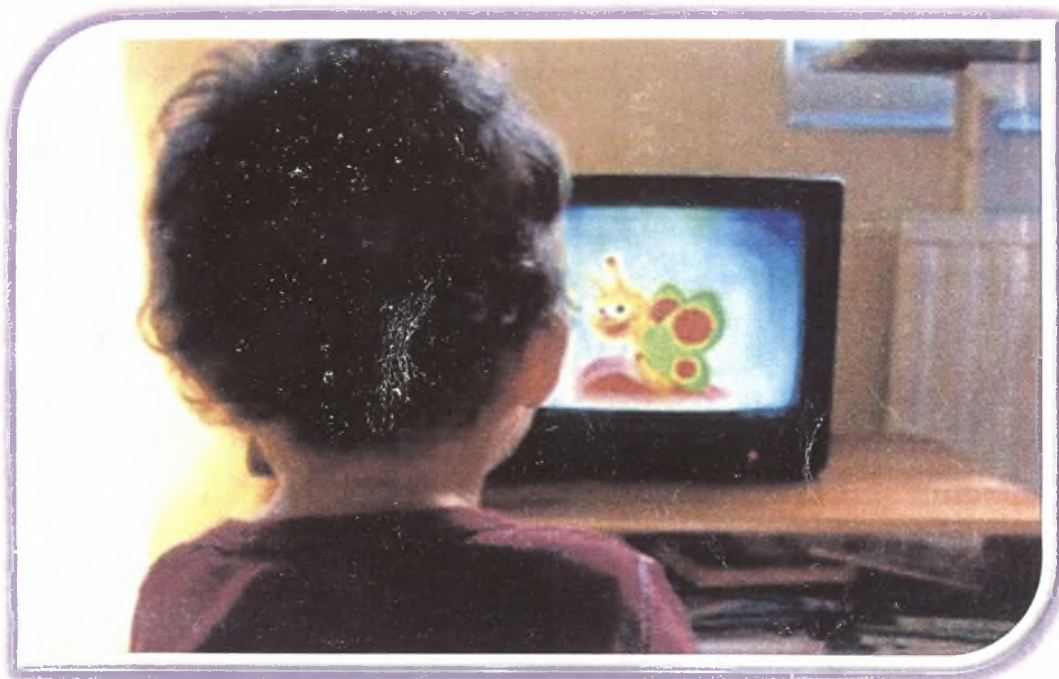


ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ  
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΣΧΟΛΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ



Σούκουλη Γεωργία

Διπλωματική Εργασία

«Οι τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών προσχολικής  
ηλικίας: Μια συγκριτική έρευνα »

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Παπαδοπούλου Μαρία.

Συνεπιβλέπουσα καθηγήτρια: Δόμνα-Μίκα Κακανά.



ΒΟΛΟΣ

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2007

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ  
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ & ΚΕΝΤΡΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ  
ΕΙΔΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ «ΓΚΡΙΖΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ»**

Αριθ. Εισ.: 5968/1  
Ημερ. Εισ.: 23-10-2007  
Δωρεά: Συγγραφέα  
Ταξιθετικός Κωδικός: ΠΤ – ΠΠΕ  
2007  
ΣΟΥ

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....</b>	<b>0</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>1</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΘΕΩΡΙΑ.....</b>	<b>3</b>
1. Η τηλεόραση στη ζωή του ανθρώπου.....	3
2. Η θέση της τηλεόρασης στο σπίτι .....	6
3. Το παιδί ως ενεργός τηλεθεατής.....	9
3.1. Ο χρόνος τηλεοπτικής παρακολούθησης.....	9
3.2. Τηλεοπτικές συνήθειες του παιδιού.....	11
4. Διαφημίσεις και παιδί.....	13
5. Παιδί και διάσταση φύλου σε τηλεοπτικά προγράμματα .....	15
6. Παιδί, τηλεόραση και παχυσαρκία.....	18
7. Η εκδήλωση της επιθετικής συμπεριφοράς .....	20
8. Το παιδί, η τηλεόραση και η επικοινωνία μέσα στο σπίτι.....	23
8.1. Η στάση των γονέων για τη σχέση παιδιού-τηλεόρασης .....	24
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΕΡΕΥΝΑ.....</b>	<b>27</b>
1. Οι υποθέσεις πριν το σχεδιασμό της έρευνας...27	
2. 2. Οι στόχοι της έρευνας .....	28
3. 3. Η μέθοδος .....	29
4. Ο τόπος .....	29
5. 5. Ο χρόνος .....	30
6. Το δείγμα.....	30
7. Ο σχεδιασμός και η διεκπεραίωση της έρευνας.....	30

<b>8. Τα αποτελέσματα.....</b>	<b>32</b>
<b>8.1 Εισαγωγή.....</b>	<b>32</b>
<b>8.2 Παρουσίαση των δημογραφικών στοιχείων του δείγματος .....</b>	<b>32</b>

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>	<b>54</b>
<b>1.Η θέση της τηλεόρασης στο σπίτι.....</b>	<b>54</b>
<b>2.Ο χρόνος τηλεοπτικής παρακολούθησης.....</b>	<b>55</b>
<b>3. Οι προτιμήσεις τηλεοπτικών προγραμμάτων.....</b>	<b>56</b>
<b>4. Η διαφοροποίηση στις προτιμήσεις των παιδιών σε σχέση με το φύλο.....</b>	<b>57</b>
<b>5. Γονείς, παιδιά και τηλεόραση.....</b>	<b>58</b>
<b>6.Διαχρονική εξέλιξη των τηλεοπτικών συνηθειών παιδιών προσχολικής ηλικίας.....</b>	<b>59</b>

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>61</b>
---------------------------	-----------

<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....</b>	<b>64</b>
<b>1. Ερωτηματολόγιο.....</b>	<b>65</b>
<b>2. Πίνακες στατιστικού προγράμματος SPSS.....</b>	<b>68</b>

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω τα άτομα που με στήριξαν για να πραγματοποιηθεί αυτό το εγχείρημα.

Ευχαριστώ ιδιαίτερα την κ. Παπαδοπούλου Μαρία, επιβλέπουσα καθηγήτρια της εργασίας μου, επίκουρος καθηγήτρια του Τμήματος Προσχολικής Αγωγής, η οποία ανέλαβε να με καθοδηγήσει στην περάτωση αυτού του εγχειρήματος. Είχαμε μια εποικοδομητική συνεργασία και όλα όσα κατάφερα να κάνω τα οφείλω στην πίστη και στην εμπιστοσύνη της προς το πρόσωπό μου. Οι καθοδηγητικές παρεμβάσεις και συμβουλές της υπήρξαν καθοριστικές και νιώθω ότι της οφείλω πολλά.

Ευχαριστώ επίσης την κ. Κακανά Δόμνα, συνεπιβλέπουσα καθηγήτρια της εργασίας μου, επίκουρος του Τμήματος Προσχολικής Αγωγής, για την τιμή που μου έκανε να συνεργαστεί μαζί μου και να μελετήσει την εργασία μου.

Ιδιαίτερη ανάγκη νιώθω να ευχαριστήσω την Παπακώστα Χριστίνα συμφοιτήτριά μου αλλά και αγαπημένη φίλη που στάθηκε δίπλα μου και με βοήθησε στην πορεία της εργασίας. Της χρωστάω πολλά γιατί χάρη στην πολύτιμη συνεργασία της κατάφερα να συλλέξω όλα τα στοιχεία του δείγματος και να επεξεργαστώ τα αποτελέσματα της έρευνας.

Ευχαριστώ τους νηπιαγωγούς της ευρύτερης περιοχής του Βόλου που μου επέτρεψαν να παρευρεθώ στα νηπιαγωγεία και να πραγματοποιήσω τις συνεντεύξεις καθώς και όλα τα παιδιά που συμμετείχαν στην ερευνά μου και συνεργάστηκαν μαζί μου.

Ευχαριστώ επίσης τον κ. Μπερσίμη Σωτήρη αναπληρωτή καθηγητή του Τμήματος Προσχολικής Αγωγής, όπου με τις πολύτιμες γνώσεις που μας παρείχε πάνω στη στατιστική με βοήθησε να διεξάγω τα αποτελέσματα με ποσοτικές μετρήσεις μέσω της χρήσης του προγράμματος SPSS.

Ολοκληρώνοντας θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου και την αγαπημένη μου φίλη Ισμήνη για την ανεκτικότητα, την υπομονή, την κατανόηση και τη στήριξη που μου προσέφεραν σ' όλη τη διάρκεια της εργασίας μου.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στη σημερινή κοινωνία διαπιστώνεται καθημερινά πως τα Μ.Μ.Ε. έχουν εισβάλλει για τα καλά στη ζωή του ανθρώπου. Η τηλεόραση αποτελεί το σπουδαιότερο μέσο μιας και συνδυάζει εικόνα και ήχο καθιστώντας πιο ευχάριστη και διασκεδαστική την ψυχαγωγία του κοινού. Η τεράστια ποικιλία των τηλεοπτικών εκπομπών που διαθέτει επιτρέπει σ' όλα τα κοινωνικά στρώματα και τις ηλικίες να έρχονται σε επαφή μαζί της. Περισσότερο όμως στρέφεται προς την παιδική ηλικία συναγωνιζόμενη έτσι το ρόλο της οικογένειας.

Η τηλεόραση επηρεάζει το παιδί, αλλά ο μικρός τηλεθεατής δεν είναι ένα παθητικό υποκείμενο, αλλά ένα άτομο που αντιδρά με το δικό του τρόπο. Το παιδί δεν είναι μια μικρογραφία του ενήλικα, αλλά έχει τις δικές του ιδιαιτερότητες. Παίρνοντας αφορμή από αυτή την τελευταία άποψη που επικρατεί θα εξελιχθεί η ακόλουθη εργασία που έχει ως θέμα τις τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών προσχολικής ηλικίας και το πώς γενικότερα αντιμετωπίζει το παιδί την τηλεόραση.

Στην πρώτη ενότητα παρουσιάζεται το θεωρητικό κομμάτι της έρευνας σύμφωνα με την προϋπάρχουσα βιβλιογραφία. Συγκεκριμένα παρουσιάζεται ο γενικός ρόλο που διαδραματίζει η τηλεόραση στη ζωή του ανθρώπου, οι τηλεοπτικές συνήθειες του παιδιού, οι επιδράσεις της τηλεόρασης στο παιδί καθώς και η στάση των γονέων απέναντι στη σχέση του παιδιού με την τηλεόραση.

Στην δεύτερη ενότητα παρατίθεται η έρευνα που διεξήχθη σε παιδιά προσχολικής ηλικίας. Συγκεκριμένα καταγράφονται όλα τα στάδια όπως: σχεδιασμός, δόμηση, στόχοι, μέθοδοι, δείγμα, χρόνος, τόπος και περιγράφονται αναλυτικά τα αποτελέσματα μέσα από κυκλικά διαγράμματα και πίνακες δίνοντας μια πλήρη εικόνα του τι τελικά προέκυψε.

Στην τελευταία ενότητα της εργασίας καταγράφονται τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα και γίνεται μια σύγκριση με αντίστοιχη έρευνα που πραγματοποιήθηκε πριν από τέσσερα χρόνια. Τέλος παρατίθεται

η βιβλιογραφία, ο οδηγός συνέντευξης και όλοι οι πίνακες όπως προέκυψαν από το στατιστικό πρόγραμμα SPSS.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΘΕΩΡΙΑ

## 1.Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΣΤΗ ΖΩΗ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ

Η τηλεόραση αποτελεί σήμερα το κορυφαίο μέσο μαζικής ενημέρωσης. Είναι το φαινόμενο της εποχής, περίπλοκο, αμφιλεγόμενο και καταλυτικό. Φαινόμενο κοινωνικό και αισθητικό, όργανο εξουσίας, αλλά και δύναμη αυτεξούσια, φορέας μορφωτικού, πολιτικού και διαφημιστικού μηνύματος, μεταδότης άλλοτε πληροφοριών και γνώσεων, θέατρο ζωής, καταφύγιο ψυχαγωγίας και μέσο φυγής από πολλά καθημερινά προβλήματα (Μανθούλης, 1981: 9).

Η τηλεόραση, όπως άλλωστε και κάθε επιστημονική κατάκτηση είναι φυσικό να ασκεί τόσο θετική επιρροή, όσο και αρνητική. Μπορεί να μεταφέρει κυρίως στα παιδιά και στους νέους καλές, αλλά και κακές γνώσεις και εμπειρίες και να επιδρά θετικά ή αρνητικά στη διαμόρφωση της κοινωνικής τους συμπεριφοράς (Βουϊδάσκης, 1992: 222).

Ακόμα η τηλεόραση έχει τη δυνατότητα να κάνει τον τηλεθεατή και ιδιαίτερα το παιδί επιθετικό, να του μαθαίνει κακές λέξεις, να το κάνει να ενεργεί άβουλα και παθητικά. Από την άλλη μπορεί να εκτονώνει το παιδί από την οργή του, να του οξύνει την κρίση αλλά και να του μεταδίδει χρήσιμα πράγματα (Γιαρμενίτου, 1991:133).

Θεωρείται ένας «διάυλος» μεταφοράς περιεχομένου ενημέρωσης, επιμόρφωσης και ψυχαγωγίας, ένα μέσο γνωριμίας με τον έξω κόσμο, το δημόσιο βίο και δρώμενα τόσο στο εγγύς, όσο και στο ευρύτερο περιβάλλον του ατόμου. Τόσο ο προγραμματιστής της τηλεόρασης, όσο και ο τηλεθεατής νιώθουν την ανάγκη της συνύπαρξης και των τριών αυτών ειδών στο πρόγραμμα. Κι αυτό μάλιστα με τη συνεχή προσπάθεια, ώστε η τηλεόραση να μη μετατρέπεται μονάχα σε μέσο ενημέρωσης, ούτε μονάχα σε σχολείο, αλλά ούτε και σε αποκλειστικά μέσο διασκέδασης (Μανθούλης, 1981: 106-107).



Αρχικά, με το πλήθος των πληροφοριών με τις οποίες η τηλεόραση βομβαρδίζει διαρκώς τους τηλεθεατές, συμβάλλει στη διατήρηση της πληροφορίας και της μάθησης περισσότερο από κάθε άλλο οπτικοακουστικό μέσο, κρατώντας ενήμερους τους τηλεθεατές σχετικά με τα διάφορα τοπικά, εθνικά ή διεθνή πολιτικά, κοινωνικά, οικονομικά κι άλλα γεγονότα, τα οποία έχουν συμβεί πριν από λίγο χρονικό διάστημα ή συμβαίνουν ταυτόχρονα, τη στιγμή που εκείνοι τα παρακολουθούν στην οθόνη τους (Βουϊδάσκης, 1992: 228).

Η τηλεόραση επιπλέον παίζει σημαντικό ρόλο, σαν φορέας γνώσεων μεταδίδοντας πληροφορίες χωρίς δυσκολίες άλλα με ευχάριστο τρόπο. Η εικόνα την οποία δέχονται τα παιδιά από την τηλεόραση, είναι πολύ διαφορετική και ζωντανή διότι μπορεί να μεταφέρει γνώσεις από όλο τον κόσμο, τον φυσικό, τον πνευματικό, τον κοινωνικό κι από όλους τους τομείς της κοινωνικής δραστηριότητας και να εμπλουτίζει τις γνώσεις και τις εμπειρίες τόσο των μικρών, όσο και των μεγάλων. Προσφέρει πολύτιμες υπηρεσίες στον εμπλουτισμό των γνώσεων αναφορικά με το φυσικό περιβάλλον, την κοινωνική και επαγγελματική ζωή καθώς και για το ρόλο των δύο φύλων (Σαπουνάς, 1998:72).

Επιπροσθέτως, η τηλεόραση με τον πλούτο και την ποικιλία των εκπομπών και των προγραμμάτων της έχει την ικανότητα να ενισχύει το καλαίσθητο συναίσθημα των παιδιών και των εφήβων, βοηθώντας τους να αποκτήσουν μια πλούσια και σημαντική αγωγή, ώστε να εκτιμούν και να βιώνουν τα θαυμαστά δημιουργήματα της φύσης και του ανθρώπινου πολιτισμού (Βουϊδάσκης, 1992: 225). Τέλος η τηλεόραση είναι εκείνο το μέσο επικοινωνίας που προσφέρει στον τηλεθεατή ποικίλες δυνατότητες για διασκέδαση και ψυχαγωγία. Η παρακολούθηση μιας τηλεοπτικής εκπομπής προσφέρει τη δυνατότητα στον τηλεθεατή και ειδικά στο μικρό παιδί να διασκεδάσει και να περάσει ευχάριστα τον ελεύθερο χρόνο του (Σαπουνάς, 1998: 78).

Τα θετικά που προαναφέρθηκαν είναι η μία όψη της τηλεόρασης, υπάρχει όμως και η αρνητική πλευρά η οποία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο τόσο στην ανάπτυξη της προσωπικότητας του παιδιού, όσο και στη γενικότερη

συμπεριφορά του ενήλικα. Αρχικά λοιπόν με την παρακολούθηση των τηλεοπτικών εκπομπών τα παιδιά και οι νέοι αφιερώνουν ένα μεγάλο μέρος του ελεύθερου χρόνου τους μπροστά στη μικρή οθόνη κάτι το οποίο όμως τα απομακρύνει από άλλες δραστηριότητες (Σαπουνάς, 1998: 81).

Μια δεύτερη σημαντική αρνητική επιρροή είναι η τηλεοπτική βία που εμπεριέχεται στα τηλεοπτικά προγράμματα. Οι σκηνές βίας που παρακολουθούν τα παιδιά στην τηλεόραση είναι πολλές. Μ' αυτό τον τρόπο το παιδί εξοικειώνεται με τη βία και έτσι γίνεται κατά μία έννοια «πρότυπο» για τη δική του συμπεριφορά. Την δέχεται ως φαινόμενο καθημερινό, επαναλαμβάνει τις ριψοκίνδυνες πράξεις που παρακολουθεί στην τηλεόραση. Το παιδί μιμείται τους τηλεοπτικούς ήρωες, την επιθετική συμπεριφορά και τον τρόπο έκφρασης κατά τη διαδικασία της ταύτισης. Έτσι ενθαρρύνεται η αντικοινωνική του στάση και μπορεί να οδηγηθεί και σε αποκλίνουσα κοινωνική συμπεριφορά (Δούλκερη, 1997: 91-92).

Οι κοινωνικοί ψυχολόγοι Lazarsfeld και Merton, χαρακτηρίζουν την τηλεόραση ως το πιο δραστικά "κοινωνικό ναρκωτικό", ενώ ένας άλλος ερευνητής του Πανεπιστημίου του Στράνφορντ λέει χαρακτηριστικά: "Εκείνο που η τηλεόραση διδάσκει στο παιδί είναι η παθητική στάση. Του δημιουργεί την ψευδαίσθηση ότι κάπου βρίσκεται, κάτι βλέπει και κάτι ακούει, ενώ στην πραγματικότητα κάθεται στην πολυθρόνα του σπιτιού του". Έτσι η παθητική στάση του τηλεθεατή είναι μια ακόμα αρνητική επιρροή της τηλεόρασης (Σαπουνάς, 1998: 95).

Άξιο ιδιαίτερης παρατήρησης είναι επιπλέον το γεγονός ότι η πολύωρη τηλεοπτική παρακολούθηση είναι επιβλαβής για την υγεία του μικρού παιδιού καθότι του δημιουργεί προβλήματα στην όραση, αλλά και αύξηση του βάρους εξαιτίας τόσο της καθιστικής ζωής, όσο και του υπερσιτισμού κατά τη διάρκεια της παρακολούθησης (Σαπουνάς, 1998: 106-107).

Η τηλεόραση ευθύνεται και για την διαμόρφωση της στάσης και της γνώσης των τηλεθεατών και ιδιαίτερα των παιδιών αναφορικά με τη σχέση των δύο φύλων. Η επίδραση της τηλεόρασης επομένως μπορεί να προκαλέσει κοινωνικές προκαταλήψεις και στερεότυπα διαχωρίζοντας τα δύο φύλα και

προβάλλοντας διαφορετικούς ρόλους σε άνδρα και γυναίκα (Δούλκερη, 1994: 14).

Ο μεγαλύτερος ίσως κίνδυνος προέρχεται από το γεγονός ότι με την τηλεόραση το παιδί συνηθίζει να δέχεται εξηγήσεις χωρίς να μαθαίνει να τις αναζητά μόνο του, με προσωπική πρωτοβουλία. Προβαίνει σε μια συμβολική και ιδεολογική αναπαραγωγή της κοινωνικής πραγματικότητας. Διαδίδει τα επίσημα πρότυπα συμπεριφοράς και κατασκευάζει μια ειδικευμένη εικόνα της παιδικότητας. Είναι μια κοινή γλώσσα για όλα τα παιδιά εμποτίζοντας τα με τις ίδιες πληροφορίες και αξίες και ομοιογενοποιώντας τον τρόπο σκέψης και συμπεριφοράς.

Η τηλεόραση γενικά αποτελεί μια πραγματικότητα στην καθημερινή ζωή του παιδιού που κανείς δεν μπορεί να την αγνοήσει. Τα θετικά ή τα αρνητικά της αποτελέσματα εξαρτώνται από τον τρόπο χρησιμοποίησης της τόσο από τους μικρούς τηλεθεατές, όσο και από τους ενήλικες .

## 2.Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ

Η εμφάνιση και η ραγδαία εξάπλωση της τηλεόρασης στο πρώτο μισό του 20ου αιώνα προκάλεσε επαναστατικές αλλαγές στο χώρο της επικοινωνίας, αλλά και στην καθημερινότητα του σύγχρονου ανθρώπου. Η εμπειρία των «κινούμενων εικόνων», μέσα στο κατεξοχήν ιδιωτικό χώρο, το σπίτι, ασκεί πρωτόγνωρη γοητεία στο κοινό της. Η έλξη αυτή, σε συνδυασμό με το γεγονός της μετάδοσης σε ένα μαζικό κοινό πληροφοριών αλλά και αντιλήψεων, απόψεων, πεποιθήσεων για μια σειρά από θέματα, μικρά και μεγάλα, προκαλεί το έντονο ενδιαφέρον για συστηματική μελέτη του ρόλου και της λειτουργίας της τηλεόρασης στις σύγχρονες δυτικές κοινωνίες (Παϊδούση, 2004: 159).

Μέσα σ' αυτό το πλαίσιο η τηλεόραση αποτελεί πλέον ένα μέσο επικοινωνίας που έχει αλλάξει ριζικά τον τρόπο που οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται τον κόσμο γύρω τους. Αυτό το θαύμα της σύγχρονης ηλεκτρονικής έχει σήμερα μια θέση σε κάθε σπίτι και επηρεάζει τη ζωή των

ατόμων σε όλα τα επίπεδα: προσωπικό, κοινωνικό, πολιτιστικό, πολιτισμικό (Ελευθεριάδης, 1985: 18).

Η διείσδυση επομένως των τηλεοπτικών συσκευών στα σπίτια είναι ραγδαία και πολλά νοικοκυριά περνάνε από τη μία στις δύο και στις τρεις τηλεοπτικές συσκευές, όπως προκύπτει από τα στοιχεία διαφόρων ιδιωτικών οργανισμών που ασχολούνται με δημοσκοπήσεις και μελέτες για τη θεαματικότητα (ICAP, METRIX, NIELSEN).

Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 1996 και το 2001 από πηγές της AGB διαφαίνεται ότι το 43% περίπου των νοικοκυριών δήλωσαν κάτοχοι περισσότερο της μίας τηλεοπτικής συσκευής και 13% κάτοχοι περισσότερων των τριών τηλεοπτικών συσκευών (Σόρογκας, 2004: 93-95). Αυτό επιβεβαιώνεται και από μια σειρά ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί. Συγκεκριμένα τα αποτελέσματα μελέτης του ΕΚΚΕ το 1977 κατέγραψαν ότι το 83% στα αγροτικά, το 88,5% στα ημιαστικά και το 96% στα αστικά νοικοκυριά έχουν μία τηλεοπτική συσκευή, ενώ το 11% των νοικοκυριών έχει ήδη και δεύτερη συσκευή. Το 2000 το ποσοστό των νοικοκυριών που είχαν δύο τηλεοράσεις άγγιξε το 43,7%, ενώ το 12,9% είχε τρεις συσκευές. Παράλληλα σε έρευνα του Ευρωβαρομέτρου αποδείχθηκε ότι από το 99% των Ευρωπαίων πολιτών που έχουν στο σπίτι τους τηλεόραση, το 44,4% έχει μία συσκευή, το 35,3% δύο συσκευές, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό διαθέτει πάνω από τρεις τηλεοπτικούς δέκτες (Παϊδούση, 2004: 163-169).

Ακόμη από έρευνα που διενεργήθηκε το 1997 στα δημοτικά σχολεία κάποιας κωμόπολης στην Ελλάδα, προέκυψε ότι το 79% των οικογενειών διαθέτουν περισσότερο από μια τηλεοράσεις, το 78% των οικογενειών αυτών έχουν τηλεόραση στην κουζίνα, ενώ το 42% των παιδιών έχουν τηλεόραση στο δωμάτιο τους ( Squillaci, 2006: 26).

Έτσι την τελευταία δεκαετία αρχίζει και σημειώνεται η απανταχού παρουσία του τηλεοπτικού μέσου στη σύγχρονη ελληνική κοινωνία και ενώ αρχικά η τηλεόραση φάνηκε να συγκεντρώνει την οικογένεια γύρω της, στη συνέχεια η αγορά περισσότερων συσκευών ενισχύει την τάση της «μοναχικής ή εξατομικευμένης» τηλεθέασης. Αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός ότι η

κύρια τηλεοπτική συσκευή τοποθετείται στο καθιστικό του σπιτιού, η δεύτερη στο δωμάτιο των ενηλίκων κατά 61,8% και η τρίτη στο παιδικό δωμάτιο. Από το 1996-2001 βέβαια δεν παρατηρείται σημαντική αύξηση του ποσοστού τοποθέτησης της τηλεόρασης στο παιδικό δωμάτιο, άλλα φτάνει μέχρι 22,5%. Ο μέσος Έλληνας τηλεθεατής σε σύγκριση με το παρελθόν έγινε όχι μόνο πιο επιλεκτικός στις προτιμήσεις του, άλλα όλο και πιο πολλοί Έλληνες διαθέτουν περισσότερες από μία συσκευές τηλεόρασης στο σπίτι τους. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας βάση της AGB Hellas, ο βαθμός διείσδυσης έγχρωμων τηλεοπτικών δεκτών προσεγγίζει το 100% (98,6%) (Σόρογκας, 2004: 93-95).

Ο κεντρικός ρόλος της τηλεόρασης ως μέσου ψυχαγωγίας αναδεικνύεται και σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην περιοχή Ρεθύμνου Κρήτης. Σύμφωνα με τη μελέτη αυτή, το 97,6% του δείγματος έχουν έγχρωμη τηλεόραση, ενώ το 55,3% έχουν και δεύτερη τηλεοπτική συσκευή, από τις οποίες 23,4% βρίσκονται στο δωμάτιο των παιδιών (Παϊδούση, 2004: 170).

Τίποτα δε σταματά όμως εδώ την κυριαρχία της τηλεόρασης στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων και αυτό αποδεικνύεται και από άλλες μελέτες όπως αυτή που διενεργήθηκε στην Ουάσινγκτον (2003-2004) και κατέδειξε ότι κατά μέσον όρο, στα σπίτια τους σχεδόν όλες οι οικογένειες είχαν μια τηλεόραση στο καθιστικό τους (98%), μια πλειοψηφία είχε ένα τηλεοπτικό σύνολο στην κρεβατοκάμαρα του γονέα(77%) και την κρεβατοκάμαρα του παιδιού (63%), και σχεδόν κατά το ήμισυ είχε ένα τηλεοπτικό σύνολο σε ένα διάστημα κατανάλωσης, όπως η κουζίνα ή η τραπεζαρία (46%) (Jordan, Hersey et all, 2006).

Ως εκ τούτου όλα δείχνουν πως στις περισσότερες δυτικές κοινωνίες η τηλεόραση έχει εισβάλλει για τα καλά στα σπίτια και κάνει αισθητή την παρουσία της σε κάθε δωμάτιο του νοικοκυριού αποσπώντας την προσοχή τόσο των ενηλίκων, όσο και των μικρών παιδιών τα οποία ζουν σε ένα συνεχώς και ταχύτατα μεταβαλλόμενο επικοινωνιακό περιβάλλον που γίνεται όλο και πιο πολύπλοκο και ευνοεί τόσο την ποικιλία στη χρήση όσο και το συνδυασμό παλιών και νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (CGP, 2000, έμμεση αναφορά από Παϊδούση, 2004:169).

Η τηλεόραση κυριαρχεί πια στην καθημερινή ζωή και η οποία έχει γίνει αναπότρεπτη ανάγκη. Έχει μετατραπεί σε έναν ακατανίκητο μαγνήτη που βάζει την καταλυτική του σφραγίδα στα καθημερινά βιώματα του ανθρώπου. Χωρίς αμφιβολία, είναι ο καθημερινός απρόσκλητος επισκέπτης που δεσπόζει στον ελεύθερο χρόνο (Γιαρμενίτου, 1991: 133).

### 3. ΤΟ ΠΑΙΔΙ ΩΣ ΕΝΕΡΓΟΣ ΤΗΛΕΘΕΑΤΗΣ

#### 3.1.Ο χρόνος τηλεοπτικής παρακολούθησης

Τα παιδιά δεν χρειάζεται να βγουν έξω για να παίξουν. Το κύριο παιχνίδι τους, η τηλεόραση, είναι μέσα στο σπίτι, μέσα στο σαλόνι και πολλές φορές μέσα στο ίδιο το παιδικό δωμάτιο. Τα παιδιά δεν έχουν παρά να πατήσουν το τηλεκοντρόλ και αμέσως έχουν όλο τον κόσμο μπροστά στα μάτια τους (Ρέππας ,1999: 126). Τόσο στην Αμερική όσο και στην Ελλάδα οι ώρες παρακολούθησης της τηλεόρασης είναι αυξημένες κατά πολύ και αυτό αποδεικνύεται από τις ακόλουθες έρευνες.

Στις ΗΠΑ, αρχικά αποτελέσματα ερευνών έδειξαν ότι το μέσο Αμερικανόπουλο βλέπει τηλεόραση περίπου 4 με 5 ώρες την ημέρα, 7 με 8 ώρες τα Σαββατοκύριακα και 40 ώρες περίπου την εβδομάδα. Στον αριθμό αυτό περιλαμβάνονται και οι βιντεοταινίες και τα βιντεοπαιχνίδια. Στα ίδια περίπου συμπεράσματα καταλήγουν έρευνες που αφορούν Ευρωπαϊκές χώρες. Συγκεκριμένα σε έρευνα στην Ουάσινγκτον το 2003 τα περισσότερα από τα παιδιά ήταν εκτεθειμένα στην τηλεόραση περίπου 3 ώρες την ημέρα (Christakis , Ebel et all, 2004).

Άξια αναφοράς είναι επίσης τα πορίσματα έρευνας σε παιδιά προσχολικής ηλικίας που παρακολουθούν τηλεόραση κατά μέσο όρο 54 ώρες την εβδομάδα, ενώ τα παιδικά προγράμματα δε διακρίνονται για την ποιότητα τους. Το παιδί μέχρι την ηλικία των 6 ετών έχει περάσει περίπου 5.000 ώρες βλέποντας τηλεόραση (Σαπουνάς,1998: 82). Οι ίδιες ώρες παρακολούθησης ισχύουν και για παιδιά ηλικίας 11-15 ετών όπου περνούν στις ΗΠΑ κατά μέσον όρο 53

ώρες την εβδομάδα μπροστά στην τηλεόραση, διαπιστώνοντας ότι η έκθεση των αμερικανικών παιδιών και των εφήβων στην τηλεόραση (15.000 ώρες) συνεχίζει να υπερβαίνει το χρόνο που ξοδεύουν στην τάξη (12.000 ώρες) (ΒΗΜΑ, 2007).

Είναι ευεξήγητο επομένως το γεγονός ότι στις ΗΠΑ τα παιδιά μεταξύ 2 και 5 ετών περνούν μπροστά στην οθόνη από 4 έως 7 ώρες την ημέρα, ενώ τα μεγαλύτερα παιδιά μεταξύ 6 και 11 ετών βλέπουν τηλεόραση 3-4 ώρες. Στην ουσία, ένα Αμερικανάκι 2 ετών περνά 60 μέρες του χρόνου μπροστά στην τηλεόραση. Η κατάσταση αυτή είναι περίπου η ίδια στην Ευρώπη και στην Ιταλία. Περισσότεροι από τους μισούς ανηλίκους διαθέτουν τηλεοπτική συσκευή στο δωμάτιό τους και βλέπουν τηλεόραση κατά μέσο όρο 3-4 ώρες την ημέρα (Squillaci, 2006: 26).

Στην Ελλάδα από την άλλη πλευρά, επικρατεί η τάση του να ξοδεύουν τα παιδιά πολλές ώρες μπροστά στη μικρή οθόνη κάτι που έχει ξεκινήσει ήδη από το 1977 όπου παιδιά ηλικίας 10-12 ετών παρακολουθούσαν τηλεοπτικές εκπομπές επί 3-7 ώρες την ημέρα (Σαπουνάς, 1998: 82).

Η τάση αυτή αυξήθηκε ακόμα περισσότερο και τα επόμενα χρόνια όπως επισημαίνουν ακόλουθες μελέτες. Έτσι παιδιά ηλικίας 5-8 ετών παρακολουθούν τηλεόραση 2 ώρες περίπου την ημέρα και 10-11 χρονών 3-4 ώρες την ημέρα (Κάστορας, 1990: 77). Ακόμη, έρευνα που πραγματοποίησε η Α΄ Παιδιατρική Κλινική του Πανεπιστημίου Αθηνών έδειξε ότι τα παιδιά κάτω των 6 ετών παρακολουθούν τηλεόραση κατά μέσο όρο 21 ώρες την εβδομάδας, τα παιδιά από 7- 12 ετών φτάνουν τις 24 ώρες και τα παιδιά 13 ετών και άνω τις 32 ώρες την εβδομάδα (Φρυσίρα κ. ά, 1993: 305).

Από σχετικές έρευνες που εξακολούθησαν να γίνονται προέκυψαν διάφορα αποτελέσματα αναφορικά με το χρόνο τον οποίο αφιερώνουν τα παιδιά στην παρακολούθηση της τηλεόρασης. Χαρακτηριστική είναι η έρευνα των Παπαδοπούλου κ. ά(2000-2001) που πραγματοποιήθηκε σε παιδιά ηλικίας 5-14 σε σχολεία της Αττικής όπου τα αποτελέσματα για τις ώρες παρακολούθησης έδειξαν ότι το 72,7% των παιδιών παρακολουθεί τηλεόραση στη διάρκεια της εβδομάδας ενώ ποσοστό της τάξεως του 76,8% των παιδιών

παρακολουθεί τηλεόραση το σαββατοκύριακο. Επιπλέον τις καθημερινές το 57,3% των παιδιών βλέπουν τηλεόραση 1-2 ώρες τη μέρα, το 8,5% του δείγματος 3 ώρες και το 6,9% 4 και πλέον ώρες, ενώ το σαββατοκύριακο το 10,3% των παιδιών βλέπει τηλεόραση 1-2 ώρες τη μέρα, το 31,6% 3-4 ώρες, το 23,2% 5-6 ώρες και το 11,7% βλέπει 7 και πλέον ώρες ημερησίως.

Σε μια γενική συνεκτίμηση των όσων προαναφέρθηκαν διαπιστώνεται πως η τηλεόραση είναι κυρίαρχο μέσο στην καθημερινή ζωή των παιδιών και αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός ότι τα παιδιά-τηλεθεατές τείνουν να παρακολουθούν τηλεοπτικά προγράμματα περισσότερο χρόνο από τους ενήλικες.

### 3.2. Τηλεοπτικές συνήθειες του παιδιού

Τα παιδιά είναι περισσότερες ώρες μπροστά στην τηλεόραση, απ' ό τι στο σχολείο. Η τηλεόραση έχει την πρώτη θέση στις επιλογές των δραστηριοτήτων για την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου στα παιδιά. Τους αρέσει να περνούν αρκετές ώρες μπροστά στη μικρή οθόνη, είναι οι πιο «πιστοί» τηλεθεατές, βλέπουν τα πάντα (Κορωναίου, 1992: 128).

Σειρά από έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί στις δυτικές κοινωνίες κατέδειξαν αξιολογικά στοιχεία γύρω από τις συνήθειες του παιδιού τόσο προσχολικής, όσο και σχολικής ηλικίας για την παρακολούθηση τηλεόρασης. Από τη συλλογή των δεδομένων που θα ακολουθήσει διαφαίνεται ότι υπάρχει μια μερίδα παιδιών που έχει ως πρώτη του επιλογή τα παιδικά προγράμματα, ενώ μια άλλη μερίδα θέτει ως πρώτη επιλογή τα διάφορα σίριαλ που προβάλλονται.

Έτσι έρευνα στην Θεσσαλονίκη (1992-1993) σε παιδιά προσχολικής ηλικίας έδειξε ότι η προτίμησή τους είναι και για τα δύο φύλα τα παιδικά προγράμματα (95% των αγοριών-96% των κοριτσιών). Τους αρέσουν πολύ οι ελληνικές ταινίες, γιατί τους προκαλούν γέλιο και οι διαφημίσεις, γιατί βλέπουν « ωραία» πράγματα (κοριτσάκι 5 χρόνων). Τα αγοράκια δήλωσαν



επίσης (11,6%) ότι βλέπουν ποδόσφαιρα και μπάσκετ διότι βλέπει «ο μπαμπάς με την παρέα του» (αγοράκι 5,5 χρόνων) (Δούλκερη, 1997: 81).

Σε έρευνα επίσης των Παπαδημητρίου κ. ά.(2000-2001) φαίνεται ότι πρώτη επιλογή στο 50% των παιδιών είναι τα παιδικά προγράμματα και στο 19% οι ξένες ταινίες. Δεύτερη επιλογή προγράμματος αποτελούν στο 23% οι ξένες ταινίες και στο 16% τα ντοκιμαντέρ και οι ελληνικές ταινίες αντίστοιχα. Σαν τρίτη επιλογή το 14% των παιδιών αναφέρει τα αθλητικά και το 12% τις ελληνικές σειρές, τα τηλεπαιχνίδια και τα ντοκιμαντέρ αντίστοιχα.

Αντίθετα άλλες μελέτες γνωστοποιούν ότι παιδιά 4-14 ετών είναι οι καλύτεροι «πελάτες» των ελληνικών σίριαλ που μόνο για παιδιά δεν προορίζονται. Τα ποσοστά παιδικής τηλεθέασης των επιτυχημένων σειρών καλύπτουν από 40% ως 73,8% του κοινού τους, σύμφωνα με την AGB. Ενώ μόνο το 18% των παιδιών παρακολουθεί τηλεόραση κατά τις ενδεδειγμένες ώρες παιδικού προγράμματος (ΒΗΜΑ, 2007). Τα χαμηλά ποσοστά τηλεθέασης των παιδικών προγραμμάτων επιβεβαιώνονται και στην έρευνα της Α. Σκρουμπή (1991) πράγμα που ίσως φανερώνει ότι τα σχετικά προγράμματα δεν ενδιαφέρουν και δεν ικανοποιούν τα παιδιά. Το ίδιο ισχύει και σε έρευνα των Αλβανούδη κ.ά.(1998) που πραγματοποιήθηκε στις περιοχές Αθηνών, Ιωαννίνων, Τρικάλων, Μετσόβου όπου μόνο το 25% του δείγματος περιορίζεται στην παρακολούθηση της παιδικής ζώνης εκπομπών.

Από τα παραπάνω διαφαίνεται πως άλλα παιδιά βλέπουν κατά βάση παιδικά προγράμματα, ενώ άλλα παιδιά βλέπουν όλα σχεδόν τα προγράμματα που προορίζονται για μεγάλους. Αυτή η διαπίστωση δεν ισχύει μόνο στην Ελλάδα αλλά και σε άλλες χώρες.

Συγκεκριμένα σε έρευνα της AGB για το ποια είναι η δημοφιλέστερη εκπομπή βρέθηκε ότι ήταν το “Τμήμα ηθών”. Το συνταρακτικό όμως είναι ότι οι περισσότεροι τηλεθεατές του έργου ήταν παιδιά ηλικίας 6-14 χρόνων. Πιο συγκεκριμένα το 62% των παιδιών κάθονταν στις 10.30 το βράδυ για να παρακολουθήσουν το έργο αυτό που εκτός από αστυνομική δράση περιελάμβανε και ελεύθερο σεξ, με δύο λόγια ταινία ακατάλληλη για παιδιά. Ακόμα σε έρευνα στην Ιταλία σε παιδιά ηλικίας 3-5 ετών διαπιστώθηκε πως το

35% των παιδιών που βλέπουν τηλεόραση παρακολουθούν εκπομπές που απευθύνονται στην ηλικία τους, ενώ το 65% βλέπουν προγράμματα για ενήλικες (Squillaci, 2006: 58).

Γενικά, οι τηλεοπτικές προτιμήσεις των παιδιών ποικίλουν ανάλογα με τα ερεθίσματα που λαμβάνουν τόσο από το οικογενειακό τους περιβάλλον όταν τυχαίνει να βλέπουν μαζί με τους γονείς, όσο και από το φιλικό τους περίγυρο. Κατά βάση όμως οι διάφορες μελέτες όπως τέθηκαν αποδεικνύουν ότι από την πρώτη φάση ανάπτυξης της τηλεόρασης τα παιδιά προτιμούν περισσότερο τα προγράμματα των οποίων το περιεχόμενο προσανατολίζεται στους ενήλικες (Παπαθανασόπουλος, 1997: 76-77).

#### 4.ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙ

Από τα σημερινά μέσα επικοινωνίας η τηλεόραση είναι το πιο μαζικό και το πιο αποτελεσματικό. Από τη μία είναι το πιο μαζικό διότι μπορεί να απευθυνθεί ταυτόχρονα σε απεριόριστο αριθμό ατόμων και από την άλλη είναι το πιο αποτελεσματικό διότι όλοι σχεδόν οι άνθρωποι δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και ευχαρίστηση στην παθητική κατανάλωση κάθε είδους μηνυμάτων της. Η διαφήμιση που γνωρίζει καλά τις παραπάνω ιδιαιτερότητες της τηλεόρασης προσπαθεί να τις εκμεταλλευτεί ανάλογα (Κάστορας, 1990: 47).

Η διαφήμιση είναι ένα μέσο επικοινωνίας και ένα σύνολο τεχνικών πειθούς. Αποτελεί ένα ιδιαίτερο σύστημα οικονομικά και κοινωνιολογικά αυτόνομο, μια τεράστια βιομηχανία με πλήρη ανάπτυξη. Εγκαθιστά μια επικοινωνία ανάμεσα στους παραγωγούς-πωλητές και στους καταναλωτές και ασκεί παράλληλα την επίδραση της στους τρόπους ζωής και σκέψης τόσο των ενηλίκων, όσο και των παιδιών (Βρύζας, 1997: 103-104).

Τα παιδιά καθώς παρακολουθούν τηλεόραση είναι επόμενο να βλέπουν και διαφημίσεις. Τα προγράμματα που παρακολουθούν διακόπτονται συχνά για να μεταδοθούν διαφημιστικά μηνύματα, τα οποία είναι ελκυστικά διότι

επενδύονται με έγχρωμη εικόνα, μουσική, και κίνηση. Συνεπώς, η τηλεοπτική διαφήμιση έχει την ικανότητα να πείθει πιο αποτελεσματικά το καταναλωτικό κοινό και κυρίως τα παιδιά. Καλλιεργείται επίσης στους μικρούς τηλεθεατές η επιθυμία να αποκτήσουν όλο και περισσότερα διαφημιστικά αγαθά τα οποία παρουσιάζονται στα παιδιά από την τηλεόραση με ελκυστικό τρόπο (Σαπουνάς, 1998: 97).

Η αμερικανική οικογένεια συγκεκριμένα είναι εκτεθειμένη σε 6.000 τηλεοπτικά διαφημιστικά μηνύματα το χρόνο, χωρίς να υπολογίζονται άλλες μορφές διαφήμισης: εφημερίδα, ραδιόφωνο, αφίσες κ. λ. π. Από την άλλη τα παιδιά στην Ιταλία βλέπουν τηλεόραση κατά μέσο όρο 3-4 ώρες την ημέρα, όταν είναι συντονισμένα στη δημόσια τηλεόραση βλέπουν 16 διαφημίσεις, ενώ στα ιδιωτικά κανάλια 55 διαφημίσεις (Squillaci, 2006: 54).

Τα παιδιά επομένως έλκονται από τις τηλεοπτικές διαφημίσεις, τις λατρεύουν, μαθαίνουν εύκολα τα διαφημιστικά συνθήματα και τους ήχους, τους αρέσει να τα χρησιμοποιούν στα παιχνίδια τους. Γρήγορη κίνηση, ωραία εντυπωσιακά χρώματα, μελωδικός ήχος σε συνδυασμό με λαχταριστές λιχουδιές, τραβούν την προσοχή και το ενδιαφέρον των παιδιών. Ο λόγος στις τηλεοπτικές διαφημίσεις είναι απλός σε νοήματα, επαναλαμβανόμενος για να μπορεί κανείς να τον απομνημονεύσει εύκολα, η μουσική συνδυάζεται με ευχάριστο στην ακοή ρυθμό και τα χρώματα συνδυάζονται έτσι ώστε να δημιουργείται η κατάλληλη ατμόσφαιρα (Δούλκερη, 1997: 97).

Εκτός αυτού, στην τηλεόραση, η διάκριση πλέον ανάμεσα στη διαφήμιση και στο πρόγραμμα φαντάζει δυσδιάκριτη. Αυτό συμβαίνει διότι όλα τα τηλεοπτικά ψυχαγωγικά προγράμματα χρησιμοποιούνται ως πρότυπα συγκεκριμένων τρόπων ζωής, όπως επίσης και οι αντίστοιχες διαφημίσεις. Όλο και πιο συχνά τα τηλεοπτικά προγράμματα προωθούν προϊόντα είτε άμεσα, είτε έμμεσα. Τα μικρά παιδιά έτσι με δυσκολία μπορούν να ξεχωρίσουν τη διαφήμιση από το πρόγραμμα. Αυτό αποδεικνύεται από τον Hall Himmelstein, ο οποίος υποστηρίζει πως τα ευρήματα της κοινωνικής επιστήμης αναφορικά με τη γνωστική ανάπτυξη των παιδιών δείχνουν ότι στην ηλικία των πέντε ή έξι ετών τα παιδιά παρουσιάζουν δυσκολία να διακρίνουν το φανταστικό από

το πραγματικό και τείνουν να πιστεύουν στα ψεύδη (Παπαθανασόπουλος, 1997: 104-105).

Τα παιδιά γενικά αποτελούν έναν ιδιαίτερο στόχο των διαφημιστικών εταιρειών, καθώς, εκτός από τα διαφημιστικά μηνύματα, υπάρχουν και εκπομπές που από μόνες τους είναι διαφημίσεις, όπως τα Pokemon, τα Digimon, το Dragon Ball, ο Winnie το αρκουδάκι, κ.ά., γύρω από τις οποίες, αναπτύσσεται μια ολόκληρη βιομηχανία από αξεσουάρ. Και είναι θλιβερό να βλέπει κανείς πώς η διαφήμιση διεισδύει ακόμη και σε προγράμματα που καλύπτονται πίσω από το προσωπείο του παιχνιδιού (Squillaci, 2006: 54). Με την έννοια αυτή η διαφήμιση ακολουθεί τη δική της λογική και «συνωμοτεί» για να ενεργοποιήσει τις επιθυμίες και πεποιθήσεις του μικρού τηλεθεατή γύρω από τον καταναλωτισμό.

## 5. ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΦΥΛΟΥ ΣΕ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Τα παιδιά από μικρή ηλικία καταλαβαίνουν και μιλούν για τα φύλα με στερεοτυπικούς όρους, όπως και οι ενήλικες. Χρησιμοποιούν κοινωνικά στερεότυπα για να περιγράψουν τις διαφορετικές συμπεριφορές των φύλων και αυτό είναι σημαντικό γιατί δείχνει το πόσο επηρεάζεται ο τρόπος που εξηγούν τα πράγματα και αντιδρούν σε αυτά (Δούλκερη, 1994: 15).

Τα ΜΜΕ και κυρίως η τηλεόραση, αναπαράγουν τα κλασσικά στερεότυπα των φύλων αποδίδουν δηλαδή συγκεκριμένες ιδιότητες στους άνδρες και άλλες στις γυναίκες, προβάλλοντας έτσι ορισμένους ρόλους που είναι σύμφωνοι με αυτούς που η κοινωνία κάθε εποχής θεωρεί ότι αρμόζουν στο κάθε φύλο (Δούλκερη, 1994: 13-15).

Τα παιδιά είναι περισσότερες ώρες μπροστά στην τηλεόραση από ότι στο σχολείο. Υπάρχει επομένως στενή σχέση ανάμεσα στα παιδιά και στην τηλεόραση και οι απόψεις γι' αυτή τη σχέση είναι συνήθως αρνητικές. Το τηλεοπτικό μέσο ελέγχει και καθοδηγεί τα άτομα γιατί είναι σημαντικό

κομμάτι της καθημερινότητας τους αλλά και γιατί μέσα από την ψυχαγωγία και την πληροφόρηση που προσφέρει, παράλληλα προωθεί αξίες και στάσεις ζωής (Κορωναίου, 1999).

Αναμφισβήτητα η τηλεόραση εάν χρησιμοποιείται ανεξέλεγκτα από τα παιδιά της προσχολικής ηλικίας και εφόσον τα απομακρύνει από διαφορετικές και πιο δημιουργικές δραστηριότητες, έχει τεράστια δύναμη στο να τα επηρεάζει, κυρίως γιατί σε αυτή την ηλικία διαπλάθουν το χαρακτήρα τους (Κουτσοβάνου, 1991: 33).

Το κέντρο βάρους της προσοχής επομένως πρέπει να πέφτει στο πως χρησιμοποιείται το μέσο αυτό από τα παιδιά. Σύμφωνα με μελέτες που έχουν γίνει, φάνηκε ότι ενώ τα παιδιά είχαν την ευκαιρία μέσα από συγκεκριμένα τηλεοπτικά προγράμματα να μάθουν πρότυπα ρόλων, ομάδες αναφοράς και επαγγέλματα που δύσκολα θα μπορούσαν να τα δουν με άλλο τρόπο και να τα ενσωματώσουν στις εμπειρίες τους, παρόλα αυτά υπήρχε το αρνητικό αποτέλεσμα της παρουσίασης μιας καθαρά στερεοτυπικής εικόνας των επαγγελμάτων, μιας τηλεοπτικής απεικόνισης που παραποιούσε την πραγματικότητα και που τα παιδιά την εκλάμβαναν ως αληθινή (Κουτσοβάνου, 1991: 34-35).

Είναι ευεξήγητο το γεγονός ότι όχι μόνο η τηλεόραση παρουσιάζει με σεξιστικό τρόπο τους ρόλους των φύλων αλλά και τα ίδια τα παιδιά ως τηλεθεατές, επιλέγουν τηλεοπτικά προγράμματα ανάλογα με το φύλο τους. Τα αγόρια βλέπουν περισσότερο γουέστερν και αστυνομικά έργα καθώς επίσης και ταινίες περιπέτειας, ενώ τα κορίτσια βλέπουν συνήθως αισθηματικές ταινίες και σαπουνόπερες. Οι αθλητικές εκπομπές προσελκύουν μεγάλο ποσοστό αγοριών και πολύ μικρό κοριτσιών (Κορωναίου, 1992: 131).

Τα αγόρια γενικά προτιμούν την περιπέτεια και τη δράση, ενώ τα κορίτσια τα προγράμματα που περιέχουν συναίσθημα, μόδα και ομορφιά. Οι διαφορές αυτές στις προτιμήσεις των παιδιών, θεωρούνται φυσικές από τους περισσότερους γιατί σχετίζονται άμεσα με τους κοινωνικούς ρόλους που από τη μικρή ηλικία διαχωρίζονται τα δύο φύλα (Κορωναίου, 1992: 152).

Συγκεκριμένα στην νηπιακή ηλικία από έρευνα που πραγματοποιήθηκε φάνηκε πως τα αγόρια προτιμούν τις εκπομπές όπου κυριαρχεί η βία, ο πόλεμος, το ξύλο, ενώ τα κορίτσια ενδιαφέρονται περισσότερο για τις εκπομπές που επικρατεί η ηρεμία, η τρυφερότητα και η ομορφιά. Συνεπώς, η ορμέμφυτη αυτή τάση του διαχωρισμού των δυο φύλων αποδεικνύεται από τα πρώτα χρόνια του παιδιού (Ανδρικοπούλου, 2000: 45).

Αρκετές μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί κυρίως στο παρελθόν έχουν υποστηρίξει την άποψη πως η τηλεόραση χαρακτηρίζεται από την παρουσία εντυπωσιακών διαφορών στα φύλα. Έτσι, τα δύο τρίτα των περισσότερων δημοφιλών χαρακτήρων στα παιδιά, από παιδικά προγράμματα, ήταν άνδρες (Ανδρικοπούλου, 2000: 44).

Επιπλέον, σε έρευνα το 1989/1990 αποδείχθηκε ότι τα κορίτσια προτιμούσαν να βλέπουν εκείνες τις εκπομπές που είχαν γυναίκες ηρωίδες και όλα εξελίσσονταν ομαλά και ήσυχα, χωρίς βία και επιθετικότητα. Τους άρεσαν οι εκπομπές που παρουσιάζονταν κορίτσια με βασικά χαρακτηριστικά την ομορφιά, την καλοσύνη και το χιούμορ. Αντίθετα, τα αγόρια προτιμούσαν να βλέπουν εκπομπές με κινούμενα σχέδια που έχουν δράση, όπου οι πρωταγωνιστές είναι άνδρες με ενέργεια και υπερφυσικές δυνάμεις (Βουϊδάσκης, 1992: 288).

Εκτός από τα τηλεοπτικά προγράμματα που προβάλλουν πληθώρα στερεοτυπικών αντιλήψεων, αποδεικνύεται πως και στις διαφημίσεις είναι έντονες οι στερεοτυπικές εικόνες. Ιδιαίτερα στις παιδικές διαφημίσεις ο διαχωρισμός των φύλων είναι πολύ έντονος. Οι διαφημίσεις έχουν μεγάλη επιρροή στο κοινό γιατί προβάλλουν με έξυπνο τρόπο πρότυπα που είναι κάθε φορά στη μόδα και είναι καθαρά στερεοτυπικές. Κούκλες, ζώακια, είδη κομμωτικής κ.ά. επικρατούν στις «κοριτσίστικες» διαφημίσεις, ενώ όπλα, αυτοκίνητα, τέρατα, αεροπλάνα είναι παντού στις «αγορίστικες» διαφημίσεις (Δούλκερη, 1990: 87).

Το ενδιαφέρον λοιπόν είναι πως η τηλεόραση διαιωνίζει τα παραδοσιακά στερεότυπα διότι αντανakλά τις κυρίαρχες κοινωνικές αξίες, τις ενισχύει και παρουσιάζει τα στερεότυπα ως «φυσικά». Τα παιδιά έτσι, δίνουν περισσότερη

σημασία στις μορφές της οθόνης που έχουν το ίδιο φύλο με αυτά οδηγώντας τα να επιβεβαιώνουν τις υποθέσεις τους για τα δύο φύλα.

## 6. ΠΑΙΔΙ, ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΑΧΥΣΑΡΚΙΑ

Ο Condry διακρίνει τη επίδραση της τηλεόρασης στον ψυχισμό του παιδιού σε δύο τύπους: την ποσοτική που εξαρτάται από τον χρόνο της έκθεσης, δηλαδή, από τη χρονική διάρκεια που το παιδί περνάει μπροστά στην οθόνη και την ποιοτική, που εξαρτάται από το περιεχόμενο των προγραμμάτων που παρακολουθεί. Άμεση συνέπεια του παρατεταμένου χρόνου που το παιδί καταναλώνει μπροστά στην τηλεόραση είναι η αδράνεια της καθιστικής στάσης. Σε άμεση συνάρτηση με την αδράνεια είναι η παχυσαρκία, που αυξάνεται κατά 2% ανά ώρα τηλεθέασης (Squillaci, 2006: 58).

Η αύξηση της παχυσαρκίας οφείλεται από τη μία πλευρά στη μειωμένη δραστηριότητα και από την άλλη στη μεγαλύτερη κατανάλωση παχυντικών διαφημιζόμενων τροφών. Σειρά ερευνών που παρατίθενται στη συνέχεια επιβεβαιώνουν την παραπάνω άποψη.

Αρχικά σε έρευνα των Andersen E κ.ά (μέρος μεγάλης έρευνας του National Health and Nutrition Examination Survey III) που έγινε από το 1988 έως το 1994 σε 4063 παιδιά ηλικίας από 8 μέχρι 16 ετών σημειώθηκαν τα εξής: Αγόρια και κορίτσια που παρακολουθούσαν καθημερινά περισσότερες από 4 ώρες τηλεόραση παρουσίαζαν αυξημένο σωματικό λίπος και αυξημένο σωματικό βάρος, από εκείνα που παρακολουθούσαν λιγότερο από 2 ώρες. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως τα παιδιά που παρακολουθούν φανατικά τηλεόραση δεν είναι δραστήρια και ενεργητικά.

Επιπλέον, σε ένα από τα πιο έγκυρα ιατρικά περιοδικά παρουσιάστηκαν τα αποτελέσματα έρευνας διάρκειας 20 χρόνων, κατά την οποία μελετήθηκε η σωματική υγεία 1000 παιδιών από την ηλικία 3 έως 26 ετών. Βρέθηκε ότι παιδιά που είχαν τη συνήθεια να βλέπουν τηλεόραση είχαν σε μεγαλύτερο ποσοστό παχυσαρκία, υψηλή χοληστερίνη, κάπνιζαν σε μεγαλύτερο ποσοστό

και δεν είχαν καλή φυσική κατάσταση σε σχέση με τα παιδιά που δεν έβλεπαν τηλεόραση (Christakis, Ebel et al, 2004)

Η επίδραση τηλεόρασης-παχυσαρκίας παρουσιάζεται έντονα στις ΗΠΑ όπου το μέσο αμερικανικό παιδί περνά λιγότερο από μια ώρα την εβδομάδα ασχολούμενο με φυσικές δραστηριότητες, αλλά παρακολουθεί περισσότερο από 30 ώρες τηλεόραση εβδομαδιαίως και καταναλώνει ανθυγιεινές τροφές που επιβαρύνουν την υγεία του (Hart, 2006) Ακόμη μια μελέτη που δημοσιεύτηκε στο εξειδικευμένο για την παχυσαρκία διεθνές περιοδικό (Int.J.Obesity 2003) έδειξε ότι παιδιά ηλικίας 4 ετών που βλέπουν 2.4 ώρες την ημέρα τηλεόραση προσλαμβάνουν 1600 θερμίδες, ενώ αυτά που βλέπουν 1.1 ώρες την ημέρα παίρνουν 1486 θερμίδες. Με άλλα λόγια τα πιο “τηλεορασιόπληκτα” παιδιά θα ζυγίζουν 5-6 κιλά περισσότερο από τα άλλα μέσα σε ένα χρόνο (Jordan, Hersey et al, 2006).

Είναι επομένως κοινός τόπος σήμερα πως τα παιδιά που σπαταλούν πολύ χρόνο μπροστά στην οθόνη αποφεύγοντας να ασχοληθούν με φυσικές δραστηριότητες με αποτέλεσμα να γίνονται υπέρβαρα και οι εμπειρογνώμονες υποστηρίζουν ότι το υπερβολικό βάρος είναι η κρισιμότερη απειλή δημόσιας υγείας που αντιμετωπίζουν τα παιδιά σήμερα. Παιδιά μικρότερα από 6 ετών επιλέγουν να τρώνε τα γεύματα μπροστά στην τηλεόραση. Ακόμη, η συχνή έκθεση στα εμπορικά προγράμματα που αφορούν σε τρόφιμα είναι δυνατόν να αλλάξουν τις διατροφικές τους συνήθειες με αποτέλεσμα τη περαιτέρω ώθησή τους στη παχυσαρκία ( FitzPatrick, Edmunds and Dennison, 2007).

Η πολύωρη τηλεοπτική παρακολούθηση επομένως συμβάλλει στην εκδήλωση της παχυσαρκίας αφενός μεν λόγω της καθιστικής ζωής, αφετέρου δε λόγω του υπερσιτισμού κατά τη διάρκεια της παρακολούθησης. (Σαπουνάς, 1998: 107)



## 7. Η ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΕΠΙΘΕΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

Τα τελευταία χρόνια οι ταινίες και τα τηλεοπτικά προγράμματα προβάλλουν όλο και περισσότερη βία. Η πιο επικίνδυνη ίσως λειτουργία της τηλεόρασης είναι ότι παρουσιάζει τη σωματική ή ψυχική βία σαν κάτι φυσικό, προκαλώντας έτσι διαταραχές στον ψυχισμό των παιδιών (Ρέππας, 1999: 125).

Η τηλεοπτική βία έχει καταστεί πλέον καθημερινό φαινόμενο και γίνεται αποδεκτή ως μέρος της καθημερινής τηλεθέασης του ανθρώπου. Αν συγκριθεί η συχνότητα της τηλεοπτικής βίας ανάμεσα στην αμερικανική τηλεόραση και τις ευρωπαϊκές θα δει κανείς ότι η αμερικανική τηλεόραση είναι πιο βίαιη από την ευρωπαϊκή. Στις ΗΠΑ συγκεκριμένα το 85% των τηλεοπτικών προγραμμάτων συμπεριλαμβάνουν κάποια απεικόνιση επιθετικής συμπεριφοράς, ενώ το ποσοστό αυτό στη δυτική Ευρώπη είναι 63%. Επίσης, τα περισσότερα τηλεοπτικά προγράμματα που προβάλλονται στις τηλεοράσεις της Γαλλίας, της Βρετανίας και της Ιταλίας είναι αμερικανικής προέλευσης. Κάτι ανάλογο παρατηρείται και στην ελληνική κοινωνία (Παπαθανασόπουλος, 1996: 504).

Τα παιδιά που μεγαλώνουν μπροστά στην τηλεόραση βομβαρδίζονται από εικόνες ενός βίαιου κόσμου. Το φαινόμενο αυτό είναι έντονο σε πολλές χώρες και κυρίως στις ΗΠΑ, τα παιδιά μεταξύ 3-5 ετών βλέπουν κάθε χρόνο κατά μέσο όρο 12.000 σκηνές βίας, 14.000 σκηνές με σεξουαλικό περιεχόμενο και πάνω από 1.000 σκηνές με απαγωγές, δολοφονίες και ληστείες. Στην ουσία, ένα Αμερικανάκι βλέπει περίπου 30 φορές την ημέρα ανθρώπους να ασκούν βία, να ληστεύουν, να δολοφονούν και να ερωτοτροπούν. Όταν φτάσει στην Α' δημοτικού έχει ήδη παρακολουθήσει στην τηλεόραση περίπου 3.000-4.000 φόνους (Squillaci, 2006: 57). Ερευνητική εργασία που πραγματοποιήθηκε στη Β. Αμερική έδειξε ότι το παιδί μόλις τελειώσει το δημοτικό σχολείο έχει ήδη παρακολουθήσει στην τηλεόραση 8.000 φόνους και 10.000 άλλες σκηνές βίας και επιθετικότητας (Σαπουνάς, 1998: 8).

Οι σκηνές βίας επηρεάζουν ακόμα και τα πολύ μικρά παιδιά, ενός ή δύο ετών, τα οποία δεν είναι σε θέση να διακρίνουν το πραγματικό από το

φανταστικό. Το θέαμα ασκεί πολύ μεγάλη επίδραση στην ψυχή του παιδιού και όσο μικρότερη είναι η ηλικία του, τόσο μεγαλύτερη είναι η επίδραση. Από έρευνες της νευροψυχολογίας έχει αποδειχθεί ότι η μεγαλύτερη ανάπτυξη του εγκεφάλου γίνεται μεταξύ 2-5 χρόνων. Σε αυτή την ηλικία καλλιεργούνται και αναπτύσσονται όλες οι βασικές πνευματικές λειτουργίες: προσοχή, μνήμη, φαντασία, παρατηρητικότητα κ.ά. Τα πάντα περνούν ασυνείδητα από το υποσυνείδητο του παιδιού, μεταμορφώνονται σε όνειρα, σύμβολα, μύθους για να γίνουν τελικά εμπειρία, γνώση, φαντασία, ψυχισμός και αντίληψη. Με τέτοια δεδομένα είναι φανερό ότι η νηπιακή και προσχολική ηλικία είναι ηλικίες που ελέγχονται, κατευθύνονται και επηρεάζονται (Μανθούλης, 1981: 237).

Το πρόβλημα όμως αυτό επεκτείνεται και σε παιδιά μέχρι οκτώ ετών διότι δεν μπορούν να διακρίνουν ανάμεσα στην πραγματικότητα της τηλεόρασης και στην πραγματική ζωή. Μ' αυτό τον τρόπο οι διάφορες σκηνές βίας μπορούν να δημιουργήσουν στο παιδί τραυματικά βιώματα σε βάρος της ψυχικής υγείας, λόγω της σύγχυσης που μπορεί να προκληθεί στον εγκέφαλο του παιδιού. Εξάλλου, τα παιδιά είναι οι πιο φανατικοί τηλεθεατές, βλέπουν τα πάντα και συνεπώς και τις σκηνές βίας που κυριαρχούν στα τηλεοπτικά προγράμματα (Δούλκερη, 1997: 91). Ο Victor Cline ακόμα υποστήριξε ότι με 42 ώρες τηλεόρασης τη βδομάδα, όποιο και αν είναι το πρόγραμμα, είναι φυσικό το παιδί να ταλαντεύεται στο πραγματικό και το μη πραγματικό και να πέφτει πολύ χαμηλά το συγκινησιακό του επίπεδο (Γουίν, 1996 : 75).

Η τηλεοπτική βία επομένως είναι ένα ανησυχητικό φαινόμενο, αλλά αυτό που χρίζει μεγαλύτερης προσοχής είναι η επίδραση που ασκεί στα παιδιά η προβολή της βίας. Επικρατούν δύο θεωρίες, η μία της «κάθαρσης» και η άλλη της «κοινωνικής μάθησης του Bandura». Η πρώτη θεωρία υπερασπίζεται πως η παρακολούθηση βίαιων σκηνών στην τηλεόραση είναι ωφέλιμη γιατί δίνει τη δυνατότητα στο παιδί να ταυτιστεί με το επιθετικό πρότυπο και με τον τρόπο αυτό να εκτονώσει την παιδική του επιθετικότητα. Ενώ η δεύτερη θεωρία ισχυρίζεται ότι η επιθετικότητα είναι το αποτέλεσμα της κοινωνικής μάθησης με την παρατήρηση και τη μάθηση. Έτσι τα παιδιά επηρεάζονται ιδιαίτερα από

τις τηλεοπτικές σκηνές βίας και επιθετικότητας και αυτό τα οδηγεί στην εκδήλωση επιθετικής συμπεριφοράς (Βρύζας, 1997: 75).

Η δεύτερη θέση επιβεβαιώνεται από έρευνα της Σκρουμπή (1991) σε παιδιά 3-14 και έδειξε ότι το 43% του δείγματος εκδηλώνει αραιά επιθετική συμπεριφορά εξαιτίας της τηλεοπτικής μίμησης ενώ μόλις το 2,5% των παιδιών είναι επιθετικά εξαιτίας της τηλεοπτικής παρακολούθησης (Βουϊδάσκης, 1992: 291). Ακόμα σύμφωνα με τα πορίσματα έρευνας από το Pennsylvania State University τα παιδιά που παρακολουθούν βίαια θεάματα, ακόμα και 'απλώς αστεία' κινούμενα σχέδια είναι περισσότερο πιθανόν να χτυπούν τα άλλα παιδιά στο παιχνίδι, να τσακώνονται και να μην υπακούουν στους κανόνες της τάξης. Τα κινούμενα σχέδια έχουν κατά μέσο όρο 25 βίαιες σκηνές την ώρα, έναντι 5 σκηνών που έχει το μέσο βραδινό τηλεοπτικό πρόγραμμα (Ανδρουλάκη, 2007).

Η επίδραση ωστόσο της τηλεόρασης στην εκδήλωση της επιθετικής συμπεριφοράς του παιδιού εξαρτάται από τον τρόπο που το παιδί αντιλαμβάνεται τις σκηνές βίας. Έχει σημασία η συχνότητα παρακολούθησης, ο βαθμός προσοχής και κατανόησης, η παρακολούθηση με ή χωρίς την παρουσία γονέων ή φίλων, το αν το παιδί συζητά μαζί τους ή όχι γι' αυτά που βλέπει στην τηλεόραση. Το παιδί δεν αφομοιώνει όλα τα μηνύματα που δέχεται. Προσλαμβάνει και εσωτερικεύει τα μηνύματα επιλεκτικά, ανάλογα με τις ανάγκες και τις προσδοκίες του. (Βρύζας, 1997: 81-83).

Μπορεί η τηλεόραση να μην παράγει άμεσα την επιθετική συμπεριφορά, συμβάλλει όμως στη διαμόρφωση μιας αντίληψης για τη βία η οποία δεν επιβάλλεται άμεσα άλλα εξαρτάται από τη σημασία που θα της δώσει το παιδί (Δούλκερη, 1997: 92).

## 8. ΤΟ ΠΑΙΔΙ, Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ

Στην αρχή της προηγούμενης δεκαετίας, ομάδα ψυχιάτρων στην προσπάθειά της να υπογραμμίσει τον κοινωνικό ρόλο της τηλεόρασης υποστήριξε ότι «είναι αληθινό και ενδιαφέρον το γεγονός ότι η τηλεόραση έχει υποκαταστήσει με αυξανόμενους ρυθμούς το ρόλο των γονιών λειτουργώντας από τη μια ως μία καθορισμένη φωνή ενήλικα και από την άλλη ως ένας δοσμένος διαμορφωτής απόψεων σ' εθνική κλίμακα» (Heller & Polsky 1971 παρατίθεται από Ναυρίδη, 1988: 368).

Το σίγουρο πλέον είναι ότι η τηλεόραση «τάραξε» σε μικρό χρονικό διάστημα την οικογενειακή ζωή στις σύγχρονες δυτικές κοινωνίες. Μια ζωή ωστόσο η οποία τα τελευταία σαράντα χρόνια βρίσκεται σε φάση διαρκών αλλαγών ως προς τους ρόλους, τις σχέσεις και τον καταμερισμό εργασιών ανάμεσα στα μέλη της (Παϊδούση, 2004: 161).

Ένα από τα πλέον ασθενή σημεία της σύγχρονης οικογένειας είναι η δυσκολία αλληλοκατανόησης και ψυχικής επαφής των γονέων με τα παιδιά τους, με αποτέλεσμα τις συχνές συγκρούσεις ανάμεσα τους, οι οποίες συνοδεύονται με τη σειρά τους από πολλές δυσάρεστες συνέπειες τόσο για τα παιδιά, όσο και για τους γονείς. Η διαρκής καθήλωση μπροστά στην τηλεοπτική οθόνη που έχει ως επακόλουθο την έλλειψη επικοινωνίας μεταξύ των μελών της οικογένειας, κινδυνεύει να κάνει αυτό το ασθενές σημείο της σύγχρονης οικογένειας ακόμη ασθενέστερο (Κασσωτάκη, 1981: 35).

Σήμερα λοιπόν, η τηλεόραση έχει αναδειχτεί σε υπερ-γονέα και σε υπερ-δάσκαλο, έχει γίνει ο κυρίαρχος του παιχνιδιού. Επιβάλλει τους όρους της στην κοινωνία, στη ζωή, στη μάθηση και κυρίως στην οικογένεια, η οποία δυστυχώς δε δύναται ή δε θέλει να αντιδράσει σε ότι προσφέρει η τηλεόραση, δεδομένου ότι πολλές φορές εξυπηρετεί προσωπικά προβλήματα των σχέσεων των γονέων με τα παιδιά. Έτσι η τηλεόραση πραγματοποιεί σήμερα τον κύριο όγκο της αγωγής (Σαπουνάς, 1998: 64). Έχει άμεσα ανακουφίσει δηλαδή, τους σημερινούς γονείς από τις δυσκολίες της αγωγής των παιδιών τους, μετατρέποντας όμως το ένα τρίτο ή και περισσότερο του χρόνου που είναι

ξύπνια, χρόνος απρόβλεπτης δραστηριότητας, σε μια εξαρτημένη παθητικότητα (Γουίν, 1996: 119).

Η τηλεόραση ωστόσο έφερε αλλαγές στην οικογενειακή ζωή επηρεάζοντας τα παιδιά. Έρευνες στην Αμερική έδειξαν ότι η τηλεόραση αλλοιώνει τις δραστηριότητες της οικογένειας και τις σχέσεις των μελών της και αυτό φαίνεται από το ότι το 78% των γονέων δήλωσαν ότι την ώρα που παρακολουθούν τηλεόραση δεν μιλούν (Γουίν, 1996:115). Έτσι με την τηλεόραση επήλθε μια μεγάλη αλλαγή στην οικογενειακή ζωή που έχει επιπτώσεις όχι μονάχα στην ομαλή ανάπτυξη του παιδιού αλλά και στις σχέσεις των υπολοίπων μελών της οικογένειας αναμεταξύ τους (Σαπουνάς, 1998: 91).

Η τηλεόραση επομένως μπορεί να απομακρύνει τα μέλη της οικογένειας επιβάλλοντας την σιωπή και περιορίζοντας την λεκτική επικοινωνία, όπως συγχρόνως να ενώνει την οικογένεια γύρω της, μπορεί να δημιουργεί αντιθέσεις αλλά συγχρόνως να δημιουργεί κοινά θέματα συζήτησης, αντιδικίας, να διευκολύνει την εκτόνωση εμπεισιών, να δημιουργεί μια επικοινωνία συναισθηματική μεταξύ των μελών της οικογένειας που μοιράζονται τις ίδιες συγκινήσεις, χαρές, απογοητεύσεις (Ναυρίδης, 1988:308).

Ο ρόλος της τηλεόρασης γενικά στην οικογενειακή ζωή είναι αρκετά αμφίβολος. Ενώ εμποδίζει τα μέλη της οικογένειας να διασκορπιστούν, δεν προσφέρει καμιά βοήθεια να πλησιάσουν μεταξύ τους. Δεσπόζοντας στο χρόνο που τα μέλη της οικογένειας περνούν μαζί, καταστρέφει τα ειδικά χαρακτηριστικά που διακρίνουν τη μια οικογένεια από την άλλη: τις συζητήσεις, τα παιχνίδια και άλλες κοινές δραστηριότητες (Γουίν, 1996: 109).

## 8.1 Η στάση των γονέων για τη σχέση παιδιού-τηλεόρασης

Η τηλεόραση έχει τη θέση της σαν ένα αντικείμενο-έπιπλο μέσα στο σπίτι, αλλά είναι ταυτόχρονα και μία από τις πρακτικές του λεγόμενου “ελεύθερου χρόνου”, ένα παράθυρο στον κόσμο, ένα απόθεμα συσσωρευμένου γνωστικού, συναισθηματικού και ηθικού φορτίου. Η παρουσία της, λοιπόν, δεν μπορεί να

είναι ουδέτερη, αντίθετα επηρεάζει την οικογενειακή ζωή και την επικοινωνία, η οποία καθορίζεται κατά βάση από τους γονείς (Ναυρίδης, 1988: 307).

Οι περισσότεροι γονείς με το να επιτρέπουν την παρακολούθηση της τηλεόρασης ανεξέλεγκτα πιστεύουν πως επιδιώκουν το καλύτερο για το παιδί τους, θεωρώντας ότι παρέχουν τις εκπαιδευτικές ευκαιρίες ανάπτυξης εγκεφάλου με την έκθεση των παιδιών τους σε 10 έως 20 ώρες την εβδομάδα μπροστά στην τηλεόραση (Health and Medicine, 2007). Έρευνες ήδη από το 1941, έχουν δείξει ότι οι γονείς κατά ένα μεγάλο μέρος αγνοούν ή υποβαθμίζουν το συναίσθημα του φόβου που τα παιδιά τους μπορούν να αναπτύξουν, εξαιτίας της παρακολούθησης τηλεοπτικών προγραμμάτων με βίαιο ή επιθετικό περιεχόμενο. Αυτό οφείλεται στη διαφορετική κατανόηση του τρομακτικού από τις δυο πλευρές παιδιά-γονείς αλλά και στην άγνοια των γονιών αναφορικά με την ποσοτική όσο και την ποιοτική έκθεση των παιδιών στην τηλεόραση (Καμαριανός, 2002: 363).

Η στάση όμως αυτή των γονέων συνήθως παραπέμπει σε άτομα χαμηλού μορφωτικού επιπέδου. Αυτό υφίσταται διότι η τηλεόραση κατά βάση γνωρίζει μεγαλύτερη διάδοση στα κατώτερα κοινωνικά στρώματα, εκεί όπου οι δυνατότητες άλλων πρακτικών του ελεύθερου χρόνου είναι περιορισμένες. Οι μορφωμένες οικογένειες κρατούν μεγαλύτερη απόσταση από αυτό το μέσο που συχνά το περιφρονούν ή το θεωρούν επικίνδυνο για τα παιδιά τους (Κορωναίου, 1992: 129).

Έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε γονείς έδειξε ότι οι πιο μορφωμένοι ήταν λιγότερο πιθανό να αναφέρουν ότι το παιδί τους είχε μια τηλεόραση στην κρεβατοκάμαρά τους, σε αντίθεση με εκείνους που τοποθετούν μια τηλεόραση στην κρεβατοκάμαρα του παιδιού, πιστεύοντας πως έτσι διευκολύνουν τα τελετουργικά προβλήματα ύπνου. Επίσης διαπιστώθηκε η γονική ανησυχία των κοινωνικά ανώτερων στρωμάτων ήταν συνδεδεμένη με την αυξανόμενη τηλεοπτική χρήση των παιδιών τους. Οι γονείς αυτοί επιβάλλουν περιορισμούς στα παιδιά τους για να μειώνουν τα χρονικά διαστήματα που ξοδεύουν μπροστά στη μικρή οθόνη της τηλεόρασης. Ενώ πραγματοποιούν και

συζητήσεις για το περιεχόμενο των προγραμμάτων προκειμένου να μάθει το παιδί περισσότερα για την τηλεόραση ( Christakis, Ebel et all, 2004).

Άξια αναφοράς είναι επίσης τα πορίσματα έρευνας των Huston και Wright που κατέληξαν στο ότι οι γονείς βλέπουν τηλεόραση κυρίως με τα μικρά παιδιά, ενώ μόλις 25% των γονέων παρακολουθούν με μεγαλύτερα. Αντίστοιχη έρευνα στην Ελλάδα των Τεπέρεγλου κ. ά έδειξε ότι το 43% των παιδιών που ρωτήθηκαν απάντησαν πως βλέπουν τηλεοπτικά προγράμματα με τους γονείς τους (Καμαριανός, 2000: 358&360). Επιπλέον επικρατεί μια μερίδα γονέων που όταν αφήνουν τα παιδιά τους να βλέπουν μόνα τους τηλεόραση θέλουν να επιλέγουν το τι θα δουν. Έρευνα του Παπαθανασόπουλου σε συνεργασία με την AGB έδειξε ότι 14% των γονέων επιτρέπουν στα παιδιά τους να δουν προγράμματα που πρώτα έχουν δει οι ίδιοι (Καμαριανός, 2002: 362).

Σε γενικό επίπεδο παρατηρείται να επικρατούν διαφορετικές διαβαθμίσεις στις συμπεριφορές των γονιών για το πώς θα πρέπει να χειριστούν την κατάσταση των παιδιών τους σε σχέση με την τηλεόραση και αυτό έχει να κάνει με το μορφωτικό τους επίπεδο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΕΡΕΥΝΑ

### 1. Οι υποθέσεις πριν τον σχεδιασμό της έρευνας

Όποιος έχει επαφή με τα παιδιά της προσχολικής ηλικίας αναρωτιέται κατά πόσο η τηλεόραση μπορεί να τα επηρεάσει και να καθορίσει τις συνήθειές τους. Έρευνες γύρω από αυτό το θέμα έχουν αποδείξει ότι τα παιδιά κάθε ηλικίας επηρεάζονται από αυτό το μέσο, που τα τελευταία χρόνια έχει εισβάλει στα σπίτια και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι στην καθημερινή ζωή. Είναι πολλές οι σκέψεις και οι υποθέσεις που μπορεί να κάνει κάποιος για το τί συμβαίνει τελικά ανάμεσα στη σχέση παιδιού και τηλεόρασης. Μια πρώτη υπόθεση είναι πως τα παιδιά ίσως περνούν πολλές ώρες μπροστά στη μικρή οθόνη. Αυτό μπορεί να συμβαίνει πρώτον, γιατί τα νοικοκυριά σήμερα έχουν περισσότερες από μία τηλεοράσεις στα διάφορα δωμάτια, άρα αναπόφευκτα η προσοχή τους είναι στραμμένη προς την οθόνη και δεύτερον διότι οι γονείς χρησιμοποιούν την τηλεόραση για να απασχολούν τα παιδιά τους όταν γυρνούν από την δουλειά προκειμένου να ηρεμήσουν από την ένταση της ημέρας.

Παρατηρείται ακόμα πως τα τελευταία χρόνια έχει χαθεί η επικοινωνία της οικογένειας και πως ακόμα και τις ελάχιστες ώρες που βρίσκονται τα μέλη της μέσα στο σπίτι η συναναστροφή δεν ευδοκιμεί. Η τηλεόραση έχει καταλάβει τη θέση της συζήτησης και της επικοινωνίας και έχει γίνει το μέσο που ψυχαγωγεί την οικογένεια. Αυτό οδηγεί σε μια δεύτερη υπόθεση του ότι οι οικογένειες πλέον αφήνουν τα παιδιά τους να βλέπουν μαζί τους διάφορες εκπομπές αντί να τα προτρέπουν να παίζουν ή να ασχολούνται με άλλες δραστηριότητες .

Θα μπορούσε ακόμα να υποθέσει κανείς πως από την στιγμή που τα παιδιά παρακολουθούν και άλλες εκπομπές πέρα από τα παιδικά προγράμματα είναι λογικό να υιοθετούν συμπεριφορές που βλέπουν και να ταυτίζονται με ρόλους που δεν αρμόζουν ούτε στην ηλικία τους, ούτε στην προσωπικότητα τους .



## 2.Οι στόχοι της έρευνας

Κάνοντας μια ανασκόπηση στις διάφορες βιβλιογραφικές πηγές που αφορούν τις τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών διαπιστώθηκε πως η έρευνα στην προσχολική ηλικία είναι αρκετά περιορισμένη. Αυτό συμβαίνει διότι το θέμα που έχει απασχολήσει αρκετά τους ερευνητές στρέφεται σε παιδιά ηλικίας Δημοτικού και άνω με ιδιαίτερη έμφαση στη Δευτεροβάθμια εκπαίδευση.

Αυτή η διαπίστωση καθόρισε την ενασχόληση με τις τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών προσχολικής ηλικίας. Σκοπός λοιπόν της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση των προτιμήσεων των παιδιών για τα τηλεοπτικά προγράμματα και το κατά πόσο έχουν διαφοροποιηθεί οι επιλογές τους στο πέρασμα των χρόνων.

Σε αυτό το πλαίσιο, έγινε μια προσπάθεια να διερευνηθούν μια σειρά από ερωτήματα για τη σχέση που έχουν τα παιδιά με την τηλεόραση σχετικά με το χρόνο παρακολούθησης, τις τηλεοπτικές συνήθειες, τις διάφορες επιρροές που ασκεί πάνω τους, αλλά και τη στάση που κρατούν οι γονείς ανάμεσα στη σχέση παιδιού-τηλεόρασης.

Συγκεκριμένα οι επιμέρους στόχοι ήταν να παρατηρηθεί το τι βλέπουν τα παιδιά στην τηλεόραση, πόσες ώρες παρακολουθούν και ποιος επεμβαίνει στις συνήθειές τους. Επίσης, να διαπιστωθεί εάν τα παιδιά παρακολουθούν οτιδήποτε προβάλλει η τηλεόραση, εάν οι γονείς αποφασίζουν για το τί θα δουν τα παιδιά τους και γενικώς εάν η τηλεόραση χρησιμοποιείται από την οικογένεια με κάποιο σκοπό ή απλά απασχολεί τα παιδιά ως μέσο ψυχαγωγίας.

### 3.Η μέθοδος

Το βασικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν ένα ημιδομημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο διαμορφώθηκε λαμβάνοντας υπόψη προηγούμενο ερωτηματολόγιο που αναπτύχθηκε στο πλαίσιο αντίστοιχης πτυχιακής από τη φοιτήτρια Χαρούλα Γονιτσιώτη του Τμήματος Προσχολικής Εκπαίδευσης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας που εξέταζε το ίδιο θέμα πριν από τέσσερα χρόνια.

Επειδή τα παιδιά δεν είχαν την ικανότητα να το διαβάσουν και να απαντήσουν στις ερωτήσεις ακολουθήθηκε ένας διαφορετικός τρόπος συμπλήρωσης. Διαβάζονταν μία προς μία οι ερωτήσεις στα παιδιά και οι απαντήσεις τους μαγνητοφωνούνταν, έτσι το ερωτηματολόγιο πήρε τη μορφή της ημιδομημένης συνέντευξης.

Οι συνεντεύξεις έγιναν με κάθε παιδί ξεχωριστά, σε ένα χώρο απομονωμένο από την υπόλοιπη τάξη έτσι ώστε ο συνεντευξιαζόμενος να μην επηρεάζει και επηρεάζεται από τα άλλα παιδιά. Ακόμα, οι συνεντεύξεις αποφασίστηκε να γίνονταν με παιγνιώδη τρόπο για να είναι πιο ευχάριστη και οικεία η διαδικασία για τα παιδιά.

### 4.Ο Τόπος

Η έρευνα διεξήχθη στην περιοχή του Βόλου και το δείγμα συλλέχθηκε από οχτώ διαφορετικά σχολεία τα τμήματα των οποίων ήταν όλα κλασικά στο κέντρο της πόλης αλλά και στην ευρύτερη περιοχή της πόλης του Βόλου. Η κίνηση αυτή έγινε με κάποια σκοπιμότητα. Είχε ως στόχο δηλαδή τη συλλογή ενός δείγματος το οποίο να είναι όσο το δυνατόν πιο αξιόπιστο στα πλαίσια της έρευνας.

## 5. Ο χρόνος

Το σύνολο των δεδομένων συλλέχθηκε την περίοδο πριν τα Χριστούγεννα. Συγκεκριμένα τις τελευταίες εβδομάδες πριν τις διακοπές των Χριστουγέννων, δηλαδή το διάστημα από 30 Νοεμβρίου έως 18 Δεκεμβρίου. Η επιλογή αυτού του διαστήματος ήταν τυχαία. Συνέπεσε οι νηπιαγωγοί που επέτρεψαν την είσοδο στο χώρο να μην έχουν πρόβλημα να ενισχύσουν την προσπάθεια, αφήνοντας τα παιδιά να συνεργαστούν με τον συνεντευκτή και να απαντήσουν στις ερωτήσεις που τους τέθηκαν .

## 6. Το δείγμα

Το δείγμα που συγκεντρώθηκε περιελάμβανε τον αριθμό των εκατό πενήντα πέντε (155) παιδιών ηλικίας τεσσάρων έως έξι ετών, διαφόρων κοινωνικών και οικονομικών στρωμάτων. Κατά βάση τα περισσότερα παιδιά ήταν νήπια στοιχείο που ενίσχυσε ακόμα περισσότερο την συλλογή των πληροφοριών. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα ορισμένων δημογραφικών στοιχείων των παιδιών όπως είναι το φύλο τους, η ηλικία τους σε μήνες και η καταγωγή τους, που συμμετείχαν στις απαντήσεις των ερωτηματολογίων.

## 7. Ο σχεδιασμός και η διεκπεραίωση της έρευνας

Ξεκινώντας την έρευνα σε πρώτη φάση αποφασίστηκε ποια σχολεία του Βόλου θα αποτελέσουν το δείγμα αφού πρώτα ζητήθηκε η άδεια από τις υπεύθυνες νηπιαγωγούς των τάξεων. Γνωρίζοντας λοιπόν τον προορισμό πραγματοποιήθηκε μια πρώτη επίσκεψη στα σχολεία όπου γνωστοποιήθηκε στα παιδιά το πλαίσιο της ερευνάς και τους ζητήθηκε να συνεργαστούν .

Σε δεύτερη φάση το σημείο επικέντρωσης ήταν η μέθοδος των ερωτηματολογίων και το πώς θα απαντηθούν από τα παιδιά. Η ηλικία τους έθετε έναν σημαντικό περιορισμό. Δεν υπήρχε η δυνατότητα να μοιραστούν στα παιδιά τα ερωτηματολόγια και να αναμένεται να απαντήσουν στις ερωτήσεις, γιατί δεν έχουν ακόμα την ικανότητα να διαβάζουν και να γράφουν.

Οπότε προσαρμόστηκε η διαδικασία στις απαιτήσεις της ηλικίας των παιδιών, δίνοντας της έναν παιγνιώδη χαρακτήρα. Γράφτηκαν δηλαδή οι ερωτήσεις σε κάρτες, αποσκοπώντας να παρουσιαστεί στα παιδιά η μέθοδος ως παιχνίδι ερωτήσεων, κατά κάποιον τρόπο όπως είναι τα επιτραπέζια παιχνίδια που παίζουν.

Ο τρόπος αυτός εξυπηρετούσε και μια ακόμα δυσκολία που τέθηκε στο επίκεντρο την στιγμή που στηνόταν το ερωτηματολόγιο. Επειδή οι ερωτήσεις ήταν αρκετές και υπήρχαν πολλοί ενδοιασμοί για το αν τα παιδιά θα κρατήσουν αμείωτο το ενδιαφέρον μέχρι και την τελευταία ερώτηση, αυτό το παιχνίδι με τις κάρτες απομάκρυνε τις όποιες αμφιβολίες.

Η είσοδος στα νηπιαγωγεία πραγματοποιήθηκε με 23 κάρτες και ένα μαγνητοφωνάκι. Παίρνοντας ένα-ένα τα παιδιά τους ανακοινώνονταν οι κανόνες του υποτιθέμενου παιχνιδιού όπως ορίστηκε και ακολουθούσαν οι απαντήσεις από τα παιδιά. Η αρχή γινόταν, λέγοντας τους «πως ήρθα να παίξω ένα παιχνίδι μαζί σου, κάθε κάρτα κρύβει μια φατσούλα από πίσω, αν καταφέρεις να δεις όλες τις φατσούλες, δηλαδή αν απαντήσεις σε όλες τις ερωτήσεις θα κερδίσεις ένα δώρο έκπληξη».

Η ιδέα αυτή ενθουσίασε τα παιδιά, τα οποία περίμεναν πώς και πώς να απαντήσουν στην κάθε ερώτηση και να δουν τι φάτσα κρύβεται από πίσω. Οι απαντήσεις των παιδιών καταγράφονταν στο μαγνητοφωνάκι. Στο σύνολο του δείγματος η διαδικασία δεν άλλαξε έτσι ώστε τα αποτελέσματα να είναι όσο το δυνατόν αμερόληπτα από τον τρόπο συλλογής τους.

## 8. Τα αποτελέσματα της έρευνας

### 8.1. Εισαγωγή

Οι απαντήσεις των παιδιών προσχολικής ηλικίας στο ερωτηματολόγιο αποδελτιώθηκαν με ποσοτική ανάλυση. Για την ανάλυση και επεξεργασία των ερωτηματολογίων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο SPSS (νούμερο 15) με σκοπό τη μεγαλύτερη αξιοπιστία και εγκυρότητα των ερευνητικών δεδομένων<sup>1</sup>.

Με το πρόγραμμα αυτό κωδικοποιήθηκαν οι απαντήσεις των παιδιών και εξήχθησαν τα ποσοτικά δεδομένα.

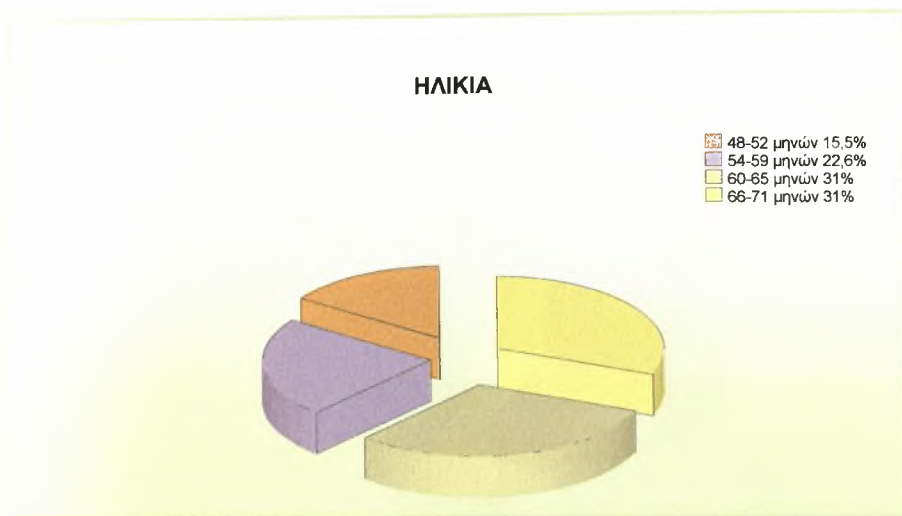
Σύμφωνα με τα παραπάνω λοιπόν η παρουσίαση των αποτελεσμάτων θα γίνει με την μορφή κυκλικών διαγραμμάτων, όπου κάθε ερώτηση θα περιέχει το διάγραμμα και θα ακολουθείται από έναν σχολιασμό, ο οποίος θα εξηγεί τα δεδομένα που αυτός απεικονίζει κάθε φορά. Πριν όμως γίνει αυτό θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα ορισμένων δημογραφικών στοιχείων των παιδιών όπως προαναφέρθηκε.

### 8.2. Παρουσίαση των δημογραφικών στοιχείων του δείγματος

Στην έρευνα συμμετείχαν εκατόν πενήντα πέντε (155) παιδιά, εκ των οποίων τα ογδόντα πέντε (85) ήταν κορίτσια και τα υπόλοιπα εβδομήντα (70) αγόρια.

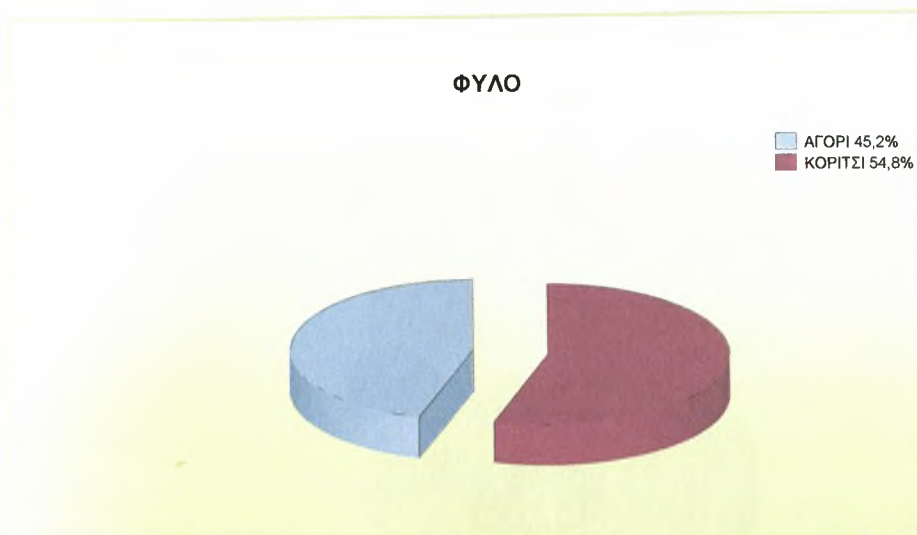
---

<sup>1</sup> Οι στατιστικοί πίνακες εμφανίζονται στο Παράρτημα.



Λιάγραμμα 1: Τα αποτελέσματα για την ηλικία

Όσον αναφορά την ηλικία των παιδιών θεωρήθηκε καλύτερο να καταγραφεί η ακριβής ημερομηνία γέννησης τους, διότι τα παιδιά σ' αυτή την περίοδο της ζωής τους παρουσιάζουν εύκολα διαφορές στις απαντήσεις τους. Έτσι παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των παιδιών βρίσκονται στην ηλικία μεταξύ των 60-71 μηνών, δηλαδή, ανήκουν στη κατηγορία των νηπίων. Διακρίνεται λοιπόν από το διάγραμμα πως τα νήπια είναι περισσότερα από τα προνήπια, τα προνήπια καταλαμβάνουν το 38,1% του δείγματος ενώ τα νήπια το 61,9%. Αυτός ο διαχωρισμός εξυπηρέτησε την καλύτερη επεξεργασία των δεδομένων διότι από το σύνολο των απαντήσεων φάνηκε πως τα νήπια έδιναν μια πιο ολοκληρωμένη απάντηση στην κάθε ερώτηση που τους γινόταν, σε αντίθεση με τα προνήπια που οι απαντήσεις τους ήταν κατά βάση μονολεκτικές.



Διάγραμμα 2: Τα αποτελέσματα για το φύλο

Παρατηρείται ότι στο σύνολο του δείγματος τα αγόρια καταλαμβάνουν ποσοστό 45,2% σε σύγκριση με τα κορίτσια που υπερτερούν με ποσοστό 54,8%. Διαφορά μηδαμινή σε σχέση με τη συνολική έκταση του δείγματος κάτι το οποίο δεν επηρεάζει την εξαγωγή συμπερασμάτων που θα επακολουθήσει. Επικεντρώνοντας όμως την προσοχή στο γεγονός ότι τα αποτελέσματα είναι ποσοτικά και δε φαίνεται η διαφοροποίηση στις απαντήσεις των δύο φύλων είναι άξιο να σημειωθεί ότι δεν διαπιστώθηκαν ιδιαίτερες διαφορές στις απαντήσεις τους αναλογικά με το φύλο τους. Έτσι από την επεξεργασία των δεδομένων δεν φάνηκε οι απαντήσεις να κατηγοριοποιούνται σε δύο ομάδες. Αυτό συνέβη σε δύο μόνο τις απαντήσεις των παιδιών σχετικά με τις προτιμήσεις τους για τα παιδικά προγράμματα κάτι που θα παρουσιαστεί σε επόμενα διαγράμματα.



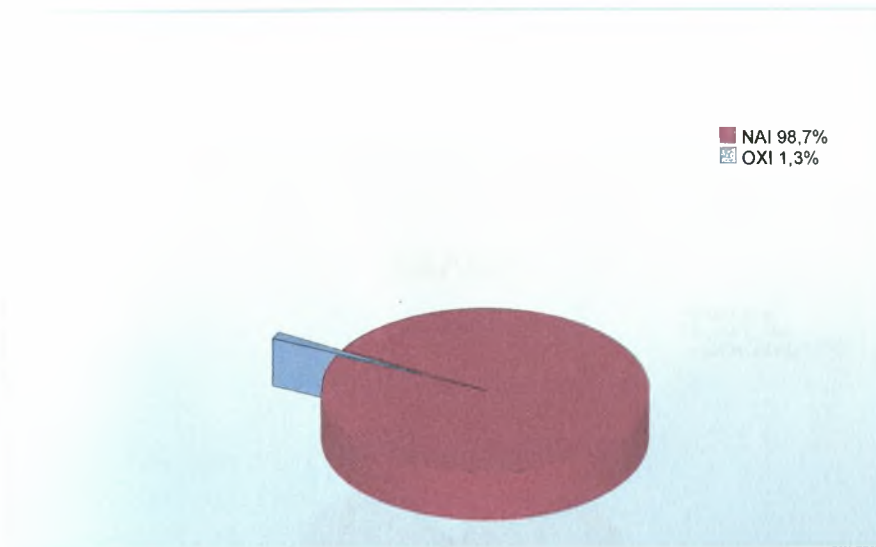
Διάγραμμα 3: Τα αποτελέσματα για την καταγωγή

Όπως φαίνεται από το διάγραμμα το δείγμα αποτελείται κατά βάση από παιδιά ελληνικής καταγωγής, ενώ τα αλλοδαπά παιδιά που όλα είναι αλβανικής καταγωγής είναι μια μειοψηφία του δείγματος. Όποτε είναι δύσκολο να πραγματοποιηθούν συγκρίσεις μεταξύ των δύο κατηγοριών στη διεξαγωγή των συμπερασμάτων.



### 8.3. Παρουσίαση των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου

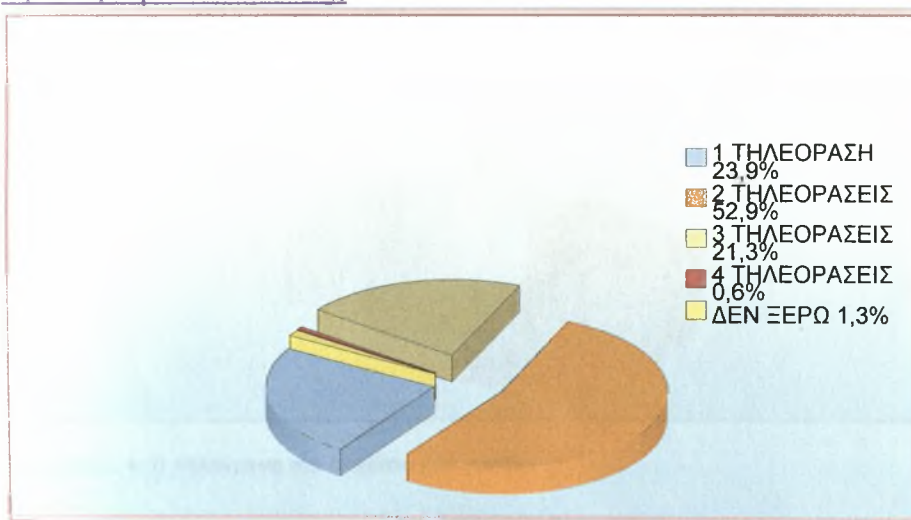
#### Ερώτηση 1: Έχετε τηλεόραση στο σπίτι σας;



Διάγραμμα 1: Τα αποτελέσματα για την κατοχή τηλεόρασης στο σπίτι

Η πρώτη ερώτηση που τέθηκε σχετιζόταν με το εάν τα παιδιά έχουν τηλεόραση στο σπίτι. Από το δείγμα των 155 παιδιών, το 98,7% απάντησε ότι είχαν, ενώ μόλις 1,3% του δείγματος έδωσε αρνητική απάντηση.

#### Ερώτηση 1.α: Πόσες;



Διάγραμμα 2: Ο αριθμός των τηλεοράσεων

Η ερώτηση χωριζόταν σε δύο υποερωτήματα, του πόσες τηλεοράσεις έχουν και σε ποιο δωμάτιο βρίσκονται. Στο πρώτο σκέλος το 24,2% των παιδιών απάντησαν πως έχει 1 τηλεόραση, το 53,6% είπαν πως έχουν 2 τηλεοράσεις, το 21,6% του δείγματος 3 τηλεοράσεις και μόλις το 0,6% βρέθηκε να έχει 4 τηλεοράσεις .

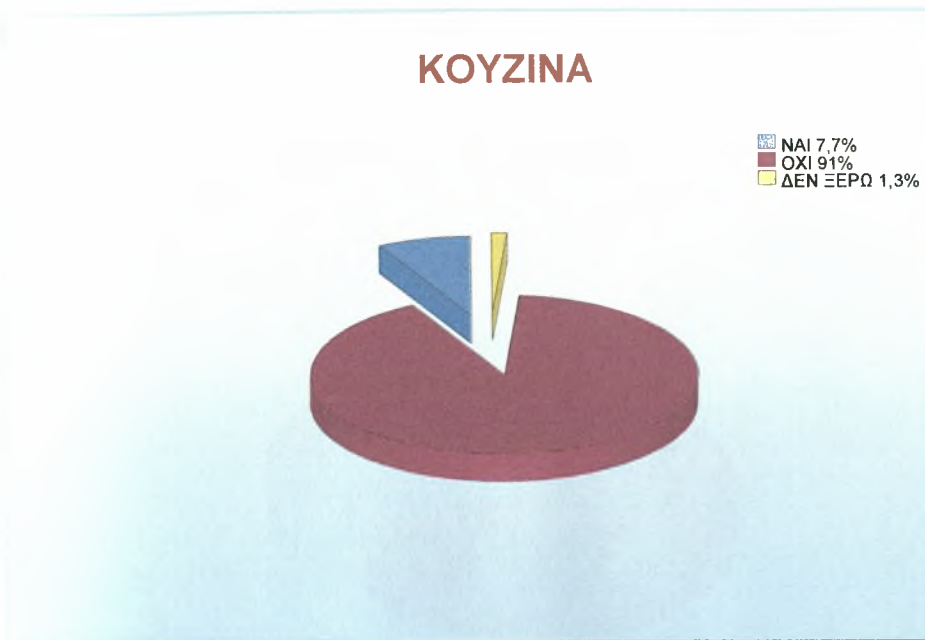
### Ερώτηση 1.β: Σε ποιο δωμάτιο βρίσκονται;



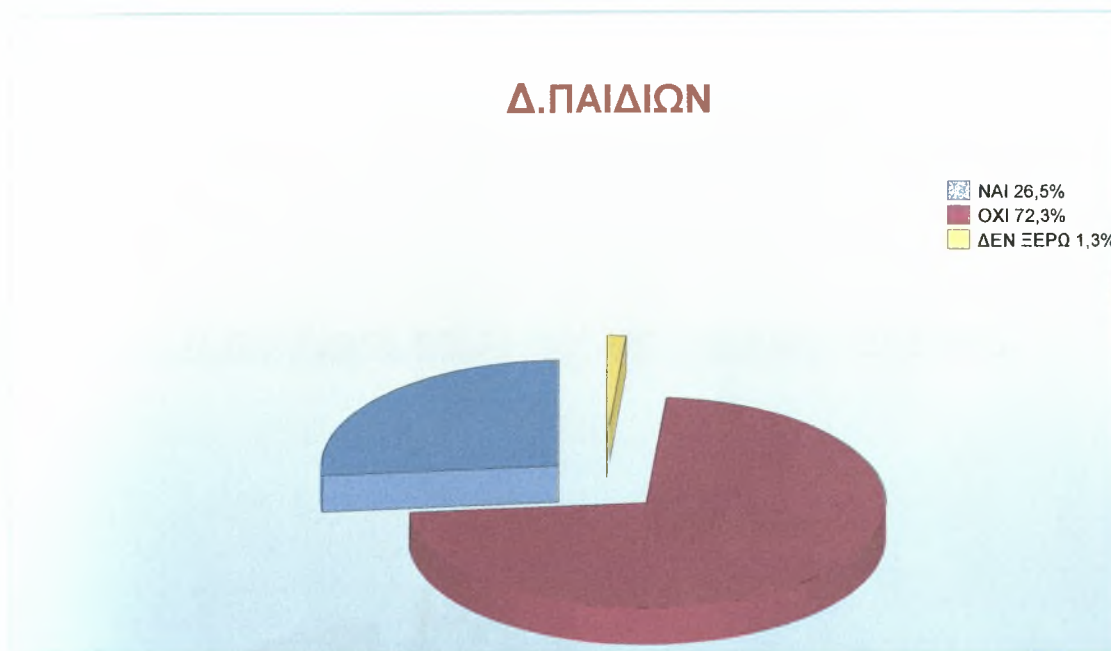
Διάγραμμα 3: Η τηλεόραση στο σαλόνι



Διάγραμμα 4: Η τηλεόραση στο δωμάτιο των γονιών



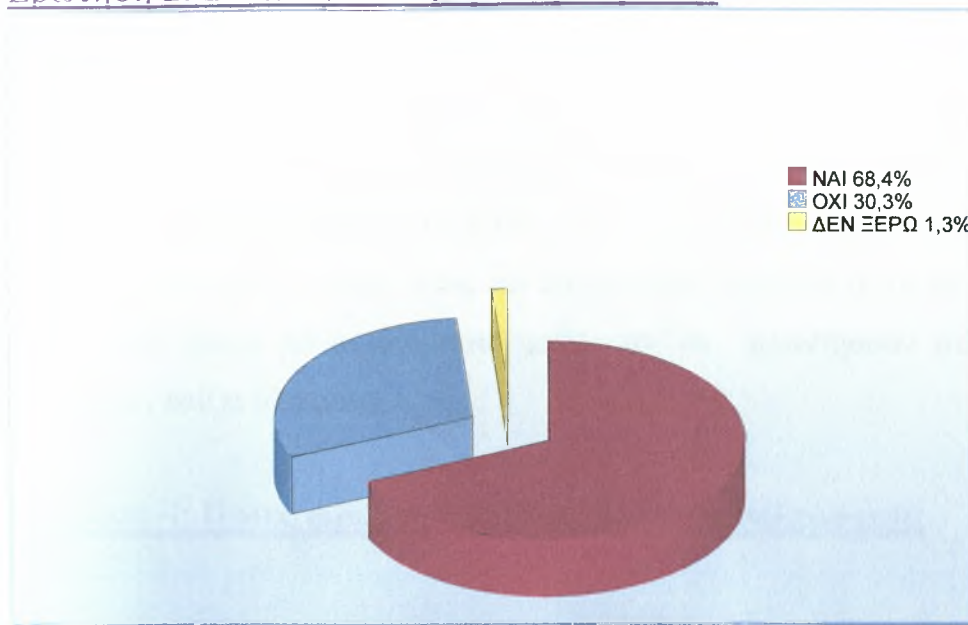
Διάγραμμα 5: Η τηλεόραση στη κουζίνα



Διάγραμμα 6: Η τηλεόραση στο δωμάτιο των παιδιών

Όσον αναφορά τώρα τα δωμάτια που βρίσκονται οι τηλεοράσεις, 92% των παιδιών δήλωσαν πως έχουν τηλεόραση στο σαλόνι, 71,9% στο δωμάτιο των γονιών, 7,8% απάντησαν ότι έχουν τηλεόραση στην κουζίνα και 26,5% του δείγματος στο παιδικό δωμάτιο.

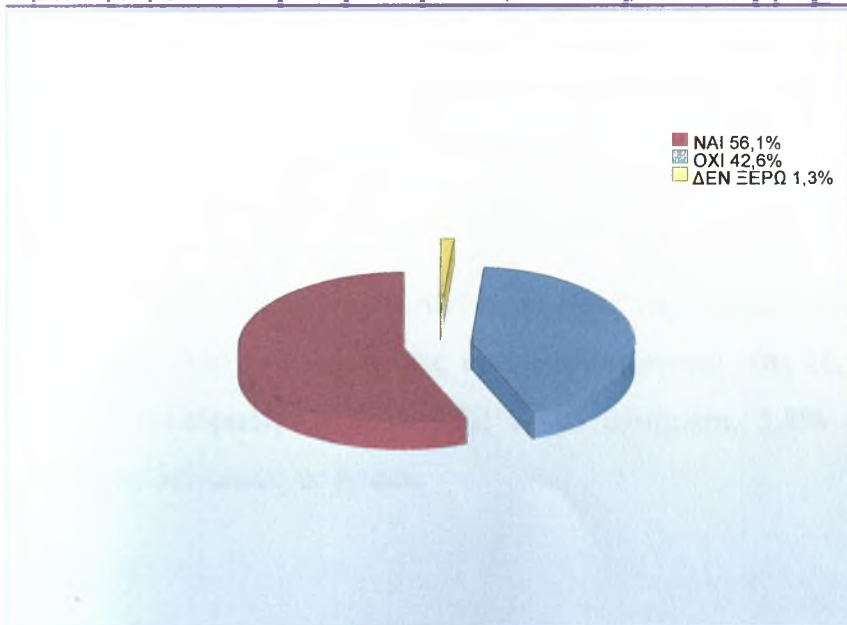
## Ερώτηση 2: Βλέπεις κάθε μέρα τηλεόραση;



Διάγραμμα 7: Τα αποτελέσματα της συνεχούς επαφής με την τηλεόραση

Στη δεύτερη ερώτηση τα παιδιά κλήθηκαν να απαντήσουν στο εάν βλέπουν τηλεόραση κάθε μέρα. Τα στοιχεία που προέκυψαν από την επεξεργασία των απαντήσεων έδειξαν ότι το 68,4% του δείγματος έδωσε καταφατική απάντηση, ενώ το 30,3% αρνητική.

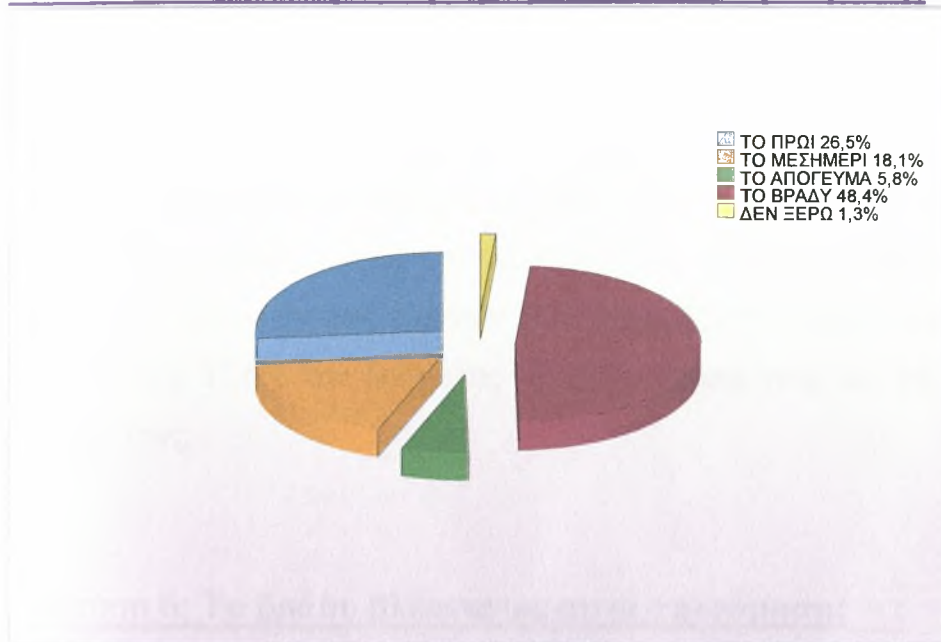
## Ερώτηση 3: Η τηλεόραση παίζει συνέχεια όλη μέρα σπίτι σου;



Διάγραμμα 8: Τα αποτελέσματα της συνεχούς λειτουργίας της τηλεόρασης

Στην επόμενη ερώτηση τα παιδιά απάντησαν αν η τηλεόραση παίζει όλη την ημέρα στο σπίτι τους. Από το δείγμα το 56,1% των παιδιών δήλωσαν ότι η τηλεόραση παίζει συνέχεια, ενώ το 42,6% έδωσε αντίθετη απάντηση. Βέβαια ίσως τα παιδιά να μην έχουν την απόλυτη γνώση για το τί συμβαίνει στο σπίτι τους την ώρα που αυτά βρίσκονται στο σχολείο, αλλά θεωρήθηκε ως δεδομένο ότι γνωρίζουν αν οι γονείς τους για παράδειγμα, βλέπουν ή όχι καθημερινά τηλεόραση, οπότε μέσα από αυτό μπόρεσαν να απαντήσουν στο αν η τηλεόραση παίζει όλη μέρα.

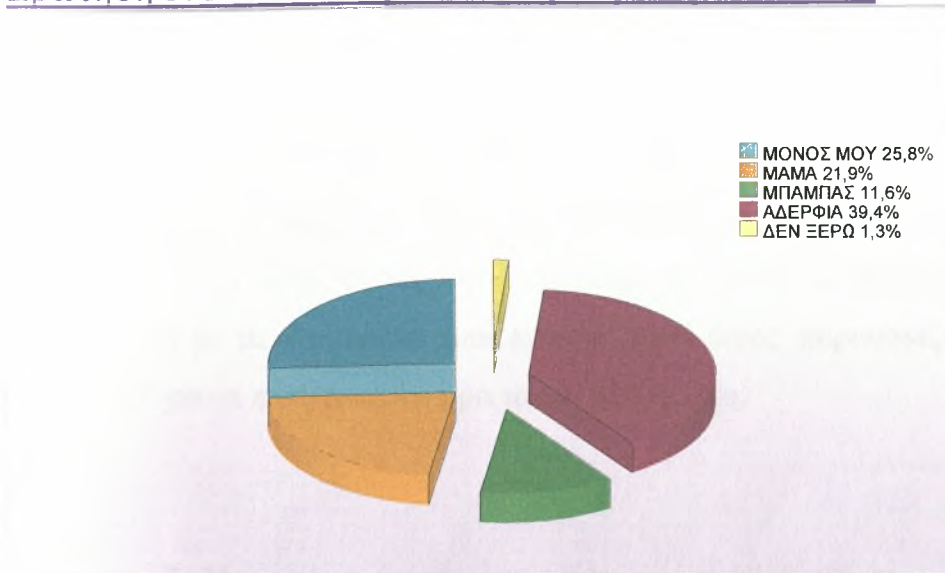
#### Ερώτηση 4: Ποιες ώρες της ημέρας βλέπεις τηλεόραση;



Διάγραμμα 9: Ώρες παρακολούθησης της τηλεόρασης

Στην τέταρτη ερώτηση φαίνονται οι ώρες της ημέρας που το παιδί βλέπει τηλεόραση. Από τις απαντήσεις τους διαπιστώνεται ότι 26,5% των παιδιών βλέπουν τηλεόραση το πρωί, 18,1% το μεσημέρι, 5,8% το απόγευμα και 48,8% του δείγματος το βράδυ.

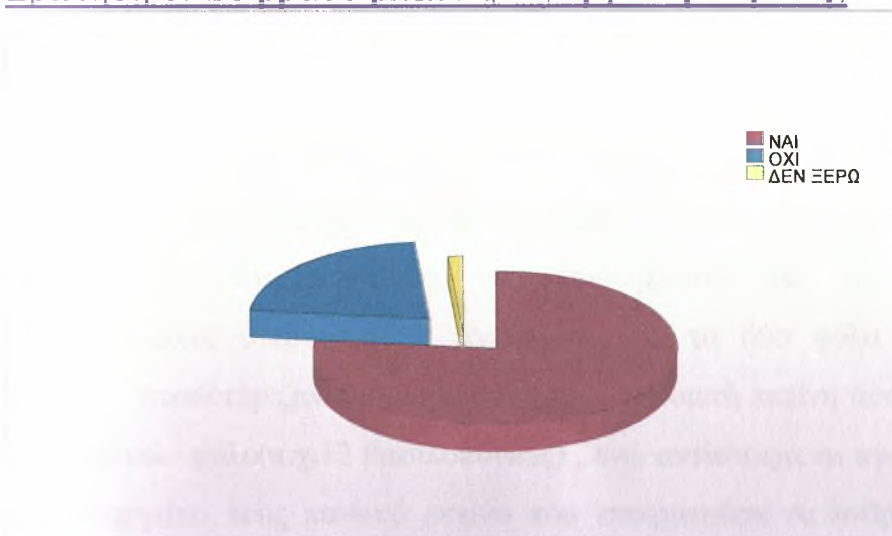
### Ερώτηση 5: Με ποιους βλέπεις τηλεόραση στο σπίτι;



Διάγραμμα 10: Παρακολούθηση της τηλεόρασης με άλλα πρόσωπα

Η πέμπτη ερώτηση επιχειρούσε να διερευνήσει με ποιους άλλους τα παιδιά βλέπουν τηλεόραση. Σύμφωνα με τις απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν 25,8% των παιδιών δήλωσαν πως βλέπουν μόνα τους, 21,9% παρακολουθούν με τη μητέρα τους, 11,6% του δείγματος με τον μπαμπά τους και 39,4% με τα αδέρφια τους.

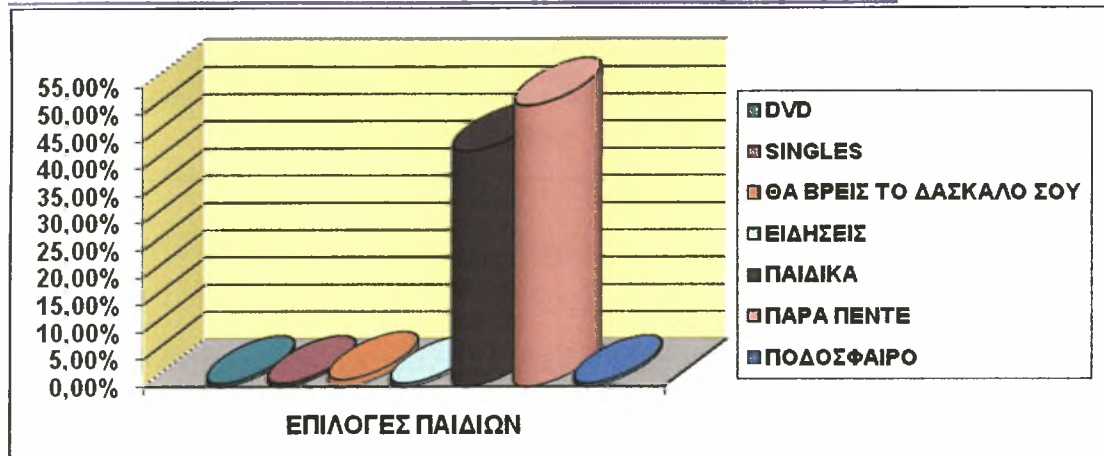
### Ερώτηση 6: Το βράδυ βλέπεις ως αργά τηλεόραση;



Διάγραμμα 11: Παρακολούθηση της τηλεόρασης από το παιδί ως αργά

Στη έκτη ερώτηση ζητήθηκε από τα παιδιά να απαντήσουν εάν το βράδυ βλέπουν ως αργά τηλεόραση. Από το διάγραμμα φαίνεται πως το 76,8% του δείγματος απάντησαν καταφατικά, ενώ το 21,9% αρνητικά. Είναι σημαντικό στο σημείο αυτό να τονιστεί πως επειδή τα παιδιά δεν είναι σε θέση να ξέρουν ποια ώρα ακριβώς πάνε για ύπνο και σε περίπτωση που το γνωρίζουν δεν επαληθεύεται αν λένε όντως την αλήθεια, γι' αυτό οι απαντήσεις τους συγκρίθηκαν με τα αγαπημένα τους προγράμματα όπως παρουσιάζονται στην ερώτηση 7 για να είναι πιο έγκυρα τα αποτελέσματα.

### Ερώτηση 7: Ποιο είναι το αγαπημένο σου πρόγραμμα;

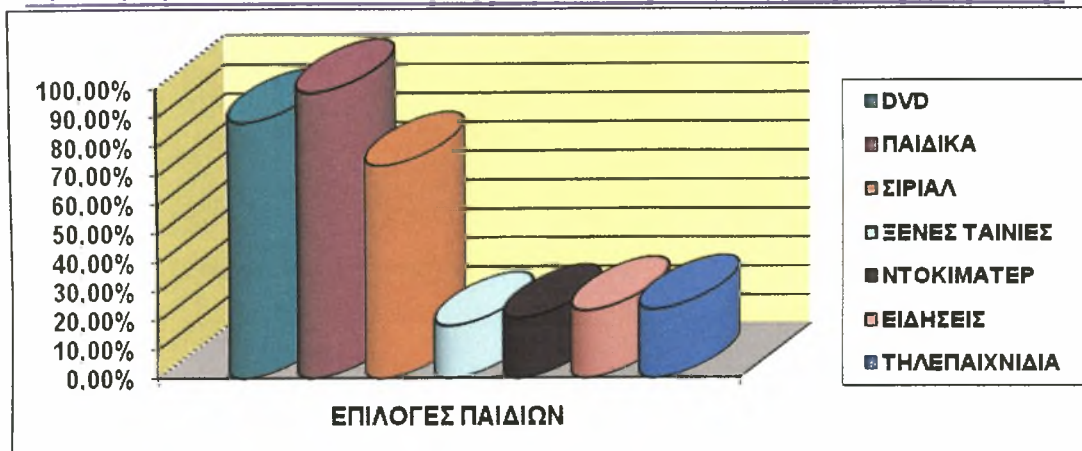


Διάγραμμα 12: Το αγαπημένο πρόγραμμα του παιδιού

Στην ερώτηση του ποιο είναι το αγαπημένο πρόγραμμα των παιδιών, το 51,6% του δείγματος χαρακτήρισε ως αγαπημένο έργο του το «παρά πέντε», ενώ 43,2% του δείγματος είπε πως αγαπά να βλέπει παιδικές εκπομπές. Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να υπογραμμιστεί πως τα παιδιά έχουν διαμορφωμένες στερεοτυπικές αντιλήψεις για τα δύο φύλα διότι τα μεν κορίτσια χαρακτήριζαν ως αγαπημένη τους εκπομπή εκείνη που κυριαρχούσε το γυναικείο φύλο(π.χ.12 βασιλοπούλες) , ενώ αντίστοιχα τα αγόρια ανέφεραν ως αγαπημένο τους παιδικό εκείνο που επικρατούσε το ανδρικό φύλο(π.χ. μπάτμαν) Κάτι τέτοιο δεν ίσχυε στα προγράμματα ενηλίκων και αυτό ίσως γιατί δεν είναι ακόμα σε θέση να διαχωρίσουν τους ρόλους των δύο φύλων,

πέρα από το οικείο περιβάλλον των παιδικών εκπομπών, ώστε να έχουν διαμορφωμένη άποψη. Εκτός αυτών εμφανίστηκε ένα ποσοστό 2,4% με διάφορες απαντήσεις αγαπημένων εκπομπών όπως: «θα βρεις το δάσκαλο σου», ποδόσφαιρο, ειδήσεις, «single»

### Ερώτηση 8: Ποια άλλα προγράμματα βλέπεις στην τηλεόραση;

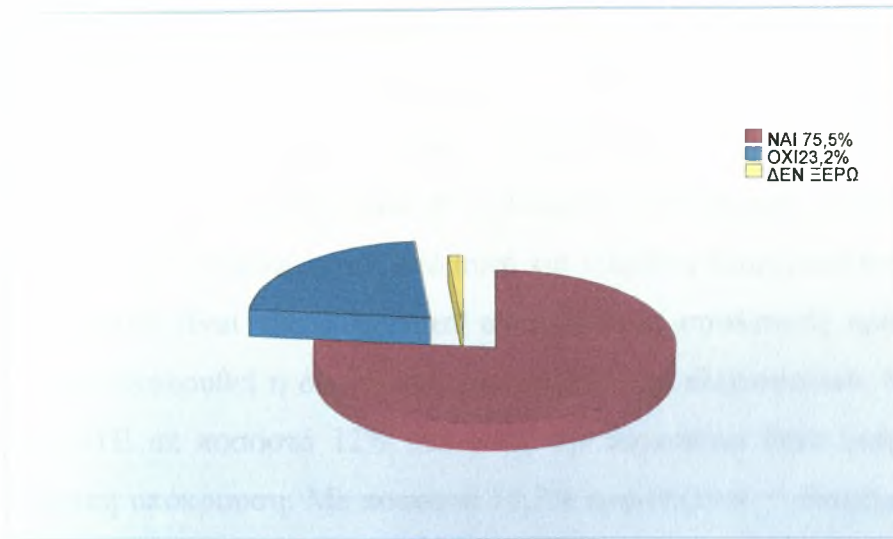


Διάγραμμα 13: Οι τηλεοπτικές προτιμήσεις του παιδιού

Στην όγδοη ερώτηση φαίνεται ποια άλλα προγράμματα βλέπουν τα παιδιά στην τηλεόραση. Μετά από ομαδοποίηση των πληροφοριών που συλλέχθηκαν, τα αποτελέσματα έδειξαν πως 88,4% των παιδιών παρακολουθούν DVD, 98,7% βλέπουν παιδικά, 73,5% προτιμούν σίριαλ, 18,1% ξένες ταινίες, 20,6% ντοκιμαντέρ, ενώ ειδήσεις και τηλεπαιχνίδια βλέπουν το 23,2% του δείγματος. Στην ερώτηση αυτή τα παιδιά ήταν ελεύθερα να δώσουν απεριόριστο αριθμό προγραμμάτων που παρακολουθούν και αυτό συνέβη για να συνδεθεί η ερώτηση αυτή με προηγούμενες ως προς την εγκυρότητα των απαντήσεων των παιδιών. Δηλαδή μέσα από τον αριθμό των εκπομπών που βλέπουν διαπιστώθηκε το πόσο χρόνο σπαταλούν μπροστά στην οθόνη και το εάν μένουν ως αργά το βραδύ προσκολλημένα στην τηλεόραση.



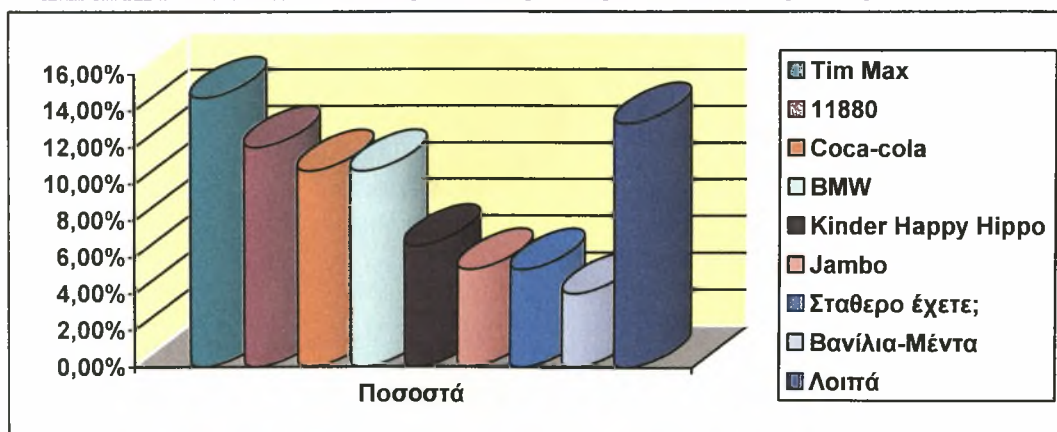
### Ερώτηση 9: Σου αρέσει να βλέπεις διαφημίσεις στην τηλεόραση;



Διάγραμμα 14: Το ενδιαφέρον του παιδιού για τις διαφημίσεις

Η ένατη ερώτηση δείχνει πως τα παιδιά παρακολουθούν τις διαφημίσεις σε ποσοστό 75,5%. Παρόλα αυτά το 23,2% του δείγματος όπως φαίνεται στο διάγραμμα δεν δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον γι' αυτές. Η κατηγορία αυτή των παιδιών είτε πως όταν προβάλλονται διαφημίσεις, είτε αλλάζουν κανάλι για να δουν κάποιο άλλο πρόγραμμα μέχρι να τελειώσουν, είτε κάνουν κάτι άλλο όπως για παράδειγμα παίζουν, όπως δήλωσαν χαρακτηριστικά κάποιες περιπτώσεις παιδιών, μέχρι να ξαναρχίσει το πρόγραμμά τους.

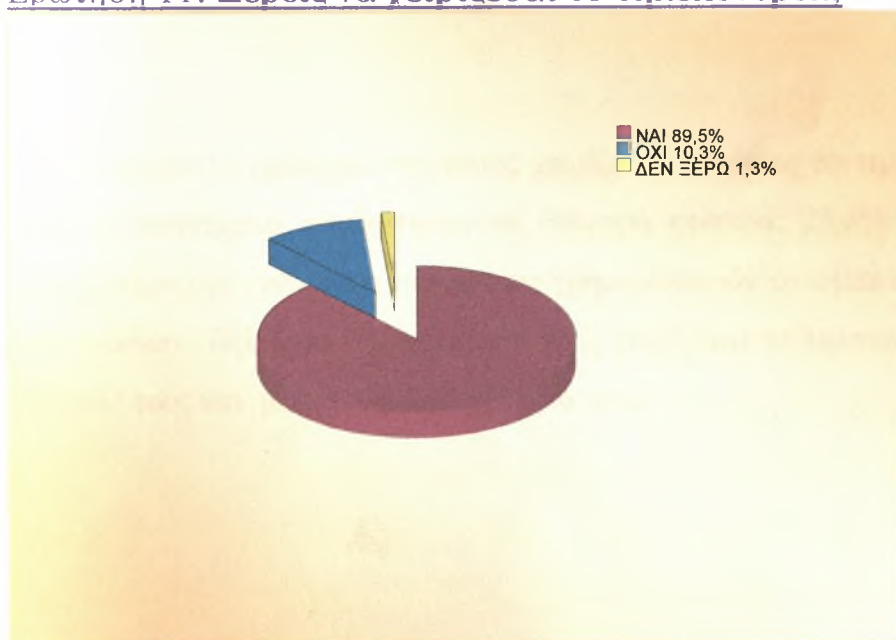
### Ερώτηση 10: Ποια είναι η αγαπημένη σου διαφήμιση;



Διάγραμμα 15: Η αγαπημένη διαφήμιση του παιδιού σε ποσοστιαία μέτρηση

Στην ερώτηση του ποια είναι η αγαπημένη διαφήμιση των παιδιών όπως φαίνεται μέσα από το παραπάνω διάγραμμα πρώτη στην προτίμηση τους με ποσοστό 14,7% ήταν η διαφήμιση της TIM στην οποία πρωταγωνιστούν οι ήρωες του τηλεοπτικού σήριαλ “Παρά πέντε”. Έτσι όπως πρώτο στην προτίμηση των παιδιών είναι το τηλεοπτικό πρόγραμμα “Παρά πέντε”, είναι σίγουρο πως επηρεάζονται από αυτό και η πρώτη διαφήμιση που τους έρχεται στο μυαλό είναι της TIM γιατί υπάρχει ένας συνδετικός κρίκος οι ήρωες. Έπειτα ακολουθεί η διαφήμιση του 11880, των πληροφοριών του καταλόγου του ΟΤΕ σε ποσοστό 12% και αυτή την θυμούνται διότι υπάρχει έντονα η μουσική υπόκρουση. Με ποσοστό 10,7% εμφανίζεται η διαφήμιση της Coca-cola καθώς και αυτή της αυτοβιομηχανίας της BMW σε ίδιο ποσοστό με την προηγούμενη. Στη συνέχεια επικρατεί η διαφήμιση του προϊόντος Kinder Happy Hippo 6,6%, του καταστήματος Jambo 5,3% καθώς και η διαφήμιση του ΟΤΕ, “σταθερό έχετε;”, με το ίδιο ποσοστό. Ακολουθεί η διαφήμιση της τσίχλας Trident, “βανίλια-μέντα” με ποσοστό 4%, ενώ οι λοιπές προτιμήσεις των παιδιών όπως φαίνονται στο διάγραμμα καταλαμβάνουν το 13,3% .

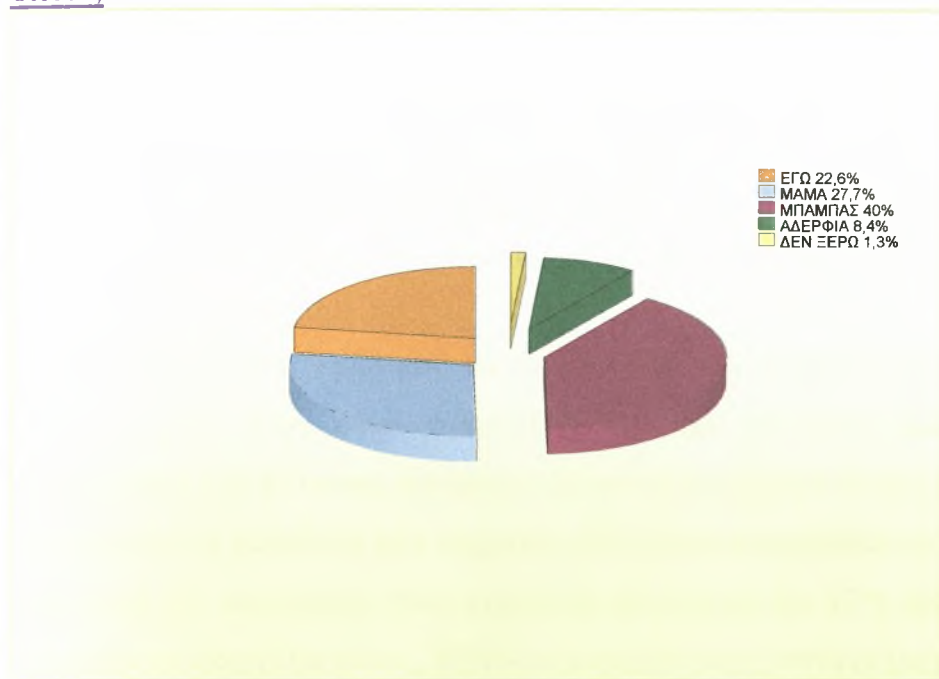
### Ερώτηση 11: Ξέρεις να χειρίζεσαι το τηλεκοντρόλ;



Διάγραμμα 16: Η χρήση του τηλεκοντρόλ από το παιδί

Στην ένατη ερώτηση ρωτήθηκαν αν ξέρουν να χειρίζονται το τηλεκοντρόλ. Από τα 155 παιδιά, το 89,5% του δείγματος απάντησαν ότι γνωρίζουν, ενώ μόλις 10,5% είπαν πως δεν ξέρουν.

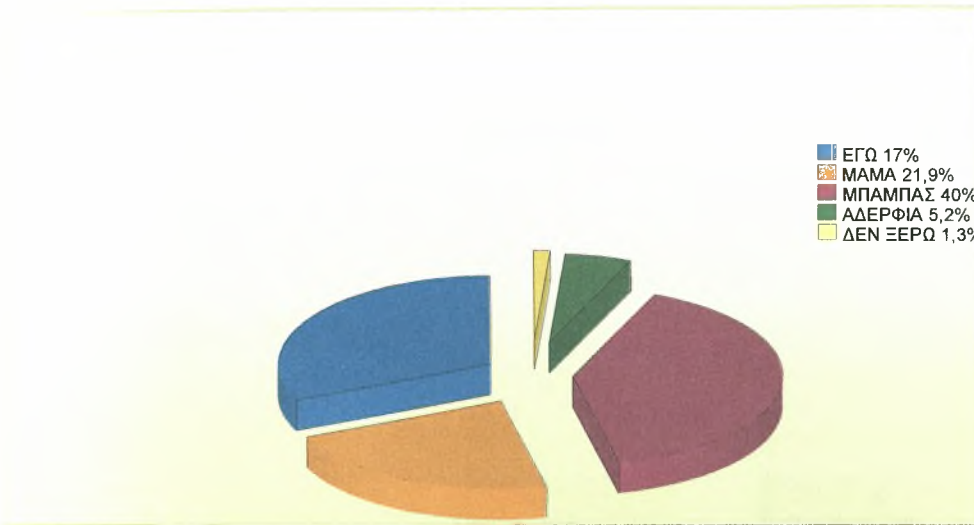
### Ερώτηση 12: Ποιος χειρίζεται περισσότερο το τηλεκοντρόλ στο σπίτι;



Διάγραμμα 17: Ο χειρισμός του τηλεκοντρόλ στο σπίτι

Όσο αφορά το ερώτημα του ποιος χειρίζεται συνήθως το τηλεκοντρόλ στο σπίτι, οι απαντήσεις κυμάνθηκαν σε διάφορα επίπεδα. 22,6% των παιδιών υποστήριξαν την γνώμη ότι μόνοι τους χρησιμοποιούν το τηλεκοντρόλ, 27,7% των παιδιών δήλωσαν ότι η μητέρα τους χειρίζεται το τηλεκοντρόλ, 40% ο μπαμπάς τους και μόλις 8,4% τα αδέρφια τους.

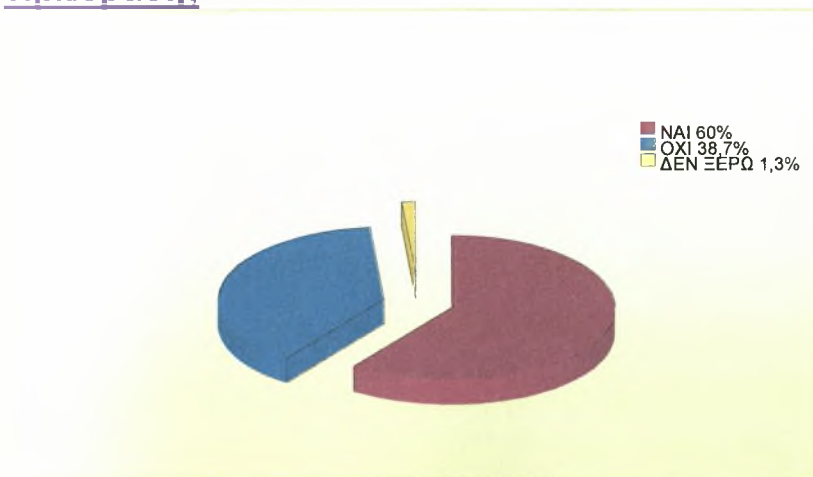
### Ερώτηση 13: Ποιος διαλέγει τί θα δεις στην τηλεόραση;



Διάγραμμα 18: Τα αποτελέσματα για την επιλογή των προγραμμάτων των παιδιών

Στην δέκατη τρίτη ερώτηση τα παιδιά κλήθηκαν να απαντήσουν το ποιος διαλέγει τί θα δουν στην τηλεόραση. Αν και οι γονείς διαλέγουν τα προγράμματα που βλέπουν, παρατηρείται με το διάγραμμα 25 ότι το ποσοστό δεν έχει μεγάλη απόκλιση στη συζήτηση που κάνουν τα παιδιά με τους γονείς τους. Από τις απαντήσεις τους επομένως προέκυψε ότι 17% των παιδιών επιλέγουν τα ίδια τί θα δουν, 21,9% οι μαμάδες τους, 40% οι μπαμπάδες και 5,2% τα αδέρφια.

### Ερώτηση 14: Συζητάς με κάποιον αυτά που βλέπεις στην τηλεόραση;



Διάγραμμα 19: Τα αποτελέσματα για το εάν γίνονται συζητήσεις γι' αυτά που βλέπουν τα παιδιά στην τηλεόραση

Η ερώτηση αυτή σχετίζεται με το εάν τα παιδιά συζητούν με κάποιον γι' αυτά που βλέπουν στην τηλεόραση. Από το δείγμα το 60% απάντησαν ότι συζητούν, ενώ το υπόλοιπο 40% δεν το κάνουν.

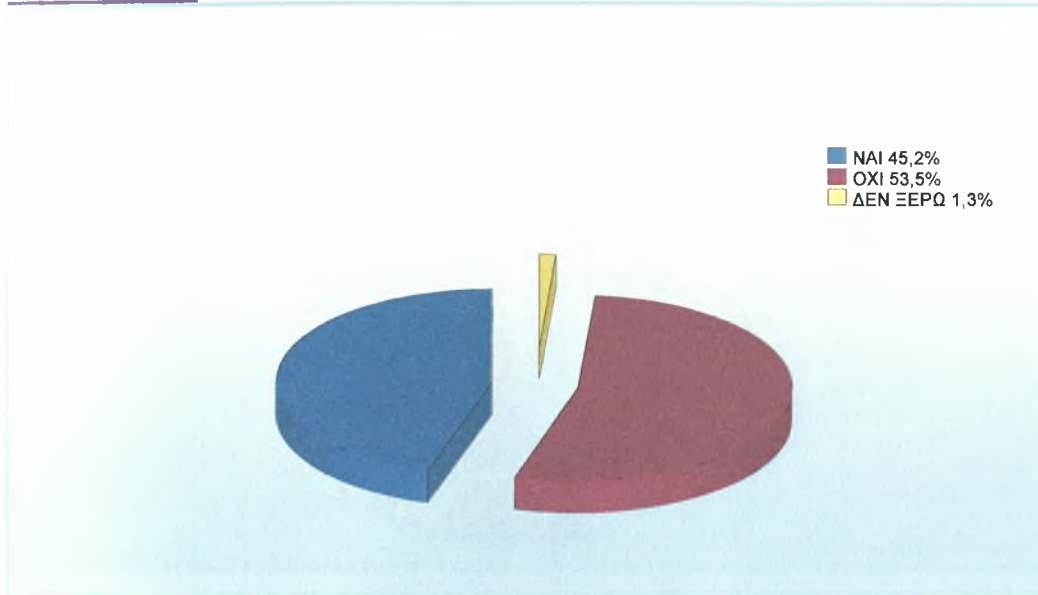
#### Ερώτηση 14.α : Με ποιον;



Διάγραμμα 20: Τα αποτελέσματα σχετικά με τα πρόσωπα που συζητά το παιδί γι' αυτά που βλέπει το παιδί στην τηλεόραση

Το 60% του παραπάνω διαγράμματος που συζητούν με κάποιον αυτά που βλέπουν στην τηλεόραση χωρίζεται σε επιμέρους ποσοστά σε σχέση με το με ποιον συζητούν. Έτσι στο διάγραμμα 20 παρατηρείται πως το 11,6% συζητά με τη μαμά, το 20% με το μπαμπά, τα 16,1% με τα αδέρφια και το υπόλοιπο 12,3% με τους φίλους τους.

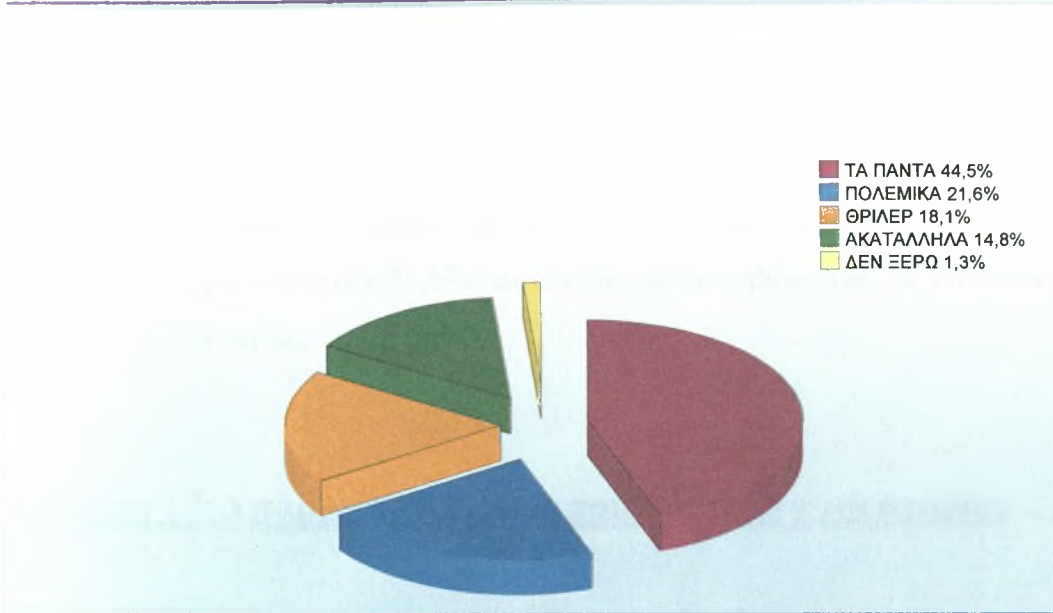
### Ερώτηση 15: Οι γονείς σου σ' αφήνουν να βλέπεις τα πάντα στην τηλεόραση;



Διάγραμμα 21: Τα αποτελέσματα για την ελεύθερη επιλογή των προγραμμάτων από τους γονείς

Στην επόμενη ερώτηση τα παιδιά απάντησαν αν οι γονείς τους τα αφήνουν να βλέπουν πάντα ότι θέλουν στην τηλεόραση. Το 45,8% των παιδιών απάντησαν θετικά και το 53,5% αρνητικά. Σχετικά με τις επιλογές των παιδιών η πλειοψηφία του δείγματος υποστήριξε πως οι γονείς τους, τους επιτρέπουν να βλέπουν τα πάντα στην τηλεόραση. Αυτή η απάντηση των παιδιών αν και ήταν συχνή παρόλα αυτά δεν ήταν πειστική και αυτό αποδείχθηκε από το ότι τα παιδιά στις τηλεοπτικές προτιμήσεις τους δεν κατέθεσαν πληθώρα εκπομπών και προγραμμάτων. Υπάρχει και μια δεύτερη εκδοχή στην παραπάνω άποψη και αυτή φαίνεται από τις απαντήσεις των παιδιών στην ερώτηση του τί δε σε αφήνουν να βλέπεις στην τηλεόραση. Σε αρκετά μεγάλο ποσοστό το δείγμα απέκλεισε τα πολεμικά, τα ακατάλληλα και τα θρίλερ όπως φαίνεται από την επόμενη ερώτηση. Επομένως τα παραπάνω παραπέμπουν στο γεγονός ότι οι γονείς τους δίνουν μια σχετική ελευθερία, άλλα στην ουσία υπάρχουν περιορισμοί που τα ίδια τα παιδιά δεν μπορούν να διακρίνουν.

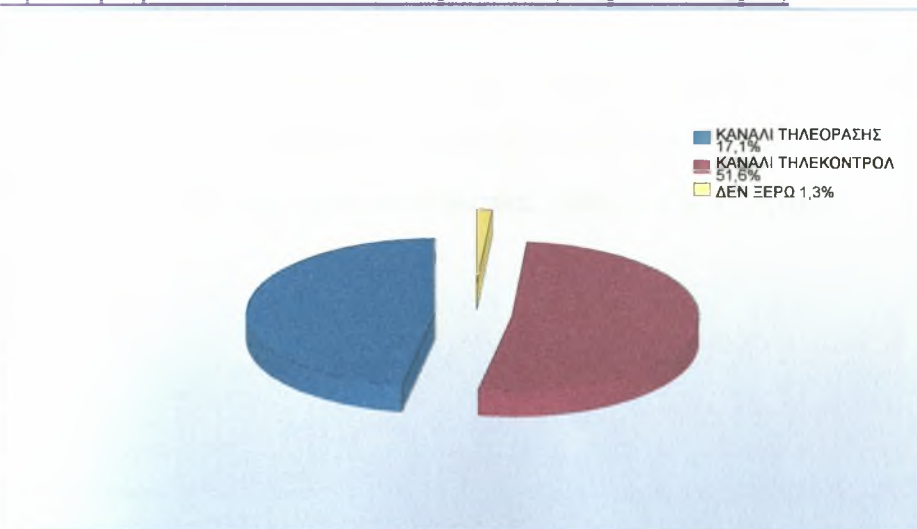
### Ερώτηση 15. α: Αν όχι, τι δε σ' αφήνουν να βλέπεις ;



Διάγραμμα 22: Προγράμματα που οι γονείς δεν αφήνουν τα παιδιά τους να βλέπουν

Στην ίδια ερώτηση ρωτήθηκαν τί δεν τα αφήνουν οι γονείς τους να βλέπουν. Από τις απαντήσεις αποδεικνύεται ότι 44,5% βλέπουν τα πάντα, 21,6% ότι δεν παρακολουθούν πολεμικά, 18,1% δεν παρακολουθούν θρίλερ και 14,8% ακατάλληλα προγράμματα.

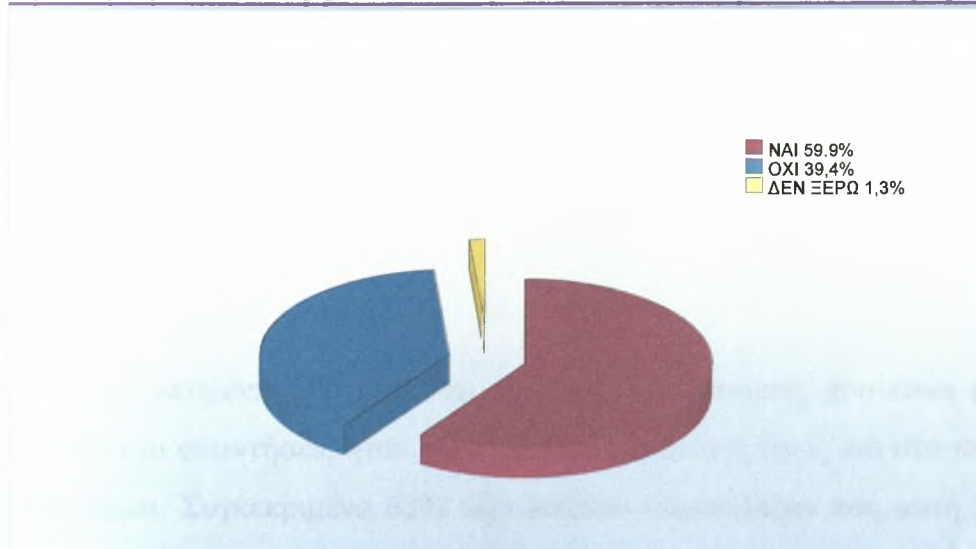
### Ερώτηση 16: Ποιο κανάλι βλέπεις περισσότερο;



Διάγραμμα 23: Το κανάλι αρεσκείας των παιδιών

Η ερώτηση του ποιο κανάλι βλέπεις περισσότερο τέθηκε με σκοπό να ελεγχθεί εάν τα παιδιά ξεχωρίζουν τα κανάλια με βάση το τηλεοπτικό κανάλι, δηλαδή ANTI, MEGA κ. τ. λ. ή με βάση το τηλεκοντρόλ, δηλαδή σε 1, 2, 3 κ.τ.λ. Μπορεί βέβαια εν τέλει να μην εμφανίστηκε σαφή διαφορά, αλλά παρόλο αυτά με ποσοστό 51,6% τα παιδιά αντιλαμβάνονται τα κανάλια με βάση το τηλεκοντρόλ.

### Ερώτηση 17: Υπάρχουν εκπομπές που είναι μόνο για αγόρια;

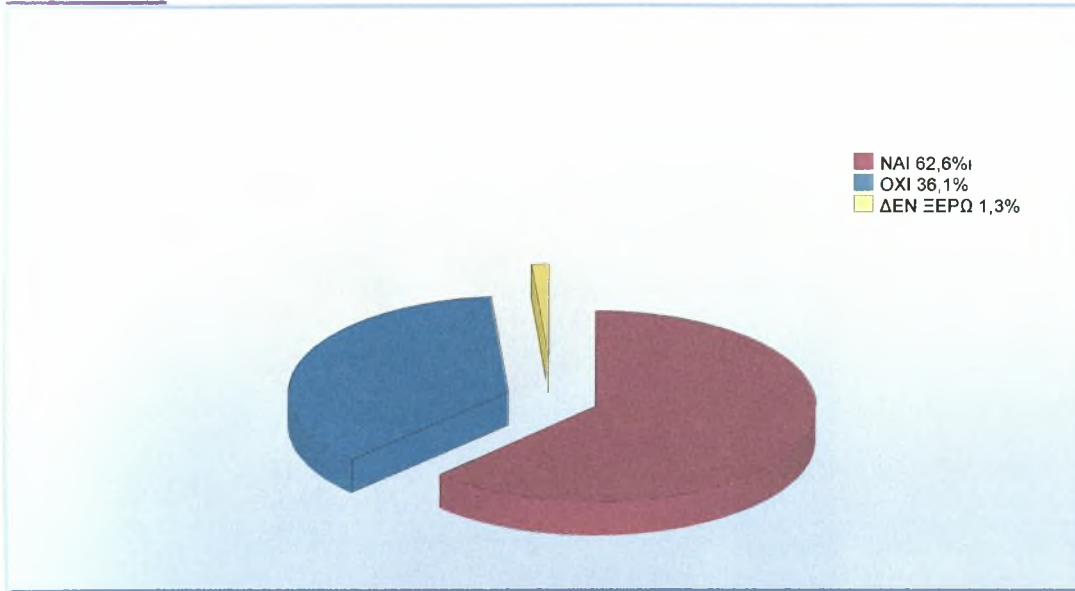


Διάγραμμα 24: Προγράμματα που απευθύνονται σε αγόρια

Στη δέκατη έβδομη ερώτηση τα παιδιά κλήθηκαν να απαντήσουν αν υπάρχουν εκπομπές που είναι μόνο για αγόρια. Αξίζει να παρατηρηθεί ότι από το δείγμα 60% απάντησαν καταφατικά, ενώ 39,4% αρνητικά.



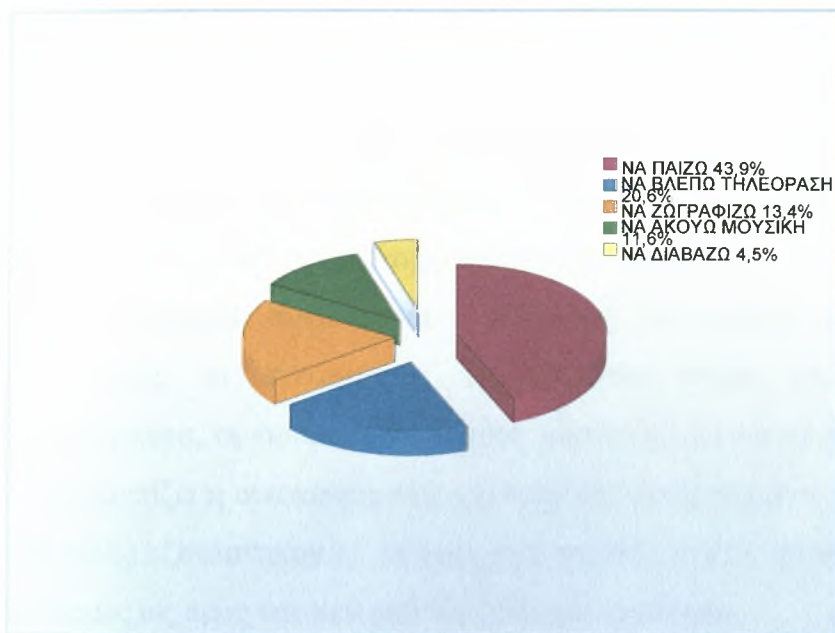
Ερώτηση 18:Υπάρχουν εκπομπές που είναι μόνο για κορίτσια;



Διάγραμμα 25: Προγράμματα που απευθύνονται σε κορίτσια

Σε μια επόμενη ερώτηση του αν υπάρχουν εκπομπές που είναι μόνο για κορίτσια οι απαντήσεις ήταν περίπου διαμορφωμένες όπως και στο παραπάνω διάγραμμα. Συγκεκριμένα 63% των παιδιών υποστήριξαν πως αυτή η άποψη ισχύει, ενώ το υπόλοιπο 36,1% του δείγματος δήλωσαν το αντίθετο. Από αυτή την ερώτηση και την προηγούμενη φαίνεται πως τα παιδιά έχουν μια διαμορφωμένη άποψη για τα στερεότυπα φύλα και βέβαια σε υψηλό ποσοστό όπως αποδεικνύεται από τους αριθμούς των διαγραμμάτων.

## Ερώτηση 19: Τι προτιμάς περισσότερο;



Διάγραμμα 26: Οι προτιμήσεις των παιδιών

Στην τελευταία ερώτηση τους ζητήθηκε να απαντήσουν τί προτιμούν περισσότερο. Εδώ υπήρχε μια σειρά επιλεγόμενων απαντήσεων όπου το κάθε παιδί κλήθηκε να διαλέξει ανάλογα με τις προτιμήσεις του. Έτσι οι απαντήσεις τους διαμορφώθηκαν ως εξής: 43,9% είπαν πως προτιμούν να παίζουν, 20,6% των παιδιών τους αρέσει να βλέπουν τηλεόραση, 19,4% να ζωγραφίζουν, 11,6% να ακούν μουσική και 4,5% να διαβάζουν.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η έρευνα που διεξήχθη επικεντρώθηκε στις τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών της προσχολικής ηλικίας. Μέσα από τη συγκρότηση ενός ερωτηματολογίου διερευνήθηκαν ορισμένα επιμέρους στοιχεία που “κατακερματίζουν” το ευρύτερο ερευνητικό ζήτημα.

Συγκεκριμένα, ανιχνεύτηκε η θέση της τηλεόρασης μέσα στα ελληνικά νοικοκυριά, οι προτιμήσεις των παιδιών γύρω από τα τηλεοπτικά προγράμματα, οι ώρες που δαπανούν μπροστά στη μικρή οθόνη, ο ρόλος που διαδραματίζει η οικογένεια στις τηλεοπτικές συνήθειες που εκδηλώνει το παιδί και τέλος εξετάστηκαν οι απόψεις των παιδιών για το αν υπάρχουν φυλετικές διαφορές ως προς την επιλογή τηλεοπτικών επιλογών.

### **1. Η θέση της τηλεόρασης στο σπίτι**

Η τηλεόραση έχει κατακτήσει μια από τις σπουδαιότερες θέσεις στη ζωή μας γεγονός που καθιστά αδιανόητη την απουσία της από τον οικιακό εξοπλισμό. Αποτέλεσε πρόκληση για ατελείωτες συζητήσεις για το τί είναι τελικά η τηλεόραση ‘μαγικό κουτί’, ‘τέταρτη εξουσία’, κ ά .

Τα στοιχεία που προέκυψαν από την επεξεργασία των απαντήσεων ενισχύουν την προσπάθεια διεξαγωγής συμπερασμάτων σχετικά με τη θέση της τηλεόρασης μέσα στο σπίτι και επιβεβαιώνουν την παραπάνω άποψη. Έτσι από το σύνολο των αποτελεσμάτων προέκυψε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των σπιτιών διαθέτουν μία τηλεόραση, ενώ μόλις πάνω από το μισό του δείγματος διαθέτει και δεύτερη τηλεοπτική συσκευή.

Όσο αναφορά τώρα την τοποθέτηση της τηλεόρασης μέσα στο σπίτι αξίζει να παρατηρηθεί πως η μία τηλεόραση βρίσκεται πάντα στο σαλόνι ανεξάρτητα από το εάν έχουν δεύτερη ή τρίτη. Από την άλλη, όσα παιδιά δήλωσαν πως έχουν και δεύτερη τηλεόραση αυτή βρίσκεται συνήθως στο δωμάτιο των γονιών, ενώ εάν υπάρχει και τρίτη τηλεόραση στο σπίτι βρίσκεται στο παιδικό δωμάτιο. Από αυτό το τελευταίο είναι ευεξήγητο το γεγονός πως οι γονείς δεν

σκέφτονται τις συνέπειες που μπορεί να έχει η τοποθέτηση μιας τηλεόρασης στο παιδικό δωμάτιο, αλλά απλά για να μην δυσαρεστήσουν τα παιδιά τους, τους προσφέρουν τα πάντα και αυτό φάνηκε επίσης από τις απαντήσεις των παιδιών που ενώ δεν είχαν τηλεόραση στο δωμάτιο τους κατέθεσαν πως γρήγορα θα αποκτήσουν.

## 2.Ο χρόνος τηλεοπτικής παρακολούθησης

Ο αριθμός των τηλεοράσεων μαρτυρεί και το εάν τα παιδιά σπαταλούν αρκετό χρόνο μπροστά στη μικρή οθόνη. Όπως ήταν αναμενόμενο από τις απαντήσεις του δείγματος φάνηκε πως η πλειοψηφία βλέπει καθημερινά τηλεόραση. Εκτός αυτού τα περισσότερα παιδιά δήλωσαν πως η τηλεόραση παίζει όλη την ημέρα στο σπίτι ακόμα και όταν εκείνα βρίσκονται στο σχολείο, ισχυριζόμενα πως είναι οι γονείς τους αυτοί που παρακολουθούν τηλεόραση όταν εκείνα απουσιάζουν από το σπίτι.

Σχετικά τώρα με το πότε ακριβώς τα παιδιά βλέπουν τηλεόραση στη διάρκεια της ημέρας, αυτό που ισχύει είναι ότι το δείγμα επιλέγει να δει το πρωί και πολύ περισσότερο το βράδυ. Βέβαια υπήρξαν παιδιά που είπαν πως βλέπουν τηλεόραση και το μεσημέρι την ώρα του φαγητού, αλλά και κάποιες φορές και το απόγευμα. Εκείνο που αξίζει να υπογραμμιστεί, όπως έδειξαν οι απαντήσεις των παιδιών στην έρευνα είναι ότι το βράδυ τα παιδιά μένουν ως αργά παρακολουθώντας τηλεοπτικά προγράμματα και αυτό συμβαίνει κυρίως στα παιδιά που έχουν τηλεόραση στο δωμάτιό τους και κανείς δεν μπορεί να τους ελέγξει. Η εικόνα αυτή λογχεύει κινδύνους, διότι τα παιδιά μπορούν να παρακολουθούν ανεξέλεγκτα διάφορα προγράμματα και να καθορίζουν από μόνα τους το πότε και το πόσο θέλουν να βρίσκονται μπροστά στη τηλεόραση. Χαρακτηριστικά μερικά παιδιά δήλωσαν πως επειδή δεν τους αρέσουν τα προγράμματα ή οι εκπομπές που επιλέγουν οι γονείς τους, προτιμούν να πηγαίνουν στη δική τους τηλεόραση. Εκτός αυτού όμως υπάρχουν και ορισμένες περιπτώσεις παιδιών που βλέπουν τηλεόραση με τα αδέρφια τους και αρκούνται στα προγράμματα που εκείνα επιλέγουν.

Στις σημερινές οικογένειες παρατηρείται πως τα παιδιά επιλέγουν να βλέπουν μόνο τους τηλεόραση, ή μαζί με τα αδέρφια τους, το φαινόμενο αυτό αποδεικνύεται έντονα και από τα αποτελέσματα της έρευνας όπου διαπιστώθηκε πως παιδιά που έχουν αδέρφια παρακολουθούν μαζί τα διάφορα τηλεοπτικά προγράμματα, ενώ αν είναι μοναχοπαιδιά βλέπουν κατά βάση μόνο τους τις περισσότερες φορές ή με τη μητέρα τους όταν εκείνη βρίσκεται στο σπίτι.

### 3.Οι προτιμήσεις τηλεοπτικών προγραμμάτων

Μελέτες που έχουν διεξαχθεί από την πρώτη φάση ανάπτυξης της τηλεόρασης έχουν καταδείξει ότι τα παιδιά προτιμούν περισσότερο τα προγράμματα των οποίων το περιεχόμενο προσανατολίζεται στους ενήλικες. Σε μια γενική συνεκτίμηση των ευρημάτων αυτής της έρευνας σχετικά με τις τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών διαπιστώνεται η παραπάνω θέση. Έτσι τα παιδιά πάνω από την πλειοψηφία του δείγματος κατέθεσαν πως προτιμούν να βλέπουν το «παρά πέντε» ως το αγαπημένο τους έργο, μια σειρά που προβάλλεται καθημερινά μετά τις εννέα το βράδυ, ενώ σχεδόν οι άλλοι μισοί αγαπούν να βλέπουν παιδικές εκπομπές.

Στις υπόλοιπες επιλογές τους τα παιδιά δήλωσαν πως παρακολουθούν πολλά DVD με παιδικό περιεχόμενο, παιδικά προγράμματα που προβάλλει η τηλεόραση, αλλά και πολλά σίριαλ που προβάλλονται κυρίως το βράδυ. Αυτό το τελευταίο επιβεβαιώθηκε από τα διάφορα έργα που είπαν τα παιδιά και μετά από την καταγραφή έγινε η επαλήθευση.

Σημαντικό είναι να τονισθεί ότι στις επιλογές τους τα παιδιά επηρεάζονται και από τα μεγαλύτερα αδέρφια τους, τα οποία διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο όταν είναι παρόντα τόσο στην ποιότητα, όσο και στην ποσότητα των προγραμμάτων που θα παρακολουθήσουν. Τέλος τα παιδιά ανέφεραν πως παρακολουθούν ξένες ταινίες, ντοκιμαντέρ, ειδήσεις και τηλεπαιχνίδια και αυτό γιατί τα βλέπουν οι γονείς τους και κυρίως ο μπαμπάς τους, ο οποίος

σύμφωνα με τις απαντήσεις των παιδιών είναι αυτός που χειρίζεται περισσότερο και το τηλεκοντρόλ στο σπίτι.

Η τηλεόραση εκτός από τα τηλεοπτικά προγράμματα προβάλλει και μια πληθώρα από διαφημίσεις που διακόπτουν συχνά τη ροή του προγράμματος για να παρουσιάσουν τα διαφημιζόμενα προϊόντα. Τα παιδιά όταν ρωτήθηκαν εάν παρακολουθούν διαφημίσεις απάντησαν καταφατικά χωρίς όμως αυτό να σημαίνει πως έχουν και αγαπημένη διαφήμιση. Σε αυτό το σημείο με μεγάλη έκπληξη παρατηρήθηκε πως η πλειοψηφία του δείγματος βλέπει διαφημίσεις χωρίς όμως να τις συγκρατεί στη μνήμη του και όταν συμβαίνει αυτό συνήθως θυμάται διαφημίσεις που οι πρωταγωνιστές είναι πρόσωπα των σίριαλ που βλέπουν ή το κυρίαρχο στοιχείο της διαφήμισης είναι η μουσική.

#### 4.Η διαφοροποίηση στις προτιμήσεις των παιδιών σε σχέση με το φύλο

Η έρευνα εκτός από το να διερευνήσει τις τηλεοπτικές προτιμήσεις των παιδιών στρέφεται και στις διαφορές που τυχόν προκύπτουν εξαιτίας του φύλου τους. Αρχικά γίνεται φανερό η ομοφωνία των παιδιών σε σχέση με τις δημοφιλέστερες γι' αυτά επιλογές από τα τηλεοπτικά προγράμματα. Παρατηρείται ότι το αγαπημένο πρόγραμμα των παιδιών δεν εξαρτάται από το φύλο, αλλά παραμένει η επιλογή του σήριαλ “Παρά πέντε” τόσο από τα αγόρια, όσο και από τα κορίτσια.

Αναφορικά με τις προτιμήσεις των παιδιών στα παιδικά προγράμματα διαφάνηκε η τάση να τα παρακολουθούν στο σύνολο τους, με σαφή διαχωρισμό όμως στο ποιο πρόγραμμα καταλαμβάνει πρωταρχική θέση στις προτιμήσεις τους. Συγκεκριμένα τα αγόρια περιορίζονται σε παιδικές εκπομπές που προβάλλουν πολεμικούς ήρωες αρσενικού γένους, σκηνές δράσεις, έντονες εναλλαγές εικόνων, μέχρι και επιθετικές ενέργειες. Επιπλέον, από τις επιλογές τους φάνηκε πως τα αγόρια προτιμούν το ποδόσφαιρο και τις ειδήσεις

γιατί όπως είπαν χαρακτηριστικά «μόνο ο μπαμπάς μου τα βλέπει, γι' αυτό τα βλέπω και εγώ».

Σε αντιδιαστολή βρίσκονται οι επιθυμίες των κοριτσιών, τα οποία καθηλώνονται σε εκπομπές με αστείο περιεχόμενο, ήρεμη πλοκή δράσης και γενικότερα σε προγράμματα που παρουσιάζουν μια “παραμυθένια” κατάσταση και ωραιοποιούν τα γεγονότα.

Η κατάσταση αυτή δείχνει ότι οι στερεοτυπικές αντιλήψεις σε σχέση με το φύλο, διαμορφώνονται από τις πρώτες κιόλας σχολικές ηλικίες των παιδιών. Τα παιδιά, δηλαδή ακόμα και στην νηπιακή ηλικία εκφράζουν στις προτιμήσεις φυλετικές διακρίσεις οι οποίες συνάδουν με τις στερεοτυπικές αντιλήψεις του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου.

## 5. Γονείς, παιδιά και τηλεόραση

Η τηλεόραση έχει γίνει μια πραγματικότητα μέσα στην καθημερινή ζωή των παιδιών. Ενσωματωμένη μέσα στο οικογενειακό περιβάλλον, επιδρά πριν το σχολείο ή παράλληλα με αυτό. Χρησιμοποιείται για την απομόνωση ή την επικοινωνία των μελών της οικογένειας, μπορεί να δημιουργήσει αντιθέσεις, άλλα συγχρόνως να δημιουργεί κοινά βιώματα, κοινά θέματα συζήτησης. Ωστόσο ο τρόπος που εμπλέκεται στις σχέσεις γονιών-παιδιών δεν εξαρτάται από την τηλεόραση ή από το περιεχόμενο, άλλα από τον τρόπο που έχουν διαρθρώσει τις μεταξύ τους σχέσεις οι γονείς με τα παιδιά.

Στην παρούσα έρευνα διαπιστώθηκε γενικά πως τα παιδιά παρακολουθούν τηλεόραση με τα μέλη της οικογένειας τους. Παρατηρήθηκε πως κατά κύριο λόγο στην συντροφιά των παιδιών μπροστά στην τηλεόραση βρίσκονται τα αδέρφια. Οι γονείς από την άλλη παίζουν σημαντικό ρόλο στις επιλογές των παιδιών και μάλιστα είναι αυτοί που απαγορεύουν την παρακολούθηση ορισμένων προγραμμάτων.

Ο βασικός “πρωταγωνιστής” της οικογένειας σύμφωνα με την έρευνα είναι ο πατέρας, είναι αυτός δηλαδή που επηρεάζει τις επιλογές των παιδιών και που έχει μια ελαφρά μεγαλύτερη προτίμηση από τα παιδιά στο να του εκφράσουν

τις ανησυχίες τους για αυτά που παρακολουθούν. Βέβαια είναι σημαντικό να αναφερθεί πως οι φίλοι των παιδιών εμφανίζονται έντονα στις κουβέντες για τα τηλεοπτικά δρώμενα και τις εξελίξεις των σήριαλ που βλέπουν.

Τέλος, αποδείχτηκε πως η συντριπτική πλειοψηφία των παιδιών είναι γνώστες της χρήσης του τηλεκοντρόλ και μάλιστα αναγνωρίζουν τα κανάλια της τηλεόρασης σύμφωνα μ' αυτό. Δηλαδή, εκφράζουν για παράδειγμα το κανάλι mega ως το κανάλι 5, το νούμερο που αντιστοιχεί στο τηλεκοντρόλ και όχι το λογότυπο του καναλιού αυτού. Και σ' αυτό το σημείο είναι έντονη η παρουσία του πατέρα, αφού είναι αυτός που χειρίζεται το τηλεκοντρόλ όταν τα παιδιά παρακολουθούν τηλεόραση με την υπόλοιπη οικογένεια.

## 6. Διαχρονική εξέλιξη των τηλεοπτικών συνηθειών παιδιών προσχολικής ηλικίας

Πριν τέσσερα χρόνια πραγματοποιήθηκε αντίστοιχη έρευνα βασισμένη στις τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών προσχολικής ηλικίας που διεξήχθη από την φοιτήτρια Χαρούλα Γονιτσιώτη. Το δείγμα είχε συλλεχθεί από την ευρύτερη περιοχή του Βόλου και περιελάμβανε 114 παιδιά. Σε σύγκριση με τα αποτελέσματα που προέκυψαν τώρα διαπιστώθηκε πως υπάρχουν αρκετές ομοιότητες σε σχέση με εκείνα που διεξήχθησαν πριν τέσσερα χρόνια. Αρχικά, το ότι ο αριθμός των τηλεοράσεων μέσα στο σπίτι αυξάνεται όλο και περισσότερο είναι πλέον μια διαπίστωση, αλλά κυρίως η παρουσία της τηλεόρασης ακόμα και το παιδικό δωμάτιο είναι κάτι που αυξάνεται και αυτό πρέπει να προβληματίζει ιδιαίτερα τους γονείς.

Ένα δεύτερο σημείο που αξίζει να ειπωθεί είναι ότι τα παιδιά στις τηλεοπτικές τους προτιμήσεις ανέφεραν σε μεγάλο ποσοστό ότι παρακολουθούν DVD με παιδικά προγράμματα. Διαφαίνεται ότι η σύγχρονη οικογένεια του 21<sup>ου</sup> αιώνα έχει ενσωματώσει το τεχνολογικό μέσο, DVD, στις καθημερινές του ανάγκες. Κάτι τέτοιο όμως απουσίαζε τελείως από την παλαιότερη έρευνα.



Σχετικά με τα προγράμματα που παρακολουθούν διαχρονικά τα παιδιά, οι επιλογές τους στην πλειοψηφία στρέφονται σε εκπομπές που απευθύνονται σε ενήλικες και βέβαια μεγαλύτερη βαρύτητα δίνουν στη βραδινή ζώνη, όπου μένουν ως αργά ξύπνια για να δουν τα διάφορα προγράμματα. Τέλος όσον αναφορά τα δύο φύλα, οι απόψεις παραμένουν στερεότυπες και τα παιδιά εξακολουθούν να βλέπουν έργα και παιδικές εκπομπές όπου προβάλλονται οι διαφορετικοί ρόλοι του αρσενικού και του θηλυκού προτύπου.

Σε γενικό επίπεδο δεν εμφανίζονται αλλαγές σ' αυτή την τετραετία, πέρα από την εμφάνιση του DVD. Θα ήταν όμως πολύ αξιόλογο να πραγματοποιούνται αντίστοιχες έρευνες σε τακτά χρονικά διαστήματα που να κοινοποιούνται στο ευρύ κοινό έτσι ώστε να μπορεί ο καθένας ξεχωριστά και ειδικά οι γονείς να λαμβάνουν μέτρα και να αποτρέπουν τα παιδιά τους από τη συχνή παρακολούθηση της τηλεόρασης.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- 1.Βουϊδασκής Κ. Βασίλης (1992). Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους, Αθήνα: Μπρηγόρης
- 2.Βρύζας Κωνσταντίνος(1997). Μέσα επικοινωνίας και παιδική ηλικία, Θεσσαλονίκη: Βάνιας
- 3.Γιαρμενίτου Π.-Λαζάρου Αν.-Χατζηευγενάκη Θ.(1991). Τηλεοπτικά πρότυπα και παιδιά, περιοδικό ‘Σχολείο και Ζωή’
- 4.Γουίν Μαρί (1996). Τηλεόραση ένας ξένος στο σπίτι, μετάφραση: Τσαλίκη Πολυξένη, Αθήνα: Ακρίτας
- 5.Δούλκερη Τ.(1990). Μέσα μαζικής ενημέρωσης και ισότητα των δύο φύλων, Αθήνα: Παπαζήσης
- 6.Δούλκερη Τ.(1994). Παιδικά μέσα επικοινωνίας και σεξισμός, Αθήνα: Παπαζήσης
- 7.Δούλκερη Τ.(1997). Η εικόνα του παιδιού στην ελληνική τηλεόραση και στον ελληνικό τύπο, Αθήνα: Gutenberg
- 8.Ελευθεριάδης Π.-Μαντουβάλου Σ. (1985). Σύγχρονη εκπαίδευση και τηλεόραση, Αθήνα: Δίπτυχο
- 9.Εφημερίδα το ‘ΒΗΜΑ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ’. Το άγχος για την εξωτερική εμφάνιση, η προβολή προτύπων έντονης σεξουαλικότητας και η τηλεοπτική πλύση εγκεφάλου καταστρέφουν την παιδική ηλικία, 25-02-2007, Κωδικός άρθρου:Β14999Η101
- 10.Καμαριανός Ι. (2002). Εξουσία, ΜΜΕ και εκπαίδευση, Αθήνα: Gutenberg

11.Κασσωτάκη Μ.(1981). Η εκπαιδευτική τηλεόραση, *περιοδικό ‘Σύγχρονη Εκπαίδευση’*

12.Κάστορας Δ. Σταύρος(1990).Οπτικοακουστικά μέσα μαζικής επικοινωνίας, Αθήνα: Παπαζήσης

13.Κορωναίου Α.(1992). Νέοι και μέσα μαζικής επικοινωνίας, Αθήνα: Οδυσσεάς

14.Κουτσοβάνου Ελένη(1991). Η γλωσσική ανάπτυξη του παιδιού της προσχολικής ηλικίας και η τηλεόραση, Αθήνα: Οδυσσεά

15.Μανθούλης Ροβήρος (1981).Το κράτος της τηλεόρασης, Αθήνα: Θεμέλιο

16.Ναυρίδης Κλ.- Δημητρόπουλος Γ.-Πασχαλίδης Γ. (1988), Τηλεόραση και επικοινωνία, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής

17.Παιδούση Χρύσα (2004). Τηλεόραση και ελληνική κοινωνία, Αθήνα: Εικόν

18.Παπαδημητρίου Μαριάνθη, Κοτζαερίδου Ουρανία, Αναγνώστου Ειρήνη, Παπαδημητρίου Γεώργιος Ελεύθερος χρόνος και τηλεόραση στην παιδική και εφηβική ηλικία, *14ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ελληνικής Εταιρίας Κοινωνικής Παιδιατρικής και Προαγωγής της υγεία 23-25/5/02 Θεσσαλονίκη*

19.Παπαδοπούλου Νατάσα, Βλαχοπαπαδοπούλου Ελπίδα, Νικολάου Κατερίνα, Μιχαλάκος Στέφανος, Τσαρμακλής Γεώργιος(2000) Ελεύθερος χρόνος μαθητών δημοτικών σχολείων, *14ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ελληνικής Εταιρίας Κοινωνικής Παιδιατρικής και Προαγωγής της υγεία 23-25/5/02 Θεσσαλονίκη*

20.Παπαθανασόπουλος Στέλιος (1997). Η δύναμη της τηλεόρασης, Αθήνα: Καστανιώτης

21.Ρέππας Δ. (1999). Πρόσωπο με πρόσωπο με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, Αθήνα: Καστανιώτης

22.Σαπουνάς Αθανάσιος (1998).Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και η αγωγή, Θεσσαλονίκη: Πήγασος

23.Σόρογκας Σ. Ευάγγελος (2004). Θεωρίες της τηλεόρασης, Αθήνα: Καστανιώτης

24.Σκουμπρή Α. (1991). Τηλεόραση και παιδιά, *Περιοδικό "Διαβάζω"*,262

25.Φρυσίρα Ε.-Κανιούρα, Αναστασέα Κ.-Βλάχου, Παπαθανασίου Δ.-Κλώντζα, Ξυπολητά Α.-Ζαχαριάδη, Ματσανιώτη Ν.(1993). Η επίδραση της τηλεόρασης στα ελληνόπουλα, στο τέλος του 20<sup>ου</sup> αιώνα και ο παιδίατρος, *περιοδικό "ΠΑΙΔΙΑΤΡΙΚΗ 56"*

## ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

1.Andersen E., Crespo J., Bartlett J., Cheskin J., Pratt Michael.(1998) Relationship of Physical Activity and Television Watching with Body Weight and Level of Fatness Among Children, *Journal of the American Medical Association*, Volume. 279, No. 12, March

2.Christakis A., Ebel. E., Rivara P., and Zimmerman J. (2004) Television, video, and computer game usage in children under 11 years of age *The Journal of Pediatrics*, Volume 145, Issue 5, November, 652-656

3.FitzPatrick E., Edmunds S., and Dennison A. (2007) Positive Effects of Family Dinner Are Undone by Television Viewing *Journal of the American Dietetic Association*.Volume 107, Issue 4, April, 666-671

4.Jordan B., Hersey C., McDivitt A., and Heitzler D. (2006).Reducing Children's Television-Viewing Time: A Qualitative Study of Parents and Their Children. *The Journal of Pediatrics*, Volume. 118 No. 5 November , 1303-1310

5.Squillaci Tito (2006). Η τηλεόραση και τα παιδιά μας, μετάφραση: Υφαντής Παναγιώτης, Αθήνα: Ακρίτας

# L'APPARTIENANCE

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

**Φύλο**

**Ηλικία**

**Καταγωγή**

**Επάγγελμα πατέρα**

**Επάγγελμα μητέρας**

**1) Έχετε τηλεόραση στο σπίτι σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**α) Πόσες;**

**β) Σε ποió δωμάτιο βρίσκονται;**

**2) Βλέπεις κάθε μέρα τηλεόραση;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**3) Η τηλεόραση παίζει συνέχεια, όλη τη μέρα στο σπίτι ή όχι;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4) Ποιές ώρες της ημέρας βλέπεις τηλεόραση;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**5) Με ποιούς βλέπεις τηλεόραση στο σπίτι;**

ΜΑΜΑ

ΜΠΑΜΠΑ

ΑΔΕΡΦΙΑ

**6) Το βράδυ βλέπεις ως αργά τηλεόραση;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**7) Ποιό είναι το αγαπημένο σου πρόγραμμα; Γιατί;**

**8) Ποιά άλλα προγράμματα βλέπεις στην τηλεόραση;**

**9) Σου αρέσει να βλέπεις διαφημίσεις στην τηλεόραση;**

ΝΑΙ                      ΟΧΙ

**10) Ποιά είναι η αγαπημένη σου διαφήμιση;**

**11) Ξέρεις να χειρίζεσαι το τηλεκοντρόλ;**

ΝΑΙ                      ΟΧΙ

**12) Ποιός χειρίζεται περισσότερο το τηλεκοντρόλ στο σπίτι;**

ΜΑΜΑ    ΜΠΑΜΠΙΑΣ    ΕΓΩ    ΑΔΕΡΦΙΑ

**13) Ποιός διαλέγει τί θα δεις στην τηλεόραση;**

ΜΑΜΑ    ΜΠΑΜΠΙΑΣ    ΕΓΩ    ΑΔΕΡΦΙΑ

**14) Συζητάς με κάποιον αυτά που βλέπεις στην τηλεόραση;**

ΝΑΙ                      ΟΧΙ

**α) Με ποιόν;**

ΜΑΜΑ    ΜΠΑΜΠΙΑΣ    ΕΓΩ    ΑΔΕΡΦΙΑ

**15) Οι γονείς σου σ' αφήνουν να βλέπεις πάντα ό,τι θέλεις στην τηλεόραση;**

ΝΑΙ                      ΟΧΙ

*a) Αν όχι, τί δε σ' αφήνουν να δεις;*

*16) Ποιό κανάλι βλέπεις περισσότερο;*

*17) Υπάρχουν εκπομπές που είναι μόνο για αγόρια;*

ΝΑΙ                      ΟΧΙ

*18) Υπάρχουν εκπομπές που είναι μόνο για κορίτσια;*

ΝΑΙ                      ΟΧΙ

*19) Τί προτιμάς περισσότερο;*

ΝΑ ΠΑΙΖΩ      ΝΑ ΒΛΕΠΩ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ      ΝΑ ΖΩΓΡΑΦΙΖΩ  
ΝΑ ΑΚΟΥΩ ΜΟΥΣΙΚΗ      ΝΑ ΔΙΑΒΑΖΩ



## ΠΙΝΑΚΕΣ ΤΟΥ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

### SPSS(15 ΝΟΥΜΕΡΟ)

#### 1. ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

##### *ΦΥΛΟ*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	αγόρι	70	45,2	45,2	45,2
	κορίτσι	85	54,8	54,8	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

##### *ΗΛΙΚΙΑ*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	48-53	24	15,5	15,5	15,5
	54-59	35	22,6	22,6	38,1
	60-65	48	31,0	31,0	69,0
	66-71	48	31,0	31,0	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

##### *ΚΑΤΑΓΩΓΗ*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ελληνική	146	94,2	94,2	94,2
	αλλοδαπή	9	5,8	5,8	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

## 2. ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Ερώτηση 1: Έχετε τηλεόραση στο σπίτι σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ναι	153	98,7	98,7	98,7
Valid όχι	2	1,3	1,3	100,0
Total	155	100,0	100,0	

Ερώτηση 1α: Πόσες;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 τηλεόραση	37	23,9	24,2	24,2
Valid 2 τηλεοράσεις	82	52,9	53,6	77,8
Valid 3 τηλεοράσεις	33	21,3	21,6	99,3
Valid 4 τηλεοράσεις	1	,6	,7	100,0
Total	153	98,7	100,0	
Missing 999	2	1,3		
Total	155	100,0		

Ερώτηση 1β: Σε ποιά δωμάτιο βρίσκονται;

**“ΣΑΛΟΝΙ”**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ναι	141	91,0	92,2	92,2
Valid όχι	12	7,7	7,8	100,0
Total	153	98,7	100,0	
Missing 999	2	1,3		
Total	155	100,0		

**“ΔΩΜΑΤΙΟ ΓΟΝΙΩΝ”**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	110	71,0	71,9	71,9
	όχι	43	27,7	28,1	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

**“ΚΟΥΖΙΝΑ”**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	12	7,7	7,8	7,8
	όχι	141	91,0	92,2	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

**“ΔΩΜΑΤΙΟ ΠΑΙΔΙΩΝ”**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	41	26,5	26,8	26,8
	όχι	112	72,3	73,2	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

**Ερώτηση 2: Βλέπεις κάθε μέρα τηλεόραση;**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	106	68,4	69,3	69,3
	όχι	47	30,3	30,7	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 3: Η τηλεόραση παίζει συνέχεια, όλη τη μέρα στο σπίτι σας;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	87	56,1	56,9	56,9
	όχι	66	42,6	43,1	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 4: Ποιές ώρες της ημέρας βλέπεις τηλεόραση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	το πρωί	41	26,5	26,8	26,8
	το μεσημέρι	28	18,1	18,3	45,1
	το απόγευμα	9	5,8	5,9	51,0
	το βράδυ	75	48,4	49,0	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 5: Με ποιους βλέπεις τηλεόραση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	μόνος μου	40	25,8	26,1	26,1
	μαμά	34	21,9	22,2	48,4
	μπαμπά	18	11,6	11,8	60,1
	αδέρφια	61	39,4	39,9	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 6: Το βράδυ βλέπεις ως αργά τηλεόραση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	119	76,8	77,8	77,8
	όχι	34	21,9	22,2	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 7: Ποιο είναι το αγαπημένο σου πρόγραμμα;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	999	2	1,3	1,3	1,3
	DVD	1	,6	,6	1,9
	singles	1	,6	,6	2,6
	δάσκαλος	2	1,3	1,3	3,9
	ειδήσεις	1	,6	,6	4,5
	παιδικά	67	43,2	43,2	47,7
	Παρά πέντε	80	51,6	51,6	99,4
	ποδόσφαιρο	1	,6	,6	100,0
Total	155	100,0	100,0		

Ερώτηση 8: Ποια άλλα προγράμματα βλέπεις στην τηλεόραση;

*“DVD”*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	137	88,4	89,5	89,5
	όχι	16	10,3	10,5	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

**“ΠΑΙΔΙΚΑ”**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	153	98,7	100,0	100,0
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

**“ΣΙΠΙΑ”**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	114	73,5	74,5	74,5
	όχι	39	25,2	25,5	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

**“ΕΝΕΣΤΑΙΝΙΕΣ”**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	28	18,1	18,3	18,3
	όχι	125	80,6	81,7	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

**“ΝΤΟΚΙΜΑΤΕΡ”**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	32	20,6	20,9	20,9
	όχι	121	78,1	79,1	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

**“ΕΙΛΗΣΕΙΣ”**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	36	23,2	23,5	23,5
	όχι	117	75,5	76,5	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

**“ΤΗΛΕΠΑΙΧΝΙΔΙΑ”**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	36	23,2	23,5	23,5
	όχι	117	75,5	76,5	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 9: Σου αρέσει να βλέπεις διαφημίσεις στην τηλεόραση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	117	75,5	76,5	76,5
	όχι	36	23,2	23,5	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 10: Ποια είναι η αγαπημένη σου διαφήμιση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	becool	1	,6	1,3	1,3
	BMW	8	5,2	10,7	12,0
	c-cola	3	1,9	4,0	16,0
	CD	4	2,6	5,3	21,3
	DVD	2	1,3	2,7	24,0
	fanta	1	,6	1,3	25,3
	jumbo	4	2,6	5,3	30,7
	kinder	3	1,9	4,0	34,7
	megali	2	1,3	2,7	37,3
	police	1	,6	1,3	38,7
	sprint	1	,6	1,3	40,0
	βιβλία	2	1,3	2,7	42,7
	βιτάμ	1	,6	1,3	44,0
	ζωάκια	1	,6	1,3	45,3
	καλλυν	2	1,3	2,7	48,0
	κινητά	11	7,1	14,7	62,7
	μαλλια	1	,6	1,3	64,0
	νουνου	1	,6	1,3	65,3
	οτε	9	5,8	12,0	77,3
	παιχνι	8	5,2	10,7	88,0
	ποδόσφ	1	,6	1,3	89,3
	σηματα	1	,6	1,3	90,7
	σταθερ	4	2,6	5,3	96,0
	τίγλα	3	1,9	4,0	100,0
	Total	75	48,4	100,0	
Missing	999	80	51,6		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 11: Ξέρεις να χειρίζεσαι το τηλεκοντρόλ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	137	88,4	89,5	89,5
	όχι	16	10,3	10,5	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		



Ερώτηση 12: Ποιος χειρίζεται συνήθως το τηλεκοντρόλ στο σπίτι;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	εγώ	35	22,6	22,9	22,9
	μαμά	43	27,7	28,1	51,0
	μπαμπάς	62	40,0	40,5	91,5
	αδέρφια	13	8,4	8,5	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 13: Ποιος διαλέγει τί θα δεις στην τηλεόραση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	εγώ	49	31,6	32,0	32,0
	μαμά	34	21,9	22,2	54,2
	μπαμπάς	62	40,0	40,5	94,8
	αδέρφια	8	5,2	5,2	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 14: Συζητάς με κάποιον γι' αυτά που βλέπεις στην τηλεόραση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	93	60,0	60,8	60,8
	όχι	60	38,7	39,2	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 14α: Με ποιον ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	κανένας	60	38,7	39,2	39,2
	μαμά	18	11,6	11,8	51,0
	μπαμπά	31	20,0	20,3	71,2
	αδέρφια	25	16,1	16,3	87,6
	φίλοι	19	12,3	12,4	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 15: Οι γονείς σου σ' αφήνουν να βλέπεις πάντα ό,τι θέλεις στην τηλεόραση;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	70	45,2	45,8	45,8
	όχι	83	53,5	54,2	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 15α: Τι δεν σ' αφήνουν να δεις;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	τα πάντα	69	44,5	45,1	45,1
	πολεμικά	33	21,3	21,6	66,7
	θρίλερ	28	18,1	18,3	85,0
	ακατάλληλα	23	14,8	15,0	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 16: Ποιο κανάλι βλέπεις περισσότερο;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	κανάλι τηλεόρασης	73	47,1	47,7	47,7
	κανάλι στο τηλεκοντρόλ	80	51,6	52,3	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 17: Υπάρχουν εκπομπές που είναι μόνο για αγόρια;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	92	59,4	60,1	60,1
	όχι	61	39,4	39,9	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 18: Υπάρχουν εκπομπές που είναι μόνο για κορίτσια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ναι	97	62,6	63,4	63,4
	όχι	56	36,1	36,6	100,0
	Total	153	98,7	100,0	
Missing	999	2	1,3		
Total		155	100,0		

Ερώτηση 19: Τι προτιμάς περισσότερο;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	να παίζω	68	43,9	43,9	43,9
	να βλέπω τηλεόραση	32	20,6	20,6	64,5
	να ζωγραφίζω	30	19,4	19,4	83,9
	να ακούω μουσική	18	11,6	11,6	95,5
	να διαβάζω	7	4,5	4,5	100,0
	Total	155	100,0	100,0	

Α.Ρ.Τ.	Α.Π.Α.	Α.Π.Α.
0,28	5,01	5,01
0,29	5,11	5,11
0,00*	5,5	5,5
		100*

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



004000085974

88

