

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΣΧΟΛΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Διπλωματική Εργασία

«Οι τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών
της προσχολικής ηλικίας»

της

Χαρούλας Γονιτσιώτη

Επιβλέπουσα: Δόμνα- Μίκα Κακανά, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Π.Θ.

Β' Βαθμολογητής : Καμαριανός Ιωάννης, Λέκτορας Πανεπιστημίου
Πάτρας- Διδάσκων Καθηγητής Πανεπιστημίου Βόλου.

ΒΟΛΟΣ

ΙΟΥΝΙΟΣ 2003



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ «ΓΚΡΙΖΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ»

Αριθ. Εισ.: 1761/1
Ημερ. Εισ.: 20-01-2004
Δωρεά: _____
Ταξιδετικός Κωδικός: ΠΤ ΠΠΕ
2003
ΓΟΝ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



004000070795

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευχαριστίες.....σελ.1
Εισαγωγή.....2-3

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

1. Ο ρόλος των ΜΜΕ και το κράτος.....4-6
2. Οι θετικές και οι αρνητικές επιδράσεις της τηλεόρασης.....7-12 ✓
3. Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα.....13
3.1 Θεωρίες για την επίδραση της τηλεοπτικής βίας και επιθετικότητας στα παιδιά.....13-17
3.2 Το παράδειγμα των Η.Π.Α. και της Ιαπωνίας και η τηλεοπτική βία.....17-18
4. Η παρουσία της τηλεόρασης στη ζωή του σύγχρονου ανθρώπου.....19
4.1 Η τηλεόραση και η σημασία της για την οικογένεια.....19-21
4.2 Ποιες εκπομπές είναι για παιδιά και ποιες για μεγάλους, σύμφωνα με τις απόψεις γονέων και παιδιών.....22-23
5. Η προσωπικότητα του παιδιού- τηλεθεατή και οι παράγοντες που επηρεάζουν τις τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών.....24
5.1 Η προσωπικότητα του παιδιού- τηλεθεατή.....24-25
5.2 Φύλο, στερεότυπα και τηλεόραση.....25-28
5.3 Κοινωνική καταγωγή και μορφωτικό επίπεδο της οικογένειας.....28-29
6. Η τηλεοπτική πραγματικότητα και πως την εκλαμβάνουν τα παιδιά.....30-32
7. Έρευνες για την ελληνική τηλεοπτική πραγματικότητα.....33-35 \

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

1. Στόχοι και υποθέσεις.....36-37
2. Μέθοδος της έρευνας.....37
3. Χρόνος και δείγμα της έρευνας.....37-38
4. Παρουσίαση του οδηγού συνέντευξης.....38-39
5. Τα αποτελέσματα της έρευνας.....40-52

ΤΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

1. Η θέση της τηλεόρασης μέσα στο σπίτι.....53-55
2. Τι βλέπουν τα παιδιά στην τηλεόραση και ποιες ώρες.....55-56
3. Οι τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών και οι διαφορές ως προς το φύλο.57-59
4. Ο ρόλος των γονέων στις τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών.....59-62

ΣΥΖΗΤΗΣΗ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....63-66

Βιβλιογραφία.....67-68

Παράρτημα.....69-71

Αρχικά θα πρέπει να αναφέρω ότι πολλοί παράγοντες συνέβαλαν στην πραγματοποίηση και διεξαγωγή της παρακάτω πτυχιακής εργασίας. Γι' αυτό το λόγο θα ήθελα να ευχαριστήσω τις νηπιαγωγούς που με δέχτηκαν εύκολα στις τάξεις τους, διέθεσαν χρόνο και με βοήθησαν, έτσι ώστε να γίνουν οι συνεντεύξεις με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Ακόμη, τους επιβλέποντες καθηγητές κ. Δόμνα-Μίκα Κακανά και κ. Ιωάννη Καμαριανό για την πολύτιμη βοήθεια και συνεργασία που μου προσέφεραν, καθώς επίσης για τον χρόνο και τις γνώσεις που μου παρείχαν, προκειμένου να πραγματοποιηθεί η παρούσα εργασία. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω και την κ. Μαρία Ποιμενίδου για τη βοήθειά της στην επιλογή των νηπιαγωγείων και στην ολοκλήρωση της έρευνας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το θέμα της εργασίας είναι «*Οι τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών της προσχολικής ηλικίας*». Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης τις τελευταίες δεκαετίες μπαίνουν στο σπίτι της κάθε οικογένειας, με σκοπό κυρίως να ψυχαγωγήσουν και να ενημερώσουν. Η τηλεόραση, όμως, είναι ένα μέσο, το οποίο φαίνεται πως υπερισχύει των άλλων, αποτελώντας πλέον ένα αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας πολλών ανθρώπων. Οι τηλεοπτικές εκπομπές που προβάλλονται έχουν σαν περιεχόμενο θέματα που απασχολούν και ενδιαφέρουν ενήλικες και παιδιά, εργαζόμενους και μη, άντρες και γυναίκες και άτομα οποιασδήποτε κοινωνικής και οικονομικής κατάστασης. Επομένως, όλοι κάποια στιγμή της ημέρας περνούν κάποιο διάστημα μπροστά στη μικρή οθόνη και απολαμβάνουν τα αγαπημένα τους προγράμματα.

Βασική υπόθεση της έρευνας υπήρξε το γεγονός ότι τα παιδιά προσχολικής ηλικίας βλέπουν πολλές ώρες την ημέρα τηλεόραση. Έτσι, επιχειρήσαμε να δούμε τι είδους εκπομπές προτιμούν να βλέπουν, καθώς επίσης και να διερευνήσουμε τις διάφορες τηλεοπτικές συνήθειές τους και το ρόλο που ενδεχομένως παίζει ο γονικός παράγοντας σ' αυτές.

Η συγκεκριμένη εργασία, ουσιαστικά, αποτελείται από τρία βασικά μέρη: το θεωρητικό, το ερευνητικό και τα συμπεράσματα της έρευνας. Τα μέρη αυτά συσχετίζονται μεταξύ τους και αλληλοσυμπληρώνονται.

Στο θεωρητικό μέρος γίνεται λόγος για τον ρόλο των ΜΜΕ και το κράτος, την επίδραση της τηλεόρασης στον άνθρωπο και κυρίως στο μικρό παιδί, δίνοντας έμφαση στις σκηνές βίας και επιθετικότητας. Επίσης, βλέπουμε τη σημασία που έχει η τηλεόραση στη ζωή του σύγχρονου ανθρώπου και ιδιαίτερα του παιδιού προσχολικής ηλικίας και διερευνώνται οι παράγοντες που μπορεί να επηρεάζουν τις τηλεοπτικές συνήθειες των νηπίων. Τέλος, αναφέρονται κάποιες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στο παρελθόν, οι οποίες είχαν σαν αντικείμενο την τηλεόραση σ σχέση με το παιδί.

Στο ερευνητικό μέρος, αντίστοιχα, περιγράφεται η έρευνα που πραγματοποιήθηκε. Αρχικά, αναφέρονται οι στόχοι, οι υποθέσεις, η μέθοδος, το δείγμα και ο χρόνος και στη συνέχεια παρουσιάζονται αναλυτικά και με πίνακες τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις ατομικές συνεντεύξεις των νηπίων.

Στο τρίτο μέρος παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που εξάγονται από την έρευνα και διατυπώνονται ορισμένες προτάσεις, που θα μπορούσαν να ισχύσουν.

Στο τέλος της εργασίας, παρατίθεται η βιβλιογραφία, καθώς και το παράρτημα με τον οδηγό της συνέντευξης.

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

1. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ Μ.Μ.Ε. ΚΑΙ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ

Σύμφωνα με τον Έκο, η τηλεόραση είναι «μια 'υπηρεσία': ένα τεχνικό μέσο επικοινωνίας, μέσω του οποίου μπορούν να διοχετευτούν στο κοινό διάφορα είδη επικοινωνιακού λόγου, καθένα από τα οποία αντιστοιχεί, πέρα από τους τεχνικοεπικοινωνιακούς νόμους της υπηρεσίας και στους τυπικούς νόμους του συγκεκριμένου λόγου». (Έκο, 1987, 403). Όλα, όμως, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, φαίνεται πως είναι αλληλένδετα μεταξύ τους και σε πολλές περιπτώσεις εξαρτάται το ένα από το άλλο. Ο Βαρεμένος υποστήριξε ότι «οι εφημερίδες πολύ συχνά καταφεύγουν στη μίμηση της τηλεόρασης, ακόμη και των τηλεπαιχνιδιών, τα οποία κατακεραυνώνουν από στήλες, όπως εκείνες της δήθεν σοβαρής τηλεκριτικής... Καταφεύγουν στην τηλεκριτική, η οποία μέσα στη χυδαιότητα των εξαρτήσεών της, απεικονίζει σε όλη της τη μεγαλοπρέπεια, τα αλληλένδετα προβλήματα εξάρτησης που υπάρχουν στα μέσα, συμπεριλαμβανομένου και του 'αθώου' ραδιοφώνου». (Βαρεμένος κ.ά., 1994, 12). Υποστηρίζει ακόμα ότι το ραδιόφωνο στην Ελλάδα είναι ο κατεξοχήν φορέας του πολιτικού λαϊκισμού, σε σύγκριση με τον λαϊκισμό της τηλεόρασης, που είναι περισσότερο κοινωνικός.

Πολύ συχνά γίνεται λόγος για την ανεξαρτησία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Θεωρείται, μάλιστα, ότι προστατεύουν την ελευθερία του λόγου και το θεσμό της δημοκρατίας. Αυτή, όμως, η ανεξαρτησία των ΜΜΕ έχει αμφισβητηθεί αρκετά. Ο Τσόμσκι, φαίνεται πως καταρρίπτει αυτόν το μύθο περί ανεξαρτησίας των ΜΜΕ και πιστεύει ότι πρόκειται καθαρά για έναν μηχανισμό ελέγχου της σκέψης που βρίσκεται στην υπηρεσία των συμφερόντων των μεγάλων εταιρειών και του κράτους γενικότερα (Τσόμσκι, 1999). Ουσιαστικά, οτιδήποτε προβάλλεται από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και κυρίως από την τηλεόραση δεν βασίζεται στην αντικειμενικότητα και την αλήθεια αλλά είναι συνέπεια των αποφάσεων μιας ελίτ και έχει πολύ συγκεκριμένο στόχο: τον απόλυτο έλεγχο και την παθητικοποίηση. Μία μικρή ομάδα ανθρώπων των ανώτερων κοινωνικά και οικονομικά τάξεων αποφασίζει τελικά τι θα δούμε, τι θα ακούσουμε και τι θα διαβάσουμε.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνει, επίσης, στην κυριαρχία των ΗΠΑ και στον ορισμό της «δημοκρατίας» που απορρέει από αυτήν. Σύμφωνα, λοιπόν, με τον Τσόμσκι,

«δημοκρατία» είναι ένα σύστημα, το οποίο απορρίπτει τις δημοκρατικές μορφές, με σκοπό να προωθήσει τη μειωμένη κατανάλωση και την υπερεκμετάλλευση μέσω κρατικού ελέγχου επί της οικονομίας, σε συντονισμό με εγχώριους ομίλους εταιρειών και διεθνείς μεγάλες εταιρείες, ένα πρότυπο, το οποίο βρίσκεται εγγύτερα στον παραδοσιακό φασισμό, παρά στη δημοκρατία» (Τσόμσκι, 1999, 163). Έτσι, ο όρος «δημοκρατία» παίρνει την έννοια της κυριαρχίας επί της οικονομίας και της πολιτικής και κοινωνικής ζωής. Υποστήριξε ακόμα ότι οι άλλες χώρες θα μπορούσαν να καθορίζουν το μέλλον τους, εκτός εάν οι εξελίξεις ξεφεύγουν από τον έλεγχο και επηρεάζουν αρνητικά τα συμφέροντα των Η.Π.Α.

Σύμφωνα με τη Σεραφετινίδου, «η πιο δραματική ένδειξη του ολοκληρωτικού χαρακτήρα της κοινωνίας της εποχής μας είναι η ικανότητά της να αναστέλλει την κοινωνική αλλαγή- την ποιοτική αλλαγή, που θα εγκαθίδρυε ουσιαστικά διαφορετικούς θεσμούς και νέες μορφές ανθρώπινης σκέψης» (Σεραφετινίδου, 1987, 64). Αποτέλεσμα αυτού του ολοκληρωτικού χαρακτήρα της κοινωνίας μας είναι η κυριαρχία της μονοδιάστατης σκέψης και η απουσία της κριτικής διάστασης.

Παρατηρείται επίσης πως η εμφάνιση και ανάπτυξη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης συνδέεται άμεσα με την αποτελεσματική λειτουργία των μηχανισμών που εδραιώνουν την κυριαρχία του μονοπωλιακού κεφαλαίου και έχει σαν στόχο την ολόπλευρη και βαθύτατη αλλοτρίωση των μαζών. Γι' αυτό το λόγο, από τις αρχές του προηγούμενου αιώνα αρχίζουν να αναπτύσσονται νέοι θεσμοί, ανάμεσα στους οποίους κυριαρχούν τα σύγχρονα ΜΜΕ. Τα ΜΜΕ, λοιπόν, μέσω του τρόπου οργάνωσης και λειτουργίας τους θα παίξουν αποφασιστικό ρόλο στην κάλυψη μιας νέας ανάγκης που δημιουργείται με το πέρασμα της κοινωνίας στο κρατικομονοπωλιακό στάδιο, για νέου τύπου φορείς και νέα πρότυπα συμπεριφοράς, νέες αξίες, αντιλήψεις κλπ. (Σεραφετινίδου, 1987).

Αυτά τα πρότυπα συμπεριφοράς, οι αξίες και οι αντιλήψεις που προβάλλονται από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι έχουν ένα χαρακτήρα ισοπεδωτικό, γεγονός που καθιστά τα ίδια τα ΜΜΕ και κυρίως την τηλεόραση «εξισωτικά μέσα» (Βαρεμένος κ.ά., 1994). Η τηλεόραση πλέον δεν είναι μόνο θέαμα. «Είναι ένας τρόπος ζωής και ένας τρόπος σκέψης και τείνει να γίνει –αν δεν έγινε κιόλας- ένας τρόπος οργάνωσης μιας κοινωνίας, που αποσυντίθεται με γοργούς ρυθμούς. Ένας τρόπος οργάνωσης εξισωτικός, όπως λένε μερικοί, επειδή εξισώνει, για παράδειγμα, τη γριούλα των χωριών της Αργιθέας των Αγράφων με την κυρία Κολωνακίου. Ισοπεδωτικός, όπως λένε άλλοι, επειδή λειαίνει- αν δεν εξουδετερώνει

τελείως- τις ιδιαιτερότητες, εθνικές, κοινωνικές και πολιτιστικές, στα πλαίσια του 'παγκόσμιου χωριού'». (Βαρεμένος, 1994, 9).

Ποιος είναι όμως ο ρόλος του τηλεθεατή μπροστά στην τηλεόραση; Είναι ο απόλυτος κυρίαρχος ή είναι απλά αναγκασμένος να δέχεται οτιδήποτε προβάλλεται, παρακολουθώντας τα διάφορα προγράμματα; Εδώ θα μπορούσε να πει κάποιος ότι έχει την ευχέρεια να αλλάξει κανάλι, όταν κάτι δεν τον ικανοποιεί ή ακόμα να κλείσει την τηλεόραση. Σύμφωνα με τον Παππά, «ο δύσμοιρος τηλεθεατής έχει να διαλέξει ανάμεσα σε ομοειδή πράγματα. Δεν μιλάμε μόνο για ανόητα τηλεπαιχνίδια... Δεν μιλάμε μόνο για τις τηλεοπτικές σειρές- ορισμένες δίνουν την εντύπωση ότι έχουν γραφτεί από το ίδιο χέρι- αλλά και για τα δελτία ειδήσεων των δύο μεγάλων τηλεοπτικών σταθμών, τα οποία έχουν την ίδια δομή, την ίδια ιεράρχηση θεμάτων και μερικές φορές τις ίδιες 'αποκλειστικότητες'» (Βαρεμένος κ.ά., 1994, 70-71). Όταν, λοιπόν, τα τηλεοπτικά κανάλια στην πλειοψηφία τους προσφέρουν ουσιαστικά τα ίδια προϊόντα, είναι ίσως ουτοπικό να περιμένει κανείς από έναν παθητικό δέκτη να κλείσει την τηλεόραση ή να ψάξει για κάτι καλύτερο. «Ο τηλεθεατής είναι αγκιστρωμένος. Παρακολουθεί ό,τι του προσφέρουν, γιατί τις περισσότερες φορές δεν έχει συνηθίσει να καταφεύγει σε άλλες πηγές μάθησης» (Βαρεμένος, κ.ά., 1994, 71).

Όσον αφορά την κρατική εξουσία, σύμφωνα με τον Βαρεμένο, ρέπει προς την έμφυτη λογοκρισία κάθε φορά που εκδηλώνει ενδιαφέρον για την αντιμετώπιση ακραίων φαινομένων της τηλεόρασης. Φαινόμενα που δεν αντιμετωπίζονται, όταν ο καθένας επιδιώκει να αποσπάσει οφέλη και η κρατική εξουσία να μην χάσει τον έλεγχο.

Απ' όλα αυτά συμπεραίνουμε ότι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και ιδιαίτερα η τηλεόραση, είναι ένας θεσμός, ο οποίος ουσιαστικά είναι άμεσα συνδεδεμένος με την κρατική εξουσία, εξυπηρετεί συγκεκριμένες ανάγκες της και επομένως δεν είναι απόλυτα ανεξάρτητος. Ο τηλεθεατής, από την άλλη πλευρά, έχει υιοθετήσει ένα ρόλο αρκετά παθητικό και ουσιαστικά φαίνεται ανίκανος να ελέγξει και να περιορίσει τα όσα συμβαίνουν και τέλος να αντιδράσει στην κυριαρχία που του ασκείται.

Στη συνέχεια γίνεται λόγος για τις θετικές και τις αρνητικές επιδράσεις της τηλεόρασης.

2. ΟΙ ΘΕΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ.

Η τηλεόραση εδώ και πολλά χρόνια αποτελεί ίσως το πιο σημαντικό Μέσο Μαζικής Ενημέρωσης. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι σε πολλά νοικοκυριά υπάρχουν τουλάχιστον δύο τηλεοράσεις, πράγμα που δείχνει τη θέση που κατέχει στη σημερινή οικογένεια και την εξάρτηση του μέσου τηλεθεατή. Έχει υποστηριχθεί μάλιστα ότι *« η τηλεόραση πραγματοποιεί σήμερα τον κύριο όγκο της αγωγής. Οι νέοι μαθαίνουν από τη μικρή οθόνη ανθρώπινες σχέσεις, τρόπους συμπεριφοράς, μεθόδους αντιμετώπισης των δυσκολιών, μοντέλα οικογένειας, ερωτική διαπαιδαγώγηση»* (Σαπουνάς, 1998, 64). Η συγκεκριμένη άποψη δεν θα μπορούσε να αμφισβητηθεί, καθώς οι νέοι και πολύ περισσότερο τα μικρά παιδιά φαίνεται πως περνούν πολλές ώρες της ημέρας μπροστά στην τηλεόραση. Μάλιστα, η τηλεόραση έχει κατηγορηθεί για την αρνητική επίδραση που ασκεί στα παιδιά, όπως προκύπτει από έρευνες που έγιναν στην Αυστραλία, τη Φιλανδία, τον Καναδά, την Πολωνία και τη Μ. Βρετανία. *«Έχει ενοχοποιηθεί ότι προωθεί την παθητικότητα και αποθαρρύνει τη δημιουργικότητα»* (Κουτσοβάνου, 1991, 87). Φαίνεται άλλωστε ότι *«υπάρχει μια ευαίσθητη περίοδος πριν από την ηλικία των 8 ετών, όπου τα παιδιά υφίστανται μακροχρόνιες συνέπειες καλλιέργειας επιθετικών τρόπων συμπεριφοράς από την παρακολούθηση βίαιων τηλεοπτικών προγραμμάτων»* (Κουτσοβάνου, 1991, 87).

Ο ρόλος της τηλεόρασης όμως και η θετική επίδραση που ασκεί δεν θα μπορούσε να αγνοηθεί.

Συγκεκριμένα, ένας από τους βασικούς στόχους της τηλεόρασης είναι η ενημέρωση. Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας μέχρι σήμερα έχει οδηγήσει στο να έχουμε τη δυνατότητα ανά πάσα στιγμή πατώντας ένα κουμπί να μαθαίνουμε οτιδήποτε συμβαίνει ή είχε συμβεί στο παρελθόν σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου. Καθημερινά ο τηλεθεατής βομβαρδίζεται από κάθε είδους πληροφορίες σχετικές με εθνικά, οικονομικά, πολιτικά, πολιτιστικά, κοινωνικά, διεθνή και άλλα γεγονότα. Μ' αυτόν τον τρόπο η τηλεόραση συντελεί στην αλληλογνωριμία των λαών και στην κατανόηση της κοινότητας των προβλημάτων.

Πολύ σημαντικό θα μπορούσε να θεωρηθεί το γεγονός ότι μέσω της τηλεόρασης ο κάθε πολίτης συμμετέχει περισσότερο στη πολιτική ζωή και ενημερώνεται για το πολιτικοκοινωνικό γίγνεσθαι της χώρας του και του υπόλοιπου κόσμου. Έτσι δίνεται

η δυνατότητα στον καθένα, παρακολουθώντας τις διάφορες εξελίξεις, να αντιλαμβάνεται οτιδήποτε συμβαίνει και να ασκεί κριτική. Μ' αυτόν τον τρόπο ενισχύεται η δημοκρατία, η κοινωνική και πολιτική συνείδηση και ελέγχονται οι κάθε είδους ατασθαλίες. Επίσης, *«η τηλεόραση έχει τη δυνατότητα να ασκεί επίδραση ιδιαίτερα στα παιδιά και στους νέους για τη διαμόρφωση πολιτικής γνώμης και στάσης»* (Σαπουνάς, 1998, 67).

Σημαντική είναι η επίδραση που ασκεί η τηλεόραση στην ανάπτυξη της οικονομίας, της βιομηχανίας και του εμπορίου, κυρίως μέσω των διαφημίσεων και ανάλογων εκπομπών. Ο τηλεθεατής ενημερώνεται για τα διάφορα προϊόντα, κρίνει και επιλέγει αυτά που επιθυμεί.

Δεν θα μπορούσε να αγνοηθεί και ο μορφωτικός ρόλος της τηλεόρασης. *«Η εικόνα την οποία δέχονται τα παιδιά από την τηλεόραση είναι πολύ διαφορετική από εκείνη την οποία παίρνουν από τα διάφορα βιβλία και από τις στατικές και μονότονες μεθόδους διδασκαλίας»* (Σαπουνάς, 1998, 71). Οι κινούμενες και εναλλασσόμενες εικόνες, τα πλούσια χρώματα και τα κάθε είδους θέματα κεντρίζουν εύκολα τους τηλεθεατές και πολύ περισσότερο τα μικρά παιδιά που φαίνεται πως μαγεύονται με οτιδήποτε προβάλλεται στη μικρή οθόνη. Η τηλεόραση μπορεί να προσφέρει πολύτιμες γνώσεις σχετικά με τον φυσικό, τον κοινωνικό, τον πολιτιστικό και τον πολιτικό κόσμο.

Είναι πραγματικά αξιοθαύμαστο το γεγονός ότι μέσα σε λίγα λεπτά ο καθένας μπροστά στην τηλεόραση μπορεί να γνωρίσει μέρη που ίσως δεν θα του δοθεί ποτέ η δυνατότητα να βρεθεί, πολιτισμούς που δεν υπάρχουν πια ή που αναπτύχθηκαν σε μια άλλη περιοχή κάποια άλλη στιγμή στο παρελθόν και επιτεύγματα της επιστήμης που είναι δύσκολο να προσεγγίσει με άλλο τρόπο. Η τηλεόραση μπορεί να ταξιδέψει κάποιον στα βάθη της ανθρώπινης ιστορίας και σε περιοχές όλου του κόσμου, δίνοντας σε μικρό χρονικό διάστημα τόσες πληροφορίες όσες κανένα άλλο Μέσο Μαζικής Ενημέρωσης θα μπορούσε.

Ιδιαίτερης σημασίας είναι το γεγονός ότι ασκεί μεγάλη επιρροή στα παιδιά και στους νέους, προβάλλοντας ως πρότυπα κορυφαίες προσωπικότητες της ιστορίας, της επιστήμης και του αθλητισμού. *« Η τηλεόραση έχει τη δυνατότητα να οδηγεί τα παιδιά και τους νέους στον υγιή αθλητισμό... και να συμβάλει στη βελτίωση της επίδοσης των αθλητών στα διάφορα αθλήματα, με το να μπορούν οι ίδιοι να παρακολουθούν τις προσπάθειες άλλων και τις δικές τους και να βελτιώνουν τις επιδόσεις τους»* (Σαπουνάς, 1998, 74).

Η ποικιλία των προγραμμάτων δίνει στην τηλεόραση την ικανότητα να ενισχύει το καλαισθητικό συναίσθημα των παιδιών και των εφήβων, γνωρίζοντας τα θαυμαστά δημιουργήματα της τέχνης και του πολιτισμού.

«Εξίσου σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η τηλεόραση και στον χώρο της εκπαίδευσης, στη διδακτική και μαθησιακή διαδικασία με τις ποικίλες εκπαιδευτικές εκπομπές» (Σαπουνάς, 1998, 75). Τα διάφορα τέτοιου είδους προγράμματα και κυρίως τα ντοκιμαντέρ μπορούν να βοηθήσουν το παιδί αλλά και τους ενήλικες να γνωρίσουν τα βάθη της θάλασσας, το πλανητικό σύστημα και το διάστημα γενικότερα, τις φυσιολογικές λειτουργίες του ανθρώπινου σώματος, τον κόσμο των φυτών και των ζώων, καθώς επίσης την πολιτιστική κληρονομιά και τις παραδόσεις άλλων χωρών. Θα μπορούσε δηλαδή να ειπωθεί ότι η εκπαιδευτική τηλεόραση είναι ένα μέσο, που έχει τη δυνατότητα να υποστηρίζει και συγχρόνως να βοηθά το παιδαγωγικό/ διδακτικό έργο του εκπαιδευτικού.

Ένας από τους πιο σπουδαίους στόχους της τηλεόρασης είναι η ψυχαγωγία. Μέσα από τις ποικίλες ψυχαγωγικές εκπομπές της, όπως είναι οι κωμωδίες, οι περιπέτειες, οι κοσμοπολίτικες σειρές, οι κοινωνικές και δραματικές ταινίες *«έχει τη δυνατότητα να προτείνει στους τηλεθεατές έναν τρόπο φυγής από τα δύσκολα προβλήματα της καθημερινότητας, ενεργοποιώντας τους ψυχολογικούς μηχανισμούς ταύτισης και προβολής»* (Σαπουνάς, 1998, 78).

Και *«αν η ψυχαγωγία για τους ενήλικες είναι ένα διάλειμμα και μια ανάσα στην καθημερινή τους ζωή, για τα παιδιά είναι ένας τρόπος ζωής, μια βασική καθημερινή προϋπόθεση. Ιδιαίτερα για την προσχολική ηλικία και την ηλικία των πρώτων τάξεων του Δημοτικού, πάνω στην ψυχαγωγία μπορεί να βασιστεί ολόκληρη παιδαγωγική»* (Μανθούλης, 1981, 237). Το παιδί μαθαίνει και γνωρίζει τον κόσμο μέσα από το παιχνίδι, τη διασκέδαση και γενικότερα την ψυχαγωγία. Όλη η καθημερινότητά του βασίζεται στην ψυχαγωγία στο σχολείο, στην αυλή, στη γειτονιά, στο σπίτι και διασκεδάζοντας μαθαίνει.

Στη συγκεκριμένη ηλικία μάλιστα, η επίδραση της εικόνας ης τηλεόρασης είναι πολύ μεγάλη. Οι γρήγορες εναλλαγές εικόνων, ήχων και χρωμάτων κεντρίζουν την προσοχή και το ενδιαφέρον των παιδιών και μάλιστα, όσο μικρότερη είναι η ηλικία τους τόσο μεγαλύτερη είναι η επιρροή της τηλεόρασης, όπως έχει υποστηριχθεί: *«Η τηλεόραση, με τη δύναμη της εικόνας που διαθέτει, μπορεί να χαράζει στην ψυχή του παιδιού βιώματα και παραστάσεις καλές και κακές, μα το ίδιο ανεξίτηλες. Είναι γνωστό*

σήμερα ότι το μικρό παιδί έχει μεγάλη ικανότητα να καταγράφει οπτικές κυρίως παραστάσεις» (Μανθούλης, 1981, 238).

Εκτός από τα θετικά της στοιχεία, η τηλεόραση πολύ συχνά κατηγορείται για την αρνητική επίδραση που ασκεί και περισσότερο όσον αφορά τις μικρότερες ηλικίες.

Μία από τις πολυσυζητημένες αρνητικές επιδράσεις της τηλεόρασης είναι η παθητικότητα, η οποία οδηγεί στην αναισθητοποίηση και στην απουσία κριτικής ικανότητας. Αυτό θα μπορούσε να θεωρηθεί σωστό, καθώς η ταχύτητα με την οποία γίνεται η προβολή των εικόνων, ουσιαστικά δεν αφήνει περιθώρια αντίδρασης, βαθύτερης σκέψης και ανάλυσης. Ο τηλεθεατής φαίνεται να απορροφάται από ό,τι βλέπει, ενώ σπάνια μπαίνει στη διαδικασία να ερμηνεύσει καταστάσεις και γεγονότα (Κάρτερ, 1976). Στις μικρότερες ηλικίες μάλιστα, τα παιδιά δεν έχουν αναπτύξει ακόμα την κριτική τους σκέψη, επομένως είναι πιο ευάλωτα στα μηνύματα της τηλεόρασης (Σαπουνάς, 1998).

Συμβάλλει επίσης στην αύξηση εκδήλωσης αντικοινωνικής συμπεριφοράς των παιδιών και των νέων με την προβολή σκηνών βίας και εγκληματικότητας και γενικότερα προτύπων επιθετικής συμπεριφοράς. Και πραγματικά, στην πλειοψηφία των τηλεοπτικών εκπομπών η βία φαίνεται πως κυριαρχεί και μάλιστα είναι το μυστικό της επιτυχίας και της μεγάλης τηλεθέασης πολλών προγραμμάτων, ακόμα και κινούμενων σχεδίων. Επίσης, πολλές φορές *«η βία προβάλλεται ως το πιο γρήγορο και το πιο αποτελεσματικό μέσο επίλυσης προσωπικών και κοινωνικών προβλημάτων»* (Σεραφετινίδου, 1987, 312).

Μέσω των διαφημίσεων συμβάλλει στην αύξηση του καταναλωτισμού και κυρίως από την πλευρά των παιδιών και των νέων. Οποιοδήποτε προϊόν, με τη βοήθεια της κατάλληλης μουσικής επένδυσης της διαφήμισης και του απαραίτητου background, γίνεται 'απαραίτητο' για κάθε σπίτι. Μάλιστα, οι διαφημίσεις που απευθύνονται στα μικρά αγόρια και κορίτσια είναι πολύ διαφορετικές από τις υπόλοιπες (χρώματα, μουσική, εικόνες, πρωταγωνιστές, κλπ.), έτσι ώστε να επιτυγχάνεται πιο εύκολα ο επιδιωκόμενος στόχος. Η Greenfield υποστήριξε ότι *«όσο μεγαλύτερη εμπειρία έχει ένα παιδί από την τηλεόραση, τόσο μεγαλώνουν οι υλιστικές απαιτήσεις του. Τα παιδιά κάτω των επτά ετών είναι ιδιαίτερα ευάλωτα σε τέτοιες επιδράσεις, επειδή δεν διακρίνουν τη διαφορά ανάμεσα σε μια εκπομπή και στις διαφημίσεις και δεν αντιλαμβάνονται ότι σκοπός των διαφημίσεων είναι να πουλήσουν προϊόντα. Πιστεύουν ότι είναι απλά ένα μέσο παρουσίασης αντικειμενικών πληροφοριών»*

(Greenfield, 1988, 38). Ακόμα, σύμφωνα με τον Strasburger, οι νέοι που παρακολουθούν διαφημίσεις τσιγάρων και αλκοόλ επηρεάζονται από αυτές και το ποσοστό αυτό μειώνεται στην απουσία τέτοιων διαφημίσεων. Επιπλέον έρευνες δείχνουν ότι οι εταιρείες καπνού και ποτών ουσιαστικά στοχεύουν στα νέα άτομα με συγκεκριμένες διαφημίσεις (Strasburger, 1995). Γι' αυτό το λόγο το Ραδιοτηλεοπτικό Συμβούλιο έχει απαγορεύσει την προβολή διαφημίσεων τσιγάρων στην τηλεόραση.

Ένα από τα πιο σημαντικά αρνητικά στοιχεία της τηλεόρασης είναι ότι *«αντικαθιστά πολλές εξωσχολικές δραστηριότητες στη ζωή του παιδιού, όπως το δημιουργικό παιχνίδι, το διάβασμα και ευθύνεται για τη μείωση της σχολικής επίδοσης των παιδιών και των νέων»* (Σαπουνάς, 1998, 80). Και κυρίως για την προσχολική ηλικία, το παιχνίδι είναι ζωτικής σημασίας και καθοριστικό για την πνευματική τους ανάπτυξη. Επιπλέον, επειδή η τηλεόραση διαθέτει έγχρωμη εικόνα και όντας πλουραλιστική, ελκύει τον σύγχρονο άνθρωπο και τον αποστρέφει από το βιβλίο. Κυρίως τα εξωσχολικά βιβλία έχουν παραγκωνιστεί σημαντικά εξαιτίας της τηλεόρασης και αυτό φαίνεται σε μεγάλο βαθμό στους μαθητές μεγαλύτερων τάξεων. Ωστόσο, η τηλεόραση φαίνεται πως πολύ συχνά παίρνει τη θέση του, γιατί εξυπηρετεί και ανάγκες της οικογένειας. Παρά το γεγονός ότι πολλές φορές εξυπηρετεί τέτοιου είδους ανάγκες, δημιουργεί και προβλήματα στην οικογενειακή ζωή όταν τα μέλη της επικοινωνούν μεταξύ τους ολοένα και λιγότερο, με αποτέλεσμα να αποξενώνονται.

Ένα άλλο αξιοσημείωτο γεγονός είναι ότι *«οι τηλεθεατές και ιδιαίτερα τα παιδιά αποξενώνονται από τις ελληνικές παραδόσεις, τις αξίες, τα ήθη και έθιμα και αλλοιώνεται η πολιτιστική φυσιογνωμία της χώρας»* (Σαπουνάς, 1998, 81). Προβάλλεται έντονα ο αμερικάνικος τρόπος ζωής και η γενικότερη νοοτροπία τους μέσα από τις ξένες σειρές, ταινίες και τηλεπαιχνίδια, που ενώ δημιουργήθηκαν για να ικανοποιήσουν αλλότριες ανάγκες, έχουν αφομοιωθεί ως νέα πραγματικότητα.

Η τηλεόραση, επίσης, *«συντελεί στην πρόκληση κοινωνικών προκαταλήψεων και στερεοτύπων στους τηλεθεατές και κυρίως στα παιδιά και στους νέους αναφορικά με τις σχέσεις των δύο φύλων»* (Σαπουνάς, 1998, 80). Έτσι, τόσο στις διαφημίσεις, όσο και στα διάφορα προγράμματα παρατηρείται ότι οι γυναίκες κυρίως έχουν στερεότυπους ρόλους (μητέρες, ερωμένες κλπ) και σπάνια τις βλέπουμε σε πιο δυναμικές θέσεις. Στερεότυποι είναι και οι ρόλοι των ανδρών (δυναμικοί επιχειρηματίες κλπ) και των παιδιών.

Όσον αφορά τα τηλεπαιχνίδια και τα διάφορα 'reality' που προβάλλονται καθημερινά και είναι κάτι καινούριο στην ελληνική τηλεόραση, υποστηρίζεται συχνά πως καλλιεργούν το αίσθημα του ευδαιμονισμού και του εύκολου και γρήγορου κέρδους και φήμης, καθώς στο βωμό του χρήματος θυσιάζεται η ιδιωτική ζωή και σημαντικές αξίες.

Τέλος, με την πολύωρη και καθημερινή παρακολούθηση της τηλεόρασης βλάπτεται η σωματική υγεία των τηλεθεατών και κυρίως των μικρών παιδιών, χωρίς να το αντιλαμβάνονται. Κι αυτό, γιατί πολλές φορές τα παιδιά βλέπουν πολύ κοντά τηλεόραση ή βλέπουν προγράμματα με ιδιαίτερα έντονα χρώματα και γρήγορες εναλλαγές στην εικόνα, που βλάπτουν την όρασή τους. Έχει παρατηρηθεί επίσης, ότι η πολύωρη παρακολούθηση τηλεόρασης που συνοδεύεται με φαγητό και γενικότερα καθιστική ζωή προκαλεί παχυσαρκία.

Συμπερασματικά, η τηλεόραση ασκεί τόσο θετική όσο και αρνητική επίδραση στα άτομα. Κάνοντας όσο το δυνατόν σωστότερες επιλογές και έχοντας την αίσθηση του μέτρου, θα μπορούσε ο καθένας να απολαμβάνει τα όσα μπορεί να προσφέρει και να περιορίζει την αρνητική της επιρροή.

Στο επόμενο κεφάλαιο γίνεται λόγος για την τηλεοπτική βία και επιθετικότητα, ένα θέμα, για το οποίο η τηλεόραση έχει κατηγορηθεί επανειλημμένα.

3. Η ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΒΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑ

3.1 ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΒΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΑ ΠΑΙΔΙΑ.

Οι σκηνές βίας και επιθετικότητας έχουν γίνει απαραίτητο στοιχείο της πλειοψηφίας των τηλεοπτικών προγραμμάτων, καθώς φαίνεται πως ανεβάζουν κατακόρυφα το ενδιαφέρον των τηλεθεατών κάθε ηλικίας και παράλληλα τα νούμερα τηλεθέασης των καναλιών. «Στις Η.Π.Α. υπολογίζεται σήμερα ότι ένα παιδί μέχρι να γίνει δεκαοκτώ χρονών θα έχει παρακολουθήσει 200000 σκηνές βίας, από τις οποίες 40000 είναι δολοφονίες. Σε δεκαοκτώ ώρες καταμετρήθηκαν κατά μέσο όρο έξι ως οκτώ σκηνές βίας... Η ίδια μελέτη παρατηρεί ότι ελάχιστες φορές συμπεριλαμβάνεται στις εκπομπές αυτές κάποιο μήνυμα για τις αρνητικές συνέπειες της βίας και για εναλλακτικούς τρόπους επίλυσης διαφορών» (Παπαθανασόπουλος, 1997, 336).

Ωστόσο, εύλογα θα μπορούσε να διατυπωθεί το εξής ερώτημα : «Σε ποιο βαθμό μπορούμε να υποστηρίξουμε ότι εκπαιδεύουμε τα παιδιά στη βία και σε ποιο βαθμό μπορεί να αλλάξει αυτή η κατάσταση;» (Καμαριανός, 2002, 280). Έχουν διατυπωθεί διάφορες θεωρίες σχετικά με τη θετική ή αρνητική επίδραση της τηλεοπτικής βίας και επιθετικότητας στα παιδιά.

Η θεωρία του εθισμού και της συνήθειας, που διατυπώθηκε από τους Thomas, Lazarus και Drabman, υποστηρίζει πως καμία σκηνή βίας ή επιθετικής συμπεριφοράς στην τηλεόραση δεν είναι δυνατό να προκαλέσει ανάλογο τύπου συμπεριφορές στους θεατές. «Ακόμη, έχει υποστηριχθεί ότι είναι δυνατό η συνήθεια από τη συνεχή θέα βίαιων και επιθετικών σκηνών να υποβοηθά την άμβλυνση και την εξασθένιση της τάσης και της διάθεσης για επιθετική και βίαιη συμπεριφορά στη καθημερινή κοινωνική δράση (Βουιδάσκης, 1992, 35). Σύμφωνα με τον Καμαριανό, η συχνή παρακολούθηση βίαιων πράξεων μπορεί αρχικά να φορτίζει συναισθηματικά τον θεατή, ωστόσο, αργότερα η διέγερση αυτή μειώνεται και εξασθενεί η τάση για επιθετικές πράξεις (Καμαριανός, 2002).

Ανάλογη είναι και η θεωρία της καθάρσεως, που υποστηρίζει ότι η προβολή σκηνών βίας από τα Μ.Μ.Ε. μπορεί να έχει θετικές επιπτώσεις στους αποδέκτες των μηνυμάτων τους (Βουιδάσκης, 1992). Οι Feshbach και Singer υποστήριξαν ότι η παρακολούθηση προγραμμάτων βίας και επιθετικότητας μπορεί να οδηγήσει το θεατή

στην κάθαρση με την αριστοτελική έννοια. Ο τηλεθεατής, λοιπόν, μέσω της ταύτισης με τον ήρωα που ενεργεί βίαια, αποφορτίζεται συναισθηματικά και έτσι δεν εμφανίζει επιθετικότητα στην κοινωνική του συμπεριφορά.

Σύμφωνα με τον Βουιδάσκη, στη διαμόρφωση της θεωρίας της καθάρσεως διακρίνουμε τρεις ερευνητικές φάσεις. Κατά την πρώτη φάση, οι ερευνητές πίστευαν πως η φανταστική επιθετικότητα του θεατή κατά την ώρα της παρακολούθησης σκηνών επιθετικότητας και βίας μειώνει τη δική του βίαιη φόρτιση και τάση για επιθετικότητα. Στη δεύτερη φάση, αναθεωρώντας τις απόψεις τους, οι θιασώτες της εν λόγω θεωρίας υποστήριξαν την αναγκαιότητα μιας διαδικασίας ταύτισης του θεατή με τον ήρωα της εικονικής δράσης. Στην τρίτη φάση, συμπληρώνοντας τη θεωρία της καθάρσεως, πρόσθεσαν ότι δεν αρκεί η φανταστική επιθετικότητα και η συμμετοχή, αλλά για να επιτευχθεί η μείωση πρέπει να προβάλλονται έντονα οι συνέπειες της χρήσης της βίας ως υπέρτατου σταδίου εξαθλίωσης, πόνου ή καταστροφής του θύματος της επιθετικής συμπεριφοράς. Η ευαισθητοποίηση του θεατή ματαιώνει κάθε διάθεσή του για εκδήλωση επιθετικότητας (Βουιδάσκης, 1992). Συμπερασματικά, θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως προσωρινά εκτονώνονται και ικανοποιούνται τα επιθετικά ένστικτα των τηλεθεατών που παρακολουθούν τέτοιου είδους σκηνές.

Μία άλλη θεωρία που αναπτύχθηκε από τον Berkowitz και είναι παραλλαγή της κάθαρσης είναι η *θεωρία της αναστολής ή της παρεμπόδισης*. Η συγκεκριμένη θεωρία υποστηρίζει ότι με την προβολή επιθετικών και βίαιων σκηνών προκαλείται αύξηση των αναστολών που υπάρχουν ήδη στον αποδέκτη του μηνύματος και έτσι χαλιναγωγείται και δεν εκδηλώνεται η επιθετική του συμπεριφορά. «*Η αναστολή της επιθετικής συμπεριφοράς προκαλείται από το φόβο της επιθετικότητας, ο οποίος ενεργοποιείται από ορισμένους ψυχολογικούς περιβαλλοντικούς παράγοντες*» (Καμαριανός, 2002, 287).

Ακόμα μια παραλλαγή της θεωρίας της κάθαρσης είναι και η *θεωρία της νοητικής υποστήριξης* των Feshbach και Singer, που αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στο ρυθμιστικό ρόλο της φαντασίας. Συνδυάζοντας τη βία, την επιθετικότητα, τη φαντασία και την κοινωνική προέλευση του ατόμου- τηλεθεατή, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι δέκτες με χαμηλό δείκτη νοημοσύνης, βλέποντας σκηνές βίας και επιθετικότητας, δέχονται ενίσχυση που τους βοηθά να θέσουν υπό έλεγχο τις επιθετικές τους τάσεις και συμπεριφορές (Βουιδάσκης, 1992).

Στη συνέχεια, οι Feshbach και Singer «*εισάγουν στον προβληματισμό για τις επιδράσεις των ΜΜΕ τους κοινωνικο-πολιτιστικούς παράγοντες*» (Καμαριανός, 2002,

288). Συγκεκριμένα υποστηρίζουν ότι τα παιδιά της μεσαίας κοινωνικής τάξης, δεν επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από την παρακολούθηση σκηνών βίας και επιθετικότητας. Ο Wells, πραγματοποιώντας μια πειραματική έρευνα ανάλογη των Feshbach και Singer, κατέληξε στο ότι τα παιδιά των μεσαίων κοινωνικών στρωμάτων δεν επηρεάζονται σχετικά με τη λεκτική επιθετικότητα από τα τηλεοπτικά προγράμματα σε αντίθεση με τα παιδιά κατώτερων κοινωνικών στρωμάτων ενώ *«η αποστέρηση της παρακολούθησης προγραμμάτων με επιθετική συμπεριφορά, προκαλεί τη ματαίωση και αυτή με τη σειρά της την επιθετική συμπεριφορά»* (Καμαριανός, 2002, 289).

Οι Donnerstein και Berkowitz, μετά από έρευνες που πραγματοποίησαν, διατύπωσαν τη *θεωρία της γενικής συναισθηματικής διέγερσης*, σύμφωνα με την οποία, όχι μόνο οι σκηνές βίας, αλλά και κάθε είδους τηλεοπτικό θέαμα μπορεί να προκαλέσει συναισθηματική διέγερση. *«Η ένταση και η ποιότητα της επιθετικής συμπεριφοράς εξαρτάται από το είδος του ερεθισμού και το εκάστοτε περιβάλλον»* (Καμαριανός, 2002, 289).

Ο Berkowitz, διατύπωσε επίσης τη *θεωρία του ερεθισμού ή της παρόρμησης* και προσπάθησε να αποδείξει αν η τηλεόραση προκαλεί επιθετική συμπεριφορά. Μετά από έρευνα κατέληξε στο ότι είναι δυνατό να δημιουργηθεί συναισθηματική προδιάθεση τέτοια, ώστε το άτομο να εκδηλωθεί επιθετικά όταν παρεμβαίνουν εξωτερικά στοιχεία. (Παπαθανασόπουλος, 1997 και Βουιδάσκης, 1992)

Από τη δεκαετία του 1960 ως τις μέρες μας ήταν καθοριστικός ο ρόλος της κοινωνικής *θεωρίας της μάθησης με παρατήρηση* που διατύπωσε ο A. Bandura, ο οποίος χαρακτηρίζει ως σημαντικούς παράγοντες τις δομές της αντίληψης και τα κίνητρα που διαμορφώθηκαν κατά τη διαδικασία της κοινωνικοποίησης (Βουιδάσκης, 1992). Σύμφωνα λοιπόν με τον Bandura, η προβολή σκηνών βίας και επιθετικότητας από τα Μ.Μ.Ε. αποτελεί καθαρά μαθησιακή διαδικασία, κατά την οποία ο θεατής μαθαίνει την επιθετική συμπεριφορά.

Η έρευνα που πραγματοποίησε είχε να κάνει με παιδιά προσχολικής και σχολικής ηλικίας. Πρόβαλλε λοιπόν σ' αυτά μια ταινία, στην οποία ένας ενήλικας χτυπούσε και πυροβολούσε μια λαστιχένια κούκλα. Το τέλος της ταινίας αποτελούνταν από δύο εκδοχές. Στη μία περίπτωση ο ενήλικας επιβραβεύονταν για την επιθετική συμπεριφορά του, ενώ στην άλλη επιπλήττονταν. *«Τα παιδιά που έβλεπαν τη δεύτερη εκδοχή της ταινίας, όπου η βίαιη συμπεριφορά του ενήλικα γινόταν θέμα επίπληξης, εξεδήλωναν λιγότερη επιθετικότητα»* (Παπαθανασόπουλος, 1997, 342) Ο Bandura

υποστήριξε ότι η τιμωρία του τηλεοπτικού προτύπου- θύτη μπορεί να περιορίσει την επιθετικότητα του δέκτη, αλλά δεν πρόκειται να εξαλείψει όλα όσα είδαν οι θεατές-δέκτες. Οι σκηνές που παρακολούθησαν μπορεί να γίνουν πράξη σε οποιαδήποτε στιγμή στο μέλλον.

Η αντιμετώπιση της τηλεοπτικής βίας και επιθετικότητας μπορεί να πραγματοποιηθεί με τη βοήθεια των γονιών, οι οποίοι, μέσω της συζήτησης και της κριτικής των βίαιων σκηνών, μπορούν να αποτρέψουν τα παιδιά τους από την εκδήλωση μιας τέτοιου είδους συμπεριφοράς.

Ο Bandura και οι συνεργάτες του υπήρξαν επίσης οι εισηγητές της *θεωρίας της κοινωνικής μάθησης με μίμηση*, σύμφωνα με την οποία, μετά από την προβολή μιας επιθετικής συμπεριφοράς, τα παιδιά είναι δυνατό να εκδηλώσουν ανάλογη συμπεριφορά σε άλλη χρονική στιγμή και κατάσταση μιμούμενα το επιθετικό πρότυπο. Επίσης, σύμφωνα με τον Βουιδάσκη, τα αγόρια μιμούνται την επιθετική συμπεριφορά ενός αντρικού προτύπου πολύ περισσότερο από ό,τι τα κορίτσια, ενώ τα κορίτσια μιμούνται λεκτικά πολύ περισσότερο ένα γυναικείο πρότυπο (Βουιδάσκη, 1992). Γενικότερα, πάντως, όταν υπάρχουν κοινά στοιχεία μεταξύ του προτύπου που προβάλλεται και του τηλεθεατή, η μίμηση είναι πιο πιθανή. (Καμαριανός, 2002).

Μία ακόμα θεωρία που αναφέρεται στις αρνητικές επιδράσεις της τηλεόρασης, είναι η *θεωρία της μίμησης με υποβολή* του Phillips. Ο Phillips προσπάθησε να διερευνήσει αν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ασκούν επίδραση στο φαινόμενο των αυτοκτονιών με μίμηση μέσω υποβολής. «Όπως ο ίδιος ισχυρίζεται, κατάφερε τελικά να διαπιστώσει ότι υπάρχει στενή σχέση μεταξύ των επινοημένων τηλεοπτικών αυτοκτονιών στις σαπουνόπερες και στις πραγματοποιημένες αυτοκτονίες» (Βουιδάσκη, 1992, 67). Επίσης, σύμφωνα με την έρευνά του, όλες οι αυξήσεις στα ποσοστά αυτοκτονιών είναι στατιστικά σημαντικές και εξακολουθούν να ισχύουν κι όταν ελέγχονται επιπλέον μεταβλητές.

Τέλος, υπάρχει και η *θεωρία της δικαιολόγησης* της επιθετικής και της εγκληματικής συμπεριφοράς, η οποία δεν έτυχε ακόμα ανάλογης προσοχής. «Φτάνει στην ακραία και ριζοσπαστική άποψη ότι ο δράστης οποιασδήποτε εγκληματικής ενέργειας ή βίαιης πράξης δεν είναι τίποτε άλλο από θύμα και μοναδικός θύτης είναι η τηλεόραση» (Καμαριανός, 2002, 297).

Ύστερα από μια γενική επισκόπηση των θεωριών που έχουν διατυπωθεί σχετικά με την επίδραση της τηλεοπτικής βίας και επιθετικότητας, θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε ότι οι δύο θεωρίες του Bandura (η θεωρία της μάθησης με

παρατήρηση και η θεωρία της κοινωνικής μάθησης με μίμηση) είναι οι πιο σημαντικές. Τα παιδιά, δηλαδή, πολύ συχνά φαίνεται πως παρατηρώντας μια βίαιη πράξη στην τηλεόραση, κάποια στιγμή στο μέλλον ενδέχεται να την επαναλάβουν, ενώ πολλές φορές, ακόμα, μαθαίνουν τρόπους συμπεριφοράς μιμούμενα κάποιο τηλεοπτικό πρότυπο, που μπορεί να έχει κοινά στοιχεία μ' αυτά. Συμπεραίνουμε, τέλος, ότι η επίδραση που ασκεί η μικρή οθόνη είναι πραγματικά μεγάλη και κυρίως όσον αφορά τα μικρά παιδιά.

3.2 ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΩΝ Η.Π.Α. ΚΑΙ ΤΗΣ ΙΑΠΩΝΙΑΣ ΚΑΙ Η ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΒΙΑ.

Διάφορες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στις ΗΠΑ έδειξαν ότι τα ποσοστά της τηλεοπτικής βίας στη συγκεκριμένη χώρα είναι ιδιαίτερα υψηλά. Μάλιστα, φαίνεται πως η αμερικάνικη τηλεόραση και οι ταινίες που προβάλλονται είναι οι πιο βίαιες σε όλο τον κόσμο. Σύμφωνα με τον Strasburger, μια πρόσφατη έρευνα του American Psychological Association έδειξε ότι το μέσο παιδί στην Αμερική βλέπει στην τηλεόραση περίπου 10.000 φόνους, βιασμούς και επιθετικές συμπεριφορές κάθε χρόνο, ενώ μέχρι τα 18 του, ο αριθμός αυτός φτάνει τις 200.000. Υποστηρίχθηκε ακόμα ότι η μακροπρόθεσμη έκθεση στην τηλεόραση είναι το κύριο αίτιο για τις μισές περίπου ανθρωποκτονίες που γίνονται στις ΗΠΑ, οι οποίες αυξάνονται με ραγδαίους ρυθμούς. Έτσι, 10.000 ανθρωποκτονίες θα μπορούσαν να αποφεύγονται κάθε χρόνο, αν η τηλεόραση ήταν λιγότερο βίαιη (Strasburger, 1995).

Ωστόσο, στην Ευρώπη φαίνεται πως τα ποσοστά της τηλεοπτικής βίας και επιθετικότητας είναι μικρότερα. Η μόνη χώρα στον κόσμο που έχει περίπου όση τηλεοπτική βία έχουν και οι ΗΠΑ, είναι η Ιαπωνία. Παρόλα αυτά, η γιαπωνέζικη κοινωνία δεν εμφανίζει τόσα πολλά δείγματα εγκληματικών ενεργειών όσο η αμερικάνικη. Τα τελευταία χρόνια όλο και συχνότερα ακούμε περιπτώσεις μικρών παιδιών που πραγματοποιούν ανθρωποκτονίες ακόμα και μέσα στα σχολεία τους. Επίσης, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις βιασμών και άλλων εγκληματικών πράξεων, που έχουν σαν θύτες ανήλικους Αμερικάνους.

Αν, λοιπόν, η τηλεοπτική βία συμβάλλει στην αληθινή βία, γιατί η γιαπωνέζικη κοινωνία δεν επηρεάζεται τόσο πολύ; Ο Strasburger παρουσιάζει τα αποτελέσματα

μιας έρευνας που έγινε το 1981, η οποία έδειξε ότι η δομή- περιεχόμενο της τηλεοπτικής βίας στην Ιαπωνία είναι διαφορετικό. Συγκεκριμένα, στην Ιαπωνία η βία είναι πιο ρεαλιστική και δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στον σωματικό πόνο (δηλαδή δίνεται έμφαση στις συνέπειες της βίας). Ακόμα, οι ‘κακοί’ είναι αυτοί που διαπράττουν τις περισσότερες εγκληματικές ή βίαιες πράξεις, ενώ οι ‘καλοί’ υποφέρουν τις συνέπειες αυτών των πράξεων. Σ’ αυτό το πλαίσιο, η βία αντιμετωπίζεται σαν λάθος, μια δραστηριότητα με αληθινές και οδυνηρές συνέπειες. Με λίγα λόγια, πρόκειται για το ακριβώς αντίθετο μοντέλο απ’ αυτό που προβάλλεται στην Αμερική (Strasburger, 1995).

Έτσι, η παραπάνω έρευνα επιβεβαιώνει το πείραμα του Bandura που απέδειξε ότι τα παιδιά όταν παρακολουθούν στην τηλεόραση μια βίαιη πράξη, όπου αυτή στο τέλος αποδοκιμάζεται και τιμωρείται, είναι λιγότερο πιθανό να τη μιμηθούν, ενώ οι πιθανότητες αυξάνονται όταν η επιθετική ενέργεια επιβραβεύεται με κάποιον τρόπο. Δηλαδή, η έντονη προβολή των συνεπειών μιας βίαιης και επιθετικής συμπεριφοράς μπορεί να δράσει ανασταλτικά στην επανάληψή της γι’ αυτόν που την παρακολουθεί.

Στο επόμενο κεφάλαιο βλέπουμε τη σημασία που έχει η τηλεόραση στη ζωή του σύγχρονου ανθρώπου.

4. Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΗ ΖΩΗ ΤΟΥ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ.

4.1 Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ

Η επιστήμη της ψυχολογίας, όπως είναι γνωστό πλέον, έχει ανακαλύψει ότι η προσωπικότητα του ατόμου ουσιαστικά γεννιέται και διαμορφώνεται στα πρώτα τρία με πέντε χρόνια της ζωής του, και μέχρι πρόσφατα, τα μέλη της πυρηνικής οικογένειας αποτελούσαν τους κύριους φορείς του «έξω κόσμου» και της κοινωνίας για το μικρό παιδί. Μετά από τον πόλεμο, όμως, η κατάσταση αυτή αλλάζει ριζικά.

«Κύρια αιτία του μετασχηματισμού που γνωρίζουν οι οικογενειακές σχέσεις μεταπολεμικά στάθηκε η εξέλιξη των παραγωγικών σχέσεων της καπιταλιστικής κοινωνίας στον αιώνα μας και συγκεκριμένα η εισβολή του κεφαλαίου και η συνακόλουθη 'κεφαλαιοποίηση' δραστηριοτήτων, χώρων και τομέων της κοινωνικής ζωής, που μέχρι πρόσφατα ανήκαν στη σφαίρα του 'εσωτερικού κόσμου' ή της ιδιωτικής ζωής» (Σεραφετινίδου, 1987,93). Επίσης, η κοινωνική και επαγγελματική χειραφέτηση της γυναίκας έφερε μεγάλες αλλαγές στους κόλπους της παραδοσιακής οικογένειας. Μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο οι απαιτήσεις της καταναλωτικής κοινωνίας και τα νέα δεδομένα στον χώρο της οικονομίας καθιστούσαν το εισόδημα του άντρα ανεπαρκές να καλύψει τις όλο και περισσότερο αυξανόμενες ανάγκες της οικογένειάς του. Γι' αυτό το λόγο, η γυναίκα έπρεπε να μπει ενεργά στην παραγωγή για να συνεισφέρει κι αυτή στην κάλυψη των συγκεκριμένων αναγκών.

Αποτέλεσμα όλων αυτών, σύμφωνα με τη Σεραφετινίδου, ήταν να αναπτυχθούν τρεις κοινωνικοί θεσμοί: Οι βρεφονηπιακοί σταθμοί και η εκπαίδευση γενικότερα, που αρχίζει σε όλο και μικρότερη ηλικία, τα κέντρα συμβουλευτικής γονέων και συζύγων, τα κέντρα σεξουαλικής διαπαιδαγώγησης και θεραπείας, τα διάφορα ψυχιατρικά και ψυχοθεραπευτικά ινστιτούτα και κοινοτικά κέντρα και τέλος, απ' τους πιο σημαντικούς, τα ΜΜΕ, που, με τα μηνύματά τους, εισβάλλουν ολοένα και περισσότερο στον ιδιωτικό χώρο της οικογενειακής ζωής.

Περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο θεσμό, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης εισχωρούν στο σπίτι και στην οικογενειακή ζωή, δηλαδή στους κατεξοχήν προσωπικούς χώρους του ατόμου. Αυτοί οι προσωπικοί χώροι του κάθε ανθρώπου θεωρητικά αντιπροσωπεύουν το καταφύγιό του από τη σκληρότητα και τη χυδαιότητα του «έξω κόσμου». Είναι οι χώροι όπου καθένας αναζητά την προσωπική

του ηρεμία και ευτυχία. Σύμφωνα με τη Σεραφετινίδου, η εισβολή των μέσων και κυρίως της τηλεόρασης στο σπίτι του κάθε ανθρώπου αυτόματα καταργεί κάθε διάκριση μεταξύ δημόσιας και ιδιωτικής ζωής. Ακόμα και οι πόρτες της κρεβατοκάμαρας παραβιάζονται από τα μέσα. (Σεραφετινίδου, 1987).

Καθημερινά, λοιπόν, η οικογένεια βομβαρδίζεται από τα μηνύματα της τηλεόρασης, που προσφέρει συνεχώς νέα πρότυπα συμπεριφοράς σε όλους. Η τηλεόραση είναι αυτή που καθορίζει πως θα πρέπει να είναι ο 'σωστός' γονιός και το 'σωστό' παιδί μέσα σε μια οικογένεια. Οι γονείς, πολύ συχνά μέσα στην αβεβαιότητα ως προς το πώς να μεγαλώσουν τα παιδιά τους και να αντιμετωπίσουν τα διάφορα προβλήματα, στρέφονται σε βιβλία, περιοδικά, ραδιοφωνικά προγράμματα και τηλεοπτικές εκπομπές με πολλούς 'ειδικούς' πάνω σε πλήθος θεμάτων. Για παράδειγμα, δεν είναι λίγα τα τηλεοπτικά προγράμματα, στα οποία παίρνουν μέρος διάφοροι 'διακεκριμένοι' ψυχολόγοι, γιατροί και κοινωνικοί λειτουργοί, που παρουσιάζονται σαν ειδικοί και με ένα μόνο τηλεφώνημα μπορούν να δώσουν λύση σε πολλά οικογενειακά και προσωπικά προβλήματα που απασχολούν όλο τον κόσμο. *«Τα ΜΜΕ, βέβαια, δεν απευθύνονται μόνο στους γονείς, αλλά επίσης και στα ίδια τα παιδιά, τα οποία αποτελούν φανατικούς καταναλωτές των προϊόντων τους. Μέσα από τα κόμικς, την παιδική φιλολογία, τα παιδικά προγράμματα ραδιοφώνου και τηλεόρασης, τα Μέσα Ενημέρωσης χρησιμοποιούν την παιδική γλώσσα για να μεταδώσουν την άποψη των διαφημιστών ή του αφηγητή ως προς το πώς είναι τα παιδιά. Αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας είναι η «μαζικοποίηση των παιδιών»* (Σεραφετινίδου, 1987, 97).

Έτσι, μέσω της τηλεόρασης ένα συγκεκριμένο μήνυμα έχει τη δυνατότητα να μεταδίδεται σε όλες τις οικογένειες ανεξάρτητα γεωγραφικού τόπου ή κοινωνικής τάξης, ακριβώς με τον ίδιο τρόπο και την ίδια χρονική στιγμή, προβάλλοντας ακριβώς τα ίδια πρότυπα, αξίες και κανόνες συμπεριφοράς για γονείς και παιδιά. Μ' αυτή τη διαδικασία, λοιπόν, καθορίζεται τόσο η εξωτερική συμπεριφορά τους όσο και πολλά στοιχεία της προσωπικότητάς τους.

Γιατί, όμως τα παιδιά βλέπουν τηλεόραση; Τι είναι αυτό που τους γοητεύει τόσο πολύ στο συγκεκριμένο μέσο; Σύμφωνα με τον Gauntlett, τα παιδιά είναι θεατές που δεν βλέπουν τηλεόραση για τα νοήματα ή το περιεχόμενο κάποιων εκπομπών που μπορούν να εξασκήσουν το μυαλό τους, αλλά γιατί δεν μπορούν να αντισταθούν στη γοητευτική ροή των εικόνων της. Πολλοί ψυχολόγοι, μεταξύ των οποίων ο Bandura, ο Singer και άλλοι, έχουν υποστηρίξει την άποψη ότι το ενδιαφέρον των παιδιών για

την τηλεόραση δεν κρατιέται από ένα γεμάτο νόημα πρόγραμμα, αλλά από διάφορα μορφικά στοιχεία, όπως είναι η οπτική πολυπλοκότητα, οι κινήσεις, τα zoom, τα κοψίματα και τα ηχητικά εφέ (Gauntlett, 1996). Αυτή η θεωρία που δίνει μικρή αξία στο παιδί, δεν έχει τεκμηριωθεί. Ουσιαστικά, λοιπόν, αντιμετωπίζει το παιδί σαν ένα τηλεθεατή που δεν δίνει σημασία στην ουσία και το περιεχόμενο μιας εκπομπής, αλλά μόνο στις εντυπωσιακές εικόνες.

Όσον αφορά το ενήλικο κοινό, σύμφωνα με τον Κάρτερ, ο μέσος άνθρωπος έρχεται στην τηλεόραση για να δει το θέαμα που του προσφέρει, το οποίο ξέρει ότι θα τον αποσπάσει από τις έννοιες και το άγχος της καθημερινότητας. Έρχεται στην τηλεόραση προκειμένου να της εμπιστευτεί την ψυχαγωγία του. Έτσι, η στάση του απέναντί της είναι προετοιμασμένη παθητικά, αφού έχει περισσότερο τον χαρακτήρα της αποδοχής παρά του ελέγχου. Αυτό που τον οδηγεί στο να βλέπει τηλεόραση είναι κυρίως το άγχος. Καθημερινά, παίρνει μέρος σε έναν αγώνα επιβίωσης που τον καταπονεί σωματικά και πνευματικά, επομένως, επιστρέφοντας ο καθένας στο σπίτι του, στον προσωπικό του χώρο ηρεμίας, προσπαθεί να ξεκουραστεί και να ψυχαγωγηθεί με ό,τι μπορεί να του προσφέρει η τηλεόραση. *«Για εκείνον, το τηλεορατικό θέαμα είναι το μέσο που ικανοποίησε το παλιό του αίτημα, να δει πέρα από τον περιορισμένο ορίζοντα της ορατότητάς του την αλήθεια των πραγμάτων, που τον κοινωνεί 'άμεσα' στα παθήματα των άλλων και συγχρόνως τον απομονώνει από την ίδια του τη μοναξιά. Είναι μια μέθεξ, όπως λέει ο Μακλούαν...είναι μια θεληματική «εκ των έξω» συμμετοχή στη δράση»* (Κάρτερ, 1976, 41).

Συμπεραίνουμε, λοιπόν, πως για τα ενήλικα και τα ανήλικα μέλη μιας οικογένειας η τηλεόραση παίζει ένα διαφορετικό ρόλο, αλλά πάνω απ' όλα είναι ψυχαγωγία. Δεν παύει πάντως να αποτελεί ένα αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των περισσότερων ανθρώπων.

4.2 ΠΟΙΕΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ ΕΙΝΑΙ ‘ΓΙΑ ΠΑΙΔΙΑ’ ΚΑΙ ΠΟΙΕΣ ‘ΓΙΑ ΜΕΓΑΛΟΥΣ’, ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΟΝΙΩΝ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΩΝ.

Είδαμε προηγουμένως ότι το ανήλικό κοινό αντιμετωπίζεται με διαφορετικό τρόπο σε σχέση με το ενήλικό από τους παραγωγούς τηλεοπτικών εκπομπών.

Η Πάντζου πραγματοποίησε μια έρευνα σε 32 Δημοτικά σχολεία της Αθήνας, προκειμένου να μελετήσει τις τηλεοπτικές προτιμήσεις και στάσεις σχετικά με το τι είναι ‘για παιδιά’ και τι είναι ‘για μεγάλους’ στην ελληνική τηλεόραση.

Ο βασικότερος στόχος της έρευνας ήταν να διερευνηθούν οι απόψεις και στάσεις των γονέων και των παιδιών ως προς την έννοια της παιδικότητας στα τηλεοπτικά προγράμματα (Πάντζου κ.ά.,1988).

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν ήταν τα εξής: α) «Οι μητέρες σε μεγαλύτερο ποσοστό συγκριτικά με τα παιδιά είχαν τη γνώμη ότι τα κινούμενα σχέδια είναι τόσο για τα παιδιά όσο και για τους ενήλικες» (Πάντζου, κ.ά.,1988, 323). β) «τα παιδιά είχαν μια πλατύτερη άποψη σχετικά με το τι είναι παιδικό πρόγραμμα και θεωρούσαν τις εκπομπές που απευθύνονται σε μεγάλους λιγότερο απαγορευτικές γι’ αυτά, ενώ στις μητέρες υπήρχε μια ξεκάθαρη εικόνα για το ‘μη παιδικό’» (Πάντζου, κ.ά.,1988, 324). Από τις συνεντεύξεις ακόμα φαίνεται πως οι παιδικές εκπομπές θα πρέπει να έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά για τις μητέρες και διαφορετικά για τα παιδιά. Οι μητέρες, λοιπόν, υποστήριξαν ότι «οι εκπομπές αυτές θα πρέπει να είναι ευχάριστες, αστείες, διασκεδαστικές, εξωπραγματικές, με φανταστικό περιεχόμενο, με κινούμενα σχέδια, με μαριονέτες και κούκλες. Αντίθετα, τα παιδιά θα ήθελαν οι δικές τους εκπομπές να είναι ενδιαφέρουσες, χρήσιμες και διδακτικές» (Πάντζου, 1988, 324). Επιπλέον, φάνηκε ότι εκπομπές για μεγάλους θεωρούνταν οι ακατάλληλες για τα παιδιά. Τα ίδια τα παιδιά χαρακτήρισαν τις εκπομπές των μεγάλων σοβαρές, δραματικές, ενημερωτικές, βίαιες και τρομακτικές, κάτι που βρίσκει σύμφωνες και τις μητέρες τους. Ακόμα, τα παιδιά δήλωσαν ότι θα ήθελαν οι εκπομπές τους να έχουν αστείο, κωμικό, χαρούμενο και διασκεδαστικό περιεχόμενο, βία, δράση, περιπέτεια, πρόσωπα και αντικείμενα με υπερφυσικές δυνάμεις, με εξωπραγματικές καταστάσεις, ήρωες, κούκλες, μαριονέτες και κινούμενα σχέδια καθώς και άλλα χαρακτηριστικά (Πάντζου, 1988,). Είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι ένα μεγάλο ποσοστό των παιδιών θα προτιμούσαν οι εκπομπές που απευθύνονται σ’ αυτά να έχουν ως βασικά χαρακτηριστικά τους τη βία και την επιθετικότητα.

Τέλος, μια ερώτηση της συνέντευξης που απεύθυναν στις μητέρες αφορούσε το ποιες εκπομπές θεωρούν ότι είναι για κορίτσια και ποιες για αγόρια. Η Πάντζου, σύμφωνα με τα παραδοσιακά στερεότυπα του φύλου, υποστήριξε ότι κοριτσίστικες θεωρήθηκαν οι εκπομπές που χαρακτηρίστηκαν από όλους σαν παιδικές. Αντίθετα, αγορίστικες, εκείνες οι εκπομπές, που συνδύαζαν δράση και βία και απευθύνονταν σε μικρούς και ενήλικες.

Στη συνέχεια γίνεται λόγος για το παιδί ιδιαίτερα και τις τηλεοπτικές του συνήθειες.

5. Η ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ- ΤΗΛΕΘΕΑΤΗ ΚΑΙ ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΙΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ.

5.1 Η ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ- ΤΗΛΕΘΕΑΤΗ.

Είναι αναμφισβήτητο το γεγονός ότι η τηλεόραση έχει μπει εδώ και πολλά χρόνια σε όλα τα σπίτια και αποτελεί μέρος της καθημερινότητας όλων. Ωστόσο, όσον αφορά τα παιδιά, θα μπορούσε ίσως να δημιουργηθεί ένα ερώτημα: Τι είναι εκείνο που οδηγεί μερικά από αυτά να βλέπουν τηλεόραση περισσότερο από ορισμένα άλλα; Είναι γνωστό, δηλαδή, πως κάποια παιδιά πραγματικά περνούν πάρα πολλές ώρες μπροστά στη μικρή οθόνη, αντί να παίζουν ή να ασχολούνται με κάτι πιο δημιουργικό και αυτό έχει αρκετά αρνητικά επακόλουθα.

Έχει υποστηριχθεί, ότι η τηλεόραση επιδρά σε μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση της προσωπικότητας και της συμπεριφοράς και κυρίως όσον αφορά τα μικρότερα παιδιά, που αφομοιώνουν και υιοθετούν με μεγάλη ευκολία εικόνες και παραστάσεις. Επίσης, φτίνεται ότι ο μέσος χρόνος που διαθέτει το παιδί για τηλεόραση προσδιορίζει, κατά κάποιο τρόπο, και την έκταση στην οποία τούτο είναι δυνατό να επηρεάζεται από τα τηλεοπτικά προγράμματα (Ναυρίδης, 1988).

Μελέτες που έγιναν στη Βρετανία και την Αμερική δείχνουν πως τα παιδιά που για κάποιους λόγους αισθάνονται ανασφάλεια ή έχουν συγκρούσεις με τους γονείς τους ή με συνομηλίκους τους είναι πιθανό να χρησιμοποιούν συχνότερα την τηλεόραση. Ακόμα, δεν είναι λίγα τα παιδιά που νιώθουν μοναξιά, που περνούν πολλές ώρες μόνα τους και γι' αυτό το λόγο η τηλεόραση γίνεται η παρέα τους. Συνήθως «παρουσιάζουν προβλήματα στις κοινωνικές τους συναλλαγές» (Ναυρίδης, κ.ά., 1988, 374). Αυτά είναι άτομα που δεν ανοίγονται εύκολα και η τηλεόραση γίνεται ο φίλος τους. (Ναυρίδης, 1988).

Ο χρόνος που βλέπει ένα παιδί τηλεόραση επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες, όπως είναι οι κανόνες λειτουργίας της οικογένειας, ο αριθμός τηλεοράσεων που υπάρχουν στο σπίτι, οι σχολικές υποχρεώσεις του, ο αριθμός των μελών από τα οποία αποτελείται η οικογένεια, αν βλέπουν όλοι μαζί, οι διάφορες περιστάσεις (Σαββατοκύριακα, διακοπές) κλπ. Δεν θα μπορούσε να παραβλεφθεί η επίδραση των γονιών και των 'σημαντικών άλλων', οι οποίοι μέσω της συζήτησης έχουν τη

δυνατότητα να περιορίζουν και να ελέγχουν την επίδραση που μπορεί να ασκήσει η τηλεόραση στα παιδιά.

Στις τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών συμπεριλαμβάνεται και η παρακολούθηση τηλεόρασης κατά τη διάρκεια γευμάτων, το συχνό ή μη άλλαγμα των καναλιών, η επιλογή των εκπομπών που θα δει η οικογένεια ή το παιδί, ο χρόνος παρακολούθησης τηλεόρασης, η συζήτηση κατά τη διάρκεια ενός προγράμματος και ο σχολιασμός του και άλλα. Παρακολουθώντας κανείς τις συγκεκριμένες τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών και τη συχνότητά τους, θα μπορούσε, έστω και με μια επιφύλαξη, να εξάγει ορισμένα συμπεράσματα σχετικά με τη θέση που έχει η τηλεόραση μέσα στα σπίτια, τον ρόλο που της έχει ανατεθεί και την επίδραση που μπορεί να ασκεί στη διαμόρφωση της προσωπικότητας των παιδιών προσχολικής ηλικίας, που είναι και πιο ευάλωτα στα μηνύματα που εκπέμπει.

Παρακάτω βλέπουμε επιπλέον παράγοντες που ασκούν ιδιαίτερη επιρροή στις τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών.

5.2 ΦΥΛΟ, ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ.

Φαίνεται πως υπάρχουν και άλλοι παράγοντες εκτός από αυτούς που αναφέρθηκαν, οι οποίοι ως ένα βαθμό ασκούν επίδραση στις τηλεοπτικές συνήθειες και προτιμήσεις των παιδιών.

Η Κορωναίου, σύμφωνα με μια έρευνα που πραγματοποίησε, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι ο παράγοντας «φύλο» μπορεί να παίζει ένα ρόλο, έστω και μικρό, όσον αφορά το χρόνο που βλέπουν τηλεόραση τα παιδιά. Έτσι, βρήκε ότι:

α) τα αγόρια παρακολουθούν τηλεόραση περισσότερο από τα κορίτσια.

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

γ) ένα ελάχιστο ποσοστό (5%) των κοριτσιών και των αγοριών αφιερώνει λιγότερο από 1 ώρα την ημέρα στην τηλεόραση» (Κορωναίου, 1992, 131).

Όσον αφορά τις τηλεοπτικές προτιμήσεις των παιδιών, φαίνεται πως κι εδώ υπάρχουν διαφορές ανάλογα με το φύλο. Παλαιότερες έρευνες που είχαν πραγματοποιηθεί επιβεβαιώνονται για ακόμα μια φορά από την έρευνα της Κορωναίου. Έτσι, προέκυψε ότι τα αγόρια στρέφονται κυρίως στα γουέστερν, τις αστυνομικές σειρές και τις περιπετειώδεις ταινίες. Τα κορίτσια προτιμούν τις

αισθηματικές ταινίες και τα οικογενειακά σίριαλ. Οι αθλητικές εκπομπές προσελκύουν το 9% των κοριτσιών και το 33% των αγοριών, ενώ το ποδοσφαιρικό θέαμα συγκεντρώνει το 58% των αγοριών και το 15% των κοριτσιών (Κορωναίου, 1992).

Κάποια διαφοροποίηση ανάλογα με το φύλο των παιδιών υπάρχει και στην επιλογή των αγαπημένων τους τηλεοπτικών ηρώων- ειδώλων. Το φύλο, λοιπόν, σύμφωνα με την Κορωναίου, επηρεάζει σημαντικά την επιλογή ανδρικών ή γυναικείων προτύπων. Επομένως, όταν τα παιδιά παρακολουθούν ένα πρόγραμμα στην τηλεόραση, πιθανότατα ταυτίζονται με ήρωες του ίδιου φύλου. Ωστόσο, η απόσταση ανάμεσα σε αγόρια και κορίτσια δεν είναι σημαντική από στατιστική άποψη. *«Έτσι, το 82% των αγοριών προτιμά ηθοποιούς του ίδιου φύλου και μόλις το 10% επιλέγει γυναικεία είδωλα. Τα κορίτσια κάνουν στην πλειοψηφία τους τις ίδιες επιλογές. Πάνω από 50% των κοριτσιών προτιμά ηθοποιό η τραγουδιστή ανδρικού φύλου. Ο φόβος της «θηλυπρέπειας» εμποδίζει συχνά τα αγόρια να επιλέξουν γυναικεία πρότυπα»* (Κορωναίου, 1992, 144-145). Ίσως, λοιπόν, γι' αυτό το λόγο οι ήρωές τους είναι κατά κανόνα ανδρικού φύλου. Τι συμβαίνει όμως με τα κορίτσια; Γιατί φαίνεται πως κι αυτά προτιμούν τέτοιους ήρωες;

«Τα γυναικεία είδωλα παραμένουν στην ελληνική κοινωνία αρκετά παραδοσιακά, μολονότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια σχετική διαφοροποίηση και ποικιλία στα γυναικεία πρότυπα» (Κορωναίου, 1992, 145). Βασικά χαρακτηριστικά των τηλεοπτικών γυναικών εξακολουθούν να είναι η έντονη θηλυκότητα, η παθητική στάση απέναντι σε διάφορα γεγονότα, η ζήλια και σε μερικές περιπτώσεις η αφέλεια. Τα ενδιαφέροντά τους ως επί το πλείστον είναι ελάχιστα συγκριτικά με τους άνδρες. Επίσης, *«παρουσιάζονται σαν αδύναμοι, παθητικοί δορυφόροι των δυναμικών και επιτυχημένων ανδρών και ενσαρκώνουν κυρίως ερωμένες ή μητέρες»* (Greenfield, 1988, 49). Αντιθέτως, σύμφωνα με την Κορωναίου, τα ανδρικά πρότυπα, παραμένοντας εξίσου παραδοσιακά, εμφανίζονται περισσότερο ενεργητικά και στραμμένα στον έξω κόσμο, όπου κυριαρχεί η εργασία και η επαγγελματική επιτυχία. Εκτός από αυτό, οι ανδρικοί χαρακτήρες είναι περισσότεροι από τους γυναικείους. Την ίδια άποψη φαίνεται πως έχει και ο Mc Quail, ο οποίος υποστηρίζει ότι πολύ συχνά υποβαθμίζεται ο οικονομικός ρόλος της γυναίκας, καθώς, τηλεοπτικά τοποθετούνται σε κατώτερες θέσεις σε σχέση με τους άντρες και παραμελούνται ρόλοι που είναι συνηθισμένοι στην αληθινή ζωή. Ακόμα, η απουσία γυναικών στις ειδήσεις και το γεγονός ότι εμφανίζονται σε ένα περιορισμένο πεδίο, μπορεί να

οφείλεται στην απομόνωσή τους από ρόλους δύναμης στην κοινωνία. (Mc Quail, 1993). Επομένως, δεν αποκλείεται τα μικρά κορίτσια να αναζητούν πιο δυναμικά και ενεργητικά πρότυπα.

Και στις διαφημίσεις, όμως, η διαφορά ανάμεσα στα αγόρια και τα κορίτσια είναι αισθητή από κάθε άποψη. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε, μετά από την προβολή συγκεκριμένων διαφημιστικών μηνυμάτων, τα παιδιά ερωτήθηκαν ποιο πρόσωπο θα προτιμούσαν να είναι από αυτά που έπαιρναν μέρος στις διαφημίσεις. Διαπιστώθηκε, λοιπόν, πως «ενώ τα αγόρια επιλέγουν το πρόσωπο της διαφήμισης με βάση (σχεδόν πάντα) το φύλο, η επιλογή των κοριτσιών επηρεάζεται (σε μεγάλο βαθμό) από τη θέση του προσώπου μέσα στη διαφήμιση. Ακόμα, η επιλογή προσώπου δεν φαίνεται να επηρεάζεται ούτε από την κοινωνική τάξη ούτε από την ηλικία των παιδιών» (Ναυρίδης, 1986, 166).

Η Greenfield, επίσης, έχει υποστηρίξει ότι οι διαφημίσεις είναι σε μεγάλο ποσοστό ένοχες για την παρουσίαση των στερεότυπων ρόλων των φύλων. Οι διαφημίσεις για τα κοριτσίστικα παιχνίδια περιλαμβάνουν περισσότερο πολύπλοκες εικόνες, με σβησίματα και ζουμ, καθώς και μουσική υπόκρουση. Αυτές που αναφέρονται στα αγορίστικα παιχνίδια περιέχουν περισσότερη δράση, ηχητικά εφέ, συχνά κοψίματα της εικόνας και δυνατή μουσική (Greenfield, 1988). Βλέπουμε, επομένως, πως τις περισσότερες φορές είναι ξεκάθαρο το τι απευθύνεται σε αγόρια και οι διαφοροποιήσεις που υπάρχουν ανάμεσα στα δύο φύλα φαίνονται και στην έρευνα των Κακανά, Καμαριανό και Μεταλλίδου, από την οποία προέκυψε ότι η μεταβλητή «φύλο» αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα διαφοροποίησης του τρόπου χρήσης των ΜΜΕ (Κακανά, κ.ά., 2002). Συγκεκριμένα, βρέθηκε ότι τα αγόρια προτιμούν κυρίως να παρακολουθούν την τελευταία τηλεοπτική ζώνη (ειδήσεις, ξένες ταινίες, εκπομπές λόγου), γεγονός που υποδηλώνει ότι χρησιμοποιούν την τηλεόραση τόσο ως μέσο ψυχαγωγίας όσο και ενημέρωσης. Από την άλλη πλευρά, τα κορίτσια μάλλον προτιμούν την πρώτη τηλεοπτική ζώνη (προγράμματα ψυχαγωγίας), κάτι που δείχνει ότι χρησιμοποιούν την τηλεόραση περισσότερο ως μέσο ψυχαγωγίας. Επίσης, φάνηκε ότι τα δύο φύλα αντιλαμβάνονται διαφορετικά τον ρόλο των ΜΜΕ και τη συνεισφορά τους στον επαγγελματικό προσανατολισμό των νέων. Έτσι, τα αγόρια σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι τα κορίτσια, θεωρούν τα ΜΜΕ ως μέσα διάδοσης επιστημονικών γνώσεων, αξιών και πληροφόρησης για τα επαγγέλματα αλλά και για τον κόσμο γενικότερα, ενώ τα κορίτσια αντιλαμβάνονται τα ΜΜΕ και κυρίως την

τηλεόραση ως μέσα προβολής και διαμόρφωσης επαγγελματικών προτύπων (Κακανά, 2002).

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι το φύλο είναι ένας παράγοντας που διαφοροποιεί σε αρκετά μεγάλο βαθμό, τις προτιμήσεις, τις συνήθειες αλλά και τις αντιλήψεις των παιδιών σχετικά με την τηλεόραση αλλά και τα υπόλοιπα ΜΜΕ. Ωστόσο, φαίνεται πως οι απόψεις αγοριών και κοριτσιών για τη χρήση της τηλεόρασης είναι ανάλογες των στερεότυπων αντιλήψεων γι' αυτά, αντιλήψεων που κατασκευάζονται τόσο στο ευρύτερο πλαίσιο της κοινωνίας όσο και στο πλαίσιο των ΜΜΕ.

5.3 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΤΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ

Η κοινωνική καταγωγή και το μορφωτικό επίπεδο της οικογένειας φαίνεται πως είναι δύο παράγοντες που σε μερικές περιπτώσεις επηρεάζουν τη σχέση των παιδιών με την τηλεόραση και σε άλλες όχι. Συγκεκριμένα, όπως έχει υποστηριχθεί, ο χρόνος που αφιερώνουν στην τηλεόραση εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τους δύο αυτούς παράγοντες. Από την έρευνα που πραγματοποίησε η Κορωναίου βρέθηκε πως:

α) Οι νέοι τηλεθεατές που παθιάζονται με τη μικρή οθόνη και της αφιερώνουν πάνω από 3 ώρες την ημέρα είναι κυρίως παιδιά των μη προνομιούχων κοινωνικών τάξεων. Τα παιδιά των οποίων οι γονείς έχουν πανεπιστημιακό δίπλωμα περνούν από μία έως τρεις ώρες μπροστά στην τηλεόραση. Ανάμεσα σ' αυτές τις δύο κατηγορίες τοποθετούνται τα παιδιά των μεσαίων στρωμάτων, των οποίων οι γονείς κατέχουν το απολυτήριο τη δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Κορωναίου, 1992).

Η κοινωνική καταγωγή φαίνεται να μην επηρεάζει ιδιαίτερα τα παιδιά στην επιλογή ενός προγράμματος, υπάρχουν, όμως, διαφορές μεταξύ παιδιών διαφορετικών κοινωνικών τάξεων σχετικά με την επιλογή τηλεοπτικών ηρώων. Έτσι, «γενική είναι η προτίμηση των νέων για τις κινηματογραφικές ταινίες στην τηλεόραση, τα σίριαλ, τις περιπέτειες και γενικότερα τη μυθοπλασία (76% του συνόλου του δείγματος παρακολουθεί αυτές τις εκπομπές)» (Κορωναίου, 1992, 129). Για τα μικρότερα παιδιά, οι παιδικές εκπομπές και κυρίως τα κινούμενα σχέδια έρχονται πάντα πρώτα στις προτιμήσεις τους. Ακόμα, «η προτίμηση για τους εθνικούς αστέρες

του θεάματος παρατηρείται κυρίως στα παιδιά από τα κατώτερα κοινωνικά στρώματα, ενώ τα 2/3 των παιδιών που προέρχονται από τα ανώτερα κοινωνικά στρώματα προτιμούν τους ξένους ηθοποιούς. Οι προτιμήσεις των παιδιών που οι γονείς τους είναι τεχνίτες ή μικροέμποροι πλησιάζουν τις προτιμήσεις των παιδιών από τα εργατικά στρώματα, ενώ μια σημαντική μειοψηφία (36%) των παιδιών που οι γονείς τους είναι μεσαία στελέχη, ακολουθούν τις επιλογές των πιο προνομιούχων κοινωνικών τάξεων. Η προτίμηση για τα εθνικά είδωλα επηρεάζεται και από τον τόπο κατοικίας» (Κορωναίου, 1992,144).

Συμπεραίνουμε, λοιπόν, πως η κοινωνική καταγωγή και το μορφωτικό επίπεδο της οικογένειας είναι δύο παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν τον χρόνο που περνάει ένα παιδί μπροστά στη μικρή οθόνη, καθώς και τις προτιμήσεις τους για τους τηλεοπτικούς ήρωες. Όσον αφορά το τι είδους προγράμματα συνηθίζουν να βλέπουν τα παιδιά στην τηλεόραση, μάλλον δεν έχει ιδιαίτερη σχέση με την κοινωνική καταγωγή και το μορφωτικό επίπεδο των γονιών τους. Αυτό επηρεάζεται περισσότερο από το φύλο.

Στο επόμενο κεφάλαιο βλέπουμε πως εκλαμβάνουν τα παιδιά την τηλεοπτική πραγματικότητα.

6. Η ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΩΣ ΤΗΝ ΕΚΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ.

«Η ικανότητα 'ανάγνωσης' της τηλεόρασης, που αναπτύσσεται κατά ένα μέρος από την επαφή με την τηλεόραση και κατά ένα άλλο μέρος από την ανάπτυξη των παιδιών, κάνει δυνατή τη χρησιμοποίηση της τηλεόρασης ως μέσου μετάδοσης της γνώσης και διάφορων ικανοτήτων στα μικρά παιδιά» (Greenfield, 1988, 32). Σύμφωνα με τη Σεραφετινίδου, «σ' αυτόν τον ονειρικό κόσμο που χτίζουν τα μέσα, δίνεται ένα επίχρισμα ρεαλισμού, μέσω του οποίου η φαντασίωση μεταμφιέζεται σε πραγματικότητα» (Σεραφετινίδου, 1987, 309). Έτσι, με τη βοήθεια διάφορων τεχνικών, όπως τα ηχητικά εφέ, το χρώμα, η ηθοποιία, το ζουμ, τα εξωτερικά γυρίσματα, το μοντάζ και άλλα, δίνεται η εντύπωση στο κοινό ότι πρόσωπα και γεγονότα που προβάλλονται στη μικρή οθόνη μπορεί να είναι αληθινά. Τα όρια μεταξύ πραγματικού και φανταστικού σιγά-σιγά εξαφανίζονται και δεν διακρίνονται εύκολα και σαν αποτέλεσμα ο τηλεθεατής δεν μπορεί παρά να αισθανθεί ότι και οι ανθρώπινες που προβάλλονται είναι αληθινές.

Η επίδραση της τηλεόρασης στα παιδιά, θετική και αρνητική, είναι αναμφισβήτητη πολύ μεγάλη. Άλλωστε, είναι γνωστό σήμερα ότι οι πολύ μικρές ηλικίες έχουν την ικανότητα να καταγράφουν με μεγάλη ευκολία οπτικές κυρίως παραστάσεις. *«Ένας λόγος που τα παιδιά είναι τόσο ευάλωτα στα μηνύματα της τηλεόρασης είναι το γεγονός ότι θεωρούν πραγματικότητα ό,τι βλέπουν στην τηλεόραση. Τα πολύ μικρά παιδιά εξισώνουν ό,τι βλέπουν στην τηλεόραση – εκτός από τα κινούμενα σχέδια- με την πραγματικότητα» (Greenfield, 1988, 65-66). Μάλιστα, σύμφωνα με τον Καμαριανό, όσο περισσότερη ώρα παρακολουθούν τηλεόραση τόσο πιο κοντά πιστεύουν ότι βρίσκονται στην πραγματικότητα. (Καμαριανός, 2002). Σύμφωνα με την Greenfield, καθώς τα παιδιά μεγαλώνουν, υιοθετούν νέες αντιλήψεις για την τηλεοπτική πραγματικότητα : πρώτα πιστεύουν πως είναι πραγματικότητα στην τηλεόραση οτιδήποτε βλέπουν σ' αυτή που θα μπορούσε να συμβεί, ενώ αργότερα πιστεύουν πως ό,τι βλέπουν στη μικρή οθόνη αναπαριστάνει κάτι που πιθανό να συμβεί στην πραγματικότητα. (Greenfield, 1988).*

Σε μια επισκόπηση ερευνών ο Lealand θα τονίσει τα εξής: *«Στην ηλικία του ενός έτους τα παιδιά αρχίζουν να δίνουν σημασία στον τηλεοπτικό δέκτη. Παιδιά ενός ή δύο ετών αρχίζουν να μιμούνται τηλεοπτικά πρότυπα συμπεριφοράς. Σε ηλικία δύο ή τριών*



ετών παρατηρείται δραματική αύξηση τηλεθέασης και ανάλογης προσοχής στο τηλεοπτικό περιεχόμενο. Στην ηλικία από τρία έως πέντε έτη η πλειονότητα των παιδιών παρακολουθούν τηλεόραση συνειδητά» (Καμαριανός, 2002, 304-305).

Επομένως, σε πολύ μικρές ηλικίες τα παιδιά έχουν μία εντελώς διαφορετική εικόνα της τηλεοπτικής πραγματικότητας και δυσκολεύονται να κατανοήσουν πράγματα που για τους μεγαλύτερους φαίνονται αυτονόητα.

Συμπερασματικά, ανάλογα με την ηλικία και την ωρίμανση των παιδιών διαμορφώνεται και η εικόνα που έχουν για την τηλεόραση και τα τηλεοπτικά προγράμματα.

Κάτι παρόμοιο ισχύει και για τη διαφήμιση. «Τα παιδιά έλκονται από τις τηλεοπτικές διαφημίσεις, μαθαίνουν εύκολα τα διαφημιστικά συνθήματα και τους ήχους, τους αρέσει να τα χρησιμοποιούν στα παιχνίδια τους» (Δουλκέρη, 1997,97) Τα εντυπωσιακά χρώματα, οι διάφορες μελωδίες, οι γρήγορες εναλλαγές εικόνων, ο απλός και λιτός λόγος (κυρίως των διαφημίσεων που απευθύνονται σε παιδιά) τραβούν εύκολα την προσοχή και κεντριζουν το ενδιαφέρον τους. Ωστόσο, τα περισσότερα παιδιά αδυνατούν να κατανοήσουν το ρόλο των διαφημίσεων. Θεωρώντας οτιδήποτε προβάλλεται πραγματικό και αληθινό, δεν μπορούν να σκεφτούν ότι όλες οι διαφημίσεις έχουν ένα και μοναδικό στόχο, για την πραγματοποίηση του οποίου χρησιμοποιούν την πειθώ και διάφορα άλλα μέσα που πολλές φορές δεν είναι διακριτά ούτε από τους μεγαλύτερους. Άλλωστε, σύμφωνα με τον Σταυρακάκη, είναι ευρέως αποδεκτό ότι η διαφήμιση δεν απευθύνεται στην ορθολογική ικανότητα του καταναλωτή, αλλά μάλλον στις μη συνειδητές ή μη αμιγώς ορθολογικές πλευρές του ψυχισμού του. (Σταυρακάκης, 1996).

Επίσης, θα πρέπει να σημειωθεί ότι «παρά τις αλλαγές στη σημασία της πραγματικότητας, η εντύπωση ότι τα ψυχαγωγικά προγράμματα αναπαριστάνουν την κοινωνική πραγματικότητα δεν φαίνεται να αλλάζει και πολύ, καθώς αυξάνονται οι εμπειρίες της ζωής ή οι ώρες της επαφής με την τηλεόραση. Το ρεαλιστικό ύφος πολλών ψυχαγωγικών εκπομπών φαίνεται να συμβάλει σ' αυτό» (Greenfield, 1988, 66).

Μεγάλο ενδιαφέρον έχει και ο τρόπος που παρουσιάζονται στη μικρή οθόνη κάποιες διαχρονικές αξίες. «Στην ονειρική πραγματικότητα που κατασκευάζουν τα ΜΜΕ πάντα επικρατεί η δικαιοσύνη» (Σεραφετινίδου, 1987, 310). Μετά από κάθε διαμάχη του καλού με το κακό, του δίκαιου με το άδικο, συμπεραίνουμε πως το καλό και το δίκαιο πάντα υπερισχύουν και καταφέρνουν να επιβάλλουν το σωστό, αν και τις περισσότερες φορές χρησιμοποιούν βίαιες μεθόδους. Η αρετή πάντα

επιβραβεύεται και το κακό τιμωρείται από τον πρωταγωνιστή, που αναλαμβάνει συνήθως να φέρει μια αρνητική κατάσταση εις πέρας. Σύμφωνα με τη Σεραφετινίδου, ακόμα πιο κυρίαρχο στοιχείο από τη δικαιοσύνη μέσα στον ειδυλλιακό κόσμο των ΜΜΕ και κυρίως της τηλεόρασης, είναι η αγάπη. Μπροστά στην αγάπη τίποτα δεν μετράει και τίποτα δεν μπορεί να αντισταθεί στη δύναμή της. Κοινωνικές προκαταλήψεις, ταξικές διακρίσεις, κακίες, μικροπρέπειες και το χρήμα φαίνεται πως υποβαθμίζονται και τελικά υπερνικούνται. Και βέβαια, φυσικό επακόλουθο των οποιωνδήποτε συγκρούσεων είναι η νίκη της αγάπης, που ολοκληρώνεται συνήθως και με το γάμο των πρωταγωνιστών. Τα θέματα αυτά είναι πλέον χαρακτηριστικά στην τηλεοπτική πραγματικότητα. (Σεραφετινίδου, 1987).

Χαρακτηριστικοί, όμως, φαίνεται πως είναι και οι ήρωες που εμφανίζονται συνήθως στη μικρή οθόνη. Τόσο η εξωτερική τους εμφάνιση, όσο και η προσωπικότητά τους έχουν συγκεκριμένα και σταθερά στοιχεία στην ονειρική πραγματικότητα της τηλεόρασης. Οι ήρωες του κόσμου που χτίζουν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης έχουν υπεράνθρωπες, προσωπικές ιδιότητες και ικανότητες. *«Είναι εκπληκτικά ωραίοι, ιδιαίτερα ικανοί και αποτελεσματικοί σε ό,τι αναλαμβάνουν να κάνουν, με εντυπωσιακές σωματικές ή και πνευματικές δυνάμεις οι άντρες, και σπάνια χάρη και γοητεία οι γυναίκες, γενικά άτομα χαρισματικά, που η φύση ή η μοίρα τους προίκισε ιδιαίτερα γενναιόδωρα»* (Σεραφετινίδου, 1987, 311).

Συμπερασματικά, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι *«ο καταναλωτής των μηνυμάτων των ΜΜΕ ζει σε ένα κόσμο όπου η φαντασία είναι πιο πραγματική από την πραγματικότητα, όπου η εικόνα έχει περισσότερη αξιοπρέπεια από το πρωτότυπο... Τα μηνύματα των μέσων, δίνοντας διέξοδο στις καταπιεσμένες επιθυμίες, φιλοδοξίες και όνειρα του σύγχρονου ανθρώπου, τον καθηλώνουν στο επίπεδο της φαντασίωσης και της αυταπάτης»* (Σεραφετινίδου, 1987, 313). Τα μικρά παιδιά, τέλος, είναι δύσκολο να καταλάβουν που σταματάει η πραγματικότητα της ζωής και που αρχίζει η τηλεοπτική πραγματικότητα. Γι' αυτό το λόγο, η τηλεόραση μπορεί να διαμορφώσει την εικόνα που έχουν για τον εαυτό τους και τους άλλους. Μια εικόνα, που πολλές φορές απέχει αρκετά από την πραγματικότητα.

Παρακάτω γίνεται λόγος για τις σημαντικότερες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν σχετικά με το παιδί και την τηλεόραση.

7. ΈΡΕΥΝΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.

Προκειμένου να διερευνηθεί η τηλεοπτική πραγματικότητα στην Ελλάδα, σημαντικοί μελετητές πραγματοποίησαν μια σειρά ερευνών. Ωστόσο, η πλειοψηφία των ερευνών που έχουν γίνει αφορούν τους τηλεθεατές γενικότερα, ενώ είναι πιο λίγες αυτές που επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους κυρίως στο παιδί. Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα αναφερθούμε στις ερευνητικές προσπάθειες που αφορούν κατά κύριο λόγο τις τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών.

Το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών το 1972 πραγματοποίησε για πρώτη φορά μια έρευνα, έχοντας ως επιστημονικό υπεύθυνο τον Γρηγόρη Γκιζελή. Οι βασικοί στόχοι που τέθηκαν ήταν η άντληση στοιχείων για τις τηλεοπτικές προτιμήσεις και στάσεις και η διερεύνηση του κοινωνικο-οικονομικού πλαισίου των Αθηναίων τηλεθεατών σε σύγκριση με τους μη τηλεθεατές. Σχετικά με τη σχέση του παιδιού με την τηλεόραση δεν βγήκαν σημαντικά αποτελέσματα. Στηριζόμενοι στις απόψεις των Αθηναίων για τα κατάλληλα και ακατάλληλα προγράμματα, διαπίστωσαν μόνο ότι οι ερωτηθέντες θεωρούσαν ως πιο επικίνδυνο μέσω την τηλεόραση όταν προβάλλει σκηνές βίας και επιθετικότητας..

Λίγα χρόνια μετά τη δημοσίευση της έρευνας του Ε.Κ.Κ.Ε. θα πραγματοποιηθεί μια παρόμοια ερευνητική προσπάθεια από τη Δουλκέρη. Στόχοι της ήταν να μελετήσει τις συμπεριφορές και προτιμήσεις τηλεθέασης στην περιοχή της Θεσσαλονίκης, την επίδραση και τις κυρίαρχες λειτουργίες που επιτελεί *«Για πρώτη φορά διαπιστώνονται οι οικογενειακές συνήθειες τηλεθέασης όπως τις μεταθέτουν οι γονείς, αν και η έρευνα δεν περιελάμβανε παιδιά»* (Καμαριανός, 2002, 308). Προέκυψε, λοιπόν, ότι τα παιδιά από χαμηλά κοινωνικοοικονομικά στρώματα επέλεξαν μόνο τους το πρόγραμμα που θα ήθελαν να παρακολουθήσουν (Δουλκέρη, 1980). Ωστόσο, οι γονείς από την πλευρά τους φαίνεται πως έθεταν κάποιους κανόνες, έτσι ώστε να αποφεύγεται όσο το δυνατόν περισσότερο η παρακολούθηση βίαιων ταινιών και προγραμμάτων.

«Ο Δ. Τσαρδάκης, στο έργο του Ο Άνθρωπος στα δίκτυα της Manipulation, το οποίο αποτελεί μια κοινωνικοψυχολογική μελέτη στην περιοχή της επικοινωνίας και της συμπεριφοράς, κατέγραψε κι αυτός τις οικογενειακές προστριβές κατά την επιλογή των προγραμμάτων» (Καμαριανός, 2002, 308)

Μία ακόμη συλλογική έρευνα έγινε από το Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων με επικεφαλής το Ναυρίδη. Από αυτήν προέκυψε ότι το 49% των παιδιών προτιμούσαν να παρακολουθούν προγράμματα με χιούμορ και γενικά διασκεδαστικού περιεχομένου, ενώ το 26% των παιδιών βίαια προγράμματα. Επίσης, «κατέληξε, πως ένα μεγάλο ποσοστό οικογενειών χρησιμοποιούσε την τηλεόραση ως μέσο κοινωνικοποίησης. Πολλές φορές η άδεια τηλεθέασης από τους γονείς χρησιμοποιήθηκε για να επιβραβευτεί η προσπάθεια του παιδιού, ενώ στην αντίθετη περίπτωση χρησιμοποιήθηκε η στέρηση από το τηλεοπτικό δικαίωμα για τιμωρία» (Βουιδάσκης, 1992).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η έρευνα *Παιδί και Τηλεόραση* του Ι. Κανάκη, που επιχείρησε να μελετήσει τη συμπεριφορά 528 παιδιών από τον Πειραιά και το Ρέθυμνο κατά την παρακολούθηση και αξιοποίηση τηλεοπτικών εκπομπών στο σπίτι και στο σχολείο. «Η έρευνα δείχνει τις διαφοροποιήσεις της συμπεριφοράς των παιδιών, σε σχέση με το φύλο, τον τόπο διαμονής τους, το μορφωτικό επίπεδο του πατέρα και της μητέρας και προτείνει τρόπους εκπαιδευτικής αξιοποίησης της τηλεόρασης» (Καμαριανός, 2002, 310. Κανάκης, 1996).

Στη συνέχεια, η Τέσσα Δουλκέρη διερεύνησε τη θέση του παιδιού στην τηλεοπτική πραγματικότητα και «*διατύπωσε την υπόθεση ότι τα Μ.Μ.Ε. αντιμετωπίζουν και το παιδί ως 'καταναλωτή'*» (Καμαριανός, 2002, 310). Έτσι, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι «*στα μεγάλα ιδιωτικά τηλεοπτικά κανάλια, ως παιδικό πρόγραμμα νοείται μόνο η πρωινή ζώνη του Σαββάτου και της Κυριακής, η οποία μάλλον κατά το μεγαλύτερο μέρος της απευθύνεται στους εφήβους. Αιτία είναι η άκρατη εμπορευματοποίηση της τηλεόρασης και η απουσία των θεσμών που θα έπρεπε να παρέμβουν ρυθμιστικά*» (Καμαριανός, 2002, 310-311). Πραγματικά και σήμερα παρατηρούμε ότι παιδικά προγράμματα προβάλλονται μόνο κατά την πρωινή ζώνη του Σαββάτου και της Κυριακής, γεγονός που υποβαθμίζει σημαντικά τη θέση του παιδιού-τηλεθεατή.

Ο Παπαθανασόπουλος «*κατέγραψε ποσοτικά και ποιοτικά τις σκηνές βίας των τρέιλερς που προβάλλονταν στην παιδική ζώνη παρά την απαγόρευση που επιβάλλει ο Νόμος 2328 (άρθρο 3)*» (Παπαθανασόπουλος, 1997, 387). Βρήκε, λοιπόν, ότι σε χρονικό διάστημα μιας εβδομάδας προβλήθηκαν από τους σημαντικότερους τηλεοπτικούς σταθμούς 4.759 σκηνές βίας, ενώ σημαντική θέση στην ελληνική τηλεοπτική πραγματικότητα φάνηκε πως έχουν οι αμερικάνικες ταινίες βίας.

Τέλος, ιδιαίτερα σημαντική ήταν η έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τους Κακανά, Καμαριανό και Μεταλλίδου, η οποία είχε σαν στόχο να διερευνήσει πιθανές διαφορές σχετικά με:

- «- τον τρόπο χρήσης των ΜΜΕ από τα αγόρια και τα κορίτσια,
- τις αντιλήψεις αγοριών και κοριτσιών για τον ρόλο των ΜΜΕ, ως πηγής πληροφόρησης για τον κόσμο,
- τις αντιλήψεις αγοριών και κοριτσιών για τον ρόλο των ΜΜΕ, ως πηγής μετάδοσης αξιών γενικά, αλλά και ειδικότερα επαγγελματικών αξιών.

Τα συμπεράσματα της έρευνας έδειξαν ότι τα ΜΜΕ δεν διαφοροποιούν άμεσα τις επιλογές των εφήβων. Επίσης, η μεταβλητή 'φύλο' αποδείχτηκε ιδιαίτερα σημαντική όσον αφορά τον προσανατολισμό των επαγγελματικών επιλογών αλλά και τη στάση των δύο φύλων απέναντι στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης» (Κακανά, 2002).

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

1. ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Βασικός στόχος της έρευνας ήταν να καταγράψουμε τις τηλεοπτικές συνήθειες και προτιμήσεις των παιδιών της προσχολικής ηλικίας.

Ειδικότερα, επιδιώξαμε να ανακαλύψουμε:

α) τι είδους τηλεοπτικές εκπομπές παρακολουθούν τα μικρά παιδιά και τι είδους προγράμματα προτιμούν,

β) πόσες και ποιες ώρες βλέπουν περισσότερο τηλεόραση στο σπίτι,

γ) τυχόν επιδράσεις ως προς τις τηλεοπτικές τους συνήθειες και προτιμήσεις από το οικογενειακό περιβάλλον,

δ) τις τηλεοπτικές συνήθειες της οικογένειας,

ε) τις γενικότερες στάσεις και συμπεριφορές των παιδιών σε σχέση με την τηλεόραση και

στ) τυχόν διαφορές ως προς το φύλο των παιδιών σχετικά με τις τηλεοπτικές τους συνήθειες.

Βασική υπόθεση της έρευνας αποτέλεσε η άποψη ότι τα παιδιά της προσχολικής ηλικίας βλέπουν πολλές ώρες τηλεόραση και ότι ενδεχομένως, ο ελεύθερος χρόνος τους μοιράζεται ανάμεσα στο παιχνίδι και τη μικρή οθόνη.

Υποθέτουμε ακόμα ότι η επιλογή των εκπομπών είναι ανεξέλεγκτη από τους ενήλικες. Τα παιδιά, λοιπόν, ίσως δεν παρακολουθούν μόνο παιδικά προγράμματα, αλλά και προγράμματα που απευθύνονται στο ενήλικο κοινό. Ορισμένα από αυτά, μάλιστα, μπορεί να ασκήσουν ιδιαίτερα αρνητική επιρροή στα μικρά παιδιά, καθώς το περιεχόμενό τους είναι αυστηρά μόνο για τους ενήλικες.

Τρίτη ερευνητική μας υπόθεση ήταν ότι η μικρή οθόνη κατέχει στα περισσότερα σπίτια πολύ σημαντική θέση, καθώς παραμένει ανοιχτή όλη την ημέρα. Αυτό, βέβαια, έχει ως συνέπεια τα παιδιά να παρακολουθούν κάθε είδους ταινία και εκπομπή που προβάλλεται. Αλλά, ακόμα κι αν δεν κάθονται μπροστά στην τηλεόραση, σίγουρα ακούν ό,τι μπορεί να ειπωθεί σε οποιοδήποτε πρόγραμμα.

Κάποιες ειδικότερες υποθέσεις που θα μπορούσαν να γίνουν είναι ότι τα παιδιά, επειδή βλέπουν αρκετές ώρες τηλεόραση, οι ήρωες και τα πρότυπά τους προέρχονται μάλλον από τις διάφορες εκπομπές και τα κινούμενα σχέδια που παρακολουθούν.

Όσον αφορά τις διαφημίσεις, υποθέτουμε ότι οι γρήγορες εναλλαγές εικόνων και παραστάσεων, τα έντονα χρώματα και η κατάλληλη μουσική υπόκρουση, τις καθιστά ενδιαφέρουσες για τα μικρά παιδιά, καθώς κεντρίζουν εύκολα την προσοχή τους.

Τέλος, υποθέτουμε ότι όσο ενδιαφέρουσες κι αν είναι κάποιες τηλεοπτικές εκπομπές από την πλειοψηφία των παιδιών, το παιχνίδι εξακολουθεί να είναι η αγαπημένη τους ασχολία.

2. ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για να διερευνηθούν οι τηλεοπτικές συνήθειες των παιδιών ήταν η ατομική συνέντευξη. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιούνταν σε έναν ξεχωριστό χώρο μέσα σε κάθε νηπιαγωγείο, έτσι ώστε τα παιδιά να μην επηρεάζονται από κανέναν εξωτερικό παράγοντα και να εκφράζονται ελεύθερα.

Ακόμα, πραγματοποιήθηκε μια συζήτηση με την κάθε νηπιαγωγό, προκειμένου να διερευνηθεί η δική της επιρροή στις τηλεοπτικές συνήθειες και προτιμήσεις των παιδιών, για να αντλήσουμε περισσότερες πληροφορίες για τα παιδιά, σύμφωνα με την προσωπική της γνώμη και για να μάθουμε αν τα παιδιά μεταφέρουν στην τάξη τις 'τηλεοπτικές εμπειρίες' τους.

3. ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τα μέσα ως τα τέλη του Φεβρουαρίου του έτους 2003 σε οχτώ νηπιαγωγεία συνολικά, που βρίσκονταν στην ευρύτερη περιοχή του Βόλου. Συγκεκριμένα, τα έξι ήταν κλασικά ή ολοήμερα και βρίσκονταν στο κέντρο της πόλης και τα δύο ήταν αγροτικά και βρίσκονταν στο Διμήνι και στην Αγριά. Κριτήριο επιλογής των συγκεκριμένων σχολείων αποτέλεσε το γεγονός ότι οι νηπιαγωγοί δέχτηκαν να συμμετάσχουν σ' αυτή την ερευνητική προσπάθεια.

Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 114 νήπια, από τα οποία τα 66 ήταν κορίτσια και τα 48 αγόρια. Ο μέσος όρος σε κάθε νηπιαγωγείο ήταν περίπου 14 παιδιά.

Παράλληλα, δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν και οι οκτώ νηπιαγωγοί, οι οποίες ερωτήθηκαν αν προτείνουν στα παιδιά της τάξης τους να βλέπουν κάποια προγράμματα, που οι ίδιες θεωρούν ότι είναι καλά και αν συζητούν μαζί τους για την τηλεόραση.

4. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΟΔΗΓΟΥ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Προκειμένου να διερευνηθούν οι επιμέρους στόχοι, στηριχθήκαμε σε έναν οδηγό συνέντευξης, ο οποίος αποτελείται από 24 ερωτήσεις κλειστού και ανοιχτού τύπου.

Έτσι, με τις ερωτήσεις 1, 2, 3 και 4 επιδιώξαμε να δούμε τη θέση που έχει η τηλεόραση στο σπίτι και κατά πόσο αποτελεί μέρος της καθημερινότητας των παιδιών της προσχολικής ηλικίας. Οι ερωτήσεις που τέθηκαν στα νήπια είναι *πόσες τηλεοράσεις έχουν στο σπίτι τους και σε ποια δωμάτια, αν παίζουν όλη τη μέρα ή όχι, αν βλέπουν κάθε μέρα τηλεόραση και ποιες ώρες.*

Με τις ερωτήσεις 5, 6, 7, 8, 9 και 10 είχαμε σαν στόχο να διερευνήσουμε *ποιες ώρες βλέπουν τηλεόραση και ποιες εκπομπές παρακολουθούν σε όλη τη διάρκεια της ημέρας.* Επίσης φαίνεται αν βλέπουν μόνα τους ή με κάποιον άλλον, σε ποιον αρέσουν αυτές οι εκπομπές, ποιος τις διαλέγει και ποιες είναι οι δικές τους προτιμήσεις.

Στη συνέχεια, με τις ερωτήσεις 11, 12, 13, 14, 15 και 16 προσπαθήσαμε να διακρίνουμε την επιρροή των γονιών ή των άλλων μελών της οικογένειας στις τηλεοπτικές επιλογές και συνήθειες των παιδιών. Ρωτήσαμε, λοιπόν, *αν γνωρίζουν να χειρίζονται τα ίδια το τηλεκοντρόλ ή αν αλλάζει κάποιος άλλος τα κανάλια στο σπίτι, ποιος διαλέγει τι θα δουν στην τηλεόραση, αν συνηθίζουν να βλέπουν μόνοι τους ή με κάποιον άλλον, αν συζητούν με κανέναν γι' αυτά που βλέπουν και αν οι γονείς τους αφήνουν να παρακολουθούν πάντα ό,τι πρόγραμμα θέλουν.* Εδώ μπορούμε ίσως να διακρίνουμε με ποια κριτήρια γίνονται οι επιλογές των προγραμμάτων που διαλέγουν οι γονείς.

Με τις ερωτήσεις 17, 18, 19 και 20 φάνηκαν οι γενικότερες στάσεις και συμπεριφορές των παιδιών σε σχέση με την τηλεόραση, όπως π.χ. ποιο κανάλι βλέπουν περισσότερο, αν συνηθίζουν να τρώνε και να βλέπουν ταυτόχρονα τηλεόραση, αν τους αρέσουν οι διαφημίσεις και τι κάνουν κατά τη διάρκειά τους.

Τυχόν φυλετικά στερεότυπα και πρότυπα των παιδιών διερευνήθηκαν με τις ερωτήσεις 21, 22, και 23, όπου προσπάθησα να μάθω τους αγαπημένους τους ήρωες, αν πιστεύουν πως υπάρχουν εκπομπές μόνο για αγόρια και μόνο για κορίτσια, ποιες είναι αυτές και αν τους αρέσει κάποια που θεωρείται ότι είναι για τι αντίθετο φύλο.

Με την ερώτηση 24 είδαμε ποια είναι ή αγαπημένη ασχολία των παιδιών, καλώντας τα να διαλέξουν αυτό που τους αρέσει περισσότερο ανάμεσα στο παιχνίδι, στην τηλεόραση, στη μουσική, στις βόλτες- εκδρομές και στα παραμύθια.

5. ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της συνέντευξης των νηπίων στην κάθε ερώτηση χωριστά, καθώς επίσης και αναλυτικοί πίνακες.

Η 1η ερώτηση που τέθηκε στα νήπια ήταν σχετικά με τον αριθμό των τηλεοράσεων που έχουν στο σπίτι τους και τα δωμάτια στα οποία βρίσκονται.

Από τα 114 αγόρια και κορίτσια που ερωτήθηκαν, προέκυψε ότι στα περισσότερα σπίτια υπάρχουν δύο τηλεοράσεις. Συγκεκριμένα, 58 παιδιά δήλωσαν ότι έχουν δύο τηλεοράσεις στο σπίτι τους, 34 παιδιά είπαν ότι έχουν μία και 22 παιδιά ότι έχουν τρεις τηλεοράσεις. Όσον αφορά τα δωμάτια στα οποία βρίσκονται αυτές, από τα παιδιά που είπαν ότι έχουν μία τηλεόραση, 23 ανέφεραν ότι αυτή βρίσκεται στο σαλόνι/ καθιστικό, 7 στο υπνοδωμάτιο των γονιών τους και 4 στην κουζίνα. Από αυτούς που είπαν ότι έχουν δύο τηλεοράσεις, 50 παιδιά ανέφεραν ότι βρίσκεται στο σαλόνι/ καθιστικό, 41 στο υπνοδωμάτιο των γονιών τους, 14 στο παιδικό δωμάτιο, 9 στην κουζίνα και 2 στο δωμάτιο της γιαγιάς που μένει μαζί τους. Από τους υπόλοιπους που είπαν ότι έχουν τρεις τηλεοράσεις, 21 ανέφεραν ότι βρίσκεται στο σαλόνι/ καθιστικό, 17 στο υπνοδωμάτιο των γονιών τους, 13 στο παιδικό δωμάτιο, 8 στην κουζίνα και 7 στο δωμάτιο της γιαγιάς. (Βλ. Πίνακα 1).

	Σαλόνι/ Καθιστικό	Υπνοδωμάτιο Γονιών	Υπνοδωμάτιο Παιδιού	Κουζίνα	Δωμάτιο Γιαγιάς
1 Τηλεόρ.	23	7	-	4	-
2 Τηλεορ.	50	41	14	9	2
3 Τηλεορ.	21	17	13	8	7

Πίνακας 1: Σε ποια δωμάτια του σπιτιού βρίσκονται οι τηλεοράσεις.

Στη 2η ερώτηση τους ρωτήσαμε αν παρακολουθούν καθημερινά τηλεόραση. Σύμφωνα με τις απαντήσεις τους, 74 παιδιά βλέπουν κάθε μέρα τηλεόραση, 40 παιδιά δεν βλέπουν καθημερινά, ενώ 6 παιδιά ανέφεραν ότι βλέπουν περισσότερο το Σάββατο και την Κυριακή.

Η 3η ερώτηση αναφερόταν στο αν η τηλεόραση παίζει όλη τη μέρα στο σπίτι ή όχι.

Από τα 114 παιδιά, 74 είπαν ότι παίζει συγκεκριμένες ώρες και 40 δήλωσαν ότι είναι ανοιχτή όλη τη μέρα. Μάλιστα, σαν λόγους για τους οποίους δεν την αφήνουν ανοιχτή ανέφεραν : 'Για να μην καεί η τηλεόραση', 'για τη ΔΕΗ' και 'για να μην

πάθουν κακό τα μάτια'. Εδώ αξίζει να σημειωθεί ότι τα 74 παιδιά που απάντησαν ότι η τηλεόραση παίζει συγκεκριμένες ώρες, είναι τα ίδια παιδιά που στην προηγούμενη ερώτηση είχαν πει ότι βλέπουν καθημερινά και τα 40 παιδιά που απάντησαν ότι είναι ανοιχτή όλη την ημέρα, είναι τα ίδια που πρωτίτερα είχαν πει ότι δεν βλέπουν καθημερινά.

Στη συνέχεια, τα παιδιά ερωτήθηκαν *ποιες ώρες βλέπουν περισσότερο τηλεόραση (πρωί, μεσημέρι, βράδυ)*.

Τα αποτελέσματα που καταγράφηκαν σχετίζονται με τις εκπομπές που ανέφερε ότι βλέπει το κάθε παιδί, καθώς μερικές φορές φαίνεται πως συγχέουν τις ώρες. Έτσι, την Πρωινή Ζώνη (6.30-12.30) με 21 προγράμματα φαίνεται πως προτιμούν 51 παιδιά, 25 παιδιά τη Μεσημεριανή- Απογευματινή Ζώνη (13.00- 19.30) με 14 προγράμματα και 38 παιδιά τη Βραδινή Ζώνη (20.00- 24.00) με 16 προγράμματα.

Η πέμπτη και έκτη ερώτηση που έγινε στα νήπια σχετίζονται με το *τι εκπομπές βλέπουν το μεσημέρι και το απόγευμα, με ποιον τις βλέπουν και σε ποιον αρέσουν*.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 2) φαίνονται οι εκπομπές της μεσημεριανής- απογευματινής ζώνης καθώς επίσης και πόσα παιδιά ανέφεραν ότι βλέπουν την καθεμιά.

ΕΚΠΟΜΠΕΣ	ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΠΑΙΔΙΩΝ
1. Κων/νου και Ελένης	19
2. Ποπ και Πάμε	12
3. Άκρως Οικογενειακό	10
4. Καλημέρα Ζωή	10
5. Ουράνιο Τόξο	9
6. Chiquititas	8
7. Ειδήσεις	8
8. Λάμψη	7
9. Θησαυροφυλάκιο	5
10. Νταντά για όλες τις δουλειές	3
11. Λορέντζο και Παλόμα	2
12. Αδύναμος Κρίκος	1
13. Ρώσικη Ρουλέτα	1
14. Φύλο και Φτερό	1

Πίνακας 2: Μεσημεριανή- Απογευματινή Ζώνη Τηλεθέασης.

Όσον αφορά το ερώτημα με ποιον βλέπουν αυτά τα προγράμματα, από τα 114 παιδιά απάντησαν τα 103. Έτσι, 44 παιδιά ανέφεραν ότι το μεσημέρι και το απόγευμα βλέπουν συνήθως τηλεόραση με τα αδέρφια τους (επειδή, όπως είπαν, οι γονείς τους τις περισσότερες φορές κοιμούνται ή λείπουν αυτές τις ώρες), 36 παιδιά δήλωσαν ότι βλέπουν με τους γονείς τους και 23 παιδιά μόνα τους.

Η 7η ερώτηση αναφερόταν στο *τι εκπομπές βλέπουν το βράδυ, με ποιον τις βλέπουν και σε ποιον αρέσουν*. Στον Πίνακα 3 φαίνονται οι εκπομπές της βραδινής ζώνης καθώς και οι αναφορές των παιδιών. Όσον αφορά με ποιον βλέπουν τις συγκεκριμένες εκπομπές, 83 παιδιά δήλωσαν ότι αυτές τις ώρες συνήθως βλέπουν με τους γονείς τους, 16 με τα αδέρφια τους και μόλις 6 παιδιά μόνα τους. Και σ' αυτή την ερώτηση απάντησαν τα 103 παιδιά από τα 114.

Στην ερώτηση *σε ποιον αρέσουν αυτά που βλέπουν τόσο το μεσημέρι όσο και το βράδυ*, όλα τα παιδιά ανέφεραν τον εαυτό τους μαζί με τα άτομα, με τα οποία παρακολουθούν τα διάφορα προγράμματα που δήλωσαν.

ΕΚΠΟΜΠΕΣ	ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΠΑΙΔΙΩΝ
1. Fame Story	50
2. Η Φάρμα	44
3. Τα Φιλαράκια	7
4. Είσαι το ταίρι μου	6
5. A.M.A.N.	5
6. Δέκα Λεπτά Κήρυγμα	4
7. Seferly Show	4
8. Η αγάπη ήρθε από μακριά	3
9. Οι Στάβλοι της Ερ. Ζαΐμη	3
10. Κάτω απ' την Ακρόπολη	3
11. Το Φιλί της Ζωής	2
12. Το πιο γλυκό μου ψέμα	2
13. Αέρινες Σιωπές	2
14. Ο Λευκός Οίκος	1
15. Περί Ανέμων και Υδάτων	1
16. Ο Εκατομμυριούχος	1

Πίνακας 3: Βραδινή Ζώνη Τηλεθέασης.

Η 8η ερώτηση σχετίζεται με το αν βλέπουν τηλεόραση ως αργά το βράδυ ή όχι. Επειδή τα παιδιά δεν ήταν δυνατό να δηλώσουν ακριβή ώρα, η απάντηση προήλθε από τις επιλογές τους σε σχέση με τα προγράμματα που βλέπουν το βράδυ. Έτσι, κρίνοντας κυρίως από το γεγονός ότι η πλειοψηφία των παιδιών παρακολουθεί συχνά τις διάφορες ελληνικές κοινωνικές σειρές που προβάλλονται μετά τις 22.00, καθώς και τις δύο reality εκπομπές ‘Fame Story’ και ‘Φάρμα’, προκύπτει πως τουλάχιστον 58 παιδιά βλέπουν ως τις 24.00 το βράδυ τηλεόραση και 56 παιδιά κοιμούνται μάλλον νωρίτερα.

Στην 9η ερώτηση φαίνεται ποια είναι τα αγαπημένα τους προγράμματα. Εδώ οι απαντήσεις των παιδιών παρουσιάζονται με κριτήριο ομαδοποίησης το φύλο, προκειμένου να δούμε αν υπάρχουν διαφοροποιήσεις στις προσωπικές επιλογές τους ανάμεσα στα αγόρια και τα κορίτσια.

50 παιδιά, λοιπόν, (29 κορίτσια και 21 αγόρια) δήλωσαν ότι τους αρέσει να βλέπουν το ‘Fame Story’, 44 παιδιά (24 κορίτσια και 20 αγόρια) τη ‘Φάρμα’, 30 παιδιά (12 κορίτσια και 18 αγόρια) το ‘Tom & Jerry’, 19 παιδιά (13 κορίτσια και 6 αγόρια) το ‘Κων/νου και Ελένης’, 18 παιδιά (9 κορίτσια και 9 αγόρια) το ‘Pokemon’, 15 παιδιά (6 κορίτσια και 9 αγόρια) το ‘Digimon’, 15 παιδιά (11 κορίτσια και 4 αγόρια) τα ‘Στρουμφάκια’, 12 παιδιά (4 κορίτσια και 8 αγόρια) το ‘Ποπ και Πάμε’, 12 παιδιά (8 κορίτσια και 4 αγόρια) το ‘Power Rangers’, 10 παιδιά (7 κορίτσια και 3 αγόρια) το ‘Άκρως Οικογενειακό’, 10 αγόρια το ‘Batman’ και 10 παιδιά (5 κορίτσια και 5 αγόρια) το ‘Καλημέρα Ζωή’. (Βλ. Πίνακα 4). Τα αποτελέσματα αυτά προέκυψαν από το σύνολο των ερωτήσεων που έγιναν στα παιδιά. Όσον αφορά το λόγο για τον οποίο τους αρέσουν τα συγκεκριμένα προγράμματα, είπαν: ‘Γιατί έχει πλάκα’, ‘Γιατί είναι ωραίο’, ‘Γιατί μου αρέσουν τα τραγούδια’ (Fame Story), ‘Για να μάθω να φροντίζω τα ζώα’ (Φάρμα) κλπ.

ΕΚΠΟΜΠΕΣ	ΚΟΡΙΤΣΙΑ	ΑΓΟΡΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
Fame Story	29	21	50
Φάρμα	24	20	44
Tom & Jerry	12	18	30
Κων/νου και Ελένης	13	6	19
Pokemon	9	9	18
Digimon	6	9	15
Στρουμφάκια	11	4	15
Ποπ και Πάμε	4	8	12
Power Rangers	8	4	12
Άκρως Οικογενειακό	7	3	10
Batman	-	10	10
Καλημέρα Ζωή	5	5	10

Πίνακας 4: Οι δημοφιλέστερες και πιο αγαπημένες εκπομπές των παιδιών.

Όσον αφορά τη 10η ερώτηση και το ποια προγράμματα γενικότερα βλέπουν τα παιδιά στην τηλεόραση, σύμφωνα με τις απαντήσεις που πήραμε, τα κατατάξαμε σε τρεις ζώνες τηλεθέασης και αναφέρονται σε όλη την εβδομάδα, συμπεριλαμβανομένων και αυτών που προβάλλονται μόνο τα Σαββατοκύριακα. Έτσι, στον Πίνακα 5 μπορούμε να διακρίνουμε τις εκπομπές της Πρωινής Ζώνης (6.30-12.30), στον Πίνακα 6 τις εκπομπές της Μεσημεριανής- Απογευματινής Ζώνης (13.00-19.30) και στον Πίνακα 7 της Βραδινής Ζώνης (20.00-24.00), καθώς και τον αριθμό των παιδιών που τις ανέφερε.

Ωρα	Εκπομπές	Κανάλι	Σύνολο Αναφορών
6.45-7.45	Charlie & MIMO/ Κουκλομ. & Πολυσπ./ Τελετάμπις/ Bob, ο μάστορας.	STAR, ET1, ALTER	12
8.00-10.00	Dreik/ Flinstones/ Χάιντ/ Dexter/ Power Puff Girls	MEGA, ALTER,	14
10.00	Πρωινός Καφές/ Σαν στο σπίτι σας	STAR , MEGA	4
10.30-11.30	Tom & Jerry/ Pokemon/ Αστ.Σαίνης, Γιούγκι-Ο.	ANT1, STAR	55
12.00-12.30	Στρομφάκια/ Λούκυ Λουκ/ Digimon/ Spiderman/ Power Rangers	STAR, ALTER, ANT1	57

Πίνακας 5: Πρωινή Ζώνη Τηλεθέασης.

Ωρες	Εκπομπές	Κανάλι	Σύνολο Αναφορών
13.15-14.00	Νταντά για όλες τις δουλειές/ Ειδήσεις/ Φύλλο & Φτερό	ANT1, ALTER	12
14.30-15.45	Ουράνιο Τόξο/ Πόπ και Πάμε/ Chiquititas	ET1	29
16.30-17.30	Κων/νου & Ελένης/ Άκρωσ Οικογ/ Ρώσικη Ρουλέτα/ Λορέντζο & Παλόμα.	ANT1, MEGA, STAR	32
17.50-19.20	Καλημέρα Ζωή/ Θησαυροφ./ Αδύν. Κρίκος/ Λάμψη	MEGA, ANT1	23

Πίνακας 6: Μεσημεριανή- Απογευματινή Ζώνη Τηλεθέαση

Ωρες	Εκπομπές	Κανάλι	Σύνολο Αναφορών
20.15-22.00	Εκατομμυριούχος/ Λευκός Οίκος/ Το πιο γλυκό μου ψέμα/ Κάτω απ' την Ακρόπολη./ Φιλαράκια/ Περί ανέμων & υδάτων/ 10 Λεπτά Κήρυγμα	ET1, ANT1, ALPHA, MEGA	19
22.00-23.00	Οι στάβλοι της Ερ. Ζαΐμη/ Είσαι το ταίρι μου/ Η αγάπη ήρθε από μακριά/ AMAN/ Seferly Show/ Αέρινες Σιωπές/ Το Φιλί της Ζωής.	ANT1, MEGA	29
23.00-24.00	Fame Story/ Φάρμα	ANT1, MEGA	94

Πίνακας 7: Βραδινή Ζώνη Τηλεθέασης.

Στην 11η και 12η ερώτηση τα παιδιά ερωτήθηκαν αν ξέρουν ή όχι να χειρίζονται το τηλεκοντρόλ και ποιος το χειρίζεται συνήθως περισσότερο στο σπίτι τους.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις τους, 96 παιδιά ξέρουν να το χρησιμοποιούν και 18 δεν ξέρουν. Συγκεκριμένα, μόνο δύο ή τρία παιδιά σε κάθε νηπιαγωγείο δεν ήξεραν να αλλάζουν τα κανάλια. Όσον αφορά το ποιος χειρίζεται συνήθως το τηλεκοντρόλ στο σπίτι, 58 παιδιά απάντησαν ότι το χειρίζονται περισσότερο οι γονείς τους (από τα οποία 36 ήταν κορίτσια και 22 αγόρια), 23 παιδιά (7 κορίτσια και 16 αγόρια) απάντησαν ότι το χρησιμοποιούν περισσότερο τα ίδια, 16 παιδιά (10 κορίτσια και 6 αγόρια) τα αδέρφια τους, 14 παιδιά (9 κορίτσια και 5 αγόρια) όλη η οικογένεια και 3 κορίτσια απάντησαν ότι το χειρίζεται η γιαγιά, που μένει στο σπίτι τους. Τα παραπάνω αποτελέσματα φαίνονται και στον πίνακα 8.

Στην επόμενη ερώτηση τα παιδιά απάντησαν ποιος διαλέγει το τι θα δουν στην τηλεόραση. Από τα 114 παιδιά, ένα αγόρι δεν απάντησε. Από τα υπόλοιπα, 42 παιδιά δήλωσαν ότι οι γονείς τους διαλέγουν τα προγράμματα που θα δουν, 38 παιδιά απάντησαν ότι διαλέγουν τα ίδια, 19 ότι διαλέγει όλη η οικογένεια και 14 ότι διαλέγουν τα αδέρφια τους. (Βλ. Πίνακα 8).

	<i>Ποιος χειρίζεται συνήθως το τηλεκοντρόλ στο σπίτι;</i>	<i>Ποιος διαλέγει το τι θα δεις στην τηλεόραση;</i>
<i>ΠΑΙΔΙ</i>	<i>23</i>	<i>38</i>
<i>ΓΟΝΕΙΣ</i>	<i>58</i>	<i>42</i>
<i>ΑΔΕΡΦΙΑ</i>	<i>16</i>	<i>14</i>
<i>ΟΛΟΙ ΜΑΖΙ</i>	<i>14</i>	<i>19</i>
<i>ΑΛΛΟΙ</i>	<i>3</i>	<i>-</i>
<i>ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΗΣΑΝ</i>	<i>-</i>	<i>1</i>

Πίνακας 8: Ποιος χειρίζεται συνήθως το τηλεκοντρόλ στο σπίτι; -Ποιος διαλέγει τι θα δεις στην τηλεόραση;

Στη 14η ερώτηση ζητήσαμε από τα παιδιά να μας πουν αν βλέπουν μόνο τους τηλεόραση, με τους γονείς τους, με τα αδέρφια τους ή με κάποιον άλλον και τι προτιμούν. Από τις συνεντεύξεις προέκυψε ότι 43 παιδιά βλέπουν με τους γονείς τους, 40 παιδιά με τα αδέρφια τους, 24 μόνο τους και 7 παιδιά με φίλους ή άλλους συγγενείς που μένουν μαζί τους. Τα παραπάνω αποτελέσματα φαίνονται και στον Πίνακα 9. Επίσης, σύμφωνα με τις απαντήσεις τους, τα περισσότερα παιδιά φαίνεται πως προτιμούν να βλέπουν τηλεόραση με τους γονείς και τα αδέρφια τους. Ωστόσο, υπήρξαν κάποια που ανέφεραν ότι θα προτιμούσαν να βλέπουν μόνο τους, για να επιλέγουν τα ίδια και όχι άλλοι.

Στη συνέχεια τα παιδιά ερωτήθηκαν για το αν συζητούν με κάποιον γι' αυτά που βλέπουν στην τηλεόραση και αν ναι, με ποιον. Από τα 114, ένα κορίτσι δεν απάντησε και 50 παιδιά είπαν ότι δεν συζητούν με κανέναν. Από τα υπόλοιπα, 30 υποστήριξαν ότι συζητούν με κάποιον από τους γονείς τους, 21 με τα αδέρφια τους, 14 με τους φίλους τους και 8 με κάποιον άλλο συγγενή ή με τη νηπιαγωγό. Ανάμεσα στα παιδιά που απάντησαν θετικά συμπεριλαμβάνονται και 7 που μιλούν τόσο με τους γονείς όσο και με τα αδέρφια τους. (Βλ. Πίνακα 9).

	Με ποιον βλέπεις συνήθως τηλεόραση;	Με ποιον συζητάς γι' αυτά που βλέπεις στην τηλεόραση;
Με κανέναν	24	50
Γονείς	43	30
Αδέρφια	40	21
Φίλοι	3	14
Άλλοι	4	8

Πίνακας 9: -Με ποιον βλέπουν συνήθως τηλεόραση τα παιδιά.

-Με ποιον συζητούν γι' αυτά που βλέπουν στην τηλεόραση.

Στη 16η ερώτηση τα παιδιά απάντησαν στο αν οι γονείς τους αφήνουν να βλέπουν πάντα ό,τι θέλουν στην τηλεόραση και αν όχι, ποια έργα δεν τους αφήνουν να δουν.

Στο συγκεκριμένο ερώτημα 69 παιδιά είπαν πως μπορούν να δουν ό,τι θέλουν και 45 απάντησαν αρνητικά. Από τα τελευταία, 38 απάντησαν ότι οι γονείς τους δεν τους αφήνουν να βλέπουν έργα ακατάλληλα για τα παιδιά, όπως πολεμικά, βίαια ή ξένα, 19 δήλωσαν ότι δεν τους αφήνουν να δουν κάποιο συγκεκριμένο παιδικό πρόγραμμα, όπως Pokemon, Digimon, Power Rangers κλπ ή κάποια άλλη τηλεοπτική σειρά, χωρίς να την ονομάσουν και 12 παιδιά είπαν πως οι γονείς τους δεν τους αφήνουν να δουν αυτό που θέλουν, όταν οι ίδιοι θέλουν να δουν κάτι στην τηλεόραση. Το κάθε παιδί, βέβαια, έδωσε περισσότερες από μία απαντήσεις. Τα αποτελέσματα αυτά φαίνονται και στον Πίνακα 10.

ΕΚΠΟΜΠΕΣ	ΚΟΡΙΤΣΙΑ	ΑΓΟΡΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
Ακατάλληλα/ Ξένα	21	17	38
Παιδικό/ Σειρά κλπ	11	8	19
Βλέπουν οι γονείς	7	4	12

Πίνακας 10: Τι δεν τους αφήνουν οι γονείς τους να δουν στην τηλεόραση.

Στη 17η ερώτηση τα παιδιά κλήθηκαν να απαντήσουν ποιο κανάλι βλέπουν περισσότερο.

Η πλειοψηφία των παιδιών όμως φαίνεται πως δεν ξέρει τα κανάλια της τηλεόρασης και πολύ συχνά αναφέρουν έναν αριθμό από τα κουμπιά του τηλεκοντρόλ, όπου είναι αποθηκευμένα τα κανάλια. Γι' αυτό το λόγο, προσπάθησα

να καταλάβω ποιο κανάλι βλέπουν περισσότερο από τις εκπομπές που μου ανέφεραν ότι παρακολουθούν συχνότερα. Έτσι, προκύπτει ότι το ANTI είναι το κανάλι με τη μεγαλύτερη τηλεθέαση και ακολουθούν το MEGA, το STAR, το ET1, το ALTER, το NET και το ALPHA. Ένας μικρός αριθμός παιδιών δήλωσε ότι βλέπει εκπομπές και από το FOX KIDS. Επιπλέον, αρκετά είναι τα παιδιά που βλέπουν πολύ συχνά βιντεοκασέτες με κλασικά κινούμενα σχέδια.

Στη 18η ερώτηση τα παιδιά απάντησαν στο αν *συνηθίζουν να τρώνε όταν βλέπουν τηλεόραση και αν ναι, τότε (ή ποιο γεύμα).*

Από τα 114 παιδιά που πήραν μέρος στην έρευνα απάντησαν τα 113. Από αυτά, τα 29 απάντησαν αρνητικά και τα 84 θετικά. Από τα 84, τα 39 παιδιά είπαν ότι συνηθίζουν να τρώνε μεσημεριανό βλέποντας τηλεόραση, τα 30 παιδιά βραδινό και τα 21 πρωινό. Αρκετά παιδιά πολύ συχνά ανέφεραν περισσότερο από ένα γεύματα. (Βλ. Πίνακα 11)

ΠΡΩΙΝΟ	ΜΕΣΗΜΕΡΙΑΝΟ	ΒΡΑΔΙΝΟ	ΠΟΤΕ
21	39	30	29

Πίνακας 11: -Συνηθίζεις να τρως όταν βλέπεις τηλεόραση; Ποιο γεύμα;

Στην ερώτηση 19 απάντησαν 111 παιδιά *αν τους αρέσουν οι διαφημίσεις ή όχι.* Από αυτά, τα 71 υποστήριξαν ότι τους αρέσουν οι διαφημίσεις και 40 είπαν ότι δεν τους αρέσουν.

Στη συνέχεια μίλησαν σχετικά με τις *συνήθειές τους κατά τη διάρκεια των διαφημίσεων.* Τα αποτελέσματα που προέκυψαν ήταν ότι 67 παιδιά τις παρακολουθούν, 32 αλλάζουν κανάλι και περιμένουν μέχρι να αρχίσει ξανά αυτό που έβλεπαν και 12 απάντησαν ότι προτιμούν κατά τη διάρκεια των διαφημίσεων να πηγαίνουν σε άλλο δωμάτιο, να παίζουν, να τρώνε κάτι και να περιμένουν. (Βλ. Πίνακα 12).

Βλέπουν Διαφημίσεις	Αλλάζουν Κανάλι	Φεύγουν/ Παίζουν/ Τρώνε
67	32	12

Πίνακας 12: Τι κάνουν κατά τη διάρκεια των διαφημίσεων.

Στη συνέχεια τα παιδιά ερωτήθηκαν ποιος είναι ο αγαπημένος τους ήρωας και γιατί.

Κατατάξαμε τις απαντήσεις τους σε δύο κατηγορίες: 1. Ήρωες κινούμενων σχεδίων και 2. Παρουσιαστές/ Ηθοποιοί/ Τραγουδιστές. (Βλ. Πίνακα 13). Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι 24 παιδιά (17 κορίτσια και 7 αγόρια) δήλωσαν πως δεν έχουν κανέναν αγαπημένο ήρωα. Δύο κορίτσια και ένα αγόρι ανέφεραν πρόσωπα της οικογένειάς τους.

Όσον αφορά τα αγόρια, στην πρώτη κατηγορία με τους ήρωες των παιδικών προγραμμάτων έχουμε: τον Batman (8 παιδιά), τους Tom & Jerry, Ηρακλή και Superman (3 παιδιά), τα Digimon (2 παιδιά) και τους Μπαμπαστρούμφ, Ράμπο, Μαγκάιβερ, Στρουμφάκια, Tweety, Spiderman, Max Steel, Power Rangers, Bob, ο μάστορας από ένα παιδί. Στη δεύτερη κατηγορία με τους ήρωες- παρουσιαστές τηλεοπτικών εκπομπών, ηθοποιούς και τραγουδιστές, τα αγόρια ανέφεραν τους εξής: Λεωνίδας (Δέκα Λεπτά Κήρυγμα), Αντώνης Ρέμος, Λάμπρος Κωνσταντάρας, Γ. Κωνσταντίνου και Π. Μιχαλόπουλος (Τα Φιλαράκια), Κων/νος Κατακουζινός (Κων/νου και Ελένης), Κλόουν, παρουσιαστής παιδικής εκπομπής (Ποπ και Πάμε), Νότης (Fame Story).

Από την άλλη πλευρά, σχετικά με τα κορίτσια, στην πρώτη κατηγορία με τους ήρωες των κινούμενων σχεδίων έχουμε τους εξής: Minnie (4 παιδιά), Power Rangers (3 παιδιά), Barbie Rapunsel, Tom & Jerry, Spiderman (2 παιδιά) και Χάιντι, Παπάκι, Ζορρό, Ηρακλής, Τελετάμπις, Κοκκινοσκουφίτσα, Στρουμφάκια, Στρουμφίτα, Πριγκίπισσα Σίσι, Χιονάνθρωπος, Γιούγκι- Ο, Charlie & Mimo, Winnie the Pooh, Pikatsou, Sharon, Mickey Mouse, Flinstones (από ένα παιδί). Στη δεύτερη κατηγορία τα κορίτσια ανέφεραν τον παρουσιαστή της παιδικής εκπομπής 'Ουράνιο Τόξο' (2 παιδιά), τους 'AMAN', τον Ανδρέα Μικρούτσικο, τον Γ. Κωνσταντίνου και τον Π. Μιχαλόπουλο (Τα Φιλαράκια), το κοριτσάκι με το λαγό (Άκρως Οικογενειακό) (3 παιδιά), τις Chiquititas, τον Λύσανδρο (Περί Ανέμων και Υδάτων), τη Βίκυ (Είσαι το ταίρι μου) (2 παιδιά), τον Αντώνη (Κάτω απ' την Ακρόπολη), τον Μ. Σεφερλή, τον θηριοδαστή (Τσίρκο), τον Σάκη Ρουβά, τους Νότη και Νίνο (Fame Story), τους παίχτες της 'Φάρμας' και την παρουσιάστρια απ' το Κουκλοθέατρο.

Ήρωες	Κορίτσια	Αγόρια	Σύνολο Αναφορών
Κινούμενα Σχέδια	30	27	57
Ηθοποιοί/ Τραγουδιστές/ Παρουσιαστές	20	12	32

Πίνακας 13: Οι ήρωες των παιδιών.

Στις ερωτήσεις 22 και 23 τα παιδιά καλούνται να απαντήσουν στο *αν θεωρούν ότι υπάρχουν εκπομπές που είναι μόνο για αγόρια, εκπομπές που είναι μόνο για κορίτσια και ποιες είναι αυτές και στις δύο περιπτώσεις.*

Όσον αφορά τις εκπομπές που απευθύνονται μόνο σε αγόρια, 81 παιδιά δήλωσαν ότι υπάρχουν εκπομπές μόνο γι' αυτά, 24 ότι δεν υπάρχουν και 9 ότι δεν γνωρίζουν. Σχετικά με τις εκπομπές που απευθύνονται μόνο σε κορίτσια, 93 παιδιά δήλωσαν ότι υπάρχουν προγράμματα μόνο γι' αυτά, 18 ότι δεν υπάρχουν και μόλις 3 είπαν ότι δεν ξέρουν. Παρόλο που περισσότερα παιδιά είπαν ότι υπάρχουν εκπομπές μόνο για κορίτσια απ' ότι μόνο για αγόρια, οι 'αγορίστικες' εκπομπές που αναφέρθηκαν ήταν περισσότερες και εντάσσονται στις εξής κατηγορίες: Παιδικά προγράμματα, ελληνικές σειρές, τηλεπαιχνίδια, ξένα έργα και διάφορα άλλα. Συγκεκριμένα, αποκλειστικά για αγόρια αναφέρθηκαν οι παρακάτω εκπομπές: Mickey Mouse (8 παιδιά), Power Rangers, Pokemon, Tom & Jerry, ξένα έργα (6 παιδιά), ποδοσφαιρικοί αγώνες και Superman (5 παιδιά), Batman, Spiderman, Fame Story (4 παιδιά), Digimon, Λούκυ Λούκ, θρίλερ και Άκρως Οικογενειακό (3 παιδιά), Ταρζάν, Αστυνόμος Σαίνης, Ντρέικ, Μπομπ ο μάστορας, Φάρμα και Ειδήσεις (2 παιδιά) και Μάγια η μέλισσα, Στρουμφάκια, AMAN, Η αγάπη ήρθε από μακριά, Ρώσικη Ρουλέτα, Ηρακλής, Κουκλομέγαλοι και Πολυσπόρια, Ουράνιο Τόξο, Πινόκιο, Κων/νου και Ελένης, Ποπ και Πάμε, Οι στάβλοι της Ερ. Ζαΐμη, Καλημέρα Ζωή, πολεμικά, Big Brother, Tweety, Chiquititas, Thundercats (από ένα παιδί).

Ως εκπομπές που είναι μόνο για κορίτσια ανέφεραν κυρίως ελληνικές κωμικές και κοινωνικές σειρές, παιδικά προγράμματα με πρωταγωνιστές κυρίως γυναικείους χαρακτήρες καθώς και μερικά προγράμματα που αναφέρθηκαν ως 'αγορίστικα'. Έτσι, έχουμε τα εξής: Barbie, Minnie (5 παιδιά), ελληνικές ταινίες, Κων/νου και

Ελένης, Φάρμα (4 παιδιά), παιδικά προγράμματα, Fame Story (3 παιδιά), Στρουμφάκια, Χιονάτη, Πριγκίπισσα Σίτσι (2 παιδιά), Και οι παντρεμένοι έχουν ψυχή, Ποπ και Πάμε, Η αγάπη ήρθε από μακριά, Κάτω απ' την Ακρόπολη, Φύλλο και Φτερό, Το πιο γλυκό μου ψέμα, Πρωινός Καφές, Λούκυ Λουκ, Τα Φιλαράκια, Ειδήσεις, Μικρή Γοργόνα, Καρυοθραύστης, Tom & Jerry, Power Rangers (από 1 παιδί). (Βλ. Πίνακα 14)

	Παιδικά Προγράμματα	Ελληνικές Σειρές	Ξένα Έργα	Τηλεπαιχνίδια Reality	Ειδήσεις, Αγώνες.
ΑΓΟΡΙΑ	57	8	16	8	7
ΚΟΡΙΤΣΙΑ	26	13	-	7	3

Πίνακας 14: Τι είδους εκπομπές είναι για αγόρια και τι είδους εκπομπές για κορίτσια.

Στην τελευταία ερώτηση τα παιδιά κλήθηκαν να απαντήσουν στο *αν προτιμούν να παίζουν με τους φίλους τους, να βλέπουν τηλεόραση, να ακούν μουσική, να βγαίνουν έξω, να διαβάζουν κάποιο παραμύθι ή κάτι άλλο και γιατί.*

Ορισμένα παιδιά διάλεξαν δύο ή τρεις από τις ασχολίες που τους ανέφερα. Έτσι, 58 αγόρια και κορίτσια δήλωσαν ότι προτιμούν το παιχνίδι, 17 παιδιά να διαβάζουν παραμύθια, 16 να ακούν μουσική, 14 να βγαίνουν έξω (πράγμα που συχνά ταυτιζόταν με το παιχνίδι στη γειτονιά και στην αυλή), 11 να βλέπουν τηλεόραση και 12 προτιμούν κάτι άλλο, όπως να κάνουν ποδήλατο (6 παιδιά), να ζωγραφίζουν (4 παιδιά) και να παίζουν στο computer (2 παιδιά). (Βλ. Πίνακα 15).

ΑΣΧΟΛΙΕΣ	Παιχνίδι	Παραμύθια	Μουσική	Έξω	Τηλεόραση	Άλλο
ΠΑΙΔΙΑ	58	17	16	14	11	12

Πίνακας 15: Τι προτιμούν τα παιδιά να κάνουν περισσότερο.

ΤΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε προσπαθήσαμε να καταγράψουμε τις τηλεοπτικές συνήθειες και προτιμήσεις των παιδιών προσχολικής ηλικίας. Ειδικότερα, επιδιώξαμε να δούμε τη θέση της τηλεόρασης μέσα στο σπίτι, τι είδους εκπομπές παρακολουθούν, ποιες και πόσες ώρες συνηθίζουν να περνούν μπροστά στη μικρή οθόνη και το ρόλο που μπορεί να παίζει η οικογένεια, γονείς και αδέρφια, στη διαμόρφωση αυτών των συνηθειών και της στάσης του παιδιού για την τηλεόραση. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι τυχόν διαφοροποιήσεις ως προς το φύλο των παιδιών σχετικά με τις τηλεοπτικές τους συνήθειες.

1. Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα μας βοήθησαν, αρχικά, να εξάγουμε ορισμένα σημαντικά συμπεράσματα σχετικά με τη θέση της τηλεόρασης μέσα στο σπίτι και τη σημασία που έχει μέσα στην οικογένεια.

Βλέπουμε, λοιπόν, πως όταν υπάρχει μία τηλεόραση στο σπίτι αυτή συνήθως βρίσκεται στο σαλόνι/ καθιστικό. Όταν υπάρχουν δύο τηλεοράσεις, αυτές συνήθως βρίσκονται στο σαλόνι, στο υπνοδωμάτιο των γονιών και ίσως στο δωμάτιο των παιδιών και όταν υπάρχουν τρεις, τις περισσότερες φορές τοποθετούνται στο σαλόνι/ καθιστικό, στο υπνοδωμάτιο των γονιών και στο παιδικό δωμάτιο. Στα περισσότερα σπίτια φάνηκε ότι υπάρχουν δύο τηλεοράσεις.

Έτσι, παρατηρούμε πως σχεδόν σε κάθε δωμάτιο του σπιτιού υπάρχει και μία τηλεόραση, γεγονός που δείχνει το πόσο σημαντική θεωρείται για όλους. Επίσης, είναι πολύ σημαντικό το ότι οι γονείς τόσο συχνά βάζουν και στο παιδικό δωμάτιο μια τηλεόραση. Εξαιτίας αυτού, όμως, το κάθε παιδί έχει συχνότερη πρόσβαση προς την τηλεόραση και έτσι, μπορεί να βλέπει οποιοδήποτε πρόγραμμα θέλει, σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή, μόνο του και χωρίς να υπάρχει καμία απολύτως παρέμβαση από τους γονείς. Μία παρέμβαση που, όπως σημειώθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, έχει πολύ μεγάλη σημασία και θα μπορούσε να βοηθήσει το παιδί να κατανοεί καλύτερα τα όσα βλέπει και να μην γίνονται παρερμηνείες. Πρόκειται σαφώς για μια ανεξέλεγκτη κατάσταση. Μάλιστα, κατά τη διάρκεια της έρευνας υπήρξαν ορισμένα παιδιά, τα οποία δήλωσαν ότι όποτε θέλουν να δουν

τηλεόραση, μπαίνουν στο δωμάτιό τους και κλείνουν την πόρτα, έτσι ώστε να μην τους ενοχλεί κανένας και να μπορούν με την ησυχία τους να παρακολουθήσουν την εκπομπή που θέλουν.

Επίσης, σύμφωνα με τις δηλώσεις των παιδιών, στα σπίτια που η τηλεόραση παίζει όλη την ημέρα, τα παιδιά δεν βλέπουν καθημερινά, ενώ στα σπίτια που η τηλεόραση παίζει συγκεκριμένες ώρες, τα παιδιά δήλωσαν ότι βλέπουν κάθε μέρα. Αυτό είναι ένα αποτέλεσμα μάλλον παράδοξο, καθώς θα περίμενε κανείς στα σπίτια που η τηλεόραση είναι ανοιχτή όλη τη μέρα τα παιδιά να βλέπουν κάθε μέρα τηλεόραση. Ωστόσο, σύμφωνα με τις απαντήσεις τους δεν συμβαίνει κάτι τέτοιο. Θα μπορούσαμε να υποθέσουμε ότι στα σπίτια που η τηλεόραση παίζει όλη την ημέρα, τα παιδιά δεν δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και ίσως να τη βαριούνται. Στα σπίτια όμως που η τηλεόραση δεν είναι ανοιχτή όλη τη μέρα, ίσως τα παιδιά να δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον γι' αυτήν και να επιλέγουν συγκεκριμένες εκπομπές για να παρακολουθήσουν.

Ακόμα, τα παιδιά που απάντησαν ότι η τηλεόραση παίζει κάποιες ώρες και όχι όλη την ημέρα, θεωρούσαν ότι είναι απαράδεκτο και δεν είναι σωστό να είναι η τηλεόραση ανοιχτή όλη την ημέρα. Αυτό βέβαια περισσότερο για λόγους οικονομικούς παρά για λόγους υγείας ή για το δικό τους όφελος.

Ένα άλλο συμπέρασμα που βγαίνει είναι ότι στα περισσότερα σπίτια οι γονείς είναι αυτοί που χειρίζονται κυρίως το τηλεκοντρόλ και λιγότερο τα παιδιά που ερωτήθηκαν ή τα αδέρφια τους. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι από τα 23 παιδιά που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ίδια το τηλεκοντρόλ, τα 16 ήταν αγόρια και τα υπόλοιπα κορίτσια. Αυτό ίσως να συμβαίνει γιατί τα αγόρια από μικρή ηλικία μπορεί να ενθαρρύνονται περισσότερο από τους γονείς τους για να μάθουν να το χειρίζονται.

Επίσης, το αν βλέπουν συνήθως μόνα τους τα παιδιά τηλεόραση ή με κάποιον άλλον εξαρτάται και από το τι ώρα βλέπουν. Το πρωί, δηλαδή, σύμφωνα με την έρευνα, τα περισσότερα παιδιά ενδεχομένως βλέπουν μόνα τους ή με τα αδέρφια τους, επειδή η πλειοψηφία των γονιών εργάζεται. Το μεσημέρι πάλι πιθανόν να ισχύει το ίδιο, επειδή αρκετά παιδιά δήλωσαν ότι εκείνη την ώρα οι γονείς τους είτε δεν έχουν επιστρέψει από τη δουλειά τους είτε κοιμούνται. Όσον αφορά για το βράδυ, η συντριπτική πλειοψηφία των παιδιών δήλωσε ότι βλέπουν τηλεόραση με τους γονείς τους. Αυτές είναι οι ώρες που, απ' ότι φαίνεται, όλα τα μέλη της οικογένειας συγκεντρώνονται και τις περνούν μαζί βλέποντας τηλεόραση. Επίσης κατά τις

βραδινές ώρες τα παιδιά μάλλον παρακολουθούν τις εκπομπές που διαλέγουν οι γονείς τους και όχι τα ίδια.

Η παρακολούθηση τηλεόρασης κατά τη διάρκεια γευμάτων μάλλον έχει γίνει μια καθημερινή συνήθεια σε πολλά σπίτια. Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε προκύπτει ότι πολλές οικογένειες συνηθίζουν να τρώνε μεσημεριανό, βραδινό ή και τα δύο παρακολουθώντας τηλεόραση. Μόνο το 1/3 των παιδιών δήλωσαν ότι δεν τρώνε ποτέ βλέποντας τηλεόραση. Παλιότερα περισσότερο αλλά και σήμερα σε αρκετές οικογένειες, η ώρα ενός γεύματος ήταν η στιγμή που όλη η οικογένεια μαζεμένη γύρω από το τραπέζι μπορούσε να συζητήσει. Σήμερα, φαίνεται πως εκτός από κάποιους άλλους παράγοντες, όπως είναι ο σύγχρονος τρόπος ζωής, η τηλεόραση έχει μπει ανάμεσα στις ανθρώπινες σχέσεις και πολύ συχνά αποξενώνει τα μέλη μιας οικογένειας.

Τέλος, θα μπορούσαμε να καταλήξουμε σε ένα σημαντικό συμπέρασμα σχετικά με τις ασχολίες των παιδιών. Βλέπουμε λοιπόν πως το παιχνίδι εξακολουθεί να είναι η αγαπημένη τους συνήθεια. Όσο ενδιαφέρον κι αν παρουσιάζουν ορισμένες τηλεοπτικές εκπομπές και όσο υψηλές θεαματικότητες κι αν σημειώνουν, τα παιδιά φαίνεται πως ως την πιο αγαπημένη τους ασχολία θεωρούν το παιχνίδι. Έτσι, σύμφωνα με την έρευνα, το παιχνίδι έρχεται πρώτο ανάμεσα σε άλλες συνήθειες, όπως είναι η παρακολούθηση τηλεόρασης, η μουσική, η ανάγνωση παραμυθιών, οι εκδρομές και άλλα.

2. ΤΙ ΒΛΕΠΟΥΝ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ & ΠΟΙΕΣ ΩΡΕΣ

Όσον αφορά το ποια προγράμματα γενικότερα βλέπουν στην τηλεόραση, συμπεραίνουμε πως το πρωί κατά κύριο λόγο παρακολουθούν τα κινούμενα σχέδια και όλες τις παιδικές εκπομπές που προβάλλονται. Αυτό βέβαια ισχύει για τα Σαββατοκύριακα, καθώς τις υπόλοιπες μέρες της εβδομάδας η παιδική ζώνη είναι ανύπαρκτη.

Κατά το μεσημέρι και το απόγευμα τα παιδιά προσχολικής ηλικίας φαίνεται πως βλέπουν κυρίως τις διάφορες ελληνικές κωμικές και κοινωνικές σειρές που προβάλλονται καθημερινά, τη μοναδική καθημερινή παιδική εκπομπή καθώς και τηλεπαιχνίδια. Βέβαια, συχνά κάποια παιδιά δήλωσαν ότι βλέπουν το ‘Φύλο και Φτερό’, ‘Λορέντζο & Παλόμα’, και ‘Ειδήσεις’ μαζί με τους γονείς τους.

Σχετικά με τη βραδινή ζώνη τηλεθέασης θα μπορούσε να υποστηριχθεί σύμφωνα με τις αναφορές των μικρών παιδιών, ότι βλέπουν όλες τις εκπομπές που βλέπουν και οι γονείς τους. Οι δύο reality εκπομπές ‘Fame Story’ και ‘Φάρμα’, που προβάλλονταν κατά το χρονικό διάστημα Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου φαίνεται πως είναι από τις πιο αγαπημένες όλων, καθώς 15 παιδιά δήλωσαν ότι βλέπουν το ‘Fame Story’, 8 παιδιά τη ‘Φάρμα’ και 35 παιδιά και τις δύο εκπομπές. Συνολικά, λοιπόν, 58 παιδιά από τα 114 βλέπουν κάθε βράδυ τις reality εκπομπές. Μάλιστα, πολύ συχνά δήλωναν ότι το ‘Fame Story’ είναι από τα αγαπημένα τους, γιατί τους αρέσει πολύ η μουσική και οι παίχτες του παιχνιδιού και η ‘Φάρμα’, γιατί θέλουν να μάθουν πώς να φροντίζουν τα ζώα. Μετά από αυτές ακολουθούν οι διάφορες κωμικές, κοινωνικές και δραματικές σειρές που προβάλλονται καθημερινά με μεγάλη επιτυχία. Στα παιδιά αρέσουν ιδιαίτερα οι ελληνικές κωμικές σειρές. Φαίνεται πως τις βρίσκουν πολύ διασκεδαστικές και μάλιστα αφομοιώνουν και υιοθετούν πολύ εύκολα διάφορες ατάκες που ακούγονται συχνά σε μερικές από αυτές. Τα παιδιά μάλλον παρακολουθούν συστηματικά όλα αυτά τα προγράμματα ή τα περισσότερα τουλάχιστον μέχρι τις 23.00- 24.00 το βράδυ μαζί με τους γονείς τους και τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας. Μάλιστα, πολλές φορές σε συζητήσεις που πραγματοποιούσαμε μετά τις συνεντεύξεις, αρκετά παιδιά φαινόταν πως γνώριζαν πολύ καλά την εξέλιξη διαφόρων ελληνικών σειρών και των δύο reality παιχνιδιών.

Μέσα από την έρευνά μας επιδιώξαμε να δούμε και τη σχέση που έχουν τα παιδιά προσχολικής ηλικίας με τις διαφημίσεις. Φάνηκε, λοιπόν, ότι τους αρέσουν πάρα πολύ. Μάλιστα, οι αγαπημένες τους είναι κατά κύριο λόγο εκείνες που απευθύνονται σ’ αυτά, όπως οι διαφημίσεις παιχνιδιών και αυτές που δείχνουν ποια κινούμενα σχέδια πρόκειται να προβληθούν και τότε. Πραγματικά, φαίνεται πως αγόρια και κορίτσια διασκεδάζουν πολύ με τις διαφημίσεις. Και σε πολλές περιπτώσεις είναι διαφορετικές αυτές που απευθύνονται στο ένα και στο άλλο φύλο. Απαλά χρώματα, μουσική υπόκρουση και λίγες εναλλαγές επικρατούν ως επί το πλείστον στις ‘κοριτσίστικες’ διαφημίσεις και έντονα χρώματα, ηχητικά και οπτικά εφέ και γρήγορες εναλλαγές εικόνας επικρατούν στις διαφημίσεις που απευθύνονται στα αγόρια, προκειμένου να επιτυγχάνεται καλύτερα ο επιδιωκόμενος στόχος. Μερικά παιδιά, μάλιστα, κάνοντας τους τη συγκεκριμένη ερώτηση τραγουδούσαν και το τραγούδι που ακούγεται στην αγαπημένη τους διαφήμιση, γεγονός που δείχνει πόσο εύκολα αποτυπώνονται στο μυαλό τους τα σύντομα μηνύματα μιας διαφήμισης.

3. ΟΙ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΦΥΛΟ.

Θα ήταν σημαντικό να γίνουν ορισμένες επιστημόσεις σχετικά με το φύλο των παιδιών και τις προτιμήσεις τους για τις αγαπημένες τους εκπομπές. Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι τα κορίτσια ενδιαφέρονται για τις ελληνικές κωμικές και κοινωνικές σειρές περισσότερο από τα αγόρια.

Σχετικά με τα παιδικά προγράμματα που αναφέρθηκαν ως τα αγαπημένα τους, τα αγόρια φαίνεται πως προτιμούν τις εκπομπές με έντονη κίνηση, δράση, χρώματα και δυνατούς ήχους, όπως είναι ο Batman και το Digimon, στα οποία προβάλλονται κυρίως ανδρικά πρότυπα.

Τα κορίτσια από την πλευρά τους φάνηκε ότι έχουν περισσότερο αδυναμία σε παιδικά προγράμματα με αστείες, χαρούμενες και αρκετά ενδιαφέρουσες ιστορίες, όπως είναι τα 'Στρουμφάκια'. Αξίζει να σημειωθεί ότι τις περισσότερες φορές η παρουσία της Στρουμφίτας (του θηλυκού Στρούμφ) είναι έντονη. Έκπληξη ίσως αποτελούν οι εκπομπές 'Pokemon' και 'Power Rangers'. Ενώ το 'Pokemon' θεωρητικά έχει παρόμοιο περιεχόμενο με το 'Digimon' που προτιμάται από αγόρια, ο αριθμός παιδιών που το ανέφερε ήταν ίσως ως προς το φύλο (9 αγόρια- 9 κορίτσια). Σχετικά με τους 'Power Rangers' παρατηρούμε πως ο αριθμός των κοριτσιών που τους ανέφερε είναι διπλάσιος από τον αριθμό των αγοριών (8 κορίτσια- 4 αγόρια). Τα συγκεκριμένα κορίτσια έκαναν συχνά σχόλια για τη γυναίκα της ομάδας των Power Rangers, με την οποία φαίνεται πως ταυτίζονται άμεσα και λειτουργεί ως πρότυπο γι' αυτά.

Ακόμα, φαίνεται ότι τα κορίτσια προτιμούν να βλέπουν παιδικές εκπομπές και κινούμενα σχέδια που θεωρούνται περισσότερο για αγόρια, γιατί προωθούνται γυναίκες ήρωες με δυναμικά χαρακτηριστικά, που διαδραματίζουν ρόλο ισάξιο των ανδρών.

Συμπεραίνουμε πως οι έντονες σκηνές δράσεις και βίας, τα οπτικά και ηχητικά εφέ και οι γρήγορες εναλλαγές εντυπωσιάζουν και κεντρίζουν αμέσως το ενδιαφέρον των παιδιών. Τα κορίτσια, άλλωστε, σύμφωνα με άλλες έρευνες, προτιμούν περισσότερο τα αστεία και ρομαντικά προγράμματα, παρά αυτά με την έντονη δράση και τις βίαιες σκηνές ή τουλάχιστον αυτές αναμένονται από τους ενήλικες να είναι οι προτιμήσεις τους, σύμφωνα με τα στερεότυπα των φύλων.

Επιχειρήσαμε, επίσης, να διερευνήσουμε το κατά πόσο οι ήρωες των παιδιών της προσχολικής ηλικίας προέρχονται από προγράμματα που παρακολουθούν στην

τηλεόραση και από τι είδους προγράμματα. Βρήκαμε, λοιπόν, ότι στην πλειοψηφία τους προτιμούν τους ήρωες των κινούμενων σχεδίων και ακολουθούν διάφοροι ήθοιοι, τραγουδιστές και παρουσιαστές εκπομπών.

Παρατηρούνται, ωστόσο, και κάποιες σημαντικές διαφοροποιήσεις ως προς το φύλλο των παιδιών, που παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον. Έτσι, φάνηκε ότι οι ήρωες όλων των αγοριών είναι κατά κανόνα αγόρια ή άντρες, άλλα κάτι ανάλογο δεν ισχύει και για τα κορίτσια. Τα κορίτσια, δηλαδή, φαίνεται πως δεν επιλέγουν τον αγαπημένο τους ήρωα με βάση το φύλο, αλλά στοιχεία όπως η δύναμη, το χιούμορ και η ομορφιά. Το φύλο του ήρωα μάλλον δεν παίζει ουσιαστικό ρόλο για τα κορίτσια. Έτσι, από τους 38 τηλεοπτικούς ήρωες που ανέφεραν, οι 26 είναι αγόρια, άντρες. Αυτό το συμπέρασμα επιβεβαιώνεται και ερευνητικά. Ενδεχομένως, αυτό οφείλεται σε στερεότυπες προκαταλήψεις για τα αγόρια, τα οποία πολλές φορές αποδοκιμάζονται από τους γονείς ή από το ευρύτερο περιβάλλον τους, όταν εκφράζουν προτιμήσεις αντίθετες από τις αναμενόμενες. Για παράδειγμα, είναι πολύ συχνό φαινόμενο, όταν ένα αγόρι δείχνει προτίμηση για ένα θηλυκό πρότυπο να αποθαρρύνεται και να αποδοκιμάζεται από τους γύρω του από φόβο μήπως ακολουθήσει μίμηση της συμπεριφοράς ή της εικόνας του γυναικείου προτύπου.

Ένας από τους στόχους της έρευνας ήταν να διερευνήσουμε τις απόψεις των παιδιών σχετικά με το αν θεωρούν ότι υπάρχουν εκπομπές μόνο για αγόρια και μόνο για κορίτσια και ποιες είναι αυτές. Το συμπέρασμα στο οποίο καταλήξαμε ήταν ότι η πλειοψηφία των παιδιών θεωρεί πως είναι αποκλειστικά για αγόρια κινούμενα σχέδια και εκπομπές στις οποίες πρωταγωνιστούν άντρες ή αγόρια και γενικότερα, αρσενικοί χαρακτήρες. Τα συγκεκριμένα προγράμματα χαρακτηρίζονται κυρίως από έντονες σκηνές δράσης και βίας. Πολύ συχνά, αρκετά παιδιά ανέφεραν ότι είναι για αγόρια τα προγράμματα στα οποία παίζουν μόνο άντρες. (π.χ. ο 'Batman', ο 'Superman', οι 'Power Rangers', τα 'Pokemon', τα 'Digimon', ο 'Tom & Jerry', ο 'Λούκυ Λουκ' και ο 'Αστυνόμος Σαϊνης'). Ωστόσο, αναφέρθηκαν και ορισμένα προγράμματα που, αν λάβουμε ως κριτήριο επιλογής τους πρωταγωνιστές τους, δεν θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν 'για αγόρια' (π.χ. Η Φάρμα, Οι Στάβλοι της Εριέττας Ζαΐμη, Καλημέρα Ζωή, Κων/νου και Ελένης και Η αγάπη ήρθε από μακριά). Αυτά βέβαια ήταν πολύ λιγότερα από τα προηγούμενα. Η συντριπτική πλειοψηφία των παιδιών ανέφερε συγκεκριμένα παιδικά προγράμματα που θεωρούν ότι είναι για αγόρια. Ακολουθούν τα ξένα έργα, τα τηλεπαιχνίδια, τα reality, οι ελληνικές σειρές, οι ειδήσεις και οι ποδοσφαιρικοί αγώνες.

Όσον αφορά τις εκπομπές που θεωρούν ότι είναι για κορίτσια, παρατηρούμε πως ως επί το πλείστον κυριαρχούν οι θηλυκοί χαρακτήρες (γυναίκες και κορίτσια), τα ‘θηλυκά’ στοιχεία, ο ρομαντισμός, ο έρωτας, η αγάπη, η φιλία και το κουτσομπολιό. Κι εδώ τα περισσότερα παιδιά δήλωναν ότι κοριτσίστικες είναι οι εκπομπές, στις οποίες πρωταγωνιστούν γυναίκες. (π.χ. ‘Η Πριγκίπισσα Σίσι’, η ‘Μικρή Γοργόνα’, ‘Τα Στρουμφάκια’, ‘Η αγάπη ήρθε από μακριά’, ‘Κάτω απ’ την Ακρόπολη’, ‘Το πιο γλυκό μου ψέμα’, ‘Ο Πρωινός Καφές’ και το ‘Φύλλο και Φτερό’. Επίσης, η πλειοψηφία των παιδιών ανέφερε περισσότερες παιδικές εκπομπές ως ‘κοριτσίστικες’. Ακολουθούν ελληνικές σειρές, τηλεπαιχνίδια, reality και ειδήσεις. Προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι παρόλο που περισσότερα παιδιά είπαν ότι υπάρχουν εκπομπές μόνο για κορίτσια απ’ ότι μόνο για αγόρια, με μεγαλύτερη ευκολία ανέφεραν ‘αγορίστικες’ εκπομπές.

Αξίζει ίσως να σημειώσουμε ότι τόσο τα αγόρια όσο και τα κορίτσια απάντησαν πως δεν τους αρέσουν οι εκπομπές του αντίθετου φύλου. Μόνο ελάχιστα κορίτσια ανέφεραν μερικές εκπομπές που τους αρέσουν, αν και θεωρούνται ‘αγορίστικες’, ενώ τα αγόρια ήταν περισσότερο απόλυτα και αρνητικά. Πιθανότατα αυτό οφείλεται στα στερεότυπα των φύλων και στις προσδοκίες που έχουν οι περισσότεροι για τις προτιμήσεις των αγοριών ακόμα και για τα τηλεοπτικά προγράμματα.

4. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΓΟΝΕΩΝ ΣΤΙΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν, στα περισσότερα σπίτια οι γονείς είναι εκείνοι που διαλέγουν το τι προβάλλεται στην τηλεόραση. Με μικρή διαφορά ακολουθούν τα παιδιά, τα αδέρφια τους και τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας. Επομένως, σύμφωνα με τις αναφορές των νηπίων, στα περισσότερα σπίτια οι γονείς παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο και αποφασίζουν συχνά οι ίδιοι για το τι είδους προγράμματα θα παρακολουθήσουν τα παιδιά τους. Στις υπόλοιπες οικογένειες ίσως να υπάρχει μεγαλύτερη ελαστικότητα και λιγότερος έλεγχος ως προς τι εκπομπές βλέπουν τα παιδιά, καθώς φαίνεται πως διαλέγουν τα ίδια και οι γονείς τους δεν επεμβαίνουν ιδιαίτερα, αφού πολλές φορές συμφωνούν με τις επιλογές τους και παρακολουθούν όλοι μαζί τηλεόραση.

Όσον αφορά το αν τα παιδιά συζητούν με κάποιον γι’ αυτά που βλέπουν στην τηλεόραση και, αν ναι, με ποιον, είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι τα μισά

περίπου παιδιά υποστήριξαν πως δεν συζητούν με κανέναν για τα προγράμματα που παρακολουθούν. Από τα υπόλοιπα παιδιά, μόνο το ¼ μιλούν με τους γονείς τους

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, η επίδραση που ασκεί η τηλεόραση στους τηλεθεατές είναι πολύ μεγάλη και αυξάνεται όλο και περισσότερο στις μικρότερες ηλικίες. Έτσι, τα παιδιά της προσχολικής ηλικίας σαφέστατα υφίστανται σε μεγάλο βαθμό τόσο τη θετική όσο και την αρνητική επιρροή της. Η όποια επίδραση, όμως, μπορεί να ασκεί η τηλεόραση είναι δυνατό να περιοριστεί σε μεγάλο βαθμό μέσω μιας ειλικρινούς συζήτησης μεταξύ του παιδιού και των γονιών του κυρίως ή με άλλα σημαντικά για το παιδί πρόσωπα. Αυτό είναι ένα γεγονός που επιβεβαιώνεται και με παλιότερες έρευνες. Ωστόσο, φαίνεται πως η επίδραση της τηλεόρασης είναι συνειδητοποιημένη μόνο από το ¼ των γονέων.

Λαμβάνοντας, λοιπόν, υπόψη όλα αυτά θα μπορούσαμε να καταλήξουμε στο συμπέρασμα ότι ένας μεγάλος αριθμός παιδιών (τα μισά παιδιά του δείγματος) που δεν συζητούν με κανέναν γι' αυτά που βλέπουν στη μικρή οθόνη υφίστανται σε μεγαλύτερο βαθμό τις επιδράσεις της τηλεόρασης από τα υπόλοιπα παιδιά που συζητούν με κάποιον γι' αυτά που βλέπουν. Από την άλλη πλευρά, τα παιδιά που δήλωσαν ότι συζητούν για τα προγράμματα που παρακολουθούν στην τηλεόραση είτε με τους γονείς και τα αδέρφια τους είτε με οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο, ενδεχομένως να μην επηρεάζονται σε τόσο μεγάλο βαθμό από τα όσα προβάλλονται και ακούγονται από τη μικρή οθόνη. Κι αυτό, γιατί, με τη βοήθεια ενός επικοινωνιακού διαλόγου ο γονιός ή κάποιος ενήλικος μπορούν να διασαφηνίσουν στο παιδί τυχόν απορίες και παρερμηνείες και να το βοηθήσουν να καταλάβει πως ό,τι βλέπει στην τηλεόραση δεν είναι πραγματικότητα, κάτι που πιστεύουν πολλά παιδιά σε μικρές ηλικίες. Κι αυτό είναι κάτι που επιβεβαιώνεται ερευνητικά.

Επίσης, η πλειοψηφία των παιδιών απάντησε ότι μπορούν να δουν ό,τι θέλουν στην τηλεόραση. Θα μπορούσαμε να πούμε πως πρόκειται για ένα πολύ ανησυχητικό γεγονός, καθώς αρκετές από τις τηλεοπτικές εκπομπές περιέχουν σκηνές, που κάθε άλλο παρά κατάλληλες θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν για τα μικρά παιδιά. Ακόμα, δεν είναι λίγα τα κινούμενα σχέδια που περιέχουν υπερβολικές σκηνές βίας, οι οποίες θα ήταν καλό να αποφεύγονται. Φαίνεται, ωστόσο, πως υπάρχει αρκετή ελαστικότητα από την πλευρά των γονιών σε σχέση μ' αυτό το θέμα.

Από την άλλη πλευρά, 45 παιδιά δήλωσαν ότι οι γονείς τους δεν τους αφήνουν να δουν ό,τι θέλουν. Σύμφωνα με τις απαντήσεις τους, δεν τους αφήνουν να παρακολουθούν θρίλερ, ξένα έργα, 'πολεμικά' και γενικότερα, 'ακατάλληλα'.

Ορισμένα νήπια ανέφεραν ότι συχνά τους απαγορεύουν να παρακολουθήσουν και συγκεκριμένα κινούμενα σχέδια και ελληνικές σειρές. Πραγματικά, τα συγκεκριμένα παιδικά προγράμματα περιέχουν πολλές σκηνές βίας και συχνές μάχες μεταξύ των ηρώων τους. Όσο για την ελληνική κωμική σειρά, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ακατάλληλη για τα μικρά παιδιά από την άποψη ότι το λεξιλόγιο που χρησιμοποιείται σ' αυτήν δεν είναι το ιδανικό. Σημαντικές είναι, επίσης, οι αναφορές των παιδιών που είπαν ότι οι γονείς τους πολλές φορές δεν τους αφήνουν να δουν το πρόγραμμα που θέλουν, όταν οι ίδιοι επιθυμούν να δουν κάτι στην τηλεόραση. Σ' αυτές τις περιπτώσεις τα παιδιά δεν απομακρύνονται ή δεν κάνουν κάτι άλλο, αλλά κάθονται μαζί τους και βλέπουν το πρόγραμμα που θέλουν να δουν οι γονείς τους.

Διαφορές ανάμεσα στα δύο φύλα δεν φαίνεται να υπάρχουν ως προς τι είδους εκπομπές τους απαγορεύουν να δουν. Συμπεραίνουμε πως αρκετοί γονείς είναι ευαισθητοποιημένοι και γνωρίζουν πως εκπομπές βίαιες έχουν αρνητικές επιδράσεις στα παιδιά. Ωστόσο, θα μπορούσαμε να πούμε πως, δεν είναι λίγοι οι γονείς που, προκειμένου να μην χάσουν οι ίδιοι κάποιο αγαπημένο τους πρόγραμμα, βλέπουν μαζί με τα παιδιά τους που θέλουν να δουν τηλεόραση, εκπομπές που απευθύνονται στο ενήλικο κοινό.

Μετά από τις ατομικές συνεντεύξεις με τα παιδιά πραγματοποιήθηκαν και κάποιες συζητήσεις με τη νηπιαγωγό του κάθε τμήματος. Οι οχτώ νηπιαγωγοί, που αποτέλεσαν επίσης δείγμα της έρευνας, ουσιαστικά επιβεβαίωσαν τα όσα έλεγαν και τα παιδιά στις συνεντεύξεις. Συγκεκριμένα, όλες υποστήριξαν ότι καθημερινά βλέπουν στο ελεύθερο παιχνίδι των νηπίων την επιρροή της τηλεόρασης. Πολλές φορές προσποιούνται ότι είναι κάποιοι τηλεοπτικοί ήρωες και περισσότερο από τα κινούμενα σχέδια και φαίνεται πως τα πρότυπά τους συχνά τα αντλούν από τα διάφορα τηλεοπτικά προγράμματα. Ακόμα, η πλειοψηφία τους πιστεύει πως η τηλεόραση παίζει το ρόλο της baby-sitter στο σπίτι και ικανοποιεί κάποιες ανάγκες της οικογένειας. Ωστόσο, τα παιδιά εκτός από τα παιδικά, βλέπουν κάθε είδους προγράμματα και πολλές φορές μαζί με τους γονείς τους. Κάποιες ισχυρίζονται ότι αρκετά συχνά συμβουλεύουν τα παιδιά, αλλά κυρίως τους γονείς να αγοράζουν κασέτες με κλασικά κινούμενα σχέδια για να βλέπουν τα παιδιά τους. Το περιεχόμενό τους είναι πολύ καλύτερο απ' ό τι προβάλλεται στην τηλεόραση κι επιπλέον υπάρχει ένας έλεγχος από την πλευρά τους για το τι βλέπουν τα παιδιά.

Πριν από την πραγματοποίηση των συνεντεύξεων κάναμε ορισμένες υποθέσεις. Μία από τις βασικότερες υποθέσεις της έρευνας ήταν ότι τα παιδιά προσχολικής ηλικίας βλέπουν πολλές ώρες τηλεόραση. Επίσης, υποθέσαμε ότι οι γονείς δεν ελέγχουν σε ικανοποιητικό βαθμό το τι είδους εκπομπές παρακολουθούν τα παιδιά τους και πόσες ώρες και κυρίως στα σπίτια όπου υπάρχουν περισσότερες από μία τηλεοράσεις. Μία επιπλέον ερευνητική υπόθεση ήταν ότι, εφόσον τα παιδιά βλέπουν πολλές ώρες τηλεόραση, τα πρότυπα και οι ήρωές τους προέρχονται κατά κύριο λόγο από τα διάφορα τηλεοπτικά προγράμματα.

Οι αρχικές μας υποθέσεις βλέπουμε πως επαληθεύτηκαν σε μεγάλο βαθμό. Τα παιδιά προσχολικής ηλικίας, πραγματικά βλέπουν πολλές ώρες τηλεόραση και όχι μόνο παιδικές εκπομπές και κινούμενα σχέδια, αλλά και προγράμματα που απευθύνονται κυρίως στο ενήλικο κοινό. Αυτό αρκετές φορές γίνεται και με τη συγκατάβαση των γονέων, οι οποίοι φαίνεται πως δεν ελέγχουν απόλυτα το τι βλέπουν τα παιδιά τους στην τηλεόραση ή κι αν ακόμα το ελέγχουν είναι αρκετά ελαστικοί. Τέλος, συμπεράναμε ότι η τηλεόραση, όντας αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας πολλών παιδιών, τα επηρεάζει αρκετά. Μάλιστα, φαίνεται πως η πλειοψηφία των παιδιών προσχολικής ηλικίας αντλούν τα πρότυπα-ήρωές τους από τη μικρή οθόνη.

ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η τηλεόραση τα τελευταία χρόνια δεν αποτελεί απλά μέρος της καθημερινότητας όλων, αλλά μία από τις βασικότερες καθημερινές συνήθειες και κυρίως των παιδιών της προσχολικής ηλικίας, όπως φάνηκε από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε. Είναι, επίσης, γεγονός ότι η επίδραση που ασκεί στα άτομα είναι πολύ μεγάλη. Ωστόσο, θα μπορούσαν να γίνουν συγκεκριμένες ενέργειες, έτσι ώστε το ανήλικό κοινό κυρίως, να απολαμβάνει ό,τι μπορεί να του προσφέρει η τηλεόραση και να μειωθούν ως ένα βαθμό οι αρνητικές της επιδράσεις, που σίγουρα είναι αρκετές και σημαντικές. Προκειμένου να προστατευτεί και να επωφεληθεί το μικρό παιδί, πρέπει να ευαισθητοποιηθούν δύο μεγάλοι παράγοντες: οι γονείς και το κράτος.

Αρχικά λοιπόν, θα ήταν σημαντικό οι γονείς να είναι κοντά στα παιδιά τους και να γνωρίζουν τι είδους προγράμματα παρακολουθούν στην τηλεόραση, ακόμα και τις παιδικές εκπομπές και τα κινούμενα σχέδια. Θα ήταν καλό να αφιερώνουν λίγη ώρα σ' αυτά, επεξηγώντας τους κάποια πράγματα και σχολιάζοντας ότι θεωρούν ότι χρειάζεται. Μάλιστα, σύμφωνα με την Greenfield, *«η επίδραση των διαφημίσεων μπορεί να επηρεαστεί πάρα πολύ από τη συζήτηση και την καθοδήγηση»*. (Greenfield, 1988). Συζητώντας οι γονείς με τα παιδιά τους για ό,τι βλέπουν στην τηλεόραση μπορεί να λύσουν απορίες τους και να αποφευχθούν τυχόν παρερμηνείες. Άλλωστε έχει υποστηριχθεί ακόμα ότι τα μικρά παιδιά δεν μπορούν να ξεχωρίσουν εύκολα τι είναι πραγματικότητα και τι όχι απ' αυτό που βλέπουν στην τηλεόραση. Οι γονείς είναι αυτοί που μπορούν συζητώντας μαζί τους να τους βοηθήσουν να καταλάβουν κάποια πράγματα.

Επίσης, τα προγράμματα που το περιεχόμενό τους μπορεί να περιέχει σκηνές βίαιες ή γενικά ακατάλληλες για τα παιδιά θα πρέπει να προβάλλονται σε ώρες που δεν είναι προσιτές γι' αυτά. Κι όταν, όμως, αυτό δεν γίνεται από την πλευρά των καναλιών, είναι στο χέρι του κάθε γονέα να ελέγξει τις εκπομπές που βλέπει το παιδί του και ακόμα να κλείσει την τηλεόραση, όταν αυτό είναι απαραίτητο. Από την άλλη πλευρά, θα ήταν καλύτερο αν προβάλλονταν σε ώρες μεγαλύτερης τηλεθέασης ντοκιμαντέρ ή άλλες ποιοτικές μορφωτικές και ψυχαγωγικές εκπομπές, που θα μπορούσαν να αποδειχτούν ωφέλιμες και ενδιαφέρουσες όχι μόνο για τα παιδιά αλλά και για το ενήλικό κοινό.

Είναι πολύ σημαντικό να ασκείται ως ένα βαθμό έλεγχος στα διαφημιστικά μηνύματα και κυρίως θα μπορούσε να υπάρξει ένας περιορισμός στον χρόνο τους.

Επιπλέον, οι γονείς θα πρέπει να συζητούν με τα παιδιά τους και για το θέμα των διαφημίσεων, προκειμένου να τους εξηγήσουν, σε όποιο βαθμό αυτό είναι εφικτό, τον τρόπο λειτουργίας τους και το σκοπό που επιδιώκουν. Είναι σημαντικό να κατανοήσουν ότι στόχος των διαφημιστικών μηνυμάτων είναι να πείσουν το κοινό να αγοράσει το διαφημιζόμενο προϊόν και γι' αυτό το λόγο παρουσιάζονται όλα εξιδανικευμένα.

Όσον αφορά τις ειδήσεις και γενικότερα τα ποικίλα ενημερωτικά προγράμματα των ιδιωτικών και κρατικών καναλιών, θα πρέπει να χαρακτηρίζονται από αντικειμενικότητα και προσπάθεια για την αλήθεια και την πραγματικότητα και να μην θέτουν ως στόχο των εντυπωσιασμό.

Μία ακόμα πρόταση θα μπορούσε να είναι «η καταβολή από μέρους της ιδιωτικής και κρατικής τηλεόρασης συστηματικής προσπάθειας για τη βελτίωση των προγραμμάτων της κατά τέτοιον τρόπο, ώστε να παρέχεται η δυνατότητα στους τηλεθεατές να παρακολουθούν εκπομπές ποιότητας και συγχρόνως να επιτυγχάνεται η ανύψωση του πνευματικού τους επιπέδου»(Σαπουνάς, 1998). Δεν δικαιολογείται δηλαδή ή προβολή κινούμενων σχεδίων, που χαρακτηρίζονται από προχειρότητα και χαμηλή ποιότητα μόνο και μόνο για λόγους εμπορικούς, επειδή δηλαδή είναι πολύ φτηνά. Μπορεί, για παράδειγμα, μια ζωντανή παραγωγή να στοιχίζει πολύ (στούντιο, τεχνικοί, παρουσιαστές, σκηνοθέτες κλπ), όμως σαφέστατα είναι πιο ποιοτική από κάποια φτηνά γιαπωνέζικα καρτούνς που υπερिशύουν αυτή τη στιγμή στην παιδική ζώνη. Θα μπορούσε να δοθεί έμφαση στον ελληνικό τρόπο ζωής, στην τέχνη, τον πολιτισμό, την ιστορία μας, έτσι ώστε να μην καταφεύγουμε συνεχώς σε τηλεοπτικά προγράμματα ξένης παραγωγής, που πολλές φορές αντιτίθενται στην κουλτούρα μας.

Επίσης, θα μπορούσε να γίνει 'μια συστηματική προσπάθεια από μέρους της κρατικής τηλεόρασης, ώστε η εκπαιδευτική τηλεόραση να μεταδίδει προγράμματα μορφωτικού περιεχομένου που να βοηθούν τους μαθητές στα σχολικά τους μαθήματα, αλλά να έχουν συγχρόνως και ένα γενικότερο χαρακτήρα, ώστε να προσελκύουν το ενδιαφέρον και των υπόλοιπων τηλεθεατών' (Σαπουνάς, 1998)

Επιπλέον είναι σημαντικό οι γονείς να βοηθούν τα παιδιά τους, έτσι ώστε να ενημερώνονται, να αποκτήσουν κρίση και να κάνουν όσο το δυνατό πιο σωστές επιλογές. Αυτό που έχει σημασία, δηλαδή, δεν είναι να καταπιέζουν οι γονείς τα παιδιά τους, να τους απαγορεύουν συνεχώς να βλέπουν κάποια προγράμματα και να τους επιβάλλουν τη γνώμη τους, αλλά να τα βοηθήσουν να φτάσουν στο σημείο να

κρίνουν μόνα τους και να αποφασίζουν τι θα ήταν καλό και ενδιαφέρον να παρακολουθήσουν στην τηλεόραση και τι όχι.

Και, επειδή πλέον οι reality εκπομπές αποτελούν καθημερινά ένα αναπόσπαστο κομμάτι του προγράμματος στα μεγαλύτερα τηλεοπτικά κανάλια και μάλιστα σημειώνουν πολύ μεγάλη τηλεθέαση από όλες τις ηλικίες, είναι πολύ σημαντικό οι γονείς να εξηγούν στα παιδιά τους ότι ο ανάλαφρος και ξεκούραστος τρόπος ζωής που προβάλλεται από αυτά, απέχει πολύ από την πραγματικότητα. Είναι σημαντικό τα παιδιά να μη μεγαλώνουν με το όνειρο να πάρουν και τα ίδια μέρος σε ένα τέτοιο παιχνίδι, με σκοπό να πετύχουν το εύκολο και το γρήγορο κέρδος και την εφήμερη δόξα. Σε αρκετές περιπτώσεις, μάλιστα, μέσα από την έρευνα είδαμε παιδιά που οι αγαπημένοι τους ήρωες ήταν οι νικητές των reality παιχνιδιών. Σίγουρα, όμως, υπάρχουν μεγαλύτερα πρότυπα που θα μπορούσε να μιμηθεί ένα μικρό παιδί, φτάνει να προβάλλονται σ' αυτά όχι με διδακτικό αλλά με ελκυστικό τρόπο, διαφορετικά η προσπάθεια είναι καταδικασμένη. Είναι, λοιπόν, στο χέρι του κάθε γονέα και του κάθε εκπαιδευτικού να συζητάει όσο το δυνατόν περισσότερο με τα παιδιά και να τους εξηγούν πράγματα που ένα μικρό παιδί δεν μπορεί να κατανοήσει από μόνο του.

Επιπρόσθετα, οι γονείς θα ήταν προτιμότερο να προτείνουν στα παιδιά τους να δουν στην τηλεόραση διάφορες κασέτες με συγκεκριμένα παιδικά προγράμματα και κυρίως με τα κλασικά κινούμενα σχέδια. Πρόκειται για εκπομπές που παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον για όλα τα παιδιά κι επίσης, το περιεχόμενό τους είναι σαφώς καλύτερο από τα φτηνά γιαπωνέζικα καρτούν με σκηνές βίας που προβάλλονται στα περισσότερα κανάλια. (Δουλκέρη, 1997). Παρόλα αυτά, σύμφωνα με έρευνες που έγιναν, φαίνεται πως παιδικά προγράμματα όπως τα 'Πόκεμον' μπορεί να ασκούν και θετική επίδραση στα παιδιά, καθώς εξασκείται η μνήμη τους, στην προσπάθεια να απομνημονεύσουν ένα πλήθος ηρώων και τις ικανότητές τους, καλλιεργείται η γλώσσα, καθώς μαθαίνουν τόσα ονόματα σε μια ξένη γλώσσα και ακόμα μεταφέρονται σε έναν κόσμο οικείο γι' αυτά και ταυτόχρονα πολύ απομακρυσμένο από την πραγματικότητα (Κακανά κ.ά., 2003 και Ζαφειροπούλου κ.ά., 2003 και Peters 2002).

Τέλος, θα μπορούσε να σημειωθεί ότι *«κατά την ευαίσθητη και καθοριστική ηλικία μεταξύ των 3 και 5 ετών, τα παιδιά πρέπει να απολαμβάνουν μια πλούσια κοινωνική αλληλεπίδραση και δραστηριότητες, οι οποίες απαιτούν ικανότητα στην επίλυση προβλημάτων και φαντασία. Πρέπει να επικρατεί η ενεργητικότητα και όχι η παθητικότητα κατά τα χρόνια αυτά. Ειδικά σε ένα μαθησιακό περιβάλλον, τα παιδιά*

χρειάζονται περισσότερες ενεργητικές και κοινωνικοπροφορικές εμπειρίες, παρά εμπειρίες από την παθητική παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων» (Κουτσουβάνου, 1991, σ.87). Γι' αυτό το λόγο θα πρέπει να ενθαρρύνονται από το περιβάλλον τους να γνωρίσουν διάφορα πράγματα και να ασχολούνται με αυτό που τους ταιριάζει περισσότερο. Το ιδανικό θα ήταν να μπορούσαν να συνδυάζουν πράγματα και να αποκτούν νέες εμπειρίες βιωματικά και όχι παρακολουθώντας τα στη μικρή οθόνη.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΒΑΡΕΜΕΝΟΣ Γ., κ.ά. (1994). *Η Μεγάλη Αδερφή*, Αθήνα: Δελίνι.
2. ΒΟΥΙΔΑΣΚΗΣ Β. (1992). *Η Τηλεοπτική Βία και Επιθετικότητα και οι Επιδράσεις τους στα Παιδιά και τους Νέους*, Αθήνα: Γρηγόρης.
3. ΒΡΥΖΑΣ Κ. (1997). *Παγκόσμια Επικοινωνία και Πολιτιστικές Ταυτότητες*, Αθήνα: Gutenberg.
4. ΓΚΙΖΕΛΗΣ ΓΡ. (1976). Χαρακτηριστικά και Τάσεις των Αθηναίων Τηλεθεατών: Συμπεράσματα από μία έρευνα, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, Αθήνα: Ε.Κ.Κ.Ε.
5. ΔΟΥΛΚΕΡΗ Τ.(1980). *Η Ελληνική Τηλεόραση: Έρευνα της Κοινής Γνώμης των Τηλεθεατών στην περιοχή της Θεσσαλονίκης*, Θεσσαλονίκη: Κέντρο Ελευθέρων Φιλοσοφικών και Κοινωνικών Σπουδών.
6. ΔΟΥΛΚΕΡΗ Τ. (1997). *Η Εικόνα του Παιδιού στην Ελληνική Τηλεόραση και στον Ελληνικό Τύπο: Εμπειρική Έρευνα*, Αθήνα: Gutenberg.
7. ΕΚΟ ΟΥΜΠΙ. (1987). *Κήνσορες και Θεράποντες*, Αθήνα: Γνώση.
8. GAUNTLETT D.(1996). *Video Critical, Children, the Environment and Media Power*, United Kingdom: University of Luton.
9. GREENFIELD M. P. (1988). *Μέσα Ενημέρωσης και Παιδί*, Αθήνα: Κουτσουμπός.
10. ΚΑΚΑΝΑ Δ., ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΥ Μ., ΜΠΙΟΝΩΤΗ Φ. (2003). Παγκοσμιοποίηση και Παιχνίδι: Ποιος δεν γνωρίζει τα Pokemon;. *Πρακτικά του I Συνεδρίου της Παιδαγωγικής Εταιρείας Ελλάδος*, (σελ. 1-8). Ναύπλιο: Α.Π.Θ.
11. ΚΑΚΑΝΑ Δ., ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΥ Μ., ΜΠΙΟΝΩΤΗ Φ. (2003). Τα Πόκεμον στη ζωή των Παιδιών: Μια διαπολιτισμική μελέτη. *Πρακτικά Συνεδρίου 'Εικόνα και Παιδί'*, Ναύπλιο: Α.Π.Θ.
12. ΚΑΚΑΝΑ Δ., ΚΑΜΑΡΙΑΝΟΣ Ι., ΜΕΤΑΛΛΙΔΟΥ Π. (2002). Φύλο και Επαγγελματικός Προσανατολισμός. Ο ρόλος των ΜΜΕ στην Επιλογή Επαγγέλματος από τα δύο Φύλα, *Μέντορας*, τεύχ. 6, Αθήνα: Παιδαγωγικό Ινστιτούτο.
13. ΚΑΜΑΡΙΑΝΟΣ Ι. (2002). *Εξουσία, ΜΜΕ και Εκπαίδευση*, Αθήνα: Gutenberg.

14. ΚΑΝΑΚΗΣ Ι. (1996). Παιδί και Τηλεόραση: Πότε και ποιες τηλεοπτικές εκπομπές παρακολουθούν τα Ελληνόπουλα 11-12 ετών και πως τις αξιοποιούν στο σχολείο και στο σπίτι, *Βήμα των Κοινωνικών Σπουδών*, τ.19, 207-231.
15. ΚΑΡΤΕΡ Γ. Ν. (1976). *Δοκιμές για την Τηλεόραση*, Αθήνα: Δωδώνη.
16. ΚΟΡΩΝΑΙΟΥ Α.(1992). *Νέοι και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*, Αθήνα: Οδυσσέας.
17. ΚΟΥΤΣΟΥΒΑΝΟΥ Ε.(1991). *Η Γλωσσική Ανάπτυξη του Παιδιού της προσχολικής ηλικίας και η Τηλεόραση*, Αθήνα: Οδυσσέας.
18. MC QUAIL D.(1993). *Media Performance*, London: Sage.
19. ΜΑΝΘΟΥΛΗΣ Ρ.(1981). *Το Κράτος της Τηλεόρασης*, Αθήνα: Θεμέλιο.
20. ΝΑΥΡΙΔΗΣ Κ., ΣΟΛΜΑΝ Μ., ΤΣΑΟΥΛΑ Ν. (1986). *Η Αλίκη στη χώρα των Πραγμάτων*, Αθήνα: Υποδομή.
21. ΝΑΥΡΙΔΗΣ Κ., ΔΗΜΗΤΡΑΚΟΠΟΥΛΟΣ Γ., ΠΑΣΧΑΛΙΔΗΣ Γ.(1988). *Τηλεόραση και Επι-Κοινωνία*, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής.
22. ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ Σ.(1997). *Η Δύναμη της Τηλεόρασης*, Αθήνα:Καστανιώτης.
23. PETERS M. P., BLUMBERG C. F. (2002). Cartoon Violence: Is it as Detrimental to Preschoolers as We Think?, *Early Childhood Education Journal*, Vol. 29, No 3, 143-148.
24. ΣΑΠΟΥΝΑΣ Δ. Α.(1998). *Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και η Αγωγή*, Θεσσαλονίκη: Πήγασος.
25. ΣΕΡΑΦΕΤΙΝΙΔΟΥ Μ.(1995). *Κοινωνιολογία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας*, Αθήνα: Gutenberg.
26. ΣΤΑΥΡΑΚΑΚΗΣ Γ. (1996). Για τη Δύναμη της Διαφήμισης: Ψυχικές και Κοινωνικές Διαστάσεις, *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, τ.18, 133-151.
27. STRASBURGER C.V.(1995). *Adolescents and the Media*, California: Sage.
28. ΤΣΟΜΣΚΙ Ν.(1999). *Η Βιομηχανία Κατασκευής Υπηκόων*, Αθήνα: Ελεύθερος Τύπος.

ΟΔΗΓΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Όνομα – Επίθετο.

Ηλικία.

Επάγγελμα πατέρα- μητέρας.

Σχολείο – Τμήμα.

1. Έχετε τηλεόραση στο σπίτι; (Πόσες;) Σε ποιο δωμάτιο βρίσκεται;
2. Βλέπεις κάθε μέρα τηλεόραση;
3. Η τηλεόραση παίζει συνέχεια, όλη τη μέρα στο σπίτι ή όχι;
4. Ποιες ώρες βλέπεις συνήθως; (Πρωί, μεσημέρι, βράδυ);
5. Το μεσημέρι βλέπεις τηλεόραση; Τι βλέπεις; Με ποιον; Σε ποιον αρέσει αυτή η εκπομπή;
6. Το απόγευμα βλέπεις τηλεόραση; Τι βλέπεις; Με ποιον; Σε ποιον αρέσει αυτή η εκπομπή;
7. Το βράδυ βλέπεις τηλεόραση; Τι βλέπεις; Με ποιον;
8. Το βράδυ βλέπεις ως αργά τηλεόραση;
9. Ποιο είναι το αγαπημένο σου πρόγραμμα; Γιατί;
10. Ποια άλλα προγράμματα βλέπεις στην τηλεόραση;

11. Ξέρεις να χειρίζεσαι το τηλεκοντρόλ;
12. Ποιος χειρίζεται συνήθως το τηλεκοντρόλ στο σπίτι;
13. Ποιος διαλέγει τι θα δεις στην τηλεόραση;
14. Συνήθως βλέπεις μόνος-η σου τηλεόραση, με τους γονείς σου, με τα αδέρφια σου, με κάποιον άλλον; Τι προτιμάς;
15. Συζητάς με κάποιον γι' αυτά που βλέπεις στην τηλεόραση; Με ποιον;
16. Οι γονείς σου σ' αφήνουν να βλέπεις πάντα ό,τι θέλεις στην τηλεόραση; Τι δεν σ' αφήνουν να δεις;
17. Ποιο κανάλι βλέπεις περισσότερο;
18. Συνηθίζεις να τρως όταν βλέπεις τηλεόραση; Ποιο γεύμα;
19. Σου αρέσουν οι διαφημίσεις ή όχι; Γιατί;
20. Όταν έχει διαφημίσεις τις παρακολουθείς ή αλλάζεις κανάλι;
21. Ποιος είναι ο αγαπημένος σου ήρωας; Γιατί;
22. Υπάρχουν εκπομπές που είναι μόνο για αγόρια; Αν ναι, ποιες είναι αυτές και ποιες προτιμάς εσύ;



23. Υπάρχουν εκπομπές που είναι μόνο για κορίτσια; Αν ναι, ποιες είναι αυτές και ποιες προτιμάς εσύ;
24. Τι προτιμάς περισσότερο; Να παίζεις με φίλους, να βλέπεις τηλεόραση, να ακούς μουσική, να βγαίνεις έξω, να διαβάζεις κάποιο παραμύθι ή κάτι άλλο; Γιατί;