αθήνα 1988, σ.274.
28. Ναυριδής Κλήμης, "Τηλεόραση και Επικοινωνία", Εκδ. Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη, 1988.
29. Νικολοπούλου, Π.Βασ. "Τηλεόρασις εχθρός ή φίλος", Εκδ. Χριστινικής Εστίας Πατρών, Ορθοδόξου Συλλόγου, Πάτρα 1988.
30. Νικολοπούλου, Π.Βασ. "Τηλεόρασις Ευλογία ή Κατάρσις", Ορθοδόξου Συλλόγου, Πάτρα 1988.
31. Ν.Σ.Μπυριούκοφ, "Η τηλεόραση στη Δύση και τα δόγματα της", Εκδ. "Σύγχρονη Εποχή", Αθήνα 1984. (Μετ. Νίκος Χασιώτης).
32. Ξηροτύρη Ν.Ιω. "Η διαφήμιση από την κοινωνική άποψη και η επίδραση της", Θεσσαλονίκη, 1969.
33. Ουμπέρτο Ευο, "Κήνσορες και θεράποντες", Εκδ. "Γνώση", Αθήνα 1987. (Μετ. Εφ.Καλλιφατιδή).

34. Παπάς Γρ. Γεώργιος, *"Η πληροφορία στο σχολείο"*, Εκδ. Συμεών, Αθήνα 1989.
35. Παπαδημητρακόπουλος Κ.Γ., *"Μπροστά στα σύγχρονα μουσικά ρεύματα, Β' έκδοση"*, Εκδ. "Φωτοδότες", Αθήνα 1987.
36. Patricio Marks Greenfield, *"Μέσα ενημέρωσης και Παιδί"*, Εκδ. "Π.Κουτσούμπος, Αθήνα 1988. (Μετ. Σοφία Σταυροπούλου)
37. Πεπονή Ι. Αναστάσιος, *"Η μεγάλη Επικοινωνία"*, Εκδ. Ικαρος, ΑΑθήνα 1984.
38. Πίγκα Τζωρζ, *"Ο κόσμος της μουσικής"*, Εκδ. Κάλβος, Αθήνα 1988.
39. "Ραδιοφωνία", Ν. Σπανάκης, από την Εγκυκλοπαιδεία "Υδρία" Τόμος 45ος, σ.295.
40. Ρώμα Γ. Χρήστου, *"Λεξικό Ανεπτυγμένων Εννοιών"*, Εκδ. "Επικαιρότητα", Αθήνα 1989.
41. Ρώτας Νικηφόρος, *"Πως ακούμε μουσική"*, Εκδ. Κέδρος, Αθήνα 1986.
42. Σακελλάριος Χρήστος, *"Διαφήμιση Ξενοδοχείων και Εστιατορίων"*, Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πάτρας, Σχολή: Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα: Τουριστικών Επιχειρήσεων, Πάτρα 1992.
43. Σεραφετινίδου Μελίνα, *"Κοινωνιολογία των ΜΜΕ"*, Εκδ. Gutenberg, Αθήνα 1987.
44. Σέττα, Χρ. Δημ. *"Ο κινηματογράφος και το παιδί"*, Εκδ. "Πελαργός, Αθήνα 1958.
45. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ - Άρθρο του Α.Παπανδρέου από την Εγκυκλοπαιδεία "Υδρία", Τόμος 50ος, σ.280.

46. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ - Άρθρο από την Βασική Εγκυκλοπαίδεια "Κοντέου", Τόμος 10ος, σ.250. Εκδ. Θεοδ. Κοντέου, Θεσσαλονίκη 1985.
47. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ - Άρθρο από την Β. Γκουλιανού από την Εγκυκλοπαίδεια "Υδρία", Τόμος 50ος, σ.274.
48. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ - Από το Λεξικό Βασικών Ενοιών του Δ.Π.Διαμαντοπούλου, σ.363.
49. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ - Άρθρο από την Εγκυκλοπαίδεια 2.002, Τόμος 16ος, σ.38.
50. Τσαρδάκης Δημήτρης, *"Μαζική Επικοινωνία και Πραγματικότητα"*, Εκδ. "Παπαζήση", Αθήνα 1990.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΤΟΙΧΕΙΟΘΕΣΙΑ · ΕΚΤΥΠΩΣΗ

ΚΑΡΑΒΑΣΙΛΗ ΝΤΙΝΑ
ΦΙΛΟΠΟΙΜΕΝΟΣ 37 · 2ος όρ.·ΤΗΛ: 621066·ΠΑΤΡΑ