



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΕΙΚΑΣΤΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΣ

Εφηβική κουλτούρα, ηλεκτρονικά παιχνίδια και κοινωνικοπολιτική εκπαίδευση

Χριστοφορίδου Ελπίδα

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

Ιωάννινα, 2024



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΤΕΧΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΙΚΑΣΤΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΣ

Εφηβική κουλτούρα, ηλεκτρονικά παιχνίδια και κοινωνικοπολιτική εκπαίδευση

Χριστοφορίδου Ελπίδα

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

Ιωάννινα, 2024

«Η έγκριση της διδακτορικής διατριβής από το Τμήμα Εικαστικών Τεχνών και Επιστημών της Τέχνης της Σχολής Καλών Τεχνών του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων δεν υποδηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα Ν. 5343/32, άρθρο 202, παράγραφος 2».

Ημερομηνία αίτησης της κ. Ελπίδας Χριστοφορίδου: 06/05/2019

Ημερομηνία ορισμού Τριμελούς Συμβουλευτικής Επιτροπής: 12/07/2021

Μέλη Τριμελούς Συμβουλευτικής Επιτροπής:

Δερμεντζόπουλος Χρήστος, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου (Επιβλέπων)

Σκαρπέλος Ιωάννης, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου

Μπουμπάρης Νίκος, Αναπληρωτής Καθηγητής Πανεπιστημίου Αιγαίου

Ημερομηνία ορισμού θέματος: 22/07/2019

Εφηβική κουλτούρα, ηλεκτρονικά παιχνίδια και κοινωνικοπολιτική εκπαίδευση

ΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΤΑΜΕΛΟΥΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ : 07/06/2024

Χρήστος Δερμεντζόπουλος, Καθηγητής Βικτωρία Φερεντίνου, Επίκ. Καθηγήτρια

Γιάννης Σκαρπέλος, Καθηγητής Στέφανος Τσιόδουλος, Αν. Καθηγητής

Νίκος Μπουμπάρης, Αν. Καθηγητής Νόρα Λέφα, Αν. Καθηγήτρια

Ξενοφώντας Μπήτσικας, Καθηγητής

Έγκριση Διδακτορικής Διατριβής με βαθμό «ΑΡΙΣΤΑ» στις 15/07/2024

Ο Πρόεδρος του Τμήματος

Η Γραμματέας του Τμήματος

**Ευάγγελος Γκόκας
Καθηγητής**

Γεωργία Ασλάνη

Ευχαριστίες

Αρχικά, θα ήθελα να απευθύνω ένα μεγάλο ευχαριστώ στον καθηγητή, κ. Χρήστο Δερμεντζόπουλο, για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε και την ολόπλευρη στήριξη που μου παρείχε κατά τη διάρκεια της διατριβής μου. Θα ήθελα να τον ευχαριστήσω ιδιαίτερα για την άμεση ανταπόκρισή του σε ό,τι χεριαζόμουν και για τη διαρκή ηθική του παρότρυνση.

Επίσης, θα επιθυμούσα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στα υπόλοιπα μέλη της επταμελούς επιτροπής, οι παρατηρήσεις των οποίων ήταν πολύ εποικοδομητικές.

Θα ήθελα, ακόμα, να ευχαριστήσω από καρδιάς τον καθηγητή, κ. Νικόλα Χρηστάκη, για τις πολύτιμες συμβουλές του, και κυρίως για την καλή του διάθεση και προθυμία.

Πολλές ευχαριστίες, επίσης, στους διευθυντές και καθηγητές τόσο της δημόσιας Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης όσο και της ιδιωτικής ξενόγλωσσης εκπαίδευσης, οι οποίοι ήταν πάντα πρόθυμοι να με διευκολύνουν όσο μπορούσαν. Κυρίως, όμως, θα ήθελα να πω ένα θερμό ευχαριστώ σε όλους τους έφηβους-συμμετέχοντες στην έρευνα, οι οποίοι, οπλισμένοι με υπομονή, με βοήθησαν να δεισδύσω στον κόσμο των ηλεκτρονικών παιχνιδιών και έκαναν το ταξίδι μου αυτό μαγευτικό!

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους δικούς μου ανθρώπους, τον Αναστάση, τη Μαριτίνα και κυρίως τον Στέφανο, ο οποίος με ώθησε στο ταξίδι αυτό.

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η μελέτη των πολιτισμικών και κοινωνικοπολιτικών διαστάσεων της ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια στο πλαίσιο της εφηβικής κουλτούρας.

Χρησιμοποιήθηκε η ερευνητική μέθοδος των μικτών μεθόδων επεξήγησης. Στην έρευνα συμμετείχαν έφηβοι 12-17 ετών της Περιφέρειας Θεσσαλίας. Συγκεντρώθηκαν 485 έγκυρα ερωτηματολόγια και πραγματοποιήθηκαν 42 ημιδομημένες συνεντεύξεις.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια προτιμώνται από τον εφηβικό πληθυσμό συγκριτικά με τον κινηματογράφο, την τηλεόραση και τα κόμικς. Επίσης, το ένα τέταρτο των εφήβων που παίζει, προσελκύεται από βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με ταινίες, σειρές, μουσική, κόμικς, καθώς και με εκείνα που αποτελούν μέρος ενός διαμεσικού κόσμου. Ανάμεσα στα πιο ελκυστικά χαρακτηριστικά των βιντεοπαιχνιδιών είναι τα γραφικά, η μουσική και οι χαρακτήρες. Διαπιστώθηκε, ακόμα, ότι διαφορετικοί τύποι χαρακτήρων ελκύουν την κάθε ηλικιακή ομάδα (Γυμνασίου και Λυκείου αντιστοίχως) και εντοπίστηκαν δύο στάδια στην ηθική ανάπτυξη του έφηβου.

Ενδιαφέρον εύρημα είναι, επιπρόσθετα, ότι το στοιχείο της ‘επιβίωσης’ – που συνδέθηκε με την αξία ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού –, γοητεύει τους έφηβους για διάφορους λόγους: συναισθηματική ένταση, πειραματισμοί, μαθήματα ζωής, δημιουργία μιας νέας κοινωνίας.

Επιπλέον, το 41,5% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ένα βιντεοπαιχνίδι μπορεί να χαρακτηριστεί ως έργο τέχνης.

Επίσης, βρέθηκε στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών του έφηβου στην πραγματική του ζωή και της ενασχόλησής του με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Εντύπωση προκάλεσε, ακόμα, η εύρεση συσχέτισης μεταξύ της κοινωνικοπολιτικής ευαισθητοποίησης και του παιξίματος του *Grand Theft Auto*.

Το βιντεοπαιχνίδι αντιμετωπίζεται από τους έφηβους ως μια ολιστική διαδραστική μορφή ψυχαγωγίας, έναν πολυχώρο που καλύπτει πολλές τους ανάγκες. Εκεί, διασκεδάζουν κοινωνικοποιούνται, μαθαίνουν, ‘βιώνουν’ αγαπημένες ιστορίες από ταινίες/σειρές/κόμικς, παρακολουθούν διαδικτυακές συναυλίες, ευαισθητοποιούνται, κάνουν δραστηριότητες με νόημα.

Summary

The aim of this research was to study the cultural and socio-political dimensions of electronic games within the context of adolescents' culture.

The research method was that of explanatory sequential design. Participants of the research were adolescents aged 12-17 from the municipality of Thessaly. 485 valid questionnaires were collected, and 42 semi-structured interviews were conducted.

The results show that adolescents prefer videogames compared to movies, television and comics. Furthermore, a quarter of the teenagers who play, are attracted to electronic games that are related to movies, TV series, music, comics, as well as those that are part of transmedia worlds. Graphics, music and characters make up some of the most attractive features of videogames. It was also inferred that different types of characters attract each age group (from Junior High School and High School) and there were found two stages corresponding to adolescents' personality development.

An interesting finding was, additionally, that the element of survival – which was linked to the value of a videogame –, fascinates teenagers for various reasons (emotional intensity, experimentation, life lessons, creation of a new society).

Moreover, a 41.5% of the participants believes that an electronic game can be regarded as a work of art.

In addition, a statistically significant relationship was found between adolescent's socio-political attitudes and behaviors in real life and their engagement with electronic games. Besides, impressive was a correlation found between socio-political sensitivity and playing Grand Theft Auto.

Adolescents perceive videogames as a holistic interactive form of entertainment, a multi-venue space that meets many of their needs. It is a place where they have fun, socialize, learn things, 'live' their favorite stories from movies/tv series/comics, attend virtual music concerts, raise awareness, do things with meaning.

Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή.....	6
Ερευνητικό πεδίο.....	6
Ερευνητικό αντικείμενο.....	8
Ερευνητικοί σκοποί και στόχοι.....	9
Ερευνητικά ερωτήματα.....	10
1. Κουλτούρα.....	11
1.1.Ορισμοί κουλτούρας.....	11
1.2.Εφηβική κουλτούρα.....	14
1.3. Κουλτούρα παικτών ηλεκτρονικών παιχνιδιών.....	17
1.4. Μαζική ή δημοφιλής κουλτούρα.....	21
2. Εφηβεία.....	28
2.1. Μια σύντομη ματιά στην έννοια της ‘εφηβείας’ στο πέρασμα του χρόνου.....	28
2.2.Προσεγγίσεις της εφηβείας – Ταυτότητα.....	31
2.3.Ηθική και κοινωνική ανάπτυξη στην εφηβεία.....	34
2.4.Ηλεκτρονικά παιχνίδια, κοινωνικοπολιτική εκπαίδευση και εφηβεία.....	38
3. Περί παιχνιδιού.....	45
3.1. Παιχνίδι – Απόπειρες ορισμού.....	45
3.2. Ηλεκτρονικό παιχνίδι ή βιντεοπαιχνίδι.....	51
3.3. Είδη ηλεκτρονικών παιχνιδιών.....	53
4. Η ιστορία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών – Πολιτισμικές διαστάσεις / Συγκλίσεις.....	57
4.1. Δεκαετία του 1950 – Η απαρχή.....	58
4.2. Δεκαετία του 1960 και Διαστημικός πόλεμος (Spacewar!).....	60
4.3. Δεκαετία του 1970 – Γέννηση της υποκουλτούρας των παικτών.....	61

4.4. Δεκαετία του 1980 – Συγκλίσεις μέσωσν	65
4.5. Δεκαετία του 1990 – Διαμεσικότητα	72
4.6. Δεκαετία 2000 – ‘Διαμεσικά παιχνίδια’	80
4.7. Δεκαετία 2010 – Virtual Reality	85
5. Ηλεκτρονικά παιχνίδια και (παρα) οικονομικές διαστάσεις	90
6. Ηλεκτρονικά παιχνίδια και καλλιτεχνικές διαστάσεις	93
7. Ανασκόπηση ερευνών	100
7.1. Συμπεριφορές-στάσεις των παιδιών απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια και σε διάφορα άλλα μέσα ψυχαγωγίας	101
7.2. Ηλεκτρονικά παιχνίδια: κίνητρα και ελκυστικά χαρακτηριστικά	114
7.3. Ηλεκτρονικά παιχνίδια και κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις	123
7.3.1. Teens, videogames, and civics – Έρευνα της Lenhart και συνεργατών	123
7.3.2. Άλλες σχετικές έρευνες	126
7.4. Συζήτηση ερευνών	132
8. Έρευνα	138
8.1. Σημασία της παρούσας μελέτης	138
8.2. Σκοπός της έρευνας – Ερευνητικά ερωτήματα και ερευνητικές υποθέσεις	143
8.3. Ερευνητικός σχεδιασμός	146
9. Πρώτο μέρος: Ποσοτική έρευνα	149
9.1. Μεταβλητές	149
9.2. Ερωτηματολόγιο	153
9.2.1. Επιρροές από άλλα ερωτηματολόγια	154
9.2.2. Διάρθρωση ερωτηματολογίου	156
9.2.3. Έλεγχος αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου	162
9.3. Ερευνητική διαδικασία	163
9.3.1. Συμμετέχοντες – Άδειες	163

9.3.2. Διεξαγωγή έρευνας – Ζητήματα δεοντολογίας.....	166
10. Αποτελέσματα του Πρώτου Μέρους της Έρευνας.....	170
10.1. Γενικά στοιχεία	172
10.2. Συμπεριφορές των έφηβων παικτών απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια	175
10.2.1. Έλεγχος υποθέσεων σχετικά με τη συχνότητα και τη διάρκεια παιχνιδιού ηλεκτρονικών παιχνιδιών με βάση το φύλο.....	176
10.2.2. Συχνότητα και διάρκεια ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια – Πού παίζουν – Πηγές πληροφόρησης – Κοινωνικό πλαίσιο.....	177
10.3. Τι ωθεί και προσελκύει τους έφηβους στα ηλεκτρονικά παιχνίδια;	187
10.4. Αξία ηλεκτρονικών παιχνιδιών – Σχέση με την τέχνη.....	206
Σύνοψη – Συμπεράσματα.....	225
10.5. Αποτελέσματα σχετικά με συμπεριφορές-στάσεις των έφηβων παικτών απέναντι στον κινηματογράφο, τα κόμικς, την τηλεόραση, τη μουσική και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, καθώς και στις συγκλίσεις τους.....	234
Σύνοψη – Συμπεράσματα.....	264
10.6. Αποτελέσματα συσχέτισης μεταξύ της ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή.....	269
10.6.1. Έλεγχος κανονικότητας.....	269
10.6.2. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες.....	271
10.6.3. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική ζωή και κοινωνικό πλαίσιο παιχνιδιού	276
10.6.4. Έλεγχος υποθέσεων σχετικών με το κοινωνικό πλαίσιο του παιχνιδιού και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών στην πραγματική ζωή	287
10.6.5. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική ζωή και αντιδράσεις άλλων παικτών κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού	289
10.6.6. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και χρόνος παιχνιδιού ηλεκτρονικών παιχνιδιών.....	299

10.6.7. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και συχνότητα επίσκεψης, σχετικών με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, ιστοσελίδων ή συμμετοχή σε σχετικές διαδικτυακές συζητήσεις.....	301
10.6.8. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και δημοφιλείς τίτλοι ηλεκτρονικών παιχνιδιών	304
10.6.9. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και προτιμήσεις για ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με τη δημοφιλή κουλτούρα	318
Σύνοψη – Συμπεράσματα	333
11. Δεύτερο Μέρος: Ποιοτική έρευνα	342
11.1. Συνέντευξη	342
11.2. Συμμετέχοντες	343
11.3. Ερευνητική διαδικασία – Ηθικά ζητήματα	344
11.4. Διαδικασία ανάλυσης ευρημάτων	345
12. Ευρήματα του δεύτερου μέρους της έρευνας	348
12.1. Προτιμήσεις και συνήθειες.....	348
12.2. Απόψεις των εφήβων για το στοιχείο της επιβίωσης	350
Σύνοψη – Συμπεράσματα	361
12.3. Αγαπημένοι χαρακτήρες.....	364
Σύνοψη – Συμπεράσματα	372
12.4. Απόψεις των εφήβων για τα βιντεοπαιχνίδια που έχουν σχέση με ταινίες/σειρές/κόμικς/διαμεσικούς κόσμους/μουσική	373
Σύνοψη – Συμπεράσματα	386
12.4.1. Απόψεις των εφήβων για τη σχέση των βιντεοπαιχνιδιών με την τέχνη.....	388
Σύνοψη – Συμπεράσματα	400
12.4.2. Απόψεις των εφήβων για την αξία των βιντεοπαιχνιδιών.....	406
Σύνοψη – Συμπεράσματα	409

12.4.3. Κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες κατά τη διάρκεια του βιντεοπαιχνιδιού	410
Σύνοψη – Συμπεράσματα	423
12.4.4. Κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες στο <i>Grand Theft Auto</i>	424
Σύνοψη – Συμπεράσματα	430
12.4.5. Κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες στο <i>Roblox</i>	431
Σύνοψη – Συμπεράσματα	434
13. Περιορισμοί της παρούσας έρευνας – Προτάσεις μελλοντικής έρευνας	435
14. Επίλογος – Τελικά συμπεράσματα	438
ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	455
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	471
Παράρτημα	508

Εισαγωγή

Το 2022, τα έσοδα της βιομηχανίας των βιντεοπαιχνιδιών παγκοσμίως έφτασαν τα 347 δισεκατομμύρια δολάρια (Clement 2024). Η βιομηχανία των βιντεοπαιχνιδιών αποτελεί μια παγκόσμια αγορά δισεκατομμυρίων, φέρνοντας περισσότερα έσοδα από την κινηματογραφική και μουσική βιομηχανία μαζί (Harris & Tulis, 2020). Το βιντεοπαιχνίδι *Grand Theft Auto V*, παραδείγματος χάριν, μόνο την πρώτη μέρα της κυκλοφορίας του έφερε πάνω από 800 εκατομμύρια δολάρια σε πωλήσεις και σε διάστημα τριών ημερών, ένα δισεκατομμύριο, σύμφωνα με την εταιρεία παραγωγής του Take Two (Makuch 2013). Ακόμα και την περίοδο που η πανδημία επηρέασε σε παγκόσμιο επίπεδο όλους τους τομείς των μέσων, με την κινηματογραφική και την τηλεοπτική ψυχαγωγία, τη μουσική και τα περιοδικά να παρουσιάζουν σημαντική μείωση, τα βιντεοπαιχνίδια σημείωσαν άνοδο (Granados & Zwagerman 2020: 2-3).

Ερευνητικό πεδίο

Οι σημερινοί έφηβοι ζούνε σε μία κοινωνία που απομακρύνεται ολοένα και περισσότερο από τα παραδοσιακά κοινωνικο-δομικά της χαρακτηριστικά, κινούμενη σε πιο ατομικιστικές ατραπούς (Bers 2001: 4 · Fromme, 2003). Η υπερβολή που χαρακτηρίζει τη σύγχρονη εποχή, όπου το άτομο δεν έχει άλλη επιλογή από το να εξελίξεσαι διαρκώς για να μην ξεπεραστεί από την εξέλιξη (Lipovetsky 2012: 15), δημιουργεί έντονα στρεσογόνες καταστάσεις για όλους, πόσο μάλλον για τα παιδιά της εφηβείας που διακατέχονται από αμφίσημα συναισθήματα. Από τη μία αισθάνονται ισχυρά, από την άλλη ανήσυχα και ανασφαλή. Τέτοιου είδους συνθήκες ενθαρρύνουν την επιστροφή του 'ιερού', δηλαδή λειτουργιών και πρακτικών που αποσκοπούν στην ενίσχυση του αισθήματος της ασφάλειας και οριοθέτησης ενός χώρου νοήματος. Το ηλεκτρονικό παιχνίδι, υπό αυτή την οπτική, συνιστά ένα είδος 'ιερού'. Ακολουθώντας τη συλλογιστική του Χρηστάκη (2011: 110-117) για το αυτοκίνητο και το ιερό, θα υποστηρίξουμε ότι το ηλεκτρονικό παιχνίδι αποτελεί ένα συνηθισμένο αντικείμενο που λατρεύουν μικροί και μεγάλοι, ένα είδος τοτέμ, το οποίο συμπληρώνει και προεκτείνει την ατομική ταυτότητα, έχει τη δική του τάξη (την οποία ο παίκτης πρέπει να ακολουθεί), αντιστοιχεί στους μύθους της παντοδυναμίας με τον παίκτη να έχει τον έλεγχο, καθώς και τη δυνατότητα να μεταφέρεται σε φανταστικούς κόσμους από τη μία στιγμή στην άλλη, με τα χωροχρονικά όρια να γίνονται δυσδιάκριτα. Πρόκειται, κατά συνέπεια, για μία ολαιοσθητική εμπειρία που αγγίζει το πεδίο της σύγχρονης τελετουργίας (μέσω συγκεκριμένων τελέσεων).

Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια έχουν γίνει ένα αναπόσπαστο κομμάτι του σύγχρονου οπτικού πολιτισμού, συγκεντρώνοντας έναν ελκυστικό συνδυασμό χαρακτηριστικών, όπως εξελιγμένα γραφικά, θελκτικά avatars, χαρακτήρες με βάθος, στρατηγικές που αυξάνουν την αδρεναλίνη, ευκαιρίες κοινωνικοποίησης και δυνατότητες εξερεύνησης νέων κόσμων. Εντάσσονται στα πιο ευφάνταστα ανθρώπινα τεχνουργήματα που έχουν αναπτυχθεί τις τελευταίες δεκαετίες (Coltrain & Ramsay 2019: 36) αποτελώντας ένα σημαντικό μέρος της σύγχρονης ψηφιακής κουλτούρας, η οποία ενσωματώνεται (ή αντικαθιστά;) σταδιακά στις ήδη υπάρχουσες παραδοσιακές φόρμες, με διάφορες έννοιες όπως αυτές της κοινότητας, των ατομικών χαρακτηριστικών και των αξιών να ανανεώνονται διαρκώς και να αλλάζουν (Bers 2001: 4). Ο κυβερνοχώρος (μια λέξη που επινοήθηκε τη δεκαετία του 1980 από τον συγγραφέα επιστημονικής φαντασίας William Gibson) (Bolter & Grusin 2000: 272) έχει εξελιχθεί σε έναν παιχνιδιώδη χώρο που διευκολύνει την επικοινωνία, την αλληλεπίδραση, την ευαισθητοποίηση και την κοινωνικοποίηση, ενώ επιπλέον, η εικόνα του απομονωμένου και μοναχικού παιδιού μπροστά σε μία οθόνη βασίζεται περισσότερο στη φαντασία παρά στην κοινωνιολογική έρευνα (Gelder 2006: 146-147). Ενδεχομένως να αποτελεί και μία δικαιολογία εκείνων των ενηλίκων, των κατά τον Prensky ‘ψηφιακών μεταναστών’, που δυσκολεύονται να παρακολουθήσουν/κατανοήσουν το νέο (Seftor-Green 2006: 297). Η περιπλάνηση του έφηβου στους κόσμους των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, καθώς και η γνώση του ότι κινείται σε έναν συνθετικό κόσμο, σε μία μυθοπλασία μέσω του ψηφιακού του alter ego, άγνωστος μεταξύ αγνώστων ή ίσως ‘αναβαπτιζόμενος’ (αφού επαναεπινοεί τον εαυτό του), είναι αυτό που του επιτρέπει την ίδια στιγμή, κατά έναν παράδοξο τρόπο, να εκφράζει τον αληθινό του εαυτό.

Ως πολιτισμικά τεχνουργήματα με μεγάλη κοινωνική σημασία (είναι, εξάλλου, μαζικά μέσα), τα ηλεκτρονικά παιχνίδια προσφέρουν πολλές δυνατότητες αυτοέκφρασης και ψυχαγωγίας, ενώ επιπλέον, αποτελούν για τα περισσότερα παιδιά έναν ελκυστικό τρόπο για να εισαχθούν στην τεχνολογία των υπολογιστών (Greenfield 1994: 4 · Hiscock, 2009 · McMillan & Chavis, 1986). Μέσα από τα ηλεκτρονικά παιχνίδια – όντας πιο απλοποιημένες αναπαραστάσεις της πραγματικότητας, καθώς το παιδί παίζοντας μπορεί να κάνει υποθέσεις για το πώς δουλεύει ο κόσμος και γιατί δουλεύει έτσι – , οι έφηβοι μπορούν να αλληλεπιδρούν, να ελέγχουν καταστάσεις που αδυνατούν να κάνουν στην πραγματική ζωή, να μαθαίνουν να δεσμεύονται, να δημιουργούν και να ρισκάρουν μέσα σε ένα πλαίσιο κανόνων, δομώντας και αποδομώντας με ευκολία τον κοινωνικό και πολιτισμικό τους κόσμο. Μοιράζοντας τη ζωή τους ανάμεσα στον πραγματικό

κόσμο που τους περιβάλλει και στον κόσμο της προσομοίωσης, μαθαίνουν να ζούνε και σε ψηφιακές κοινότητες, μέσα στις οποίες ‘ακούγονται’, διασκεδάζουν, δημιουργούν κοινωνικά δίκτυα, νιώθουν χρήσιμα μέλη μιας ομάδας, βιώνουν κοινές εμπειρίες και συναισθήματα μαζί με άλλους και ικανοποιούν διάφορες ανάγκες (Fromme, 2003 · Gee, 2008: 257 · Gee, 2009).

Ερευνητικό αντικείμενο

Ο ολοένα αυξανόμενος αριθμός των παικτών τα τελευταία χρόνια δεν θα μπορούσε να μην οδηγήσει και στην αλλαγή της φύσης της αλληλεπίδρασης μεταξύ των ηλεκτρονικών παιχνιδιών και των άλλων μέσων της δημοφιλούς κουλτούρας. Ενώ αρχικά ήταν τα βιντεοπαιχνίδια που δανείζονταν στοιχεία από τη μουσική, τον κινηματογράφο, τα κόμικς και την τηλεόραση, από τη δεκαετία του 1980 και έπειτα, τα πράγματα άρχισαν να αντιστρέφονται, με τα άλλα μέσα ψυχαγωγίας να δέχονται επιρροές από αυτά (Wolf & Perron 2003: 6). Καλλιτέχνες από διάφορους τομείς επιδίωκαν κάθε είδους συνεργασίες με τους παραγωγούς των βιντεοπαιχνιδιών. Μουσικοί παρουσίαζαν μέρος της δουλειάς τους σε αυτά ή συνέθεταν αποκλειστικά για αυτά (η μουσική εξάλλου ήταν πάντα στοιχείο ‘κλειδί’ στα μέσα) (Wall 2003: 107), δημιουργοί κόμικς άρχισαν να ασχολούνται με τη δημιουργία ηλεκτρονικών παιχνιδιών, τηλεοπτικές σειρές και κινηματογραφικές ταινίες βασίζονταν σε γνωστά βιντεοπαιχνίδια. Ενδιαφέρον παρουσιάζει ακόμα ότι από τη μία, αρκετές ταινίες του 21^{ου} αιώνα εγκατέλειπαν το κλασικό σχήμα αιτίας-αποτελέσματος και την ενσωμάτωση χαρακτήρων με βάθος, δημιουργώντας ταινίες με τους γρήγορους ρυθμούς των βιντεοπαιχνιδιών και τη στατικότητα των χαρακτήρων τους (χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι *Οι άγγελοι του Τσάρλι* (2000)), και από την άλλη, αρκετά βιντεοπαιχνίδια άρχισαν να έχουν πολυσύνθετους χαρακτήρες και να ακολουθούν ώριμες αφηγηματικές γραμμές (όπως στο *Metal Gear Solid 3* (2004), παραδείγματος χάριν) (Sedman & Clark 2013: 5 · Morley 2023). Εύλογα, λοιπόν, μπορεί να αναρωτηθεί κανείς σήμερα για τη θέση που κατέχουν στις προτιμήσεις των εφήβων όχι μόνο τα ηλεκτρονικά παιχνίδια αλλά και οι πιο παραδοσιακές μορφές ψυχαγωγίας, όπως ο κινηματογράφος, η τηλεόραση, η μουσική και τα κόμικς – δημοφιλή μέσα που συγκλίνουν όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια, ενδυναμώνοντας ή επισκιάζοντας το ένα το άλλο και επηρεάζοντας ενδεχομένως τις προτιμήσεις του εφηβικού πληθυσμού.

Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συνιστούν βασική ψυχαγωγική δραστηριότητα των εφήβων, αλλά, συγχρόνως, και ένα εργαλείο συνδεδεμένο με τη νόηση (Gee 2008: 254). Όπως διαπιστώθηκε από ερευνητές, η ενασχόληση με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια ενθαρρύνει την ανάπτυξη διάφορων γνωστικών και κοινωνικών δεξιοτήτων, τη δημιουργία κινήτρων για μάθηση, την ανάπτυξη κριτικής σκέψης και την ευαισθητοποίηση για σοβαρά κοινωνικά ζητήματα (Delwiche, 2006 · Durkin & Barber, 2002 · Lacasa, Garcia-Pernia & Numez, 2014 · Νικολάου & Μπαρμπαρούσης, 2012 · Μυσιρλάκη & Παρασκευά, 2010 · Ντούρλια & Γκούσκος, 2014 · Przybylksi, 2014). Η ενασχόληση των εφήβων με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συσχετίστηκε, ακόμα, με την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική ζωή (Lenhart κ.συν. 2008 · Νικολάου κ.συν., 2012· Skorik & Kwan, 2011), ενώ επιπρόσθετα παρατηρήθηκε πως οι έφηβοι που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια δράσης με τους γονείς τους φαίνεται να συμμετέχουν περισσότερο σε κοινωνικές και πολιτικές δραστηριότητες συγκριτικά με όσους δεν παίζουν (Ferguson & Gatzka 2010). Οι κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις των ηλεκτρονικών παιχνιδιών έχουν, κατ' επέκταση ιδιαίτερη σημασία, λαμβάνοντας, την ίδια στιγμή, την κρισιμότητα του σταδίου της εφηβείας για την ηθική και κοινωνική ανάπτυξη του παιδιού.

Ερευνητικοί σκοποί και στόχοι

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διερευνηθεί η δημοφιλής κουλτούρα στο πλαίσιο της εφηβικής κουλτούρας, και συγκεκριμένα να συζητηθούν οι πολιτισμικές και κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις της ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, μέσα από τον λόγο των εφήβων της Περιφέρειας της Θεσσαλίας. Βασικοί στόχοι της έρευνας είναι:

- ❖ να περιγραφούν οι συνήθειες και οι προτιμήσεις των παιδιών 12 ως 17 ετών απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια,
- ❖ να διερευνηθεί η θέση που έχουν στη ζωή των εφήβων τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συγκριτικά με τον κινηματογράφο, την τηλεόραση, τη μουσική και τα κόμικς, λαμβάνοντας, συγχρόνως, υπόψη, τις μεταξύ τους συγκλίσεις,
- ❖ να αναζητηθούν οι απόψεις τους για την αξία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών και τη σχέση τους με την τέχνη,

- ❖ να αναζητηθεί το τι κινητοποιεί και ελκύει τους έφηβους, όσον αφορά τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, διερευνώντας αν σε αυτά τα στοιχεία ανήκουν οι αλλησυσχετίσεις των εξεταζόμενων μέσων δημοφιλούς κουλτούρας, και
- ❖ να διερευνηθούν πιθανές συσχετίσεις ανάμεσα στην ενασχόληση των εφήβων με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και στις στάσεις και συμπεριφορές τους απέναντι σε διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην καθημερινή ζωή, εξετάζοντας τα χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών παιχνιδιών που παίζουν, αλλά και το κοινωνικό πλαίσιο εντός τους οποίου παίζουν.

Ερευνητικά ερωτήματα

Στη διατριβή αναδεικνύονται τα παρακάτω κύρια ερευνητικά ερωτήματα:

- ❖ Σε ποιον βαθμό τα ηλεκτρονικά παιχνίδια αποτελούν σήμερα τον κύριο παράγοντα διαμόρφωσης ταυτοτήτων σε σύγκριση με τα άλλα μέσα δημοφιλούς κουλτούρας;
- ❖ Πόσο σημαντική είναι, τελικά, η διαμόρφωση των ταυτοτήτων στους έφηβους μέσα από τα ηλεκτρονικά παιχνίδια;
- ❖ Κατά πόσο τα ηλεκτρονικά παιχνίδια διαμορφώνουν μοντέλα δράσης και σκέψης στους νέους ανθρώπους;
- ❖ Κατά πόσο η συστηματική ενασχόληση των εφήβων με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια τους οπλίζει με ικανότητες αντιμετώπισης των πραγματικών προβλημάτων της καθημερινής ζωής τους ή, αντίθετα τους αποστερεί από αυτές;

1. Κουλτούρα

‘*A teen-age bill of right*’ ήταν ο τίτλος του άρθρου του συγγραφέα και εκδότη, Elliot Cohen, που δημοσιεύτηκε την πρώτη εβδομάδα του Ιανουαρίου του 1945 στο περιοδικό *New York Times*. Επρόκειτο για έναν πίνακα που εμπεριείχε δέκα δικαιώματα των εφήβων, μέσω του οποίου ο Cohen επιθυμούσε να δια φωτίσει τους γονείς σχετικά με τα παιδιά και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν. Ανάμεσα στα δικαιώματα υπήρχε και εκείνο των εφήβων στη διασκέδαση, η οποία με τη σειρά της συμπεριλάμβανε και το παιχνίδι (Cohen 1945 · Savage 2007: 455). Μόλις έναν χρόνο νωρίτερα, το 1944, οι Αμερικανοί είχαν αρχίσει να χρησιμοποιούν τον όρο ‘teenager’ για να περιγράψουν τους νέους 14-18 ετών – όρος που αξιοποιήθηκε αμέσως από τους διαφημιστές, οι οποίοι επένδυσαν σοβαρά στο συγκεκριμένο ηλικιακό γκρουπ (Savage 2007: xiii). Από τα μέσα του 1950, η νεολαία είχε αρχίσει να αναδεικνύεται σε ανεξάρτητη αγοραστική δύναμη και μια νέα καταναλωτική αγορά δημιουργούνταν (Blake 1985: 206), που τροφοδοτούσε όλο και περισσότερο την εφηβική κουλτούρα, με τις σχέσεις ανάμεσα στη νεανική κουλτούρα, το μεταπολεμικό περιβάλλον της δημοφιλούς κουλτούρας, της κατανάλωσης και της εμπορευματοποίησης να συνδέονται άρρηκτα (Μπουμπάρης 2000: 8-9).

1.1.Ορισμοί κουλτούρας

Ο όρος ‘κουλτούρα’, ο οποίος προέρχεται από το λατινικό ‘cultura’ και σήμαινε την καλλιέργεια των φυτών (Oxford Dictionary), χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά μεταφορικά από τον Κικέρωνα τον 1^ο αιώνα π.Χ. για να υποδηλώσει την καλλιέργεια της ψυχής (cultura animi) (Πασχαλίδης 1999: 33). Κατά την ύστερη αρχαιότητα, ο όρος χρησιμοποιήθηκε από τους ουμανιστές Thomas Moore και Roger Bacon για να δηλώσουν την ‘καλλιέργεια του νου’ (cultura intellect). Στα μέσα του 18^{ου} αιώνα στην Αγγλία και στη Γαλλία, η έννοια της κουλτούρας είχε ταυτιστεί με εκείνη της κοσμικής μόρφωσης και είχε υιοθετηθεί με γρήγορους ρυθμούς από την ανερχόμενη τότε αστική τάξη. Την ίδια περίοδο, οι αστοί της Γερμανίας, παραγκωνισμένοι από τα πολιτικά δρώμενα, στρέφονταν στον χώρο του πνεύματος, διότι εκεί μόνο μπορούσαν να εκφραστούν ελεύθερα, αντιδιαστέλλοντας την κουλτούρα (που ισοδυναμούσε με την αληθινή αρετή και μόρφωση) προς τον πολιτισμο (δηλαδή, την επιφανειακή ευγένεια και ευπρέπεια). Η αντιπαράθεση αυτή δεν άργησε να λάβει για τους Γερμανούς αστούς τη μορφή μίας αντίθεσης μεταξύ της αυτόχθονης γερμανικής γλώσσας / τέχνης / παράδοσης από τη μία, και των ξενόφερτων

ηθών και τεχνών που δέσποζαν στα γούστα της εποχής από την άλλη. Το 1780, ο Γερμανός φιλόσοφος Herder, σε αντίθεση με τους Διαφωτιστές που ασπάζονταν την ιδέα του οικουμενισμού για τον πολιτισμό και τον άνθρωπο, αντιμετώπισε την ‘κουλτούρα’ ως την ξεχωριστή πολιτισμική ταυτότητα ενός λαού που οφείλεται στην επίδραση του τόπου, προσδίδοντας στην έννοιά της πολιτικές διαστάσεις και μετατρέποντάς την από έναν χώρο δημιουργίας και έκφρασης σε έναν χώρο κυριαρχίας και αποκλεισμού του Άλλου (Πασχαλίδης 1999: 31-36). Κατά τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα και του πρώιμου 20^{ου}, η κουλτούρα μετατράπηκε σε χαρακτηριστικό ‘σημάδι’ για όσους επιθυμούσαν να ανήκουν στα αστικά στρώματα της Ευρώπης και άρχισε να κατασκευάζεται σύμφωνα με την αντίθεση υψηλής και μαζικής κουλτούρας (Hobsbawm 2013: 126 · Lipovetsky 2012: 81).

Η έννοια της κουλτούρας έχει δεχτεί κατά καιρούς διαφορετικές σημασίες, με τον ορισμό της να καθίσταται ένα ζήτημα πολύπλοκο. Σύμφωνα με τον Άγγλο παιδαγωγό Matthew Arnold (1869: 51, 54-5, 88), η κουλτούρα συνίσταται σε ό,τι καλύτερο έχει συλλάβει η σκέψη και η γνώση. Στόχος της κουλτούρας, συνεχίζει, οφείλει να είναι η επικράτηση της γλυκύτητας και του φωτός για όλη την ανθρωπότητα, καθώς και η απόρριψη της πνευματικής εκείνης τροφής που είναι παρασκευασμένη και προσαρμοσμένη με τρόπο που θεωρείται ότι αρμόζει στις μάζες. Η κουλτούρα, υποστηρίζει, είναι η αναζήτηση και η μελέτη της τελειότητας, καθώς και η προσπάθεια τελειοποίησης του εαυτού. Η κουλτούρα, σύμφωνα με τον ποιητή T. S. Eliot (1980: 23, 44, 48-49, 78), συνιστά έναν τρόπο ζωής, και για να την κατανοήσει κάποιος, πρέπει να κατανοήσει τους ανθρώπους που έκαναν δυνατή την ύπαρξή της. Η κουλτούρα, υποστηρίζει ακόμα, πρέπει να κατανοείται ως το δημιούργημα όλης της κοινωνίας και όχι μόνο ενός τμήματός της, με την κουλτούρα ενός ατόμου να εξαρτάται από την κουλτούρα μιας ομάδας / τάξης, και η κουλτούρα της ομάδας / τάξης να εξαρτάται από την κουλτούρα της κοινωνίας στην οποία ανήκει η συγκεκριμένη ομάδα / τάξη. Εξάλλου, η κουλτούρα της κοινωνίας προηγείται του ατόμου, όπως αναφέρει ο Kenneth Roberts (2019: 6).

Ο μαρξιστής θεωρητικός Raymond Williams αναφέρεται σε τρεις γενικές κατηγορίες, όσον αφορά τον ορισμό της κουλτούρας: α) στην ιδανική (ideal), όπου η κουλτούρα συνιστά μια κατάσταση ή διαδικασία ανθρώπινης τελειότητας, με όρους συγκεκριμένων απόλυτων ή οικουμενικών (διαχρονικών) αξιών, β) στην τεκμηριακή (documentary), όπου η κουλτούρα είναι το σώμα του διανοητικού δημιουργικού έργου, στο οποίο η ανθρώπινη σκέψη και εμπειρία

καταγράφονται ποικιλομόρφως, γ) στην κοινωνική (social), όπου η κουλτούρα είναι η περιγραφή ενός συγκεκριμένου τρόπου ζωής που εκφράζει συγκεκριμένα νοήματα και αξίες, όχι μόνο στην τέχνη αλλά και σε θεσμούς και στην καθημερινή συμπεριφορά. Μια επαρκής θεωρία της κουλτούρας πρέπει να συμπεριλαμβάνει και τις τρεις αυτές κατηγορίες, λέει ο Williams, και την ορίζει ως τη μελέτη των σχέσεων ανάμεσα στα διάφορα στοιχεία σε έναν ολικό τρόπο ζωής. Διακρίνει, επίσης, τρία επίπεδα κουλτούρας: τη ζωντανή κουλτούρα μιας συγκεκριμένης περιόδου και περιοχής, την καταγεγραμμένη (από τις τέχνες μέχρι τα γεγονότα της καθημερινής ζωής) και της κουλτούρα της επιλεκτικής παράδοσης (Williams 1998: 48-54). Ως ένα κομμάτι της κοινωνικής ζωής, μέσω της οποίας το άτομο δίνει νόημα στη ζωή του, βλέπει την κουλτούρα ο ανθρωπολόγος Clifford Geertz, και την αντιμετωπίζει ως ένα πολύπλοκο δίκτυο σημείων, συμβόλων, μύθων και συνηθειών (Geertz 1975: 5-6, 10 · Smith 2006: 305).

Για τον φιλόσοφο Zizek (2016: 50), η έννοια της ‘κουλτούρας’ ισοδυναμεί με το όνομα εκείνο που δίνεται σε όλα τα πράγματα που κάνει το άτομο στην καθημερινότητά του χωρίς να πιστεύει πραγματικά σε αυτά ή χωρίς να τα λαμβάνει σοβαρά υπόψη του.¹ Ο θεωρητικός McQuail με τη σειρά του, αν και πιστεύει πως ένας ακριβής ορισμός της κουλτούρας είναι αδύνατον να δοθεί, αφού αποσπά διάφορα σημεία από τις διαφορετικές χρήσεις της έννοιας, προτιμά να παραθέσει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά της: α) είναι κάτι συλλογικό, β) έχει κάποια συμβολική μορφή έκφρασης, γ) έχει κάποιο σχήμα, κάποια τακτικότητα ή τάξη, δ) χαρακτηρίζεται από μια δυναμική συνέχεια στο πέρασμα του χρόνου, ε) ζωτικό της στοιχείο αποτελεί η επικοινωνία (McQuail 2010: 98).

Σε τρία επίπεδα ποιότητας διακρίνει την κουλτούρα ο κοινωνιολόγος Edward Shills: α) στην ανώτερη ή εκλεπτυσμένη (superior), η οποία αναφέρεται στην αλήθεια και την ομορφιά των έργων, χαρακτηρίζεται για τη σοβαρότητα του θεματικού της περιεχομένου και είναι πλουσιότερη σε περιεχόμενα συγκριτικά με τα δύο άλλα επίπεδα (περιλαμβάνοντας πέρα από την ανώτερη σύγχρονη παραγωγή και μεγάλο μέρος της εκλεπτυσμένης παραγωγής παλαιότερων εποχών), β)

¹ Ο Zizek αναφέρεται, μάλιστα, σε ένα επεισόδιο από τη ζωή του φυσικού Niels Bohr, όταν μια μέρα ένας έκπληκτος επισκέπτης είδε στην πόρτα του (Bohr) να κρέμεται ένα τυχερό πέταλο. Ο επισκέπτης είπε τότε στον φυσικό, όπως διηγείται ο Zizek, ότι δεν πιστεύει πως τα φυλαχτά φέρνουν γούρι, και ο επιστήμονας του απάντησε ότι ούτε εκείνος πιστεύει αλλά το τοποθέτησε εκεί, διότι του είπαν ότι λειτουργεί ακόμα και όταν δεν το πιστεύει κανείς. Ίσως αυτός είναι ο λόγος, συνεχίζει ο Zizek, που η ‘κουλτούρα’ αναδεικνύεται σε κεντρική κατηγορία του life style (Zizek 2016: 50-51).

στη μέτρια (mediocre), η οποία διακρίνεται από μικρότερη πρωτοτυπία συγκριτικά με την ανώτερη και είναι περισσότερο αναπαραγωγική, συμπεριλαμβάνοντας τα ίδια είδη, καθώς και ορισμένα νέα που δεν έχουν ενσωματωθεί πλήρως, γ) στη βάνουση (brutal), η οποία χαρακτηρίζεται από απουσία βάθους, πρωτοτυπίας, λεπτότητας, ευαισθησίας και συμβολικού περιεχομένου και εμπεριέχει τόσο είδη που είναι ταυτόσημα με εκείνα των δύο προηγούμενων επιπέδων όσο και παιχνίδια και θεάματα (Σιλς 1960: 142-143). Χαρακτηριστικό της μαζικής κοινωνίας, συνεχίζει ο Shills (1960: 152), είναι ότι η νεολαία έχει γίνει σημαντικός καταναλωτής της μέτριας και βάνουσης κουλτούρας που παράγονται από τα μαζικά μέσα.

«Η κουλτούρα είναι δημιουργία και δημιουργικότητα, ανάδυση και κίνηση», γράφει ο καθηγητής Νίκος Δεμερτζής (1989: 227), χαρακτηρίζοντάς την ως εκείνο το σφαιρικό πλαίσιο στο οποίο γεννώνται, διαμορφώνονται, ακμάζουν και ξεθωριάζουν οι ιδεολογίες. Θεωρεί, δε, ως εγκυρότερη προσέγγιση της συγκεκριμένης έννοιας εκείνη που την προσδιορίζει ως τρόπο ζωής, πράξης, σκέψης, δράσης, θέτοντας στο κέντρο την ανθρώπινη δραστηριότητα σε όλα τα επίπεδα (Δεμερτζής 1989: 43, 157). Κουλτούρα είναι η δημιουργία μιας κοινότητας, μας λέει ο φιλόσοφος Byung-Chul Han (2021). Και σύμφωνα με τον κοινωνιολόγο Simon Clarke, η κουλτούρα μιας ομάδας ή μιας τάξης είναι ο ιδιαίτερος και ξεχωριστός τρόπος ζωής αυτής της ομάδας ή τάξης, οι αξίες της, τα νοήματά της και οι ιδέες της, που εμπεριέχονται στα ήθη και στις χρήσεις των αντικειμένων, στις κοινωνικές σχέσεις, στα ήθη και στις πεποιθήσεις της (Clarke et al. 2003: 10).

Επιλέγοντας στοιχεία από τους παραπάνω ορισμούς και συνδυάζοντάς τα σε έναν νέο ορισμό που να αρμόζει στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας, θα υποστηρίξαμε ότι η κουλτούρα είναι ένας συλλογικός τρόπος ζωής που προσδίδει ευφορία στα μέλη της, και για να κατανοηθεί, πρέπει να δοθεί προσοχή στα άτομα που την απαρτίζουν, στα νοήματα που δίνουν σε αυτά που κάνουν, στις αξίες τους, στις συνήθειές τους, στις τελετουργικές τους πράξεις και στα σύμβολα.

1.2.Εφηβική κουλτούρα

Η έκρηξη της κουλτούρας, όπως υποστηρίζει ο Τόφλερ (1992: 77), που είναι η αρχή και όχι το τέλος μιας βαθιάς και έντονης εξέλιξης, σηματοδοτεί τη δυνατότητα για τη γέννηση διάφορων υποκουλτούρων, ανοίγοντας τον δρόμο για έναν πολιτισμικό πλουραλισμό και μία κοινωνική δημοκρατία. Ο όρος ‘υποκουλτούρα’ χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά συστηματικά από τον

κοινωνιολόγο Milton Gordon για να δηλώσει μια υποδιαίρεση της εθνικής κουλτούρας (Gordon 1947: 40-41). Η υποκουλτούρα, υποστηρίζει ο κοινωνιολόγος Dick Hebdige, εκφράζει ένα φανταστικό σύστημα σχέσεων, με το ακατέργαστο υλικό το οποίο την απαρτίζει να είναι, συγχρόνως, πραγματικό, ιδεολογικό, ιστορικό. Κάθε υποκουλτούρα αντιπροσωπεύει μια συγκεκριμένη ιστορική στιγμή και μια συγκεκριμένη αντίδραση σε ένα συγκεκριμένο σύστημα περιστάσεων, με τις έννοιες της συγκυρίας και της ιδιαιτερότητας να είναι αλληλένδετες. Συνιστά, επίσης, μια αντίδραση σε διαφορετικές συγκυρίες, που την ξεχωρίζουν από τους υπάρχοντες πολιτιστικούς σχηματισμούς (όπως είναι η κυρίαρχη κουλτούρα ή οι κουλτούρες των γονέων). Πίσω από το στυλ της κάθε υποκουλτούρας κρύβεται τόσο η ικανοποίηση μιας σημαντικής διαφοράς όσο και η δημιουργία μίας ομαδικής ταυτότητας, και ο βαθμός συμμετοχής σε αυτήν διαφέρει για τον καθέναν. Προϋπόθεση αποτελεί πάντως, παρά τις όποιες ατομικές διαφορές, η ύπαρξη μίας κοινής γλώσσας (Hebdige 1985: 111-116, 139, 167).

Η υποκουλτούρα, σύμφωνα με τον κοινωνιολόγο John Irwin (1970: 74-5), αντιμετωπίζεται συχνά ως ένας κοινωνικός κόσμος, του οποίου τα μέλη συνηθίζουν να συγκρίνουν, να μοιράζονται και να διαπραγματεύονται τα πολιτισμικά τους πρότυπα και τις συμπεριφορές τους με άλλους. Ως κοινωνικούς κόσμους χαρακτηρίζει τις υποκουλτούρες και ο ακαδημαϊκός Ken Gelder (2006: 3-4), υποστηρίζοντας επιπλέον ότι μια υποκουλτούρα, μικρή ή μεγάλη, διακρίνεται από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, εσωτερικά και εξωτερικά, και πως μπορεί να είναι διαφορετική, εναντιωτική ή αποκλίνουσα. Ο Gelder αναφέρεται, επίσης, σε έξι κυρίαρχες λογικές που συνδέονται με την έννοια της υποκουλτούρας: α) στην κατά καιρούς αρνητική τους αξιολόγηση, όσον αφορά τη σχέση τους με την εργασία (ο χαρακτηρισμός τους, για παράδειγμα, ως μη παραγωγικές, παρασιτικές, ηδονιστικές), β) στην αμφισημία που διακρίνει την κατανόησή τους σε σχέση με την τάξη (μπορεί να ιδωθούν ως ομάδες που παρεκκλίνουν από το ταξικό τους υπόβαθρο ή το υπερβαίνουν, αλλά και ως ομάδες χωρίς ταξική συνείδηση), γ) στην τάση τους να προστατεύουν την περιοχή τους παρά να την κατέχουν, δ) στον σχηματισμό τους εκτός της οικιακής σφαίρας, μακριά από σπίτι και οικογένεια, ε) στη συχνή εξίσωσή τους με την υπερβολή στη συμπεριφορά, στον τρόπο ενδυμασίας, στη γλώσσα, στην κατανάλωση κ.α., ζ) στην αντίθεσή τους με τις κοινοτοπίες των μαζικών πολιτισμικών φορμών (η ταυτότητά τους αντιτίθεται στις κομφορμιστικές πιέσεις της μαζικής κοινωνίας) (Gelder 2006: 3-4).

Το στυλ της υποκουλτούρας επιτρέπει την έκφραση μιας ταυτότητας μέσω μιας συνειδητής προβολής – μιας ταυτότητας απαλλαγμένης από κοινωνικο-οικονομικές διαφορές, που συνεπάγεται, επιπλέον, την επιλογή ορισμένων συμβόλων (όπως τοποθεσιών και ενδυμασιών) συναφών προς τα ενδιαφέροντα της ομάδας, την επένδυση των συμβόλων αυτών με νέα νοήματα και τη χρήση τους, με τέτοιο τρόπο, ώστε να εκφράζονται συμβολικά τα ενδιαφέροντα αυτά (Αστρινάκης 1991: 54 · Blake 1985: 15). Οι υποκουλτούρες παρέχουν, ιδιαίτερα στους νέους, μία λύση, αν και σε μαγικό επίπεδο, για συγκεκριμένες καταστάσεις που βιώνουν στην κοινωνία, και τους ενθαρρύνουν να αναπτύξουν μια ταυτότητα εναλλακτική, να πειραματιστούν ποικιλοτρόπως, να αντιμετωπίσουν υπαρξιακά διλήμματα (Blake 1985: 24). Στις περισσότερες νεανικές υποκουλτούρες, γράφει ο Αστρινάκης (1991: 46), διαπιστώνεται μια συμβιωτική σχέση μεταξύ μύθου και πραγματικότητας, καθώς και εκδηλώσεις υπερκαταναλωτισμού και έντονου ηδονισμού.

Η εφηβική κουλτούρα έχει έναν μυθικό χαρακτήρα που τροφοδοτείται από τους κοινωνιολόγους και τα ΜΜΕ, υποστηρίζουν οι Elkin και Westley (1955), οι οποίοι αμφισβήτησαν την εγκυρότητα των αναπαραστάσεων των εφήβων ως ατόμων που αντιδρούν απέναντι στις αξίες των ενηλίκων, αγχώνονται ως προς τους μελλοντικούς ρόλους που θα κληθούν να παίξουν και αναζητούν στις διάφορες υποκουλτούρες την κάλυψη των ψυχολογικών αναγκών της ατομικότητας. Αναφερόμενοι στα συμπεράσματα της δικής τους εμπειρικής έρευνας, παρουσίασαν μία εικόνα εφήβων που είχαν καλές σχέσεις με την οικογένειά τους και που μοιράζονταν τις ίδιες αξίες (Elkin & Westley 1955: 683-684). Εντούτοις, το δείγμα της έρευνάς τους ήταν μικρό – 20 έφηβοι – και προερχόταν από τα προάστια του Μόντρεαλ. Ο Coleman, από την άλλη, υποστηρίζει την ύπαρξη εφηβικής κουλτούρας, τα μέλη της οποίας μοιράζονται αξίες και προβαίνουν σε δραστηριότητες που τους ξεχωρίζουν από τον ενήλικο πληθυσμό (Coleman 1960: 337). Ο Χρηστάκης, στο *Νεανική κουλτούρα: τάσεις και εντάσεις στην έρευνα*, εξετάζοντας σχετικές μελέτες, συμπεραίνει πως η αναφορά στη νεανική κουλτούρα σχετίζεται συνήθως με διάφορα νεανικά προβλήματα που μπορεί να αφορούν την ιδιάζουσα ψυχολογική και κοινωνική θέση των νέων (όπως ‘κρίση τελετουργιών’ και έλλειψη νοήματος που επιφέρει ο ορθολογικά υπερδομημένος δυτικός κόσμος) ή με τη δυνατότητα ορισμένων νέων να αποδεχτούν τις κυρίαρχες αστικές αξίες και να πετύχουν μέσα στα πλαίσιά τους, με τη βιομηχανία της κουλτούρας να παίζει σημαντικό ρόλο σε αυτό (Χρηστάκης 1990: 30). Όπως και να έχει, δεν μπορεί να αμφισβητηθεί το γεγονός ότι η εφηβική κουλτούρα αποτελεί ένα πεδίο κοινωνικής και

πολιτισμικής ζωής, τα μέλη της οποίας, δεμένα με σφιχτούς ή χαλαρούς δεσμούς μεταξύ τους, βρίσκουν ποικίλες εκφραστικές φόρμες για τις εμπειρίες τους (Clarke et al. 2003: 10-14· Hebdige 1985: 120-121).

Η ‘εφηβική κουλτούρα’ απαρτίζεται από ένα σύνολο ηλικιακά προσδιορισμένων τρόπων ζωής, ανάπαυσης και διασκέδασης, που καθορίζονται από διάφορους παράγοντες, όπως είναι η δημοφιλής κουλτούρα, και συνιστά ένα ρευστό περιβάλλον που εμπεριέχει συγκεκριμένες αξίες, στάσεις και τις πρακτικές διαμόρφωσής τους στον χρόνο (Αστρινάκης 1991: 46 Μπουμπάρης 2006: 14-15). Διακρίνεται, επίσης, σε διάφορες υποκουλτούρες, έχοντας ως κύριο σκοπό την άντληση νοήματος για τον περιβάλλοντα κόσμο, και χαρακτηρίζεται από το μοίρασμα ιδιαίτερων αξιών, πεποιθήσεων, πρακτικών και μύθων (Gaines 2010: 93). Μέσω του στυλ τους (ή αλλιώς του *mode de vivre*) και των δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου, τα μέλη των εφηβικών υποκουλτούρων προβάλλουν μια διαφορετική πολιτισμική απάντηση στα διάφορα ζητήματα που θέτει η κοινωνία (Clarke 1991: 14) και μέσω της υιοθέτησης συγκεκριμένων συμβολικών αντικειμένων αναγνωρίζουν τους εαυτούς τους σε κάτι συγκεκριμένο αλλά και θέτουν όρια απέναντι στους Άλλους (Clarke 1991: 179). Ορισμένες εφηβικές/νεανικές υποκουλτούρες μπορεί να ξεθωριάσουν με τον καιρό ή και να εξαφανιστούν – όπως οι *runks*, μια υποκουλτούρα που γεννήθηκε σε μια συγκεκριμένη ιστορική στιγμή, αποτελώντας, την ίδια στιγμή, σύμπτωμα μιας σειράς κοινωνικών προβλημάτων (όπως ανεργία και φτώχεια) –, ενώ άλλες είναι σταθερές – όπως έχει αποδειχτεί η υποκουλτούρα των παικτών ηλεκτρονικών παιχνιδιών που μετράει πάνω από 50 χρόνια ύπαρξης (Blake 1985: 8· Clarke et al. 2003: 10-14· Hebdige 1985: 120-121).

1.3. Κουλτούρα παικτών ηλεκτρονικών παιχνιδιών

Η υποκουλτούρα των παικτών ηλεκτρονικών παιχνιδιών συνηθίζεται να ορίζεται από μέσα, δηλαδή από τους ίδιους τους παίκτες, ή από έξω, από τους διάφορους θεωρητικούς μέχρι τον τύπο και την ευρύτερη κοινωνία (Shaw 2010: 406). Κατά την πρώτη περίοδο ανάπτυξης των βιντεοπαιχνιδιών, οι παίκτες αποτελούσαν μία ιδιαίτερη ομάδα που συνήθιζε να συγκεντρώνεται στους σκοτεινούς χώρους των αιθουσών ψυχαγωγίας, επιβεβαιώνοντας έτσι τη διαφορετικότητα της ταυτότητάς τους (Egenfeldt-Nielsen et al., 2013: 52). Οι αίθουσες ηλεκτρονικών παιχνιδιών αποτελούσαν από τη μία, πηγή ηθικού πανικού αναφορικά με τις αρνητικές συνέπειες που θα μπορούσαν να έχουν στην ανάπτυξη των νέων, και από την άλλη, έναν χώρο συνάντησης για

όσους μοιράζονταν το ίδιο ενδιαφέρον για τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, και κυρίως για τους έφηβους και τους νέους, καθώς συνιστούσαν μια ευκαιρία να διαφοροποιηθούν από τους γονείς τους, αλλά και να ξεχωρίσουν στηριζόμενοι στο ταλέντο και τις ικανότητές τους και όχι στο κοινωνικό στάτους ή την εμφάνιση. Η συνένεση σε έναν χώρο που θεωρούσαν δικό τους, η δυνατότητα να παρακολουθούν άλλους παίκτες, χωρίς να τους αποσπούν την προσοχή, η αναγραφή και η έκθεση σε κοινή θέα των αρχικών ονομάτων των παικτών με τις υψηλότερες βαθμολογίες ήταν στοιχεία που συνέβαλλαν στη δημιουργία μιας υποκουλτούρας με τους δικούς της κανόνες, αξίες, τρόπους επικοινωνίας (Αναγνώστου 2009: 22-23 · Williams 2005: 8).

Άλλη ομάδα παικτών ήταν εκείνη των λεγόμενων geeks (τα «σπασικλάκια»), οι οποίοι ήταν νέοι με πολλές τεχνολογικές γνώσεις που στερούνταν, όμως, κοινωνικών δεξιοτήτων, αθλητικών ικανοτήτων ή εμφάνισης σύμφωνα με την τελευταία λέξη της μόδας. Από τη δεκαετία του 1980 και έπειτα, η σύνθεση και το μέγεθος της υποκουλτούρας των παικτών άρχισε ωστόσο να αλλάζει, φτάνοντας σταδιακά να αποκτήσει γιγαντιαίες διαστάσεις. Η κυριαρχία των βιντεοπαιχνιδιών στο πλαίσιο της δημοφιλούς κουλτούρας άλλαξε και τον τρόπο που η κοινωνία έβλεπε τους geeks, με αποτέλεσμα οι τελευταίοι να θεωρούνται ως τα άτομα εκείνα που κατανοούν την τεχνολογία. Οι geeks άρχισαν να γίνονται δημοφιλείς και cool – χρησιμοποιώντας, επιπλέον, και οι ίδιοι τον όρο ‘geek’ για τους εαυτούς τους, προκειμένου να εκφράσουν έτσι περηφάνεια για τη συμμετοχή τους σε αυτή την υποκουλτούρα –, και η κυρίαρχη κουλτούρα να γίνεται ‘geekier’, διότι η αποδοχή των geeks οδήγησε και στην αποδοχή της geek αισθητικής (Lule 2016: 454 · McCain 2015: 2 · Sharp 2017).

Σήμερα, οι παίκτες των ηλεκτρονικών παιχνιδιών βρίσκονται παντού. Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια παίζονται από άτομα και των δύο φύλων, όλων των ηλικιών, των φυλών, των εθνών, των θρησκειών. Ωστόσο, μπορεί και σήμερα κάποιος να διακρίνει επιμέρους υποκουλτούρες μέσα στην ευρύτερη κουλτούρα των παικτών, όπως είναι εκείνη των ‘σκληροπυρηνικών’ παικτών ή αλλιώς των σύγχρονων geeks, των παικτών δηλαδή εκείνων που διεκδικούν τον τίτλο του ‘ειδικού’ και εξασκούν τις δεξιότητες τους προκειμένου να ξεχωρίσουν στο παιχνίδι που παίζουν (Πανδιά 2019: 82). Αρκεί να παρακολουθήσει κάποιος μια συνάντησή τους, δια ζώσης ή διαδικτυακή, και θα ανακαλύψει ότι τα μέλη της χρησιμοποιούν όρους σχετικούς με τα παιχνίδια, μοιράζονται την ίδια γλώσσα ή/και τη δομούν (χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι συναιρέσεις, τα επιφωνήματα και οι αναδιπλασιασμοί γραμμμάτων, όπως ‘dunno’ = don’tknow,

‘yuck’, ‘reallllly’) (Balteiro 2021: 40, 52-53 · Mayra 2008: 25), ενδιαφέρονται για τα ίδια πολιτισμικά αντικείμενα (όπως συσκευές παιχνιδιού, βιβλία που σχετίζονται θεματικά με τα παιχνίδια που παίζουν, πόστερς, κόμικς), εγγράφονται σε ιστοσελίδες ή σε διάφορες ομάδες συζητήσεων που δημιουργούν ακόμα πιο φανατικοί παίκτες και οι οποίες λειτουργούν ως ψηφιακά κοινά μέρη ταυτοποίησης (Mayra 2008: 25 · Ruxton 2017: 459-460), συμμετέχουν σε διάφορα συνέδρια και gaming events (Πανδιά 2019: 81).

Από την άλλη μεριά, ενδιαφέρον παρουσιάζει και η οπτική της Ruxton (2017: 459-461), η οποία επικεντρώνεται στην άλλη όψη της κουλτούρας των παικτών και των κοινοτήτων τους, όταν τα μέλη χαρακτηρίζονται από προκαταλήψεις, επιθυμίες διατήρησης της παντοδυναμίας τους και μοχθηρία αν η παντοδυναμία αυτή τείνει να ακυρωθεί. Όταν η κοινότητα των παικτών αρχίζει να γίνεται μια ομάδα απόλυτη με κανόνες που ορίζονται από τα άτομα – άρρενες κατά κύριο λόγο – που έχουν ορίσει τους εαυτούς τους κυρίαρχους, η κατάσταση εύκολα μπορεί να εκτραπεί και η έννοια της ‘αίσθησης του ανήκειν’ να μετατραπεί σε ‘ανάγκη αποκλεισμού των άλλων’² (Ruxton 2017: 459-461).

Η αίσθηση της υποκουλτούρας των σκληροπυρηνικών παικτών ηλεκτρονικών παιχνιδιών πλησιάζει εκείνη του fandom, της κυριαρχίας του φανατικού (από το λατινικό fanaticus που υποδήλωνε τη θεϊκή έμπνευση, τη μανία, τη θεϊκή κατοχή) εναγκαλισμού της δημοφιλούς κουλτούρας (Gelder 2006: 143 · Mayra 2008: 26). Βασικά κοινά χαρακτηριστικά της κουλτούρας των φανς (fandom) και της κουλτούρας των ένθερμων παικτών ηλεκτρονικών παιχνιδιών (ας την ονομάσουμε gamerdom) είναι: α) η χρήση μιας κοινής διαλέκτου (lingua franca) στις συναντήσεις τους, διαδικτυακές και μη, β) η δόμηση φανταστικών κόσμων που γίνονται αληθινοί από τη στιγμή που αντιμετωπίζονται ως αληθινοί και ενσωματώνονται στην καθημερινότητά τους και στις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις τους με άλλους όμοιούς τους. – Οι σκληροπυρηνικοί φανς οποιοδήποτε είδους μυθοπλασίας είναι, επιπλέον, εκείνοι των πιο δυνατών διαμεσικών κόσμων (όπως Star wars, Transformers, Lord of the rings, Marvel comics, Harry Potter και άλλοι) – (Schell 2008: 303-305 · Re 2017: 327), γ) η ‘σημειωτική παραγωγή’, δηλαδή η παραγωγή νοημάτων που δομούν την κοινωνική ταυτότητα (Fiske 1989: 37· Lamerichs 2018: 238), δ) η μελέτη και η

²Ως ‘άλλοι’ μπορεί να προσδιορίζονται, για παράδειγμα, εκείνοι οι παίκτες που δεν έχουν επαρκείς γνώσεις ή παίκτες και μη παίκτες που απειλούν, κατά τη γνώμη τους, τη συνοχή και την αυθεντικότητα της ομάδας (αντιπροσωπευτική περίπτωση αποτελεί το κίνημα GamerGate, οι πράξεις των μελών του οποίου επιδεικνύουν μίσος απέναντι σε οτιδήποτε πάει να καταστρέψει το στάτους κβο της κοινότητάς τους, όπως είναι γυναίκες που αμφισβητούσαν τα κλισέ και τις ιστορίες των βιντεοπαιχνιδιών αναφορικά με τους γυναικείους χαρακτήρες) (Ruxton 2017: 459-464).

επεξεργασία δημοφιλών προϊόντων που έχει ως αποτέλεσμα η ψυχαγωγική εμπειρία να μετατρέπεται σε συμμετοχική κουλτούρα, με το φαινόμενο της fan fiction (δηλαδή, ιστορίες θαυμαστών που βασίζονται σε γνωστούς φανταστικούς χαρακτήρες) να αποτελεί ίσως την πιο αγνή εκδήλωση της συμμετοχικής κουλτούρας, και τους παίκτες να μετατρέπονται σε spect-authors (spectators=θεατές, authors= συγγραφείς) (Nardone 2017: 52 · Ryan 2015: 10), ε) η τάση να είναι από τους πρώτους που υιοθετούν τις νέες τεχνολογίες (Jenkins 2006: 131) και ε) η εγκατάλειψη του προϋπάρχοντος κοινωνικού στάτους, καθώς η είσοδος σε αυτές τις ‘νέες κοινωνίες’ δεν έχει να κάνει με το ποιος είσαι, αλλά με το τι προσφέρεις (Jenkins 2001: 213).

Η είσοδος του έφηβου σε αυτές τις ‘νέες κοινωνίες’ των ηλεκτρονικών παιχνιδιών θα μπορούσε να παραλληλιστεί με διαβατήρια τελετουργία, όπως έχει περιγραφεί από τον van Genep. Στο πρώτο στάδιο, το ‘προμεταιχμιακό’, ο μούμενος έφηβος αποχωρίζεται από τον οικείο του κόσμο, από την προηγούμενη κοινωνική του κατάσταση, από την εμφάνιση που έχει. Στο δεύτερο στάδιο, το ‘μεταιχμιακό’, ο έφηβος παίκτης διασχίζει μια περιοχή και περίοδο αμφισημίας. Απογυμνωμένος από ονόματα και κοινωνικούς προσδιορισμούς, μπαίνει σε έναν νέο κόσμο, τον οποίον προσπαθεί να ανακαλύψει, αναζητά να αναλάβει ρόλους, ψάχνει να βρει κάποια θέση. Και στο τρίτο στάδιο, το ‘μεταμεταιχμιακό’, ενσωματώνεται, έχοντας αποκτήσει πλέον μια ενισχυμένη ταυτότητα, και γίνεται, πλέον, μέλος της ομάδας / κοινωνίας (Turner 1969: 360, 366 · Turner 2015: 12 · van Genep 2016: 66-67).

Αλλά και το ίδιο το βιντεοπαιχνίδι αποτελεί ένα τελετουργικό: α) συνιστά έναν κόσμο διαφορετικό από τον συνηθισμένο, β) χαρακτηρίζεται από επαναληπτικότητα (στη χρήση αντικειμένων και στις χειρονομίες των παικτών), γ) ενέχει το στοιχείο της μεταμόρφωσης, όσον αφορά τις σκέψεις και τις πράξεις του παίκτη, δ) ενώνει τα μέλη της φανταστικής κοινότητας, με τον νεοσεισερχόμενο να αποκτά συλλογική ταυτότητα (Gazzard & Peacock 2011: 502) και ε) μέσα από τις αναπαραστάσεις των τελετουργικών που εμπεριέχει, οι οποίες αντλούνται από τη δημοφιλή κουλτούρα – όπως από ταινίες, κόμικς, μουσική –, προσφέρει δυνατότητες στον έφηβο να αναζητήσει νόημα και καθοδήγηση (Gazzard & Peacock 2011: 502). Μέσω της δημοφιλούς κουλτούρας γενικότερα, η οποία συμβάλλει τόσο στην έκθεση της διαφορετικότητας όσο και στην εδραίωση της ενότητας της ομάδας, ο έφηβος μπορεί να ανακαλύψει τον εαυτό του ως κάτι μοναδικό και αβέβαιο που ψάχνει να βρει τη θέση του (Flitouris & Dermentzopoulos 2020: 1 · Kohlberg & Gilligan 1971: 1052, 1080).

1.4. Μαζική ή δημοφιλής κουλτούρα

Η ‘δημοφιλής κουλτούρα’ εκφραζει την έννοια μιας κουλτούρας κυρίαρχης στην εποχή της, που απευθύνεται σε έναν μεγάλο αριθμό ατόμων και απολαμβάνεται από αυτόν, χωρίς να έχει την αρνητική έννοια της ‘μαζικότητας’, η οποία ήταν αρκετά διαδεδομένη τον προηγούμενο αιώνα (Θεοδοσίου & Παπαδάκη 2018: 21-23). Οι θεωρίες της μαζικής κουλτούρας γνώρισαν ιδιαίτερη ανάπτυξη τον 20^ο αιώνα, τότε που αναπτύχθηκε ο δημοφιλής τύπος, η παραλογοτεχνία – όπως τα κόμικς και η επιστημονική φαντασία –, ο κινηματογράφος, η τηλεόραση και το ραδιόφωνο, τα οποία με τη σειρά τους ακολουθήθηκαν από τη δημιουργία νέων φαινομένων δημοφιλούς κουλτούρας (αντιπροσωπευτικό παράδειγμα είναι το μουσικό είδος του ροκ) και δημοτικότητας (όπως είναι οι σταρς) (Macdonald 1991: 57· Πασχαλίδης 1999: 52).

Επί έναν αιώνα, η δυτική κουλτούρα διακρινόταν στην «παραδοσιακή ή υψηλή κουλτούρα» και στη «μαζική κουλτούρα», γράφει ο συγγραφέας και κριτικός Dwight Macdonald. Οι ιστορικοί λόγοι που συνέβαλλαν στην ανάπτυξη της μαζικής κουλτούρας, από τις αρχές του 1800, βρίσκονται στην πολιτική δημοκρατία και τη λαϊκή παιδεία που έσπασαν το πολιτιστικό μονοπώλιο της ανώτερης τάξης και δημιούργησαν για τις επιχειρήσεις μια νέα επικερδή αγορά που βασιζόταν στις πολιτιστικές επιθυμίες και απαιτήσεις των αφυπνισμένων μαζών. Η μαζική κουλτούρα που κατασκευάζεται για την αγορά, λέει ο Macdonald, ονομάζεται και λαϊκότεροπη αλλά και δημοφιλής, όμως ο ίδιος επιλέγει τον χαρακτηρισμό ‘μαζική’, διότι αποκλειστικός προορισμός της είναι η μαζική κατανάλωση. Επιπλέον, επιβάλλεται από επιχειρήσεις που στοχεύουν σε παθητικούς καταναλωτές για να αυξήσουν τα κέρδη τους ή/και να διατηρήσουν την ταξική τους κυριαρχία, αποσκοπώντας περισσότερο στην εκμετάλλευση παρά στην ικανοποίηση των πολιτιστικών αναγκών των μαζών, και δεν αποτελεί έκφραση ούτε του καλλιτέχνη ούτε των απλών ανθρώπων (όπως αποτελούσε η παλιά λαϊκή τέχνη) (Macdonald 1991: 57-60). Ο Macdonald μιλάει ακόμα για την Κουλτούρα Μέσης Στάθμης (Midcult), υβρίδιο της μαζικής και της υψηλής κουλτούρας, που έχει τα βασικά χαρακτηριστικά της μαζολατρίας (όπως τυπικές, επαναλαμβανόμενες φόρμουλες και γενικά έλλειψη οποιουδήποτε κριτηρίου εκτός από εκείνο της δημοτικότητας), τα οποία, ωστόσο, καλύπτει με τον μανδύα της υψηλής κουλτούρας (αυτοπαρουσιάζομενη ως τμήμα της υψηλής τέχνης) (Macdonald 1991: 66).

Ο χαρακτηρισμός της ‘μαζικής κουλτούρας’ ως ένα κατασκευασμένο εμπόρευμα από τον Macdonald συγκλίνει με εκείνον των κοινωνιολόγων Adorno και Horkheimer, οι οποίοι

θεωρούσαν τα προϊόντα της ομοιόμορφα και τυποποιημένα. Οι Adorno και Horkheimer ισχυρίζονταν ότι τα προϊόντα της πολιτισμικής βιομηχανίας παρέχουν φυγή όχι από την πραγματικότητα, αλλά από την κριτική σκέψη και τη σκέψη για αντίσταση. Κατά τη γνώμη τους, η πολιτισμική βιομηχανία ελέγχει διαρκώς τον καταναλωτή, μη αφήνοντάς τον ελεύθερο, διότι κάτι τέτοιο μπορεί να του επιτρέψει να υποψιαστεί ότι είναι δυνατή η αντίσταση απέναντι στο κατεστημένο. Τα κινούμενα σχέδια, αναφέρουν ως παράδειγμα, που παλιότερα αντιπροσώπευαν τη φαντασία και διέθεταν μια συνεκτική πλοκή, τώρα το μόνο που κάνουν είναι πλήση εγκεφάλου στους δέκτες, προκειμένου να πειστούν οι τελευταίοι πως το άνευ προηγουμένου ξύλο που δέχεται ο Donald Duck είναι όρος ζωής στη σημερινή κοινωνία. Αποσκοπούν, δηλαδή, στην εξοικείωση των θεατών με το «ξύλο», κάτι που έχει ως αποτέλεσμα να μετατρέπεται η βία που δέχεται ο ήρωας (στην τηλεόραση, στον κινηματογράφο ή, ας προστεθεί, και στα ηλεκτρονικά παιχνίδια) σε βία εναντίον του θεατή-δέκτη (Αντόρνο & Χορκχάιμερ 1996: 229-230).

Η πολιτισμική βιομηχανία, κατά τον Adorno (Αναγνώστου 2000: 49-51), είναι μία μαζική απάτη που εμποδίζει τη διαμόρφωση αυτόνομων ατόμων με κριτική συνείδηση, και χαρακτηρίζει τη συνολική της επίδραση αντιδιαφοριστική. Η εμπορεύσιμη ή μαζική κουλτούρα, υποστηρίζει, είναι μια κουλτούρα κατανάλωσης που καλλιεργεί αυτόματες αντιδράσεις, κοιμίζει συνειδήσεις και δεν έχει καμία σχέση με την τέχνη, διότι η τέχνη είναι η κοινωνική αντίθεση προς την κοινωνία και δεν συνάγεται άμεσα από αυτή (Αντόρνο 1954: 93-94). Ο πολιτισμός και η βιομηχανία είναι δύο έννοιες αντίθετες, για τους Adorno και Horkheimer. Η βιομηχανία της κουλτούρας, συνεχίζουν οι δύο φιλόσοφοι της Σχολής της Φρανκφούρτης, δεν είναι παρά μια βιομηχανία διασκέδασης, μέσω της οποίας, και σε συνδυασμό πάντα με τη δύναμη της διαφήμισης, ασκεί την επιρροή της πάνω στους καταναλωτές, οι οποίοι καταλήγουν να αγοράζουν τα προϊόντα της, ακόμα και αν διαπιστώνουν ότι είναι άχρηστα (Χορκχάιμερ & Αντόρνο 2005: 121).

Η παραπάνω άποψη επεκτείνεται από τον Baudrillard στο βιβλίο του *Καταναλωτική κοινωνία*, ο οποίος υποστηρίζει πως η ικανοποίηση των αναγκών δεν έχει να κάνει πλέον με την αγορά χρηστικών αντικειμένων, αλλά με την προσχώρηση σε συγκεκριμένες αξίες, όπως και με το ιδεώδες της συμμόρφωσης, ενώ επιπλέον, ο ρόλος της διαφήμισης είναι κεφαλαιώδους σημασίας (Baudrillard 2005: 68-73). Τα πολιτιστικά αντικείμενα, έγραφε ο Baudrillard τη δεκαετία του 1970, αντιμετωπίζονται ως αντικείμενα φετίχ, προκειμένου ο κάτοχός τους να υποστηρίξει μια συγκεκριμένη στάση. Κοντά σε αυτή την άποψη βρίσκεται εκείνη του

κοινωνιολόγου Bourdieu, ο οποίος υποστήριζε πως τα πολιτιστικά αγαθά αντιμετωπίζονται ως σημεία διάκρισης. Το στυλ, σύμφωνα με τον Bourdieu, συνδεόταν στις αρχές του 1970 με την κοινωνική διαστρωμάτωση, και τα πολιτιστικά αγαθά προορίζονταν να ικανοποιήσουν την καθιέρωση των κοινωνικών διαφορών (Μπουμπάρης 2000: 81· Μπουνιά 2005 : 44 · Bourdieu 2020: 514-515).

Επιστρέφοντας στην *Καταναλωτική κοινωνία*, ο Baudrillard γράφει ότι ο άνθρωπος-καταναλωτής νιώθει ότι πρέπει να δοκιμάζει τα πάντα για να μη χάσει καμία απόλαυση. Καταναλώνοντας διαρκώς, αισθάνεται ότι μεγιστοποιείται η ύπαρξή του. Η ίδια η κουλτούρα γίνεται καταναλωτικό αντικείμενο, ενώ τα προϊόντα της μπορεί να πωλούνται και να καταναλώνονται μαζί (Baudrillard 2005: 87, 101, 123). Η εδραίωση μιας κοινωνίας καταναλωτών όμως, υποστηρίζει η πολιτική επιστήμονας Arendt, σημαίνει την εξαφάνιση της κουλτούρας στη μαζική κοινωνία. Η μαζική κουλτούρα θα έπρεπε, συνεχίζει, να αποκαλείται παρακμή της κουλτούρας στη μαζική κοινωνία και επέρχεται όταν πολιτιστικά αντικείμενα αρχίζουν να αντιμετωπίζονται χωρίς ενδοιασμούς, προκειμένου να διανεμηθούν στις μάζες από συγκεκριμένους διανοούμενους που προσπαθούν να τις διασκεδάσουν με ό,τι υπήρξε κάποτε αυθεντικό αντικείμενο της κουλτούρας (Αρεντ 1960: 131-4). Η μαζική κοινωνία, κατά τη γνώμη της, δεν θέλει κουλτούρα, αλλά διασκέδαση, και τα εμπορεύματα που προσφέρει η βιομηχανία της διασκέδασης καταναλώνονται άμεσα και γρήγορα, όπως κάθε καταναλωτικό προϊόν (Αρεντ 1960: 127-128). Το άτομο, άλλωστε, διανύει την εποχή της ‘μακτοναλντοποίησης’, γράφει ο κοινωνιολόγος George Ritzer, εννοώντας με τον συγκεκριμένο όρο τη διαδικασία εκείνη, κατά την οποία οι αρχές που διέπουν τα καταστήματα φαστ φουντ (όπως αποτελεσματικότητα, ικανότητα υπολογισμού και πρόβλεψης, αλλά και προσφορά τυποποιημένων προϊόντων και διάβρωση της αυθεντικότητας) επηρεάζουν τα πάντα: από τις επιχειρήσεις των εστιατορίων μέχρι τον τομέα της πολιτικής και τις δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου – αρχές που κυριαρχούν όχι μόνο στην αμερικανική κοινωνία, αλλά σε περιοχές όλου του κόσμου (Ritzer 1993: 1, 9-11).

Ο άνθρωπος έχει γίνει ένα επιφανειακό άτομο που καταναλώνει διαρκώς και αρκείται στις ψευδαισθήσεις που του παρέχει το σύστημα μέσω της αναψυχής και του κομπορμιισμού, υποστηρίζει, επίσης, ο κοινωνιολόγος Herbert Markuse (Markuse 1971: 35-36, 42), ενώ επιπλέον, η ανάγκη του ανθρώπου να χαλαρώσει, να διασκεδάσει και να καταναλώσει, δεν είναι πραγματική, αλλά επίπλαστη. Η μαζική κουλτούρα θεμελιώνεται, σύμφωνα με τον κοινωνιολόγο-

φιλόσοφο Edgar Morin, πάνω στην αγορά, την κατανάλωση και την τάση για ηδονή. Αναδυόμενη μέσα από την καπιταλιστική ανάπτυξη των αστικών κοινωνιών που γέννησαν τον άνθρωπο-καταναλωτή, η μαζική κουλτούρα, σύμφωνα με τον Morin, ξέρει να μετασχηματίζει τις επιθυμίες σε όνειρα και τα όνειρα σε επιθυμίες (Morin 1991: 238-239, 244-252). Το είδος συμμετοχής σε αυτή την κουλτούρα, συνεχίζει ο Morin, είναι παιγνιο-αισθητικό, ο τύπος κατανάλωσης βέβηλος και η σχέση της με τον κόσμο ρεαλιστική. Στη μαζική κουλτούρα όλα ξεθωιάζουν γρήγορα, αντικαθίστανται εύκολα και τίποτα δεν προορίζεται για σιωπηλή περισυλλογή (Morin 1991: 238-252). Μέσα όπως η τηλεόραση, ο κινηματογράφος και η ραδιοφωνία, γράφει ο F. R. Leavis, δεν είναι παρά παθητικές διασκεδάσεις που καταργούν την κριτική σκέψη (Leavis 1930: 13-14).

Με τη σχολή του Μπέρμινγχαμ, με ιδρυτές τον Richard Hoggart και τον Stuart Hall, αμφισβητείται η έννοια της ‘μάζας’, και στο προσκήνιο εμφανίζονται οι ομάδες κοινού που σχηματοποιούνται με βάση το φύλο, την ηλικία ή τα ενδιαφέροντα, ερευνάται ο ρόλος του κοινού στη διαδικασία πρόσληψης των μηνυμάτων που προωθούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και ερμηνεύονται οι αντιδράσεις του σε αυτά τα μηνύματα (Θεοδοσίου & Παπαδάκη 2018: 25-26). Ο Steward Hall έδωσε έμφαση στον ενεργητικό ρόλο των καταναλωτών, όσον αφορά την ερμηνεία των τηλεοπτικών μηνυμάτων (απορρίπτοντας τις απόψεις περί παθητικότητας των θεατών), και διέκρινε την ‘ανάγνωση’ ενός μηνύματος σε κυρίαρχη (που είναι η ανάγνωση που υποστηρίζει τις κυρίαρχες ιδεολογίες), σε αντιθετική (που πραγματοποιείται από άτομα που έχουν συνείδηση των κυρίαρχων κωδικών ενός μηνύματος και το απορρίπτουν) και σε διαπραγματευτική (που είναι ένας συνδυασμός των δύο προηγούμενων αναγνώσεων) (Hall 1980: 58-61). Ο καταναλωτής, δηλαδή, σύμφωνα με τον Hall μπορεί να δει πέρα από το καταδηλούμενο μήνυμα – το οποίο ο Barthes χαρακτηρίζει ως «ένα είδος αδαμιαίας περιβολής της εικόνας» – και να ερμηνεύσει τη συνδηλούμενη εικόνα, που συνιστά έναν χώρο ιδεολογικό (Barthes 1988: 45, 52-56).

Η δημοφιλής κουλτούρα είναι μια ζωντανή διαδικασία, η οποία δεν επιβάλλεται από έξω, αλλά δημιουργείται από μέσα, υποστηρίζει ο θεωρητικός των μέσων, John Fiske, και κινεί νοήματα και απολαύσεις εντός ενός κοινωνικού συστήματος. Τα μέσα δημοφιλούς ψυχαγωγίας δεν μπορούν να επιβάλλουν νοήματα στο κοινό, αλλά είναι αυτό που τα χρησιμοποιεί όπως επιθυμεί (Fiske 1991: 23-25, 158). Διάφορες εθνογραφικές αναλύσεις του κοινού (όπως του David Morley το 1980 και το 1986 για το κοινό και την τηλεόραση ή του David Buckingham το 1987 για τη σαπουνόπερα *Eastenders*) έδειξαν ότι οι θεατές ‘διαβάζουν’ τα τηλεοπτικά κείμενα

ενεργητικά, τα οποία και προσαρμόζουν στις δικές τους ανάγκες και απολαύσεις (Smith 2006: 269). Οι καταναλωτές των πολιτισμικών προϊόντων δεν είναι ούτε παθητικοί, ούτε αδαείς, υποστηρίζει ο Alvin Toffler (1992: 242-245) στο βιβλίο του *Κατανάλωση και κουλτούρα*. Αντιθέτως, είναι ενεργητικοί και διαθέτουν άποψη. Ήταν, μάλιστα, το αυξανόμενο ενδιαφέρον τους για την τέχνη που είχε ξενίσει τους ελιτιστές και τους έκανε να μιλάνε για τον 'νόμο της μαρμελάδας' (για το ότι, δηλαδή, όσο απλώνεται το στρώμα της τέχνης, τόσο λεπτότερο γίνεται), καθώς έχαναν την αποκλειστικότητα στην απόλαυση και αισθάνονταν ότι αυτή η νέα κατάσταση υπονόμει την αίσθηση της ανωτερότητάς τους.

Για τη συμβολή της δημοφιλούς (όχι της μαζικής, όπως δηλώνει) κουλτούρας στη διασκέδαση, την εκπαίδευση, την πληροφόρηση, την αυτό-έκφραση, μιλάει ο κοινωνιολόγος Herbert Gans. Αναφέρεται σε κουλτούρες γούστου, τις οποίες διακρίνει σε πέντε κατηγορίες (υψηλή, υψηλή-μεσαία, χαμηλή-μεσαία, χαμηλή, δημόδης-χαμηλή), χαρακτηρίζοντάς τις όλες ισότιμες από τη στιγμή που ανταποκρίνονται στις αξίες και στις ανάγκες του κοινού (Gans 1999: 6-8, 100-118). Επιπρόσθετα, η δημοφιλής κουλτούρα συνιστά για πολλούς θεωρητικούς, ανάμεσα στους οποίους και ο Henry Giroux, ένα κριτικό μέρος πάλης για νόημα, όπως επίσης ένα παιδαγωγικό μέρος (Dolby 2003: 5-6).

Στον διαχωρισμό της μαζικής κουλτούρας από τη δημοφιλή που κάνει ένα μέρος ακαδημαϊκών, αναφέρεται ο Jenkins, σύμφωνα με το οποίο η μαζική κουλτούρα είναι μια κατηγορία παραγωγής, ενώ η δημοφιλής κουλτούρα αποτελεί μια κατηγορία κατανάλωσης, καθώς και το αποτέλεσμα των φανς αναφορικά με τη μαζική κουλτούρα. Κατ' επέκταση, όταν οι φανς ενός βιντεοπαιχνιδιού δημιουργούν σελίδες ηλεκτρονικές αφιερωμένες στο αγαπημένο τους παιχνίδι ή τροποποιούν το αγαπημένο τους παιχνίδι (modding), τότε βρισκόμαστε στο πεδίο της δημοφιλούς κουλτούρας (Jenkins 2005: 135-136).

Τα βασικότερα επιχειρήματα των κατήγορων και των υπερασπιστών της μαζικής κουλτούρας συνοψίζει με σαφήνεια ο Umberto Eco στο βιβλίο του *Κήνσορες και θεράποντες*. Ως βασικότερες επικρίσεις καταγράφει τις ακόλουθες: τα μαζικά μέσα προωθούν μια κουλτούρα ομογενούς τύπου, υποβαθμίζουν την υπάρχουσα καλαισθησία, παραδίδουν συσκευασμένα συναισθήματα, ακολουθούν τον νόμο της προσφοράς και της ζήτησης, ενθαρρύνουν μια παθητική θεώρηση του κόσμου, αποκοιμίζουν την ιστορική συνείδηση, επιβάλλουν σύμβολα και μύθους μιας εύπεπτης οικουμενικότητας, ενισχύουν τον κομορμισμό, παράγουν ετεροκατευθυνόμενα

ανθρώπινα πρότυπα, ενώ όταν διαδίδουν προϊόντα ανώτερης παιδείας το κάνουν μέσα σε συνθήκες απόλυτης ισοπέδωσης μαζί με άλλα προϊόντα ψυχαγωγίας. – Η μεγαλύτερη, ωστόσο, κατηγορία εναντίον της μαζικής κουλτούρας είναι, σύμφωνα με τον ιστορικό Hobsbawm, ότι δημιουργεί έναν κλειστό κόσμο, με την ελπίδα για έναν τέλειο και καλό κόσμο να εξαλείφεται και να παίρνει τη μορφή της φευγαλέας φαντασίωσης, της μηδενικής (Hobsbawm 2013: 275) –. Ως σημαντικότερα επιχειρήματα των υπερασπιστών παραθέτει ο Eco τα εξής: μέσω της μαζικής κουλτούρας δίνεται η δυνατότητα σε όλους να προσεγγίσουν όλα τα έργα τέχνης, παρέχονται πολλές πληροφορίες που ενδέχεται να ευαισθητοποιήσουν το άτομο στην αντιμετώπιση του κόσμου, προσφέρονται νέες μορφές ύφους και νέα συστήματα αντίληψης, μπορούν να εξαφανιστούν ορισμένες κοινωνικές διαφορές χάρη στην ομοιομορφία των προϊόντων της και προσφέρονται μορφές ψυχαγωγίας στις οποίες ανέκαθεν αρέσκονταν τα πλήθη (απλά κάθε τόσο αλλάζουν οι συνθήκες παραγωγής και διάδοσης). Ο ίδιος ο Eco ακολουθεί μια διαλεκτική οδό, μεταθέτοντας το ερώτημα από το αν η μαζική κουλτούρα υπάρχει καλώς ή κακώς στο πώς τα μαζικά μέσα μπορούν να χρησιμοποιηθούν εντέλει ως φορείς πολιτιστικών αξιών (Eco 1987: 64-78).

Στις μέρες μας, δεν μιλάμε πλέον για μαζική κουλτούρα, αλλά για δημοφιλή. Η δημοφιλής κουλτούρα είναι κυρίαρχη, και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της. Οι μαθητές των Γυμνασίων και των Λυκείων σήμερα συζητούν για τα βιντεοπαιχνίδια με το ίδιο πάθος που οι προηγούμενες γενιές μιλούσαν για τον κινηματογράφο (Jenkins 2000). Με τον κινηματογράφο, υποστηρίζει, ο Λιποβέτσκι, άρχισε η πρώτη φάση της (νεωτερικής) κουλτούρας-κόσμου (ή πλανητικής κουλτούρας, που επέρχεται όταν το οικονομικό μετατρέπεται σε κουλτούρα και το πολιτιστικό εισχωρεί στο εμπόρευμα): οι αμερικανικές ταινίες εξαγόταν γρήγορα, τις έβλεπαν σε όλες τις ηπείρους, η γλώσσα ήταν κατανοητή από όλους, ενώ επιπλέον, έτσι γεννήθηκε και το star system. Η δυναμική αυτή πέρασε στο δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα στην τηλεόραση, η οποία σήμανε την αλλαγή του κόσμου της κουλτούρας, τον θρίαμβο της εικόνας και του ακαριαίου, την επικράτηση του homo ecranis (άνθρωπος της οθόνης) και την επιβολή του παγκόσμιου χωριού του McLuhan. Η κουλτούρα του 21^{ου} αιώνα, συνεχίζει ο Λιποβέτσκι, είναι μια υπερ-καταναλωτική κουλτούρα που εμπεριέχει υπερ-ποικίλες και υπερ-ποσοτικές επιλογές, λανσάρει νέα προϊόντα υπερ-ταχύτητα, εξαίρει τις απολαύσεις του ελεύθερου χρόνου, της διασκέδασης, της μόδας, στηρίζει τον υβριδισμό, και χαρακτηρίζεται από τον πολλαπλασιασμό της highteck, του μάρκετινγκ και των καινοφανειών. Είναι μια διαδικτυακή

κουλτούρα όλων προς όλους, που ενθαρρύνει την αλληλεπίδραση των ατόμων πέρα από χωροχρονικούς περιορισμούς. Μέσα σε αυτή την πλανητική κουλτούρα, ο έφηβος ψάχνει ένα συμβολικό πλαίσιο για να βρει νόημα, και καθώς η κουλτούρα παλαιού τύπου δεν ανταποκρίνεται στις σημερινές απαιτήσεις, χρειάζεται να οριστεί από μια νέα μορφή κουλτούρας, έτσι ώστε να κατακτήσει έναν κόσμο πιο οικείο (Λιποβέτσκυ 2012: 82-89, 94, 104-106, 141-142).

Η δημοφιλής κουλτούρα λειτουργεί για τον εφηβικό πληθυσμό τόσο ως ‘κοινωνική κόλλα’ όσο και ως ‘κοινωνικό χώρισμα’. Οι έφηβοι (και όχι μόνο) δένονται, για παράδειγμα, όταν μοιράζονται την ίδια αγάπη για ένα βιντεοπαιχνίδι, και την ίδια στιγμή αυτό το ‘κόλλημα’ (η αγάπη για τα ίδια ενδιαφέροντα) μπορεί να τους οδηγήσει σε κοινωνικό αποκλεισμό (Dolby 2003: 2). Η δημοφιλής κουλτούρα αποτελεί μια δύναμη που επηρεάζει τη ζωή όλων, υποστηρίζει ο ακαδημαϊκός, Lawrence Grossberg (στο Dolby 2003: 15), καθώς μέσω αυτής βιώνουμε ποικίλα συναισθήματα (χαρά, λύπη, αγωνία, ευχαρίστηση), και εντός αυτής κατασκευάζονται οι ταυτότητες. Η δημοφιλής κουλτούρα συνιστά ένα δεύτερο σπίτι για το παιδί στην εφηβεία.

2. Εφηβεία

«Η καταστροφή είναι μία μορφή δημιουργίας. Έτσι, το ότι καίνε τα χρήματα, είναι ειρωνικό. Θέλουν απλά να δούνε τι συμβαίνει όταν διαλύουν τον κόσμο. Θέλουν να αλλάξουν τα πράγματα».

Αυτή είναι η απάντηση του έφηβου ήρωα στην κινηματογραφική ταινία *Donnie Darko* (2001), όταν του ζητείται στο μάθημα της Λογοτεχνίας, στο οποίο εξετάζουν τη σύντομη ιστορία του Graham Green, *Οι καταστροφείς*, να ερμηνεύσει τις καταστροφικές πράξεις των μελών μιας εφηβικής συμμορίας που είχαν στόχο το σπίτι του χαρακτήρα του Γέρου Ταλαίπωρου. Στην εξήγηση του ήρωα στη μεταεφηβική αυτή σκηνή διακρίνονται δύο τουλάχιστον χαρακτηριστικά της εφηβικής σκέψης: ο ιδεαλισμός και η σχετικιστική θέαση των πραγμάτων μέσω της μορφής αναστοχασμού που αναπτύσσουν τα παιδιά σε αυτή την αναπτυξιακή περίοδο. Εφηβικά χαρακτηριστικά που διακρίνουμε και στα όσα είχε γράψει ο Truffaut για τον τότε ήρωα των εφήβων, τον James Dean, στα μέσα του 20^{ου} αιώνα: «Στο πρόσωπο του Τζέιμς Ντην αντικρύζουμε ολόκληρη τη σημερινή νεολαία [...] ηθική καθαρότητα πέρα από την τρέχουσα ηθική αλλά πιο άτεγκτη, αιώνια αγάπη του εφήβου για τη δοκιμασία, μέθη [...] άρνηση αλλά και επιθυμία ενσωμάτωσης και τέλος αποδοχή ή άρνηση του κόσμου όπως είναι» (Arts, 26.9.1956, στο Morén 2011: 197).

2.1. Μια σύντομη ματιά στην έννοια της ‘εφηβείας’ στο πέρασμα του χρόνου.

Η ‘εφηβεία’ ορίζεται ως το μεταβατικό στάδιο ανάπτυξης ανάμεσα στην παιδικότητα και στην ενηλικίωση, κατά το οποίο συντελούνται απότομες βιολογικές αλλαγές, καθώς και κοινωνικές, γνωστικές και ψυχολογικές μεταβολές. Στην αρχαία Ελλάδα, εντούτοις, ο όρος ‘εφηβεία’ παρέπεμπε σε κρατικό θεσμό με στρατιωτικό χαρακτήρα και άρχιζε στα 18 έτη του παιδιού, αφού το παιδί είχε λάβει προηγουμένως (από τα επτά του έτη και έπειτα) την κατάλληλη διαπαιδαγώγηση για να γίνει «καλός καγαθός», δηλαδή ο ιδανικός πολίτης που χαρακτηρίζεται από σωφροσύνη, ανδρεία και δικαιοσύνη (Δεμερτζής, Μπουμπάρης & Σταυρακάκης 2009: 33 · Κολομπά & Οζερετσαϊά 1988: 131-132). Το πέρασμα, δε, στην ενηλικίωση χαρακτηριζόταν από την απομόνωση των εφήβων για ένα διάστημα σε συνοριακές περιοχές, εκτός του οργανωμένου

κόσμου της πόλης, που ισοδυναμούσε με ένα είδος τελετουργικής μετάβασης από την αγριότητα στον πολιτισμό (Γεωργούδη 1986: 220 · Μπουμπάρης 2000: 67 · Ξενίδου-Schild 2001: 306).

Ο διαχωρισμός της ηλικίας σε κατηγορίες άρχισε να κατέχει σημαντική θέση στις ψευδοεπιστημονικές πραγματείες του Μεσαίωνα, αναφέρει ο Philippe Aries στο *Αιώνες της παιδικής ηλικίας*, χωρίς να έχει, ωστόσο, η κατηγοριοποίηση αυτή τη σημασία που απέκτησε χρόνια αργότερα. Τότε, η ηλικία ήταν μια επιστημονική κατηγορία (όπως εκείνη του βάρους, για παράδειγμα), που «υπαγόταν σε ένα σύστημα περιγραφής ή φυσικής ερμηνείας το οποίο έχει τις ρίζες του στους Έλληνες φιλόσοφους του 6^{ου} αιώνα, συνεχίστηκε από τους εραμιστές του Μεσαίωνα στα γραπτά της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας και ενέπνευσε τα πρώτα εκλαϊκευμένα επιστημονικά βιβλία που τυπώθηκαν τον 16^ο αιώνα» (Aries 1990: 49-52). Τα παραπάνω γίνονται πιο κατανοητά αν ανατρέξει κανένας στον *Πανδέκτη*, το 1556, ένα λατινικό εραμιστικό έργο του 13^{ου} αιώνα, που αποτελούσε ένα είδος εγκυκλοπαίδειας, στο οποίο η ‘εφηβεία’ προσδιοριζόταν ως εκείνη η ηλικία που διαρκεί από τα 14 ως τα 21 έτη, σύμφωνα με τον Κωνσταντίνο, και ως τα 21 έτη, σύμφωνα με τον Ισίδωρο, ενώ επιπλέον, ονομαζόταν έτσι, διότι το άτομο θεωρούνταν αρκετά ώριμο για να τεκνοποιήσει. Η εφηβεία, δηλαδή, προσδιοριζόταν με βάση τις βιολογικές αλλαγές (Aries 1990: 48-49).

Στην Ελλάδα, κατά τη διάρκεια της Οθωμανικής κυριαρχίας (1453-1821), το αγόρι από τη στιγμή που γινόταν 12 ή 13 ετών, ήταν υποχρεωμένο να καταβάλει τον φόρο ως αρχηγός του οίκου · μια φορολογική επιβάρυνση που ισοδυναμούσε με την ικανότητά του να φέρει όπλο. Στα 13, λοιπόν, ο ‘εφηβος’ αντιμετωπιζόταν ως άντρας, ενώ επιπλέον, μπορούσε να εκλεγεί κοτζάμπασης ή να στρατολογηθεί από ομάδες κλεφτών και αρματολών της περιοχής. Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η περιγραφή του Σκουζέ αναφορικά με τον τρόπο προσδιορισμού της ακριβούς ηλικίας των εφήβων από τους Τούρκους μέσω της χρήσης του σπάγγου που έβαζαν στο λαιμό των παιδιών³ (Κυρκίνη-Κούτουλα 2001: 308 · Σκουζές 1984: 24). Εντός του συγκεκριμένου πλαισίου, έντονο ήταν και το φαινόμενο της παιδικής εργασίας, με τα παιδιά από τα δέκα τους έτη να κάνουν αγροτικές εργασίες, να εργάζονται σε διάφορες επιχειρήσεις και να μαθητεύουν σε τεχνίτες, συνιστώντας φτηνό εργατικό δυναμικό και προβαίνοντας σε εργασίες που δεν αντιστοιχούσαν στην ηλικία τους (Κυρκίνη-Κούτουλα 2001: 309 · Παπαγεωργίου 1986: 395-397). Μέχρι και τις

³ «Από δέκα ετών και απάνω εμάζευαν τα παιδιά και εμετρούσαν το γύρο του λαιμού των με διπλό σπάγγο. Και τη μιαν άκρη έδεναν κόσμπο και το παιδί εδάγκανε τον κόμπο. Και άνοιγαν τον διπλό σπάγγο και αν επέραγε από το κεφάλι του παιδιού, αρχίναγε να πληρώνει το τρίτο χαράτζι...» (Σκουζές 1984: 24)

αρχές του 20^{ου} αιώνα, η παιδική εργασία στην Ελλάδα ήταν σημαντικό χαρακτηριστικό της διαδικασίας παραγωγής (Ρηγίνος 1986: 421).

Η εφηβεία άρχισε να αναγνωρίζεται ως ‘κατηγορία παιδιών συγκεκριμένης ηλικίας’ μόλις τον 19^ο αιώνα (Δεμερτζής, Μπουμπάρης & Σταυρακάκης 2009: 33 · Μπότσαρη 2002: 17). Το πρώτο αίσθημα, ωστόσο, της παιδικής ηλικίας που οδήγησε στη σταδιακή δημιουργία της ως ξεχωριστής κατηγορίας – η συναίσθηση, δηλαδή, της ιδιαιτερότητας εκείνης που διακρίνει το παιδί από τον ενήλικο –, αναπτύχθηκε από τον 17^ο αιώνα και έπειτα, όταν τόσο οι γονείς άρχισαν να εκφράζουν τρυφερά συναισθήματα απέναντι στα παιδιά – ειδικά από τον 18^ο αιώνα που αναπτύχθηκε η μέριμνα για την υγιεινή, με αποτέλεσμα τη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και τη μείωση του ποσοστού θνησιμότητας –, όσο και οι παιδαγωγοί και οι ηθικολόγοι άρχισαν να ενδιαφέρονται για τη σωματική και ψυχική εκπαίδευση των παιδιών (Άριες 1990: 64, 370 · Χρηστάκης 1993-4: 23). Ο πρώτος, δε, τύπος σύγχρονου έφηβου είναι, κατά τον Άριες, ο Ζίγκφριντ του Βάγκνερ (1876), η μουσική του οποίου εξέφραζε εκείνο τον συνδυασμό αθωότητας, αυθορμητισμού, σωματικής ρώμης, φυσικότητας, ζωντάνιας (Άριες 1990: 64).

Υπάρχουν, εντούτοις, και στον 21^ο αιώνα ορισμένες κοινωνίες – πρόκειται κυρίως για κοινωνίες όπου η τεχνολογία είναι περιορισμένη, η μακρόχρονη εκπαίδευση μη αναγκαία και η οικονομική ζωή επιτακτική ανάγκη –, στις οποίες η εφηβεία δεν υφίσταται ως μια παρατεταμένη χρονικά περίοδος ή ως ένα ξεχωριστό στάδιο ανάπτυξης (Craig & Baucum 2007: 3-4· Cole & Cole 2002: 24-25). Σε αυτές τις κοινωνίες, η εφηβεία μπορεί να αντιμετωπιστεί απλώς ως μια ιεροτελεστία μετάβασης: μια συμβολική τελετή κατά την οποία λαμβάνει χώρα μία αλλαγή ονόματος ή μια σωματική πρόκληση. Η αναγκαιότητα, πάντως, μετάβασης από την παιδική ηλικία στον κόσμο των ενηλίκων, ακόμη και αν τα ηλικιακά όρια και ο τρόπος συσχέτισης των εφήβων με την ευρύτερη κοινωνία εμφανίζονται διαφοροποιημένα ανάλογα με τον χωρόχρονο, το φύλο και την κοινωνική τάξη, αναγνωρίζεται παντού (Craig & Baucum 2007: 3-4· Craig & Baucum 2008: 3).

Έως και σήμερα, δεν έχει υπάρξει μια ευρέως αποδεκτή ενοποιημένη θεωρία για την εφηβεία, αν και είναι κοινά αποδεκτό πως πρόκειται για εκείνη την ηλικιακή περίοδο από τα 12 ως τα 18 έτη που χαρακτηρίζεται από την έναρξη της ήβης, με τις μεταβολές που αυτή επιφέρει σε διάφορους τομείς (Δεμερτζής, Μπουμπάρης & Σταυρακάκης 2009: 35). Σε αυτές τις περιπτώσεις, ανεξαρτήτως των διάφορων προσεγγίσεων, αποτελεί μία καθοριστική περίοδο,

καθώς το παιδί καλείται να (ανα)διαπραγματευτεί τις σχέσεις του, να απορρίψει ή να αναθεωρήσει ό,τι έχει διδαχθεί, να δημιουργήσει τη δική του προσωπική αναπαράσταση των πραγμάτων, αναζητώντας νέους ρόλους που θα το οδηγήσουν σε μεγαλύτερη αυτονομία και στη διαμόρφωση της προσωπικότητάς του (Χρηστάκης 1995: 129). Είθισται, δε, η εφηβεία να διακρίνεται σε τρία υποστάδια: α) στην πρώιμη, από τα 11 έως τα 14 έτη, που αντιστοιχεί στα χρόνια του Γυμνασίου, β) στη μέση, από τα 15 έως τα 18 χρόνια, που ισοδυναμεί με της Λυκειακές τάξεις, γ) στην ύστερη, από τα 18 έως τα 21, που συμπίπτει με τις Μεταλυκειακές σπουδές (Cole & Cole 2002: 168).

2.2. Προσεγγίσεις της εφηβείας – Ταυτότητα

Η προσέγγιση της βιολογικής ωρίμανσης δίνει έμφαση στους βιολογικούς παράγοντες που καθορίζουν τις βασικές δομές της ψυχολογικής λειτουργίας στους έφηβους, χωρίς να αγνοεί, από την άλλη, τους κοινωνικούς. Οι ορμόνες, επιδρώντας πρώιμα στην ανάπτυξη του εγκεφάλου, μπορεί να επηρεάσουν την προσωπικότητα και τη συμπεριφορά του έφηβου, ενώ επιπλέον, μέσω των επιδράσεών της στο νευρικό σύστημα μπορεί να ενεργοποιήσουν συγκεκριμένες αντιδράσεις συμπεριφοράς. Ο Freud αποκάλεσε την εφηβεία «γενετικό στάδιο», κατά το οποίο αναζωπυρώνονται οι σεξουαλικές παρορμήσεις που χαρακτήριζαν τη νηπιακή ηλικία και γίνεται η σεξουαλική επαφή το σημαντικό κίνητρο συμπεριφοράς (Cole & Cole 2002: 32-34· Craig & Baucum 2008: 6-10 · Freud 1910: 61).

Έμφαση στην επίδραση του κοινωνικού περιβάλλοντος στη συμπεριφορά του έφηβου δίνει η προσέγγιση του περιβάλλοντος-μάθησης, με ιδιαίτερα διαδεδομένη την έρευνα της Margaret Mead (1928) (Cole & Cole, 2002: 35-7). Η Mead είχε πάει στα νησιά Σαμόα του Ειρηνικού το 1926 και είχε οδηγηθεί στο συμπέρασμα ότι οι πολιτισμικοί και κοινωνικοί παράγοντες συμβάλλουν στα χαρακτηριστικά της εφηβείας. Όπως παραθέτει: *«Η έφηβη νέα της Σαμόα διαφέρει απ' τη μικρότερη αδερφή της που δεν έχει φτάσει ακόμα στην ήβη, μόνο από μία συγκεκριμένη άποψη. Το μεγαλύτερο κορίτσι παρουσιάζει ορισμένες σωματικές αλλαγές που απουσιάζουν από το νεότερο κορίτσι»* (Mead 1928/1973: 109, στο Cole & Cole, 2002: 35-36). Στην οικουμενικότητα της ικανότητας για συστηματική σκέψη δίνουν βαρύτητα οι πρεσβευτές της προσέγγισης του πολιτισμικού πλαισίου, υποστηρίζοντας ότι αυτό που μεταβάλλεται είναι τα πλαίσια εντός των οποίων χρησιμοποιείται η συγκεκριμένη ικανότητα. Τα διαφορετικά πολιτισμικά πλαίσια, υποστηρίζουν, απαιτούν διαφορετικούς βαθμούς συστηματικής σκέψης, με

αποτέλεσμα να υπάρχει ποικιλία στο είδος της σκέψης που ασκείται σε διαφορετικά πλαίσια (Cole & Cole, 2002: 39-41).

Ανάμεσα στις σημαντικότερες προσεγγίσεις εμπεριέχονται και εκείνες του Piaget και του Erikson. Σύμφωνα με την κονστρουκτιβιστική θεωρία του Piaget, οι αναπτυξιακές διεργασίες του έφηβου οφείλονται στην αλληλεπίδραση βιολογικών και κοινωνικών παραγόντων (εντοπιζόμενων σε όλες τις κοινωνίες), με τη σκέψη του παιδιού να κατακτά πλέον το στάδιο των τυπικών νοητικών ενεργειών. Η τυπική νόηση αποτελεί ένα από τα βασικά στάδια της γνωστικής εξέλιξης, επηρεάζει τις πλευρές της ψυχολογικής λειτουργίας του έφηβου, εντοπίζεται κάπου στα 11 έτη και ολοκληρώνεται στα 15 (Craig & Baucum 2008: 33 · Piaget 1960: 148). Πρόκειται για μια νέα μορφή σκέψης που χαρακτηρίζεται από ιδιότητες υποθετικο-παραγωγικές (την ικανότητα να σκέφτεται το παιδί τόσο για το υποθετικό όσο και για το πραγματικό), επιστημονικο-παραγωγικές (να κάνει συλλογισμούς από το ειδικό στο γενικό) και συλλογιστικο-αφαιρετικές (με τη σκέψη του να ταξιδεύει πέρα από το παρατηρούμενο). Ο έφηβος μπορεί πλέον να σκέφτεται πιο συστηματικά για τον κόσμο, να συλλογίζεται λογικά για όλα τα είδη των προβλημάτων, να προβαίνει σε συνδυαστικές σκέψεις λαμβάνοντας, συγχρόνως, υπόψη έναν μεγάλο αριθμό μεταβλητών (Inhelder & Piaget 1958: 12, 16· Ουάντσογουέρθ 2001: 58, 183-188, 215· Piaget 2000: 205· Piaget 1960: 148). Κατά τη διάρκεια της εφηβείας, ενισχύεται η φαντασία, η επίγνωση, η κρίση, η ενόραση. Το παιδί βελτιώνει τις μεταγνωστικές του ικανότητες, μαθαίνει να εξετάζει/τροποποιεί συνειδητά τις διεργασίες της σκέψης του και χρησιμοποιεί τις γνωστικές του δεξιότητες σε νοητικές και ηθικές αναζητήσεις γύρω από τον εαυτό του, τον μικρόκοσμό του και τον κόσμο γενικότερα. Χειρίζεται γεγονότα πραγματικά, αλλά και γεγονότα που έρχονται σε αντίθεση με την πραγματικότητα. Αποδέχεται το σύμπαν όπως φαίνεται ή όπως το παρατηρεί, αλλά και υπερβαίνει την πρώτη αυτή θεώρηση (Ουάντσογουέρθ 2001: 215· Piaget 2000: 105· Craig & Baucum 2008: 33-36 · Πιαζέ 1979: 22-24).

Για τον έφηβο, σωστό είναι αυτό που είναι λογικό και λανθασμένο εκείνο που είναι παράλογο. Αισθάνεται ότι ο κόσμος πρέπει να υποταχτεί σε λογικά σχήματα παρά σε συστήματα της πραγματικότητας και προσπαθεί να προσαρμόσει το περιβάλλον στο εγώ του (Ουάντσογουέρθ 2001: 208-209). Ο εγωκεντρισμός συνιστά βασικό χαρακτηριστικό του, έχοντας δύο βασικές εκδηλώσεις: α) το φανταστικό ακροατήριο, β) τον προσωπικό μύθο · εκδηλώσεις που αποτελούν υγιείς προσαρμοστικούς μηχανισμούς για να αντιμετωπίσει τη μελλοντική του εξατομίκευση και

τον ψυχολογικό του αποχωρισμό από τους γονείς (Galanaki & Christopoulos 2011: 107-8). Το ‘φανταστικό ακροατήριο’ δηλώνει την τάση του έφηβου να αποτελεί το επίκεντρο της προσοχής (θετικά ή αρνητικά) των άλλων. Μπορεί να αγχώνεται για την εικόνα που σχηματίζουν οι άλλοι γι’ αυτόν, αλλά την ίδια στιγμή χρησιμοποιεί το φανταστικό ακροατήριο για να πειραματιστεί με διάφορες στάσεις και συμπεριφορές (Γαλανάκη 2001: 412· Craig & Baucum 2008: 38-39). Ο ‘προσωπικός μύθος’ συνιστά την πίστη του έφηβου ότι είναι μοναδικός, ξεχωριστός και άτρωτος, κάτι που μπορεί να αποτελέσει βάση για ριψοκίνδυνες συμπεριφορές (Alberts, Elkind & Ginsberg 2007 · Γαλανάκη 2001: 412, 423 · Craig & Baucum 2008: 39). Η σχέση ανάμεσα στη συχνότητα των επικίνδυνων συμπεριφορών και στις διαστάσεις του εγωκεντρισμού δείχνει να είναι ισχυρότερη στη μέση εφηβική ηλικία. Ωστόσο, όταν η ριψοκίνδυνη συμπεριφορά μένει στα όρια της εξερεύνησης και του πειραματισμού, λειτουργεί ενισχυτικά όσον αφορά στην αναζήτηση της ταυτότητας (Γαλανάκη 2001: 413).

Η διαμόρφωση της ταυτότητας έχει μεγάλη σπουδαιότητα κατά την εφηβική περίοδο, διότι η ατομική ταυτότητα και η κοινωνική πρέπει να γίνουν συμβατές προκειμένου το παιδί να βρει τη θέση του στον κόσμο των ενηλίκων. Η αναζήτηση της ταυτότητας, υποστήριξε ο Erikson, αποτελεί τον σταθερό πυρήνα της προσωπικότητας, η εξέλιξη της οποίας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την πολιτισμική οργάνωση της εμπειρίας των παιδιών, λαμβάνοντας, συγχρόνως, υπόψη και τον ρόλο των βιολογικών παραγόντων στη διαμόρφωση των χαρακτηριστικών της εφηβείας. Η αναζήτηση ταυτότητας, κατά τον Erikson, είναι μια διεργασία που διαρκεί σε όλη τη ζωή του ανθρώπου και περνάει από οκτώ βασικά στάδια ανάπτυξης. Στο κάθε στάδιο το άτομο καλείται να επιτελέσει κάποιο έργο ή αλλιώς να επιλύσει κάποια ‘κρίση’, κάποια πηγή εσωτερικής σύγκρουσης. Μόνο έτσι μπορεί να προχωρήσει στο επόμενο στάδιο. Ένα από τα στάδια – το πέμπτο στη σειρά –, είναι εκείνο της εφηβείας, στο οποίο το παιδί έρχεται αντιμέτωπο με την κρίση της ταυτότητας. Ο έφηβος θα πρέπει να αποκτήσει μια αίσθηση προσωπικής ταυτότητας και να ενσωματώσει τους διαφορετικούς ρόλους του σε μια μοναδική και σταθερή ταυτότητα. Αν δεν τα καταφέρει, ο μεγαλύτερος κίνδυνος που αντιμετωπίζει είναι η σύγχυση ταυτότητας, που μπορεί να εκφραστεί μέσω παρατεταμένων καθυστερήσεων σε ζητήματα δέσμευσης (Cole & Cole, 2001: 220-222 · Craig & Baucum 2007: 80-82 · Erikson 1988: 11-12 · Erikson 1994: 157). Η επιτυχής αντιμετώπιση των αναπτυξιακών προκλήσεων της εφηβείας απαιτεί την εκ νέου επεξεργασία των τεσσάρων προηγούμενων αναπτυξιακών κρίσεων. Η πρώτη κρίση έχει να κάνει με την εδραίωση της εμπιστοσύνης, όπου το παιδί αναζητά σε προσωπικό επίπεδο, φίλους

αξιόπιστους, και σε κοινωνικό, ιδέες και ενήλικες που αξίζουν (κάτι που απαιτεί από τον έφηβο να σκέφτεται συστηματικά για την ανθρώπινη φύση και την κοινωνία), και η δυσκολία του να βρει κάποια ιδεολογία για να υποστηρίξει, εκφράζεται συχνά με συναισθήματα δυσπιστίας και κυνισμού απέναντι σε κοινωνικούς θεσμούς. Η δεύτερη αφορά την εδραίωση της αυτονομίας, το να επιλέγει το παιδί μόνο του την πορεία του αντί να υποτάσσεται στις αποφάσεις των άλλων. Η τρίτη σχετίζεται με τη λήψη πρωτοβουλιών, το να μπορεί να ορίζει στόχους γι' αυτό που ίσως γίνει. Και η τελευταία έχει να κάνει με την εργατικότητα που εμπεριέχει το καθήκον της ευθύνης (Cole & Cole, 2002: 145-146· Erikson 1994: 128-130).

Επέκταση της θεωρίας του Erikson αποτελεί εκείνη του Marcia, που αναφέρεται σε τέσσερις μορφές αντιμετώπισης της συγκρότησης ταυτότητας: α) στην *επιθυμητή επίτευξη συγκρότησης ταυτότητας*, όπου ο έφηβος μετά από μια περίοδο αποφάσεων για ζητήματα προσωπικά, κοινωνικά, πολιτικά, επιδιώκει τους δικούς του στόχους και δεσμεύεται με συγκεκριμένες αποφάσεις, β) στον *αποκλεισμό*, όπου το παιδί έχει δεσμευτεί με συγκεκριμένες ιδεολογίες, χωρίς να φαίνεται να έχει βιώσει κρίση. Αντιθέτως, ακολουθεί τις επιθυμίες των άλλων, με τις επιλογές του να καθορίζονται κυρίως από γονείς ή καθηγητές, γ) στην *αναστολή*, με το παιδί να βιώνει εκείνη τη στιγμή κρίση ταυτότητας, νιώθοντας αβεβαιότητα για τις όποιες απαντήσεις καλείται να δώσει. Προσπαθεί να προβεί σε δεσμεύσεις, συμβιβάζοντας τις επιθυμίες των γονέων του με τις απαιτήσεις της κοινωνίας και τις δικές του ικανότητες, δ) στη *διάχυση ταυτότητας*, όπου ο έφηβος έχει πειραματιστεί με διάφορες ταυτότητες χωρίς να έχει καταλήξει σε μία. Έχει ελάχιστα κίνητρα, αλλάζει εύκολα γνώμη, αποφεύγει να πάρει αποφάσεις για το μέλλον του και πιθανόν να αντιμετωπίζει τα διάφορα ζητήματα με κυνικό τρόπο (Cole & Cole, 2002: 153 · Craig & Baucum 2008: 54-55· Marcia 1966: 551-552). Ο Marcia έδειξε μέσω της έρευνάς του πως τα παιδιά που βρίσκονταν στην κατάσταση της *επίτευξης ταυτότητας*, απέδιδαν καλύτερα στην υλοποίηση στόχων, επέμεναν περισσότερο στην αντιμετώπιση προβλημάτων και είχαν πιο προσγειωμένες φιλοδοξίες (Marcia 1966: 557).

2.3. Ηθική και κοινωνική ανάπτυξη στην εφηβεία

«Τι συμφέρει στον άνθρωπο. Να πάσχει, να αντέχει σωπαίνοντας τις πληγές από μία μοίρα που τον ταπεινώνει χωρίς κανένα έλεος. Ή να επαναστατεί. Να αντισταθεί στην ατελείωτη παλίρροια των λεγόμενων κόπων» [...] *«Αν γενναιότητα είναι να μάχεσαι για τα μεγάλα, είναι μεγαλωσύνη να*

μάχεσαι όταν κι ο ίσκιος μονάχα περάσει επάνω από την τιμή σου» (Shakespeare 1988: 88, 127,140). (Άμλετ)

Το πρόσωπο του Άμλετ αντιμετωπίστηκε από ένα μέρος θεωρητικών ως ένα όχημα για να ερμηνεύσουν τη νεότητα, σύμφωνα με τους δικούς τους θεωρητικούς προβληματισμούς (Jahoda & Warren 1965: 149). Η εξέλιξη του χαρακτήρα του Άμλετ, από την αρχή μέχρι το τέλος της τραγωδίας, συμπυκνώνει, μπορεί να ειπωθεί, ορισμένα από τα βασικότερα χαρακτηριστικά της ηθικοκοινωνικής σκέψης του έφηβου: κριτική των υπαρχόντων πολιτικών συστημάτων, παθιασμένη ενασχόληση με την υπάρχουσα τάξη πραγμάτων, διακήρυξη της σημασίας ανθρωπιστικών στόχων, ιδεαλισμός, που οδηγεί σε μια αίσθηση του ανικανοποίητου. Ο ιδεαλισμός στην εφηβική ηλικία παίρνει τη μορφή αναζήτησης του τέλειου κόσμου (Χαντφελντ 1979: 307-311), και η φαντασία του έφηβου δημιουργεί πολλά περισσότερα από όσα μπορεί να του προσφέρει ο κόσμος όπως είναι, κάτι που εντείνει την επιθυμία του για κάτι το απροσδιόριστο. Η νεότητα είναι η εποχή της ανησυχίας, γράφει, εξάλλου, ο Shopenhauer (Σοπενάουερ 2013: 45). Σε καμία άλλη περίοδο της ζωής του το παιδί της εφηβείας δεν ασχολείται τόσο πολύ με σοβαρά ηθικά και κοινωνικοπολιτικά ζητήματα (Κόνγκερ 1980: 35-36).

Η εφηβεία είναι μία περίοδος αντιφάσεων: ιδεαλισμού και κυνισμού, αλτρουισμού και εγωκεντρισμού, αισιοδοξίας και απαισιοδοξίας, κοινωνικότητας και μοναχικότητας, άγχους και ανεμελιάς, επιθυμίας για εξάρτηση και ανεξαρτησία συγχρόνως (Κόνγκερ 1980: 6), και ο έφηβος αντιμετωπίζεται ως μισό-παιδί, μισός-ενήλικας. Ανησυχεί για το μέλλον του και συγχρόνως ονειρεύεται γι' αυτό. Επιθυμεί να ανεξαρτητοποιηθεί και να αυτοπροσδιοριστεί, οδηγούμενος έτσι σε βαθύτερες αναζητήσεις, όπως υποστηρίχτηκε από τον Erikson, και λειτουργεί σαν φιλόσοφος που αμφιβάλλει για την αλήθεια, το καλό και την πραγματικότητα, όπως υποδηλώθηκε από τον Piaget. Για να κατανοηθεί, όμως, η κοινωνική σκέψη του έφηβου, πρέπει να ληφθεί υπόψη και η ηθική του ανάπτυξη που αναπαριστά τις μεταμορφώσεις που λαμβάνουν χώρα στη δομή της σκέψης του (Kohlberg & Gilligan 1971: 1052, 1055, 1066 · Kohlberg & Hersh 1977: 54).

Ο Kohlberg υποστηρίζει ότι υπάρχουν έξι οικουμενικά στάδια ανάπτυξης, τα οποία υπάγονται σε τρία επίπεδα: το προσυμβατικό, το συμβατικό και το μετασυμβατικό. Το συμβατικό κυριαρχεί κυρίως στην προεφηβεία και το μετασυμβατικό εμφανίζεται από την εφηβεία και μετά. Στο στάδιο τέσσερα του συμβατικού επιπέδου, αποκαλούμενο *ηθική του νόμου και της τάξης*, το παιδί πιστεύει ότι η κοινωνία έχει νόμιμη εξουσία πάνω του και θεωρεί υποχρέωσή του την

αποδοχή των κοινωνικών νόμων και των ηθών, εκτός από ορισμένες ακραίες περιπτώσεις όπου οι νόμοι μπορεί να συγκρούονται με άλλα κοινωνικά καθήκοντα. Θεωρεί σωστό να ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις του και να συμβάλλει στην κοινωνία, στην ομάδα ή στον θεσμό, ενώ την ίδια στιγμή μπορεί να επηρεάζεται και από την ηθική του προηγούμενου σταδίου, εκείνη του ‘καλού παιδιού’, πράττοντας με τέτοιο τρόπο, ώστε να ανταποκρίνεται στις προσδοκίες των άλλων. Η ηθική σκέψη του συγκεκριμένου σταδίου εξαρτάται εν μέρει από την ικανότητα της τυπικής νόησης και ιδίως από την ικανότητα να εξετάζει ταυτόχρονα διάφορες μεταβλητές. Το στάδιο πέντε του μετασυμβατικού επιπέδου, γνωστό ως το στάδιο του *κοινωνικού συμβολαίου*, δίνει έμφαση στις δημοκρατικές διαδικασίες, με το άτομο να ενδιαφέρεται περισσότερο για τις αρχές και τις αξίες που ορίζουν μια καλή κοινωνία παρά για τη διατήρησή της. Ανεξαρτήτως του τι είναι θεσμικά ορισμένο, το σωστό ή το λάθος είναι ζήτημα προσωπικών αξιών και γνώμων. Τονίζεται η ισχύ της νομοθεσίας, αλλά και η πιθανότητα αλλαγής της. Τα άτομα προχωράνε σε αυτά τα στάδια με ποικίλους ρυθμούς και μπορούν να σταματήσουν σε οποιαδήποτε στάδιο ή ηλικία (Cole & Cole, 2002: 131-133 · Kohlberg & Gilligan 1971: 1066-1068 · Kohlberg 1975: 671 · Kohlberg 1971: 1, 3, 6).

Ειδικά κατά τη μέση και την ύστερη εφηβεία, το παιδί διανύει μια περίοδο που αποτελεί ορόσημο για την ανάπτυξη της πολιτικής σκέψης. Χάρη στις νέες γνωστικές του ικανότητες, όπως είναι η δυνατότητα για αφηρημένους και πολυσύνθετους συλλογισμούς και για δευτερογενή σκέψη (να αναπτύσσει, δηλαδή, κανόνες για τους κανόνες και να επεξεργάζεται ανταγωνιστικές σκέψεις), ο έφηβος αρχίζει να αναπτύσσει ολιστικές αντιλήψεις για τον κόσμο, ενδιαφέρεται για κοινωνικές, πολιτικές, ηθικές έννοιες και βρίσκεται στο κατώφλι της ιδεολογίας, επιθυμώντας να αναμορφώσει την κοινωνία (Adelson 1971: 1013-1014 · Craig & Baucum 2008: 37). Ο Adelson και οι συνεργάτες του, οι οποίοι είχαν κάνει έρευνα σε 450 έφηβους 11-18 ετών και των δύο φύλων στις ΗΠΑ, Γερμανία και Αγγλία, παρατήρησαν σημαντική αλλαγή στις σκέψεις των παιδιών όταν βρίσκονταν κάπου στα 14 έτη, όσον αφορά τα ζητήματα της νομοθεσίας, το επίπεδο του κοινωνικού ελέγχου και τη συχνότητα επίκλησης ιδεωδών όταν καλούνταν να εκφράσουν τις απόψεις τους. Οι συνεντεύξεις που πήραν, είχαν βασιστεί στο ακόλουθο σενάριο: χιλιάδες άνθρωποι εξορμούν σε ένα νησί στον Ειρηνικό για να διαμορφώσουν μια νέα κοινωνία, να επινοήσουν νόμους, να διαμορφώσουν μια πολιτική τάξη και να αντιμετωπίσουν συνήθη προβλήματα που αντιμετωπίζει μια κυβέρνηση (Adelson 1971: 1013-1014) – σενάριο που θα μπορούσε να είναι υπόθεση ηλεκτρονικού παιχνιδιού και φέρνει στον νου την πλοκή του

Civilization, όπου οι παίκτες πρέπει να πάρουν αποφάσεις για το πώς να κτίσουν μια πόλη και να διαχειριστούν διάφορα οικονομικά και κοινωνικοπολιτικά θέματα, αποσκοπώντας στην ανάπτυξη μιας υγιούς, κοινωνικά και οικονομικά, κοινωνίας (Kahne, Middaugh & Evans 2009: 17 · Στουραϊτής 2019: 46-47). Οι ερευνητές παρατήρησαν, ανάμεσα σε άλλα, διαφορές στις απόψεις των εφήβων ανάλογα με την ηλικία τους. Όσο μεγαλώνει ο έφηβος τόσο περισσότερο αναπτύσσει ιδέες μεταρρύθμισης και αποκατάστασης. Αντιλαμβάνεται την ωφελιμότητα των νόμων αλλά και την ανάγκη τροποποίησής τους όποτε χρειάζεται. Καθώς, ωστόσο, δεν έχει υπάρξει ένα ιδανικό πολιτικό σύστημα, οι ιδεολογίες του είναι συνήθως ουτοπικές. Μπορεί να σκέφτεται για ιδανικά συστήματα χωρίς να έχει επεξεργαστεί συστηματικά εναλλακτικές λύσεις στην υπάρχουσα πολιτική τάξη (Cole & Cole 2002: 126-129).

Τα παιδιά μαθαίνουν για πολιτικές ιδέες κυρίως μέσα από την οικογένεια, όχι τόσο μέσω συζητήσεων για πολιτικά κόμματα όσο μέσω των αξιών και των κοσμοθεωρήσεων που βιώνουν από τους δικούς τους (Flanagan & Tucker 1999: 1207). Αν και αναζητούν όλο και περισσότερο τη στήριξη των συνομηλίκων τους, εξακολουθούν να βασίζονται στους γονείς για συναισθηματική στήριξη και συμβουλές. Οι καλές σχέσεις με τους γονείς συμβάλλουν στο να αναπτύσσει το παιδί περισσότερες κοινωνικές δεξιότητες (Μπότσαρη 2002: 50). Αντιθέτως, όταν το παιδί ζει σε ένα περιβάλλον που δεν είναι υποστηρικτικό και αντιμετωπίζει δυσκολίες στο να διαμορφώσει ταυτότητα, τότε θα βιώσει ενδεχομένως σύγχυση ρόλων (Λεονταρή 1998: 115). Ο έφηβος χρειάζεται την οικογένειά του, καθώς του παρέχει ένα ασφαλές περιβάλλον για να δομήσει τα κίνητρα, τις δράσεις του και την αυτοεκτίμησή του (Kegan 1975: 1010). Η αυτοεκτίμηση αποτελεί μία από τις δύο βασικές συνιστώσες του εαυτού, έχει να κάνει με τη συναισθηματική πλευρά και αφορά την άποψη του ατόμου για την αξία του. Επηρεάζεται από τις επιδιώξεις και τις υποκειμενικές αξιολογήσεις του ατόμου σχετικά με την επίτευξη των στόχων που επιθυμεί, όπως και από την αντίληψη που έχουν οι Σημαντικοί Άλλοι γι' αυτόν (Μπότσαρη 2002: 21). Η δεύτερη βασική συνιστώσα της έννοιας του εαυτού είναι η αυτοαντίληψη, που συνιστά τη γνωστική πλευρά και έχει να κάνει με την πεποίθηση του ατόμου για το ίδιο (Μπότσαρη 2002: 21). Όσο πιο θετική εικόνα έχει το παιδί για τον εαυτό του, τόσο καλύτερη προσαρμογή παρουσιάζει, με λιγότερο άγχος και καλύτερες διαπροσωπικές σχέσεις.

Η αυτοαντίληψη πηγάζει από τις πράξεις και τις αντιδράσεις των άλλων. Καθώς το παιδί προσπαθεί να δει τον εαυτό του μέσα από τα μάτια των άλλων, η αυτοαντίληψη του γίνεται

πολυπλοκότερη (Λεονταρή 1998: 113-114). Σημαντικός καθρέφτης του έφηβου είναι και εκείνος των συνομηλίκων του. Οι συνομηλικοί συμβάλλουν στο να δομήσει το παιδί τις πεποιθήσεις του και να επαληθεύσει τα συμπεράσματά του (Kagan 1971: 1010), και η ένταξη σε ομάδα έχει μεγάλη σπουδαιότητα για την ολοκλήρωση της εφηβικής ταυτότητας (Cole & Cole 2002: 93· Χρηστάκης 1995: 139). Πρόκειται ουσιαστικά για ομάδες κοινωνικής αναφοράς – ομάδες με τις οποίες ταυτίζεται και μέσω των οποίων αυτοπροσδιορίζεται –, οι οποίες μπορεί να ενισχύσουν ή να απορρίψουν αξίες ή/και να επιβάλλουν νέες. Όταν ο έφηβος αισθάνεται αποδεκτός στην ομάδα, νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση. Όσο μεγαλύτερο κύρος έχει επιπλέον μια ομάδα, τόσο υψηλότερη αυτοεκτίμηση έχει το παιδί που ανήκει σε αυτή (Craig & Baucum 2008: 67, 70). Οι φίλιες του παιδιού στην εφηβεία έχουν έναν ρόλο αναπτυξιακό παρόμοιο με εκείνον της βρεφικής ηλικίας: όπως το βρέφος χρησιμοποιεί τη μητέρα του ως ασφαλή βάση στην οποία στηρίζεται, έτσι και ο έφηβος στηρίζεται στους φίλους του για να αντιμετωπίσει αβέβαιες και αγχώδεις καταστάσεις (Cole & Cole 2002: 61 · Piaget 2000: 204-205). Ο ρόλος των συνομηλίκων και των ομάδων συμβάλλει στην ενδυνάμωση της αλληλεγγύης. Μέσω της αλληλεγγύης – μιας μεθόδου, όπως υποστηρίζει ο Piaget, πνευματικής και ηθικής αμοιβαιότητας που επιτρέπει στον καθένα να κατανοεί την άποψη των άλλων, τοποθετώντας τον σε μια προοπτική συνόλου –, το παιδί μετακινείται από την ατομικότητα στη συλλογικότητα (Piaget 2000: 99-100), και ένας ‘τόπος αλληλεγγύης’ είναι και εκείνος των ηλεκτρονικών παιχνιδιών.

2.4. Ηλεκτρονικά παιχνίδια, κοινωνικοπολιτική εκπαίδευση και εφηβεία

Το ηλεκτρονικό παιχνίδι, χωρίς να αποτελεί πανάκεια, συνιστά, όπως αναφέρουν οι Shiffer, Squire και Helverson (2005), ένα δυνατό εργαλείο μάθησης, ενώ επιπλέον, διάφορες έρευνες το έχουν συσχετίσει με ποικίλα οφέλη, όπως με ανεπτυγμένες οπτικές και χωρητικές δεξιότητες (Katter 2020), με καλύτερη σχολική επίδοση και πνευματική υγεία (Durkin & Barber 2002), με την ανάπτυξη αυτοελέγχου, επίλυσης προβλημάτων, λήψης αποφάσεων, ανώτερης μνήμης (van Deverter & White 2002) ή με τις δεξιότητες του 21^{ου} αιώνα, τις στρατηγικές μάθησης και κοινωνικές δεξιότητες (Kahila et al. 2020). Επιπλέον, το βιντεοπαιχνίδι παρέχει ενδεχομένως στο παιδί της εφηβείας μια σκηνή για την εξέλιξή του ή/και την αριστεία του. Η Turkle αναφέρεται σε έναν δεκατετράχρονο παίκτη με ελαφριάς μορφής φυσικές αναπηρίες που έπαιζε το *Space Invaders* με σκοπό τη διαρκή του βελτίωση. Όπως είπε το παιδί στην ερευνήτρια: «Για μένα το

παιχνίδι είναι να δω πόσο πολύ μπορεί να είμαι τέλειος. Κάθε μέρα προσπαθώ να είμαι τέλειος για 10' περισσότερο» (Turkle 2005: 83-86). Ακόμα και θεωρητικοί που υποστηρίζουν πως τα μαθήματα που παίρνουν τα παιδιά από τα βιντεοπαιχνίδια δεν είναι πάντα επιθυμητά, συμφωνούν ότι συνιστούν σαφώς πηγή μάθησης (Turkle 2005: 3).

Σύμφωνα με τον deLange (2019), τα βιντεοπαιχνίδια μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να αφυπνίσουν τη δημιουργικότητα του χρήστη και να τον βοηθήσουν να προβεί σε διάφορες δεσμεύσεις (deLange 2019: 350-351). Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, όπως έχουν δείξει έρευνες, αποτελούν καλά κοινωνικά μαθησιακά περιβάλλοντα για την ανάπτυξη διάφορων δεξιοτήτων (Green & Bavelier 2006 · Steinkuehler & Duncan 2008 · Squire 2006). Οι, δε, Neys και Jansz, υποστηρίζουν πως τα βιντεοπαιχνίδια μπορούν να λειτουργήσουν ως άριστες πλατφόρμες για την ανάπτυξη κοινωνικοπολιτικών συμπεριφορών και κοινωνικοπολιτικής συνείδησης και ότι μπορούν να ενισχύσουν την κοινωνικοπολιτική δέσμευση (civic engagement) (Neys & Jansz 2019: 37), δηλαδή δράσεις ατομικές και συλλογικές που αποσκοπούν στην αναγνώριση και αντιμετώπιση κοινωνικοπολιτικών ζητημάτων (Bagley & Schaffer 2011: 112).

Η 'κοινωνικοπολιτική δέσμευση' αποτελεί έναν όρο που έχει δεχτεί πολλούς ορισμούς και περιλαμβάνει συνήθως πολιτικές δεξιότητες, γνώσεις, στάσεις, συμπεριφορές, σκοπούς (Ballarad 2014) · χαρακτηριστικά που οφείλει να έχει ένας 'καλός πολίτης'. 'Καλός πολίτης' (good citizen) είναι ο καλά ενημερωμένος πολίτης που αποτελεί μέλος της κοινότητας, που ενδιαφέρεται για την πολιτική ζωή του τόπου του, ασχολείται με φιλανθρωπίες και εκφράζεται με πυγμή όταν πρόκειται για ζητήματα για τα οποία ενδιαφέρεται πολύ (Gardner 2015· Glas, Lammes, deLange & Raessens 2019: 15). Ένας πολίτης σε μια δημοκρατία προσδιορίζεται από την αλληλεγγύη και την υπευθυνότητά του σε σχέση με τον τόπο του (Μορέν 2000: 85). Είναι εκείνος που νιώθει μέλος μίας δυνατής κοινότητας – η δύναμη της οποίας εξαρτάται και από τον ίδιο –, έχει γνώση των θεσμών, των νόμων και των διάφορων κοινωνικοπολιτικών γεγονότων, αντλεί προσωπική ευχαρίστηση από τις πράξεις του, νοιάζεται για τους άλλους, μπορεί να λειτουργεί ικανοποιητικά όταν έρχεται αντιμέτωπος με καταστάσεις και διαδικασίες κοινωνικές και πολιτικές (τόσο σε τοπικό όσο και σε εθνικό επίπεδο) και έχει έναν σκοπό που αποβλέπει στην αποδοτικότητα της κοινότητας (Neys & Jansz 2019: 38 · Raphael et al. 2010: 204 · Sherrod et al. 2002: 267).

Η κοινότητα χαρακτηρίζεται από τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά. Το πρώτο στοιχείο είναι η 'ιδιότητα του μέλους', δηλαδή η αίσθηση του να ανήκεις κάπου, να είσαι μέλος σε κάτι

(εντός συγκεκριμένων ορίων), το οποίο με τη σειρά του βασίζεται σε ένα κοινό σύστημα συμβόλων. Η αίσθηση του ανήκειν σε μια κοινότητα εμπεριέχει την πεποίθηση, τα συναισθήματα και την προσδοκία ότι το άτομο που ανήκει σε μια ομάδα, γίνεται αποδεκτό από αυτή, νιώθει συναισθηματική ασφάλεια και επενδύει προσωπικά σε ό,τι συμβαίνει εντός της. Το δεύτερο στοιχείο που χαρακτηρίζει την κοινότητα είναι η επιρροή/επιδράσεις του ατόμου στην ομάδα και της ομάδας στο άτομο - η αίσθηση του να μετράς σαν μέλος στην ομάδα, να κάνεις τη διαφορά. Το τρίτο στοιχείο είναι η ενσωμάτωση και η ικανοποίηση των αναγκών των ατόμων. Για να μπορέσει μια ομάδα να διατηρεί και να απολαμβάνει μια θετική αίσθηση συλλογικότητας, θα πρέπει να λειτουργεί ανταποδοτικά και να ανταμείβει τα μέλη της, ενώ επιπλέον, στοιχεία που συμβάλλουν στην ενδυνάμωση των μελών της είναι το στάτους της ιδιότητας μέλους, η γενικότερη επιτυχία της ομάδας και οι ικανότητες των μελών. Το τελευταίο στοιχείο είναι η σύνδεση των ατόμων μέσω κοινών συναισθημάτων - η πεποίθηση των μελών και η δέσμευσή τους ότι μοιράζονται και θα συνεχίζουν να μοιράζονται κοινές εμπειρίες, κοινά μέρη, κοινό χρόνο, κοινή ιστορία -. Δυνατές κοινότητες είναι εκείνες στις οποίες τα μέλη αλληλεπιδρούν θετικά, μοιράζονται σημαντικά γεγονότα και τρόπους επίλυσης προβλημάτων, παρέχουν ευκαιρίες να τιμήσουν τα μέλη τους καθώς και δυνατότητες να επενδύσουν τα τελευταία σε αυτές (McMillan & Chavis 1986: 9-10).

Το άτομο οφείλει να αναπτύσσει μια σταθερή στάση προς τους άλλους ανθρώπους, λέει ο Αριστοτέλης, και η στάση αυτή περιλαμβάνει την καλή θέληση και τη δέσμευση στην αμοιβαία ευθύνη. Κοινός στόχος όλων, έλεγε στο έβδομο βιβλίο των *Πολιτικών*, πρέπει να είναι η ευδαιμονία της κοινότητας, που είναι το ανώτερο από όλα τα αγαθά, και η ευδαιμονία του καθενός συμπίπτει με την ευδαιμονία της πόλης - δηλαδή, η ευδαιμονία της πόλης εξαρτάται από τις πράξεις των ανθρώπων ως πολιτών, και η ατομική ευδαιμονία εξαρτάται από τις πράξεις των ανθρώπων ως ατόμων - (στο Hall 2019: 230-233). Η επίτευξη της ευδαιμονίας προϋποθέτει, επιπλέον, την ύπαρξη ενός σκοπού και την αξιοποίηση των δυνατοτήτων του ατόμου για να τον ολοκληρώσει, προκειμένου να γίνει η καλύτερη εκδοχή του εαυτού του (Hall 2019: 43). Για να επιτευχθεί η αυτοβελτίωση, απαιτείται, ωστόσο, η επανάληψη. Μέσω των έξεων ελέγχεται το περιβάλλον και υπεισέρχονται σαν μορφές δεξιότητας οι τρόποι σκέψης, παρατήρησης και αναστοχασμού (Ντιούι 2016: 106-107). Όπως διαβάζουμε στα *Ηθικά Νικομάχεια*, η ηθική αρετή δεν είναι έμφυτη, αλλά κατακτιέται μέσω των επαναλαμβανόμενων εμπειριών μας (Αριστοτέλης 1993: 32-33).

Σύμφωνα με τον ακαδημαϊκό Gee (2003: 9 · 2005: 36), ένα καλό βιντεοπαιχνίδι, όταν είναι έξυπνα οργανωμένο, έχει σαφείς κανόνες, θέτει ενδιαφέρουσες προκλήσεις και διαθέτει καλές πρακτικές μάθησης – (προ)καλώντας τον παίκτη να επιλύσει κάποιο πρόβλημα (χρησιμοποιώντας τις γνωστικές του δεξιότητες και αξιοποιώντας όλες του τις αισθήσεις) και ενθαρρύνοντάς τον να δοκιμάσει νέες εμπειρίες (να έχει, για παράδειγμα, τη δυνατότητα να επιλύσει κάποιο ζήτημα με διάφορους τρόπους, μαθαίνοντας από τις όποιες ήττες του και αλληλεπιδρώντας με τους άλλους) και να τις προσαρμόσει στα δικά του δεδομένα, επαναλαμβάνοντας αυτή τη διαδικασία αρκετές φορές, έτσι ώστε να γίνεται κατά κάποιον τρόπο ‘ειδικός’, μαθαίνοντας μέσα από τις εμπειρίες του (Gee 2005: 36) – , μπορεί να δημιουργήσει κίνητρα για ολοένα μεγαλύτερη μάθηση. Ο έφηβος που παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια είναι ένας εξερευνητής που εισχωρώντας σε νέα περιβάλλοντα ή/και σε συγκεκριμένες ομάδες, δομεί εμπειρίες μέσω δοκιμών, λαθών και ρυθμίσεων, τις οποίες ενδεχομένως να ενσωματώσει μόλις ενηλικιωθεί στα υπάρχοντα σχήματα της πραγματικότητας. Αυτή, άλλωστε, είναι και η βασική λειτουργία της γνώσης, υποστηρίζει ο Dewey (1969: 70): η κατανόηση και η επιτυχής διαχείριση των διάφορων καταστάσεων.

Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που μπορούν να διαμορφώσουν ευκαιρίες για την ανάπτυξη κοινωνικοπολιτικών στάσεων των παιδιών, υποστηρίζει ο Raphael και οι συνεργάτες του (2010: 206-212), είναι εκείνα που θέτουν κανόνες και σκοπούς και απαιτούν από τους παίκτες όχι μόνο να δράσουν αναφορικά με διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα, αλλά και να αναστοχαστούν πάνω σε αυτά. Διακρίνουν, μάλιστα, τρεις τάσεις στα βιντεοπαιχνίδια που μπορούν να διαμορφώσουν ευκαιρίες για κοινωνικοπολιτική εκπαίδευση: α) δράση του παίκτη στο παιχνίδι και στο περιεχόμενο, δηλαδή *gameplay*, χαρακτήρες, αφήγηση, τοποθεσία, γνώση και άλλα, β) δομή και δυνατότητα δράσης, δηλαδή δυνατότητα του παίκτη να διαχειριστεί ή να αλλάξει τις κοινωνικοπολιτικές ή πολιτιστικές δομές του ψηφιακού κόσμου, γ) ηθική σκέψη και μέσα επίτευξης, δηλαδή δημιουργία ερωτήσεων για τον τρόπο δράσης του ατόμου / κοινωνίας σε συγκεκριμένα ζητήματα, σύμφωνα με τους κανόνες του παιχνιδιού.

Ο Kahne, η Middaugh και ο Evans (2009), προκειμένου να εξετάσουν στην έρευνά τους τις κοινωνικοπολιτικές δυνατότητες των βιντεοπαιχνιδιών, διερεύνησαν συγκεκριμένες παιχνιδιώδεις εμπειρίες, παρεμφερείς με έξι από τις καλύτερες πρακτικές για την κοινωνικοπολιτική εκπαίδευση σε σχολικά περιβάλλοντα. Οι μαθησιακές αυτές πρακτικές αφορούν: 1) προσομοιώσεις κοινωνικοπολιτικών διαδικασιών, 2) μαθήματα για ιστορία,

νομοθεσία, δημοκρατία, κυβερνήσεις, οικονομία, 3) συζήτηση και μάθηση για τρέχοντα γεγονότα και κοινωνικοπολιτικά ζητήματα, 4) σχολική διοίκηση και μαθητική έρευνα, 5) εξωσχολικές δραστηριότητες και συμμετοχή σε σχολικά κλαμπ (όπως ενασχόληση με τη σχολική εφημερίδα), 6) μάθηση για κοινοτικές υπηρεσίες (όπως εθελοντισμός σε άσυλο αστέγων)· όλες, πρακτικές που συναντώνται με διάφορες μορφές και σε διάφορα βιντεοπαιχνίδια, και οι οποίες, επιπρόσθετα, συνδυάζουν τη μάθηση με τη δράση και ενθαρρύνουν τη βιωματική μάθηση (Kahne et al. 2009: 13-15).

Η βιωματική μάθηση – αναπόσπαστο κομμάτι ενός καλού ηλεκτρονικού παιχνιδιού, σύμφωνα με τον Gee (2005: 36) –, διακρίνεται σε τέσσερα στάδια: α) στο στάδιο της συγκεκριμένης εμπειρίας, στο οποίο ο εκπαιδευόμενος εστιάζει σε μια συγκεκριμένη εργασία στην οποία δεσμεύεται ενεργά, β) στο στάδιο της αναστοχαστικής παρατήρησης, όπου ο εκπαιδευόμενος αναστοχάζεται αναφορικά με την εμπειρία και τη συζητά με άλλους, προκειμένου να δομήσει απόψεις, γ) στο στάδιο της αφηρημένης θεωρητικής σύλληψης, όπου ο εκπαιδευόμενος βασίζεται σε συστηματικούς σχεδιασμούς και αναπτύσσει ιδέες για την επίλυση προβλημάτων, χρησιμοποιώντας τη λογική και θεωρίες που έχει μάθει, δ) στο στάδιο του ενεργού πειραματισμού, όπου ο εκπαιδευόμενος δοκιμάζει στρατηγικές βασισμένες στα προηγούμενα στάδια του κύκλου. Μέσω της βιωματικής μάθησης το παιδί μαθαίνει μέσα από τις εμπειρίες του, οι οποίες έτσι μετατρέπονται σε εκπαιδευτικές εμπειρίες (Kolb 1984: 26· Kurt 2020). Βασικά γνωρίσματα μιας εκπαιδευτικής εμπειρίας, υποστηρίζει ο Dewey, είναι: α) η ύπαρξη μιας αυθεντικής συνθήκης εμπειρίας, στην οποία επενδύει προσωπικό ενδιαφέρον το παιδί, β) η ανάπτυξη ενός αληθινού προβλήματος μέσα σε αυτή τη συνθήκη εμπειρίας ως ερέθισμα για σκέψη, γ) η διάθεση των απαιτούμενων πληροφοριών, προκειμένου το παιδί να αντιμετωπίσει το πρόβλημα, δ) η ύπαρξη προτεινόμενων λύσεων, τις οποίες το παιδί οφείλει να αναπτύξει μεθοδικά, ε) η ευκαιρία πρακτικής εφαρμογής των ιδεών του και η δυνατότητα να εντρυφήσει στο νόημά της (Ντιούι 2016: 273).

Σε αυτό το σημείο, θα αναφερθούμε στην εμπειρία της έφηβης Laura Mcknight, παίκτριας του *The Sims online* (που αποτελεί μια γνωστή περίπτωση στον χώρο του gaming). Η Laura Mcknight ήταν μια δεκατετράχρονη που έπαιζε το συγκεκριμένο παιχνίδι το 2004. Στο πλαίσιο του παιχνιδιού αποφάσισε να βάλει υποψηφιότητα για την προεδρία της διαδικτυακής πόλης, Alphaville, έχοντας ως βασικό της αντίπαλο έναν εικοσιενάχρονο. Το έφηβο κορίτσι επένδυσε

προσωπικά στην όλη διαδικασία. Μέσω αυτής έμαθε για την πραγματικότητα της πολιτικής, τις σκανδαλοθηρίες, τις ψηφοφορίες, τους πολιτικούς αγώνες, δημιούργησε σημαντικές συμμαχίες, έψαξε πληροφορίες, αναστοχάστηκε. Ανέπτυξε, ακόμα, προτάσεις/λύσεις για τα διάφορα προβλήματα της κοινότητας, τις οποίες πρόβαλλε μέσω της καμπάνιας της, όπως προτάσεις για αναδόμηση του δικαστικού συστήματος και για μια δυνατότερη αστυνομική δύναμη (Shaffer et al. 2005: 3-4). Όπως διαπιστώνεται, το *Sims online* αποτέλεσε για τη Laura μια, σύμφωνα τον προσδιορισμό του Dewey, εκπαιδευτική εμπειρία πάνω στην πολιτική.

Η ‘εφηβεία’ και τα ‘ηλεκτρονικά παιχνίδια’ συνιστούν δύο έννοιες που όταν συνδυάζονται, μπορεί να βρει κανείς εκεί εκείνους τους τέσσερις παράγοντες που συσχέτισε ο Piaget με τη γνωστική εξέλιξη: α) την ωρίμανση, καθώς το παιδί στην εφηβεία βρίσκεται σε μια φάση σημαντικών αλλαγών σε διάφορους τομείς, β) την ενεργητική εμπειρία, από τη στιγμή που ο έφηβος ως παίκτης δρα ενεργητικά, αντιμετωπίζοντας διάφορες καταστάσεις (Ουάντσουερθ 2001: 60-63). Μάλιστα, όσο πιο ενεργητικά δρα, τόσο περισσότερο δεσμεύεται, μπαίνοντας σε διαδικασίες δούναι και λαβείν, κάτι που με τη σειρά του λειτουργεί ως ένα είδος ηθικής ανταμοιβής, με τον παίκτη να ικανοποιείται που ανήκει κάπου, ενώ επιπλέον, κινητοποιείται περισσότερο για να συνεχίσει να παίζει (Κατερέλος κ.συν. 2010: 15), γ) την κοινωνική αλληλεπίδραση, αφού ο παίκτης ανταλλάσσει ιδέες με τους συμπαίκτες του, ενώ επιπρόσθετα μπορεί να παίζει μαζί με φίλους αλλά και με την οικογένειά του (Ουάντσουερθ 2001: 60-63). Πολλά παιχνίδια, μάλιστα, είναι έτσι δομημένα που σε αναγκάζουν να αλληλοεπιδράς με άλλους, όπως στο *Star wars Galaxy* (Ducheneaut & Moore: 2004: 1-2), δ) την εξισορρόπηση, που επιτυγχάνεται μέσω των αυτορρυθμίσεων στις οποίες οδηγείται το παιδί.

Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συνιστούν για ένα μεγάλο μέρος ακαδημαϊκών και ερευνητών μια καλή μέθοδο απόκτησης γνώσης, όταν οι εμπειρίες που προσφέρουν είναι ωφέλιμες. Όπως σημειώνει ο Dewey, ωστόσο, δεν έχουν όλες οι εμπειρίες εκπαιδευτική αξία. Οι καλές εκπαιδευτικές εμπειρίες, όπως υποστηρίζει, θα πρέπει να ενεργοποιούν τη δραστηριότητα του μαθητή προκαλώντας, συγχρόνως, ευχαρίστηση και δημιουργώντας, κατ’ επέκταση, προϋποθέσεις για άλλες μελλοντικές και πιο ευχάριστες εμπειρίες. Κάθε εμπειρία που βιώνεται από το άτομο, το μεταβάλλει, επηρεάζοντας την ίδια στιγμή και τις επόμενες εμπειρίες, αφού το άτομο που τις βιώνει είναι κάθε φορά κατά κάποιον τρόπο διαφορετικό (Ντιούι 1980: 17, 24). Έτσι, λοιπόν, όταν το παιδί της εφηβείας που παίζει βιντεοπαιχνίδια ευαισθητοποιείται σε

κοινωνικοπολιτικά θέματα και δεσμεύεται σε ποικίλες δραστηριότητες μέσω των διάφορων παιγνιδιωδών εμπειριών του, δεν αλλάζει και το ίδιο, εφόσον οι εμπειρίες του μεταμορφώνονται σταδιακά σε μέσα κατανόησης και αντιμετώπισης παρόμοιων μελλοντικών ζητημάτων στον πραγματικό κόσμο;

3. Περί παιχνιδιού

«Δεν έχει να κάνει με τη νίκη, αλλά με το παιχνίδι».

Parzival

Αυτά είναι τα λόγια του πρωταγωνιστή της κινηματογραφικής ταινίας *Ready Player One* (2018), του έφηβου Wade Watts ή Parzival (που είναι το όνομα του avatar του). Το *Ready Player One* αποτελεί μια φανταστική απεικόνιση των παιχνιδιών στο μέλλον. Βασικός πρωταγωνιστής στην ταινία είναι ο φανταστικός κόσμος ενός διαδικτυακού παιχνιδιού ρόλων πολλών χρηστών (MMORPG), ο επονομαζόμενος OASIS – που αποτελεί, συγχρόνως, έναν καθρέφτη της υποκουλτούρας των παικτών –, μέσα στον οποίον οι παίκτες βιώνουν μια ζωή παράλληλη με την πραγματική, με τα όρια μεταξύ των κόσμων να συγχέονται (Condis 2016: 3). Ο κόσμος OASIS κατοικείται από χιλιάδες avatars που εκπληρώνουν διάφορες αποστολές και ανεβαίνουν επίπεδα στο παιχνίδι. Έχει γίνει, ωστόσο, τόσο κυρίαρχος στην κοινωνία, οδηγώντας την πλειοψηφία των πολιτών να διαχειρίζονται τις ζωές τους, όπως τις σχέσεις τους και την εργασία, μέσω αυτού (Alexander 2020: 2). Ο κόσμος OASIS έχει φτάσει να καλύπτει όλες τις ανθρώπινες ανάγκες (όπως αποτυπώνονται στην πυραμίδα του Maslow): στέγαση, ρούχα, ασφάλεια, εργασία, αγάπη, φιλία, αίσθηση του ανήκειν, εκτίμηση, αυτοπραγμάτωση.

3.1. Παιχνίδι – Απόπειρες ορισμού

Το παιχνίδι είναι δυναμικό και παλαιότερο από την κουλτούρα – αρκεί να σκεφτεί κανείς ότι η κουλτούρα προϋποθέτει την ύπαρξη μίας ανθρώπινης κοινωνίας, και τα ζώα σίγουρα δεν περίμεναν να μάθουν να παίζουν από τον άνθρωπο – (Craig & Baucun 2007: 477 · Huzinga 1980: 1). Κατά καιρούς έχει πρωταγωνιστήσει και στην τέχνη. Ενδιαφέρον προκαλούν, παραδείγματος χάριν, τα έργα ζωγραφικής «Σαλίγκαρος», το 1930, «Ο Δημήτρης με περικεφαλαία», το 1952, και «Know your roots», το 2011, των Δήμου Μπράεσα, Νίκης Καραγάτση και Aaron Jasinski αντίστοιχα, τα οποία μοιράζονται ένα βασικό στοιχείο: απεικονίζουν παιδιά απορροφημένα στον κόσμο του παιχνιδιού τους. Ο Μπράεσας ζωγραφίζει τρία αγόρια να παίζουν το παιχνίδι του σαλίγκαρου στην άκρη ενός δρόμου στην ύπαιθρο, έχοντας ως φόντο ένα τοπίο με ελαιόδεντρα.

Στον πίνακα της Καραγάτση παρουσιάζεται ο εγγονός της, ο Δημήτρης, να υποδύεται τον ιππότη σε ένα μοναχικό φανταστικό παιχνίδι ρόλων, καθώς κουνάει με θέρμη το σπαθί του στον αέρα. Και στο έργο ζωγραφικής του Jasinski απεικονίζονται τρία παιδιά γεμάτα ενθουσιασμό μέσα σε ένα δωμάτιο, μπροστά σε μια οθόνη να παίζουν βιντεοπαιχνίδια. Επίσης, το βρίσκουμε ως κάτι το χειροπιαστό, όπως είναι τα «Λαϊκά παιχνίδια» (1937), του Νίκου Χατζηκυριάκου-Γκίκα (όπου αναπαρίστανται διάφορα αντικείμενα, όπως μια ξύλινα κιθάρα και μια μάσκα από χαρτόνι) και το «Gamer» (2016), του Michael Greese (όπου απεικονίζεται ένα χειριστήριο βιντεοπαιχνιδιού)⁴. Εξάλλου, όπως γράφει ο Ναυρίδης, η λέξη «παιχνίδι» μπορεί να πάρει δύο σημασίες. Η πρώτη σημασία είναι εκείνη ενός υλικού αντικειμένου (όπως ένα αυτοκινητάκι ή ένα βιντεοπαιχνίδι) ή ενός άυλου (όπως το κρυφό και το κυνηγητό). Και η δεύτερη, εκείνη του άυλου αντικειμένου, παραπέμπει στο παιχνίδι ως δραστηριότητα και συναντάται με διάφορες μορφές καθόλη τη διάρκεια της ζωής του ανθρώπου – αν και είθισται να αναγνωρίζεται περισσότερο ως δικαίωμα των παιδιών, καθώς έρχεται σε αντίθεση με τη σοβαρότητα που οφείλουν να επιδεικνύουν οι ενήλικες (Ναυρίδης 2000: 247-248).

Το παιχνίδι, όποιες αλλαγές κι αν έχει δεχτεί, φέρει συγκεκριμένα κοινά χαρακτηριστικά, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι έχει αποκτήσει έναν σαφή ορισμό (Salen & Zimmerman 2006: 298). Ο Stenros, αναλύοντας και σχολιάζοντας πάνω από 60 ορισμούς του παιχνιδιού από το 1930 και έπειτα, καταγράφει τα πιο συχνά αναφερόμενα στοιχεία που εμπεριέχονται στις διάφορες προσπάθειες που έχουν γίνει για να το προσδιορίσουν, όπως είναι οι κανόνες, ο σκοπός, τα οφέλη, η δραστηριότητα και ο ρόλος του παίκτη, η καλλιτεχνικότητα, η αμφίδρομη σχέση με την πραγματικότητα, η μη παραγωγικότητα, ο ανταγωνισμός και η σύγκρουση, η νίκη (Stenros 2017: 499-520).

Πρόκειται, ακόμα, για μια λέξη που μπορεί να υποστηρίξει διάφορα δρώμενα και διάφορες έννοιες (Salen & Zimmerman 2006: 298). Για τους θεωρητικούς της επικοινωνίας, το παιχνίδι είναι μια μορφή μεταεπικοινωνίας, παλαιότερη από τη γλώσσα. Για τους ανθρωπολόγους, συνδέεται με την τελετουργία, τις πρακτικές, τα φεστιβάλ. Για τους κοινωνιολόγους, συνιστά ένα κοινωνικό σύστημα ηγεσίας, το οποίο χρησιμοποιούν/εφαρμόζουν οι έχοντες την εξουσία προς όφελός τους. Στην τέχνη και τη λογοτεχνία, το παιχνίδι αποτελεί κίνητρο για δημιουργικότητα, αλλά ενδεχομένως και έναν τρόπο ζωής. (Όπως είχε πει και ο Νταλί σε συνέντευξή του, το 1971:

⁴ Στο Παράρτημα Α μπορεί να δει κανείς τα έργα ζωγραφικής στα οποία έγινε αναφορά.

«Εγώ ποτέ δεν σκέπτομαι, παίζω» (Εξπρες 1-7/03/1971). Για τους ψυχιάτρους, αποτελεί τρόπο διάγνωσης και θεραπείας (Salen & Zimmerman 2006: 298). Για τους εκπαιδευτικούς, μια ευκαιρία για μάθηση. Για τα παιδιά, το παιχνίδι συνιστά έναν τρόπο ζωής, μέσω του οποίου εκφράζουν τις επιθυμίες, τους φόβους, την αγάπη, το μίσος (Ρήγα 2000: 475). Και στη γλώσσα των επιχειρηματιών, το παιχνίδι ταυτίζεται με το χρήμα, συνιστώντας περίπτωση καθαρής δαπάνης αφού ο παίκτης ξοδεύει χρήματα γι' αυτό. Ο παίκτης 'ξοδεύει', όμως, και χρόνο, ενέργεια, εφευρετικότητα (Caillois 1958: 17).

Σύμφωνα με τον ιστορικό Huizinga (1980: 7-13), το παιχνίδι είναι μια εκούσια, ελεύθερη δραστηριότητα εκτός καθημερινότητας, χωρίς υλικό όφελος, η οποία θεωρείται 'μη σοβαρή' αλλά την ίδια στιγμή απορροφά τον παίκτη σε μεγάλο βαθμό, εξελίσσεται εντός των δικών της χρονικών και χωρικών ορίων και εμπεριέχει κανόνες. Αναλυτικότερα, ο Huizinga γράφει πως το παιχνίδι είναι κάτι που δεν χρειάζεται να γίνει, συνεπώς είναι περιττό. Μπορεί να αρχίσει και να σταματήσει οποιαδήποτε στιγμή, συνεπώς συνιστά ελευθερία. Δεν είναι αληθινή ζωή, αλλά μάλλον αποτελεί μια έξοδο από αυτή, συνεπώς μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα διάλειμμα από την καθημερινότητα. Αποτελεί μια προσποίηση, αλλά αυτό δεν το εμποδίζει να είναι, συγχρόνως, κάτι σοβαρό, με τον παίκτη να βυθίζεται σε αυτό και να εκστασιάζεται. Δημιουργεί, ακόμα, τάξη και απαιτεί τη διατήρησή της προκειμένου να υπάρξει συνέχεια. Καθώς είναι μια επαναλαμβανόμενη δραστηριότητα, το παιχνίδι γίνεται σύντομα ζωτικής σημασίας κομμάτι στη ζωή του ανθρώπου. Έχει τα δικά του χωροχρονικά όρια και διαθέτει ρυθμό, αρμονία, ένταση. Ένταση σημαίνει, όμως, και ανησυχία ή έλλειψη σιγουριάς, και για να κατευνάσει την ένταση αυτή ο παίκτης, επιθυμεί να κερδίσει. Το παιχνίδι προάγει, επιπλέον, τον σχηματισμό κοινωνικών ομάδων που έχουν την τάση να περιστοιχίζονται από μυστικότητα και να τονίζουν τη διαφορετικότητά τους από τον υπόλοιπο κόσμο (Huizinga 1980: 7-13).

Τη σκέψη του Huizinga ακολουθεί και ο κοινωνιολόγος Caillois (1958: 17-24), ο οποίος ορίζει το παιχνίδι ως μια δραστηριότητα ξεχωριστή που έχει τον δικό της χώρο και χρόνο και διέπεται από συγκεκριμένους, απόλυτους κανόνες. Το παιχνίδι αποτελεί για τον Caillois μια δραστηριότητα ελεύθερη, μη παραγωγική (δεν παράγει ούτε πλούτο ούτε αγαθά), που ενέχει το στοιχείο της αβεβαιότητας, κάτι που με τη σειρά του εντείνει το στοιχείο της διασκέδασης. Ο παίκτης παίζει επειδή το θέλει – και από το γεγονός αυτό αντλεί χαρά –, όποτε θέλει και όσο θέλει, ενώ επιπλέον, δημιουργεί μέσω του παιχνιδιού (και έχοντας συνείδηση του ότι παίζει) μια δεύτερη

πραγματικότητα ή υπερπραγματικότητα σε σχέση με την κανονική ζωή. Το παιχνίδι, δηλαδή, είναι φανταστικό. Υποστηρίζει, ακόμα, ότι τα παιχνίδια παρέχουν δύο ειδών εμπειρίες στους παίκτες, τις οποίες αποκαλεί *ludus* και *paidia*. Όταν αναφέρεται στο *ludus*, εννοεί την ευχαρίστηση που βιώνει ο παίκτης όταν χρησιμοποιεί τις δεξιότητές του και τηρεί παράλληλα τους κανόνες του παιχνιδιού προκειμένου να τα καταφέρει, ενώ με τον όρο *paidia* εννοεί την τάση του παιχνιδιού να προκαλεί χαλάρωση, ανεμελιά και να ενθαρρύνει την ανεξέλεγκτη φαντασία (Caillois 1958: 17-24).

Σε συμφωνία με τον Caillois, που λέει ότι τα παιχνίδια απηχούν τις τάσεις, τα γούστα και τους τρόπους σκέψης των ατόμων που τα παίζουν αλλά και την κουλτούρα από την οποία προέρχονται, ο Looy υποστηρίζει, με τη σειρά του, ότι τα παιχνίδια είναι πολιτισμικές φόρμες και τα χαρακτηρίζει ‘καθρέφτη της κοινωνίας’ που αντανακλούν τόσο τις κρυφές επιθυμίες, τους φόβους και τις ανησυχίες των παικτών όσο και τη γενικότερη κουλτούρα τους, επιβεβαιώνοντας πολιτισμικά νοήματα και πρακτικές (Looy 2010: 50, 251). Το παιχνίδι πάντα σημαίνει κάτι, γράφει ο Roland Barthes, το οποίο αντανακλά τους μύθους, τις τεχνικές και τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις που υπάγονται στη σφαίρα της ενήλικης ζωής, και προετοιμάζουν, κατ’ επέκταση, το παιδί για την αποδοχή τους (Μπαρτ 1979: 125). Μια κοινωνία χωρίς παίγνια θα ήταν βυθισμένη «σ’ ένα ζομπικό λήθαργο αυτοματισμού», αναφέρει ο φιλόσοφος McLuhan, για τον οποίον τα παιχνίδια είναι επινοημένες και ελεγχόμενες καταστάσεις, προεκτάσεις του κοινωνικού εαυτού και της συλλογικής συνείδησης, που ενθαρρύνουν/προτείνουν κάτι διαφορετικό από τα συνήθη πρότυπα.

Ως τη φανταστική, πλασματική πραγματοποίηση των μη πραγματοποιήσιμων επιθυμιών, βλέπει το παιχνίδι ο Vygotsky. Χαρακτηρίζει το παιχνίδι ως έναν ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη του παιδιού κατά τα προσχολικά χρόνια, που ξεκινάει τη στιγμή που το μικρό παιδί εμφανίζει μη πραγματοποιήσιμες τάσεις (κάτι που παρατηρείται στο πώς συμπεριφέρεται όταν θέλει κάτι και μάλιστα αμέσως) (Vygotsky 2016: 6-7). Ο Vygotsky υποστηρίζει, επίσης, ότι το παιχνίδι είναι μια δραστηριότητα με σκοπό – ο σκοπός καθορίζει τη διάθεση του παιδιού να παίξει και δικαιώνει τη δραστηριότητα ή καλύτερα τη νοηματοδοτεί –, και κανόνες, οι οποίοι αποτελούν σημαντική πηγή ευχαρίστησης (Vygotsky 2016: 15-16, 19, 173).

Το παιχνίδι που βασίζεται σε κανόνες είναι, επίσης, σύμφωνα με τον Piaget, και ένας κοινωνικός θεσμός, καθώς παρέχει μια σταθερή δομή κανόνων (που μεταδίδεται από γενιά σε

γενιά) για τον τρόπο με τον οποίον πρέπει να συμπεριφέρονται τα παιδιά σε διάφορες κοινωνικές περιστάσεις. Η, δε, ύπαρξή του επιβεβαιώνεται μόνο από τη στιγμή που οι παίκτες θα συμφωνήσουν ως προς την ύπαρξη κανόνων (Piaget 2004: 1-3), μέσω των οποίων διατηρείται η τάξη. Η προσπάθεια επίτευξης μιας συγκεκριμένης κατάστασης μέσω της χρήσης εκείνων μόνο των μέσων που επιτρέπουν οι κανόνες, οι οποίοι γίνονται αποδεκτοί ακριβώς εξαιτίας της συγκεκριμένης τους ιδιότητας, προσδιορίζει την έννοια του παιχνιδιού, σύμφωνα με τον φιλόσοφο Bernard Suits (1978: 41). Οι κανόνες αποτελούν ένα από τα επτά συνηθισμένα χαρακτηριστικά του παιχνιδιού, στα οποία αναφέρεται και ο ακαδημαϊκός Elliott Avedon, μαζί με τον σκοπό, τον ρόλο του παίκτη, τον αριθμό των απαιτούμενων παικτών, τα αποτελέσματα/οφέλη, τις απαραίτητες ικανότητες/δεξιότητες και τη διαδικασία για δράση (συγκεκριμένες κινήσεις και μέθοδοι) (Avedon 1971: 419-426).

Στην ακόλουθη παραδοξότητα του παιχνιδιού αναφέρεται η ανθρωπολόγος Hamayon: ενώ το ρήμα «παίζω» (“play”) συνδέεται με τον ελεύθερο χρόνο, τη διασκέδαση και τον χώρο των παιδιών, το ουσιαστικό «παιχνίδι» (“game”) συνδέεται επιπλέον με τον περιορισμό, την επικινδυνότητα και τη σοβαρότητα (Hamayon 2016: 2). Το παιδί παίρνει πολύ σοβαρά το παιχνίδι, υποστηρίζει ο Freud, και αναλώνει σε αυτό μεγάλες ποσότητες συναισθημάτων. Το αντίθετο του παιχνιδιού, συνεχίζει, δεν είναι αυτό που είναι σοβαρό, αλλά αυτό που είναι αληθινό (Hamayon 2016: 63· Φρόντ 1994: 152). Το παιχνίδι αποτελεί βασική έκφραση της φαντασίας και της δημιουργικότητας για όλες της ηλικίες, και όχι μόνο δεν είναι ασυμβίβαστο με την υποτιθέμενη σοβαρότητα που πρέπει να επιδεικνύει ο ενήλικας αλλά αποτελεί και βασική προϋπόθεση για να είναι ένας ενήλικας δημιουργικός (Ναυρίδης 2000: 349).

Το παιχνίδι, άλλωστε, δεν σταματά ποτέ. Το μεγαλύτερο μέρος της κοινωνικής δραστηριότητας συνίσταται από παιχνίδια (χωρίς αυτό να σημαίνει πως είναι κατά κύριο λόγο διασκεδαστικά ούτε πως οι άνθρωποι δεν μετέχουν σοβαρά), με τους παίκτες να γίνονται όλο και πιο επιδέξιοι με την εξάσκηση. Αναφερόμενος ακριβώς σε αυτές τις ασυνείδητες καταστάσεις του παιχνιδιού, ο ψυχίατρος Berne δίνει έναν ακόμα ορισμό του παιχνιδιού, ορίζοντάς το ως τη συνεχιζόμενη διαδοχή συμπληρωματικών και αληθοφανών συναλλαγών με συγκαλυμμένο

χαρακτήρα, η οποία αποβλέπει σε μια καθορισμένη προβλέψιμη έκβαση (Berne 2015: 46-47, 91, 103). Και ας μην ξεχνάμε και τον ορισμό του παιχνιδιού στο πλαίσιο της Θεωρίας των Παιγνίων.⁵

Το παιχνίδι είναι ένας τρόπος ψυχαγωγίας και, συγχρόνως, ένας τρόπος επικοινωνίας, που φέρει κοινωνικές και ιδεολογικές σημασίες (Ναυρίδης 2000: 348, 355). Πηγάζει, γράφει ο Thomas Hobbes, από την επιθυμία μας γι' αυτό, και είναι επωφελές, διότι μας προκαλεί ευδαιμονία, δηλαδή μια διαρκή ευχαρίστηση που αντλείται όχι από την εκπλήρωση ενός σκοπού, αλλά από τον ίδιο τον αγώνα για την εκπλήρωση αυτού (Hobbes 2013: 59-61). Αποκαλείται, επίσης, και «η εργασία της παιδικής ηλικίας» (Craig & Baucum 2007: 478), ενώ επιπλέον, μέσω αυτού δημιουργείται τάξη μέσα από την αταξία (Schecnhher 2011: 119). Συγκεκριμένες διαδεδομένες ρητορικές γύρω από το παιχνίδι σχολιάζει ο θεωρητικός Sutton-Smith, οι οποίες το συσχετίζουν με την πρόοδο (το παιδί αναπτύσσεται μέσω του παιχνιδιού), τη μοίρα (όταν η τύχη συνιστά βασικό συστατικό του), τη δύναμη (που έχει να κάνει με την ενδυνάμωση του στάτους του παίκτη), το φανταστικό (που εφαρμόζεται σε παιγνιώδεις αυτοσχεδιασμούς κάθε είδους, έχοντας τη δική του πραγματικότητα), την επιπολαιότητα/ανεμελιά (που χαρακτηρίζει δραστηριότητες τεμπελιάς ή ελαφρότητας, δίνοντας, συγχρόνως, έμφαση στις ανατρεπτικές δυνατότητες του παιχνιδιού), τον εαυτό (όπου το παιχνίδι θεωρείται μια διασκεδαστική και χαλαρωτική δραστηριότητα, μέσω της οποίας αναζητείται η ισορροπία μεταξύ των δεξιοτήτων του παίκτη και των προκλήσεων που αντιμετωπίζει) και την ταυτότητα (καθώς μπορεί να αποτελέσει μέσο επιβεβαίωσης και ανάπτυξης της δύναμης και της ταυτότητας των μελών μιας κοινότητας σε φεστιβάλ και εορτασμούς) (Mayra 2008: 44 · Salen & Zimmerman 2006: 304-305).

Σύμφωνα με τον Chris Crawford (2014: 4-12), σχεδιαστή παιχνιδιών, το παιχνίδι, το οποίο θεωρείται ουσιώδες γνώρισμα της ανθρώπινης ύπαρξης, απαρτίζεται από τέσσερα βασικά στοιχεία: α) την αναπαράσταση (το παιχνίδι είναι ένα δομικά ολοκληρωμένο και αυτόνομο σύστημα με σαφείς κανόνες και αλληλοεπιδρώντα μέρη, το οποίο δημιουργεί μια υποκειμενική και σκόπιμα απλοποιημένη αναπαράσταση της συναισθηματικής πραγματικότητας), β) την αλληλεπίδραση (η δυνατότητα του παίκτη να εξερευνήσει την κάθε μικρή λεπτομέρεια στον

⁵ Στη θεωρία των παιγνίων, ως παίγνιο ορίζεται η κατάσταση εκείνη στην οποία οι παίκτες (άτομα, επιχειρήσεις κ.α.) κάνουν κάποιες επιλογές έχοντας ως στόχο την ικανοποίηση των συμφερόντων τους, ενώ επιπλέον, το αποτέλεσμα για τον κάθε παίκτη εξαρτάται τόσο από τη δική του επιλογή όσο και από τις επιλογές των υπόλοιπων παικτών. Εφόσον, όμως, ο παίκτης δεν γνωρίζει τις επιλογές των άλλων, είναι δύσκολο να ξέρει και ποια επιλογή εξυπηρετεί τα δικά του συμφέροντα καλύτερα, με αποτέλεσμα να παγιδευτεί σε έναν Γόρδιο Δεσμό Προσδοκιών (όπου η επιλογή βασίζεται στην προσδοκία του παίκτη για τις προσδοκίες των άλλων όσον αφορά τις δικές του προσδοκίες για τις δικές τους προσδοκίες κ.α.) (Βαρουφάκης 2002: 23, 31).

κόσμο του παιχνιδιού, να παράγει αιτίες, να δοκιμάσει τακτικές, να παρατηρήσει τα αποτελέσματα), γ) τη σύγκρουση (η οποία αποτελεί αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης: ο παίκτης επιδιώκει να πετύχει κάποιον σκοπό και για να τα καταφέρει, πρέπει να ξεπεράσει διάφορα εμπόδια), δ) την ασφάλεια (το παιχνίδι παρέχει τις ψυχολογικές εμπειρίες της σύγκρουσης και του κινδύνου αποκλείοντας, συγχρόνως, την υλοποίησή τους στην πραγματικότητα, δρώντας σαν ένα δίκτυο ασφαλείας για τη βίωση συγκεκριμένων καταστάσεων).

Επιχειρώντας μια σύνοψη, με βάση τα παραπάνω, θα λέγαμε πως το παιχνίδι είναι μια εθελοντική δραστηριότητα με κανόνες που προκαλεί ευχαρίστηση (όποιο και αν είναι το θεματικό περιεχόμενό της), αντιμετωπίζεται με σοβαρότητα από τα μέλη της, ενέχει συμβολισμούς, βρίσκεται στο μεταίχμιο μεταξύ φαντασίας και πραγματικότητας, προκαλεί και προσκαλεί τους παίκτες σε έναν κύκλο πειραματισμών – συμβάλλοντας στο να γίνουν ενεργητικοί δρώντες μέσα σε μια κοινωνία όπου η ταυτότητα αποσταθεροποιείται όσο ποτέ και μπορεί να βιωθεί ενδεχομένως και ως στέρηση ύπαρξης (Barus-Michel 2011: 26 · Γκουγκουλη 2000: 385) –, και αντανakλά, εντέλει, την ίδια την κοινωνία και την κουλτούρα της. Ανάμεσα στις δημοφιλέστερες μορφές παιχνιδιού, αν όχι η δημοφιλέστερη, βρίσκεται το ηλεκτρονικό παιχνίδι.

3.2. Ηλεκτρονικό παιχνίδι ή βιντεοπαιχνίδι

Ο Sageng (2019: 20-24), ερευνητής στον τομέα της φιλοσοφίας των ψηφιακών παιχνιδιών, αναφέρεται σε τρεις διαφορετικές αντιλήψεις που επικρατούν σήμερα για τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Η πρώτη προσέγγιση είναι η νομιναλιστική, σύμφωνα με την οποία δεν υπάρχουν πραγματικά αυστηρά χαρακτηριστικά που καθορίζουν αυτά που αποκαλούμε ‘ηλεκτρονικά παιχνίδια’. Μοναδικό κοινό γνώρισμα είναι πως πρόκειται για διαφορετικά είδη λογισμικού ψυχαγωγίας που εκτελούνται από έναν υπολογιστή. Η δεύτερη αντίληψη, η μυθοπλαστική, δίνει έμφαση στην ιδέα ότι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια είναι προϊόντα μυθοπλασίας. Είναι πάνω απ’ όλα προϊόντα αναπαράστασης, προκαλώντας τον παίκτη να φανταστεί τον εαυτό του ως μέρος μιας ιστορίας και να (δια)δράσει. Και σύμφωνα με την τρίτη προσέγγιση, την παιγνιώδη (ludic), τα ηλεκτρονικά παιχνίδια είναι παρόμοια με τα παραδοσιακά και περιλαμβάνουν όλα εκείνα τα στοιχεία στα οποία αναφέρθηκε ο Caillois, όπως ανταγωνισμό, τύχη, μίμηση και ίλιγγο. Η παιγνιώδης προσέγγιση υποστηρίζει ότι οι προσωρινοί κόσμοι που δημιουργούνται από την

ελευθερία του παίκτη να επιλέξει συγκεκριμένους στόχους συνιστούν βασική πηγή ευχαρίστησης, καθότι το άτομο ικανοποιείται όταν επιλέγει με τη θέλησή του τους δικούς του στόχους.

Η λέξη ‘βιντεοπαιχνίδι’ αποτελείται από δύο συνθετικά, λέει ο καθηγητής επικοινωνίας, Mark Wolf (2003:15-16). Από τη μία έχουμε τον όρο ‘παιχνίδι’ και τους διάφορους γνωστούς ορισμούς του, από την άλλη τον όρο ‘βίντεο’ που προϋποθέτει την εμφάνιση της δράσης του παιχνιδιού σε κάποια οπτική φόρμα σε οθόνη. Ο Wolf σχολιάζει, επίσης, τα τέσσερα πιο συχνά αναφερόμενα βασικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν το βιντεοπαιχνίδι, που είναι η δραστηριότητα του παίκτη (η οποία διακρίνεται στο τι κάνει το avatar του παίκτη ως αποτέλεσμα της δραστηριότητάς του και στο τι κάνει σωματικά ο παίκτης για να πετύχει ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα), ο αλγόριθμος (που είναι υπεύθυνος για τη ροή του παιχνιδιού, τις αναπαραστάσεις, τις δράσεις, τις αντιδράσεις, τους κανόνες, την τυχαιότητα), τα γραφικά και το περιβάλλον (δηλαδή η οθόνη, τα ακουστικά, οι συσκευές που εισάγονται, τα γραφικά στοιχεία πάνω στην οθόνη κ.α.). Σε τέσσερα βασικά γνωρίσματα των ψηφιακών παιχνιδιών αναφέρονται και οι Salen και Zimmerman (2004: 99-102): στην άμεση αν και περιορισμένη αλληλεπίδραση (ο παίκτης λαμβάνει άμεση ανατροφοδότηση, αλλά η αλληλεπίδραση αυτή υπόκειται σε περιορισμούς – μπορεί, για παράδειγμα, να προβεί σε συγκεκριμένες κινήσεις με το ποντίκι και στο πληκτρολόγιο), στον καλό χειρισμό των πληροφοριών (παρέχονται/αποκαλύπτονται με όμορφο και έξυπνο τρόπο πληροφορίες μέσω, παραδείγματος χάριν, κειμένων, εικόνων, σχεδίων, βίντεο, ήχου), στην αυτοματοποίηση σύνθετων συστημάτων (διευκολύνοντας, έτσι, το παίξιμο παιχνιδιών, κάτι που σε ένα μη ηλεκτρονικό περιεχόμενο θα ήταν ιδιαίτερα πολύπλοκο), στη δικτυακή επικοινωνία (που διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ παικτών).

Τέσσερα είναι τα βασικά στοιχεία που απαρτίζουν το παιχνίδι, σύμφωνα και με τον σχεδιαστή παιχνιδιών, Schell: α) η μηχανική, δηλαδή οι διαδικασίες και οι κανόνες του παιχνιδιού (η μηχανική περιγράφει τον σκοπό του παιχνιδιού, τον τρόπο επίτευξής του και τα αποτελέσματα της προσπάθειας), β) η ιστορία, δηλαδή η σειρά των γεγονότων που ξεδιπλώνονται, γ) η αισθητική που περιβάλλει τον κόσμο του παιχνιδιού, δ) η τεχνολογία, δηλαδή τα υλικά εκείνα και οι αλληλεπιδράσεις που είναι απαραίτητα. Το παιχνίδι, υποστηρίζει ο Schnell, είναι μια δραστηριότητα επίλυσης προβλημάτων που αντιμετωπίζεται με μια παιχνιδιάρικη διάθεση, τονίζοντας, επιπλέον, ότι: «στην πραγματικότητα δεν σχεδιάζουμε παιχνίδια, σχεδιάζουμε εμπειρίες.

Και οι εμπειρίες είναι τα μόνα πράγματα που μπορούν να αλλάζουν τους ανθρώπους – μερικές φορές με απροσδόκητους τρόπους» (Schnell 2008: 36, 41-3, 451).

Ως ένα διαδραστικό ψηφιακό έργο που έχει σχεδιαστεί για να μεταδώσει συγκεκριμένες εμπειρίες στον παίκτη, οι οποίες εξαρτώνται από τις αντιδράσεις του και αποσκοπούν στο να τον προκαλέσουν, να τον διασκεδάσουν, να του ξυπνήσουν έντονα συναισθήματα, να τον εκπαιδεύσουν ή να τον ενημερώσουν για κάτι, ορίζουν το βιντεοπαιχνίδι οι Coltrain και Ramsay (2019: 38). Έμφαση στο στοιχείο της διασκέδασης δίνει ο συγγραφέας Grant Tavino, ορίζοντάς το ως ένα τεχνούργημα σε ένα ψηφιακό οπτικό μέσο που διασκεδάζει μέσω ιστοριών, αλληλεπιδράσεων, κανόνων (Tavino 2008).

Στην αποσαφήνιση μεταξύ του βιντεοπαιχνιδιού και του παιχνιδιού υπολογιστή, προβαίνει ο Αναγνώστης (Αναγνώστης 2009: 21), εξηγώντας πως το πρώτο αναφέρεται σε ψυχαγωγικό λογισμικό, κατασκευασμένο για κονσόλες, που παίζεται στην τηλεόραση και σε μηχανές βιντεοπαιχνιδιών με κέρματα, ενώ το δεύτερο εκτελείται σε προσωπικούς υπολογιστές. Τα δύο αυτά είδη, προσθέτει ο ακαδημαϊκός, συμπεριλαμβάνονται στον όρο ‘ηλεκτρονικά παιχνίδια’ (ή ‘ψηφιακά παιχνίδια’) (Αναγνώστης 2009: 21). Οι παραπάνω όροι, ωστόσο, χρησιμοποιούνται συχνά ως συνώνυμοι, αν και ο όρος ‘βιντεοπαιχνίδι’ είναι αυτός που χρησιμοποιείται περισσότερο τόσο στη γενική βιβλιογραφία όσο και στον καθημερινό λόγο (Tavino 2008). Στην παρούσα διατριβή έχει επιλεγεί να χρησιμοποιούνται εναλλάξ και ως ταυτόσημοι οι όροι ‘ηλεκτρονικό παιχνίδι’ και ‘βιντεοπαιχνίδι’, εννοώντας με αυτούς τον οποιοδήποτε τύπο διαδραστικού ψυχαγωγικού λογισμικού (σε υπολογιστή, κονσόλα, κινητό, διαδίκτυο).

3.3. Είδη ηλεκτρονικών παιχνιδιών

Η κατάταξη των ηλεκτρονικών παιχνιδιών σε είδη είναι μια υπόθεση δύσκολη, λόγω της μεγάλης ποικιλίας τους και της τάσης να παρουσιάζονται όλο και περισσότερα υβριδικά παιχνίδια (Κοκκώνης 2010: 359). Στην παρούσα διατριβή, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια κατηγοριοποιήθηκαν με βάση το στυλ τους και τον τρόπο που παίζονται, ακολουθώντας τον τρόπο κατάταξης του Αναγνώστη. Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια διακρίνονται στις ακόλουθες κατηγορίες:

- Παιχνίδια δράσης: περιλαμβάνονται τα παιχνίδια βολών πρώτου προσώπου (ο παίκτης βλέπει τον κόσμο μέσα από τα μάτια του χαρακτήρα), παιχνίδια βολών τρίτου προσώπου

(ο παίκτης βλέπει στην οθόνη τον χαρακτήρα που χειρίζεται, συνήθως την πίσω πλευρά του), παιχνίδια πάλης/ξύλου (beat 'em up, όπου ο παίκτης μάχεται με το εικονικό του σώμα εναντίον ενός άλλου χαρακτήρα, που ελέγχεται είτε από άλλον παίκτη είτε από υπολογιστή), παιχνίδια με όπλα (shoot 'em up), παιχνίδια πλατφόρμας (ο ήρωας τρέχει και πηδά από πλατφόρμα σε πλατφόρμα, συλλέγει αντικείμενα, αποφεύγει εμπόδια, νικάει εχθρούς). Τα παιχνίδια δράσης είναι η παλιότερη κατηγορία παιχνιδιών, στην οποία εμπεριέχονται και τα παλιά παιχνίδια πλευρικής κύλισης (side-scrollers, στα οποία η δράση προβάλλεται από τη γωνία κάμερας πλευρικής όψεως, με την οθόνη να μετακινείται μαζί με τους χαρακτήρες από τα αριστερά προς τα δεξιά), με βασικό χαρακτηριστικό την απαίτηση για καλό συγχρονισμό ματιού-χειριού και γρήγορα αντανακλαστικά (Αναγνώστου 2009: 58 · Γιαννοπούλου & Παναγιωτακόπουλος 2011: 163 · Χρήστου 2007: 25).

- Παιχνίδια περιπέτειας: βασίζονται στη σκέψη, στην εξερεύνηση, στην ανακάλυψη της σωστής πορείας και στη λύση γρίφων. Αρχικά, στηρίζονταν στο κείμενο και ο παίκτης έπρεπε να εισάγει απλές εντολές με το πληκτρολόγιο. Αργότερα, απέκτησαν γραφική απεικόνιση και δυνατότητα χειρισμού με το ποντίκι. Το πρώτο παιχνίδι περιπέτειας ήταν το *Περιπέτεια*, που είχαν δημιουργήσει δύο φοιτητές και περιελάμβανε μόνο κείμενο, με την πλοκή να έχει να κάνει με την επίλυση γρίφων (Αναγνώστου 2009: 60 · Γιαννοπούλου & Παναγιωτακόπουλος 2011: 163 · Χρήστου 2007: 28-29).
- Παιχνίδια περιπέτειας-δράσης: βασικά στοιχεία της κατηγορίας των παιχνιδιών περιπέτειας έχουν ενσωματωθεί σε παιχνίδια δράσης. Συνδυάζουν τη δράση, το σενάριο και την επίλυση γρίφων. Συνήθως είναι προοπτικής τρίτου προσώπου (Αναγνώστου 2009: 61).
- Παιχνίδια σκέψης/γρίφων: έχουν να κάνουν με προβλήματα που ζητούν από τον παίκτη να βρει τη λύση τους, χωρίς να χειρίζεται κάποιον χαρακτήρα και χωρίς να εμπεριέχεται κάποιο ιδιαίτερο σενάριο. Είναι είδος που προτιμάται από τους περιστασιακούς παίκτες, λόγω της σύντομης διάρκειάς τους, του απλού χειρισμού τους αλλά και της οξυδέρκειας που απαιτούν. Μπορούν να παιχτούν εύκολα σε οποιαδήποτε πλατφόρμα (όπως σε κονσόλα, υπολογιστή και κινητό) (Αναγνώστου 2009: 63-64 · Γιαννοπούλου & Παναγιωτακόπουλος 2011: 163).

- Παιχνίδια στρατηγικής: θέτουν στον παίκτη προβλήματα διαχείρισης καταστάσεων (τοποθετημένα είτε σε περιόδους ειρηνικές, όπως το *Sim City*, είτε σε εμπόλεμες, όπως το *Command and Conquer*), και βασίζονται στην τακτική και στη διαχείριση πόρων ανθρώπινου δυναμικού. Απαιτούν γρήγορη σκέψη/αντίδραση και πολύπλοκους χειρισμούς, με τον παίκτη να πρέπει να καθοδηγεί συνήθως ομάδες. Παρέχουν στον παίκτη ένα εύρος επιλογών σε επίπεδο στοχοθεσίας και επίλυσης και διακρίνονται σε δύο υποκατηγορίες: α) παιχνίδια γύρου (turn based), κατά τα οποία ο παίκτης μένει ανενεργός για όσο διάστημα ο αντίπαλός του οργανώσει τις δικές του κινήσεις, β) παιχνίδια πραγματικού χρόνου (real time), κατά τα οποία ο παίκτης και ο υπολογιστής εκτελούν τις κινήσεις τους παράλληλα. Αναπτύσσονται κυρίως σε προσωπικούς υπολογιστές, λόγω του σύνθετου χειρισμού που απαιτεί ο συνδυασμός πληκτρολογίου και ποντικιού (Αναγνώστου 2009: 61-62 · Χρήστου 2007: 34-36).
- Παιχνίδια εξομοίωσης: αναπαριστούν σε ένα εικονικό περιβάλλον διάφορες δραστηριότητες και εμπειρίες από τον πραγματικό κόσμο, όπως πιλοτάρισμα οχημάτων, οδήγηση αυτοκινήτων σε αγώνες ράλι, αθλήματα, διοίκηση επιχειρήσεων, κατασκευή πόλεων και παίξιμο μουσικής (Αναγνώστου 2009: 64-65).
- Παιχνίδια ρόλων: απόγονοι του επιτραπέζιου παιχνιδιού *Dungeons and Dragons*, τα παιχνίδια ρόλων έχουν βασική θεματική τους μύθους και την επιστημονική φαντασία. Σκοπός τους είναι να ενισχύσουν τον αδύναμο χαρακτήρα του παίκτη, αυξάνοντας τη δύναμή του, τις ικανότητές του, τον πλούτο του και τον εξοπλισμό του. Ο παίκτης αναλαμβάνει συνήθως τον ρόλο ενός χαρακτήρα ή μιας μικρής ομάδας χαρακτήρων και πρέπει να ολοκληρώσει αποστολές για να συλλέξει θησαυρούς ή να σώσει κάποιον, να εξερευνήσει άγνωστους κόσμους, να νικήσει εχθρούς. Η σύγκρουση με κάποιον αντίπαλο μπορεί να είναι εναλλάξ (turn-based) ή πραγματικού χρόνου (realtime). Τα παιχνίδια ρόλων παίζονταν αρχικά σε υπολογιστές λόγω του πολύπλοκου χειρισμού τους, αλλά αργότερα κυκλοφόρησαν και σε κονσόλες (Αναγνώστου 2009: 62-63).
- Μαζικά διαδικτυακά παιχνίδια ρόλων πολλών χρηστών (MMORPGs): εξελίχθηκαν τόσο από τα MUDs (παιχνίδια βασισμένα σε κείμενο που μπορούσαν να παιχτούν από πολλούς παίκτες ταυτόχρονα) όσο και από τα παιχνίδια ρόλων του υπολογιστή (RPGs, τα οποία με τη σειρά τους είχαν βασιστεί στο επιτραπέζιο *Dungeons and Dragons* που στηριζόταν στις επικές περιπέτειες του Tolkien), με δύο διαφορές: α) στα παιχνίδια πολλών παικτών, το

κάθε μέλος της ομάδας το διαχειρίζεται και διαφορετικός παίκτης και, β) ο εικονικός κόσμος των MMORPGs είναι ένας κόσμος διαρκής, με τις διάφορες δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα εκεί, να συνεχίζουν ακόμα και αν κάποιος παίκτης σταματήσει να παίζει. Τα μαζικά διαδικτυακά παιχνίδια ρόλου πολλών παικτών μπορούν να υποστηρίξουν ταυτόχρονα χιλιάδες παίκτες στον ίδιο εικονικό κόσμο, ενώ από τη δεκαετία του 2000 και έπειτα, εκατομμύρια χρήστες. Τα παιχνίδια αυτά συνήθως δεν τελειώνουν, ενώ επιπλέον, βασικά στοιχεία τους είναι η αλληλεπίδραση πολλών παικτών και η συνεργασία για επίτευξη στόχων. Προκειμένου ένας παίκτης να εισέλθει στον ψηφιακό κόσμο του παιχνιδιού, πρέπει να συνδεθεί μέσω διαδικτύου σε έναν κεντρικό υπολογιστή (ίσως και σε περισσότερους), στον οποίον φιλοξενείται ένα μεγάλο μέρος του (Αναγνώστου 2009: 66-69 · Achterbosch et al. 2008: 5 · Castranova 2005: 9 · Χρήστου 2007: 35).

4. Η ιστορία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών – Πολιτισμικές διαστάσεις / Συγκλίσεις

“Attack of the videogames”.

Bigger than movies! Better than reality! Soon to zap a kid near you!”

(Time, 27/09/1993)

Αυτός ήταν ο τίτλος που διακοσμούσε το, ποπ κουλτούρας αισθητικής, εξώφυλλο του περιοδικού *Time* το 1993⁶, σε μια περίοδο κατά την οποία η βιομηχανία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών όχι μόνο είχε απογειωθεί, αλλά είχε εγείρει και διάφορες ανησυχίες στο κοινό – κάτι που δεν θα φανταζόταν ποτέ το 1952 ο υποψήφιος τότε διδάκτορας στο Πανεπιστήμιο του Cambridge, A. S. Douglas, όταν κατασκεύαζε το πρώτο ηλεκτρονικό παιχνίδι. Από τη στιγμή που τα ηλεκτρονικά παιχνίδια άρχισαν να ανθούν στην αγορά, άρχισαν να προσελκύουν και την προσοχή των άλλων μέσων ψυχαγωγίας, όπως του κινηματογράφου, της τηλεόρασης, των κόμικς και της μουσικής, ενώ οι μεταξύ τους συγκλίσεις διαρκώς αυξάνονταν. Ήδη από τη δεκαετία του 1980, η επιρροή των ηλεκτρονικών παιχνιδιών στην τηλεόραση είχε αρχίσει να γίνεται έκδηλη, με τηλεοπτικά προγράμματα να βασίζονται σε γνωστά βιντεοπαιχνίδια. Τα τελευταία, ιδίως από τη δεκαετία του 1990, άρχισαν να συνδιαλέγονται έντονα με κινηματογραφικές ταινίες, επηρεάζοντας αλλά και δεχόμενα επιρροές από αυτές. Στον παραπάνω ‘πολιτισμικό διάλογο’ σημαντικό μέρος διεκδίκησαν και οι βιομηχανίες των κόμικς και της μουσικής. Τα κόμικς υπήρξαν πάντα δημοφιλή και κυριαρχούσαν σε διάφορες μορφές μαζικών μέσων (Roeder 2008: 2). Αποτέλεσαν και αποτελούν πηγή θεματικής και αισθητικής έμπνευσης για τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, αλλά και αποδέκτη της επιρροής τους (Poole, 2007 · Χρήστου, 2007). Η δε μουσική κυριαρχεί παντού, όπως γράφει ο Hobsbawm, καθώς όπως φαίνεται «η καταναλωτική κοινωνία θεωρεί έγκλημα τη σιωπή» (Hobsbawm 2013: 29). Με την άνοδο των ηλεκτρονικών παιχνιδιών βελτιώθηκε, όπως ήταν αναμενόμενο, η μουσική τους επένδυση, με τη μεταπήδηση από απλά beeps σε θεματικά τραγούδια, ενώ επιπλέον, η δεκαετία του 1990 σηματοδότησε και μία αλλαγή στον τρόπο που λειτουργούσαν έως τότε οι μουσικοί, με πολλά ροκ συγκροτήματα της εποχής να διοχετεύουν τα

⁶ Φωτογραφία από το εξώφυλλο του *Time* εμπεριέχεται στο Παράρτημα Β.

τραγούδια τους σε διάφορα βιντεοπαιχνίδια προκειμένου να ακουστεί η μουσική τους και σε άλλες κατηγορίες κοινού (Hsu, 2015).

Μέσω της αναδρομής στην ιστορία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών που ακολουθεί, η οποία ξεκινάει από τη δεκαετία του 1950 και φτάνει ως τις μέρες μας, πρόθεση είναι να περιπλανηθούμε για λίγο στον κόσμο των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, κάνοντας, συγχρόνως, επιλεγμένες στάσεις σε διασταυρώσεις τους με συγγενικά μέσα ψυχαγωγίας. Στο πλαίσιο της σύγκλισής τους με ταινίες, τηλεοπτικές σειρές, κόμικς και μουσικές, θα αναφερθούμε σε ορισμένους βασικούς σταθμούς στην εξέλιξη των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, ενώ επιπλέον, θα γίνονται (όπου κρίνεται αναγκαίο) περιγραφές ορισμένων από τα δημοφιλέστερα παιχνίδια. Μια λεπτομερής καταγραφή των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, τόσο τίτλων όσο και συσκευών/κονσόλων, θα ήταν εκτός των ορίων και επιδιώξεων της συγκεκριμένης έρευνας, καθώς βασική προσδοκία είναι να έρθουμε εγγύτερα σε ό,τι συνιστά τη δημοφιλή και εφηβική κουλτούρα.

4.1. Δεκαετία του 1950 – Η απαρχή

Το πρώτο ηλεκτρονικό παιχνίδι κατασκευάστηκε το 1952⁷ από έναν φοιτητή, τον Douglas, ο οποίος προγραμματίσε και λειτούργησε μια ηλεκτρονική εκδοχή EDSAC (Electronic Delay Storage Automatic Calculator, που ήταν από τα πρώτα προγράμματα με δυνατότητα αποθήκευσης) του Tic-Tac-Toe, βασισμένο στην τρίλιζα, και που ονόμασε *Noughts and Crosses*. Πέρασε, όμως, απαρατήρητο, διότι δεν ήταν παρά μια απλή μηχανή (Αναγνώστου 2009: 21 · Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 50 · Lattote 2013: 140). Το 1958, ο William Higinbotham, μηχανικός στο Εθνικό Εργαστήριο του Brookhaven⁸, στην προσπάθειά του να επινοήσει ένα διασκεδαστικό έκθεμα προκειμένου να προσελκύσει το ενδιαφέρον των επισκεπτών, δημιούργησε το *Tennis for two* (Αναγνώστου 2009: 21 · Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 50 · Poole 2007: 36). Ήταν ένα παιχνίδι τένις για δύο παίκτες, παιζόταν στην οθόνη ενός παλμογράφου και εισήγαγε για πρώτη φορά την έννοια της αλληλεπίδρασης μεταξύ παίκτη και μηχανής (Αναγνώστου 2009: 31). Ένας αναλογικός υπολογιστής έδειχνε την πορεία των μπαλών που αναπηδούσαν, ελεγχόμενα από ένα

⁷ Εντούτοις, και χωρίς να έχει καταγραφεί επίσημα, μια κατοχυρωμένη αίτηση του 1947 υποδεικνύει την ύπαρξη ενός προσιότερου ηλεκτρονικού παιχνιδιού και συγκεκριμένα μιας ψυχαγωγικής συσκευής καθοδικών ακτινών. Ήταν ένα απλό παιχνίδι προσομοίωσης ενός πυραύλου που εμπειρείε κάποια πόμολα για να προσαρμόζουν την ταχύτητα και τη στροφή του πυραύλου (Mayra 2008: 40-1).

⁸ Το Εθνικό Εργαστήριο του Brookhaven ήταν μια εγκατάσταση πυρηνικής ενέργειας της αμερικανικής κυβέρνησης στο Long Island).

κουμπί και από έναν διακόπτη, και οι παίκτες έπρεπε να επιλέξουν τη γωνία μιας μπάλας και να πατήσουν το κουμπί την κατάλληλη στιγμή. Ήταν ένα παιχνίδι απλό στη χρήση του, που γνώρισε μεγάλη επιτυχία ανάμεσα στους επισκέπτες του εργαστηρίου για δύο χρόνια, αλλά που δεν βγήκε ποτέ εκτός του συγκεκριμένου χώρου (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 50 · Poole 2007: 36).

Η δεκαετία του '50 ήταν μια δεκαετία κατά την οποία τα ηλεκτρονικά παιχνίδια βρίσκονταν σε εμβρυικό στάδιο, βασιζόμενα σε προγενέστερα επιτραπέζια παιχνίδια και σε αθλήματα. Εκείνα τα χρόνια κυριαρχούσε η τηλεόραση. Η είσοδος, μάλιστα, της έγχρωμης τηλεόρασης σε πολλά σπίτια απογείωσε τη δημοτικότητά της, αλλά και σήμανε τη μείωση της συχνότητας των ατόμων που πήγαιναν στον κινηματογράφο. Ενώ, για παράδειγμα, το 1939, η βιομηχανία του κινηματογράφου ήταν η 11^η μεγαλύτερη βιομηχανία στις ΗΠΑ, στις αρχές του '50, η ανάπτυξη αυτή αναχαιτίστηκε, τα στούντιο απορροφήθηκαν από πολυεθνικές εταιρείες, και η Paramount, που κρατούσε μέχρι τότε τα ηνία, άρχισε να χάνει την επιρροή που διατηρούσε για περίπου 30 χρόνια (Lule 2016: 341).

Το τέλος του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και η δημιουργία της μεσαιάς τάξης αποτέλεσαν την απαρχή ενός νέου σκηνοικού, ενθαρρύνοντας την επώαση νέων εφηβικών υποκουλτούρων. Οι έφηβοι απολάμβαναν πλέον περισσότερες ελευθερίες να επιλέγουν αυτό που θέλουν (έχοντας, επιπλέον, και την έγκριση των γονέων τους, των οποίων οι νωπές ακόμα μνήμες του πολέμου τούς έκαναν να δίνουν έμφαση στην ανάγκη του 'να περνάει κανείς καλά'), καθώς και περισσότερα οικονομικά προνόμια. Εκείνα τα χρόνια, επίσης, η διαθεσιμότητα του ραδιοφώνου, των τζουκ μποξ και των 45 rpm δίσκων είχαν συμβάλει και στην εξάπλωση του (τότε νέου είδους) rock and roll σε ένα ευρύ εφηβικό κοινό. Μεταξύ του 1950 και 1959, οι πωλήσεις των δίσκων μόνο στις ΗΠΑ είχαν εκτιναχτεί από τα 189 εκατομμύρια δολάρια στα 600 εκατομμύρια (Lule 2016: 254).

Η δεκαετία του '50 ήταν ακόμα η εποχή όπου τα κόμικς είχαν αρχίσει να εκδίδονται σε μορφή βιβλίου, με τους κλασικούς υπερ-ήρωες να είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς και να κυριαρχούν στις σελίδες τους. Από το 1955 ως το 1960, ωστόσο, τα κόμικς βίωσαν ύφεση, εξαιτίας της πολεμικής που δέχτηκαν σε ακαδημαϊκό και θεσμικό επίπεδο. Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα αποτελεί η επίθεση που είχε εξαπολύσει ο παιδοψυχολόγος Wertham με τα γραπτά του, ο οποίος το 1954 υποστήριξε ότι τα κόμικς ωθούν τα παιδιά στη μίμηση βίαιων πράξεων και στο έγκλημα

(Wyman 2014). Εκείνη τη χρονιά, η βιομηχανία των pulp comics⁹ επέλεξε τη αυτολογοκρισία και δημιουργήθηκε ένας αυστηρότερος κωδικός σε σχέση με εκείνον του 1948 που είχε επινοήσει η Association of Comics Magazine Publishers, αν και οι επιθέσεις λογοκρισίας συνεχίστηκαν και κατά τις δεκαετίες του '70 και του '80 (Lopes 2006: 403 · Lule 2012: 203). Αντίστοιχες κατηγορίες για νεανική επιθετικότητα και εγκληματικότητα δεχόταν και η μουσική ροκ, ενώ λίγα χρόνια αργότερα θα έμπαιναν στο στόχαστρο τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Την εποχή της ακμής των παιχνιδιών των αιθουσών ψυχαγωγίας, για παράδειγμα, η κοινωνία εξέφραζε τους φόβους της για αυτά τα σκοτεινά και με καπνό μέρη, θεωρώντας ότι τα παιδιά που σύχναζαν εκεί, μπορούσαν να παρασυρθούν εύκολα στην εγκληματικότητα ή στη διαφθορά, καθώς σε αυτά πηγαينوέρχονταν κοινωνικά περιθωριοποιημένοι τύποι, Αφρο-Αμερικανοί και μετανάστες (Hebdige 1985: 126· Southern 2001: 5). Κάθε φορά, εξάλλου, που εμφανίζεται κάτι νέο που αλλάζει τις συνήθειες και την κουλτούρα των νέων – με τις γνωστές περιπτώσεις του κινηματογράφου, της τηλεόρασης, του ραδιοφώνου, των κόμικς και των ηλεκτρονικών παιχνιδιών –, εκφράζονται φόβοι από τους ενήλικες. Οτιδήποτε απειλεί να αλλάξει τον καθιερωμένο τρόπο ζωής, αντιμετωπίζεται πάντα με καχυποψία από την κοινωνία (Αναγνώστου 2009: 148 · Sefton-Green 2006: 280-281). Η καινοτομία, άλλωστε, όπως αναφέρει ο Negroponte, είναι συχνά αμφιλεγόμενη και «τρέφει τον εαυτό της με την αναστάτωση και την αντίφαση» (Negroponte 2005: 16). Οξύμωρο είναι, επιπλέον, το γεγονός, όπως παρατηρεί ο Αναγνώστου (2009: 148), ότι κάθε φορά που γινόταν επίθεση σε κάποιο νέο μέσο, οι πολέμοι χρησιμοποιούσαν μέσα που είχαν αποτελέσει τα ίδια στο παρελθόν αντικείμενο αντιπαράθεσης και κριτικής, όπως οι πολέμοι των ηλεκτρονικών παιχνιδιών χρησιμοποιούν την τηλεόραση για να περάσουν τα μηνύματά τους.

4.2. Δεκαετία του 1960 και Διαστημικός πόλεμος (Spacewar!)

Τη δεκαετία του '60, η αυξανόμενη μόρφωση και η μεγαλύτερη οικονομική άνεση οδήγησαν σε μια έκρηξη της κουλτούρας (Heale 2005: 136 · Τόφλερ 1992: 64). Τα κόμικς είχαν ξεπεράσει την κρίση της περασμένης δεκαετίας και είχαν αρχίσει πάλι να ακμάζουν, με τους υπερ-ήρωες να δείχνουν τώρα πιο ανθρώπινοι, πιο ρεαλιστικοί, με περισσότερες ανησυχίες, όπως ο Iron Man και οι X-Men (Γερακοπούλου 2009: 92). Η τηλεόραση κυριαρχούσε, προβάλλοντας την ιδεολογία

⁹Φτηνά, λόγω της ποιότητας του χαρτιού, περιοδικά κόμικς.

της κυρίαρχης κουλτούρας, αλλά την ίδια στιγμή, πειραματισμοί γίνονταν σε διάφορους τομείς, όπως στη μουσική, τη λογοτεχνία, τον κινηματογράφο, το θέατρο, την τεχνολογία.

Το 1961, ανατέθηκε στους προγραμματιστές του MIT, Steven Rusell, Wayne Wittanen και J. M. Graetz, να δημιουργήσουν προγράμματα που θα προσέλκυαν το ενδιαφέρον του κοινού και τα οποία θα επιδείκνυαν μια μέρα τον χρόνο, που θα ήταν αφιερωμένη στους επισκέπτες. Έτσι, το 1962, παρουσίασαν το *Spacewar!*. Ήταν ένα παιχνίδι που δημιουργήθηκε για ψυχαγωγικούς σκοπούς και η πλοκή του είχε να κάνει με τον χειρισμό δύο διαστημόπλοιων που έριχναν τορπίλες το ένα στο άλλο, αποφεύγοντας την ίδια στιγμή τη θανατική βαρυτική έλξη ενός κεντρικού ήλιου (Αναγνώστου 2009: 32 · Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 50 · Poole 2007: 37). Θεωρώντας τότε ο Rusell και η ομάδα του ότι κανένας δεν θα ήθελε να το αγοράσει, έδωσαν δωρεάν τους κώδικες πηγής του *Spacewar!* σε όποιους ενδιαφέρονταν. Το *Spacewar!* γνώρισε μεγάλη επιτυχία και μέσα στα χρόνια που ακολούθησαν υπήρξαν και κάποιες ανανεωμένες εκδοχές του με καλύτερη αισθητική και στρατηγική (Poole 2007: 39).

Το 1966, ένας Γερμανός μετανάστης και μηχανικός τηλεόρασης, ο Ralph Baer, αντιλαμβανόμενος τόσο τις δυνατότητες ψυχαγωγίας που παρείχε η τηλεόραση όσο και την απήχηση που είχε στον κόσμο, δημιούργησε μια ηλεκτρονική συσκευή που μπορούσε να συνδεθεί στην τηλεόραση και να εκτελεστεί με αυτόν τον τρόπο ένα απλό παιχνίδι, όπως ήταν το *Ping Pong* και το *Fox and hounds* (Αναγνώστου 2009:32 · Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 51). Το 1968 ο Baer και η ομάδα του είχαν έτοιμη και μια κονσόλα, για την οποία έκλεισαν συμφωνία με την εταιρεία Magnavox (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 51). Μέχρι και εκείνη την εποχή, τα περισσότερα παιχνίδια ανήκαν στο είδος της δράσης (Αναγνώστου 2009: 58-60).

4.3. Δεκαετία του 1970 – Γέννηση της υποκουλτούρας των παικτών

Για βιομηχανία ηλεκτρονικών παιχνιδιών και για υποκουλτούρα παικτών μπορούμε να μιλάμε από τη δεκαετία του '70. Εκείνη την περίοδο τα βιντεοπαιχνίδια είχαν αρχίσει να αντιμετωπίζονται ως ένα πολιτιστικό φαινόμενο, ενώ επιπλέον, είχαν ως βασικό κοινό νεαρούς άντρες που συγκεντρώνονταν στις αίθουσες ψυχαγωγίας παιχνιδιών που λειτουργούσαν με κέρμα (arcade games) (Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 52). Το παιχνίδι που σημάδεψε την αρχή του '70 ήταν το *Computer Space*, το πρώτο ηλεκτρονικό παιχνίδι με κέρμα που κυκλοφόρησε στην αγορά και

δημιουργήθηκε από τον Nolan Bushnell. Πέντε με έξι χρόνια νωρίτερα, ο Bushnell, σπουδαστής μηχανολόγος και φανατικός παίκτης του *Spacewar!* στον υπολογιστή του, είχε αρχίσει να αναρωτιέται αν οι άνθρωποι θα πλήρωναν για να παίξουν βιντεοπαιχνίδια σε πάρκα ψυχαγωγίας (Poole 2007: 42). Αντιλαμβανόμενος την οικονομική δύναμη που κρυβόταν πίσω από τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, ο Bushnell δημιούργησε έτσι το *Computer Space*, το οποίο βασίστηκε στα γραφικά του *Spacewar!*. Το *Computer Space* αποτέλεσε το πρώτο ηλεκτρονικό παιχνίδι για το ευρύ κοινό (παρήχθησαν 1500 μονάδες), ενώ επιπλέον, εμφανίστηκε και στην ταινία επιστημονικής φαντασίας *Soylent Green* (1973). Το σχέδιο, ωστόσο, απέτυχε, διότι το παιχνίδι ήταν αρκετά πολύπλοκο στον χειρισμό (Αναγνώστου 2009: 32 · Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 53 · Κοκκώνης 2010: 341 · Poole 2007: 42).

Η αποτυχία λειτούργησε διδακτικά και οδήγησε τον Bushnell στο να δημιουργήσει, μόνος πια, το *Pong* το 1972. Το *Pong* ήταν ένα πολύ απλό παιχνίδι με κέρμα, ελεγχόταν εξ' ολοκλήρου από υπολογιστή και βασικός κανόνας του ήταν να μη χάσει ο παίκτης την μπάλα, αν ήθελε υψηλό σκορ (Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 54 · Poole 2007: 43). Το παιχνίδι γνώρισε μεγάλη επιτυχία, και ο Bushnell δημιούργησε τη δική του εταιρεία, την Atari. Ήταν ένα παιχνίδι επαναστατικό, διότι απομακρύνθηκε από τεχνολογικές ανακαλύψεις που ήταν διαθέσιμες σε λίγους (όπως ήταν το APRANET, που ήταν ο πρόγονος του ίντερνετ, και το *Spacewar!*), υπήρξε το πρώτο παιχνίδι μαζικής παραγωγής από εμπορική εταιρεία και δημιούργησε μια κατάσταση στην οποία οι παίκτες επένδυναν συναισθηματικά (Veerapen 2013: 102). Η πρώτη παιχνιδομηχανή τοποθετήθηκε σε ένα καλιφορνέζικο μπαρ. Αργότερα, παιχνιδομηχανές ενσωματώθηκαν σε σαλόνια για κοκτέιλ, σε σταθμούς τρένων, σε κλαμπ, σε πιτσαρίες και αλλού. Όλα τα παιχνίδια με κέρμα ήταν γενικά εύκολα, διέθεταν απλά χειριστήρια και προκαλούσαν τους παίκτες να ξοδεύουν όλο και περισσότερο χρήματα. Δεν ήταν παρά θέμα χρόνου να αρχίσουν να ελκύνουν και όλες τις ηλικίες, όπως επίσης και τα δύο φύλα (Αναγνώστου 2009: 32-33).

Το 1973, κυκλοφόρησε από την Atari το *Space Race*, ένα παιχνίδι απλό για δύο παίκτες. Το 1974, το *Tank*. Το 1975, το ιδιαίτερα πετυχημένο *Fight*. Μέχρι τότε, τα παιχνίδια αιθουσών ψυχαγωγίας (arcade) είχαν την προοπτική του τρίτου προσώπου. Το 1976, η Atari προώθησε το *Night Driver*, το πρώτο παιχνίδι προοπτικής πρώτου προσώπου, με τον παίκτη να τοποθετείται πίσω από το όχημα και τον δρόμο να ανοίγεται μπροστά του (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 54). Την ίδια χρονιά κυκλοφόρησε και το *Death Race*, που εγκαινίασε την πρώτη δημόσια διαμάχη

σχετικά με τη βία στα ηλεκτρονικά παιχνίδια, καθώς ο παίκτης έπαιρνε πόντους αν χτυπούσε με το αυτοκίνητό του ανθρωπόμορφες φιγούρες (Αναγνώστου 2009: 23). Το παιχνίδι δίκασε και αποσύρθηκε από την αγορά, παρά τις προσπάθειες των δημιουργών του *Death Race* να πείσουν πως οι υποτιθέμενες ανθρωπόμορφες φιγούρες δεν ήταν παρά γκρέμλινς (Αναγνώστου 2009: 23· Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 55).

Τη δεκαετία του '70, κυκλοφόρησαν και οι οικιακές κονσόλες. Πρώτη οικιακή κονσόλα ήταν της Magnavox Odyssey, που βγήκε το 1972. Η δημοτικότητα που γνώριζε η οικιακή κονσόλα αποτέλεσε το έναυσμα και για άλλες εταιρείες προκειμένου να αρχίσουν να δημιουργούν τις δικές τους (Ivory 2015: 5 · Μαγνα 2008: 60). Η μεγάλη, ωστόσο, επιτυχία των κονσόλων άρχισε το 1977 με το σύστημα Atari VCS/2600, το οποίο ήταν οικονομικό και δεχόταν πολλά παιχνίδια σε κασέτες. Μέχρι το 1978, στην αγορά επικρατούσαν μόνο αμερικανικές εταιρείες παραγωγής. Από εκεί και έπειτα εισχώρησαν στην παγκόσμια αγορά και διάφορες ιαπωνικές εταιρείες, όπως η Nintendo, η Taito, η Namco, η Sega (Αναγνώστου 2009: 34). Η ευκαιρία να μπουνε στο παιχνίδι και άλλες εταιρείες δόθηκε όταν συνέβη η πρώτη οικονομική κρίση στη βιομηχανία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, το 1978 – κρίση που αφορούσε κυρίως τα παιχνίδια αιθουσών ψυχαγωγίας και πήγαζε από το γεγονός πως τα προηγούμενα χρόνια υπήρξε μια υπερπαραγωγή μηχανών, αλλά όχι και η αντίστοιχη ποικιλία παιχνιδιών για να καλυφθούν οι ανάγκες της αγοράς, με αποτέλεσμα να πωλούνται οι μηχανές σε χαμηλές τιμές (Αναγνώστου 2009: 34).

Το 1978, έκανε την εμφάνισή του το arcade shoot 'em up παιχνίδι *Space Invaders* από την Taito (Giloth & Pocock-Williams 1990: 288). Πρωτοκυκλοφόρησε στην Ιαπωνία, όπου γνώρισε τεράστια επιτυχία, προκαλώντας, μάλιστα, εθνική έλλειψη κερμάτων. Ο επόμενος προορισμός του ήταν στις ΗΠΑ, σημειώνοντας και εκεί μεγάλη επιτυχία και συμβάλλοντας στην αύξηση του αριθμού των παιχνιδιών με κέρμα σε καφέ και σε εμπορικά κέντρα (μέχρι το τέλος της δεκαετίας είχαν κατασκευαστεί τόσα βιντεοπαιχνίδια αιθουσών ψυχαγωγίας που μερικές πόλεις έθεταν νόμους ζωνών, περιορίζοντάς τα) (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 55 · Lule 2012). Το *Space Invaders* ήταν ένα παιχνίδι για έναν παίκτη, ενώ επιπλέον, για τον σχεδιασμό του υπήρξαν επιρροές από τις ταινίες *Star wars* και *The war of worlds*. Ήταν εύκολο να το χειριστεί κανείς. Ο παίκτης ήλεγχε, ουσιαστικά, ένα τανκ που μετακινούνταν οριζόντια από το βάθος της οθόνης και έπρεπε να πυροβολήσει εξωγήινους που πλησίαζαν σιγά-σιγά και χρησιμοποιούσαν τέσσερις ασπίδες. Ήταν βασικά το πρώτο παιχνίδι που δεν τελείωνε ποτέ: ο παίκτης έπρεπε διαρκώς να

πολεμά εξωγήινους (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 55 · Poole 2007: 45, 48). Έναν χρόνο αργότερα, κυκλοφόρησε το ακόμα πιο πετυχημένο παιχνίδι της Atari, το *Asteroids*, που είχε ως θέμα την προσπάθεια ενός διαστημόπλοιου να βρει τον δρόμο του μέσω ενός αστεροειδή που δεχόταν κάθε τόσο επισκέψεις από εχθρικούς ιπτάμενους δίσκους. Ήταν το πρώτο παιχνίδι που διατηρούσε λίστα με υψηλά σκορ και τα αρχικά του παίκτη (Αναγνώστου 2009: 22 · Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 56).

Παράλληλα με τα παιχνίδια αιθουσών ψυχαγωγίας, κυκλοφορούσαν και παιχνίδια για προσωπικό υπολογιστή. Για παράδειγμα, το 1972 κυκλοφόρησε το *Huntthe Wumpus* – που ήταν απλό παιχνίδι περιπέτειας, στο οποίο ο παίκτης χρησιμοποιούσε μόνο γραπτές εντολές για να κινηθεί ή να πυροβολήσει το κακό τέρας (το Wumpus) – και το *Adventure* – το οποίο μπορούσε να παιχτεί και σε πλατφόρμα. Διάδοχος του *Adventure* ήταν το *Zork*, άλλο ένα παιχνίδι περιπέτειας για υπολογιστή (αργότερα και για κονσόλα), με επιρροές από τον Τόλκιν (όπως είχε δεχτεί και το *Adventure* εξάλλου) (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 57). Το 1978, κυκλοφόρησε, επίσης, το *Empire*, παιχνίδι στρατηγικής για προσωπικό υπολογιστή, στο οποίο ο παίκτης προσπαθούσε να κατακτήσει έναν κόσμο ανεξερεύνητο, χρησιμοποιώντας διάφορες στρατιωτικές δυνάμεις. Το παιχνίδι αυτό βασίστηκε τόσο σε επιτραπέζια παιχνίδια όσο και σε πολεμικές ταινίες (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 58).

Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια θεωρούνται ιστορικά ένα πεδίο που κυριαρχείται από τις ΗΠΑ και την Ιαπωνία, με την Ευρώπη να επωμίζεται κυρίως τον ρόλο του καταναλωτή. Εντούτοις, και η Ευρώπη έχει να επιδείξει σημαντικό έργο στον τομέα των βιντεοπαιχνιδιών. Το 1978, στην Αγγλία, οι φοιτητές του University of Essex, Richard Bartle και Roy Trubshaw, συνδύασαν το, βασισμένο σε κείμενο, ηλεκτρονικό παιχνίδι *Colossal Cave Adventure* (που είχε κυκλοφορήσει στην Αμερική τον προηγούμενο χρόνο) με το παραδοσιακό παιχνίδι ρόλων και δημιούργησαν το *MUD*. Το 1980, όταν το University of Essex συνδέθηκε με το ARPANET, το *MUD* έγινε το πρώτο διαδικτυακό παιχνίδι ρόλων πολλών χρηστών στην ιστορία (Latorre 2013: 70, 141).

Λίγο πριν την είσοδο στη νέα δεκαετία, το 1979, κυκλοφόρησε το βιντεοπαιχνίδι *Superman*, της Atari, συνδεδεμένο με τον τίτλο της ομώνυμης ταινίας του 1978, που βασίστηκε στο DC κόμικ *Superman*. Ήταν το πρώτο βιντεοπαιχνίδι βασισμένο σε κόμικ υπερ-ήρωα και επικεντρωνόταν στην ικανότητα αντίδρασης των παικτών (Rauscher et al. 2021: 1) Στα τέλη του ‘70, οι αναγνώστες των κόμικς συνιστούσαν μια μικρή υποκοουλτούρα από έφηβους και φοιτητές.

Από τα χρόνια του '80 και μετά, το ενδιαφέρον για τα κόμικς αυξανόταν σταδιακά (Lopes 2006: 400).

4.4. Δεκαετία του 1980 – Συγκλίσεις μέσω

Η δεκαετία του '80 σημαδεύτηκε από την αύξηση των προσωπικών υπολογιστών – το 1981, μάλιστα, το περιοδικό *Time* ψήφισε τον υπολογιστή ως «Μηχανή της χρονιάς» (κάνοντας λογοπαίγνιο με τον τίτλο του «Ανθρώπου της χρονιάς» που έδινε κάθε χρόνο σε κάποια προσωπικότητα) (Jenkins 2006: 136 · Time 1981). Το 1981, κυκλοφόρησε στην αγορά ο πρώτος προσωπικός υπολογιστής της IBM. Ακολούθησαν διάφοροι φτηνοί κλώνοι του. Το 1981-1982, οι Appell και Commodore 64, έκαναν τα παιχνίδια σε υπολογιστή προσβάσιμα σε όλους, με χαμηλό κόστος (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 72). Τη δεκαετία του '80, επίσης, κυκλοφόρησαν βιντεοπαιχνίδια που σημείωσαν απίστευτη δημοτικότητα και τα οποία παραμένουν γνωστά έως και σήμερα. Την άνοιξη του 1980, κυκλοφόρησε στην ιαπωνική αγορά το παιχνίδι *Puck-man* της Namco (όνομα που αποδίδεται στην ιαπωνική λέξη “paku-paku” που σημαίνει «καταβροχθίζω»), και το φθινόπωρο του ίδιου χρόνου διανεμήθηκε στις ΗΠΑ από τη Midway Games ως *Pac-man* (Αναγνώστου 2009: 23). Καινοτομία του παιχνιδιού ήταν το ότι δεν είχε να κάνει με μάχες και βία. Ο παίκτης έπρεπε με ένα χειριστήριο να καθοδηγεί τον Pac-Man, ένα μικρό κίτρινο πλάσμα, που έμοιαζε με κομμάτι πίτσας, μέσα σε έναν λαβύρινθο για να καταβροχθίζει μικρές κίτρινες μπαλίτσες, χωρίς να πιαστεί από τέσσερα φαντασματάκια που τον καταδίωκαν. Αν κάποιο από αυτά τον έπιανε, ο Pac-Man έχανε μία από τις τρεις ζωές του, και θλιμμένοι μουσικοί ήχοι ακούγονταν στο παιχνίδι. Ο Pac-Man μπορούσε επίσης να φάει τα φαντάσματα, αλλά τα τελευταία διέθεταν άπειρες ζωές και δεν σταματούσαν ποτέ να τον κυνηγάνε (Αναγνώστου 2009: 23 · Χρήστου 2007: 223). Οι νίκες, δηλαδή, του Pac-Man ήταν πάντα προσωρινές μέχρι να εξαντληθούν οι ζωές του και να ηττηθεί οριστικά. Όπως αναφέρει ο Σκαρπέλος (1999: 114), ο Pac-Man ήταν από την αρχή καταδικασμένος να αφανιστεί μέσα σε έναν λαβύρινθο που «ήταν ο κατεξοχήν άφευκτος τόπος». Σύμφωνα, πάλι, με τον Poole (2007: 307), ο Pac-man ήταν ο απόλυτος καταναλωτής, καθώς έψαχνε διαρκώς κάτι να φάει, αποτελώντας μια νέο-μαρξιστική παραλλαγή του ύστερου καπιταλισμού ή του ατόμου που ζει με ψευδαισθήσεις, ταυτίζοντας την υπέρτατη κατανάλωση με την ίδια του την ύπαρξη (Poole 2007: 307).

Ο *Pac-Man* υπήρξε ένα σύμβολο και άρεσε σε όλους, τόσο στα αγόρια όσο και στα κορίτσια. Από τη μία, η απλότητα και η ουδετερότητα του περιεχομένου του προσέλκυαν χιλιάδες παίκτες (Αναγνώστου 2009: 23), από την άλλη οι σημειωτικές του διαδικασίες ενθάρρυναν ποικιλότητες ερμηνείας, κάνοντάς το σαγηνευτικό. Επιπλέον, το παιχνίδι είχε και κάτι άλλο: έναν χαρακτήρα αναγνωρίσιμο. Έτσι δεν άργησε να γίνει αντικείμενο εμπορευματοποίησης, διακοσμώντας μπλουζάκια, καπέλα, πετσέτες κ.α.. Το 1982, έγινε τηλεοπτική σειρά για το ABC – ο τίτλος της σειράς ήταν ίδιος με εκείνον του παιχνιδιού –, που παιζόταν κάθε Σάββατο για δύο χρόνια. Ήταν η πρώτη τηλεοπτική σειρά καρτούν που βασίστηκε σε βιντεοπαιχνίδι. Ακολούθησαν διάφορες αντιγραφές και συνέχειες, όπως το *Pac-Land*. Ο *Pac-Man* θεωρείται το best-seller παιχνίδι arcade όλων των εποχών (Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 63 · Picard 2008: 5 · Wolf 2017: 123).

Τεράστια επιτυχία υπήρξε και το *Donkey Kong*, που δημιούργησε το 1981 ο Miyamoto για τη Nintendo, και συνέβαλε στην επιτυχή είσοδο της εταιρείας στην Αμερική. Θέμα του παιχνιδιού ήταν οι προσπάθειες ενός μυστακοφόρου ξυλουργού να σώσει μια πριγκίπισσα από έναν πίθηκο γιγαντιαίων διαστάσεων. Στη συνέχεια του παιχνιδιού, ο ξυλουργός αντικαταστάθηκε από έναν υδραυλικό, με τον χαρακτήρα του Μάριο να αποτελεί, μέχρι τις μέρες μας, έναν από τους πιο αναγνωρίσιμους ήρωες των ηλεκτρονικών παιχνιδιών (Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 64· Poole 2007: 56-57). Το 1983, ακολούθησε το *Mario Bros*, στο οποίο προστέθηκε και ο αδερφός του Μάριο, ο Λουίτζι, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα σε δύο παίκτες να συνεργάζονται για να πετύχουν τον σκοπό τους. Οι εχθροί εδώ δεν σκοτώνονταν πια με όπλα, αλλά με καρτουνίστικες μεθόδους, με τους ήρωες να πηδούν κάτω από πλατφόρμες για να σκοτώσουν τον εχθρό, να σκαρφαλώνουν και ούτω καθεξής (Poole 2007: 58). Το 1985, κυκλοφόρησε και η τρίτη συνέχεια του παιχνιδιού, το *Super Mario Bros*, στο οποίο εισήχθησαν διάφορα στοιχεία που έδιναν δύναμη στον ήρωα (όπως ήταν τα μαγικάμανιτάρια), και προστέθηκαν έξτρα ζωές (Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 64 · Poole 2007: 56-58). Τα γραφικά του *Super Mario* θύμιζαν ιαπωνικό καρτούν, ενώ επιπλέον, η μουσική του – που άλλαζε ανά επίπεδο δυσκολίας, ακολουθώντας, συγχρόνως, το ύφος και την ατμόσφαιρα του επιπέδου κάθε φορά – άγγιξε σχεδόν μυθικές διαστάσεις και συνεχίζει να επιβιώνει μέχρι και τον 21^ο αιώνα μέσω των συνεχειών του (Gibbons 2009: 40 · Mayra 2008: 76 · Χρήστου 2007: 231). Το *Super Mario Bros* γνώρισε μεγάλη επιτυχία, απευθυνόταν κυρίως σε αγόρια 8-14 ετών και έδωσε έναν διαχρονικό χαρακτήρα, ο οποίος χρησιμοποιήθηκε σε διάφορα άλλα παιχνίδια, σε κινηματογραφικές ταινίες το 1993 και το 2023 (με την πρώτη να είναι εμπορική

αποτυχία, και τη δεύτερη να σημειώνει εμπορική επιτυχία), σε τηλεοπτική σειρά το 1989, με τον τίτλο *The Super Mario Bros, Super Show!*, και σε μια ανθολογία κόμικς, το *Super Mario Adventures*, το 1992 (Lule 2016 · Picard 2008: 2).

Το 1982 κυκλοφόρησε, ακόμα, το πρώτο παιχνίδι δράσης που βασίστηκε σε ταινία. Ήταν το *Tron*, της Disney (Αναγνώστου 2009: 24). Ταινία και βιντεοπαιχνίδι βγήκαν με μικρή χρονική διαφορά μέσα στο ίδιο έτος, με το βιντεοπαιχνίδι να αποδεικνύεται πιο δημοφιλές συγκριτικά με την ταινία και να αποφέρει μεγαλύτερες εισπράξεις (Αναγνώστου 2009: 25). Το *Tron* (που με το πέρασμα του χρόνου εξελίχθηκε σε δικαιοχρηση/franchising που συμπεριλάμβανε πολλά βιντεοπαιχνίδια, βιβλία κόμικς και τηλεοπτικές σειρές) ήταν, επίσης, η πρώτη ταινία που ήρθε σε διάλογο με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια μέσω της θεματολογίας της, καθώς η υπόθεση του φιλμ περιστρεφόταν γύρω από τη ζωή ενός προγραμματιστή που μεταφέρεται μέσα σε έναν κόσμο λογισμικού ενός υπολογιστή, επιχειρώντας να βρει τον πατέρα του (Poole 2007: 131). Θεματικό συσχετισμό με τα βιντεοπαιχνίδια βρίσκουμε και σε κάποια επεισόδια τηλεοπτικών σόου, όπως στο *StarTrek: the next generation* (1987-1994) ή στο *Seinfeld* (1989-1998), που μπορεί να αφορούσαν τις επιπτώσεις που τα βιντεοπαιχνίδια είχαν στη ζωή κάποιου παίκτη ή να έδειχναν φανταστικά παιχνίδια που χρησιμοποιούσαν προηγμένη τεχνολογία (Wolf 2017: 124).

Εκείνη την περίοδο κυκλοφόρησαν, ακόμα, βιντεοπαιχνίδια που βασίστηκαν σε γνωστά τηλεοπτικά σόου. Για παράδειγμα, πάνω στο παιδικό σόου *Sesame Street* βασίστηκαν τα παιχνίδια *Alpha Beam with Ernie* (1983), *Big birds egg catch* (1983), *Cookie Monster Munch* (1983), ή στην τηλεοπτική σειρά *MASH* (1972-1983) (που είχε εμπνευστεί από την ομώνυμη ταινία του 1970) βασίστηκε το βιντεοπαιχνίδι *MASH* (1983) (Wolf 2017: 123). Επίσης, τα παιχνίδια προσέγγιζαν περισσότερο και ποικιλοτρόπως τον κινηματογράφο. Το 1982, η Infocom κυκλοφόρησε το παιχνίδι πλατφόρμας *Deadline* και το 1983 το *Planetfall* – παιχνίδια αμφοτέρα επιστημονικής φαντασίας. Το πρώτο βασιζόταν στα αστυνομικά στάνταρτς των ταινιών, και το δεύτερο αποτελούσε ένα από τα πρώτα παιχνίδια στα οποία εμφανιζόταν ένας σημαντικός δραματικός χαρακτήρας, που ήταν κάποιος άλλος εκτός από τον παίκτη (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 72). Η Lucasfilm, ακόμα, το 1982, δημιούργησε το τμήμα Games Group. Για να ενισχύσει τον τομέα αυτόν συνεργάστηκε, μάλιστα, με την Atari, η οποία επένδυσε στο συγκεκριμένο τμήμα ένα εκατομμύριο δολάρια. Σύμφωνα με τον αντιπρόεδρο της Lucasfilm, η κίνηση αυτή επέκτασης στα βιντεοπαιχνίδια ήταν στρατηγικής σημασίας, καθώς τα τελευταία γίνονταν ολοένα και

περισσότερο κινηματογραφικά. Το πρώτο, ωστόσο, κινηματογραφικό στούντιο που ασχολήθηκε με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια ήταν η Twentieth Century Fox, που δημιούργησε έναν τομέα ανάπτυξης σαν θυγατρική, χρησιμοποιώντας τίτλους από τον κατάλογο διανομής σαν βάση για τη δημιουργία βιντεοπαιχνιδιών, όπως το *Megaforce* (1982) και το *Fantastic Voyage* (1982) (Hall 2017: 88, 92), χωρίς αυτό να σημαίνει ότι όλα τα παιχνίδια που βασίστηκαν σε ταινίες υπήρξαν πετυχημένα.

Από τη δεκαετία του '80 και έπειτα, οι εταιρείες βιντεοπαιχνιδιών συνήθιζαν να δανείζονται τα βασικά στυλ δυο-τριών σημαντικών σκηνών των ταινιών πάνω στις οποίες βασίζονταν, με το υπόλοιπο παιχνίδι να μην έχει μετά ιδιαίτερη σχέση με την πλοκή της ταινίας (Poole 2007: 131). Ανέπτυσαν γραφικά εφάμιλλα με εκείνα των ταινιών και αντλούσαν από τον κινηματογράφο κάποιες βασικές φόρμες, όπως κυνηγητά αυτοκινήτων και εμφανίσεις τεράτων. Σταδιακά, και οι ταινίες άρχισαν να μιμούνται τα βιντεοπαιχνίδια. Ενδιαφέρονταν για την οπτική διακόσμηση και τα εννοιολογικά ζητήματα των βιντεοπαιχνιδιών, αντέγραφαν τα υπερβολικά sound effects και περιφρονούσαν τους νόμους της βαρύτητας (Poole 2007: 129). Λίγο αργότερα, μια μερίδα βιντεοπαιχνιδιών άρχισε να αποτελεί μέρος μιας σειράς ταινιών, με χαρακτηριστικό παράδειγμα το *Star Wars*, ένα από τα πιο κερδοφόρα franchising στην ιστορία της πολιτισμικής κατανάλωσης που συμπεριλαμβάνει, ανάμεσα σε άλλα, τηλεοπτικές σειρές, βιβλία κόμικς, ραδιοφωνικά έργα (Freeman 2017: 62). Το πρώτο βιντεοπαιχνίδι *Star Wars* ήταν ένα τρισδιάστατο παιχνίδι με όπλα (shoot 'em up), που κυκλοφόρησε το 1983, με στοιχεία αντλημένα από τις σκηνές δράσης των ομώνυμων ταινιών που είχαν προηγηθεί (το 1977, 1980, 1983) – στοιχεία που στο παιχνίδι μετατρέπονταν σε απλά αντικείμενα, όπως ήταν τα πράσινα και κόκκινα λείζερ. Τα πρώτα παιχνίδια δεν επαναλάμβαναν την ταινία, παρά αποσπούσαν κάποια στοιχεία από αυτή (Poole 2007: 137). Τη δεκαετία, ωστόσο, του '90 τα πράγματα άλλαξαν, με τα παιχνίδια της σειράς να αποτελούν πλέον αναπόσπαστο μέρος των κινηματογραφικών ταινιών.

Το 1982, κυκλοφόρησε βιντεοπαιχνίδι από τους Parker Brothers, που βασίστηκε στο *Spider-Man* της Marvel. Το συγκεκριμένο βιντεοπαιχνίδι, όπως και το *Superman* του 1979, χρησιμοποιούσε απλώς αφηρημένες εκδοχές από σκηνές των βιβλίων κόμικς, οι οποίες μετατρέπονταν σε παιγνιώδεις καταστάσεις για να ενταχθούν στα βιντεοπαιχνίδια. Δύο χρόνια αργότερα, κυκλοφόρησαν τα βιντεοπαιχνίδια *Quest probe Featuring Spider-Man* και *Quest probe Featuring Hulk*, τα οποία προσπάθησαν να προσαρμόσουν στο περιεχόμενό τους τα

αφηγηματικά μοτίβα των κόμικς των υπερ-ηρώων, με τους παίκτες να προσπαθούν πλέον να συλλέγουν στοιχεία και να επιλύουν παζλ προκειμένου να μάχονται τους εχθρούς τους και όχι απλά να εκτελούν κινήσεις βασισμένες στις δεξιότητες (Rauscher et al. 2021: 1).

Το 1982-1983, κυκλοφόρησε μια σειρά από μίνι κόμικς από τη CD Comics για την Atari, τα οποία προσφέρονταν σε πακέτο μαζί με βιντεοπαιχνίδια, όπως το *Centipede* (όπου δινόταν ένας τόμος) ή το *Force* (όπου δίνονταν πέντε τόμοι). Τα βιβλία αυτά προσέθεταν ένα υπόβαθρο στις ιστορίες των βιντεοπαιχνιδιών, προσδίδοντας βάθος στην αφήγηση και αυξάνοντας το ενδιαφέρον των παικτών, και οι περιπέτειες των ηρώων αντικατόπτριζαν το θέμα και το σκηνικό των παιχνιδιών (Labarre 2021: 20 · Rauscher et al. 2021: 2). Επίσης, τα κόμικς χρησιμοποιήθηκαν και για τη διαφήμιση βιντεοπαιχνιδιών, όπως το *Battlezone* (1983) ή το *Moon Patrol* (1983), ενώ επιπλέον, βιντεοπαιχνίδια εμφανίζονταν στα περιεχόμενα ιστοριών βιβλίων κόμικς όπως και στα εξώφυλλα, με χαρακτηριστικό παράδειγμα εξωφύλλου το *Everyting Archie*. Νο 106, που κυκλοφόρησε το 1983, και δείχνει τον Archie να ονειρεύεται ότι δέχεται επίθεση από εικονικούς χαρακτήρες βιντεοπαιχνιδιών (Labarre 2021: 18-19, 22)

Τη δεκαετία του 1980, πραγματοποιήθηκε η πρώτη μεγάλη επίθεση στα βιντεοπαιχνίδια. Το 1982, ο Γενικός Συνταγματάρχης Everett Koop, σημαντική μορφή του αμερικανικού συστήματος υγείας, δήλωσε, χωρίς να υπάρχει επιστημονική βάση ή απόδειξη, ότι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια έχουν καταστροφικές συνέπειες στους νέους, τόσο στη σωματική τους όσο και στην πνευματική τους υγεία. Κατηγορούσε τα βιντεοπαιχνίδια ότι προκαλούσαν ένταση, παραβατική συμπεριφορά και προδιάθεση για βία (Williams 2005: 19 · Poole 2007: 149). Σε αυτό το κύμα λασπολογίας γύρω από την επικινδυνότητα των ηλεκτρονικών παιχνιδιών συνέβαλλαν σημαντικά τα MME. Το *Time*, για παράδειγμα, ανέφερε σε άρθρο του ότι τα παιδιά που παίζουν βιντεοπαιχνίδια αιθουσών ψυχαγωγίας είναι επιρρεπή στην ομοφυλοφιλία, στην πορνεία και στο αλκοόλ. Μετά την εξαπόλυση των κατηγοριών από τον Γενικό Συνταγματάρχη, ερευνητές επιχείρησαν να επιβεβαιώσουν την ύπαρξη αρνητικών επιδράσεων στους νέους, αλλά χωρίς θετικό αποτέλεσμα (Poole 2007: 149). Ο πόλεμος εναντίον των βιντεοπαιχνιδιών γίνεται πιο κατανοητός, αν ληφθούν υπόψη και οι ιστορικές συγκυρίες: το 1981-1982 ήταν η περίοδος κυβέρνησης των συντηρητικών του Reagan, που έβλεπαν στα παιχνίδια αιθουσών ψυχαγωγίας μια απειλή, διότι συγκέντρωναν, χωρίς διακρίσεις, άτομα διαφορετικών εθνικοτήτων και ηλικιών (Williams 2005: 10).

Το 1983, σημειώθηκε η δεύτερη κρίση στην αγορά των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, και συγκεκριμένα στα παιχνίδια κονσόλας και αιθουσών ψυχαγωγίας. Η κατασκευή ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού είχε γίνει πλέον εύκολη και φτηνή, με αποτέλεσμα διάφορες εταιρείες να λανσάρουν πολλά παιχνίδια στην αγορά, χωρίς, όμως, να έχουν κάνει προηγουμένως την απαραίτητη έρευνα αγοράς γύρω από τις προτιμήσεις του κοινού. Επιπλέον, την ίδια περίοδο, όπως αναφέρθηκε προωτέρα, άρχισαν να διαδίδονται οι προσωπικοί υπολογιστές, που ήταν ισχυρότεροι από τις κονσόλες, και μπορούσαν να χρησιμοποιούνται και για άλλους σκοπούς πέρα από τα παιχνίδια (Αναγνώστου 2009: 35 · Wolf 2017: 121). Συνέπεια των παραπάνω ήταν: α) οι πωλήσεις των ηλεκτρονικών παιχνιδιών για κονσόλες να μειωθούν πολύ, β) η αγορά των παιχνιδιών με κέρμα να πέσει κατακόρυφα, γ) η Atari να χάσει το μονοπώλιο, διότι το *Pac-man*, που ήταν ένα πετυχημένο arcade, δεν μεταφέρθηκε καλά σε κονσόλα, και το παιχνίδι *E.T.* καταγράφηκε ως ένα από τα πιο αποτυχημένα παιχνίδια στην ιστορία της εταιρείας (ήταν φτωχά σχεδιασμένο και μπερδεμένο, αποπροσανατολίζοντας τους παίκτες), με εκατομμύρια κόπιες να μένουν απούλητες, και με τις κασέτες να πετάγονται σε έναν λάκκο στο New Mexico) (Brumfiel 2017 · Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 60), δ) η βιομηχανία του κινηματογράφου να αρχίσει να χάνει το ενδιαφέρον της για τα βιντεοπαιχνίδια (Αναγνώστου 2009: 35 · Picard 2008: 2). Ωστόσο, η εισαγωγή ιαπωνικών κονσόλων (Nintendo Entertainment System και Sega Master System) στις ΗΠΑ έδωσε νέα ώθηση στην αγορά. Η Nintendo και η Sega ανανέωσαν το ενδιαφέρον του Hollywood, και έτσι οι εταιρείες παραγωγής βιντεοπαιχνιδιών άρχισαν πάλι να αγοράζουν τα δικαιώματα ταινιών για να τα μετατρέψουν σε παιχνίδια (Αναγνώστου 2009: 36 · Picard 2008: 2 · Wolf 2017: 121).

Όσον αφορά τη μουσική επένδυση των βιντεοπαιχνιδιών, το μουσικό είδος που συνδέθηκε ιδιαίτερα με αυτά στις αρχές της δεκαετίας του '80 ήταν η ηλεκτρονική μουσική *chip music*, δηλαδή η οκτάμπιτη μουσική (Πετρίδης 2018: 238). Από τους σταρ της εποχής ήταν ο μουσικός Rob Hubbard, που είχε συνθέσει μουσική για διάφορα βιντεοπαιχνίδια (όπως ήταν το *Monty on the run*, *Master of Magic*, *Light force*) και κυρίως για τους μικροϋπολογιστές όπως ήταν ο Commodore 64. Η μουσική του επιβιώνει σήμερα σε συλλεκτικό cd (Poole 2007: 126-27). Επίσης, δεν έλειψαν και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που αποτέλεσαν πηγή έμπνευσης για τους καλλιτέχνες. Το 1987, για παράδειγμα, κυκλοφόρησε το παιχνίδι *Mega Man*, από την Capcom για το NES, το οποίο ακολουθήθηκε από μια συνέχεια παιχνιδιών. Ήταν ένα βιντεοπαιχνίδι με θέμα αντλημένο από τον χώρο της επιστημονικής φαντασίας και της λογοτεχνίας *cyberpunk*, το οποίο ενέπνευσε

πολλά μουσικά συγκροτήματα εποχής, όπως τους Powerglove, NESkimos, The Advantage, Mini bosses, Horse theB and, Nintendo Core, The Megas, Proto men · συγκροτήματα που είτε διασκεύαζαν ορχηστρικά διάφορα θέματα του αρχικού παιχνιδιού, είτε έγραφαν νέα κομμάτια με στίχους που εμπνεύστηκαν από το παιχνίδι (Πετρίδης 2018: 240).

Εκείνη την περίοδο δημιουργήθηκαν, επίσης, βιντεοπαιχνίδια στα οποία μουσικοί καλλιτέχνες εμφανίζονταν σαν χαρακτήρες. Η πρώτη μπάντα που παρουσιάστηκε σε βιντεοπαιχνίδι ήταν η Journey, το 1982, στο κλασικό Atari *Journeys Escape*, από την Data Age. Το παιχνίδι περιείχε μόνο το τραγούδι *Don't stop believing*. Σκοπός του παιχνιδιού ήταν ο παίκτης, ο οποίος ήταν στον δρόμο με την μπάντα Journey, να οδηγήσει το κάθε μέλος του συγκροτήματος μακριά από τις ορδές των groupies, των παπαράτσι και των παραγωγών, φυγαδεύοντάς τους όλους στο ίδιο όχημα. Λίγους μήνες αργότερα, κυκλοφόρησε και η εκδοχή για παιχνίδια αιθουσών ψυχαγωγίας, με φωτογραφίες από ψηφιακή κάμερα να τοποθετούνται πάνω σε ψηφιακές εικόνες γραφικών σωμάτων. Σε αυτή την εκδοχή παίζονταν διάφορα κομμάτια της μπάντας, ήδη γνωστά ή που ήθελαν να προωθήσουν (Collins 2008: 37-37).

Πλησιάζοντας προς το τέλος της δεκαετίας του '80, θα σταθούμε στο έτος 1989. Εκείνη τη χρονιά, η Nintendo κυκλοφόρησε το πετυχημένο Game boy (που υποστήριζε πολλά παιχνίδια μέσω κασετών) και, σε συνεργασία με το Universal Studio, δημιούργησε την ταινία *The Wizzard*, του Todd Holland, η οποία ήταν, συγχρόνως, μια πολύ καλή διαφήμιση για τα προϊόντα της Nintendo (όπως το NES και το Power Glove), αλλά και για το *Super Mario Bros 3* που θα κυκλοφορούσε το 1990 (τα τρία παιδιά που πρωταγωνιστούσαν στην ταινία έπαιζαν το συγκεκριμένο παιχνίδι). (Αναγνώστου 2009: 27). Η ταινία πήγε καλά και συνέβαλλε στην αύξηση της δημοτικότητας του *Super Mario Bros*, με το παιχνίδι να πουλάει πάνω από 17 εκατομμύρια κόπιες παγκοσμίως (Picard 2008: 2). Την ίδια χρονιά, κυκλοφόρησε με επιτυχία στον διεθνή χώρο το γαλλικό παιχνίδι πλατφόρμας, *North and South*, της Info Games, το οποίο ήταν ένα παιχνίδι δράσης και στρατηγικής, που βασίστηκε στο βιβλίο κόμικς, *Lus Tuniques Bleues* (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 67· Lattore 2013: 142, 148). Σε βιβλίο κόμικ βασίστηκε και το βιντεοπαιχνίδι πλατφόρμας *Teenage Mutant Ninja Turtles* που προωθήθηκε, επίσης, το 1989, και ακολουθήθηκε από άλλα παιχνίδια κονσόλας, καθώς και από κινηματογραφική ταινία, ενώ δύο χρονιές πριν είχε γυριστεί και τηλεοπτική σειρά (Picard 2008: 2). Το ίδιο έτος, βγήκε και το παιχνίδι στρατηγικής, *Sim City*, που σημείωσε μεγάλη επιτυχία. Στο *Sim City* ο παίκτης καλούνταν να αναλάβει τον ρόλο

του δημάρχου και, με τη βοήθεια ενός Συμβουλίου, δημιουργούσε δρόμους, κατασκεύαζε διάφορα κτήρια και αντιμετώπιζε διάφορα προβλήματα (όπως επιδημίες ή ζητήματα περιβαλλοντικά) (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 77 · Χρήστου 2007: 229-230). Ήταν ένα παιχνίδι που έδινε στον παίκτη τη δυνατότητα να το παίζει ‘θεός’ και αποτέλεσε ένα από τα πρώτα ηλεκτρονικά παιχνίδια κοινωνικο-πολιτικής εκπαίδευσης (Poole 2007: 66). Το 1989, τέλος, η Lucas Arts λάνσαρε τόσο την ταινία *Indiana Jones and the last crusade*, που υπήρξε τεράστια εισπρακτική επιτυχία, όσο και το ομώνυμο, ιδιαίτερα πετυχημένο, βιντεοπαιχνίδι πλατφόρμας (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 74).

4.5. Δεκαετία του 1990 – Διαμεσικότητα

Τη δεκαετία του ’90, οι κινηματογραφιστές ενδιαφέρονταν όλο και περισσότερο για τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ο Steven Spielberg, που το 1995 ίδρυσε την Dream works Interactive, ένα τμήμα ειδικό για την παραγωγή βιντεοπαιχνιδιών, και το 1999 δημιούργησε το, βασισμένο σε δική του ιδέα, παιχνίδι *Medal of honor*. Η δεκαετία του ’90 ήταν εκείνη η περίοδος, κατά την οποία οι κονσόλες είχαν εξελιχθεί τεχνικά (μέσω της εισαγωγής των επεξεργαστών 16bit) (Αναγνώστου 2009: 34), οι προσωπικοί υπολογιστές άκμαζαν χάρη στις εξελίξεις στον ήχο και στα γραφικά, το διαδίκτυο αναπτυσσόταν σταδιακά, δίνοντας τη δυνατότητα να δημιουργηθεί μία νέα κατηγορία παιχνιδιών, τα MMORPGs (Massive Multiplayer Online Role Play Games), το franchising ανθούσε και γενικότερα, η βιομηχανία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών είχε απογειωθεί (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 79 · Ivory 2015: 13 · Picard 2008: 1).

Στα τέλη του ’80-αρχές του ’90, κυριαρχούσαν οι μασκότ δύο εταιρειών: α) ο Mario ο υδραυλικός, της Nintendo, ο οποίος είχε μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα στα παιδιά της Αμερικής από ότι ο Mickey Mouse, β) ο Sonic ο σκαντζόχοιρος, της Sega, που εισέβαλε δυναμικά στην αγορά επιδιώκοντας να σπάσει το μονοπώλιο της Nintendo (Tulis & Harris 2020). Ήδη από εκείνη την περίοδο, ένας μεγάλος αριθμός εφήβων ενδιαφερόταν περισσότερο για τα βιντεοπαιχνίδια παρά για την ποπ μουσική. Όπως αναφέρει ο Poole (2007), η Nintendo ήταν οι Beatles της εποχής, προσφέροντας μια ασφαλή διασκέδαση για όλη την οικογένεια και προωθώντας, συγχρόνως, μια συντηρητική εικόνα αθωότητας. Η Sega, από την άλλη, απευθυνόταν και σε πιο σκληροπυρηνικούς παίκτες (Poole 2007: 15, 258), ενώ επιπλέον, με τον Sonic τον σκαντζόχοιρο

γνώρισε τεράστια εμπορική επιτυχία το 1991, με τις πωλήσεις του βιντεοπαιχνιδιού να φτάνουν στα 4,34 εκατομμύρια δολάρια παγκοσμίως (VGChartz, 2006-2024). Ο Sonic είχε πάρει στοιχεία τόσο από το στυλ των καρτούνς της Warner Bros, αποτελώντας έναν συνδυασμό του Felix του γάτου με τον Mickey Mouse, όσο και από την παράδοση των ιαπωνικών κόμικς (manga): μεγάλα κεφάλια, μικρά σώματα (Poole 2007: 262). Δύο χρόνια αργότερα, ακολούθησε με επιτυχία και παιδική τηλεοπτική σειρά που βασιζόταν στο συγκεκριμένο παιχνίδι και που αποτέλεσε, επιπλέον, πηγή έμπνευσης για ακόμη ένα βιντεοπαιχνίδι (*Sonic Spinball*, 1993), όπως και για μια σειρά βιβλίων κόμικς με τον ίδιο τίτλο (*Sonic the Hedge Hog*), από τις εκδόσεις Archie Comics. Το πρώτο ολοκληρωμένο τεύχος κόμικ της σειράς κυκλοφόρησε το 1993, ενώ συνολικά κυκλοφόρησαν 290 τεύχη σε περίπου 20 χρόνια. Το συγκεκριμένο περιοδικό κόμικς κέρδισε το 2008 το βραβείο Γκίνες ως το μεγαλύτερης διάρκειας περιοδικό κόμικς που βασίστηκε σε βιντεοπαιχνίδι (Guerrero, 2008), συμβάλλοντας παράλληλα στο να προστεθεί μεγαλύτερη ιστορία στο βιντεοπαιχνίδι και μεγαλύτερη διάδραση ανάμεσα στους χαρακτήρες (Pedronay 2003: 2009).

Τη δεκαετία του '90, τα παιχνίδια αιθουσών ψυχαγωγίας άρχισαν να ξαναγίνονται δημοφιλή χάρη σε κάποια πολεμικά παιχνίδια, όπως το *Street fighter II* (1991) και το *Mortal Combat* (1992). Μέχρι και τα μέσα του '90, πάνω από εκατό πολεμικά παιχνίδια με κέρμα είχαν κατασκευαστεί από περισσότερες από είκοσι εταιρείες, ενώ επιπλέον, τα κινηματογραφικά στούντιο είχαν προσαρμόσει κάποια από αυτά για ταινίες δράσης, θεωρώντας τα κατάλληλο υλικό λόγω των μαχών και της στυλιζαρισμένης γραφικής βίας (Picard 2008: 2). Το *Mortal Kombat*, για παράδειγμα, το οποίο θεωρείται από τα πιο αγαπημένα και πετυχημένα βιντεοπαιχνίδια μάχης που ακολουθήθηκε από μια σειρά συνεχιών, αποτέλεσε τη βάση για τρεις κινηματογραφικές ταινίες δράσης (το 1995, το 1997 και το 2021 αντίστοιχα) και μια σειρά κινούμενων σχεδίων (με τον τίτλο *Mortal Kombat: Defenders of the Realm*, που παίχτηκε το 1996, αλλά δέχτηκε αρνητικές κριτικές). Όντας ένα βιντεοπαιχνίδι που εμπεριείχε βία, το *Mortal Kombat* προκάλεσε ανησυχίες σε πολλούς γονείς, με αποτέλεσμα να εγκαθιδρυθεί το 1994 στη βιομηχανία των βιντεοπαιχνιδιών ένα σύστημα αξιολόγησης (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 82).

Από τα πιο δημοφιλή βιντεοπαιχνίδια της δεκαετίας ήταν και το *Doom*, της id.software, που κυκλοφόρησε το 1993, χάρη στο οποίο εδραιώθηκε στην αγορά η κατηγορία των βιντεοπαιχνιδιών βολών πρώτου προσώπου. Το *Doom* υποστήριζε μέχρι και τέσσερις παίκτες ταυτόχρονα μέσω τοπικού δικτύου, εισάγοντας έτσι τις συνεδρίες πολλών παικτών. Σε αυτές

συγκεντρώνονταν ομάδες ατόμων σε έναν χώρο για να συμμετάσχουν στο ίδιο παιχνίδι (Αναγνώστου 2009: 30). Το παιχνίδι κυκλοφόρησε αρχικά ως shareware, δηλαδή μέσω δωρεάν διαδικτυακής διανομής, αλλά η δημοτικότητά του συνέβαλλε σημαντικά στις πωλήσεις των επόμενων παιχνιδιών (που δεν κυκλοφόρησαν ως shareware), όπως εκείνο του 1995. Το *Doom* είχε βασιστεί σε θεματικές πλευρές της ταινίας επιστημονικής φαντασίας *Aliens: there turn* και της ταινίας τρόμου *Evil Dead II* (ενώ επιπλέον, το 2005 κυκλοφόρησε ταινία που στηρίχτηκε σε αυτό) (Χρήστου 2009: 207). Θετική ανταπόκριση είχε και το soundtrack του *Doom*, του συνθέτη Gordon. Δεν έλειψαν, ασφαλώς, και οι αρνητικές κριτικές σχετικά με τη βία του παιχνιδιού, ενώ επιπλέον, το 1999, το *Doom* μπήκε στο στόχαστρο επιθέσεων, όταν δύο έφηβοι σκότωσαν 12 συμμαθητές τους και έναν καθηγητή στο Λύκειο Columbine και μετά αυτοκτόνησαν. Τα δύο αυτά παιδιά ήταν φανατικοί παίκτες του βιντεοπαιχνιδιού, και το *Doom* δεν άργησε να γίνει αποδιοπομπαίος τράγος (Lule 2016: 357· Harris & Klebold 2006).

Τη δεκαετία του '90, στον χώρο της δημιουργίας βιντεοπαιχνιδιών άρχισε να εισβάλλει η λογική των τηλεοπτικών σειρών, στις οποίες προβαλλόταν κάθε εβδομάδα ένα σύντομο επεισόδιο μιας ευρύτερης ιστορίας, αφήνοντας αναπάντητα ερωτήματα για το επόμενο. Ενώ έως τότε ο παραδοσιακός τρόπος ανάπτυξης των βιντεοπαιχνιδιών βασιζόταν στη δημιουργία ενός πλήρους και αυτοτελούς παιχνιδιού διάρκειας 10-30 ωρών περίπου, με λιανική πώληση και σχετικά υψηλή τιμή, εταιρείες είχαν αρχίσει πλέον να δημιουργούν και ηλεκτρονικά παιχνίδια που διαχωρίζονταν σε ημιαυτόνομα επεισόδια μικρής διάρκειας, με την περιοδική τους διάθεση σε χαμηλή τιμή. Επιτυχημένο βιντεοπαιχνίδι σε επεισόδια ήταν το *Sam and Max*, της Lucas Arts, που κυκλοφόρησε το 1993 και του οποίου οι χαρακτήρες βασιζόνταν επιπλέον στους χαρακτήρες του κόμικς που είχε παρουσιαστεί το 1987 (Αναγνώστου 2009: 121).

Σημαντική εξέλιξη του είδους της περιπέτειας των βιντεοπαιχνιδιών ήταν οι ψηφιοποιημένες εμπειρίες διαδραστικής ταινίας. Το 1993, κυκλοφόρησε το βιντεοπαιχνίδι περιπέτειας και παζλ *7th Guest* (που βγήκε μόνο σε cd rom), του οποίου τα γραφικά ήταν ψηφιοποιημένα αποσπάσματα ταινίας συμπληρωμένα από κανονικούς ηθοποιούς (Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 83-84 · Wolf 2003: 6). Την ίδια χρονιά κυκλοφόρησε και το *Myst*, ένα επιτυχημένο παιχνίδι περιπέτειας και παζλ για υπολογιστή, με τους κριτικούς να δίνουν έμφαση στην ικανότητα του παιχνιδιού να βυθίζει τους παίκτες σε έναν φανταστικό κόσμο, χάρη στην ισχυρή αφηγηματικότητά του και την ατμόσφαιρά του. Στις πηγές έμπνευσής του

συμπεριλαμβάνεται το βιντεοπαιχνίδι *Zork*, το σύμπαν του *Star Wars* και τα μυθιστορήματα του J. Verne και του C.S. Lewis (Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 84).

Το 1994 κυκλοφόρησε το πρώτο ηλεκτρονικό παιχνίδι που απευθυνόταν ειδικά σε κορίτσια, το *Hawaii High: the mystery of the iki*, της Sanctuary Woods. Η δημιουργός του παιχνιδιού ήταν η συγγραφέας των κόμικς *Barbie* και σχεδιάστρια της Wonder woman. Το παιχνίδι δεν υπήρξε επιτυχία, πιθανόν λόγω του χαμηλού προϋπολογισμού του. Η επιτυχία των βιντεοπαιχνιδιών για κορίτσια ήρθε με το *Barbie fashion designer*, το 1996 (Cassell & Jenkins 1998: 10, 15). Ενδιαφέρον παρουσιάζει, επίσης, το βιντεοπαιχνίδι beat 'em up *Comix Zone* της Sega, που κυκλοφόρησε το 1995. Το περιβάλλον του θύμιζε σελίδες κόμικς, αποτελούμενο από διάφορα πάνελ, και ο παίκτης έπρεπε να ολοκληρώσει σελίδες αντί για επίπεδα (Backe 2021: 74 · Rauscher 2021: 4).

Πριν περάσουμε στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του '90, θα αναφερθούμε και στο *Wipeout*, που κυκλοφόρησε το 1995, στο οποίο οι παίκτες πιλοτάριζαν πλοία σε φουτουριστικά περιβάλλοντα αγώνων. Ανάμεσα στα ελκυστικά χαρακτηριστικά του παιχνιδιού ήταν η τέκνο μουσική. Το soundtrack εμπεριείχε, επίσης, ηλεκτρονικά κομμάτια των Orbital, Leftfield, Chemical brothers κ.α. Η επιτυχία του παιχνιδιού ήταν τόσο μεγάλη που ώθησε συγκροτήματα, όπως τους Prodigy και Underworld, να θελήσουν να ενσωματώσουν μουσικά τους κομμάτια στη συνέχεια του παιχνιδιού. Στο τρίτο, επιπλέον, παιχνίδι της σειράς, στο *Wip3out*, το 1999, ο έλεγχος του soundtrack δόθηκε στον τότε superstar dj Sasha, ο οποίος έφερε το βιντεοπαιχνίδι πιο κοντά στη χορευτική μουσική (Collins 2008: 41 · Poole 2007: 20). Γενικότερα, η σχέση μεταξύ των κατασκευαστών βιντεοπαιχνιδιών και γνωστών μπαντών γινόταν στενότερη. Το 1996, κυκλοφόρησε το *Quake*, το soundtrack του οποίου δημιούργησε ο Trent Reznor από τους Nine inch nails (Collins 2018: 38). Το 1997, επίσης, η δημοτικότητα του βιντεοπαιχνιδιού *Fifa 89* συνέβαλε με τη σειρά του στη δημοτικότητα του συγκροτήματος Crystal method, που είχε συνθέσει τη μουσική του παιχνιδιού (Χρήστου 2007: 44).

Στο δεύτερο μισό της δεκαετίας, κυκλοφόρησαν, ανάμεσα σε άλλα, τα: α) *Final Fantasy VII* (της Square Enix), που ήταν ένα βιντεοπαιχνίδι με κινηματογραφικές σκηνές και με μια μουσική (του συνθέτη Nobuo Uematsu) που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ορόσημο στην εξέλιξη των soundtracks των ηλεκτρονικών παιχνιδιών (Consalvo 2009: 136 · Poole 2007: 77), β) *Blade Runner* (της Virgin Interactive), που ψηφίστηκε ως το καλύτερο βιντεοπαιχνίδι περιπέτειας

εκείνη τη χρονιά, αποτελώντας ένα πετυχημένο sidequel¹⁰ της ομώνυμης ταινίας του 1982, γ) *Gran Turismo* (της Sony Interactive), που ήταν ένα παιχνίδι εξομοίωσης αγώνων για το Playstation, καθώς και ένα από τα πιο δημοφιλή βιντεοπαιχνίδια αγώνων), δ) *Grand Theft Auto* (της DMA), βιντεοπαιχνίδι δράσης-περιπέτειας που πούλησε εκατομμύρια μονάδες, ενώ την ίδια στιγμή χαρακτηρίστηκε από τη Βρετανική Ομοσπονδία Αστυνομίας ως ένα παιχνίδι αρρωστημένο (Poole 2007: 357). Πρόκειται για βιντεοπαιχνίδια με soundtracks που εμπεριείχαν τόσο πρωτότυπα μουσικά κομμάτια όσο και γνωστά τραγούδια καλλιτεχνών. Για παράδειγμα, στη συνέχεια του *Grand Theft Auto* (το 2004), υπήρχαν διάφορα μουσικά κομμάτια της gangsta rap (από καλλιτέχνες, όπως οι NWA, Dr. Dre, Easy E και Tupac), που αποσκοπούσαν να βοηθούν τον παίκτη να τοποθετείται την κατάλληλη χρονική περίοδο και να δημιουργούν την κατάλληλη ατμόσφαιρα (Murray 2005: 94).

Η υψηλής ποιότητας μουσική που άρχισαν να έχουν τα βιντεοπαιχνίδια έκτοτε, ώθησε τη μουσική βιομηχανία προς νέες κατευθύνσεις (οδηγώντας την ακαδημαϊκό Norma Coates να αναρωτιέται για την πιθανότητα να μετατραπούν οι Σπουδές Ήχου σε Σπουδές Soundtrack) (Coates 2008: 123, 128). Ήδη από τις αρχές της δεκαετίας, είχαν αρχίσει να παρουσιάζονται ροκ διασκευές μουσικών θεμάτων βιντεοπαιχνιδιών, όπως του θέματος του *Paper boy* της Atari από το συγκρότημα *Autoclave* ή του *Super Mario Bros* της Nintendo από τους *Mr. Bungle*. Τα συγκροτήματα που διασκεύαζαν μουσικά θέματα των βιντεοπαιχνιδιών της Nintendo, χρησιμοποιούσαν παράλληλα με τα κλασικά όργανα της ροκ και οκτάμπιτους ήχους από παιχνίδια ή ήχους που τα θύμιζαν. Όσο για τους στίχους (όταν υπήρχαν, διότι οι περισσότερες διασκευές ήταν ορχηστρικές) και τη γενικότερη αισθητική, χαρακτηρίζονταν από μοτίβα και μορφές εμπνευσμένα από τον κόσμο των συγκεκριμένων παιχνιδιών (Πετρίδης 2018: 238-240).

Τα βιντεοπαιχνίδια υπήρξαν σαφώς πηγή έμπνευσης για τους μουσικούς, όπως και για την κατασκευή μουσικών ταυτοτήτων (Πετρίδης 2018: 238-240). Η δημιουργία soundtracks για δημοφιλή βιντεοπαιχνίδια βοήθησε, επίσης, καλλιτέχνες να εκτεθούν και σε νέες γενιές πιθανών fans. Ο David Bowie, για παράδειγμα, έγραψε το 1999 εξολοκλήρου το άλμπουμ του παιχνιδιού *Omikron: The nomad soul*, και αποτέλεσε και ο ίδιος έναν ψηφιακό χαρακτήρα του παιχνιδιού (Poole 2007: 25-26). Υπήρξαν ακόμα βιντεοπαιχνίδια που συνδέθηκαν με συγκεκριμένους καλλιτέχνες, όπως το *Revolution x*, το 1994, που συνδέθηκε με τους Aerosmith, και στο οποίο

¹⁰ Δηλαδή, αφηγούνταν μια αυθεντική ιστορία που εξελισσόταν παράλληλα με τη βασική πλοκή του φιλμ.

ακούγονταν πέντε τραγούδια τους. Στο παιχνίδι ο παίκτης έπρεπε να ρίξει cds στους εχθρούς για να σώσει τα μέλη της μπάντας (Collins 2008: 36).

Από τα τέλη της δεκαετίας του '80 μέχρι και τα μέσα του '90, ιδιαίτερη δημοτικότητα απολάμβανε και η ιαπωνική ποπ κουλτούρα, με τους δυτικούς φανς να ελκύονται από τα manga¹¹ και τα anime¹². Τα περισσότερα δημοφιλή manga και anime είχαν μεταφερθεί, εξάλλου, σε βιντεοπαιχνίδια, πολλά εκ των οποίων είχαν εισαχθεί στην Ευρώπη και στη Β. Αμερική. Χαρακτηριστικά είναι τα anime *Akira* (1988) και το *Ghost in the shell* (1996), βασισμένα και τα δύο σε manga, στα οποία βασίστηκαν αργότερα βιντεοπαιχνίδια. Τα βιντεοπαιχνίδια που βασίστηκαν σε καρτούνς/κόμικς στις ΗΠΑ ήταν λιγότερα σε σχέση με την Ιαπωνία, αντλώντας κυρίως έμπνευση από τους χαρακτήρες της Disney, καθώς και από δημοφιλείς σειρές καρτούνς, όπως το *The Simpsons*, μέχρι τη στιγμή που άρχισαν οι ταινίες να χρησιμοποιούν 3-D computer animation από εταιρείες όπως η Pixar και η Dreamworks. Έκτοτε, σχεδόν κάθε ταινία που έβγαине από τα συγκεκριμένα στούντιο γινόταν βιντεοπαιχνίδι. Επίσης, μεγάλο μέρος των βιντεοπαιχνιδιών βασίστηκε στους σούπερ-ήρωες της Marvel και της D. C. Comics, με πιο περιζήτητους τους ήρωες X-Men και Superman στη Marvel, Spider-Man και Batman στη D. C. Comics (Picard 2008: 4).

Τη δεκαετία του '90 έχουμε και την ανάπτυξη των MMORPGs. Το *Never winter Nights* θεωρείται από μια μερίδα ατόμων το πρώτο MMORPG με 2D γραφικά, το οποίο δεχόταν μέχρι 200 παίκτες και έτρεξε από το 1991 ως το 1997 (Achterbosch et.al 2008: 8). Το *Meridian 59* χαρακτηρίζεται ως το πρώτο τρισδιάστατο MMORPG, το οποίο κυκλοφόρησε το 1996, είχε μηνιαία συνδρομή και ήταν εκείνο που εισήγαγε τον όρο “massively multiplayer”, με τη 3DO να χρησιμοποιεί τον συγκεκριμένο όρο μαζί με το “persistent world” (συνεχής κόσμος) προκειμένου να περιγράψει το παιχνίδι στον τύπο (Achterbosch et al. 2008: 8). Το 1997, κυκλοφόρησε το *Ultima Online*, το πρώτο εμπορικά επιτυχημένο MMORPG, κερδίζοντας αμέσως 100000 παίκτες, όπως υπήρξε και το πρώτο στο οποίο εφαρμόστηκε ο μηχανισμός ‘crafting’, που επέτρεπε σε παίκτες να κατασκευάζουν τα δικά τους όπλα ή άλλα αντικείμενα (Achterbosch et al. 2008: 9· Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 87). Δύο χρόνια αργότερα, κυκλοφόρησε το *Ever Quest*, το οποίο επικεντρωνόταν περισσότερο σε ένα μοντέλο συνεργασίας παρά στο μοντέλο player versus player,

¹¹ Κόμικς και εκτυπωμένα καρτούνς.

¹² Φίλμ κινούμενων σχεδίων σύμφωνα με την αισθητική των manga.

και εισήγαγε την ιδέα των raids, των ομάδων ανθρώπων που σχηματίζονται προκειμένου να ξεπεράσουν μαζί δύσκολες καταστάσεις (Achterbosch et al. 2008: 11).

Θα κλείσουμε την αναφορά μας στη δεκαετία του 1990 τόσο με το αγγλικό βιντεοπαιχνίδι *Tomb Raider*, της Core Design, σχεδιασμένο για διάφορες πλατφόρμες, όσο και με το ιαπωνικό *Pokemon* ή *Pocket monsters*, της Nintendo. Το *Tomb Raider* ήταν ένα παιχνίδι δράσης-περιπέτειας που έκανε την εταιρεία έκδοσής του μία από τις πιο επιτυχημένες βρετανικές εταιρείες εκείνη την περίοδο και πούλησε πάνω από 16 εκατομμύρια κόπιες παγκοσμίως από τα τρία πρώτα παιχνίδια της σειράς (Poole 2007: 21-22). Ο βασικός χαρακτήρας του βιντεοπαιχνιδιού ήταν γυναικείος, αποτελώντας μία από τις πιο διάσημες ψηφιακές προσωπικότητες: τη Lara Croft. Επιπρόσθετα, άνοιξε τον δρόμο για την εμφάνιση άλλων θηλυκών πρωταγωνιστριών, όπως ήταν η Jill, στο *Resident Evil*. Η Lara Croft έγινε παγκόσμιο σύμβολο, εμφανιζόμενη σε περιοδικά lifestyle, σε διάφορα προϊόντα, σε λεωφορεία. Αποτέλεσε αντικείμενο μελέτης στις Πολιτισμικές Σπουδές, ενώ επιπλέον, στη Γερμανία κυκλοφορούσε και περιοδικό ειδικά αφιερωμένο σε αυτή (Poole 2007: 21-22 · Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 80-82). Στο βιντεοπαιχνίδι βασίστηκε και μία από τις πιο εμπορικές κινηματογραφικές ταινίες, η *Lara Croft: Tomb Raider*, το 2001, με μία συνέχεια να ακολουθεί (το 2003) (Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 82).

Το βιντεοπαιχνίδι *Pokemon Blue* βγήκε το 1996 στην Ιαπωνία και το *Pokemon Red* στη Β. Αμερική ως Nintendo GameBoy Advance. Με το που κυκλοφόρησαν, γνώρισαν αμέσως τεράστια επιτυχία και ακολουθήθηκαν από μια σειρά προϊόντων, όπως βιβλία κόμικς, μία τηλεοπτική σειρά κινούμενων σχεδίων (η οποία μάλιστα αντανάκλούσε τους πολύπλοκους κανόνες του παιχνιδιού, με αποτέλεσμα οι θεατές να καταλαβαίνουν καλύτερα τις στρατηγικές του), ταινίες και κουκλάκια, αποφέροντας πολλά δισεκατομμύρια δολάρια. Τρία χρόνια αργότερα, το 1999, λίγο πριν την προβολή της ταινίας *Pokemon*, σε μια συνάντηση στρογγυλής τραπέζης, ο διευθυντής μιας μεγάλης εταιρείας ψυχαγωγίας, όταν ρωτήθηκε για το τι πιστεύει για την 'τρέλα του *Pokemon*', απάντησε: «Η ταινία βγαίνει σε λίγους μήνες και αυτό θα είναι και το τέλος της». Μετά από μια εικοσαετία, το *Pokemon* εξακολουθεί να αποτελεί έναν από τους διασημότερους διαμεσικούς κόσμους που δημιουργήθηκαν ποτέ (Picard 2008: 5 · Schnell 2008: 301-303).

Η διαμεσικότητα, βασικό φαινόμενο της δημοφιλούς κουλτούρας που έχει προκαλέσει, επιπλέον, τα τελευταία χρόνια το ενδιαφέρον των εκπαιδευτικών, αναφέρεται στις ενσωματωμένες στα μέσα εμπειρίες που λαμβάνουν χώρα σε μια ποικιλία πλατφόρμων, γράφει ο

Gambareto (2015: 81-82), χαρακτηρίζοντας τα διαμεσικά έργα ως πολύπλοκα φαινόμενα που εμπεριέχουν διάφορες διαστάσεις (από εκείνες της αφήγησης και του πολιτισμικού περιεχομένου ως εκείνες του μάρκετινγκ και του νομικού πλαισίου). Σύμφωνα με τον Pence (2012: 131-132), η διαμεσικότητα εμπλουτίζει μια κεντρική ιστορία με μια ποικιλία στοιχείων που παρέχουν επιπρόσθετες πληροφορίες, δίνουν μεγαλύτερη σημασία σε δευτερεύοντες χαρακτήρες ή/και προσθέτουν νέους χαρακτήρες που δεν υπήρχαν στην κεντρική ιστορία. Αναγνωρίζει ακόμα δύο τύπους διαμεσικότητας: α) την εμπειρική διαμεσικότητα, που συχνά αποκαλείται franchise, όπου ένα άτομο ή γκρουπ χρησιμοποιεί πλατφόρμες διάφορων μέσων για να δημιουργήσει μια ενοποιημένη ιστορία, β) την παισιωμένη διαμεσικότητα, όπου ένας κόσμος ή μια επωνυμία προσαρμόζεται από τους χρήστες για να δημιουργήσουν συνδεδεμένες αλλά ανεξάρτητες εικόνες του κόσμου αυτού· ενός κόσμου που έχει σχεδιαστεί για να είναι μη ολοκληρωμένος, προκειμένου να γεννάει έτσι ευκαιρίες για εξερεύνηση και επέκταση (Pence 2012: 134-135). Ή όπως υποστηρίζει ο Scolari (2009: 587), η διαμεσικότητα είναι μια ιδιαίτερη αφηγηματική δομή που επεκτείνεται μέσω διαφορετικών γλωσσών (λεκτικών, εικονικών κ.α.) και μέσων (όπως βιντεοπαιχνίδια, κινηματογράφος, τηλεόραση, κόμικς) (Scolari 2009: 587).

Ο Giovagnoli (2011: 8), όταν μιλάει για τη διαμεσικότητα, αναφέρεται σε τρία βασικά χαρακτηριστικά της: α) τη διαθεσιμότητα του περιεχομένου των προϊόντων σε διάφορες πλατφόρμες, β) τη δυνατότητα των διάφορων μέσων να αφηγηθούν, το καθένα στη γλώσσα που χρησιμοποιεί, διαφορετικές ιστορίες για ένα κοινό θέμα και γ) την ευκαιρία να συμμετέχει ενεργά το κοινό στην όλη διαδικασία, καθώς πρόκειται για έργα που γίνονται στο πλαίσιο μιας συμμετοχικής κουλτούρας. Ο Fiorelli (2013), από την άλλη, καταγράφει επτά βασικά χαρακτηριστικά της διαμεσικής αφήγησης. Το πρώτο είναι η πλαστικότητα, η ικανότητα δηλαδή να επεκτείνεται η ιστορία. Το δεύτερο είναι η συνέχεια (ο χαρακτήρας, για παράδειγμα, του *Indiana Jones* οφείλει να συμπεριφέρεται με τον ίδιο τρόπο τόσο στην ταινία όσο και στο βιντεοπαιχνίδι) που συμπληρώνεται με τη δημιουργία φαινομενικά ασύνδετων αφηγηματικών εμπειριών που σχετίζονται με το αυθεντικό αφηγηματικό σύμπαν (παραδείγματος χάριν, το κόμικ *Gotham by Gaslight* είναι ένα παράδειγμα πολλαπλότητας). Το τρίτο στοιχείο είναι η εμπύθιση, να γίνει δηλαδή ο παίκτης κομμάτι του αφηγηματικού σύμπαντος. – Έμφαση στην εμπύθιση έδωσε τόσο ο Jeff Comez, CES της Starlight Runner Entertainment, όσο και ο καθηγητής Drew Davidson, οι οποίοι, όταν ρωτήθηκαν σχετικά με τη διαμεσικότητα από τον Giovagnoli, υποστήριξαν πως οι καλύτερες διαμεσικές ιστορίες προσκαλούν το κοινό να χαθεί στον κόσμο

της ιστορίας, να εξερευνήσει πλευρές των χαρακτήρων και των γεγονότων και να έχει τη δύναμη να επηρεάσει την ίδια την αφηγηματική δομή ή τον φανταστικό κόσμο (Gioagnoli 2011: 86-87). Η αίσθηση ότι οι πράξεις σου μπορεί να έχουν επίδραση στη κοινότητα είναι, επιπλέον, όπως αναφέρει ο Jenkins, απαραίτητη προϋπόθεση για να λειτουργήσει μια δημοκρατία (Jenkins 2006: 228) –. Επιστρέφοντας στον Fiorelli και στο τέταρτο χαρακτηριστικό που αναφέρει, ερχόμαστε στη δόμηση κόσμων, οι οποίοι όσο πιο λεπτομερείς είναι τόσο πιο ελκυστικοί γίνονται. Η τέχνη της δημιουργίας κόσμων είναι άλλωστε αυτό που συνιστά τη διαμεσική αφήγηση, λέει ο Jenkins (2006: 21). Ως πέμπτο στοιχείο προσδιορίζεται η διασπορά της ιστορίας, η μεταμόρφωσή της σε ένα υπερ-κειμενικό δίκτυο. – Αναφορικά με τον τρόπο διασποράς της ιστορίας, ο Scolari διακρίνει τέσσερις στρατηγικές: α) εμβόλιμες μικρο-ιστορίες που εμπλουτίζουν τον φανταστικό κόσμο, επεκτείνοντας το διάστημα μεταξύ περιόδων και έχουν σχέση με τη μακρο-ιστορία, β) παράλληλες ιστορίες που εξελίσσονται ταυτόχρονα με τη μακρο-ιστορία, γ) περιφερειακές ιστορίες που σχετίζονται εν μέρει με τη μακρο-ιστορία και, δ) δημιουργίες των χρηστών που εμπλουτίζουν το μυθοπλαστικό σύμπαν μέσα από ιστορίες που διαχέουν σε διάφορες πλατφόρμες (όπως blogs, wikis) (Scolari 2009: 598). Η συμμετοχή του κοινού είναι αλληλένδετη με τη διαμεσική αφήγηση, υποστηρίζει ο Schiller (2018: 103), ενώ επιπλέον, ο καθηγητής Lance Weiler λέει πως το ‘κοινό είναι νεκρό’ και πως έχει αντικατασταθεί από τον ‘συνεργάτη’ (στο Gioagnoli 2011: 92) –. Όσο για τα δύο τελευταία χαρακτηριστικά της διαμεσικής αφήγησης, όπως τα έχει αποτυπώσει ο Fiorelli (2013), έχουμε την υποκειμενικότητα και την επίδοση, που σημαίνει ύπαρξη πολυφωνίας, με τις πράξεις των καταναλωτών/χρηστών να αποκτούν ιδιαίτερη σημασία και με ένα μέρος αυτών να γίνονται prosumers (producer=παραγωγός, consumer= καταναλωτής).

4.6. Δεκαετία 2000 – ‘Διαμεσικά παιχνίδια’

Το 2003, κυκλοφόρησε το *Second Life*, ένα πολύ πετυχημένο MMORPG, που αυτοχαρακτηριζόταν ως ‘μια χώρα ευκαιριών’ και απευθυνόταν σε ενήλικες. Εκεί, οι παίκτες μπορούσαν να κάνουν τα πάντα: να αγοράζουν πράγματα, να χτίζουν εικονικά σπίτια, να διασκεδάζουν, να δημιουργούν ψηφιακές οικογένειες κ.α.. Τα χρήματα του κόσμου αυτού, τα δολάρια Linden, μπορούσαν να τα ανταλλάξουν, επιπλέον, με πραγματικά δολάρια μέσω διάφορων διαδικτυακών σελίδων, από όπου αγοράζονταν από άλλους επενδυτές του κόσμου (Gee 2008: 254 · Looy 2010: 134-135 · Veerapen 2013: 112). Παράλληλα υπήρχε και το *Teen Second*

Life, για έφηβους 13-17 ετών, το οποίο ήταν εντελώς ξεχωριστό από το βασικό παιχνίδι (Imman et al. 2010: 46). Την ίδια χρονιά κυκλοφόρησε, επίσης, το δημοφιλέστερο MMORPG, το *World of Warcraft* της Blizzard, το οποίο μέχρι το 2009 είχε αποκτήσει πάνω από 12 εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως (Αναγνώστου 2009: 30 · Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 93). Μέσω ενός avatar, ο κάθε παίκτης πρέπει να ολοκληρώσει μια αποστολή, να μάθει τέχνες ή απλώς να αλληλεπιδράσει με άλλους παίκτες. Για να ολοκληρώσει τις διάφορες αποστολές, ο παίκτης συνεργάζεται συνήθως με άλλους. Στην αρχή του παιχνιδιού διαμορφώνονται μικρές ομάδες των 4-5 ατόμων (guilds) και προς το τέλος δημιουργούνται μεγαλύτερες ομάδες που μπορεί να φτάσουν και τα 40 μέλη (raids). Οι ομάδες αυτές υπάγονται σε συγκεκριμένους κώδικες συμπεριφοράς, ενώ επιπλέον, η κάθε ομάδα έχει τη δική της ταυτότητα και τους δικούς της κοινωνικούς κανόνες. Οι παίκτες στις ομάδες αυτές περνούν πολλές ώρες μαζί, κάτι που σύμφωνα με τα λεγόμενα των αρχηγών των γκρουπς, συμβάλλει και στη βελτίωση της προσωπικής τους ζωής στον πραγματικό κόσμο (Lule 2016: 526).

Τη δεκαετία του 2000, τα MMORPGs γνώριζαν πραγματική άνθηση. Ακμή γνώριζαν και τα παιχνίδια σε κινητά, όπως και τα βιντεοπαιχνίδια σε κονσόλες, σε αντίθεση με τα παιχνίδια σε υπολογιστή που έφερναν πια λιγότερα κέρδη, ίσως εξαιτίας της αύξησης της πειρατείας (Egenfeldt Nielsen et al. 2013: 88). Το 2001, κυκλοφόρησε το *Halo*, βιντεοπαιχνίδι βολών πρώτου προσώπου (όπου δύο παίκτες έπρεπε να συνεργαστούν για να σκοτώσουν ορδές εξωγήινων), το οποίο έλαβε πολύ θετικές κριτικές, βραβεύτηκε με μια σειρά βραβείων από την Ακαδημία Διαδραστικών Τεχνών και Επιστημών, και το 2002, σάρωσε την αγορά το *Grand Theft Auto III: Vice City*, πουλώντας τις περισσότερες κόπιες ως παιχνίδι κονσόλας και προσφέροντας στον παίκτη μια μοναδική εμπειρία: του επέτρεπε μια άνευ προηγουμένου χρήση των αντικειμένων στον κόσμο του παιχνιδιού. Εντάσσεται ανάμεσα στα πιο δημοφιλή παιχνίδια των εφήβων, παρά τον χαρακτηρισμό του με M¹³ (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 89-90).

Έναν χρόνο αργότερα, ακολουθεί το φινλανδικό *Max Payne II: The fall of Max Payne Shooter*, ένα πετυχημένο μείγμα παιχνιδιού και φιλμ νουάρ βασισμένο σε σειρά κόμικς, το οποίο ήταν ένα βιντεοπαιχνίδι πρωτοποριακό, καθώς δημιουργούσε την αίσθηση του ‘πραγματικού’ κόσμου με αντικείμενα προγραμματισμένα να αλληλεπιδρούν με άλλα αντικείμενα ή με χαρακτήρες με ρεαλιστικούς τρόπους, και με διάφορες κινηματογραφικές τεχνικές, όπως cut

¹³ Mature, που σημαίνει καταλληλόλητα για ηλικίες 17 ετών και άνω.

scenes¹⁴, bullet time¹⁵ και voice over¹⁶ (Egenfeldt-Nielsen et al. 2013: 89 · Lattore 2013: 143, 147 · Larsen 2019: 465 · Rauscher 2021: 4). Το 2003, κυκλοφόρησε, επίσης, το *Batman: Dark tomorrow*, το οποίο βασίστηκε αποκλειστικά στο βιβλίο κόμικ¹⁷, ενώ το *Batman: Arkham Asylum*, που βγήκε το 2009, ενσωμάτωσε στοιχεία όχι μόνο από τα κόμικς αλλά και από την ιστορία του Batman όπως είχε αποτυπωθεί στις ταινίες και στην τηλεόραση, κρατώντας, συγχρόνως, τον χαρακτήρα ζωντανό στη συνείδηση του κοινού, καθώς εκείνη την περίοδο δεν είχε κυκλοφορήσει κάποια ταινία σχετική (Fleury 2021: 167, 194).

Η δεκαετία του 2000 ήταν μια δεκαετία, κατά την οποία τα βιντεοπαιχνίδια και οι ταινίες βρίσκονταν σε διαδικασίες διαρκών και ιδιαίτερα έντονων αλληλοεπιδράσεων. Τα βιντεοπαιχνίδια υιοθετούσαν όλο και περισσότερους κινηματογραφικούς κανόνες, ειδικά από τη στιγμή που οι γραφιστικές δυνατότητες των συστημάτων τους επέτρεπαν μεγαλύτερη ρεαλιστική φαντασία και δράση. Αντλούσαν από την εικονογραφία ταινιών, οικειοποιούνταν κινηματογραφικές επινοήσεις, βελτίωναν το στοιχείο της αφήγησης και ακολουθούσαν γενικότερα το κινηματογραφικό *mise en scene*, δηλαδή το στήσιμο μιας πράξης επί σκηνής (σκηνικό, φωτισμό, κουστούμια, συμπεριφορές κ.α.) (King et al. 2002: 142-147). Και το Hollywood δημιουργούσε ταινίες με γρηγορότερους ρυθμούς, με μεγαλύτερη χρήση γραφικών στον υπολογιστή, με δράση πολυεπίπεδη και χαρακτήρες στατικούς ή ‘βιντεοκλιπίστικους’. Στο *The mummy returns* (2001), για παράδειγμα, οι ήρωες παραμένουν φυσικά και πνευματικά αναλλοίωτοι, σαν να αδιαφορεί η ταινία για το πέρασμα του χρόνου ή οι ήρωες στο *Matrix* (2001) κινούνται όπως οι ήρωες βιντεοπαιχνιδιών (Sedman & Clark 2013: 2-5). Ενδιαφέρον, επιπλέον, έχει η άποψη του Κάουα, σύμφωνα με τον οποίο η κινηματογραφική τριλογία *The Matrix* θυμίζει περισσότερο ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι, καθώς αποκτά νόημα ως η μη γραμμική αφήγηση ενός παιχνιδιού για κονσόλα, με τα *Matrix 2* και *3* να αποτελούν, από άποψη δράσης και νοημάτων, ανώτερα επίπεδα του παιχνιδιού για πιο μυημένους παίκτες/θεατές (Κάουα 2010: 168-70). Η συμπληρωματικότητα μεταξύ των βιντεοπαιχνιδιών και των ταινιών διευκόλυνε, ακόμα, το έργο

¹⁴Πρόκειται για κινηματογραφική τεχνική, όπου εμβόλιμες σκηνές με κινηματογραφικό περιεχόμενο και ύφος διακόπτουν τη ροή του παιχνιδιού για διάφορους λόγους: για να ενημερώσουν τους παίκτες για επερχόμενες προκλήσεις, για να εξάψουν τη φαντασία και να τους κεντρίσουν την προσμονή, για να τους ανταμείψουν, για να δείξουν τη βασική ιστορία ή για να την επισπεύσουν, για να χρησιμοποιηθούν σαν διαλείμματα κ.α. (King et al. 2002: 142-3 · Κοκκώνης 2010: 378-9).

¹⁵Το *bullettime* είναι μια κινηματογραφική μέθοδος που ακολουθείται για να απεικονιστεί η ικανότητα των πρωταγωνιστών να αποφύγουν σε αργή κίνηση σφαίρες που δέχονται από εχθρούς (Larsen 2019: 465).

¹⁶Κινηματογραφική τεχνική αφήγησης που δομεί το δράμα, δημιουργεί ατμόσφαιρα και ενισχύει την αγωνία (Larsen 2019: 465).

¹⁷ Το βιντεοπαιχνίδι δεν είχε καλή υποδοχή ούτε από τους παίκτες ούτε από τους φανς της σειράς, διότι δεν κατάφερε να συλλάβει τον πυρήνα του χαρακτήρα (Fleury 2021: 172)

του franchising: το ένα μέσο μεταπηδούσε εύκολα στο άλλο ή κυκλοφορούσαν προϊόντα στα διάφορα μέσα ταυτόχρονα (Wolf 2017: 124). Δύο χαρακτηριστικές περιπτώσεις franchising που ακολουθούν τη λογική της διαμεσικής αφήγησης είναι τα βιντεοπαιχνίδια *Star Wars: Knights of the oldr epublic* και *The Matrix Reloaded*, που κυκλοφόρησαν το 2003, βασιζόμενα στις ομώνυμες κινηματογραφικές ταινίες.

Τα βιντεοπαιχνίδια *Star wars* χρησιμοποιήθηκαν για δύο κύριους λόγους: α) την αναδημιουργία των πιο αξιομνημόνευτων σκηνών των τριλογιών για να τις παίξουν οι παίκτες, β) την πρόσθεση νέων ιστοριών και νέων προσεγγίσεων που επέκτειναν με τον τρόπο αυτόν το σύμπαν του *Star wars*. Αντιστοίχως, οι Wachowski, δημιουργοί της ταινίας *The Matrix* αλλά και του βιντεοπαιχνιδιού *Enter the Matrix* (ας σημειωθεί ότι παιχνίδι και ταινία κυκλοφόρησαν την ίδια μέρα), επιδίωξαν να επεκτείνουν την ιστορία του φιλμ, δίνοντας τη δυνατότητα στους παίκτες να υποδυθούν δύο δευτερεύουσας σημασίας χαρακτήρες της ταινίας (τους Niobe και Ghost), οι οποίοι, όμως, στο παιχνίδι εξελίσσονται σε εξαιρετικά σημαντικούς χαρακτήρες. Επεξηγηματικά, η υπόθεση της ταινίας περιστρέφεται γύρω από την υποδούλωση των ανθρώπων από τις μηχανές και τη μάχη μεταξύ τους, και ο ρόλος των δύο αυτών χαρακτήρων απέκτησε μεγάλη βαρύτητα στο παιχνίδι αναφορικά με τη νίκη του ανθρώπινου είδους. Την ίδια χρονιά, οι Wachowski κυκλοφόρησαν και μια σειρά από εννιά σύντομα φιλμς κινούμενων σχεδίων (*The Animatrix*), καθώς επίσης δύο βιβλία κόμικς (*Matrix comics Vol. 1 & Vol. 2*) από cult συγγραφείς και καλλιτέχνες (Jenkins 2006: 101· Picard 2008: 7· Poole 2007: 136). Το 2005 κυκλοφόρησε και το MMORPG *The Matrix online*, που συνέχιζε την ιστορία της τριλογίας ξεκινώντας ακριβώς μετά το τέλος του τρίτου φιλμ, όπως και το βιντεοπαιχνίδι *The Matrix: Path of Neo*, στο οποίο ο παίκτης έμπαινε στη θέση του Neo (του πρωταγωνιστή), ξαναζώντας τις κυριότερες περιπέτειές του, αλλά με προοπτικές διαφορετικές σε σχέση με την ταινία (Picard 2008: 7).

Ένα παράδειγμα του διαμεσικού παιχνιδιού από τις Wachowski αποτελεί το ακόλουθο πρότζεκτ: στο σύντομο φιλμ κινούμενων σχεδίων *Final Flight of the Osiris* (2003), ο πρωταγωνιστής, Jue, πεθαίνει στην προσπάθειά του να δώσει στα χέρια του πληρώματος Nebuchadnezzar ένα γράμμα που περιέχει πληροφορίες σχετικά με τις μηχανές, το οποίο και ρίχνει στο τέλος στο γραμματοκιβώτιο. Στο βιντεοπαιχνίδι *Enter the Matrix*, η πρώτη αποστολή του παίκτη είναι να πάρει το γράμμα και να το παραδώσει στους ήρωες. Και στις αρχικές σκηνές της ταινίας *The Matrix Reloaded*, οι χαρακτήρες συζητούν τις τελευταίες μεταδόσεις από το Osiris –

μια συζήτηση που μπορεί να γίνει κατανοητή μόνο από εκείνους που έχουν δει το σύντομο φιλμ και έχουν παίξει το παιχνίδι (Jenkins 2006: 102).

Από τη δεκαετία του 2000 και έπειτα, η μουσική των βιντεοπαιχνιδιών άρχισε να εμφανίζεται σε διάφορα διαγωνιστικά shows, όπως στο Mtv Videomusic Award for best Videogame Soundtrack (από το 2004 ως το 2006) ή στα Bafta, που από το 2004 δημιουργήθηκε η κατηγορία για Πρωτότυπη Μουσική. Οι συνεργασίες μουσικών και δημιουργών βιντεοπαιχνιδιών γίνονταν συχνότερες και στενότερες. Στο πρώτο μισό της δεκαετίας γεννήθηκε, μάλιστα, ως αστείο ο όρος Nintendocore ('Nintendo', από την ομώνυμη εταιρία παραγωγής παιχνιδιών, και 'Core' από τον χώρο της hard core punk μουσικής, καθώς και από άλλα είδη ροκ μουσικής που είχαν εντάξει τον όρο 'core' στην ονομασία τους, όπως το metal core) από τον τραγουδιστή Nathan Winneke του μέταλ συγκροτήματος Horse the Band. Εκείνη την περίοδο, το Horse the Band χρησιμοποιούσε πλήκτρα που παρέπεμπαν σε οκτάμπιτους ήχους παιχνιδιών, μια συσκευή Gameboy με κεφαλή LSDJ, ενώ επιπλέον, ορισμένα κομμάτια τους αναφέρονταν σε ήρωες της Nintendo. Το τραγούδι τους *Black hole*, για παράδειγμα, συνδύαζε κραυγές, επαναλαμβανόμενες μουσικές (riffs) της Nintendo και ηχητικά εφέ από πολλά βιντεοπαιχνίδια. Σύντομα, ο όρος έγινε mainstream και υιοθετήθηκε από διάφορα συγκροτήματα προκειμένου να αυτοπροσδιορίζονται (όπως οι Minibosses, Advantage, Power glove). Από το 2005 και μετά, ο όρος χρησιμοποιούνταν και από συγκροτήματα άλλων χωρών (Πετρίδης 2018: 243-244).

Εκείνη την περίοδο, πολλοί καλλιτέχνες ξαναηχογραφούσαν τραγούδια προκειμένου να ενσωματωθούν σε βιντεοπαιχνίδια (παραδείγματος χάριν, ορισμένοι καλλιτέχνες τραγουδούσαν επιτυχίες τους στη φανταστική γλώσσα 'simlish' για τη σειρά παιχνιδιών *The Sims*). Άλλοι μουσικοί κυκλοφορούσαν αποκλειστικά κάποια τραγούδια τους σε βιντεοπαιχνίδια εβδομάδες ή και μήνες πριν την κανονική τους κυκλοφορία, με χαρακτηριστικό το soundtrack του *Wipeout Pure* (2005), το οποίο συγχρόνως, περιείχε και κομμάτια ειδικά σχεδιασμένα για το παιχνίδι (Collins 2008: 32). Τα βιντεοπαιχνίδια βοήθησαν, επιπλέον, νέους καλλιτέχνες να γίνουν γνωστοί, όπως το τραγούδι *Single Run* του ρέγγε καλλιτέχνη Selasee, που γνώρισε μεγάλη επιτυχία στο *FIFA 2006* ή το τραγούδι *The Anthem* στο *Madden NFL* (2003), που βοήθησε τους Good Charlotte. Δεν έλειψαν και εκείνα τα είδη παιχνιδιών που συσχετίστηκαν με συγκεκριμένα είδη μουσικής, όπως το *Madden NFL* που συνδέθηκε με τη hard rock και τη hip hop. Το 2005, επίσης, κυκλοφόρησε το *Guitar hero*, παιχνίδι εξομοίωσης, στο οποίο οι παίκτες χρησιμοποιούσαν έναν

ειδικό ελεγκτή με σχήμα κιθάρας για να παίζουν τραγούδια, και το οποίο εμπεριείχε 30 γνωστά μουσικά κομμάτια (Collins 2008: 32-43).

Την ίδια περίοδο, οι παίκτες γίνονταν όλο και πιο ενεργητικοί, συμμετέχοντας στις διάφορες διαδικασίες. Μπορούσαν, για παράδειγμα, να εισάγουν τη δική τους μουσική σε πολλά παιχνίδια (στο Microsoft xbox 360 μπορούσαν, μάλιστα, να την εισάγουν σε όλα τα παιχνίδια)(Collins 2008: 41-3) ή να δημιουργήσουν τη δική τους ομάδα ηρώων κόμικς. Στο βιντεοπαιχνίδι ρόλων *Marvel Ultimate Alliance* (2006), οι παίκτες σχημάτιζαν τις δικές τους ομάδες από υπερ-ήρωες, όπως είναι ο *Captain American* και ο *Thor* ή αναδημιουργούσαν διάσημες ομάδες ηρώων από τις εκδόσεις κόμικς, όπως είναι οι *X Men* και οι *Avengers* (Χρήστου 2007: 38). Μπορεί η αγορά των βιβλίων κόμικς να βίωνε κρίση από τα μέσα του 1990 και έπειτα, αλλά οι ήρωες τους συνέχιζαν να κυριαρχούν μέσω άλλων μέσων (Lopes 2006: 400).

4.7. Δεκαετία 2010 – Virtual Reality

«Το StarWars είναι ένα σύμπαν που έχει αγαπηθεί από πολλούς... θέλετε να είστε εκεί. Θέλετε να αισθανθείτε πώς είναι... Να νιώσετε τον ήλιο σε ένα σώμα που δεν είναι δικό σας, σε έναν κόσμο παράξενο σε εσάς... Θέλετε να αισθανθείτε σαν να σας προσφέρεται ένα διαβατήριο σε ένα σύμπαν απεριόριστων πιθανοτήτων...»

Αυτά έγραφε σε ένα μήνυμά του στους φανς της κοινότητας του *Star Wars* ο Raph Koster, υπεύθυνος για την ανάπτυξη του MMORPG *Star Wars Online* που ξεκίνησε το 2011. Ο Koster δήλωνε πως το *Star Wars Online* δεν ήταν απλά ένα παιχνίδι, αλλά ένας νέος κόσμος, που επέτρεπε στους παίκτες να λειτουργούν ως ρυθμιστές του περιεχομένου του κόσμου αυτού με το να δημιουργούν αποστολές, έρευνες και κοινωνικές σχέσεις (στο Jenkins 2006: 156-160). Ακόμα, δεν μπορεί να μην παρατηρήσει κανείς την έμφαση που δίνεται στην ένταση των αισθήσεων που παρέχει η εμπειρία του παιχνιδιού. Ήταν, εξάλλου, η περίοδος, κατά την οποία τα ηλεκτρονικά παιχνίδια εξελίσσονταν όσον αφορά την αίσθηση της ‘χωρικής παρουσίας’ (‘spatial presence’), του ψυχολογικού, δηλαδή, εκείνου σταδίου, κατά το οποίο ο παίκτης ξεχνά πως ο κόσμος στον οποίον βρίσκεται εκείνη τη στιγμή έχει δημιουργηθεί από την τεχνολογία και βιώνει αυτό που ο Crikentmihalyi αποκαλεί ως ‘ροή’ ή ‘βέλτιστη εμπειρία’: απόλυτα απορροφημένος στη

δραστηριότητα, για τη δραστηριότητα και μόνο, εμπλέκεται με όλο του το 'είναι' και χρησιμοποιεί τις δεξιότητές του στο έπακρο (Crikstentmihalyi 2015: 1 · Madigan 2016: 128). Το 2014, μάλιστα, ο ιδρυτής του Facebook, ο Zuckerberg, είχε εντυπωσιαστεί από την ικανότητα της εταιρείας Oculus VR να δημιουργεί χωρική παρουσία, αποφασίζοντας να την αγοράσει για δύο δισεκατομμύρια δολάρια (Madigan 2016: 133).

Τη δεκαετία του 2010, τα έσοδα της βιομηχανίας των ηλεκτρονικών παιχνιδιών ήταν μεγαλύτερα από εκείνα του κινηματογράφου, της τηλεόρασης ή της μουσικής (Gault 2019). Ανάμεσα στα πιο δημοφιλή παιχνίδια της δεκαετίας ήταν παιχνίδια που παίζονταν σε κινητά (smartphones), στον παγκόσμιο ιστό (web) και σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (Facebook) – το παιχνίδι παζλ *Candy Crush Saga*, που κατέβηκε και εγκαταστάθηκε στο Facebook και σε κινητές συσκευές εκατομμύρια φορές, έφερε 1084% αύξηση στα έσοδα της εταιρείας από το 2012 στο 2013 (Curry 2023) –, καθώς, επίσης, και αρκετές συνέχειες βιντεοπαιχνιδιών που είχαν κυκλοφορήσει τα προηγούμενα χρόνια. Αναφέρουμε ενδεικτικά το *Mass Effect 2* (2010), ένα κινηματογραφικό παιχνίδι ρόλων με εξαιρετικούς διαλόγους (πήρε μάλιστα και το βραβείο για Best Writing στα Βραβεία Developers Choice), το *Batman: Arkham City* (2011), ατμοσφαιρικό βιντεοπαιχνίδι περιπέτειας-δράσης με τον διάσημο ήρωα των κόμικς και με ιδιαίτερα προσεγμένα γραφικά, το *Grand Theft Auto V* (2013), που χαρακτηρίζεται ως το πιο επιτυχημένο οικονομικά προϊόν όλων των καιρών και το *The legend of Zelda: Breath of the wild* (2017), στο οποίο ο παίκτης εξερευνά τον φανταστικό κόσμο του Hyrule με τον δικό του ρυθμό και δημιουργώντας τις δικές του περιπέτειες (Gault 2019 · Games Developers Choice Awards 2024).

Η δεκαετία του 2010 υπήρξε, επίσης, μια δεκαετία κατά την οποία οι ανησυχίες των γονέων όσον αφορά τα βιντεοπαιχνίδια άρχισαν να στρέφονται προς άλλες κατευθύνσεις. Φαινόταν πως οι γονείς πλέον αγχώνονταν περισσότερο για τον χρόνο που αφιέρωναν τα παιδιά τους στα ηλεκτρονικά παιχνίδια όπως και για τα χρήματα που ξόδευαν σε υπηρεσίες σχετιζόμενες με αυτά παρά για τη βία που ενδεχομένως εμπειρείχαν (Gault 2019). Δύο από τα βιντεοπαιχνίδια που προσέλκυαν πολλούς παίκτες ήταν το *Fortnite*, το οποίο προβληματίζει κοινωνικά έως και σήμερα αναφορικά με τον εθισμό που προκαλεί στα παιδιά, και το *Minecraft*. Το *Minecraft* κυκλοφόρησε στις αρχές της δεκαετίας και πρόκειται για ένα βιντεοπαιχνίδι sandbox (ανοικτής αρχιτεκτονικής), το οποίο δίνει τη δυνατότητα στους παίκτες να χτίσουν διάφορες κατασκευές από κύβους σε έναν τρισδιάστατο κόσμο. Πήρε το Βραβείο Καινοτομίας, όπως και το Βραβείο

Καλύτερου Πρωτοεμφανιζόμενου Παιχνιδιού στην 11^η ετήσια εκδήλωση των Βραβείων Game Developers Choice, αποτελώντας, συγχρόνως, ένα από το πιο δημοφιλή παιχνίδια για να το παρακολουθεί κάποιος στο youtube, έχοντας κατακτήσει πάνω από 40 δισεκατομμύρια θεάσεις (Gault 2019).

Το *Fortnite* διακρίνεται σε τρία είδη παιχνιδιού: α) το *Fortnite: save the world* (2011), ένα συνεργατικό παιχνίδι βολών επιβίωσης, στο οποίο συμμετέχουν μέχρι 100 παίκτες, β) το *Fortnite creative* (2018), δωρεάν παιχνίδι sandbox, στο οποίο στόχος των 16 παικτών του είναι η δημιουργία νησιών-οχυρών, γ) το διαδικτυακό *Fortnite Battle Royale* (2017), επίσης δωρεάν και το πιο δημοφιλές, με την ιστορία να είναι τοποθετημένη σε έναν μετα-αποκαλυπτικό κόσμο με ζόμπι. Αναλυτικότερα, στο *Fortnite Battle Royale*, εκατό παίκτες συγκεντρώνονται σε ένα νησί και πρέπει να εξοντώσει ο ένας τον άλλον μέχρι να μείνει ένας ζωντανός, ο οποίος θα είναι και ο νικητής. Για να το πετύχουν αυτό οι παίκτες, ψάχνουν για όπλα, κρύβονται, κατασκευάζουν οχυρώσεις. Κλείνοντας τον πρώτο χρόνο κυκλοφορίας του, το *Fortnite* είχε συγκεντρώσει ένα κοινό 200 εκατομμύριων παικτών, και, το 2018 έφερε έσοδα 5,4 δισεκατομμύρια δολάρια (Ganti 2020 · Howarth 2023). Σε αντίθεση με άλλα δημοφιλή παιχνίδια ανταλλαγής πυρών που μιμούνται την πραγματικότητα με γραφική βία, το *Fortnite* ξεχωρίζει διότι η αισθητική του θυμίζει περισσότερο κόμικς, στρεφόμενο περισσότερο προς την εξατομικευμένη φαντασία και την παιδική αταξία (Ganti 2020). Οι φανς του βιντεοπαιχνιδιού μπορούν να παίζουν μαζί ή να το παρακολουθούν μαζί. Στην E3 ('Electronic Entertainment Expo'¹⁸), για παράδειγμα, συγκεντρώθηκαν 3000 θαυμαστές και πάνω από ένα εκατομμύριο θεατές διαδικτυακά για να παρακολουθήσουν τους καλύτερους παίκτες να διαγωνίζονται στο *Fortnite Pro-Am* (Feldman 2018 · Ganti 2020), οι οποίοι έδειχναν να ενδιαφέρονται περισσότερο για τους επαγγελματίες παίκτες/ψηφιακές διασημότητες (όπως ο γνωστός Ninja, του οποίου το πραγματικό όνομα είναι Tyler Blavins) παρά για άλλες γνωστές προσωπικότητες (Feldman 2018). Το 2018, επίσης, ένα παιχνίδι του *Fortnite* στο Twitch tv¹⁹ προσέλκυσε 630000 θεατές (Σακαλάκης 2017).

¹⁸Η E3 είναι ετήσια έκθεση στο Los Angeles με εορταστικό χαρακτήρα, κατά την οποία παρουσιάζεται οτιδήποτε δημιουργείται από τη βιομηχανία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, ενώ επιπλέον, απονέμονται διάφορα βραβεία (Χρήστου 2007: 39).

¹⁹ Το Twitch, που ιδρύθηκε το 2011, είναι μια δημοφιλής διαδικτυακή υπηρεσία, μέσω της οποίας παρακολουθεί κανείς ζωντανά μεταδόσεις βιντεοπαιχνιδιών από παίκτες κατά κύριο λόγο, η οποία πλέον φιλοξενεί και μεταδόσεις σχετικές με τη μουσική, την τέχνη, διάφορες τηλεοπτικές σειρές και ток-σόου. Μέσω της πλατφόρμας οι streamers μοιράζονται την οθόνη τους με φανς, που τους παρακολουθούν αλλά και αλληλεπιδρούν μαζί τους (Σακαλάκης 2017 · Wulf et al. 2020: 328, 332).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει, ακόμα, η μεγάλη επιτυχία που σημείωσε η ζωντανή συναυλία που έδωσε τον Απρίλιο του 2020 (εν μέσω απαγορευτικού κυκλοφορίας λόγω της υγειονομικής κρίσης), εντός του *Fortnite*, ο γνωστός ράπερ, Travis Scott. Το σόου συγκέντρωσε πάνω από 12,3 εκατομμύρια παίκτες, συνδεδεμένους ταυτόχρονα στο παιχνίδι, προκειμένου να το παρακολουθήσουν. Η συναυλία μεταδόθηκε και σε άλλες ημερομηνίες, όπως επίσης και μέσω άλλων πλατφόρμων (twitch, Youtube), συγκεντρώνοντας συνολικά πάνω από 27,7 εκατομμύρια θεατές να παρακολουθούν τον τραγουδιστή να εμφανίζεται ως μια ψυχεδελική φιγούρα γιγαντιαίων διαστάσεων στον κόσμο του παιχνιδιού. Από τη συμφωνία που έκανε με την Epic και από τα εμπορεύματα που πουλήθηκαν, ο Scott κέρδισε πάνω από 20 εκατομμύρια δολάρια (τη στιγμή που τα κέρδη του για ολόκληρη την περσινή χρονιά με το Astro world tours ήταν 53,5 εκατ. δολάρια) (Ziwei 2020).

Το 2014, κυκλοφόρησε το βιντεοπαιχνίδι *Framed*, μια υβριδική φόρμα βιντεοπαιχνιδιού και κόμικ, καθώς παίζει με τις δομές και τους στυλιστικούς κανόνες των κόμικς (Backe 2021: 75), ή αλλιώς ένα είδος υπερκόμικ²⁰, που εκδηλώνει ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά της φόρμας των κόμικς για το gameplay (Goudbrey 2021: 45). Δύο χρόνια νωρίτερα είχε κυκλοφορήσει επίσης το παιχνίδι-υπερκόμικ *A duck has an adventure*, του οποίου η ιστορία δεν ήταν σταθερή, με τον παίκτη να κατευθύνει την αφήγηση μέσω των επιλογών του. Ο σκοπός ήταν ο παίκτης να ανακαλύψει και τα 16 πιθανά τέλη του παιχνιδιού. Στην αρχή είχε κυκλοφορήσει ως εφαρμογή σε τάμπλετς και smartphones, ενώ από το 2013, σχεδιάστηκε ώστε να παίζει και σε web browser. Μέχρι το 2016, είχε παιχτεί πάνω από μισό εκατομμύριο φορές στη διαδικτυακή πύλη Kongregate (Goudbrey 2021: 49).

Η δεκαετία του 2020 ήταν, επίσης, η δεκαετία της ανάδυσης των παιχνιδιών εικονικής πραγματικότητας. Το 2016, κυκλοφόρησε το Playstation vr, της Sony Interactive Entertainment, που ήταν μία μάσκα προσώπου εικονικής πραγματικότητας. Μέχρι και τον Δεκέμβριο του 2019, το Playstation vr είχε πουλήσει πέντε εκατομμύρια μονάδες (Sony Interactive Entertainment, 2024). Τα παιχνίδια εικονικής πραγματικότητας αναπτύσσονται με σταθερούς ρυθμούς και υπόσχονται πρωτόγνωρες εμπειρίες. Συνιστούν μια εναλλακτική, ‘αληθινότερη του αληθινού’, βίωση του παιχνιδιού: ο παίκτης βυθίζεται απόλυτα στον φανταστικό κόσμο του παιχνιδιού,

²⁰ Υπερκόμικ είναι το κόμικ που χαρακτηρίζεται από μια αφηγηματική δομή με πολλές επιλογές, πολλά μονοπάτια να διερευνηθούν (Goudbrey 2021:1).

αισθανόμενος τον κάθε ήχο, με το κεφάλι και τις κινήσεις του να προσαρμόζονται ανάλογα (Madigga 2016: 134). (Αναπαραστάσεις των εμπειριών αυτού του είδους των παιχνιδιών βρίσκει κανείς στις ταινίες επιστημονικής φαντασίας *EXistenZ* (1999) και *Ready Player One* (2018)). Σε αυτού του είδους τα παιχνίδια ειδικά, η σχέση μεταξύ παίκτη και άβαταρ είναι ιδιαίτερη. Ο παίκτης ‘επιβάλλεται’ στον ψηφιακό του χαρακτήρα, αφού ο τρόπος που κινείται ο χαρακτήρας του είναι αποτέλεσμα του τρόπου δράσης του παίκτη, αλλά συγχρόνως η ψηφιακή του περσόνα ‘επιβάλλεται’ στον ίδιο, αφού πρέπει να δει τα πάντα από την πλευρά του άβατάρ του (Gee 2008: 259). Ο ίδιος ο όρος ‘άβαταρ’, επιπλέον, προέρχεται από τη σανσκριτική λέξη ‘αβατάρα’ (avatara), που σημαίνει ένα είδος μετουσίωσης, ενσάρκωσης της ζωής σε μια διαφορετική μορφή (Οικονόμου 2014: 19). Υπάρχουν και φορές που ο παίκτης προβάλλεται απόλυτα στο άβαταρ (τόσο που πονάει ο ίδιος αν το άβατάρ του τραυματιστεί). Είναι λες και το άβαταρ λειτουργεί ως ένα είδος ‘κιναισθητικής βουντού κούκλας’, όπως γράφει ο Scnell (2018: 312).

Το άβαταρ γίνεται ένα είδος ολογράμματος του χειριστή του, ένα ακριβές είδωλο, που προξενεί ίλιγγο, καθώς ο παίκτης περνά στην άλλη πλευρά του ίδιου του σώματός του (Baudrillard 2019: 159). Ή όπως αναφέρει ο Condis, ο παίκτης συγχωνεύεται με τον χαρακτήρα του σε τέτοιο βαθμό που όταν τελειώνει το παιχνίδι, δεν λέει ‘*Ο χαρακτήρας μου πέθανε*’, αλλά ‘*Πέθανα*’ (Condis 2016: 11). Η ταύτιση του παίκτη με το άβαταρ, όπου ως ταύτιση ορίζεται, όπως λέει ο Freud, η εκδήλωση συναισθηματικού δεσμού με ένα άλλο πρόσωπο (Freud 2016: 58), είναι ένα θέμα που έχει απασχολήσει την επιστημονική κοινότητα. Οι Klimmt, Hefner και Vorderer (2009) υποστηρίζουν, επιπλέον, πως τα άβαταρς συχνά αποτελούν την εξιδανικευμένη εκδοχή του παίκτη, ήτοι τον επιθυμητό εαυτό ή το ιδεώδες εγώ του Λακάν, που σημαίνει το πώς θα ήθελε να είναι το άτομο και πώς θα ήθελε να τον βλέπουν οι άλλοι (Zizek 2010: 123-4 · Πανδιά 2019: 88). Τα παιχνίδια εικονικής πραγματικότητας αποτελούν, από κάθε άποψη, μια νέα πραγματικότητα που δομείται πάνω στην αληθοφάνεια και την εμπύθιση. Ο Ted Pikul, ο κεντρικός χαρακτήρας στην τανία *EXistenZ*, ο οποίος έχει παρασυρθεί από τον ρεαλισμό του παιχνιδιού, ρωτάει κάποια στιγμή: «*Θέλω να βάλω το παιχνίδι σε παύση. Το παιχνίδι μπορεί να μπει σε παύση, δεν μπορεί; Εννοώ ότι όλα τα παιχνίδια μπορούν να σταματήσουν, σωστά;*».

5. Ηλεκτρονικά παιχνίδια και (παρα) οικονομικές διαστάσεις

Από τη στιγμή που τα ηλεκτρονικά παιχνίδια άρχισαν να γιγαντώνονται, απασχολώντας πολλούς υπαλλήλους σε εξειδικευμένα τμήματα, οι διαδικασίες παραγωγής τους άρχισαν να παρουσιάζουν πολλές ομοιότητες με εκείνες του κινηματογράφου και της τηλεόρασης. Κάποιες βιομηχανίες συγχωνεύτηκαν σε πολυεθνικές επιχειρήσεις (αντιπροσωπευτικό παράδειγμα η Sony Corporation). Σε άλλες περιπτώσεις, μεγάλα στούντιο παραγωγής ταινιών δημιούργησαν ξεχωριστό τμήμα παραγωγής παιχνιδιών (όπως η Lucas Arts του George Lucas, το 1990, και η Dream Works του Steven Spielberg, το 1995). Επιπλέον, καθώς τα soundtracks των παιχνιδιών γίνονταν όλο και πιο δημοφιλή, και τα εισιτήρια για συναυλίες με θέμα μουσικές από βιντεοπαιχνίδια γίνονταν ανάρπαστα (όπως συνέβη το 2006 με το Video Game Live Tour), διάφοροι παραγωγοί αλλά και επιχειρήσεις προσέγγιζαν όλο και περισσότερο τον χώρο των βιντεοπαιχνιδιών, καθώς αποδεικνυόταν ένα πεδίο γόνιμο για να διαφημιστούν (Picard 2009: 1).

Η διαφήμιση αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του χώρου των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, δρώντας αμφίδρομα. Αρχικά, χρησιμοποιείται για να προβάλλει τα ίδια τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το βιντεοπαιχνίδι *Halo* (2007), που είχε κοστίσει 60 εκατομμύρια δολάρια, εκ των οποίων τα 30 εκατομμύρια είχαν δαπανηθεί για τη διαφημιστική καμπάνια (Αναγνώστου 2009: 88). Επίσης, μόνο το 2015, οι δημιουργοί βιντεοπαιχνιδιών είχαν ξοδέψει κάπου στα 630 εκατομμύρια δολάρια σε τηλεοπτικές διαφημίσεις (Servideo 2016). Και δεύτερον, τα βιντεοπαιχνίδια χρησιμοποιούνται για να προωθήσουν άλλα προϊόντα. Παραδείγματος χάριν, οι παίκτες μπορούν να βρουν, εντός του περιεχομένου των ηλεκτρονικών παιχνιδιών που παίζουν, τοποθετημένα διάφορα προϊόντα, ακόμα και καταστήματα-αλυσίδες, με κάποιους παίκτες, μάλιστα, να δηλώνουν πως αν οι διαφημίσεις είναι καλά ενσωματωμένες στο παιχνίδι, τότε αυξάνεται και η ευχαρίστησή τους (Picard 2009: 1 · Poole 2007: 23).

Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια βρίσκονται παντού: σε κουτάκια αναψυκτικού, σε μπλούζες και καπέλα, σε χαρακτήρες τηλεοπτικών σειρών (χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι πρωταγωνιστές της σειράς *The big band theory*, που υποδύονται νέους που λατρεύουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια), ακόμα και σε κονκάρδες επαίνου που δίνονται σε Αμερικανούς Προσκόπους (οι πρόσκοποι μπορούν να κερδίσουν την κονκάρδα 'Σχεδιασμός παιχνιδιού', αρκεί

να μελετήσουν τέσσερα βιντεοπαιχνίδια που έχουν παίξει και να σκεφτούν κριτικά αναφορικά με τον σχεδιασμό και τη μεθοδολογία τους) (Madigan 2016: xii).

Σε περιοχές όπως οι ΗΠΑ, η Ιαπωνία και η Νότια Κορέα, τα βιντεοπαιχνίδια αποτελούν mainstream κουλτούρα, αποτελώντας μέρος της καθημερινότητας. Εκπομπές τηλεοπτικές γίνονται αποκλειστικά για νέες κυκλοφορίες ηλεκτρονικών παιχνιδιών αλλά και για αναμεταδόσεις αγώνων παικτών. Αγώνες βιντεοπαιχνιδιών διοργανώνονται τακτικά, με τους ικανότερους παίκτες να λαμβάνουν μέρος και με χιλιάδες παίκτες-φανακ να τους παρακολουθούν. Ο επαγγελματίας παίκτης είναι το νέο είδος διασημότητας που έχει αναδυθεί και περιτριγυρίζεται από φανατικούς οπαδούς, καθώς και από μια πλειάδα χορηγών. Όσο μεγαλύτερη είναι η φήμη του, τόσο περισσότερο αυξάνουν τα κέρδη του. Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα επαγγελματία παίκτη αποτελεί ο Jonathan Wender, πρωταθλητής σε παιχνίδια βολών πρώτου προσώπου (Αναγνώστου 2009: 57). Πολλούς παίκτες-φανακ συγκεντρώνουν και οι διάφορες εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται σχετικά με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, με τα εισιτήρια να γίνονται ανάρπαστα από την πρώτη στιγμή. Παραδείγματος χάριν, πάνω από 70000 παίκτες ταξίδεψαν στο Seattle προκειμένου να παρακολουθήσουν την έκθεση Penny Arcade Expo (μια σειρά από φεστιβάλ σχετικά με τα παιχνίδια) για να μάθουν για νέους τίτλους και να ακούσουν τους δημιουργούς των παιχνιδιών. Τα εισιτήρια για την έκθεση πουλήθηκαν μέσα σε έξι ώρες, με το κόστος τους να κυμαίνεται από 4 μέχρι 95 δολάρια, ανάλογα με το πόσες μέρες θα παρακολουθούσε κάποιος τα φεστιβάλ. Όσο για τα εισιτήρια που κάλυπταν και τις τέσσερις μέρες της έκθεσης, πουλήθηκαν μέσα στα πρώτα 23 λεπτά. Επιπλέον, τα βιντεοπαιχνίδια συνιστούν μια όλο ισχυρότερη παρουσία και σε πιο μαζικές εκδηλώσεις, όπως στο San Diego Comic-Con και στο South by Southwest (Αναγνώστου 2009: 88 · Madigan 2016: xii).

Ιδιαίτερα δημοφιλείς είναι τα τελευταία χρόνια οι εικονικοί κόσμοι των μαζικών διαδικτυακών παιχνιδιών πολλών χρηστών (MMORPGs), κάτι που εκμεταλλεύονται εταιρείες του πραγματικού κόσμου για να προωθήσουν τα προϊόντα τους (Αναγνώστου 2009: 130). Οι εικονικοί κόσμοι ευνοούν την ανάπτυξη της οικονομίας, καθώς διαθέτουν δύο βασικά στοιχεία: α) εξειδίκευση, που ενθαρρύνει τις οικονομικές συναλλαγές. Για παράδειγμα, κάποιος μπορεί να κατασκευάζει πανοπλίες που χρειάζονται οι παίκτες -‘πολεμιστές’, β) ιδιοκτησία, με τα εικονικά αντικείμενα που κατέχει ο ιδιοκτήτης να καταγράφονται από το σύστημα. Για να αποκτήσει, ωστόσο, ένας παίκτης εικονικό χρυσό, για παράδειγμα, προκειμένου να αναβαθμίσει το άβαταρ

του ή να προβεί σε οποιαδήποτε άλλη συνδιαλλαγή, απαιτείται επαναλαμβανόμενη και μακροχρόνια εργασία. Αρκετοί παίκτες, μάλιστα, άρχισαν να συλλέγουν μεγάλες ποσότητες εικονικού χρυσού, τις οποίες πουλούσαν μετά σε άλλους παίκτες μέσω της μαύρης αγοράς που βρίσκει κανείς σε διάφορες ιστοσελίδες (όπως το ebay). Παράλληλα, λοιπόν, με τη βιομηχανία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, λειτουργεί και μια παράπλευρη βιομηχανία που έχει να κάνει με τη συλλογή ή κατασκευή και πώληση εικονικών αντικειμένων στα διάφορα MMORPGs. Πρόκειται για μια παράνομη, κυρίως, βιομηχανία που, σε χώρες όπως είναι η Κίνα, απασχολεί χιλιάδες άτομα, τα οποία δουλεύουν υπερωρίες, αποκλειστικά για την απόκτηση εικονικού χρυσού, προκειμένου να το πουλήσουν κατόπιν στη Δύση (Αναγνώστου 2009: 95-96 · Lule 2016: 449).

Εντούτοις, οι εικονικοί αυτοί κόσμοι ή οι συνθετικοί κόσμοι, όπως τους αποκαλεί ο Castranova (κόσμοι κατασκευασμένοι από υπολογιστές μέσα σε υπολογιστές) αποτελούν ευκαιρίες για επαγγελματική απασχόληση για όλους τους παίκτες, καθώς οι τελευταίοι μπορούν να κερδίσουν αρκετά χρήματα (ίσως και περισσότερα απ' όσα θα κέρδιζαν σε μια δουλειά στον πραγματικό κόσμο), όπως μέσω των e sports ή μέσω διάφορων αγοραπωλησιών. Για παράδειγμα, όπως παρατηρεί ο Castranova, ένας παίκτης θα μπορούσε να δουλέψει στον φανταστικό κόσμο του *EverQuest*, να κερδίσει μέσα σε μία ώρα 300 platinum pieces (που είναι τα εικονικά νομίσματα του συγκεκριμένου κόσμου) και να τα πουλήσει διαδικτυακά, κερδίζοντας κάπου στα 3,50 δολάρια. Ή ένας παίκτης που θα έχει συλλέξει 1000 κομμάτια εικονικού ασημιού, να τα πουλήσει σε κάποια διαδικτυακή σελίδα για 500 δολάρια, με το άβαταρ μετά του πωλητή να συναντάει το άβαταρ του αγοραστή μέσα στον κόσμο του παιχνιδιού, προκειμένου να του δώσει το ασήμι (Castranova 2005: 19, 11). Γνωστή είναι η περίπτωση της Ailin Graef (Aashe Chung), η οποία έγινε εκατομμυριούχος, εμπορευόμενη εικονικά ακίνητα στο *Second Life* (Αναγνώστου 2009: 13 · Castranova 2005: 4).

6. Ηλεκτρονικά παιχνίδια και καλλιτεχνικές διαστάσεις

«Θα έπρεπε να απλώσουμε τη φαντασία των παικτών και των εαυτών μας. Ας εφεύρουμε έναν κόσμο, στον οποίο ο παίκτης θα πηγαίνει μέσω κάθε διαθέσιμου συναισθηματικού ταξιδιού. Αυτό είναι τέχνη. Το να προσφέρεις αυτό στους ανθρώπους, είναι τέχνη». Με αυτή την περιγραφή ο συγγραφέας, σκηνοθέτης και γραφίστας, Clive Barker, συνέδεσε την τέχνη με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια (στο Ebert 2007). Τη διαφωνία του με την παραπάνω ερμηνεία εξέφρασε ο Roger Ebert, κριτικός κινηματογράφου, σύμφωνα με τον οποίον τα βιντεοπαιχνίδια δεν είναι τέχνη. Αρκεί, έγραφε, να αναλογιστεί κανείς κάποιους από τους όρους που εμπεριέχονται στον ορισμό πολλών βιντεοπαιχνιδιών, οι οποίοι έχουν να κάνουν με ανταλλαγή πυρών, κυνήγια θησαυρών και με την άσκηση ελέγχου από τον παίκτη πάνω στο αποτέλεσμα (Ebert 2007).

Η παραπάνω διαφωνία αποτελεί απλά ένα παράδειγμα των διαφωνιών που εκφράζονται τα τελευταία χρόνια, όσον αφορά την καλλιτεχνική αξία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Η σχέση των τελευταίων με την τέχνη αποτελεί ένα ζήτημα αμφιλεγόμενο. Τα επιχειρήματα των διαφωνούντων έχουν να κάνουν κυρίως με τη μικρή ηλικία του κοινού των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, την αναξιότητα/ελαφρότητα του περιεχομένου τους, το εφήμερο, τη μαζικότητα της παραγωγής τους, το έντονα τεχνολογικό τους χαρακτήρα, την απουσία της δικής τους δημιουργικής φωνής, την πολυδιάσπαση της δημιουργίας τους, τη διαδραστικότητά τους και τη σαφήνειά τους, όπως καθορίζεται από τους κανόνες και τους σκοπούς, που αντιτίθεται στη θέαση της τέχνης ως κάτι το ασαφές (Hobsbawn 2013: 268 · Romualdo 2014: 139-140 · Jones 2012 · Juul 2005: 20 · Χρήστου 2007: 48). Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια θεωρούνται μέρος της ποπ κουλτούρας, και η ποπ κουλτούρα θεωρείται από αρκετούς ως κατώτερη φόρμα κουλτούρας (Romualdo 2014: 140).

Από τη στιγμή που ένα βιντεοπαιχνίδι δεν συνιστά έργο ενός δημιουργού, δεν μπορεί να αποκαλείται τέχνη, υποστηρίζει ο κριτικός τέχνης Jonathan Jones (2012), ο οποίος συνεχίζει λέγοντας πως ένα έργο τέχνης ισοδυναμεί με την αντίδραση του ατόμου απέναντι στη ζωή, με μια δράση προσωπικής φαντασίας, ενώ αντιθέτως οι κόσμοι που δημιουργούνται στα ηλεκτρονικά παιχνίδια θυμίζουν περισσότερο παιδική χαρά και δημιουργούν εμπειρίες από την αλληλεπίδραση μεταξύ παίκτη-προγράμματος. Ο παίκτης δεν μπορεί να επιβάλλει ένα προσωπικό όραμα ζωής στο παιχνίδι, και ο δημιουργός του παιχνιδιού τού παραχώρησε αυτή την αρμοδιότητα. Από τη στιγμή, λοιπόν, που το παιχνίδι δεν ανήκει σε κανέναν, δεν υπάρχει καλλιτέχνης, δεν υπάρχει έργο τέχνης (Jones 2012)

Περνώντας στην αντίπερα όχθη, υποστηρίζεται ότι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια δεν αποτελούν αντικείμενο ενασχόλησης μόνο των παιδιών. Απεναντίας, ο μέσος όρος ηλικίας του παίκτη το 2014 ήταν 31 ετών (ESA 2014) και το 2020 μεταξύ 34-44 ετών (ESA 2020). Όσον αφορά την απουσία σοβαρότητας του περιεχομένου τους, κανένας δεν διαφωνεί πως τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συνιστούν μια ψυχαγωγική δραστηριότητα που καλύπτει την ψυχολογική λειτουργία του ελεύθερου χρόνου, χωρίς αυτό, όμως, να σημαίνει, όπως γράφει η Χρήστου, πως δεν διαθέτουν και άλλες λειτουργίες, όπως αισθητικές, κοινωνικές, συγκινησιακές, δημιουργικές (Χρήστου 2007: 48-49). Ούτε το γεγονός της στενής σύνδεσής τους με την τεχνολογία αποδυναμώνει την καλλιτεχνική διάστασή τους. Αντιθέτως, το χαρακτηριστικό τους αυτό συνιστά απόρροια της τεχνολογικής προόδου της εποχής μας. Η τεχνολογική πρόοδος είναι εκείνη που δημιούργησε τις νέες τέχνες, τις τέχνες της κινούμενης εικόνας και της αναπαραγωγής ήχου. Τέχνες, όπως είναι ο κινηματογράφος, βασίζονται, τις τελευταίες δεκαετίες, όλο και περισσότερο στη χρήση της τεχνολογίας, και χαρακτηρίζονται από έναν περίπλοκο καταμερισμό εργασίας – κάτι που βρίσκουμε και στις συνεργατικές τέχνες, όπως είναι η θεατρική παράσταση (Hobsbawn 2013: 268-269).

Επιπρόσθετα, όπως γράφει ο Hobsbawn (2013: 269), πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι οι τέχνες που προκύπτουν από τη βιομηχανική παραγωγή είναι τέχνες διαφορετικού τύπου από τη χειροποίητη παραγωγή και κατ' επέκταση δεν μπορούν να κριθούν με τον ίδιο τρόπο. Ή όπως παρατηρεί η Σαμπανίκου (2010: 401-402), ο όρος «τέχνη» εξελίσσεται παράλληλα με τα συνολικά δρώμενα στο πλαίσιο της ευρύτερης πολιτισμικής διάδρασης, καθώς η τέχνη αποτελεί και αυτή αναπόσπαστο μέρος της κοινωνίας. Αρκεί να σκεφτεί κανείς ότι τα έργα τέχνης δημιουργήθηκαν, αρχικά, για να εξυπηρετήσουν μια τελετουργία που ήταν μαγική και που στη συνέχεια έγινε θρησκευτική (Benjamin 1978: 18). Στη βιομηχανική εποχή, η τέχνη αποκόπηκε από τον πρωταρχικό της παραδοσιακό χαρακτήρα και η αξία της σχετίστηκε με τη χρησιμότητά της (Σαμπανίκου 2005: 254), ενώ επιπλέον, στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, τέθηκε το θέμα της εμπορικής διάστασης της τέχνης με κυριότερους αντιπροσώπους της τον Marcel Duchamp και τον Andy Warhol στις δεκαετίες του 1920 και του 1950 αντίστοιχα, οι οποίοι κατήγγησαν τα όρια μεταξύ καλλιτεχνικής και εμπορικής παραγωγής (Σαμπανίκου 2010: 403). Ο Duchamp, με το γνωστό έργο της ανεστραμμένης λεκάνης ουρητηρίου, παρουσίασε ένα αντικείμενο καθημερινής χρήσης με έναν νέο τίτλο και υπό μια νέα οπτική γωνία. Έτσι, το αντικείμενο έχασε τη χρησιμότητά του και κατ' επέκταση θα μπορούσε να αλλάξει και ο τρόπος με τον οποίο αντιλαμβάνεται το κοινό

το αντικείμενο αυτό. Ο Warhol, πάλι, με τα Κουτιά Brillo, που θύμιζαν κουτιά συσκευασίας, αποσκοπούσε στο να εξαλείψει την αντιλαμβανόμενη διαφορά μεταξύ τέχνης και πραγματικότητας, προβάλλοντας, συγχρόνως, την ιδέα πως αντικείμενα καθημερινής χρήσης μπορεί να είναι έργα τέχνης (Danto 2013: 14, 48-51, 60-61). Υπό αυτή την οπτική, ο εμπορευματικός χαρακτήρας και η μαζική παραγωγή των ηλεκτρονικών παιχνιδιών δεν αποτελούν εμπόδιο στο να εξεταστούν ως έργα τέχνης στο πλαίσιο της δημοφιλούς κουλτούρας. Η τέχνη λειτουργούσε πάντα ανατρεπτικά, άλλωστε. Τα τελευταία χρόνια, δε, όπως αναφέρουν οι Σαμπανίκου και Βλαχάκης (2005: 254, 262), η τέχνη πειραματίζεται με την έννοια του ‘εικονικού’ και τον κυβερνοχώρο, με ορισμένα παιχνίδια εικονικής πραγματικότητας να αποτελούν πραγματικά έργα τέχνης.

Οι ιδέες ανέκαθεν χρειάζονταν κάποιο (με την ευρύτερη έννοια) μέσο για να προβληθούν: από τους τοίχους των σπηλιών πάνω στους οποίους οι προϊστορικοί ζωγράφοι χάραζαν και ζωγράφιζαν φιγούρες μέχρι την οθόνη του υπολογιστή που χρησιμοποιούν οι σύγχρονοι καλλιτέχνες (deMul 2009: 95). Η τέχνη αποσπάστηκε από την προστατευμένη της περιοχή (από χώρους ιερούς, κτήρια, μέγαρα, παλάτια), και οι εικόνες της έγιναν διαθέσιμες σε όλους, πανταχού παρούσες (Μπέργκερ 2009: 38-39). Όπως είχε γράψει ο Paul Valery, το 1928, τα έργα της τέχνης στο μέλλον θα είναι πανταχού παρόντα, εμφανιζόμενα ή εξαφανιζόμενα με ένα απλό πάτημα κουμπιού (Σαμπανίκου 2010: 408). Οι άνθρωποι, ωστόσο, παρατηρεί ο Poole (2007), ανέκαθεν απέφευγαν να παραδεχτούν ότι κάτι νέο προσεγγίζει την κατάσταση της τέχνης – αρκεί να θυμηθεί κανείς τη στάση της κοινωνίας απέναντι σε συγγενικές (των ηλεκτρονικών παιχνιδιών) τέχνες, όπως είναι ο κινηματογράφος, το ροκ εντ ρολ, τα κόμικς.

Αναφορικά με το στοιχείο της πολυδιάσπασης των βιντεοπαιχνιδιών, τον βιομηχανικό τους χαρακτήρα και την απουσία δημιουργικής φωνής, ενδιαφέρον παρουσιάζει το επιχείρημα της Χρήστου, η οποία χρησιμοποιεί το παράδειγμα του auteur. Σύμφωνα με τη θεωρία του auteur (του δημιουργού-συγγραφέα) – που είχε συγκροτηθεί από τον Truffaut για να αντιμετωπίσει αντίστοιχες κριτικές για τον κινηματογράφο –, το ηλεκτρονικό παιχνίδι θα πρέπει να απηχεί το όραμα και τις ανησυχίες ενός δημιουργού. Δύο χαρακτηριστικά παραδείγματα auteur στον χώρο των ηλεκτρονικών παιχνιδιών είναι ο Jonh Carmack και ο Sokal. Ο Sokal είναι ο δημιουργός των βιντεοπαιχνιδιών περιπέτειας, *Syberia I* (2002) και *Syberia II* (2004), ενώ επιπλέον, θεωρείται και ένας από τους βασικότερους εκπροσώπους του σύγχρονου ευρωπαϊκού κόμικ (δημιουργός της

σειράς κόμικς *Canardo*). Επιμελητής του σεναρίου, των σκίτσων, των χαρακτήρων και όλων των σχετικών επιμέρους στοιχείων στα *Syberia*, ο Sokal είναι ένας δημιουργός που φημίζεται για την αρχιτεκτονική και το φυσικό τοπίο στα παιχνίδια του, δίνοντας τη μεγαλύτερη έμφαση στην πλοκή της ιστορίας και στους χαρακτήρες (πρωταγωνιστές αλλά και δευτερεύοντες), στους οποίους χαρίζει ένα παρελθόν · όλα στοιχεία που, σε συνδυασμό με διάφορα μέσα (όπως κατάλληλη χρήση μουσικής, κοντινά πλάνα, πετυχημένη χρήση βίντεο σε σημεία κορύφωσης), οδηγούν τον παίκτη σε μια εγγύτερη σχέση με τους ήρωες και συμβάλλουν στην εμπύθισή του (Χρήστου 2007: 54-55). Πρόκειται για βιντεοπαιχνίδια, των οποίων η καλλιτεχνική αξία έχει αναγνωριστεί διεθνώς, με το *Syberia I* να έχει πάρει επιπλέον διάφορα βραβεία (βραβείο από τις Electronic Entertainment Expo, Gamespy, Gamespot) (Χρήστου 2007: 50-51). Ο Carmack, από την άλλη, βασικός προγραμματιστής των βιντεοπαιχνιδιών *Quake* (1996) και *Doom III* (2003), αποτελεί, υπό μια έννοια, το ισοδύναμο του auteur, καθώς δουλεύει συλλογικά με πολλούς, αλλά είναι το δικό του όραμα και όνομα που καθορίζει την πορεία του παιχνιδιού (King et al. 2002: 150-151).

Επιπλέον, το ζήτημα της πολυδιάσπασης μπορεί να ιδωθεί και υπό το πρίσμα της συλλογικής, συνεργατικής δημιουργικής τέχνης, εφόσον για να δημιουργηθεί ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι απαιτούνται διάφορες δεξιότητες σε διάφορους τομείς (σχέδιο, αρχιτεκτονική, εικονογράφηση, animation, φυσική, επιστήμη υπολογιστών κ.α.). Ας προστεθεί ακόμα πως η ιδέα του καλλιτέχνη ως ατομική ιδιοφυία εμφανίστηκε στην Αναγέννηση και γνώρισε πλήρη ακμή στα τέλη του 19^{ου} αιώνα μέχρι τα μέσα του 20^{ου} αιώνα, με ορισμένες πάντα εξαιρέσεις, όπως ήταν η εμφάνιση των φουτουριστών και των ντανταϊστών στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Πριν την Αναγέννηση, η τέχνη θεωρούνταν γενικά ως συλλογικό προϊόν των ατελιέ. Ήταν το 1960, με τον Andy Warhol, που επανήλθε δυναμικά η ιδέα της συνεργατικής τέχνης (Romualdo 2014: 140). Όσον αφορά το επιχείρημα της διαδραστικότητας και κατ' επέκταση της συμμετοχής του παίκτη που απαιτείται, και που χρησιμοποιείται για την άρνηση του χαρακτηρισμού των ηλεκτρονικών παιχνιδιών ως τέχνη, ας θυμίσουμε τη συμμετοχική τέχνη, όπως είναι η τέχνη της περφόρμανς, στην οποία η συμμετοχή του κοινού αποκτά ιδιαίτερη σημασία (Romualdo 2014: 141).

Ωστόσο, αυτό που ξεχωρίζει τα ηλεκτρονικά παιχνίδια από τις πιο παραδοσιακές μορφές τέχνης και που λειτουργεί, συγχρόνως, εναντίον τους είναι ότι δεν παύουν να αποτελούν παιχνίδια (Poole 2007: 30). Κι όμως, το βιντεοπαιχνίδι είναι τέχνη, κατά τον ακαδημαϊκό Henry Jenkins, αλλά μια τέχνη που μπορεί να γίνει βαθύτερη και πλουσιότερη, συνιστώντας τη φόρμα τέχνης του

21^ο αιώνα (Jenkins 2012). Σύμφωνα με τη θεώρηση του ηλεκτρονικού παιχνιδιού ως έργου τέχνης είναι και ο σχεδιαστής παιχνιδιών, John Krajewski, ο οποίος υποστηρίζει ότι το βιντεοπαιχνίδι καθιστά τον παίκτη φορέα της ποίησης και του ονείρου και ανυψώνει την ψυχή του (Krajewski 2019). Το ηλεκτρονικό παιχνίδι, λοιπόν, διαβάζοντας την άποψη του Krajewski, αποτελεί τέχνη, διότι εμφυσά ‘ζωή’ στον αποδέκτη του μεταφέροντάς τον σε ένα άλλο επίπεδο. Η άποψη του Krajewski φέρνει στον νου την άποψη του Adorno, σύμφωνα με τον οποίον, το έργο τέχνης οφείλει να λειτουργεί σαν πυροτέχνημα, να είναι «σημείο του ουρανού και συγχρόνως κάτι κατασκευασμένο, να είναι αστραποβολούν και συγχρόνως ένα πραγματικά εκφραστικό φαινόμενο» (Adorno 2000: 24, 144-145). Ή όπως γράφει ο Horkheimer, ένα έργο τέχνης είναι ένα αντικειμενικό προϊόν του νου που έχει αποσπαστεί από το πλαίσιο του πρακτικού κόσμου και δίνει άσυλο σε αρχές που κάνουν τον κόσμο αυτόν που τα ενοχλεί να φαίνεται ξένος και κίβδηλος (Χόρκχάιμερ 2005: 1 · Horkheimer 1938: 117). Η διαφορά, ασφαλώς, είναι ότι οι παραπάνω ορισμοί της τέχνης που δόθηκαν από τους Adorno και Horkheimer, δόθηκαν προκειμένου να υποβαθμίσουν τα προϊόντα της ‘μαζικής κουλτούρας’.

Κι όμως, η καλλιτεχνική αξία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια. Το 2011, παραδείγματος χάριν, η US National Endowment for the Arts, που είναι κυβερνητική οργάνωση που χρηματοδοτεί καλλιτεχνικά προϊόντα με σκοπό να προωθήσουν το κοινό καλό, είχε συμπεριλάβει το 2012 ανάμεσα στα καλλιτεχνικά έργα και τα διαδραστικά παιχνίδια (Funk 2011). Το 2012, επίσης, το Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης στη Νέα Υόρκη (MoMA) αποφάσισε να φιλοξενήσει 14 βιντεοπαιχνίδια στο τμήμα του ‘Αρχιτεκτονική και Σχέδιο’, ανάμεσα στα οποία ήταν το *Pac-Man*, το *Tetris*, το *Myst*, το *Sim City*, το *Flow*, το *Passage*. Η Paola Antonelli, ανώτερη επιμελήτρια του Τμήματος του MoMA, είχε δηλώσει πως τα συγκεκριμένα βιντεοπαιχνίδια επιλέχθηκαν, διότι ξεχώριζαν για την οπτική τους ποιότητα, την αισθητική εμπειρία, την κομψότητα του κώδικα και τον σχεδιασμό της συμπεριφοράς του παίκτη (με το σενάριο, τους κανόνες, τα ερεθίσματα και τις αφηγήσεις που οραματίστηκαν οι σχεδιαστές να ζωντανεύουν στις συμπεριφορές που ενθαρρύνουν στους παίκτες), υποστηρίζοντας, συγχρόνως, πως τα βιντεοπαιχνίδια είναι τέχνη και σχέδιο μαζί (Antonelli 2012). Αλλά οι ρίζες της συνδιαλλαγής μεταξύ ηλεκτρονικών παιχνιδιών και μουσείων, και κατ’ επέκταση η αντιμετώπισή τους ως πολιτισμικά τεχνουργήματα, βρίσκεται ακόμα παλαιότερα. Αναφέρουμε ενδεικτικά: α) από το καλοκαίρι του 1989 μέχρι την άνοιξη του 1990, είχε πραγματοποιηθεί μια έκθεση αναδρομής στα βιντεοπαιχνίδια στο Αμερικανικό Μουσείο Κινούμενης Εικόνας, β) το

1996, έλαβε χώρα η ταξιδιωτική έκθεση Videotopia του Keith Feinstein, που περιλάμβανε μια ευρεία συλλογή μηχανών βιντεοπαιχνιδιών, και υπήρξε αφορμή για να έρθει το κοινό των μουσείων σε επαφή με πολλά κλασικά παιχνίδια αιθουσών ψυχαγωγίας (Wolf & Perron 2003: 5, 7), γ) το 2002, εγκαινιάστηκε η έκθεση Game on στην Barbican Art Gallery στο Λονδίνο (η οποία επικεντρωνόταν στη ραγδαία ανάπτυξη των ψηφιακών παιχνιδιών και στην εξέλιξή τους σε κυρίαρχο φαινόμενο) – μία έκθεση που ταξίδεψε παντού και φιλοξενήθηκε σε διάφορα μουσεία, όπως στη Σκωτία, στη Φινλανδία, στο Ισραήλ, στην Αυστραλία, στην Αμερική (Romualdo 2014: 138 · Schmitt 2007: 582).

Άλλο στοιχείο που προσδίδει καλλιτεχνικότητα στα ηλεκτρονικά παιχνίδια είναι το machinima (από τον συνδυασμό των λέξεων ‘machine’ και ‘cinema’), όρος που αναφέρεται σε τρισδιάστατα ψηφιακά κινούμενα σχέδια σε μηχανές παιχνιδιών που δημιουργούνται σε πραγματικό χρόνο. Τα κινούμενα αυτά σχέδια μπορεί να είναι μυθοπλασίες και να επεκτείνουν την αφήγηση του παιχνιδιού ή να δημιουργούν ένα εντελώς νέο κείμενο. Για παράδειγμα, κόμικς όπως το *Hardly workin’* και το *Red vs Blue*, έχουν μετατρέψει τα παιχνίδια βολών πρώτου προσώπου σε σαπουνόπερες και κωμικά σόου και έχουν κερδίσει βραβεία σε φεστιβάλ σε όλο τον κόσμο (Jenkins 2006: 152 · Knobel & Lankshear 2008: 26). Το κίνημα machinima άρχισε το 1993 όταν κυκλοφόρησε το *Doom* με ένα πρόγραμμα που υποστήριζε την καταγραφή και την αναπαραγωγή δράσεων εντός του παιχνιδιού. Ιδέα του συγκεκριμένου σχεδίου ήταν οι παίκτες να παρακολουθούν τις δικές τους εμπειρίες στο παιχνίδι σαν να ήταν ταινίες μικρής δράσης (Jenkins 2006: 152). Οι περισσότερες ταινίες machinima είναι βαθιά ριζωμένες στην κουλτούρα του παιχνιδιού, όπως το *My trip to Liberty City*, το οποίο είναι ένα ημερολόγιο ταξιδιού στον κόσμο που αναπαρίσταται στο *Grand Theft Auto 3* (2001). Το 2005 κυκλοφόρησε επιπλέον το βιντεοπαιχνίδι *The movies* (από τη Lion head), που οδήγησε το machinima σε ευρύτερες οδούς, επιτρέποντας στον παίκτη να διαχειριστεί το δικό του στούντιο, να παράγει τις δικές του ταινίες χρησιμοποιώντας τους χαρακτήρες του παιχνιδιού και να τις μοιράσει διαδικτυακά στους φίλους του (Jenkins 2006: 153-154). Ο παίκτης γίνεται, δηλαδή, και ένα είδος “bricoleur” – ένα είδος μάστορα που διαλέγεται με τα διαθέσιμα «σύνεργα και τα υλικά», προσθέτει κάτι σε αυτά από τον εαυτό του και εκφράζεται μέσω αυτών (Levi-Strauss 1977: 118-119). Η τέχνη, άλλωστε, έλεγε ο Jackson Pollock, πρέπει να εκφράζει αισθήματα (στο Hobsbawn 2013: 252).

Η τέχνη είναι ανεκτίμητη ως πηγή ηδονής και παρηγοριά στη ζωή, γράφει ο Freud (2011: 30). Και η καλλιτεχνική αξία ενός έργου είναι απόρροια της προσέγγισής του. Σύμφωνα με την απολυταρχική προσέγγιση, η καλλιτεχνική αξία αποτελεί εγγενή ιδιότητα, ένα πάγιο χαρακτηριστικό ενός έργου τέχνης που ο καθένας μπορεί να προσλάβει με συγκεκριμένα αντικειμενικά κριτήρια, ενώ σύμφωνα με τη σχετικιστική προσέγγιση, η καλλιτεχνική αξία βασίζεται σε εξωγενείς παράγοντες και κυρίως σε κριτήρια, κανόνες και διακρίσεις που προέρχονται από το ευρύτερο πολιτισμικό και κοινωνικό περιβάλλον, εντός του οποίου παράγεται/αξιοποιείται το εκάστοτε έργο (Πασχαλίδης 1999: 77). Επίσης, καθώς οι ανθρώπινες κοινωνίες αλλάζουν, αλλάζει και ο τρόπος με τον οποίον οι αισθήσεις των ανθρώπων αντιλαμβάνονται τον κόσμο, ο τρόπος με τον οποίον οργανώνεται η αισθητηριακή τους αντίληψη (Benjamin 1978: 26). Ένα έργο τέχνης είναι, συγχρόνως, και ένα κοινωνικό γεγονός, εμποτισμένο με αξίες, και συνιστά ένα σημείο (Mukarovnsky 1979: 27-28) που οφείλει να ενθαρρύνει τον αποδέκτη να νιώσει τα πράγματα όπως τα αντιλαμβάνεται (Shklovsky 1965: 6-7). Ο Barthes (2007: 208-211) είχε μιλήσει για τον «θάνατο» του συγγραφέα, το ότι δηλαδή ένα κείμενο διαβάζεται σε όλα τα επίπεδα, συνιστώντας έναν χώρο με πολλαπλές διαστάσεις και όχι έναν χώρο από τον οποίον αναδύεται ένα νόημα μοναδικό. Το ίδιο ισχύει, κατά τη γνώμη μας, και για το έργο τέχνης, η ενότητα του οποίου, και κατ' επέκταση η αξιολόγησή του, βρίσκεται στον προορισμό του και όχι στην προέλευσή του. Με βάση τα παραπάνω, μπορεί να υποστηριχτεί ότι το ηλεκτρονικό παιχνίδι αποτελεί ένα καλλιτεχνικό δημιούργημα της κοινωνίας που το γέννησε, το οποίο εμπεριέχει σημεία που προσκαλούν τον παίκτη/αποδέκτη να τα ερμηνεύσει, προσφέροντάς του, συγχρόνως, πρωτόγνωρες εμπειρίες, νοήματα αλλά και διεξόδους. Ίσως πρέπει να μιλάμε πλέον για 'videogametism', όρος που επινόησε ο DaSilva (2020: 25, 32) προκειμένου να υποστηρίξει την καλλιτεχνικότητα των ηλεκτρονικών παιχνιδιών (προερχόμενο από την ιδέα του Eisenstein 'cinematism', που αποσκοπούσε στο να δώσει στη νέα τότε καλλιτεχνική φόρμα του κινηματογράφου τη επικύρωση που χρειαζόταν).

Ο χώρος του fandom γενικότερα, και ο χώρος των ηλεκτρονικών παιχνιδιών ειδικότερα, αποτελούν ιδιαίτερους κόσμους τέχνης που παράγουν έργα και τους δίνουν αισθητικές αξίες (Jenkins 2001: 211-213). Και οι τέχνες σε όλα τα πεδία, όπως γράφει ο Δερμεντζόπουλος (2020), τόσο στην αποκαλούμενη υψηλή κουλτούρα (ή την, κατά τον Fiske (2001: 31), επίσημη κουλτούρα που λαμβάνει θεσμική στήριξη) όσο και στη δημοφιλή, δεν παύουν να αποτελούν στήριγμα ύπαρξης της ανθρώπινης συνθήκης.

7. Ανασκόπηση ερευνών

Ήδη από το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα, με την άνοδο των ηλεκτρονικών υπολογιστών, το τοπίο είχε αρχίσει να αλλάζει. Στις ΗΠΑ, για παράδειγμα, το 1989, το ποσοστό των αμερικανικών νοικοκυριών που είχε προσωπικούς υπολογιστές άγγιζε το 25%, ενώ το 2003, έφτασε στο 75% (Roberts & Foehr 2008: 12). Το 2004, ένα 84% Αμερικανών εφήβων 12-17 ετών (σε ένα δείγμα 1100 παιδιών) είχε τουλάχιστον μια προσωπική συσκευή, όπως υπολογιστή ή κινητό, ενώ επιπλέον, ένα 51% χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο καθημερινά (Lenhart et al. 2005: 4, 9). Το 2011, ένα 83,2% Αμερικανών 3-17 ετών, είχε στο σπίτι έναν τουλάχιστον υπολογιστή, με ένα 60,2% να δηλώνει και χρήση του διαδικτύου (File 2013: 5-7). Το 2013, δημοσκόπηση που διεξάχθηκε σε 60000 αμερικανικά νοικοκυριά δημοσίευσε πως το 92,1% των νέων 15-35 ετών είχε υπολογιστή και το 77,7% πρόσβαση στο διαδίκτυο (File & Ryan 2014: 2-4). Όσον αφορά την κατοχή διάφορων κονσόλων παιχνιδιού και κινητών, το 2007, σύμφωνα με τα αποτελέσματα τηλεφωνικής έρευνας σε 800 Αμερικανούς έφηβους 12-17 ετών, το 77% των ερωτηθέντων είχε κονσόλα, το 55% φορητή συσκευή παιχνιδιού και το 71% κινητό, ενώ το 2009, τα ποσοστά πήγαν αντίστοιχα στο 80%, 51% και 75%, με μικρή μείωση να παρουσιάζει μόνο η φορητή συσκευή χειρός (Lenhart et al. 2008: 17). Το 2022, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της διαδικτυακής έρευνας της Pew Research σε ένα δείγμα 1316 εφήβων, το 90% των Αμερικανών ηλικίας 13-17 ετών, είχε πρόσβαση σε υπολογιστή/λάπτοπ, το 80% σε κονσόλα και το 95% σε κινητό, ενώ επιπλέον, ένα 97% δήλωσε ότι χρησιμοποιεί το διαδίκτυο καθημερινά (Vogels et al. 2022: 5-6).

Παρεμφερή είναι τα αποτελέσματα ερευνών και σε δυτικές χώρες εκτός Αμερικής. Παραδείγματος χάριν, στο Ηνωμένο Βασίλειο, το 2011, σύμφωνα με τα αποτελέσματα διαδικτυακής δημοσκόπησης που πραγματοποιήθηκε σε ένα δείγμα 20950 παιδιών 8-16 ετών, ένα 74% εφήβων ηλικίας 11-14 ετών και ένα 86,1% ηλικίας 14-16 ετών είχε δικό του προσωπικό υπολογιστή, αν και πρόσβαση σε υπολογιστή είχε πάνω από το 90% (Clark 2012: 14). Από το 2011 ως το 2014, δημοσκοπήσεις σε γονείς και παιδιά ηλικίας 5 ως 15 ετών έδειξαν αύξηση στη χρήση των τάμπλετς και των κινητών για παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών (από ένα 3% σε ένα 30% για τα τάμπλετς και από ένα 15% σε ένα 26% για τα κινητά), ενώ επιπλέον, οκτώ στα δέκα παιδιά είχε σπίτι του μια κονσόλα για βιντεοπαιχνίδια (Ofcom 2014: 23-4, 31, 34). Το 2014, το 95% των παιδιών 6-16 ετών, σε ένα δείγμα 2200 παιδιών, είχε δικό του υπολογιστή, το 94% των παιδιών 11-16 ετών το δικό του κινητό και το 68% των παιδιών 11-16 ετών τη δική του κονσόλα

(Leggett & Ehren 2015: 1). Το 2019, σύμφωνα με τα στοιχεία της statista, το 78% των παιδιών ηλικίας 5 ως 15 ετών είχε υπολογιστή/λαπτοπ με πρόσβαση στο διαδίκτυο, το 66% κονσόλα παιχνιδιού, το 48% κινητό και το 89% τάμπλετ, ενώ τον επόμενο χρόνο, το 2020, παρατηρείται αύξηση σε όλα, με τα ποσοστά να είναι αντίστοιχα 90%, 84%, 99% και 90% (Larrichia, 2023).

Ακολούθως στη χώρα μας, ήδη από το 2005, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας της Χρήστου σε ένα δείγμα 441 προεφήβων (μαθητών Ε' και Στ' Δημοτικού από την περιοχή της Αττικής), το 68,6% είχε τη δική του παιχνιδομηχανή. Τέσσερα χρόνια αργότερα, το 2009, οι ερευνητές Μπερδεκλής, Γιαννοπούλου και Παναγιωτακόπουλος διαπίστωναν πως τα τρία τέταρτα περίπου των παιδιών, από ένα δείγμα 700 μαθητών από την Αχαΐα, είχαν υπολογιστή, ενώ οι μισοί είχαν και παιχνιδομηχανή. Φτάνοντας στο σήμερα, και λαμβάνοντας υπόψη την υγειονομική κρίση του 2019-2022, με τη διαδικτυακή εκπαίδευση που αυτή επέφερε, το σκηνικό που έχει πλέον διαμορφωθεί συντίθεται από ένα πλήθος σπιτιών φωτιζόμενων από υπολογιστές, λάπτοπς, τάμπλετς, κινητά. (Το 2018, το 90% ενός συνόλου 14000 μαθητών ηλικίας 10-17 ετών είχε κινητό, σύμφωνα με τα στοιχεία από το Ελληνικό Κέντρο Ασφαλούς Διαδικτύου (2019: 8)). Ένας κοινός 'εγκέφαλος' συνδέει τα πάντα, και όλα συμβαίνουν ταυτόχρονα για όλους, όπως στο 'οικουμενικό χωριό' του Μακλούαν (Μάνδρος 1990: 16).

7.1. Συμπεριφορές-στάσεις των παιδιών απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια και σε διάφορα άλλα μέσα ψυχαγωγίας

Αυξανόμενη δημοτικότητα γνωρίζουν τις τελευταίες δεκαετίες τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, με αποτέλεσμα να έχουν γραφτεί έως σήμερα ποικίλα άρθρα και να έχουν διεξαχθεί αναρίθμητες έρευνες, διεθνείς και ελληνικές, εξετάζοντας διαφορετικές πτυχές αυτών. Ένα μέρος των ερευνών που πραγματοποιήθηκε ασχολήθηκε, μεταξύ άλλων, με τις στάσεις-συμπεριφορές των παιδιών τόσο απέναντι σε αυτά όσο και απέναντι σε άλλα μέσα ψυχαγωγίας γενικότερα. Το 2002, οι Βρύζας και Τσιτουρίδου (2002: 107-111) εξέτασαν μέσω ερωτηματολογίων τις στάσεις και τις συμπεριφορές των Ελλήνων εφήβων απέναντι στον υπολογιστή, την τηλεόραση, το βιβλίο και τη γραφή. Δείγμα τους ήταν 1046 μαθητές Γυμνασίου και Λυκείου στη Θεσσαλονίκη. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους τοποθέτησαν τον υπολογιστή στην πρώτη θέση προτίμησης. Η τηλεόραση ερχόταν δεύτερη σαν επιλογή και το βιβλίο τρίτο. Οι ερευνητές διαπίστωσαν ακόμα

θετική συσχέτιση μεταξύ του υψηλού κοινωνικο-πολιτιστικού επιπέδου της οικογένειας του έφηβου και της συχνότερης χρήσης του υπολογιστή – γεγονός που οφείλεται ενδεχομένως, όπως συμπεράναν, στο ότι τα παιδιά που προέρχονταν από πιο προνομιούχα περιβάλλοντα ήταν πιο ευαισθητοποιημένα στην κουλτούρα των νέων τεχνολογιών, αφήνοντας τότε ανοικτό το ερώτημα για το αν τα νέα μέσα δημιουργούν εντέλει νέες ανισότητες.

Αλληλοσύνδεση μεταξύ του υψηλού μορφωτικού επιπέδου των γονέων με τη μεγαλύτερη ενασχόληση των παιδιών με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια ανέδειξε η ποσοτική έρευνα των Αντωνίου και Στόϊκου (2009), που πραγματοποιήθηκε στην Ξάνθη, σε ένα δείγμα 52 μαθητών ηλικίας 16-17 ετών. Σύμφωνα με τα αποτελέσματά τους, ένα 60% των ερωτηθέντων έπαιζε πολύ συχνά ηλεκτρονικά παιδιά τα Σαββατοκύριακα, ένα 36% έπαιζε πολύ συχνά κάθε μέρα και ένα 44% έπαιζε σπανίως ή καθόλου. Οι ερευνητές παρατήρησαν, επίσης, διαφορά φύλου, με τα αγόρια να παίζουν συχνότερα από τα κορίτσια (Αντωνίου & Στόϊκου 2009: 134-136).

Τις στάσεις των παιδιών των δύο τελευταίων τάξεων του Δημοτικού απέναντι στο ηλεκτρονικό παιχνίδι εξέτασε η Χρήστου (2005), διαπιστώνοντας πως σχεδόν όλα τα παιδιά (91,4%) έχουν παίξει ηλεκτρονικά παιχνίδια σε κάποια συσκευή, ενώ επιπλέον, ένα 53,2% δήλωσε πως έπαιζε ηλεκτρονικά παιχνίδια το Σαββατοκύριακο. Η ερευνήτρια παρατήρησε, επίσης, και το ότι αρκετοί γονείς παιδιών (ένα 39,1%) έπαιζαν και οι ίδιοι ηλεκτρονικά παιχνίδια (Χρήστου 2005: 118-129, 137). Υψηλό βαθμό ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια έδειξε και η έρευνα των Μπερδέκλη, Γιαννοπούλου και Παναγιωτακόπουλου (2009). Ένα 20% των παιδιών στην προεφηβεία δήλωσε πως παίζει συχνά έως πολύ συχνά, ένα 18% σπανίως και ένα 10% καθόλου. Ένα 40% επιπλέον ανέφερε πως παίζει παιχνίδια μέσω διαδικτύου. Όπως παρατήρησαν οι ερευνητές, τα παιδιά που έπαιζαν συχνά, έπαιζαν και για περισσότερες ώρες (Μπερδεκλής κ.συν. 2009: 141, 149-151).

Από το 2006 ως το 2010, σύμφωνα με την πανελλήνια έρευνα της ΕΠΨΥ (Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Ψυχικής Υγιεινής), που πραγματοποιήθηκε σε 4944 Έλληνες μαθητές Στ' Δημοτικού, Β' Γυμνασίου και Α' Λυκείου, ο αριθμός των παιδιών που αφιέρωναν χρόνο μπροστά σε μια οθόνη ηλεκτρονικής συσκευής (οθόνη τηλεόρασης, υπολογιστή, κονσόλα για βιντεοπαιχνίδια) τριπλασιάστηκε (Κοκκέβη κ.συν. 2010). Το 16,4% των εφήβων (κυρίως αγοριών) βρισκόταν τουλάχιστον έξι ώρες σε καθημερινή βάση μπροστά σε μια οθόνη. Οι ώρες, ωστόσο, που αφιέρωναν τα παιδιά στην τηλεόραση το 2010 ήταν λιγότερες συγκριτικά με τέσσερα

χρόνια πιο πριν. Το 2006, το ποσοστό των εφήβων που παρακολουθούσε τηλεόραση τρεις ώρες ημερησίως ήταν 42,9%, ενώ το 2010, έπεσε στο 38,3%. Η έρευνα έδειξε, επίσης, πως ένα 46,4% των παιδιών δεν διάβαζε καθόλου εξωσχολικά βιβλία, ενώ επιπλέον, ανάμεσα στις δημοφιλέστερες δραστηριότητες τους ήταν η ακρόαση μουσικής και η χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή. Οι δεκαπεντάχρονοι, παρατηρήθηκε ακόμα, έπαιζαν σε μεγαλύτερο ποσοστό ηλεκτρονικά παιχνίδια συγκριτικά με τους εντεκάχρονους και τους δεκατριάχρονους (Κοκκέβη κ.συν. 2010: 1-2, 8), κάτι που αντιστράφηκε όταν η έρευνα της ΕΠΠΨΥ επαναλήφθηκε μια τετραετία αργότερα, το 2014, σε 4141 μαθητές των ίδιων ηλικιών. Το 2014, παρατηρήθηκε πως ήταν οι δεκατριάχρονοι που έπαιζαν σε μεγαλύτερο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια σε σχέση με τους εντεκάχρονους και τους δεκαπεντάχρονους. Κατά τα άλλα, τα αποτελέσματα επιβεβαίωναν τα προηγούμενα. Ο χρόνος παρακολούθησης της τηλεόρασης συνέχισε να παρουσιάζει μια πτωτική πορεία, και η ενασχόληση με τον υπολογιστή ή άλλες ηλεκτρονικές συσκευές ήταν αυξητική, με το ποσοστό των παιδιών που ασχολούνταν με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια να ανεβαίνει από ένα 28,4% το 2006 σε ένα 36,1% το 2014. Επίσης, παρατηρήθηκε διαφορά φύλου αναφορικά με τον χρόνο ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, καθώς ένα 47,7% των έφηβων αγοριών δήλωνε πως έπαιζε βιντεοπαιχνίδια σε κονσόλες τουλάχιστον δύο ώρες κάθε μέρα, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των κοριτσιών ήταν 24,7%. Μεγαλύτερος ήταν γενικότερα και ο αριθμός των αγοριών που περνούσε πολλές ώρες μπροστά σε μια ηλεκτρονική συσκευή με οθόνη σε σχέση με τον αριθμό των κοριτσιών: από το 54,2% των μαθητών που δήλωνε ότι περνά πολλές ώρες μπροστά σε μία οθόνη, το 60,3% ήταν αγόρια και το 48,7% κορίτσια, ενώ επιπλέον, ο χρόνος αυτός αυξανόταν τα Σαββατοκύριακα κατά δύομισή ώρες (Κοκκέβη κ.συν. 2015: 1-5). Διαφορά φύλου είχε διαπιστώσει και η ποσοτική έρευνα των Τσαλίκη, Χρονάκη, Κοντογιάννη, το 2012, σε ένα δείγμα 627 μαθητών Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, με τα αγόρια να παίζουν συχνότερα και για περισσότερες ώρες συγκριτικά με τα αγόρια (Τσαλίκη, Χρονάκη & Κοντογιάννη 2012).

Τη στάση και συμπεριφορά 267 μαθητών Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης στη Ρόδο απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια ερεύνησαν (μέσω ερωτηματολογίων) οι Σοφός και Παντελής την περίοδο 2006-2007. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, ένα 83% των μαθητών δήλωσε πως παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια. Ένα 27% έπαιζε μια με δύο φορές την εβδομάδα και ένα 26% καθημερινά. Από αυτούς που έπαιζαν καθημερινά, ένα 34% έπαιζε για μια ώρα, ένα 21% μία με δύο ώρες και ένα 24% πάνω από δύο ώρες. Ακόμα, ένα 72% δήλωσε ότι

παίζει μαζί με άλλους, με το 68% να λέει πως παίζει με φίλους. Επιπρόσθετα, ένα 43% δήλωσε πως μαθαίνει διάφορα μέσα από τα βιντεοπαιχνίδια, όπως αγγλικά, στρατηγική, ομαδικότητα, συνεργασία, καθώς και καλύτερο χειρισμό του υπολογιστή (Σοφός & Παντελής 2010: 6-8).

Τη χρήση των ψηφιακών παιχνιδιών από μαθητές Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης διερεύνησαν το 2009 οι Κουτρομάνος και Νικολοπούλου (2010), διανέμοντας ερωτηματολόγια σε 260 μαθητές στην Αθήνα. Το 88% των ερωτηθέντων απάντησε ότι παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια, και ένα 45,2% αυτών δήλωσε πως παίζει μερικές φορές την εβδομάδα. Τα περισσότερα παιδιά ανέφεραν ότι παίζουν στον υπολογιστή και στο κινητό, προτιμώντας τα παιχνίδια αθλητικού περιεχομένου και δράσης, με τους μαθητές λυκείου να παίζουν περισσότερα παιχνίδια δράσης συγκριτικά με τους μαθητές του γυμνασίου (Κουτρομάνος & Νικολοπούλου 2010: 100-101). Διαφορά φύλου διαπιστώθηκε και εδώ: η στάση των αγοριών απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια ήταν πιο θετική από εκείνη των κοριτσιών, ενώ επιπλέον, οι τακτικοί παίκτες ήταν σε μεγαλύτερο βαθμό αγόρια (ένα 56,9% έναντι ενός 20% των κοριτσιών). Ευρήματα που συμφωνούν με εκείνα της έρευνας πεδίου των Μητσάκη και Σολομωνίδου, την περίοδο 2007-2008, σε 296 έφηβους, ηλικίας 13-17 ετών, θαμώνες των ίντερνετ καφέ της Θεσσαλίας: τα κορίτσια έπαιζαν λιγότερα παιχνίδια από τα αγόρια, με την πλειοψηφία των θαμώνων σε όλες τις ζώνες παρατήρησης να είναι αγόρια (Μητσάκη & Σολομωνίδου 2009: 31).

Ενισχυτικά στις παραπάνω παρατηρήσεις λειτουργεί τόσο η (ποσοτική) έρευνα της Χατζούδη και των συνεργατών της με 200 συμμετέχοντες ηλικίας 14 έως 51 ετών στις περιοχές της Θράκης και Αν. Μακεδονίας το 2010, όπου διαπιστώθηκε ότι η πλειονότητα των παικτών ήταν αγόρια/άντρες, όσο και η διαδικτυακή έρευνα των Εφόπουλου και Παλάζη σε 517 μαθητές Γυμνασίου της περιοχής Σερρών. Στην ερώτηση των Εφόπουλου και Παλάζη για τις δραστηριότητες που προτιμούσαν στον ελεύθερο χρόνο τους, τα αγόρια που επέλεξαν το παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών στο διαδίκτυο υπερτερούσαν σε σχέση με τα κορίτσια (ένα 19% έναντι ενός 2,9%). Πρώτη, ωστόσο, προτίμηση του συνόλου ήταν να 'βγούνε βόλτα έξω με φίλους'. Όσο για τις ώρες που αφιέρωναν στο παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών, ένα 23,9% δήλωσε πως παίζει μια με δύο ώρες καθημερινά (στον υπολογιστή, στο τάμπλετ ή στο κινητό – μάλιστα, το 63,6% των μαθητών που είχε κινητό, το χρησιμοποιούσε για να παίζει παιχνίδια), ένα 21,2% λιγότερο από μια ώρα τη μέρα, ένα 16% μέχρι δύο-τρεις ώρες την εβδομάδα, ένα 15,6% πάνω από δύο ώρες κάθε μέρα, ενώ ένα 23,3% δεν έπαιζε καθόλου (Εφόπουλος & Παλάζη 2017: 1-7). Περνώντας στο

2019, σύμφωνα με τα στοιχεία του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου (2019: 27-28) σχετικά με τις διαδικτυακές συνήθειες, σε ένα σύνολο 14000 μαθητών ηλικίας 10-17 ετών, το 57% παίζει μέχρι 2 ώρες τη μέρα, το 9% 3 με 4 ώρες τη μέρα, το 7% πάνω από 4 ώρες και το 27% δεν παίζει καθόλου. Επιπρόσθετα, τα αγόρα παίζουν περισσότερα διαδικτυακά παιχνίδια συγκριτικά με τα κορίτσια: ένα 70% έναντι ενός 30%.

Στον διεθνή χώρο, με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας της Livingstone σχετικά με τους νέους και τα νέα μέσα, που αντλήθηκαν από ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν από 1303 παιδιά 6-17 ετών το 1997 στο Ηνωμένο Βασίλειο και από συνεντεύξεις που διενεργήθηκαν με άλλα 200, δημιουργήθηκαν τέσσερις κατηγορίες: α) οι φανς της οθόνης για ψυχαγωγία, β) οι ειδικοί, που ξόδευαν πολύ χρόνο σε ένα μέσο (με υποκατηγορίες τους φανς των βιβλίων, τους φανς του Η/Υ και τους φανς της μουσικής), γ) οι παραδοσιακοί, που αφιέρωναν τον περισσότερο χρόνο στα παραδοσιακά μέσα (τηλεόραση, μουσική, βιβλία/περιοδικά) και ελάχιστο χρόνο σε ηλεκτρονικά παιχνίδια, δ) οι μικρού βαθμού χρήστες των μέσων. Οι φανς της οθόνης για ψυχαγωγία ενθουσιάζονταν για ηλεκτρονικά παιχνίδια. Οι παραδοσιακοί ενθουσιάζονταν με βιβλία/περιοδικά, ξόδευαν πολλή ώρα στην παρακολούθηση τηλεόρασης και στην ακρόαση μουσικής – όπως και οι φανς της οθόνης –, αλλά λίγη ώρα στα βιντεοπαιχνίδια. Οι φανς του βιβλίου, από την άλλη, ξόδευαν λίγη ώρα στην παρακολούθηση τηλεόρασης, σε αντίθεση με τους φανς του Η/Υ που ξόδευαν πολύ χρόνο τόσο στην τηλεόραση όσο και στα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Τα παιδιά που ανήκαν στις κατηγορίες των φανς του βιβλίου και των φανς του Η/Υ προέρχονταν από μεσοαστικές οικογένειες. Τα παιδιά μεσοαστικών οικογενειών γενικότερα ξόδευαν λιγότερες ώρες στην παρακολούθηση τηλεόρασης και στο παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών σε σχέση με τα παιδιά εργατικών οικογενειών. Όσο για τι θα επέλεγαν να κάνουν τα παιδιά σε μια ‘καλή μέρα’, είχαν απαντήσει τότε τα ακόλουθα: κινηματογράφο (για ένα 41%), κοινωνικές συναναστροφές με φίλους (39%), αθλητικές δραστηριότητες (36%), τηλεόραση (14%). Την ίδια στιγμή, ωστόσο, η τηλεόραση δηλώθηκε από ένα 41% και ως μια επιλογή που θα έκανε σε μια ‘βαρετή μέρα’. Τα αποτελέσματα της έρευνας τότε είχαν δείξει πως νέα μέσα δεν είχαν ακόμα εδραιωθεί στις κύριες προτιμήσεις των νέων (Livingstone 2002: 5-8, 16, 20-21, 43).

Τα αποτελέσματα της (μικτών μεθόδων) έρευνας του Fromme (2003), ο οποίος μελέτησε τα ηλεκτρονικά παιχνίδια ως μέρος της κουλτούρας 1111 παιδιών 7 ως 14 ετών από τη Γερμανία, έδειξαν πως ένα 55,7% των αγοριών και ένα 29% των κοριτσιών έπαιζαν συχνά ηλεκτρονικά

παιχνίδια. Περιστασιακά έπαιξε το 40% των αγοριών και το 51% των κοριτσιών, ενώ το 6% των αγοριών και το 20% των κοριτσιών δεν έπαιζαν καθόλου. Ενδιαφέρον παρουσιάζει, επίσης, το γεγονός πως όταν ρωτήθηκαν για τις αγαπημένες δραστηριότητες τους, έθεσαν σαν πρώτη τους επιλογή διάφορα σπορ. Ανάμεσα στις δραστηριότητες στις οποίες επιδίδονταν πιο συχνά καταγράφηκε το παιχνίδι με φίλους σε εξωτερικούς χώρους (70,9% των αγοριών, 63,2% των κοριτσιών), η ακρόαση μουσικής (52,6% των αγοριών, 71% των κοριτσιών), το εξωσχολικό διάβασμα (28,7% των αγοριών, 42,7% των κοριτσιών), η παρακολούθηση τηλεόρασης/βίντεο (35,3% και 30,5%) και το παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών (37,3% και 11,9%). Αγαπημένα ηλεκτρονικά παιχνίδια των αγοριών ήταν εκείνα της δράσης και των αγώνων (33%), τα αθλητικά (21%) και την πλατφόρμας (17%), ενώ των κοριτσιών ήταν της πλατφόρμας (48%) και της σκέψης (20%). Στις βασικές πηγές πληροφόρησής τους για ένα παιχνίδι εμπεριέχονταν οι φίλοι (47% των αγοριών, 34,5% των κοριτσιών), τα αδέρφια (23% και 35% αντίστοιχα), οι διαφημίσεις (21,7% και 16,7%), τα περιοδικά (26,4% και 6,5%).

Το 2004, στην Κίνα, έρευνα των Chou και Tsai σε 1000 έφηβους 15-18 ετών έδειξε πως τα αγόρια ξόδευαν περισσότερο χρόνο στα ηλεκτρονικά παιχνίδια συγκριτικά με τα κορίτσια (τα αγόρια έπαιζαν ηλεκτρονικά παιχνίδια για 4 ώρες και 16 λεπτά την εβδομάδα, ενώ τα κορίτσια για 2 ώρες και 52 λεπτά), συν του ότι διασκεδάζαν περισσότερο παίζοντας (σε σχέση με τις παίκτριες). Αγαπημένα είδη παιχνιδιών των αγοριών ήταν εκείνα των ρόλων, με τα παιχνίδια δράσης, στρατηγικής και αθλητικού περιεχομένου να ακολουθούν, ενώ πρώτη επιλογή των κοριτσιών ήταν τα παιχνίδια παζλ, και μετά της δράσης και τα παιχνίδια ρόλου (Chou & Tsai 2007: 812, 816-822). Σε αυξημένη χρήση των μέσων προβαίνουν γενικότερα οι Κινέζοι έφηβοι, σύμφωνα με ποσοτική έρευνα που υλοποιήθηκε το 2005 σε 955 παιδιά 11-18 ετών. Ένα 47% των εφήβων δήλωσε πως παίζει βιντεοπαιχνίδια μια με τρεις ώρες καθημερινά, ενώ επιπλέον, ένα 45% χρησιμοποιούσε τον υπολογιστή για να παίζει κυρίως παιχνίδια. Αναφορικά με την παρακολούθηση τηλεόρασης, ένα 82% έβλεπε λιγότερο από μία ώρα σε καθημερινή βάση, ένα 13%, μία με τρεις ώρες και ένα 5%, πάνω από τρεις ώρες. Επίσης, ένα 85% δήλωσε πως διαβάζει μισή ώρα τη μέρα περίπου για ευχαρίστηση (Wan & Gut 2008: 35-36).

Πολύ χρόνο αφιέρωναν στην τηλεόραση και οι Αυστραλοί έφηβοι, όπως έδειξε έρευνα του 2007 με ένα δείγμα 1280 παιδιών ηλικίας 12-17 ετών – περισσότερες ώρες συγκριτικά με τις ώρες που αφιέρωναν στον υπολογιστή –, επιλέγοντάς την κυρίως για να ξεπεράσουν την ανία (Fawcett

2007: 144). Περνώντας στη Φινλανδία, από το 1995 ως το 2012, οι ώρες που αφιέρωναν τα παιδιά από δέκα ετών και πάνω στην παρακολούθηση τηλεόρασης ανέβηκε από 2 ώρες και 21 λεπτά σε 3 ώρες και 3 λεπτά (Sandell 2012: 2). Τρία χρόνια αργότερα, το 2015, σημειώθηκε μια καθοδική τάση. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας του Sandell, οι νέοι Φινλανδοί 15- 25 ετών διέθεταν πλέον λιγότερο χρόνο για τηλεόραση. Το ίδιο ίσχυε και για τα παιδιά 4-14 ετών, τα οποία το 2015 έβλεπαν μία ώρα περίπου λιγότερο σε σχέση με το 2014 (Sandell 2016: 13). Μείωση στον χρόνο παρακολούθησης της τηλεόρασης από το 2011 ως το 2012 διαπιστώθηκε, επίσης, στην Ιαπωνία για τους έφηβους ηλικίας 13-19 ετών (κατά 12 λεπτά), στις ΗΠΑ για τους νέους 15-24 ετών (κατά εννιά λεπτά) και στο Ηνωμένο Βασίλειο για τους νέους ηλικίας 14-24 ετών (κατά επτά λεπτά) (Cassi 2012: 7).

Στοιχεία που αντλήθηκαν από δύο εθνικές δημοσκοπήσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο (United Kingdom Time Use Survey-UKTUS) σε 1761 παιδιά 8-18 ετών το 2000-2001 και σε 1134 παιδιά των ίδιων ηλικιών το 2014-2015 ενισχύουν τα παραπάνω αποτελέσματα: ο χρόνος παρακολούθησης της τηλεόρασης μειώθηκε κατά ένα τέταρτο από το 2000 ως το 2015, αν και εξακολουθούσε να κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο του ελεύθερου χρόνου τους. Αντιθέτως, ο χρόνος που αφιέρωναν στα βιντεοπαιχνίδια αυξήθηκε από το 2000 στο 2015 κατά 23' (από 23' πήγε στα 46', ενώ επιπλέον, ο χρόνος που έπαιζαν την εβδομάδα άγγιζε τις 5,6 ώρες το 2015). Παρατηρήθηκε ακόμα διαφορά φύλου στην ενασχόληση με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, με τα κορίτσια να ξοδεύουν λιγότερο χρόνο συγκριτικά με τα αγόρια, όπως επίσης, και κοινωνικοοικονομικές διαφορές, με τα παιδιά των οποίων οι μητέρες είχαν πανεπιστημιακή μόρφωση να παίζουν λιγότερο συχνά αλλά και να ξοδεύουν λιγότερο χρόνο μπροστά σε μια οθόνη. Γενικά, πάντως, ο συνολικός χρόνος μπροστά σε μια οθόνη αυξήθηκε από το 2000 στο 2015 κατά μισή ώρα (από 3 ώρες πήγε στις τρισήμισι) (Mullan 2018: 1781, 1791, 1797).

Η τηλεόραση ήταν το μέσο που χρησιμοποιούσαν πιο συχνά οι Ισπανοί έφηβοι 15-16 ετών, σύμφωνα με (ποσοτική) έρευνα που έγινε το 2010, ενώ ο υπολογιστής το δεύτερο. Ο χρόνος, δε, που αφιέρωναν στον υπολογιστή, στα βιντεοπαιχνίδια και στα κινητά δεν συσχετίστηκε με λιγότερο χρόνο στην παρακολούθηση τηλεόρασης (Beltron-Carillo et al. 2016: 570, 617). Επίσης, από στοιχεία που συγκέντρωσε η Ofcom από τρεις δημοσκοπήσεις²¹ που έγιναν στο Ηνωμένο

²¹α) Media Literacy Tracker with children and parents, που γινόταν κάθε χρόνο από το 2009 ως το 2014, με τη μέθοδο των συνεντεύξεων σε 1660 νοικοκυριά, β) Young people's Media Usage Survey, που διεξήγαγε 3696 συνεντεύξεις με γονείς και παιδιά

Βασίλειο σχετικά με τη χρήση των διάφορων μέσων από τα παιδιά, φάνηκε ότι τα μέσα που χρησιμοποιούνταν πιο συχνά το 2014 από 598 έφηβους 12 ως 15 ετών ήταν τα ακόλουθα με σειρά προτεραιότητας: τηλεόραση (80%), κινητό τηλέφωνο (69%), υπολογιστής (49%), τάμπλετ (39%), κονσόλες βιντεοπαιχνιδιών (36%), βιβλία/περιοδικά/κόμικς (28%), ραδιόφωνο (15%). Ακόμα, όσον αφορά τα μέσα που θα τους έλειπαν περισσότερο, το 37% δήλωσε το κινητό, το 18% την τηλεόραση, το 13% τις κονσόλες παιχνιδιού, άλλο ένα 13% τον υπολογιστή και ένα 12% τα κόμικς/περιοδικά/βιβλία, ενώ επιπλέον, όταν τους ζητήθηκε να επιλέξουν από μια συγκεκριμένη λίστα τις δραστηριότητες που προτιμούν, ένα 20% επέλεξε την παρακολούθηση τηλεόρασης, ένα 19% το παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών, ένα 10% την ακρόαση μουσικής, ένα 8% την ανάγνωση κόμικς/βιβλίων/περιοδικών, με το μεγαλύτερο, ωστόσο, ποσοστό να προτιμά την επικοινωνία με φίλους διαδικτυακά (33%). Επίσης, παρατηρήθηκε αύξηση στο παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών μέσω διαδικτύου, πηγαίνοντας από ένα 40% το 2009 σε ένα 51% το 2014 (Ofcom 2014: 43, 65-67,83).

Το 2008, δημοσιεύτηκαν τα αποτελέσματα της έρευνας της Lenhart και των συνεργατών της, με ένα δείγμα 1102 Αμερικανών εφήβων 12-17 ετών, κατά την οποία εξετάστηκε, μεταξύ άλλων, η συσχέτιση των ηλεκτρονικών παιχνιδιών με την ανάπτυξη κοινωνικοπολιτικών στάσεων στην πραγματική ζωή. Σχεδόν όλοι οι έφηβοι (97%) της έρευνας δήλωσαν ότι έπαιζαν ηλεκτρονικά παιχνίδια σε κάποια πλατφόρμα, με το 65% των αγοριών και το 35% των κοριτσιών να είναι καθημερινοί παίκτες. Επιπλέον, διαπιστώθηκε ότι τα αγόρια 12-14 ετών έπαιζαν πιο συχνά σε σχέση με εκείνα των 15-17 ετών. – Παρεμφερή αποτελέσματα βρήκε και η έρευνα της Brooks και των συνεργατών της, κατά την περίοδο 2009-2010, σε ένα δείγμα 4404 εφήβων Βρεττανών (2016: 47), σύμφωνα με τα οποία οι έφηβοι 11 και 13 ετών έπαιζαν σε μεγαλύτερο βαθμό από τους έφηβους 15 ετών. Τα παιχνίδια που έπαιζαν ανήκαν σε διάφορα είδη (το 80% ανέφερε πως έπαιζε πέντε ή περισσότερα είδη), ενώ επιπλέον το ένα πέμπτο δήλωσε πως έπαιζε MMORPGs. Η ανοδική τάση ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια ενισχύεται και από έρευνα στην Ελβετία που πραγματοποιήθηκε το 2014 σε 1086 παιδιά 12-19 ετών, σύμφωνα με την οποία το ποσοστό των εφήβων που έπαιζε βιντεοπαιχνίδια πήγε από ένα 32% το 2010 σε ένα 37% το 2014, ενώ μείωση σημειώθηκε στην παρακολούθηση τηλεόρασης (από ένα 83% σε ένα 79%), στην ακρόαση μουσικής (από ένα 59% σε ένα 50%), στην ανάγνωση βιβλίων, ανάμεσα στα οποία ήταν

5-15 ετών το 2007, και με 2066 γονείς και παιδιά το 2008, γ) Media Literacy Audit, που πραγματοποίησε 1636 συνεντεύξεις με γονείς και παιδιά 5-15 ετών το 2005 και 2068 γονείς και παιδιά το 2007.

και τα κόμικς (από ένα 26% στο 25%) και στον κινηματογράφο (από ένα 2% σε 1%)(Willemse et al. 2014: 19-20). Επιπρόσθετα, αύξηση παρατηρήθηκε και στη χρήση συσκευών χειρός και κινητών τηλεφώνων (από ένα 93% και 90% σε ένα 98% και 94% αντίστοιχα) (Willemse et al. 2014: 19-20).

Τη χρήση των κινητών για να παίζουν παιχνίδια δήλωσε ένα 46% των συμμετεχόντων, ηλικίας 12-17 ετών, στην έρευνα της Lenhart και των συνεργατών της (2010), ενώ επιπλέον, διαπιστώθηκε πως τα παιδιά 12-13 ετών έπαιζαν συχνότερα παιχνίδια στο κινητό συγκριτικά με τους έφηβους 14-17 ετών (Lenhart et al. 2010: 56).

Την προτίμησή τους στην τηλεόραση έναντι του διαβάσματος για ψυχαγωγικούς λόγους δήλωσε ένας μεγάλος αριθμός παιδιών σε έρευνες που έγιναν το 2011, το 2012 και το 2013 σε σχολεία της Αγγλίας, της Σκωτίας, της Ιρλανδίας και της Ουαλίας. Το 2011, σε ένα δείγμα 20950 παιδιών 8-16 ετών, το 53,8% προτιμούσε να βλέπει τηλεόραση παρά να διαβάζει (Clark 2012: 8). Το 2012, σε ένα δείγμα 34910 παιδιών, το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 56%, και το 2013, σε ένα σύνολο 29422 συμμετεχόντων, το ποσοστό ήταν 56,3% (Clark 2012: 63-67 · Clark 2013: 62). Αισθητή μείωση παρουσίασε η ανάγνωση των κόμικς. Συγκεκριμένα, το 2005, ένα 50,6% των παιδιών δήλωνε πως διάβαζε κόμικς, ενώ το 2012, το ποσοστό έπεσε στο 25,1%. Επίσης, οι έφηβοι ηλικίας 14-16 ετών διάβαζαν σε μεγαλύτερο βαθμό κόμικς σε σχέση με τα παιδιά ηλικίας 16-18 ετών (ένα 28,4% έναντι ενός 17,9%)(Clark 2012: 28, 63-67).

Μόνο ένα τέταρτο από τον χρόνο τους αφιέρωναν οι Αμερικανοί έφηβοι 15-19 ετών στο εξωσχολικό διάβασμα τα Σαββατοκύριακα και ένα δεκάλεπτο σε καθημερινή βάση, όπως έδειξε δημοσκόπηση του 2014 (BLS 2014: 2-3, 23). Τον περισσότερο χρόνο τους τον ξόδευαν στην παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων (για δυόμισι περίπου ώρες καθημερινά και για τρεις ώρες τα Σαββατοκύριακα), αλλά και στο παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών (75 λεπτά σε καθημερινή βάση και μιάμιση ώρα περίπου τα Σαββατοκύριακα (BLS 2014: 2-3, 23). Ένα 98,5% των εφήβων 12-15 ετών έβλεπε τηλεόραση καθημερινά (με ένα 27% να βλέπει σχεδόν δύο ώρες) και ένα 91,1% χρησιμοποιούσε υπολογιστή σε καθημερινή βάση, με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια να εμπεριέχονται στους λόγους χρήσης του υπολογιστή, σύμφωνα με τα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων NHANES (National Health and Nutrition Examination Survey) και National Youth Fitness Survey το 2012 (Herrik et al. 2012: 1-2). Τον περισσότερο ελεύθερο χρόνο τους ξόδευαν στην παρακολούθηση της τηλεόρασης οι Αμερικανοί έφηβοι, σύμφωνα και με τα

αποτελέσματα άλλης δημοσκόπησης την ίδια χρονιάς, με τα βιβλία και τα περιοδικά να βρίσκονται στις τελευταίες θέσεις (LenRios et al. 2015: 4-5).

Από το 1999 ως το 2009, αυξήθηκε ο χρόνος που αφιέρωναν τα παιδιά 8 ως 18 ετών στην Αμερική για να παρακολουθούν τηλεοπτικά προγράμματα (3 ώρες και 47 λεπτά το 1999, 3 ώρες και 51 λεπτά το 2004, 4 ώρες και 29 λεπτά το 2009), να ακούνε μουσική (1 ώρα και 48 λεπτά το 1999, 1 ώρα και 44 λεπτά το 2004, 2 ώρες και 31 λεπτά το 2009), να πηγαίνουν κινηματογράφο (18 λεπτά το 1999, 25 λεπτά το 2004, 25 λεπτά το 2009) και κυρίως για να παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια (26 λεπτά το 1999, 49 λεπτά το 2004, 1 ώρα και 13 λεπτά το 2009), σύμφωνα με τα αποτελέσματα έρευνας των Rideout, Foehr και Roberts (2010) σε ένα δείγμα 2000 παιδιών, ενώ μείωση παρατηρήθηκε στην ανάγνωση εφημερίδων και περιοδικών (από 43 λεπτά το 1999 και το 2004 σε 38 λεπτά το 2009). Μείωση παρατηρήθηκε, ακόμα, στον χρόνο παρακολούθησης τηλεοπτικών προγραμμάτων στη συσκευή της τηλεόρασης, αλλά η τηλεθέαση αυξήθηκε συνολικά μέσω άλλων συσκευών (μέσω του υπολογιστή, για παράδειγμα, του iPod ή του κινητού – το 2019, μάλιστα, το ποσοστό των παιδιών στις ΗΠΑ που παρακολουθούσε ταινίες και τηλεοπτικά σόου στο κινητό έφτασε το 85% (Jenks 2019: 5). Η τηλεόραση παρέμενε πρώτη στις προτιμήσεις των παιδιών 8-18 ετών, με τη μουσική να ακολουθεί (η οποία, επίσης, καταναλωνόταν μέσω διάφορων συσκευών, όπως ραδιοφώνου, υπολογιστή, κινητού, cd, ipod). Επιπρόσθετα, τα παιδιά ηλικίας 11-14 ετών αφιέρωναν περισσότερο χρόνο στην παρακολούθηση τηλεόρασης, στον υπολογιστή και στα ηλεκτρονικά παιχνίδια συγκριτικά με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες. Συγκεκριμένα, ξόδευαν πέντε ώρες καθημερινά στην παρακολούθηση τηλεοπτικών εκπομπών και ταινιών και μιάμιση ώρα περίπου στο παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών, με τα αγόρια να παίζουν συχνότερα σε σχέση με τα κορίτσια. Κατά μέσο όρα, οι έφηβοι 11-14 ετών εκτίθεντο συνολικά στα διάφορα μέσα λίγο λιγότερο από 12 ώρες σε μια τυπική μέρα (Rideout et al. 2010: 1-6, 22-26).

Το αν ο αυξανόμενος χρόνος στα ψηφιακά μέσα συνοδευόταν από αυξήσεις ή μειώσεις στον χρόνο που αφιερωνόταν σε πιο παραδοσιακά μέσα (όπως είναι ο κινηματογράφος, η τηλεόραση, ο τύπος), απασχόλησε τον Twenge και τους συνεργάτες του, οι οποίοι άντλησαν στοιχεία από δύο διατομεακές δημοσκοπήσεις κοόρτης που πραγματοποιούνταν στις ΗΠΑ για μια σειρά ετών (από το 1976 μέχρι το 2016 η μία μελέτη, από το 1991 μέχρι το 2016 η άλλη), επικεντρωμένες στις ηλικιακές ομάδες των 12, 15 και 17 ετών. Οι ερευνητές παρατήρησαν πως οι *igen* έφηβοι (αυτοί, δηλαδή, που είχαν γεννηθεί μετά το 1996) ξόδευαν περισσότερο χρόνο στα

ηλεκτρονικά παιχνίδια και στο διαδίκτυο και λιγότερο χρόνο στην τηλεόραση, στο σινεμά και στον τύπο, ειδικά την περίοδο από το 2011 ως το 2016. Από το 2010 και μετά, οι δωδεκάχρονοι και οι δεκαπεντάχρονοι πήγαιναν λιγότερο συχνά κινηματογράφο, έβλεπαν λιγότερη τηλεόραση καθημερινά και διάβαζαν λιγότερα περιοδικά. Μεγάλη μείωση διαπιστώθηκε, ακόμα, στον αριθμό των δεκαεφτάχρονων που διάβαζαν βιβλία και περιοδικά (Twenge et al. 2019: 330-331, 339-340).

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ESA (Entertainment Software Association) που αντλήθηκαν από ένα δείγμα 155 εκατομμυρίων Αμερικανών, το ποσοστό των παιδιών κάτω των 18 ετών που έπαιζε ηλεκτρονικά παιχνίδια το 2015 ανερχόταν στο 26% (39 εκατομμύρια περίπου). Όσοι ανήκαν στην κατηγορία των τακτικών παικτών δήλωναν πως αφιέρωναν λιγότερο χρόνο για να παρακολουθούν τηλεόραση (ένα 39%) και για να πηγαίνουν κινηματογράφο (ένα 40%), ενώ προτιμούσαν να ξοδεύουν τα χρήματά τους στα ηλεκτρονικά παιχνίδια (ένα 47%) (ESA 2015: 2-6). Συμπεράσματα που συγκλίνουν με εκείνα της έρευνας του Williams και των συνεργατών του λίγα χρόνια νωρίτερα, σε ένα δείγμα 7000 παικτών, ηλικίας 12-65 ετών (με μέσο όρο ηλικίας 31,16 ετών, και με το 80% να είναι άντρες), σύμφωνα με τα οποία οι παίκτες του MMORPG *EverQuest* έβλεπαν λιγότερες ώρες τηλεόραση σε σχέση με τον υπόλοιπο πληθυσμό (Williams et al. 2008: 1001, 1004).

Τη δημοτικότητα των ηλεκτρονικών παιχνιδιών ενίσχυσε έρευνα που δημοσιεύτηκε το 2015 γύρω από τη χρήση των μέσων ψυχαγωγίας από 2600 Αμερικανούς προ-έφηβους και έφηβους. Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων, καταρχάς, οδήγησαν στην κατηγοριοποίησή τους σε συγκεκριμένους τύπους: α) τους κοινωνικά δικτυωμένους, β) τους παίκτες/χρήστες υπολογιστή, γ) τους ελαφριούς χρήστες, ε) τους αναγνώστες, ζ) τους βαριούς χρήστες. Οι παίκτες/χρήστες υπολογιστή ξόδευαν περίπου επτά ώρες καθημερινά μπροστά σε μία οθόνη, εκ των οποίων οι δύομιση ώρες αφιερώνονταν στα ηλεκτρονικά παιχνίδια και η μιάμιση στην τηλεόραση. Ένα 57% του συνόλου των εφήβων ξόδευε πάνω από τέσσερις ώρες καθημερινά μπροστά σε μια οθόνη, ένα 20% δύο με τέσσερις ώρες, ένα 17% δύο ώρες ή λιγότερο και ένα 6% καθόλου. Επιπλέον, παρατηρήθηκε πως τα παιδιά των οποίων οι γονείς είχαν πανεπιστημιακή μόρφωση ξόδευαν λιγότερο χρόνο στη χρήση των μέσων σε σχέση με τα παιδιά των οποίων οι γονείς ήταν Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης. Επίσης, η στάση των αγοριών απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια ήταν πιο θετική συγκριτικά με εκείνη των κοριτσιών: ένα 62% και ένα 38% των αγοριών δήλωναν ότι απολάμβαναν να παίζουν βιντεοπαιχνίδια σε κονσόλα/συσκευή χειρός

και παιχνίδια υπολογιστή αντίστοιχα, ενώ τα ποσοστά των κοριτσιών άγγιζαν το 20% και το 13%. Όταν ρωτήθηκαν, εντούτοις, για το ποια δραστηριότητα απολαμβάνουν περισσότερο, ένα 73% των εφήβων απάντησε την ακρόαση μουσικής, ένα 45% την παρακολούθηση τηλεόρασης, ένα 45% την παρακολούθηση διαδικτυακών βίντεο, ένα 42% το παίξιμο βιντεοπαιχνιδιών σε κονσόλα/συσκευή χειρός, ένα 27% το παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών σε τάμπλετς/κινητά τηλέφωνα/iPod, ένα 26% το παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών στον υπολογιστή, ένα 36% τη χρήση κοινωνικών μέσων και ένα 30% το διάβασμα για ψυχαγωγικούς λόγους. Διαπιστώθηκε, ακόμα, ότι οι τρόποι πρόσβασης στα τηλεοπτικά προγράμματα ήταν διάφοροι (όχι μόνο μέσω της συσκευής της τηλεόρασης αλλά και μέσω διαδικτύου καθώς, επίσης, και μέσω άλλων συσκευών όπως smartphones, τάμπλετς, υπολογιστών) (Rideout et al. 2015: 13-4, 18-20, 43-46).

Τάση που ενισχύεται από έρευνα του 2019, στο Ηνωμένο Βασίλειο, κατά την οποία πραγματοποιήθηκαν 2343 συνεντεύξεις με παιδιά 8-15 ετών και με γονείς παιδιών 5-15 ετών, καθώς επίσης και 1000 διαδικτυακές συνεντεύξεις με έφηβους 12-15 ετών (Ofcom 2019). Όπως έδειξε η έρευνα, μπορεί ο αριθμός των παιδιών που έβλεπαν τηλεοπτικά προγράμματα στη συσκευή της τηλεόρασης να μειώθηκε από το 2018 στο 2019 (από ένα 94% σε ένα 91%), αλλά η παρακολούθησή τους σε άλλες συσκευές αυξήθηκε (από ένα 33% που ήταν το 2018 πήγε σε ένα 43% το 2019 – Ας προστεθεί εδώ και μία αμερικανική δημοσκόπηση του 2019 (Jenks 2019: 46), σύμφωνα με την οποία πάνω από το 85% των παιδιών 2-17 ετών παρακολουθούσε ταινίες και τηλεοπτικά σόου στο κινητό του –. Ενδιαφέρον προκαλεί, ακόμα, το ότι αυξήθηκαν τα κορίτσια παίκτριες ηλεκτρονικών παιχνιδιών, με το ποσοστό να πηγαίνει από ένα 39% το 2018 σε ένα 48% το 2019. Άνοδο σημείωσε, επίσης, η ενασχόληση των παιδιών 5-15 ετών με τα διαδικτυακά παιχνίδια (από ένα 45% το 2015 σε ένα 59% το 2019), ενώ επιπλέον, οι έφηβοι ηλικίας 12-15 ετών που έπαιζαν διαδικτυακά παιχνίδια έφτασαν το 72%, με τα αγόρια να παίζουν για διπλάσιο χρόνο συγκριτικά με τα κορίτσια. Τα κορίτσια, από την άλλη, ηλικίας 12-15 ετών, έβλεπαν περισσότερες ώρες τηλεόραση συγκριτικά με τα αγόρια. Από τους παίκτες 12-15 ετών, ένα 74% των εφήβων έπαιζε μόνο του, ένα 53% με άλλο άτομο στον ίδιο χώρο, ένα 48% διαδικτυακά με άτομα που έχει συναντήσει και γνωρίζει, και ένα 29% διαδικτυακά με άτομα που δεν έχει συναντήσει (Ofcom 2019: 1, 5, 7, 22-24, 72).

Αύξηση των κοριτσιών παικτριών διαπιστώθηκε από τους Anderson και Jiang (2018), σύμφωνα με τα στοιχεία των οποίων, το 2018, ένα 97% των Αμερικανών εφήβων παικτών ήταν

αγόρια και ένα 83% κορίτσια. Συνολικά το ποσοστό των Αμερικανών ερωτηθέντων που έπαιζε ηλεκτρονικά παιχνίδια οποιουδήποτε είδους και σε οποιαδήποτε συσκευή άγγιζε το 90% (Anderson & Jiang 2018: 8-10). Στην Ελβετία, το ποσοστό των κοριτσιών που έπαιζαν βιντεοπαιχνίδια καθημερινά ή μερικές φορές την εβδομάδα ήταν μόνο 11% σε αντίθεση με εκείνο των αγοριών που ήταν 66%, όπως έδειξε η James Studie την ίδια χρονιά, με ένα δείγμα 1165 εφήβων 12-19 ετών (Sutter et al. 2018: 30). Οι περισσότεροι έφηβοι περνούσαν τον χρόνο τους με το διαδίκτυο (95% των αγοριών και 97% των κοριτσιών αντίστοιχα), την ακρόαση μουσικής (87% και 90%), την παρακολούθηση τηλεόρασης (αμφότεροι ένα 69%), το ραδιόφωνο (49% και 47%) και το διάβασμα βιβλίων (20% και 39%).

Εννιά στα δέκα παιδιά στη Νέα Ζηλανδία έπαιζαν, το 2020, ηλεκτρονικά παιχνίδια σε διάφορες συσκευές, σύμφωνα με έρευνα απευθυνόμενη σε 1112 παιδιά 6-14 ετών. Ένα 61% των εφήβων 12-14 ετών έπαιζε ηλεκτρονικά παιχνίδια σε κινητά, ένα 52% σε υπολογιστή και ένα 33% σε τάμπλετς. Όσο για τα αγαπημένα είδη παιχνιδιών, τα παιδιά 6-14 ετών δήλωσαν τα ακόλουθα: περιπέτειας (48%), μαζικά διαδικτυακά πολλών χρηστών (41%), εκπαιδευτικά (35%), αγώνων (34%), πάλης/βολών (33%) (Langley & Fuller 2020: 12-15, 67-69). Τα βιντεοπαιχνίδια, η παρακολούθηση τηλεόρασης (κυρίως Netflix), όπως και η χρήση του TikTok, βρίσκονταν ανάμεσα στις βασικότερες δραστηριότητες των παιδιών ηλικίας 9-16 ετών κατά τη διάρκεια του απαγορευτικού κυκλοφορίας το 2020, όπως έδειξε (ποιοτική) έρευνα στο Ηνωμένο Βασίλειο (Ofcom 2020: 3-4, 9-13). Στις ΗΠΑ, την ίδια χρονιά (το 2020), οι παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών, ηλικίας μέχρι 18 ετών, υπολογίζονταν να είναι κάπου στους 51,1 εκατομμύρια (από ένα σύνολο 214,4 εκατομμυρίων). Το 70%, μάλιστα, των παικτών που ήταν κάτω των 18 ετών δήλωνε τακτικός παίκτης (ESA 2020: 3-5). Τα τρία τέταρτα των αμερικανικών νοικοκυριών, το 2020, είχαν έναν τουλάχιστον παίκτη βιντεοπαιχνιδιών ανάμεσα στα μέλη τους (Ofcom 2020: 3-4, 9-13).

Σύμφωνα με δημοσίευση της DFC (Maistro 2020), το 2020, τρισεκατομμύρια άνθρωποι έπαιζαν ηλεκτρονικά παιχνίδια παγκοσμίως. Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, τα οποία τον 20^ο αιώνα θεωρούνταν υποκοουλτούρα, έχουν εισχωρήσει δυναμικά στον κόσμο των παιδιών, με τους ρόλους να έχουν αλλάξει: τα παιδιά αναλαμβάνουν το ρόλο των ειδικών στις νέες τεχνολογίες και οι ενήλικες τον ρόλο των μαθητών (Fromme, 2003). Κερδίζοντας όλο και μεγαλύτερο έδαφος σε σχέση με άλλα μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια δείχνουν, επιπλέον,

να αποτελούν ένα γόνιμο πεδίο για ποικίλους πειραματισμούς, με τα χαρακτηριστικά που τα κάνουν ελκυστικά να αποκτούν ιδιαίτερη σημασία.

7.2. Ηλεκτρονικά παιχνίδια: κίνητρα και ελκυστικά χαρακτηριστικά

«Το να διαβάξει κανείς βιβλία, δεν ερεθίζει επαρκώς τις αισθήσεις μακροπρόθεσμα. Σε αντίθεση με τη σταθερή παράδοση των παιχνιδιών – που δεσμεύει το παιδί σε έναν ζωντανό τρισδιάστατο κόσμο γεμάτο με κινούμενες εικόνες και μουσικά τοπία ήχων που καθοδηγούνται και ελέγχονται με πολύπλοκες μυϊκές κινήσεις –, τα βιβλία είναι απλώς μια άγονη σειρά λέξεων».

Το παραπάνω κείμενο, το οποίο δεν είναι επ' ουδενί λίβελος εναντίον των βιβλίων, αποτελεί ένα προκλητικό παράδειγμα που χρησιμοποίησε ο ακαδημαϊκός Steven Johnson στο βιβλίο του *Everything bad is good for you* (2005), προκειμένου να δείξει πώς θα βλέπαμε ενδεχομένως τα βιντεοπαιχνίδια και τα βιβλία σε έναν κόσμο όπου τα πρώτα θα είχαν επινοηθεί νωρίτερα από τα δεύτερα και πώς το παρελθόν επηρεάζει τον τρόπο θέασης των εκάστοτε πολιτιστικών προϊόντων. Ο Johnson εξετάζει την έλξη που ασκούν τα βιντεοπαιχνίδια από την πλευρά της νευροεπιστήμης και συγκεκριμένα στην αναζήτηση του εγκεφάλου για ανταμοιβές από το περιβάλλον μας²².

Πολλοί μελετητές ασχολήθηκαν με τη δημοτικότητα των ηλεκτρονικών παιχνιδιών: με τις ανάγκες που καλύπτει στους χρήστες, με το τι τους κινητοποιεί στο να το επιλέξουν, στο τι τους ελκύει σε αυτό. Η Χρήστου, για παράδειγμα, στην έρευνά της (2005) διαπίστωσε πως το 99,3% των προ-έφηβων έπαιζε ηλεκτρονικά παιχνίδια, διότι απλά του άρεσε, ένα 70,8% επειδή ένιωθε ανία και ένα 47,4% προκειμένου να καταπολεμήσει τη μοναξιά. Όταν ρωτήθηκαν, επιπρόσθετα, για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του αγαπημένου τους παιχνιδιού, ένα 16,6% αναφέρθηκε στο ότι «μοιάζει με ταινία» (Χρήστου 2005: 137). Οι Σοφός και Παντελής (2010: 7-8), στη δική τους έρευνα, παρατήρησαν ότι το 52% των εφήβων έπαιζε όταν δεν είχε κάτι καλύτερο να κάνει, το 28% επειδή έβρισκε το παιχνίδι ελκυστικό και το 8% δήλωσε ότι έπαιζε τόσο συχνά που απλά δεν μπορούσε να σταματήσει. Επίσης, ένα 43% αναφέρθηκε στις μαθησιακές δυνατότητες των παιχνιδιών.

²² Το σύστημα ανταμοιβών περιστρέφεται γύρω από τον νευροδιαβιβαστή ντοπαμίνη που αλληλεπιδρά με συγκεκριμένα αισθητήρια νεύρα στον επικλινή πυρήνα (Johnson 2005: 34-39).

Ο Χατζούδης και οι συνεργάτες του (2010: 201-210), στην έρευνά τους, βρήκαν ως τα σημαντικότερα κίνητρα (κατά σειρά προτεραιότητας) των παικτών (εφήβων και ενηλίκων) τα εξής: απόδραση από τη ρουτίνα, απώλεια της αίσθησης χρόνου, αντιλαμβανόμενη απόλαυση, επιστημική περιέργεια, ενσωμάτωση σε μια ομάδα. Διέκριναν, επίσης, τους παίκτες σε δύο κατηγορίες: α) σε εκείνους που επιλέγουν παιχνίδια ρόλων με καλά δομημένη πλοκή (ένα 57,5% ασχολούνταν με MMORPGs), β) σε εκείνους που επιλέγουν απλά παιχνίδια για να περάσουν ευχάριστα την ώρα τους, χωρίς να επιζητούν μεγαλύτερη εμπλοκή. Ενδιαφέρον παρουσιάζει, επίσης, η κατηγοριοποίηση του Bartle (2009: 5-6), που ταξινομεί τους παίκτες διαδικτυακών παιχνιδιών ρόλων σε τέσσερις κατηγορίες: α) στους 'δολοφόνους' (killers), οι οποίοι επιζητούν τον ανταγωνισμό και την απελευθέρωση των επιθετικών τους ενστίκτων μέσω του παιχνιδιού, β) στους νικητές (achievers), που θέλουν να πετυχαίνουν στους στόχους τους (παραδείγματος χάριν, να φτάνουν στο υψηλότερο επίπεδο), γ) στους κοινωνικούς (socializers), ήτοι σε αυτούς που επιδιώκουν τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, επιθυμούν την αίσθηση του ανήκειν και τους αρέσει να προσφέρουν βοήθεια, δ) στους εξερευνητές (explorers), οι οποίοι επιθυμούν να εξερευνούν τους εικονικούς κόσμους που απλώνονται μπροστά τους.

Με βάση τη θεωρία του αυτό-προσδιορισμού (self determination theory) – μακροθεωρία ανθρώπινων κινήτρων που επικεντρώνεται στη δυνατότητα των κοινωνικών περιεχομένων να παρέχουν εμπειρίες που καλύπτουν παγκόσμιες ανθρώπινες ανάγκες²³–, ερευνητές παρατήρησαν πως οι βασικές ψυχολογικές ανάγκες της αυτονομίας (autonomy – της αίσθησης, δηλαδή, ότι ο παίκτης έχει αυτονομία και έχει να κάνει επιλογές με νόημα, όταν αποφασίζει πώς να ενεργήσει), του ανταγωνισμού (competence – δηλαδή, της ανάγκης να είναι καλός σε αυτό που κάνει, και οι δραστηριότητες να αντιστοιχούν στις δυνατότητές του) και της συνδεσιμότητας (relatedness – της αίσθησης, με άλλα λόγια, ότι συνδέεται με άλλους και είναι σημαντικός για αυτούς) σχετίζονται με την ευχαρίστηση του παίκτη και τη διάθεση του να παίζει ξανά και ξανά. Το παιχνιδιώδες περιβάλλον μπορεί να κατανοηθεί στο πλαίσιο της πλήρωσης ψυχολογικών αναγκών, που οδηγεί στην αύξηση της εμπύθισης του παίκτη στον κόσμο του παιχνιδιού και στη (βραχυπρόθεσμα) καλή ψυχοσωματική του κατάσταση (Ryan et al. 2006: 354-360 · Przybylski et al. 2010: 158).

²³ Η θεωρία του αυτό-προσδιορισμού (self determination theory) αποτελεί τη μία από τις τρεις βασικότερες θεωρητικές προσεγγίσεις, στις οποίες βασίστηκαν οι διάφοροι ερευνητές των κινήτρων της ενασχόλησης με τα βιντεοπαιχνίδια τις τελευταίες δεκαετίες, με τις άλλες δύο προσεγγίσεις να είναι η 'προσέγγιση των χρήσεων και των ικανοποιήσεων' (Uses and gratifications theory) και η κοινωνική γνωστική θεωρία (social cognitive theory) (Fernandez et al. 2020: 2).

Αντλώντας στοιχεία από την κοινωνική γνωστική θεωρία (social cognitive theory) – σύμφωνα με την οποία το άτομο κινητοποιείται να κάνει συγκεκριμένες πράξεις, αφού επεξεργάζεται γνωστικά τις συνέπειες της συμπεριφοράς –, τη βιβλιογραφία γύρω από τα κίνητρα του παιχνιδιού και από συνεντεύξεις σε βάθος, οι DeGrove, Cauberghe και Van Looy πρότειναν ως βασικά κίνητρα για την ενασχόληση με τα βιντεοπαιχνίδια τα ακόλουθα: 1) απόδοση (performance: προσδοκία του παίκτη για καλή απόδοση), 2) δράση (agency: προσδοκία του παίκτη να παίζει σύμφωνα με τις προτιμήσεις του, να έχει την αίσθηση ότι είναι εκείνος που παίζει το παιχνίδι και όχι το παιχνίδι εκείνο που παίζει τον παίκτη), 3) εμπλοκή (involvement: προσδοκία του παίκτη ως προς το βαθμό εμπλοκής του στο παιχνίδι), 4) χόμπι (pastime: προσδοκία του παίκτη να περάσει ο χρόνος του), 5) απόδραση (escapism: προσδοκία του παίκτη να αποδράσει από την καθημερινή ρουτίνα), 6) αληθοφάνεια (believability: προσδοκία του παίκτη για συνοχή και ρεαλισμό), 7) στάτους/υπόληψη (status: προσδοκία του παίκτη να αντιμετωπίζεται με σεβασμό από τους άλλους παίκτες), 8) ηθική αυτό-αντίδραση (moral self-reaction: προσδοκία που πέρχεται από τη σύγκριση του παιξίματος του παιχνιδιού με τους κοινωνικούς και ηθικούς κανόνες του ίδιου του παίκτη, 9) κοινωνικότητα (sociability: προσδοκία του παίκτη για μη ανταγωνιστική κοινωνική συμπεριφορά) (DeGrove et al. 2014: 2-5).

Με το να παίζουν βιντεοπαιχνίδια μαζί με φίλους, οι προέφηβοι και έφηβοι της έρευνας του Fromme (2003) δήλωσαν ότι μπορούσαν να συναγωνίζονται, να αλληλοβοηθούνται, να συζητούν για το παιχνίδι και να δείχνει ο ένας στον άλλον την πρόοδό του (κάτι που ενισχύει τη θεώρηση των ηλεκτρονικών παιχνιδιών ως μέσων κοινωνικοποίησης). Τα περισσότερα παιδιά έπαιζαν ηλεκτρονικά παιχνίδια όταν δεν είχαν κάτι καλύτερο να κάνουν (83%), όταν ο καιρός δεν ήταν καλός και δεν μπορούσαν να βγούνε έξω (ένα 81% των αγοριών και ένα 65% των κοριτσιών) και για να παίξουν μαζί με τους φίλους τους (ένα 76,1% των αγοριών, ένα 66,6% των κοριτσιών). Επίσης, ο Fromme παρατήρησε πως θετική επίδραση στην απόφαση αγοράς ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού είχε και η αναγνωρισιμότητα των χαρακτήρων των βιντεοπαιχνιδιών από τον κινηματογράφο και την τηλεόραση. Η αναγνωρισιμότητα ενός χαρακτήρα βιντεοπαιχνιδιού από τον κινηματογράφο φάνηκε να είναι και ένας βασικός λόγος που άρεσε ένα παιχνίδι με τη Lara Croft στους μισούς συμμετέχοντες, ηλικίας 13-18 ετών, σε μια μικρής κλίμακας (ποσοτική) έρευνα στην Ελλάδα (Αρβανίτης κ.συν. 2005: 272-273).

Αντιθέτως, τα αποτελέσματα της διαδικτυακής έρευνας του Wood και των συνεργατών του (2004: 4-8) σε 382 παίκτες 14 έως 50 ετών, έδειξε πως η σχέση των ηλεκτρονικών παιχνιδιών με τη δημοφιλή κουλτούρα δεν ήταν τόσο σημαντική. Στοιχεία, δηλαδή, όπως το αν τα βιντεοπαιχνίδια βασίζονταν σε ταινίες ή τηλεοπτικές σειρές, αν είχαν εφέ με καρτουνίστικο στυλ ή αν ενσωμάτωναν κάποια διασημότητα, δεν ήταν ιδιαίτερα σημαντικά για να προσελκύσουν τους παίκτες. Από την άλλη, τα ευρήματα της (ποιοτικής) έρευνας του Squire, το 2008, με παίκτες-φανακ του *Grand Theft Auto*, έδειξαν πως οι αναφορές που έκανε το παιχνίδι στη δημοφιλή κουλτούρα, όπως στη μουσική hip hop, έλκυε τους συμμετέχοντες, οι οποίοι χαρακτήριζαν αυτά τα στοιχεία ρεαλιστικώς διασκεδαστικά (Squire 2008: 174-175). Ή όπως δήλωσε ένας παίκτης όταν ρωτήθηκε αναφορικά με τα στοιχεία που τον προσελκύουν σε ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι, σε (ποιοτική) έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τον Olson και τους συνεργάτες του (2008), σε ένα δείγμα 42 αγοριών 12-14 ετών, αυτό που του άρεσε στο *Grand Theft Auto* ήταν ότι ο χαρακτήρας, ο Tommy Vercetti, παιζόταν από τον Ray Liotta, που ήταν ένας από τους αγαπημένους του ηθοποιούς. Η εμφάνιση, η δημοτικότητα, η προσωπικότητα και οι δεξιότητες των βασικών χαρακτήρων υπάγονται στα χαρακτηριστικά που γοητεύουν τα παιδιά σε ένα παιχνίδι. Οι ερευνητές βρήκαν, ακόμα, πως οι φαντασιώσεις δύναμης και δόξας, οι προκλήσεις, η κοινωνικοποίηση, η συνεργασία, ο ανταγωνισμός, η αντιμετώπιση του θυμού και άγχους και η μάθηση νέων δεξιοτήτων που προσφέρονται μέσω των παιχνιδιών, συνιστούν βασικά κίνητρα των εφήβων (Olson et al. 2008: 63-64). Επιπλέον, αντλώντας στοιχεία από έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε ένα σύνολο 1254 μαθητών, ηλικίας 12-14 ετών, καθώς και από άλλες ποιοτικές και ποσοτικές έρευνες, κατέγραψε και τα κίνητρα για: διασκέδαση, διέγερση, χαλάρωση, αντιμετώπιση της ανίας, αποφόρτιση, μάθηση, εξατομίκευση (modding, καθώς και δημιουργία ενός δικού του κόσμου) και καθοδήγηση άλλων παικτών για πώς να παίζουν (Olson 2010: 180-183).

Οι κανόνες/σκοποί, η εμπύθιση, η πρόκληση και η φαντασία ήταν ανάμεσα στα σημαντικότερα χαρακτηριστικά που επιζητούσαν οι παίκτες από ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι, σύμφωνα με στοιχεία που άντλησαν ο Koehler και οι συνεργάτες του (2017) από κριτικές παιχνιδιών των ίδιων των παικτών και από συνεντεύξεις τους στο χρονικό διάστημα από το 2010 ως το 2017. Η φαντασία είχε μεγάλη βαρύτητα για τους παίκτες, οι οποίοι συνήθιζαν να σχολιάζουν την πλοκή του παιχνιδιού, ενώ αντιθέτως η δυσκολία του παιχνιδιού ήταν ένα στοιχείο αποθαρρυντικό. Βασικό στοιχείο ήταν και το franchise, το πώς το παιχνίδι ταιριάζει σε μια γνωστή

σειρά (Koehler et al. 2017: 367, 370-375). Η φαντασία ήταν ανάμεσα στα βασικότερα κίνητρα για την ενασχόληση με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, όπως έδειξε και η (ποσοτική) έρευνα του Shery και των συνεργατών του – οι οποίοι βασίστηκαν στην ‘προσέγγιση των χρήσεων και των ικανοποιήσεων’, έχοντας ένα δείγμα 1265 μαθητών Πρωτοβάθμιας, Δευτεροβάθμιας και Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης στις ΗΠΑ –, μαζί με τις προκλήσεις, τον ανταγωνισμό, τον αντιπερισπασμό, τη διέγερση και την κοινωνική αλληλεπίδραση (Shery et al. 2006: 220).

Η προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων, η οποία επιτρέπει στους ερευνητές των μέσων να αναλύσουν τους διάφορους σκοπούς των χρηστών των μέσων, προκειμένου να κατανοήσουν τις διαφορετικές συμπεριφορές και αντιλήψεις τους (Ellisson & Wohn 2011: 2323), δίνει έμφαση στο γεγονός πως το κάθε άτομο χρησιμοποιεί τα διάφορα μέσα σύμφωνα με την αρχή της ικανοποίησης (Maletzke 1991: 47). Πρόκειται για μια θεωρία (η οποία άρχισε να διαχέεται από τη δεκαετία του 1960 και μετά) που εξετάζει το τι κάνουν οι άνθρωποι με τα μέσα, αντιμετωπίζοντας τον χρήστη ως έναν ενεργητικό δρώντα που επιλέγει, ελέγχει, απορρίπτει και συχνά προβάλλει αντίσταση (Maletzke 1991: 47-51). Πυρήνας της προσέγγισης είναι ότι το κοινό αυτοεκτίθεται επιλεκτικά σε εκείνα τα μέσα και τα περιεχόμενα που ικανοποιούν συγκεκριμένες ψυχο-κοινωνικές του ανάγκες μέσα στις συνθήκες στις οποίες ζει (Σεραφετινίδου 1999: 352-353). Αν δύο μέσα με λειτουργικές ομοιότητες ικανοποιούν συγκεκριμένες ανάγκες, τότε ο χρήστης θα επιλέξει εκείνο το μέσο που τον ικανοποιεί καλύτερα (Jang & Park 2016: 75).

Η προσέγγιση των χρήσεων και των ικανοποιήσεων υποθέτει ότι οι άνθρωποι έχουν έμφυτες ανάγκες, οι οποίες μπορεί να ικανοποιηθούν από τα μέσα. Αποτελέσματα ερευνών (σε σχέση με το αντικείμενο της συγκεκριμένης προσέγγισης) υποδεικνύουν, όπως επισημαίνει η Σεραφετινίδου, τρεις βασικές κατηγορίες αναγκών και αντίστοιχων ικανοποιήσεων: α) πληροφόρηση/ενημέρωση για τον κόσμο που μας περιβάλλει, β) συναισθηματική στήριξη/ασφάλεια, που ωθεί στην αναζήτηση της αναγκαίας κοινωνικής αναγνώρισης και εκτίμησης, γ) φυγή από προβλήματα και άγχη (Σεραφετινίδου 1999: 335). Η πρώτη έρευνα γύρω από τις χρήσεις και τις ικανοποιήσεις των βιντεοπαιχνιδιών είχε γίνει το 1984 από τον Selnow σε ένα δείγμα 244 νέων, 10 ως 24 ετών. Ο Selnow είχε βρει ως βασικά κίνητρα για το παίξιμο παιχνιδιών αιθουσών ψυχαγωγίας τη συντροφικότητα, τη δράση, την απόδραση, τη μοναξιά, καθώς και ότι οι παίκτες έβρισκαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον στα ηλεκτρονικά παιχνίδια συγκριτικά με την ανθρώπινη συντροφιά και πως μέσα από το παιχνίδι μάθαιναν για άλλους ανθρώπους. Το

1990, ο Myer απομόνωσε τέσσερα βασικά κίνητρα: τη φαντασία, την περιέργεια, την πρόκληση, την αλληλεπίδραση (Sherry et al. 2006: 215).

Η υπόθεση, εντούτοις, των έμφυτων αναγκών σημαίνει πως η κάθε ικανοποίηση από κάθε νέο μέσο – όπως είναι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια – συνιστά αντανάκλαση αναγκών ήδη υπαρχουσών, κάτι που κατ' επέκταση σημαίνει πως οι ικανοποιήσεις από τα νέα μέσα αποτελούν περισσότερο αντανάκλασεις πρωταρχικών αναγκών παρά εκδηλώσεις νέων (Sundar & Limperos 2013: 511). Οι ικανοποιήσεις, όμως, από τα νέα μέσα δεν καθοδηγούνται απαραίτητα από εγγενείς ανάγκες. Μπορούν να πυροδοτηθούν και από εμπειρίες που βιώνουμε ενώ χρησιμοποιούμε τα μέσα, καθώς και από τη φύση της ίδιας της τεχνολογίας που αλλάζει διαρκώς. Τα νέα μέσα, λαμβάνοντας, συγχρόνως, υπόψη την αλλαγή των αλληλεπιδράσεων των χρηστών με αυτά, έχουν οδηγήσει σε νέα τελετουργικά, σε νέες δραστηριότητες και προσφέρουν νέα χαρακτηριστικά (όπως είναι η επαυξημένη πραγματικότητα). Οι ικανοποιήσεις από την τεχνολογία των νέων μέσων μπορεί να σχετίζονται με την τροπικότητα/modality (τις διαφορές μεθόδους, δηλαδή, παρουσίασης του περιεχομένου του μέσου, όπως είναι ο ρεαλισμός και η παρουσία, αλλά και η καινοτομία και η ιδιότητα του cool), την ικανότητα αυτενέργειας/agency (παραδείγματος χάριν, η δυνατότητα του χρήστη να γίνει αυτός πηγή του περιεχομένου ή να διαβάζει τις αναρτήσεις άλλων, που οδηγούν στη βελτίωση της ικανότητας για δράση και στη δόμηση κοινοτήτων), την αλληλεπίδραση/interactivity (τη δυνατότητα, για παράδειγμα, να κάνει τροποποιήσεις σε real time και να έχει τον έλεγχο) και την πλοήγηση/navigability (όπως τη δυνατότητα του χρήστη να κινηθεί στον χώρο, να εξερευνήσει) (Sundar & Limperos 2013: 511-517).

Γενικά, πάντως, οι ερευνητές που χρησιμοποιούν την προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων, όπως αναφέρουν οι Banks και Wasserman (2019: 73-74), βρίσκουν σταθερά έξι ικανοποιήσεις από το παίξιμο βιντεοπαιχνιδιών: ανταγωνισμός (competition), πρόκληση (challenge), κοινωνική αλληλεπίδραση (social interaction), φαντασία (fantasy), διασκέδαση (diversion), διέγερση (arousal). Όσον αφορά τις ικανοποιήσεις που αναζητούν οι καταναλωτές διαμεσικών προϊόντων, οι Banks και Wasserman, μετά από διαδικτυακή δημοσκόπηση σε 294 φανς (διάφορων ηλικιών) των βιντεοπαιχνιδιών των franchise *Warcraft* και *Assassin's Creed*, κατέγραψαν τις ακόλουθες ανάγκες: α) ψυχαγωγία (entertainment), την οποία διέκριναν στις κατηγορίες της διασκέδασης, της παρουσίας και της εκτίμησης (π.χ. ενθουσιασμός, έμπνευση, δραπέτευση, χαλάρωση, εμπύθιση, φαντασία), β) διευρυμένη εμπειρία (expanded experience), με

τις κατηγορίες της δόμησης κόσμων, της ειρωνικής αξίας (‘η κακή διασκέδαση είναι καλή’), των παραγόντων των μέσων (όπως ρεαλισμός/απεικόνιση) και του πλασίου (η μεγάλη οθόνη σε σχέση με την τηλεοπτική οθόνη), γ) προσωπική ανάπτυξη του φαν (personal development), που σχετίζεται με την ανάπτυξη της γνώσης (κατανόηση του πυρήνα της ιστορίας/του σύμπαντος και απόκτηση νέων γνώσεων), τη θέσπιση δεξιοτήτων του fan (όπως επίδειξη γνώσης), την επιβεβαίωση του στάτους (καθήκον του φαν και βαθύτερη σύνδεση με το παιχνίδι) και την ανταμοιβή για τον χρόνο και τη ενέργεια, δ) σύνδεση με την ταινία (connection to film), που διακρίνεται στην αναγνώριση (ταύτιση με τους χαρακτήρες, αναγνώριση του στυλ παιχνιδιού), στην οικειότητα (αίσθηση ότι γνωρίζεις, εφαρμογή στην πραγματική ζωή), στη νοσταλγία (αναμνήσεις που αντανakλώνται στην ταινία), ε) κοινότητα/νομιμοποίηση του franchise (community/franchise legitimation), που έχει σχέση με την ανάπτυξη της κοινότητας των fans (μοίρασμα εμπειριών), τη διεύρυνση του franchise και σε μη φανς, τις κοινωνικές συζητήσεις. Επιπλέον, σε ερώτηση που έγινε στους fans, για το αν θα έβλεπαν την ταινία που θα ακολουθούσε του βιντεοπαιχνιδιού που έπαιζαν, οι περισσότεροι απάντησαν θετικά (254 στους 294 για το *Assassin’s Creed*, 295 στους 375 για το *Warcraft*). – Το να μη δει, εξάλλου, κάποιος fan την αντίστοιχη ταινία, θα ήταν εναντίον της ιδέας του fandom (Banks & Wasserman 2019: 74-79).

Η πολιτισμική σύγκλιση, όπως η έκθεση της ιαπωνικής δημοφιλούς κουλτούρας στο περιεχόμενο των διάφορων μέσων, φάνηκε ότι επηρεάζει τις προτιμήσεις των εφήβων και νέων 15-34 ετών στην Ταϊβάν, σύμφωνα με έρευνα (μικτής μεθοδολογίας) που δημοσιεύτηκε το 2013. Όπως ανέφερε και ένας συμμετέχοντας, όταν ήταν μικρός παρακολούθησε στην τηλεόραση τα κινούμενα σχέδια *Pokemon*. Έναν χρόνο αργότερα άρχισε να παίζει το *Pokemon* σε βιντεοπαιχνίδι και ‘κόλλησε’ με αυτό, χαρακτηρίζοντας τη δυνατότητα να βιώσει μια κατάσταση που προηγουμένως υπήρχε μόνο στην τηλεόραση ως μια ‘εμπειρία μοναδική’ (Chen 2013: 42). Παραμένοντας στο franchise *Pokemon*, άλλη έρευνα (μικτών μεθόδων) που πραγματοποιήθηκε το 2016 σε 2612 συμμετέχοντες διάφορων ηλικιών, έδειξε πως ανάμεσα στα βασικότερα κίνητρα για να παίξει κάποιος το *Pokemon Go* ήταν τόσο οι προηγούμενες εμπειρίες που είχε με τη συγκεκριμένη αλυσίδα όσο και η δημοτικότητά της (Alha & Koskinen 2019: 115-117). Η δημοτικότητά της ήταν το δεύτερο βασικότερο χαρακτηριστικό που προσέλκυε τους χρήστες του *Pokemon Go*, σύμφωνα με αποτελέσματα άλλης δημοσκόπησης που έγινε την ίδια χρονιά (το 2016) στη Γερμανία με 199 συμμετέχοντες 4 ετών και πάνω (Rasche et al. 2017), με το πρώτο ελκυστικότερο στοιχείο να είναι η περιέργεια. Για να συνεχίζει, δε, κάποιος να παίζει το

συγκεκριμένο παιχνίδι, βασικά κίνητρα ήταν η ευχαρίστηση, η ευκολία χρήσης, η δραστηριότητα εκτός σπιτιού, η πρόκληση και η νοσταλγία, βρήκε διαδικτυακή έρευνα σε 1190 παίκτες, διάφορων ηλικιών, του *Pokemon Go* (Hamari & Malik 2018: 1).

Από στοιχεία που συλλέχθηκαν από δύο fansites του *Everquest*, από το 1999 μέχρι το 2002, από 11457 παίκτες (ηλικιών 10 ετών έως 30), καταγράφηκαν ανάμεσα στα πιο ελκυστικά χαρακτηριστικά του παιχνιδιού η ανάπτυξη του χαρακτήρα (26%), η κοινωνική αλληλεπίδραση (23%), η ανακάλυψη νέων κόσμων (15%), η συνομιλία με φίλους (10%) (Griffiths et al. 2003: 83-85). Το 2004, δημοσιεύτηκε έρευνα που είχε ως δείγμα 1836 παίκτες 12-68 ετών, όλοι σταθεροί παίκτες MMORPGS, όχι περιστασιακοί, με τους άντρες να αποτελούν το 90% του συνόλου. Σκοπός των ερευνητών ήταν να μελετήσουν τον τρόπο με τον οποίο οι παίκτες των MMORPGS έπαιζαν, επικοινωνούσαν και οργανώνονταν. Οι περισσότεροι έπαιζαν το *EverQuest* (1202 παίκτες) και ένα μικρότερο μέρος των παικτών τα *Dark Age of Camelot*, *Anarchy Online*, *Asheron's call* και *Ultima Online*. Η πλειοψηφία των παικτών δήλωσε πως έπαιζε γύρω στις 15-21 ώρες την εβδομάδα. Ανάμεσα στα βασικά κίνητρα των παικτών ήταν η διασκέδαση, η ανάπτυξη του χαρακτήρα τους και η κοινωνική εμπειρία (Seay et al. 2004). Η κοινωνική εμπειρία αναφέρθηκε, επίσης, ως βασικό κίνητρο τόσο στην εθνογραφική έρευνα των Kolo και Baur, που έγινε την ίδια περίοδο, με αντικείμενο μελέτης το *Ultima Online* (Kolo & Baur 2004: 3, 13-4), όσο και στην (ποιοτική) έρευνα του Lin και των συνεργατών του (2017: 80-83), με τη δημοτικότητα του παιχνιδιού και τα γραφικά να ακολουθούν με μικρή διαφορά.

Ως βασικά κίνητρα για την ενασχόληση με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, ο Williams και οι συνεργάτες του (2008) κατέγραψαν την επιθυμία επίτευξης (π.χ. απόκτηση δύναμης, ανταγωνισμός, κατανόηση του τρόπου λειτουργίας του παιχνιδιού), την εμπύθιση (όπως απόδραση από την καθημερινότητα, ανακάλυψη νέων κόσμων και παιχνίδι ρόλων), και κοινωνικούς λόγους (π.χ. γνωριμία με άλλους, αλληλεπίδραση) (Williams et al. 2008: 1002-1004). Κίνητρα που είχαν καταγραφεί πρωτύτερα στη διαδικτυακή δημοσκόπηση του Yee σε 3000 παίκτες MMORPGs (Yee 2006: 2-4). Η αίσθηση επίτευξης (η επίτευξη στόχων και η ηγεσία), η κοινωνικοποίηση (δημιουργία φιλιών και συνεργασιών) και η εξερεύνηση (ανακάλυψη του παιχνιδιού και των περιπετειών του) ήταν βασικά κίνητρα για να παίζουν ισπανόφωνοι, έφηβοι και νεαροί ενήλικες, διαδικτυακοί παίκτες του *WOW* και στην έρευνα του Furter και των συνεργατών του (2021), με ένα επιπλέον κίνητρο να είναι η αποσύνδεση (ταύτιση με το άβαταρ

και απόδραση από την πραγματικότητα), αν και σε μικρότερο βαθμό (Fuster et al. 2012: 275-279). Η επιθυμία επίτευξης και συγκεκριμένα η επιθυμία να πετύχουν μεγαλύτερα σκορ στο παιχνίδι ήταν από τα βασικά κίνητρα που παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια ένα μέρος προ-έφηβων και εφήβων (ένα 20% συγκεκριμένα), σύμφωνα με τους Langley και Fuller (2020: 12-15, 67), ενώ επιπλέον, άλλοι λόγοι ήταν η διασκέδαση (84%), η ευκαιρία να κάνουν κάτι μαζί με φίλους (41%) ή με την οικογένεια (24%) και η δυνατότητα να μάθουν (21%). Επίσης, στοιχεία σημαντικά για να παίζει κάποιος ένα MMORPG ήταν, σύμφωνα με τα αποτελέσματα έρευνας σε 122 παίκτες MMORPGs τα ακόλουθα: αρκετές επιλογές για τάξη/δεξιότητες, γραφικά/εφέ, μεγάλος κόσμος για εξερεύνηση, μάχη παίκτη με παίκτη και κοινωνικοποίηση (Achterbosch et al. 2008: 19).

Αξιοσημείωτο είναι, τέλος, το Octalysis Framework, το οποίο είναι ένα βασικό πλαίσιο παιχνιδιοποίησης που δημιούργησε ο Yu-Kai Chou μετά από 17 χρόνια έρευνας πάνω στην παιχνιδιοποίηση και στη μελέτη συμπεριφορικού σχεδιασμού. Ο Yu-Kai Chou αναφέρει πως τα βασικά κίνητρα για ό,τι κάνουμε είναι: α) το επικό νόημα και κάλεσμα (epic meaning and calling), όταν ο παίκτης πιστεύει πως αυτό που κάνει είναι σπουδαιότερο από αυτόν, αφιερώνοντας πολύ χρόνο στη βελτίωση της κοινότητας του παιχνιδιού, β) ανάπτυξη και αίσθηση επιτεύγματος (development and accomplishment), να σημειώνει δηλαδή πρόοδο ο παίκτης, να αναπτύσσει δεξιότητες, να ξεπερνάει εμπόδια, γ) ενδυνάμωση της δημιουργικότητας και ανατροφοδότηση (empowerment of creativity and feedback), όταν ο παίκτης πρέπει να δοκιμάσει διάφορους συνδυασμούς, να δει τα αποτελέσματα αυτών, να βρει λύσεις, δ) ιδιοκτησία και κατοχή (ownership and possession), εννοώντας πως όταν ο παίκτης αισθάνεται ότι έχει κάτι δικό του, επιθυμεί να το βελτιώσει (ακόμα και όταν εξατομικεύει το άνατάρ του), ε) αισθήσεις (sensation), ζ) σπανιότητα και ανυπομονησία (scarcity and impatience), όπως όταν θέλεις κάτι επειδή δεν μπορεί να το έχεις, η) μη προβλεψιμότητα και περιέργεια (unpredictability and curiosity), καθώς ο παίκτης καθλώνεται σε μεγαλύτερο βαθμό όταν δεν ξέρει τι θα συμβεί, θ) απώλεια και αποφυγή (loss and avoidance), το να αποφεύγει δηλαδή ο παίκτης κάτι αρνητικό, ι) κοινωνική επιρροή και συνδεσιμότητα (social influence and relatedness), κάτι που συμπεριλαμβάνει όλα εκείνα τα κοινωνικά στοιχεία που κινητοποιούν τους παίκτες, όπως παροχή βοήθειας, αποδοχή των άλλων, συντροφικότητα αλλά και ανταγωνισμός, ζήλια (Yu-Kai Chou, χ.ημ.).

7.3. Ηλεκτρονικά παιχνίδια και κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις

7.3.1. Teens, videogames, and civics – Έρευνα της Lenhart και συνεργατών

Το 2008, η Lenhart και οι συνεργάτες της (2008), εξέτασαν, μεταξύ άλλων, τη σχέση ανάμεσα στα ηλεκτρονικά παιχνίδια και της συμμετοχής στα κοινωνικοπολιτικά δρώμενα (civic participation) στην πραγματική ζωή, διερευνώντας τη διάρκεια ενασχόλησης των εφήβων, ηλικίας 12-17 ετών, με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, τα χαρακτηριστικά του gameplay και το πλαίσιο εντός του οποίου παίζουν βιντεοπαιχνίδια. Πρόκειται για την πρώτη μεγάλης κλίμακας έρευνα που εξέτασε το συγκεκριμένο ζήτημα. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, βρέθηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στις παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες (civic gaming experiences) και στο ενδιαφέρον και τη δέσμευση των εφήβων για κοινωνικοπολιτικές δραστηριότητες στην πραγματική τους ζωή (Lenhart et al. 2008: 40-46).

Οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι οι έφηβοι, όταν έπαιζαν ηλεκτρονικά παιχνίδια, τουλάχιστον μερικές φορές βοηθούσαν ή καθοδηγούσαν άλλους παίκτες (76%), σκέφτονταν για ζητήματα ηθικά (52%), μάθαιναν για κάποιο κοινωνικό πρόβλημα (44%), ενημερώνονταν για διάφορα κοινωνικά ζητήματα (40%), συνέβαλλαν στη λήψη αποφάσεων ως προς τον τρόπο λειτουργίας μίας κοινότητας/πόλης/έθνους (43%) και οργάνωναν ομάδες, μικρότερες ή μεγαλύτερες (30%). Όσοι είχαν τέτοιου είδους κοινωνικοπολιτικές παιχνιδιώδεις εμπειρίες, καθώς επίσης, και εκείνοι που συνήθιζαν να αναρτούν σχόλια σε διάφορες ιστοσελίδες σχετικές με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και να συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά, ήταν πιο ευαισθητοποιημένοι και έδειχναν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην πραγματική τους ζωή συγκριτικά με όσους δεν είχαν τέτοιες εμπειρίες (Lenhart et al. 2008: I, iii, vi, vii, 10, 17-18, 25-27, 44-47).²⁴ Αντιθέτως, δεν παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική (θετική ή αρνητική) συσχέτιση μεταξύ της ποσότητας του gameplay και του ενδιαφέροντος και της δέσμευσης για κοινωνικοπολιτικές δραστηριότητες – σε μικρό βαθμό μόνο φάνηκε να συνδέεται η συχνότητα παιζίματος με τις μεταβλητές του 'πολιτικού ενδιαφέροντος' και της 'διαμαρτυρίας' (Lenhart et al. 2008: I, iii, vi, vii).

²⁴ Παρενθετικά, να προστεθούν και τα αποτελέσματα έρευνας σε 2253 άτομα άνω των 18 ετών, σύμφωνα με τα οποία όσοι ασχολούνταν γενικά με κοινωνικοπολιτικά θέματα μέσω διάφορων διαδικτυακών σελίδων, έτειναν να ασχολούνται με κοινωνικοπολιτικές δραστηριότητες και εκτός διαδικτύου (Smith 2013: 7).

Αναλυτικότερα, η Lenhart και οι συνεργάτες της διαπίστωσαν ότι οι έφηβοι που είχαν πολλές κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες στο παιχνίδι ή που τις βίωναν συχνότερα, εκδήλωναν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για κοινωνικοπολιτικά ζητήματα συγκριτικά με όσους είχαν λίγες παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες. Για παράδειγμα: α) ένα 70% των παικτών με τις περισσότερες παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες συγκέντρωνε χρήματα για φιλανθρωπικούς σκοπούς στην πραγματική του ζωή σε σχέση με ένα 55% των παικτών με λίγες παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, β) ένα 61% ενδιαφερόταν για την πολιτική έναντι ενός 41%, γ) ένα 60% ενημερωνόταν για τα τρέχοντα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα συγκριτικά με ένα 49%, δ) ένα 70% έψαχνε διαδικτυακά πληροφορίες για την πολιτική και για τρέχοντα γεγονότα έναντι ενός 55%, ε) ένα 69% δήλωνε τη δέσμευσή του όσον αφορά τη συμμετοχή του σε κοινωνικοπολιτικά ζητήματα σε σχέση με ένα 57%. Επίσης, και οι παίκτες με μεσαίες παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες (που είχαν, δηλαδή, αρκετές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες ή λιγότερες αλλά συχνότερα) εκδήλωναν μεγαλύτερο ενδιαφέρον και δέσμευση για κοινωνικοπολιτικά ζητήματα συγκριτικά με όσους είχαν λίγες παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες (Lenhart et al. 2008: 40-46). Διαπιστώθηκε, ακόμα, ότι ένα 70% των εφήβων που επισκέπτεται διάφορες, σχετικές με το βιντεοπαιχνίδι, ιστοσελίδες και φόρουμ συζητήσεων, ψάχνει διαδικτυακά πληροφορίες για κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην πραγματική του ζωή συγκριτικά με ένα 60% που παίζει αλλά δεν εκδηλώνει τέτοιου είδους συμπεριφορές (Kahne 2009: 34).

Παρατηρήθηκε, ακόμα, ότι διαφορετικά βιντεοπαιχνίδια παρείχαν διαφορετικά επίπεδα έκθεσης σε κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες. Παραδείγματος χάριν, το 59% των εφήβων που ανέφερε το *The Sims* (παιχνίδι εξομοίωσης, στο οποίο οι παίκτες δημιουργούν κόσμους και ψηφιακούς ανθρώπους, τους οποίους φροντίζουν) στα αγαπημένα του παιχνίδια, δήλωσε πως έμαθε για προβλήματα στην κοινωνία όταν έπαιζε συγκριτικά με ένα 47% που δεν το κατέταξε στις βασικές τους προτιμήσεις, ένα 52% εξερεύνησε κοινωνικά θέματα σε σχέση με ένα 39%, ενώ επιπλέον, ένα 66% των παικτών του *Sims* δήλωσε πως πήρε αποφάσεις για τον τρόπο διακυβέρνησης μιας πόλης σε σχέση με ένα 42% που δεν έπαιζε με αυτό. Απροσδόκητο εύρημα ήταν πως και παίκτες που κατέταζαν το *Halo* στα αγαπημένα τους παιχνίδια – που είναι ένα βίαιο παιχνίδι βολών πρώτου προσώπου, στο οποίο οι παίκτες μάχονται για να σώσουν την ανθρωπότητα (κατάλληλο για παιδιά ηλικίας 16 ετών και πάνω) –, είχαν κοινωνικοπολιτικές παιχνιδιώδεις εμπειρίες, με ένα 88% των εφήβων να δηλώνει πως βοηθάει και καθοδηγεί άλλους

παίκτες, σε σχέση με ένα 73% που δεν δήλωσε το συγκεκριμένο παιχνίδι στα αγαπημένα του (Kahne et al. 2009: 37-38). Να προστεθεί σε αυτό το σημείο και μία άλλη έρευνα, του Olson και των συνεργατών του (2008), οι οποίοι παρατήρησαν από τις συνεντεύξεις που πήραν από 42 αγόρια στην εφηβεία, ότι κυρίαρχη αίσθηση ανάμεσα στους συμμετέχοντες ήταν πως τα βίαια παιχνίδια συμβάλλουν σε σκέψεις για ηθικά ζητήματα. Όπως ανέφερε συγκεκριμένα ένας έφηβος για το *Grand Theft Auto* που έπαιζε, το όλο θέμα έχει να κάνει με την οπτική, με το πώς αντιμετωπίζει ο παίκτης το παιχνίδι. Αν κάποιος το βλέπει μόνο για διασκέδαση, τότε δεν μαθαίνει κάτι. Αν το δει, όμως, από τη σκοπιά του ήρωα, υποστήριξε το παιδί, τότε μπορεί να βιώσει διάφορες θετικές αλλαγές (Olson et al. 2008: 63-64).

Οι ερευνητές διαπίστωσαν, ακόμα, την ύπαρξη συσχέτισης ανάμεσα στο πλαίσιο εντός του οποίου έπαιζαν οι έφηβοι και στην ευαισθητοποίησή τους για κοινωνικοπολιτικά θέματα. Οι έφηβοι που έπαιζαν με άλλους στον ίδιο χώρο ενδιαφέρονταν περισσότερο για κοινωνικοπολιτικές δραστηριότητες στην πραγματική τους ζωή συγκριτικά με εκείνους που έπαιζαν μόνοι. Σχέση που, ωστόσο, δεν διαπιστώθηκε για τα παιδιά που έπαιζαν με άλλους αλλά διαδικτυακά. Παραδείγματος χάριν, ένα 64% των εφήβων που έπαιζε με άλλους στον ίδιο χώρο, συγκέντρωσε χρήματα για φιλανθρωπίες σε σχέση με ένα 55% που έπαιζε μοναχικά, ένα 65% έψαχνε διαδικτυακά πληροφορίες για την πολιτική έναντι ενός 60% και ένα 64% δήλωνε δέσμευση για συμμετοχή σε κοινωνικοπολιτικά θέματα συγκριτικά με ένα 59% (Kahne et al. 2009: 31-33).

Επιπρόσθετα, καταγράφηκε ότι οι έφηβοι παίκτες συναντούν στα διάφορα βιντεοπαιχνίδια που παίζουν τόσο φιλοκοινωνική συμπεριφορά όσο και αντικοινωνική συμπεριφορά από άλλους παίκτες. Ένα 64% των συμμετεχόντων δήλωσε πως έχει δει άλλους παίκτες να είναι κακοί και επιθετικοί κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού και ένα 49% πως έχει δει παίκτες να εκφράζουν μίσος και να εκδηλώνουν συμπεριφορές ρατσιστικές και σεξιστικές απέναντι σε συμπάικτες. Ωστόσο, ένα 85% αυτών έχει δει, συγχρόνως, και παίκτες να επεμβαίνουν σε τέτοιου είδους άσχημες καταστάσεις, ζητώντας από τον ‘κακό’ παίκτη να σταματήσει, καθώς και παίκτες που είναι γενναιόδωροι και βοηθάνε τους άλλους στο παιχνίδι (Lenhart et al. 2008: iv)

7.3.2. Άλλες σχετικές έρευνες

Πολλές έρευνες πραγματοποιήθηκαν έχοντας ως αντικείμενό τους τα MMORPGs, καθώς οι φανταστικοί τους κόσμοι συνιστούν είδη κοινοτήτων, και ο τρόπος λειτουργίας τους μπορεί να ενθαρρύνει τα μέλη τους να καλλιεργήσουν κοινωνικές και πολιτικές στάσεις στην καθημερινότητά τους (Κατερέλος κ.συν. 2010: 16-17). Αποτελέσματα διαδικτυακών δημοσκοπήσεων από το 2000 ως το 2003 σε 30000 άτομα διάφορων ηλικιών που έπαιζαν MMORPGs, έδειξαν ότι η συναισθηματική επένδυση των παικτών σε αυτά τα παιχνίδια είναι μεγάλη. Ενδεικτικά παραδείγματα της εμπύθισής τους είναι τόσο η δήλωση από ένα 60,9% των παικτών πως είχε ξοδέψει δέκα ώρες συνεχόμενες παίζοντας όσο και η αναφορά από ένα 25% πως η πιο θετική εμπειρία που είχε βιώσει την τελευταία εβδομάδα ήταν στο παιχνίδι και όχι στην πραγματική ζωή. Διαπιστώθηκε, επίσης, ότι οι παίκτες που αναλάμβαναν ηγετικούς ρόλους, ανέπτυσαν διάφορες δεξιότητες, όπως εκείνες της ρητορικής, της διαχείρισης κρίσεων, της αντιμετώπισης συγκρούσεων, της οργάνωσης και της επινόησης τρόπων κινητοποίησης των άλλων (Yee 2016: 9-10,14,17,19-21). Επιπρόσθετα, περίπου το ένα τρίτο των παικτών συμμετείχε στο παιχνίδι μαζί με κάποιο μέλος από την οικογένεια. Η συμμετοχή γονέων στο παιχνίδι φάνηκε να ενισχύει τη σχέση τους με τα παιδιά τους – συμπέρασμα που επιβεβαιώθηκε και από άλλους ερευνητές, όπως από τη διαχρονική έρευνα (μικτών μεθόδων) του Padilla και των συνεργατών του (2012: 436) σε 453 οικογένειες με παιδιά 13-16 ετών στην Αμερική ή από την (ποιοτική) έρευνα του Vella και των συνεργατών του (2019: 590) σε 15 νέους 17-31 ετών που έπαιζαν συγκεκριμένα το *Pokemon Go*.

Το 2005, η εθνογραφική έρευνα των Ducheneout και Moore – οι οποίοι επικεντρώθηκαν στη μελέτη της αυτό-οργάνωσης και της κοινωνικοποίησης των παικτών στα MMORPGs, με βάση το παιχνίδι *Ever Quest Online Adventures* –, έδειξε ότι οι παίκτες μάθαιναν μέσω του παιχνιδιού να συμμετέχουν στις πρακτικές της κοινότητας, να συνεργάζονται (προκειμένου να ολοκληρώνουν ευκολότερα τις αποστολές τους), να αναπτύσσουν κοινωνικές δεξιότητες (να γνωρίζουν, παραδείγματος χάριν, νέους ανθρώπους), να οργανώνουν και να συντονίζουν δράσεις, να διοικούν ομάδες ατόμων. Μάθαιναν όχι μόνο μέσω ενεργητικής δράσης αλλά και μέσω παθητικής, όπως με το να παρακολουθούν άλλους παίκτες, ενώ επιπλέον, οι εμπειρότεροι παίκτες αναλάμβαναν και ρόλους μέντορα. Παρατηρήθηκε, επίσης, πως οι παίκτες επικοινωνούσαν και εκτός παιχνιδιού (Ducheneout & Moore 2005: 9-2, 97-98), όπως είχε παρατηρηθεί και στην έρευνα του Seay και των συνεργατών του.

Τον κοινωνικό χαρακτήρα των MMORPGs ανέδειξε και η ποσοτική έρευνα των Cole και Griffiths (2007), έχοντας ως δείγμα 912 παίκτες MMORPGs από 45 χώρες, με τους περισσότερους να είναι άντρες (ένα 71%) και με μέσο όρο ηλικίας τα 23,6 έτη – κάτω των 18 ετών ήταν το ένα πέμπτο των συμμετεχόντων. Όπως διαπίστωσαν οι ερευνητές, τέτοιου είδους παιχνίδια, με πιο δημοφιλές στη συγκεκριμένη έρευνα το *World of Warcraft*, παρέχουν πολλές ευκαιρίες στους παίκτες τόσο για ομαδική δουλειά όσο και για τη δημιουργία μακρόχρονων σχέσεων. Ένα μέρος των παικτών δήλωσε, ακόμα, πως μέσα στο παιχνίδι ένιωθε περισσότερο ‘ο εαυτός του’ από ότι στον πραγματικό κόσμο, και ένα 80,8% ότι διασκεδάζει παίζοντας στο παιχνίδι με φίλους και με την οικογένειά του (Cole & Griffiths 2007: 576-577). Σχετικά με το *World of Warcraft*, πραγματοποιήθηκε και ποσοτική έρευνα στην Κίνα, με δείγμα 641805 παίκτες διάφορων ηλικιών, η οποία έδειξε ότι οι παίκτες που εισάγονταν στο παιχνίδι, έτειναν γρήγορα να εντάσσονται σε αδελφότητες και να συμμετέχουν σε διάφορες συλλογικές δραστηριότητες (Chen, Sun & Hsich 2008: 295, 300).

Άλλο παράδειγμα αποτελεί το *Star wars: the old republic*, ένα MMORPG, που σύμφωνα με τους παίκτες του μπορεί, επίσης, να αποτελέσει αφορμή για ανάπτυξη κριτικής σκέψης και για προβληματισμούς πάνω σε ηθικά, κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα, όπως έδειξαν δύο δημοσκοπήσεις σε 625 άτομα (κυρίως άντρες). Αν και οι ηλικίες του δείγματος δεν εμπεριείχαν καθόλου παιδιά στην εφηβεία (οι παίκτες ήταν ηλικίας 18 ετών και άνω), κρίνεται πως τα αποτελέσματα των δημοσκοπήσεων είναι άξια αναφοράς στην παρούσα μελέτη. Συγκεκριμένα, με βάση στοιχεία που αντλήθηκαν από το επίσημο φόρουμ του παιχνιδιού, φάνηκε ότι το παιχνίδι προσφέρει πολύτιμα μαθήματα στην πολιτική, και παρέχει ευκαιρίες στους παίκτες να ανακαλύψουν και να δεσμευτούν με πολιτικές φιλοσοφίες. Οι παίκτες, παίρνοντας είτε το μέρος της Αυτοκρατορίας (η οποία συμβολίζει, σύμφωνα με τους Geraci και Recine, την απολυταρχία του Hobbes και χρησιμοποιεί βάρβαρες μεθόδους προκειμένου να εγκαθιδρύσει την ειρήνη και την τάξη) είτε της Διαγαλαξιακής Δημοκρατίας (που συμβολίζει τη Δημοκρατία του Kant και του Rousseau και επιθυμεί ελευθερία και ισότητα για όλους, αλλά προβαίνει συγχρόνως (εν μέρει) και σε ανήθικες διαπραγματεύσεις) είτε κρατώντας ουδέτερη στάση, μπαίνουν στη διαδικασία να αναστοχαστούν. Όπως είπε, μάλιστα, ένας παίκτης, η φιλοσοφία των Jedi γενικότερα τον βοήθησε σε πραγματικές καταστάσεις και συνέβαλε στο να γίνει, κατά κάποιον τρόπο, καλύτερος άνθρωπος (Geraci & Recine 2014: 256-265).

Στο πώς αντιμετωπίζει κάποιος ένα παιχνίδι, σημαντικό ρόλο παίζει και το κοινωνικό πλαίσιο. Όπως συμπέρανε η Lenhart και οι συνεργάτες της, οι έφηβοι που έπαιζαν ηλεκτρονικά παιχνίδια μαζί με άλλους στο ίδιο δωμάτιο (όπως με γονείς και φίλους) – ποσοστό που ανερχόταν στο 65% –, επιδείκνυαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον και συμμετοχή σε θέματα κοινωνικοπολιτικής φύσης σε σχέση με όσους έπαιζαν μόνοι ή έπαιζαν με άλλους αλλά διαδικτυακά. Οι γονείς που έπαιζαν μαζί με τα παιδιά τους αποτελούσαν περίπου το ένα τρίτο στην έρευνα (το 29% των γονέων έπαιζε με τα παιδιά κάποιες φορές, το 2% πάντα, το 26% σπανίως και το 43% καθόλου) (Kahne et al. 2009: 30-35 · Lenhart et al. 2008: I, iii, vi, vii, 10, 17-18, 25-27, 44-47). Σε συμφωνία με τα αποτελέσματα της Lenhart και των συνεργατών της (2008) ήρθε και η ποσοτική έρευνα των Ferguson και Garza, το 2011, που μελέτησε ένα σύνολο 873 εφήβων. Σύμφωνα με τα ευρήματα των ερευνητών, οι έφηβοι που έπαιζαν βιντεοπαιχνίδια μαζί με τους γονείς τους ήταν πιο συνειδητοποιημένοι για κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην πραγματική τους ζωή σε σχέση με τους έφηβους των οποίων οι γονείς δεν συμμετείχαν στο παιχνίδι ως παίκτες ή/και επιβλέποντες (Ferguson & Garza 2010: 773-774). Οι ερευνητές διαπίστωσαν ακόμα πως όσοι έπαιζαν περισσότερα παιχνίδια δράσης, συγκριτικά με όσους δεν έπαιζαν, εκδήλωναν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για κοινωνικοπολιτικά ζητήματα, ενώ επιπλέον, η ανάπτυξη κοινωνικοπολιτικών στάσεων ήταν εντονότερη ανάμεσα στα κορίτσια, στους μεγαλύτερους έφηβους και στα παιδιά των οποίων οι γονείς ήταν τεχνολογικά πιο καταρτισμένοι (Ferguson & Garza 2011: 773-774).

Το κοινωνικό πλαίσιο και το στυλ του παιχνιδιού, ακόμα και όταν το τελευταίο είναι βίαιο, σχετίζεται με την ανάπτυξη φιλοκοινωνικής συμπεριφοράς, όπως έδειξαν και άλλες έρευνες. Συγκεκριμένα, αποτελέσματα πειραματικής έρευνας σε 119 μαθητές (με την πλειοψηφία να είναι αγόρια), έδειξαν πως οι παίκτες που έπαιζαν το *Halo II* σε συνεργατικές συνθήκες επιδείκνυαν πιο φιλοκοινωνικές συμπεριφορές σε διάφορες καταστάσεις συγκριτικά με όσους έπαιζαν σε ανταγωνιστικές συνθήκες (Ewoldsen et al. 2012: 119, 279). Επίσης, όπως παρατηρήθηκε από πειραματική έρευνα στο Ισραήλ σε ένα δείγμα 838 προέφηβων, 9-12 ετών, τα παιδιά που έπαιζαν συνεργατικά το *Fortnite Battle Royale* – επίσης, βίαιο παιχνίδι –, επιδείκνυαν μεγαλύτερη διάθεση να βοηθήσουν άλλους συμπαίκτες σε σχέση με εκείνους που έπαιζαν το συγκεκριμένο παιχνίδι μοναχικά, αλλά και σε σχέση με εκείνους που έπαιζαν ένα παιχνίδι ουδέτερου περιεχομένου, επίσης μοναχικά (το *Pinball FX2*) (Shoshani & Krauskopf 2021: 3, 7). Παραμένοντας στο Ισραήλ, θα αναφερθούμε και σε μία ακόμα έρευνα, ποσοτική, που πραγματοποιήθηκε με ένα δείγμα 1462 παιδιών 9-15 ετών. Οι ερευνητές βρήκαν θετική σχέση

ανάμεσα στη φιλοκοινωνική συμπεριφορά των παιδιών στο βιντεοπαιχνίδι και στη φιλοκοινωνική συμπεριφορά τους στην πραγματική ζωή (Shoshani, Braveran & Marow 2021: 4, 8). Από την άλλη, υπάρχουν και έρευνες που υποστηρίζουν πως η έκθεση γενικά σε βίαια βιντεοπαιχνίδια συνδέεται με χαμηλότερα επίπεδα φιλοκοινωνικής συμπεριφοράς (Coyne et al. 2018 · Gitter et al. 2013 · Greitemeyer & Mugge 2014), όπως και έρευνες που δεν βρήκαν καμία συσχέτιση μεταξύ της βίας των βιντεοπαιχνιδιών και της μειωμένης φιλοκοινωνικής συμπεριφοράς και εκδήλωσης επιθετικότητας (Ferguson 2020 · Ferguson & Wang 2019 · Hilgard et al. 2019)

Ο Gentile και οι συνεργάτες του δημοσίευσαν το 2009 στοιχεία από τρεις έρευνες που έγιναν το 2007, οι οποίες εξέταζαν πιθανές σχέσεις ανάμεσα σε φιλοκοινωνικά βιντεοπαιχνίδια και σε φιλοκοινωνικές συμπεριφορές των παικτών στην πραγματική ζωή, προσδιορίζοντας ως ‘φιλοκοινωνική συμπεριφορά’ εκείνη που σχετίζεται με την πρόθεση παροχής βοήθειας σε άλλους. Η μία έρευνα έγινε στις ΗΠΑ με δείγμα 161 φοιτητές, η δεύτερη στην Ιαπωνία με 1050 έφηβους ηλικίας 13-17 ετών και η τρίτη στη Σιγκαπούρη σε ένα σύνολο 727 εφήβων 12-14 ετών. Τα αποτελέσματα και των τριών ερευνών έδειξαν πως οι παίκτες φιλοκοινωνικών παιχνιδιών εκδήλωναν θετικότερη κοινωνική συμπεριφορά στην πραγματική ζωή (Gentile et al. 2009: 754-758). Σε αντίστοιχα αποτελέσματα κατέληξε και η έρευνα των Harrington και O Conell (2016: 652, 655) που απευθύνθηκε σε 538 παιδιά ηλικίας 9-15 ετών, όπως και έρευνες που έγιναν με φοιτητές, σύμφωνα με τις οποίες όσοι εκτίθεντο σε φιλοκοινωνικά παιχνίδια – όπως το *Lemmings*, στο οποίο ο παίκτης καθοδηγεί ομάδες μικρών όντων μέσω διαφορετικών κόσμων για να τα σώσει – , επιδείκνυαν μεγαλύτερη διάθεση να βοηθήσουν και εμπάθεια (Gteitemeyer et al. 2010: 799-900 · Teng et al. 2018: 32, 36).

Τη σχέση μεταξύ της ποσότητας του χρόνου που αφιερώνουν τα παιδιά στα ηλεκτρονικά παιχνίδια και της εκδήλωσης θετικών κοινωνικών συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή, εξέτασε ο Przybylski (2014). Όπως αναφέρει, τα παιδιά 10-15 ετών που ασχολούνταν με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια λιγότερο από το ένα τρίτο του ελεύθερου χρόνου τους καθημερινά, εκδήλωναν υψηλότερα επίπεδα φιλοκοινωνικών στάσεων και λιγότερα προβλήματα συμπεριφορών σε σχέση με όσα δεν έπαιζαν καθόλου. Ωστόσο, τα παιδιά που έπαιζαν παιχνίδια για περισσότερο από το μισό ελεύθερο χρόνο τους σε καθημερινή βάση, παρουσίαζαν χαμηλότερα επίπεδα κοινωνικής συμπεριφοράς συγκριτικά με όσα δεν έπαιζαν (Przybylski 2014: 720).

Το 2012, ο Pagnotti, στο πλαίσιο της διδακτορικής του εργασίας, ερεύνησε την ύπαρξη σχέσης ανάμεσα στο παίξιμο βιντοπαιχνιδιών με κοινωνικοπολιτικό περιεχόμενο και στην εκδήλωση κοινωνικοπολιτικής δέσμευσης των χρηστών τους. Το δείγμα αποτελούνταν από 68 έφηβους, και ο ερευνητής επικεντρώθηκε σε τρία συγκεκριμένα βιντεοπαιχνίδια που παρείχαν κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες. Τα βιντεοπαιχνίδια ήταν τα : α) *Commander in Chief*, στο οποίο ο παίκτης αναλάμβανε τον ρόλο του προέδρου των ΗΠΑ, β) *Sim City 4: deluxe edition*, όπου ο παίκτης γινόταν δήμαρχος, γ) *Civilization IV*, με τον παίκτη να φροντίζει για πολλές πόλεις και περιοχές. Αυτό που παρατηρήθηκε είναι ότι οι παίκτες που είχαν μεγαλύτερη εμπειρία στο να παίζουν βιντεοπαιχνίδια γενικά, ανεξαρτήτως φύλου, εκδήλωσαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην πραγματική τους ζωή αφότου είχαν παίξει τα συγκεκριμένα, υπό μελέτη, βιντεοπαιχνίδια (Pagnotti 2012: 32-41, 75-76). Σε αυτό το σημείο ας προστεθεί, επίσης, ότι μέθοδοι διδασκαλίας βασισμένες σε ψηφιακά παιχνίδια, όπως βρήκε από την έρευνά του ο Yang (2012: 367), έδιναν σε μεγαλύτερο βαθμό κίνητρα για μάθηση στους έφηβους στο μάθημα ‘Civics and society’ σε σχέση με τις παραδοσιακές μεθόδους διδασκαλίας. Και αυτό διότι, όπως συμπεραίνει ο ερευνητής, το παιχνιδιώδες στυλ διδασκαλίας αφύπνισε την περιέργεια των μαθητών για βασικές ιδέες του συγκεκριμένου μαθήματος, το όλο στήσιμο του μαθήματος τους ενθάρρυνε να συνεχίζουν τις προσπάθειες, και αξιοποιήθηκαν, επιπλέον, τα πλεονεκτήματα των πολλαπλών αισθήσεων που ενεργοποιούν τα παιχνίδια.

Ο Sanders και οι συνεργάτες του (2011), οι οποίοι μελέτησαν και σύγκριναν τα στοιχεία δύο (μικτής μεθοδολογίας) ερευνών (η μία είχε ως δείγμα 357 Ευρωπαίους και η δεύτερη 188 Ασιάτες, διαφόρων ηλικιών), παρατήρησαν ότι η δέσμευση των παικτών στα MMORPGs ικανοποιεί συχνά βασικές ψυχολογικές ανάγκες, όπως εκείνες για αυτονομία, ανταγωνισμό και συνδεσιμότητα. Για τους παίκτες ήταν σημαντικό να ‘μετράνε’ σαν μέλη στην κοινότητα του παιχνιδιού. Ένα μέρος των παικτών χαρακτήρισε την κοινότητα ως ένα μέρος ισότητας, στο οποίο μπορούσε να πειραματιστεί με νέες ταυτότητες, να μάθει νέες δεξιότητες και να διδάξει άλλους (Sanders et al. 2011). Δημοφιλέστερο παιχνίδι και στις δύο έρευνες ήταν το *World of Warcraft*, παιχνίδι που βρίσκουμε και στην εθνογραφική έρευνα των Williams, Kirschner και Suhaimi-Broder (2014), οι οποίοι παρατήρησαν πως οι παίκτες του βυθίζονται στη συλλογική νοημοσύνη της κοινότητας, κάτι που τους βοηθάει στο να μάθουν πώς να σκέφτονται. Οι παίκτες ειδικά που έχουν ρόλους ηγετικών μαθαίνουν να διαχειρίζονται καταστάσεις, να φροντίζουν για τη συναισθηματική ευημερία των άλλων, να κατανοούν καλύτερα τις πολυπλοκότητες του παιχνιδιού

(Williams, Kirschner & Suhaimi-Broder 2014: 1401) – Συμπεράσματα που είχαν αναδείξει κάποια χρόνια νωρίτερα τα αποτελέσματα της έρευνας του Yee (2006).

Οι βασικοί τρόποι οργάνωσης των κόσμων των MMORPGs, σύμφωνα με τη διαδικτυακή εθνογραφική έρευνα των Jakobson και Taylor, βασίζονται στην υπευθυνότητα, στην εμπιστοσύνη και τη φήμη (Jakobson & Taylor 2003: 82, 86-7). Τα MMORPGs ενθαρρύνουν τους παίκτες να συνεργάζονται και να οργανώνονται σε διάφορες ομάδες προκειμένου να πετυχαίνουν τους στόχους τους. Οι κόσμοι τους αποτελούν κοινωνικά περιβάλλοντα – αν και ο Ducheneout και οι συνεργάτες του υποστηρίζουν ότι οι παίκτες αντιμετωπίζουν ο ένας τον άλλον περισσότερο σαν μια εύκολη πηγή πληροφοριών ή σαν διασκεδαστικά θεάματα και δεν αλληλεπιδρούν πάντα ενεργητικά (Ducheneout et al. 2006: 2, 5) – και παρέχουν αρκετές κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες στους παίκτες. Ακόμα και MMORPGs με λιγότερο οργανωμένους κοινωνικούς κόσμους, όπως είναι ο κόσμος του *Fortnite*, βρέθηκαν να ενισχύουν τις κοινωνικές σχέσεις των παιδιών με τους συμπαίκτες τους και να παρέχουν εμπειρίες κοινωνικές. Ένα μέρος των συμμετεχόντων, προεφηβικής και εφηβικής ηλικίας, στην (ποιοτική) έρευνα του Carter και των συνεργατών του (2020: 457-8) δήλωσαν, για παράδειγμα, πως βίωσαν αρνητικές εμπειρίες παίζοντας το *Fortnite*, καθώς είδαν κάποιους παίκτες να γίνονται κακοί ή αγενείς, εκδηλώνοντας με αυτόν τον τρόπο τον προβληματισμό τους.

Με τον τρόπο λειτουργίας των εικονικών κόσμων των MMORPGs ασχολήθηκε η Μυσιρλάκη (2019), σε διαδικτυακή έρευνα, με δείγμα παίκτες, διαφόρων ηλικιών, των MMORPGs, διαπιστώνοντας πως η αποτελεσματικότητα της εικονικής ομάδας του παιχνιδιού συσχετιζόταν σημαντικά με την αλληλεξάρτηση των εργασιών κατά τη λειτουργία της, τους συνεργατικούς κανόνες της, τη συνοχή της και το κοινωνικό κεφάλαιο (Mysirlaki 2019: 8-9). Το ‘κοινωνικό κεφάλαιο’ αναφέρεται στις σχέσεις μεταξύ των ατόμων. Ο συγκεκριμένος όρος προσδιορίζει τα κοινωνικά δίκτυα και τους άγραφους κανόνες περί ανταποδοτικότητας και εμπιστοσύνης που αναδύονται από αυτή. Όπως αναφέρει ο Putman (2000), το κοινωνικό κεφάλαιο ισοδυναμεί με την αστική αρετή (civic virtue), δίνοντας, συγχρόνως, έμφαση στο γεγονός πως για να είναι δυνατή η κοινωνικοπολιτική αρετή, πρέπει να είναι ενσωματωμένη σε ένα πυκνό δίκτυο αμοιβαίων κοινωνικών σχέσεων. Τα θετικά αποτελέσματα του κοινωνικού κεφαλαίου, το οποίο ο Putman αντιμετωπίζει ως εννοιολογικό συγγενή της κοινότητας, είναι η αμοιβαία στήριξη, η συνεργασία, η εμπιστοσύνη, η θεσμική αποτελεσματικότητα, ενώ επιπλέον, σημαντικές φόρμες

του είναι το ‘δέσιμο (bonding) και το ‘στήριγμα’ (bridging) (Putman 2000: 19). Επανερχόμενοι στην έρευνα της Μυσιρλάκη, ως προστεθεί, επιπλέον, ότι η αλληλεξάρτηση των εργασιών εντός της ομάδας σχετιζόταν και με την ικανοποίηση της ίδιας της ομάδας, από την οποία εξαρτάται, άλλωστε, εν μέρει η αποτελεσματικότητά της (Mysirlaki 2019: 8-9).

Πιο στοχοπροσηλωμένη στην ανάπτυξη συγκεκριμένων δεξιοτήτων και συμπεριφορών είναι η κατηγορία των ‘σοβαρών παιχνιδιών’, η οποία είναι, ωστόσο, εκτός των ορίων της παρούσας έρευνας, καθώς η συγκεκριμένη μελέτη επικεντρώνεται στην εξέταση ηλεκτρονικών παιχνιδιών των οποίων ο πρωταρχικός σκοπός είναι η ψυχαγωγία. Εν συντομία, θα αναφερθεί ότι από το 2004, το κίνημα G4C (Games for change) οργανώνει κάθε χρόνο μία εκδήλωση, κατά την οποία παρουσιάζονται διάφορα βιντεοπαιχνίδια που αποσκοπούν στον να αφυπνίσουν τους νέους σχετικά με θέματα κοινωνικής φύσης (Bers 2010: 148). Ορισμένα αντιπροσωπευτικά παιχνίδια αυτού του είδους είναι τα: α) *Democracy* (2005), στο οποίο ο παίκτης γίνεται πρόεδρος ή πρωθυπουργός σε μια δημοκρατική κυβέρνηση (Bers 2010: 150), β) *McDonald’s Video Game* (2006), που ασχολείται με τις αρνητικές επιδράσεις της βιομηχανίας του κρέατος στην κοινωνία, γ) *Darfur is dying* (2006), που ασχολείται με την πείνα στο Darfur (Neys & Jausz 2019: 44-47), δ) *Collapsus – Energy Risk Conspiracy* (2010), με σκοπό την ενημέρωση για το ζήτημα της ενεργειακής μετάβασης (Raessens 2019: 92-93), ε) *Η φτώχεια δεν είναι παιχνίδι* (2010), αναφορικά με το ζήτημα της φτώχειας (Neys & Jausz 2019: 44-47).

7.4. Συζήτηση ερευνών

Η ενασχόληση με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια παρουσιάζει σταθερή άνοδο τα τελευταία χρόνια και αποτελεί μία από τις βασικές δραστηριότητες των παιδιών (Blis 2014 · Fromme 2003 · Rideout 2015 · Κοκκέβη κ.συν. 2015 · Lenhart et al. 2008 · Ofcom 2020 · Σοφός & Παντελής 2010 · Mullan 2018 · Wan Gut 2008 · Willemse et al. 2014). Όπως παρατηρήθηκε, τα αγόρια έπαιζαν ηλεκτρονικά παιχνίδια για περισσότερο χρόνο και συχνότερα συγκριτικά με τα κορίτσια (Αντωνίου & Στόϊκου 2009 · Anderson & Yiang 2018 · Chou & Tsai 2007 · Εφόπουλου & Παλάζη 2017 · Fromme 2003 · James studie 2018 · Κοκκέβη κ.συν. 2015 · Κουτρομάνος & Νικολοπούλου 2010 · Lenhart et al. 2008 · Μητσάκη & Σολωμονίδου 2008 · Mullan 2018 · Rideout et al. 2010/2015 · Τσαλίκη κ.συν. 2012), η στάση τους απέναντι σε αυτά ήταν πιο θετική, συν του ότι διασκεδάζαν περισσότερο (Chou & Tsai 2007 · Rideout κ.συν. 2015). Το γεγονός αυτό μπορεί να οφείλεται σε διάφορους

λόγους: α) στο περιεχόμενο των παιχνιδιών, καθώς τα περισσότερα απευθύνονται σε αγορίστικο κοινό (ο Braun και οι συνεργάτες του (στο Χρήστου 2005: 48-49) βρήκαν πως τα 12 από τα 21 παιχνίδια που εξέτασαν είχαν αποκλειστικά αντρικές εικόνες), β) στα στερεότυπα μοντέλα συμπεριφοράς που ανέχονται/δέχονται εκδηλώσεις επιθετικότητας μόνο από τα αγόρια, με αποτέλεσμα τα κορίτσια να νιώθουν αμηχανία με παιχνίδια που εμπεριέχουν βία (και τέτοιου είδους παιχνίδια κυριαρχούν στην αγορά), γ) στις διαφορετικές δεξιότητες των δύο φύλων (πολλά παιχνίδια απαιτούν χωρικές δεξιότητες και δεξιότητες χειρισμού, κάτι που δυσκολεύει ένα μέρος κοριτσιών και ενδεχομένως να τα αποθαρρύνει (Cassell & Jenkins 1998: 7-8, 14 · Χρήστου 2005: 48-49), δ) στο ότι οι δημιουργοί των περισσότερων βιντεοπαιχνιδιών είναι άντρες – σύμφωνα με τα στοιχεία της statista (2021), το 2014, οι άντρες αποτελούσαν το 76% του δημιουργικού και οι γυναίκες μόνο το 22% των γυναικών, και το 2019, το 71% ήταν άντρες και το 24% γυναίκες, ε) στο ότι τα αγόρια στην εφηβεία παρακινούνται περισσότερο από τα κορίτσια στην ενασχόληση με βιντεοπαιχνίδια διάφορων τύπων, όπως έδειξαν ερευνητές (Munoz-Gonzalez & Segovia-Aguilar 2019: 378). Τα τελευταία, πάντως, χρόνια διαπιστώνεται μία αύξηση των κοριτσιών παικτριών (Anderson & Jiang 2018 · Ofcom 2019).

Οι Αντωνίου και Στοϊκού (2009) και οι Βρύζας και Τσιτουρίδου (2002) παρατήρησαν, επίσης, ότι τα παιδιά που προέρχονταν από ένα προνομιούχο περιβάλλον ή είχαν γονείς με υψηλό μορφωτικό επίπεδο ασχολούνταν συχνότερα με τον υπολογιστή και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Διαφορετικά είναι τα ευρήματα των Rideout (2015) και Mullan (2018), που παρατήρησαν πως τα παιδιά που είχαν γονείς πανεπιστημιακής μόρφωσης ξόδευαν λιγότερες ώρες στη χρήση των μέσων γενικά, συμπεριλαμβανομένων των βιντεοπαιχνιδιών. Αν και τα αποτελέσματα των δυο πρώτων ερευνών δείχνουν να αντιτίθεντο στα αποτελέσματα των δύο τελευταίων, εντούτοις δεν μπορεί να γίνει μια απόλυτη σύγκριση, διότι οι τελευταίες έρευνες αφορούσαν τα μέσα γενικά. Όσον αφορά τα δημοφιλέστερα είδη ηλεκτρονικών παιχνιδιών, καταγράφηκαν διάφορα, αν και τα βιντεοπαιχνίδια αθλητικού περιεχομένου και της δράσης αναφέρονταν πιο συχνά (Αντωνίου & Στοϊκού 2009 · Chou & Tsai 2004 · Fromme 2003 · Κουτρομάνος & Νικολάου 2009 · Lenhart et al. 2008).

Η επιθυμία των εφήβων να παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια μαζί με φίλους ή/και την οικογένεια αποτελεί, επίσης, ενδιαφέρον εύρημα (Fromme 2003 · Langley & Fuller 2020 · Ofcom 2019 · Padilla et al. 2012 · Σοφός & Παντελής 2007), καθώς καταρρίπτει υποθέσεις και διαδόσεις,

σύμφωνα με τις οποίες τα παιδιά που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια είναι μοναχικά και αντικοινωνικά. Αντιθέτως, φαίνεται πως η ενασχόλησή τους με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συνιστά έναν τρόπο κοινωνικοποίησης, έναν τρόπο συνεύρεσης με φίλους, δια ζώσης ή διαδικτυακά. Οι φίλοι αποτελούσαν, επίσης, βασική πηγή πληροφόρησης των ερωτηθέντων για τα βιντεοπαιχνίδια, ενώ άλλες σημαντικές πηγές επιρροής ήταν τα αδέρφια, οι διαφημίσεις, η τηλεόραση και ο κινηματογράφος (Fromme 2003). Όσον αφορά τη συχνότητα και τη διάρκεια του παιξίματος ηλεκτρονικών παιχνιδιών, παρατηρήθηκε ότι όσοι έπαιζαν συχνότερα, έπαιζαν και για μεγαλύτερη διάρκεια (Τσαλίκη κ.συν. 2012 · Wan Gut 2008).

Στις πιο συχνές ή/και αγαπημένες δραστηριότητες των παιδιών, εκτός από τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, συμπεριλαμβάνεται η μουσική (Fromme 2003 · James Studie 2018 · Κοκκέβη κ.συν. 2010/2015· Rideout 2010/2015/2013) και η τηλεόραση (Beltron-Carillo 2016 · Βρύζας & Τσιτουρίδου 2002 · BLS 2014 · Clark 2011/2012/2013 · Fawcett 2007 · Fromme 2003 · James Studie 2018 · Len Rios et al. 2015 · Ofcom 2014/2019/2020 · Rideout 2010/2015/2013). Η τηλεόραση δείχνει να απορροφά αρκετό από τον χρόνο των παιδιών παρά το γεγονός πως τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σταδιακή μείωση στις ώρες που ξοδεύουν τα παιδιά παρακολουθώντας τηλεοπτικά προγράμματα (Cassi 2012 · Κοκκέβη κ.συν. 2010/2015 · Mullan 2018 · Ofcom 2019 · Sandell 2015 · Willemse et al. 2014), και δείχνει να κερδίζει πάντα έδαφος όταν αναμετράται με το εξωσχολικό διάβασμα, είτε αυτό αφορά λογοτεχνία είτε κόμικς ή/και περιοδικά (Clark 2011/2012/2013). (Να σημειωθεί, επιπλέον, ότι μπορεί να μειώθηκε ο χρόνος παρακολούθησης προγραμμάτων στη συσκευή της τηλεόρασης, αλλά αυξήθηκε η παρακολούθηση των προγραμμάτων σε άλλες συσκευές, όπως σε τάμπλετς και κινητά (Ofcom 2019 · Rideout et al. 2010· Rideout 2015)). Το διάβασμα για ευχαρίστηση φάνηκε να παρουσιάζει γενικότερα πτωτική πορεία (Clark 2011/2012/2013 · Rideout et al. 2010 · Willemse et al. 2014). Αναφέρθηκε ή/και επιλέχθηκε, εντούτοις, ανάμεσα στις πιο συχνές ή/και αγαπημένες δραστηριότητες από τα παιδιά, αν και βρισκόταν στις χαμηλότερες θέσεις ιεραρχικά (Βρύζας & Τσιτουρίδου 2002· Fromme 2003· Ofcom 2014/2017· Rideout 2013· Willemse et al. 2014· Wan & Gut 2008 · Χρήστου 2005 · James Studies 2018).

Επίσης, οι τακτικοί παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών ξοδεύουν λιγότερο χρόνο στην παρακολούθηση τηλεόρασης (ESA 2015 · Twenge et al. 2019 · Williams et al. 2008 · Yee 2016), σε εξόδους για κινηματογράφο (ESA 2015 · Twenge et al. 2019 · Williams et al. 2008) και στο

διάβασμα περιοδικών (Twenge et al. 2019) σε σχέση με τους υπόλοιπους. Αναφορικά με το τι κάνει τους έφηβους να παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια, καταγράφηκαν διάφορα κίνητρα: η επιθυμία διασκέδασης (Langley & Fuller 2020 · Olson 2010 · Seay et al. 2004 · Χατζούδης κ. συν. 2010), το ξεπέραςμα της ανίας (Fromme 2003 · Poels 2012 · Olson 2008 · Σοφός & Παντελής 2007 · Χατζούδης κ. συν. 2010), οι δυνατότητες μάθησης (Langley & Fuller 2020 · Σοφός & Παντελής 2007 · Χατζούδης κ. συν. 2010), η αίσθηση επίτευξης (Fuster et al. 2012 · Langley & Fuller 2020 · Sherry 2006 · Olson 2010 · Yee 2006 · Williams et al. 2008), ο σκοπός να κάνουν κάτι με τους φίλους ή/και να κοινωνικοποιηθούν (GeDrove et al. 2014 · Griffiths et al. 2003 · Kolo & Baur 2004 · Langley & Fuller 2020 · Olson 2008 · Poels 2012 · Seay et al. 2004 · Sherry 2006). Η δυνατότητα για κοινωνικοποίηση που προσφέρουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συνιστά ένα σημαντικό στοιχείο που ελκύει τους έφηβους, ενώ επιπλέον, στα ελκυστικά χαρακτηριστικά τους φαίνεται να εμπεριέχονται και οι ευκαιρίες που παρέχουν για εξερεύνηση σε έναν μεγάλο κόσμο (Achterbosch 2003 · Fuster et al. 2012 · Griffiths et al. 2003 · Yee 2006), τα γραφικά/εφέ (Achterbosch 2003 · Lin et al. 2017), το franchise (Koehler et al. 2017 · Sherry 2006), καθώς και η σχέση που έχουν με τη δημοφιλή κουλτούρα γενικότερα (Αρβανίτης κ.συν. 2005 · Alha & Koskinien 2019 · Chen 2013 · Fromme 2003 · Squire 2008) (αν και τα συμπεράσματα της έρευνας του Wood και των συνεργατών του (2004) δεν βρήκε κάποια σημαντική συσχέτιση με αυτή).

Όσον αφορά τις κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, συνιστά ενδιαφέρον εύρημα ερευνών η ύπαρξη συσχέτισης μεταξύ της ενασχόλησης των εφήβων με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και της μεγαλύτερης ευαισθητοποίησης για ζητήματα κοινωνικοπολιτικά στην πραγματική τους ζωή (Ferguson & Garza 2011 · Lenhart et al. 2008 · Pagnotti 2012 · Przybylski 2014 · Skorik & Kwan 2011). Οι έφηβοι παίκτες που είχαν κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες μέσα στο παιχνίδι, ενημερώνονταν πιο πολύ στη ζωή τους για θέματα της επικαιρότητας και για την πολιτική συγκριτικά με όσους στερούνταν τέτοιων εμπειριών, και ασχολούνταν, επιπλέον, περισσότερο με εθελοντικές δράσεις (Lenhart et al. 2008). Επίσης, όσοι έπαιζαν ηλεκτρονικά παιχνίδια με φιλοκοινωνικά χαρακτηριστικά, εκδήλωναν πιο θετική κοινωνική συμπεριφορά στην καθημερινότητά τους συγκριτικά με όσους δεν έπαιζαν ή/και έπαιζαν μόνοι (Lenhart et al. 2008 · Ferguson & Garza 2011 · Gentile et al. 2009 · Shoshami et al. 2021 · Greitemyer & Mugge 2014).

Ακόμα, η Lenhart και οι συνεργάτες της (2008) διαπίστωσαν ότι και τα βίαια ηλεκτρονικά παιχνίδια προσέφεραν στους παίκτες κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, ενώ επιπλέον, ερευνητές έστρεψαν την προσοχή τους στο στυλ του παιχνιδιού, είτε το βιντεοπαιχνίδι είναι βίαιο είτε δεν είναι. Όπως διαπιστώθηκε, ο τρόπος παιχνιδιού έχει ιδιαίτερη σημασία για την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών. Για παράδειγμα, οι έφηβοι που έπαιζαν βίαια ηλεκτρονικά παιχνίδια σε συνεργατικές συνθήκες επιδείκνυαν πιο κοινωνικές συμπεριφορές από όσους έπαιζαν βίαια παιχνίδια σε ανταγωνιστικές συνθήκες (Ewoldsen et al. 2012 · Shoshani & Krauskopf 2021).

Σημαντικό αποδείχτηκε να είναι και το κοινωνικό πλαίσιο, εντός του οποίου παίζουν οι έφηβοι. Παρατηρήθηκε ότι όσα παιδιά έπαιζαν μαζί με άλλους, φίλους ή/και γονείς, στον ίδιο χώρο, παρουσίαζαν σε μεγαλύτερο βαθμό συμπεριφορά ‘καλού πολίτη’ στην πραγματική ζωή σε σχέση με όσα έπαιζαν μόνα ή με άλλους αλλά διαδικτυακά (Ferguson & Garza 2011 · Lenhart et al. 2008). Γονείς που ενημερώνονται για το περιεχόμενο των ηλεκτρονικών παιχνιδιών που παίζουν τα παιδιά τους ή/και παίζουν μαζί τους, μπορούν να συνδράμουν έτσι ώστε τα παιδιά τους να εκτίθενται σε περισσότερες κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες μέσω επιλογών παιχνιδιών με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και, κυρίως, μέσω συζητήσεων μαζί τους αναφορικά με το περιεχόμενό τους (Kahne et al. 2009: 48-50). Η συμμετοχή των γονέων στο παιχνίδι δρα ενισχυτικά, εξάλλου, στη σχέση τους με τα παιδιά τους (Yee 2016 · Padilla et al. 2012 · Vella et al. 2019), και, όπως έχουν δείξει έρευνες, οι συζητήσεις γονέων-εφήβων σχετικά με κοινωνικοπολιτικά ζητήματα συμβάλλουν στο να αναπτύσσουν τα παιδιά ανάλογες στάσεις και επηρεάζουν την πολιτική τους δέσμευση (Alvis & Metzger 2020: 314-316 · McIntosh 2007: 494, 498).

Καταγράφηκε, ακόμα, ύπαρξη σχέσης μεταξύ της διάρκειας του παιχνιδιού και της εκδήλωσης κοινωνικών συμπεριφορών στην πραγματική ζωή, με τα παιδιά που έπαιζαν για μικρό (ελεγχόμενο) χρονικό διάστημα ηλεκτρονικά παιχνίδια να εκδηλώνουν μεγαλύτερα επίπεδα θετικής κοινωνικής συμπεριφοράς στην κανονική τους ζωή (Przybylski 2014). Από την άλλη, ωστόσο, και η πολύωρη συναισθηματική επένδυση των παικτών σε κάποια ηλεκτρονικά παιχνίδια, παραδείγματος χάριν στα MMORPGs, σχετίζεται, όπως έδειξαν έρευνες, με την ανάπτυξη διάφορων δεξιοτήτων και θετικών κοινωνικών στάσεων από τη μεριά των παικτών. Οι παίκτες – διάφορων ηλικιών, ανάμεσα τους και έφηβοι –, που έπαιζαν MMORPGs και

αφοσιώνονταν στις εκάστοτε φανταστικές κοινότητες, ανέπτυσαν ομαδικό πνεύμα, μάθαιναν να συνεργάζονται αποδοτικά με άλλους, αντάλλαζαν συμβουλές, προσπαθούσαν να κινητοποιούν συμπαίκτες αλλά κινητοποιούνταν και οι ίδιοι περισσότερο, διαχειρίζονταν κρίσεις, επικοινωνούσαν καλά εντός αλλά και εκτός παιχνιδιού, αποκτούσαν γνώσεις πάνω σε διάφορα θέματα και γίνονταν πιο υπεύθυνοι (Cole & Griffiths 2007 · Chen et al. 2008 · Ducheneout & Moore 2005 · Geraki & Recine 2014 · Jakobson & Taylor 2003 · Μυσιρλάκη & Παρασκευά 2010 · Sanders et al. 2011 · Seay et al. 2004 · Williams et al. 2014 · Yee 2016). Προέβαιναν, δηλαδή, σε δράσεις και αλληλεπιδράσεις που δίνουν σχήμα στην ιδέα της δημοκρατικής κοινότητας του Dewey · δράσεις και αλληλεπιδράσεις, μέσω των οποίων οι παίκτες έβρισκαν ευκαιρίες να εξασκηθούν στην αναγνώριση και την πραγματοποίηση κοινών στόχων, τη διαπραγμάτευση και τη λύση συγκρούσεων, την επικοινωνία και την αλληλεπίδραση με άτομα που δεν αποτελούν μέρος της καθημερινότητάς τους (Kahne et al. 2009 : 6-7, 21).

8. Έρευνα

8.1. Σημασία της παρούσας μελέτης

Η σύγκλιση των μέσων είναι μία πολιτισμική αλλαγή, όπου τα παλαιά μέσα βρίσκονται σε διάδραση με τα νέα μέσα, γράφει ο Jenkins, ορίζοντας τη σύγκλιση (convergence) ως τη ροή του περιεχομένου σε διάφορες πλατφόρμες, τη συνεργασία μεταξύ διάφορων πολιτιστικών βιομηχανιών και τη μεταναστευτική συμπεριφορά του κοινού που πάει σχεδόν οπουδήποτε προκειμένου να βρει τις συγκεκριμένες εμπειρίες που αναζητά (Jenkins 2006: 2-3). Οι νέοι καταναλωτές είναι ενεργοί, παρατηρεί ο Jenkins, ασταθείς, κοινωνικά πιο συνδεδεμένοι και μεταναστεύουν εκεί που θα ικανοποιηθούν οι επιθυμίες και οι ανάγκες τους, ενώ επιπλέον, θεωρεί πως διαφορετικά μέσα ελκύουν διαφορετικά τμήματα της αγοράς. Η τηλεόραση και ο κινηματογράφος έχουν πιθανότατα πιο ευρέα κοινά, ενώ τα κόμικς και τα βιντεοπαιχνίδια πιο συγκεκριμένα, πιο περιορισμένα. Υποστηρίζει ακόμα ότι τα νέα μέσα δεν αντικατέστησαν τα παλιότερα, απλά συνυπάρχουν μαζί τους. Κάθε φορά, ωστόσο, που ένας καταναλωτής μετακινείται από κάποιο μέσο σε ένα άλλο, καιροφυλαχτεί ο κίνδυνος να μην ξαναγυρίσει στο πρώτο, ειδικά αν το δεύτερο καλύπτει καλύτερα τις ανάγκες του συγκριτικά με το πρώτο (2006: 96).

Η Ryan, με τη σειρά της, επικεντρώνομενη στα διαμεσικά προϊόντα, υποστηρίζει πως το κοινό είναι σταθερό και επιθυμεί συνήθως να μένει στο αρχικό μέσο αφήγησης του μυθοπλαστικού κόσμου. Οι φανς μιας σειράς κόμικς, για παράδειγμα, επιθυμούν περισσότερο ένα ακόμα βιβλίο κόμικ παρά ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι, οι φανς ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού επιθυμούν ένα ακόμα παιχνίδι παρά μια ταινία και ούτω καθεξής (Ryan 2015: 16). Ας σημειωθεί, επίσης, ότι ερευνητές, όπως ο Evans (2008), έδειξαν ότι δεν ενδιαφέρονται όλοι οι καταναλωτές για τη διαμεσικότητα, με ένα ερώτημα που προκύπτει να είναι αν η κατανάλωση διαμεσικών προϊόντων συνιστά εντέλει ένα χαρακτηριστικό ενός περιορισμένου γκρουπ καταναλωτών (όπως είναι οι φανς, παραδείγματος χάριν, του Star Wars) (Scolari 2009: 601).

Η διερεύνηση των ενδιαφερόντων, των συνηθειών και των αντιλήψεων των εφήβων έχει μεγάλη σημασία, από τη στιγμή που τα πολιτιστικά προϊόντα συνιστούν βασική πηγή πληροφοριών για τη δομή μίας κοινωνίας, τις αξίες της, το 'κοινωνικό φαντασιακό'. Το

‘κοινωνικό φανταστικό’, όπως γράφει ο Καστοριάδης, είναι η θεσμίζουσα κοινωνία, και το νόημα που έχει κάθε φορά κάτι όπως και ο τρόπος κατά τον οποίον έχει νόημα εξαρτώνται από τον πυρήνα των φανταστικών σημασιών της συγκεκριμένης κοινωνίας, όπου οι κοινωνικές φανταστικές σημασίες είναι αυτό δια του οποίου ‘υποκείμενα’ υπάρχουν ως ‘υποκείμενα’ και ως τα συγκεκριμένα υποκείμενα. Η ύπαρξη ενός κόσμου σημασιών οφείλεται στην ύπαρξη της κοινωνίας, και τίποτα δεν μπορεί να υπάρξει για την κοινωνία αν δεν αναφέρεται στον κόσμο των σημασιών. Όταν λέμε, για παράδειγμα, ότι ένα αντικείμενο, όπως ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι, είναι εμπόρευμα ή έργο τέχνης, δεν λέμε τίποτα για το αντικείμενο ως τέτοιο, αλλά για τον τρόπο με τον οποίον η κοινωνία μεταχειρίζεται το αντικείμενο αυτό, για τον τρόπο με τον οποίο υπάρχει το αντικείμενο αυτό για την κοινωνία (Καστοριάδης 1982: 499-506, 512-513).

Η δημοφιλής κουλτούρα, που κυριαρχεί στη ζωή των εφήβων, συνιστά όχι μόνο πηγή των γνώσεων, των εμπειριών, των πιστεύω και των συμπεριφορών τους, αλλά και τεκμήριο των ανησυχιών και των ονείρων τους, καθώς το φανταστικό αποτελεί και μια μορφή αντίστασης στις προσταγές της καθημερινότητας (Mano et al. 2018: 84). Φυσικό επόμενο είναι, λοιπόν, η συστηματική κατανάλωση προϊόντων δημοφιλούς κουλτούρας, η μεγάλη απήχηση των ηλεκτρονικών παιχνιδιών στο εφηβικό κοινό και η δημιουργία ψηφιακών κόσμων τόσο δημοφιλών που δείχνουν να παραμερίζουν, ενίοτε, τον πραγματικό κόσμο, να απασχολούν όλο και περισσότερο ερευνητές και μη.

Σύμφωνα με τον Katz, το κάθε μέσο δείχνει να προσφέρει έναν μοναδικό συνδυασμό χαρακτηριστικών περιεχομένων, τυπικών ιδιοτήτων (για παράδειγμα διάβασμα ή οπτικός τρόπος αντίληψης) και έκθεσης σε καταστάσεις (παραδείγματος χάριν, μόνος ή με άλλους, στο σπίτι ή εκτός) (Katz 1973-4: 514) – άποψη που οδηγεί στην ‘*προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων*’ (*uses and gratifications approach*). Ωστόσο, αν και ο πολιτισμικός χάρτης των εφήβων ουδέποτε υπήρξε στατικός, η πορεία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών δείχνει ότι τα βιντεοπαιχνίδια έχουν εδραιωθεί ανάμεσα στις βασικές τους προτιμήσεις, και ενδεχομένως να κερδίζουν έδαφος σε σχέση με άλλες συγγενικές μορφές ψυχαγωγίας, διαθέτοντας ένα πλήθος συγκεντρωμένων στοιχείων, παρέχοντας ολιστικές εμπειρίες (εικόνα, ήχο, διαδραστικότητα, δημιουργικότητα). Χωρίς αμφιβολία, η ενασχόληση των εφήβων με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια γνωρίζει σταθερή άνοδο τις τελευταίες δεκαετίες την ίδια ώρα που παρατηρείται μείωση τόσο του εξωσχολικού διαβάσματος (είτε αυτό αφορά λογοτεχνία είτε περιοδικά και κόμικς) όσο και της

παρακολούθησης τηλεόρασης. Από τη στιγμή που άρχισε να αυξάνεται γοργά ο αριθμός των παικτών, ειδικά από το 1980 και μετά, άρχισε να αυξάνεται και η αλληλεπίδραση μεταξύ των ηλεκτρονικών παιχνιδιών και των άλλων πολιτισμικών μέσων, όπως είναι ο κινηματογράφος, η τηλεόραση, η μουσική και τα κόμικς, με τα κέρδη, ωστόσο, των πρώτων να ξεπερνούν συχνά τα έσοδα των άλλων μορφών ψυχαγωγίας. Τα βιντεοπαιχνίδια κατόρθωσαν σε λίγο χρόνο να κατακτήσουν τις προτιμήσεις του κοινού, αναφέρει ο Κοκκώνης, και *«απειλούν να κατακτήσουν την πρωτοκαθεδρία από τα παραδοσιακά μέσα ψυχαγωγίας (κινηματογράφος και τηλεόραση)»* (Κοκκώνης 2010: 393),

Στην παρούσα έρευνα, το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στα ηλεκτρονικά παιχνίδια και στη θέση που έχουν στη ζωή των εφήβων, εξετάζοντάς τα, συγχρόνως, σε σχέση με άλλα μέσα δημοφιλούς κουλτούρας, τα οποία είναι ο κινηματογράφος, η τηλεόραση, τα κόμικς και η μουσική. Ο λόγος που έχουν επιλεγεί τα συγκεκριμένα δημοφιλή μέσα είναι ακριβώς εξαιτίας της στενής συγγενικής σχέσης που έχουν με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, με το ενδιαφέρον μας να επικεντρώνεται στις διαρκείς συγκλίσεις τους τις τελευταίες δεκαετίες (είδαμε, για παράδειγμα, ότι βιντεοπαιχνίδια βασίζονται σε ταινίες, σειρές βασίζονται σε βιντεοπαιχνίδια, ήρωες των κόμικς γίνονται χαρακτήρες παιχνιδιών, γνωστοί μουσικοί καλλιτέχνες επενδύουν μουσικά τα διάφορα ηλεκτρονικά παιχνίδια κ.α.). Όπως διαπιστώθηκε από την προηγούμενη βιβλιογραφική ανασκόπηση σχετικών ερευνών, μικρό ερευνητικό ενδιαφέρον (κυρίως στη χώρα μας) έχει κατευθυνθεί στο αν η αυξανόμενη ενασχόληση των εφήβων με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια σχετίζεται με τις αλληλοσυσχετίσεις τους με την τηλεόραση, τον κινηματογράφο, τα κόμικς και τη μουσική. Ήτοι αν οι συγκλίσεις των παραπάνω μέσων λειτουργούν ως ελκυστικά χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών παιχνιδιών που ωθούν τους έφηβους στο να επιλέξουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια.

Επιπρόσθετα, ενώ έχουν λάβει χώρα ποικίλες συζητήσεις και έχουν γραφτεί διάφορα άρθρα αναφορικά με το αν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συνιστούν μορφή τέχνης, δεν έχει στραφεί ακόμα η ελληνική έρευνα στις αναπαραστάσεις του ίδιου του εφηβικού κοινού όσον αφορά την καλλιτεχνική αξία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Λαμβάνοντας υπόψη το μεταβατικό στάδιο της εφηβείας και τις γνωστικές αλλαγές που υφίσταται ο έφηβος σε αυτή την περίοδο της ζωής του, παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον να διερευνηθεί το πώς τα ηλεκτρονικά παιχνίδια – ζωτικό κομμάτι της κουλτούρας τους – γίνονται αντιληπτά από τους ίδιους τους χρήστες. Το πώς οι

έφηβοι βλέπουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και το τι νόημα δίνουν σε αυτά, θα συμβάλλει στην καλύτερη κατανόηση της ‘εφηβικής κουλτούρας’, προσφέροντας μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα της.

Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια αποτελούν μια βιομηχανία που έχει γιγαντωθεί. Ακόμη και την περίοδο της οικονομικοκοινωνικής κρίσης, μεταξύ 2010-2011, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια είχαν αγγίξει ιδιαίτερα υψηλές πωλήσεις (The Statistics Portal, 2014). Αν αναλογιστεί κανείς την τάση των νέων να αδιαφορούν για τα διάφορα πολιτικά θέματα (Μαλούτα 2015: 145), χαρακτηρίζοντας την ενασχόληση με την πολιτική ως μία δραστηριότητα άνευ νοήματος, καθώς τη συσχετίζουν με ένα αίσθημα αδυναμίας άσκησης θετικής επιρροής στα δρώμενα (Δεμερτζής κ.συν., 2008 · Flanagan, Levine & Settersten, 2009 · Snell 2010: 283), καθώς και τις διαδοχικές οικονομικοκοινωνικές κρίσεις που βιώνει η κοινωνία τα τελευταία χρόνια – από την κρίση του 2010, που είχε συμβάλλει στο να αισθάνονται οι έφηβοι απογοητευμένοι από το μέλλον τους, αγχωμένοι και θυμωμένοι με τους θεσμούς (ΓΓΝΓ 2012 · Sharing Perspectives Foundation 2014 · TNS 2014 · Tsakiridou κ.συν. 2014 · ΕΨΨΕΧ 2015 · Χριστοφορίδου 2015), μέχρι την υγειονομική-κοινωνικοοικονομική κρίση του 2020, που έχει επηρεάσει ψυχολογικά τα παιδιά (Ashworth et al. 2021: 514) –, μόνο ενθαρρυντικά μπορούν να αντιμετωπιστούν αποτελέσματα μέρους ερευνητών που διαπίστωσαν ότι η ενασχόληση των εφήβων με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια σχετίζεται με την ανάπτυξη κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή. Συν του ότι οι μαθητές που ασχολούνται περισσότερο με βιντεοπαιχνίδια είναι και οι πλέον πρόθυμοι να αφεθούν σε ένα διαφορετικό είδος εκπαίδευσης (Bourgonjon et al. 2010: 1145). Εντούτοις, οι έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σχετικά με τις κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις των εμπορικών ηλεκτρονικών παιχνιδιών είναι λίγες, (Strokes & Williams 2018: 327), ιδιαίτερα στον ελληνικό χώρο. Ένας μικρός μόνο αριθμός ερευνητών έχει εξετάσει τη σχέση μεταξύ της ενασχόλησης των εφήβων με ηλεκτρονικά παιχνίδια και της εκδήλωσης κοινωνικό-πολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή. Οι περισσότερες από τις πραγματοποιηθείσες μελέτες με σχετική θεματολογία είχαν τα εξής χαρακτηριστικά: α) οι πιο πολλές εξέτασαν, κυρίως, το κομμάτι των φιλοκοινωνικών χαρακτηριστικών των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, όπως είναι η διάθεση για συνεργασία και η παροχή βοήθειας στους άλλους, και επικεντρώθηκαν, περισσότερο, σε φιλοκοινωνικά παιχνίδια, β) απευθύνθηκαν κυρίως σε παίκτες των διαδικτυακών μαζικών παιχνιδιών ρόλων πολλών χρηστών (MMORPGs), με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν επαρκείς πληροφορίες για άλλου είδους ηλεκτρονικά παιχνίδια, β) οι

συμμετέχοντες ανήκαν σε διάφορες ηλικιακές ομάδες, χωρίς να μπορούν να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα για τον εφηβικό πληθυσμό.

Η παρούσα έρευνα, λοιπόν, κρίνεται σημαντική. Αρχικά, η εφηβεία αποτελεί κομβικό στάδιο στην εξέλιξη του παιδιού. Το παιδί σε αυτή την ηλικία καλείται να μεταβεί από την παιδικότητα στην ενηλικίωση, αναζητώντας/διαμορφώνοντας την ταυτότητά του, και είναι σε αυτή την περίοδο της ζωής του που αρχίζει να συλλογίζεται για σημαντικά ζητήματα της κοινωνίας και της πολιτικής (Adelson, 1971 · Cole & Cole, 2002 · Craig & Baucum, 2008). Έρευνες της πολιτικής κοινωνικοποίησης έχουν δείξει ότι βασικές κοινωνικοπολιτικές στάσεις που διαμορφώνονται την περίοδο της εφηβείας, ακολουθούν μια σχετικά σταθερή πορεία στο μέλλον (Παντελίδου-Μαλούτα 2015: 145). Σε αυτό το στάδιο της ζωής του παιδιού, οι ενήλικες μπορούν να συμβάλλουν θετικά στη διαμόρφωση της ταυτότητάς του. Γονείς που συζητούν με τα παιδιά τους ή/και παίζουν μαζί τους, αξιοποιώντας τις ευκαιρίες που τα βιντεοπαιχνίδια προσφέρουν, θα μπορούσαν να συμβάλλουν ώστε τα παιδιά τους να αναπτύξουν κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην πραγματική ζωή.

Λαμβάνοντας υπόψη πως οι έφηβοι επηρεάζονται από τα γεγονότα της χρονικής στιγμής στην οποία ζούνε και είναι ιδιαίτερα ευάλωτοι στις κρίσεις (Craig & Baucum 2008: 4-5), όπως και το ότι ο εαυτός είναι ένα κοινωνικό δημιούργημα (Μπότσαρη 2002: 21), αξίζει να διερευνηθεί αν τα χαρακτηριστικά του ηλεκτρονικού παιχνιδιού και οι εμπειρίες που προσφέρει, θα μπορούσαν να συσχετιστούν με την ευαισθητοποίησή τους σε θέματα κοινωνικοπολιτικά. Ο κόσμος των ηλεκτρονικών παιχνιδιών μπορεί να αποτελέσει ενδεχομένως, υπό τις κατάλληλες προϋποθέσεις, ένα συναισθηματικά υποστηρικτικό και ανταποδοτικό περιβάλλον για το παιδί της εφηβείας · ένα άλλο είδος ‘επικείμενης ζώνης ανάπτυξης’ που θα συμβάλλει στην πορεία ωρίμανσης των λειτουργιών του έφηβου, με τον τελευταίο να μπορεί να αντιμετωπίζει και να επιλύει προβλήματα με υποστήριξη από ομάδες συμπαικτών ή/και μόνος του (Vygotsky 2000: 147-9 · Ουάντσογουέρθ 2001: 32).

Μέσω της συγκεκριμένης έρευνας, προσδοκία είναι η χαρτογράφηση των προτιμήσεων του εφηβικού πληθυσμού και η κατανόηση των δομικών στοιχείων της κουλτούρας του. Οι στάσεις και οι συμπεριφορές των εφήβων απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια και ο εντοπισμός των χαρακτηριστικών που τους προσελκύουν σε αυτά – ανάμεσα στα οποία ενδέχεται να είναι οι αλληλεπιδράσεις τους με άλλα μέσα ψυχαγωγίας, όπως και το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης

–, μπορεί να λειτουργήσουν καθοδηγητικά για τους σχεδιαστές αυτών, προκειμένου να προωθηθούν γόνιμες πρακτικές σε εκπαιδευτικά πλαίσια, πόσο μάλλον αν η παρούσα έρευνα επιβεβαιώσει θετικούς συσχετισμούς ανάμεσα στην ενασχόληση των παιδιών με ηλεκτρονικά παιχνίδια και την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην καθημερινή τους ζωή. Ένα τέτοιο συμπέρασμα, σε συνδυασμό με την ανάλυση του λόγου των εφήβων αναφορικά με τα ελκυστικά χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, θα μπορούσε να εξεταστεί περαιτέρω και να αξιοποιηθεί από τους φορείς της εκπαίδευσης, τόσο τους επίσημους όσο και τους ιδιωτικούς, στο πλαίσιο της Εκπαιδευσιοψυχαγωγίας (Edutainment)²⁵ ή της Παιχνιδοποίησης (Gamification)²⁶, προκειμένου να ενισχυθεί η δέσμευση και η παρακίνησή τους σε διάφορες δραστηριότητες και να αυξήσει την επιθυμία για περισσότερη μάθηση (Makarius 2017: 21). Τα αποτελέσματα της έρευνας θα μπορούσαν να ληφθούν υπόψιν και από τους γονείς που θέλουν να εκμεταλλευτούν τα οφέλη των βιντεοπαιχνιδιών για τα παιδιά τους ή/και να αξιοποιήσουν καλύτερες πολιτικές επικοινωνίας μαζί τους.

8.2. Σκοπός της έρευνας – Ερευνητικά ερωτήματα και ερευνητικές υποθέσεις

Με βάση τα παραπάνω, μία έρευνα πάνω στις πολιτισμικές και κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις των ηλεκτρονικών παιχνιδιών μέσα από την ανάλυση του λόγου του εφηβικού πληθυσμού, κρίθηκε ιδιαίτερα σημαντική. Σκοπός είναι να περιγραφούν οι στάσεις και συμπεριφορές των εφήβων ηλικίας 12-17 ετών της Περιφέρειας Θεσσαλίας απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια, διερευνώντας, συγχρόνως, τις στάσεις και τις συμπεριφορές τους απέναντι σε συγγενικά μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας, καθώς επίσης να διερευνηθούν οι κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις των ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Συγκεκριμένα, στόχοι είναι: α) να αναζητηθούν οι τρέχουσες στάσεις και συμπεριφορές των εφήβων απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια, αλλά και απέναντι στον κινηματογράφο, την τηλεόραση, τη μουσική και την ανάγνωση κόμικς, β) να προσδιοριστεί η

²⁵ Η εκπαιδευσιοψυχαγωγία είναι μια ολιστική μαθητοκεντρική παιδαγωγική που στόχο έχει να εκπαιδεύσει με διασκεδαστικό τρόπο και βασίζεται στην αξιοποίηση της διαμεσικής αφήγησης (Transmedia Storytelling Edutainment). Πρόκειται για ολιστική κριτικο-δημιουργική εκπαιδευτική προσέγγιση που ενδυναμώνει και ενθαρρύνει τους μαθητές να ανακαλύπτουν επίπεδα νοημάτων μέσω των χαρακτήρων μιας ιστορίας και που βασίζεται στη χρήση ιστοριών από τη δημοφιλή ψυχαγωγία (Kalogeras 2019: 151, 154 · Οικονόμου 2014: 15).

²⁶ Η παιχνιδοποίηση, που έχει γίνει ιδιαίτερα δημοφιλής την τελευταία δεκαετία, αφορά την αξιοποίηση σχεδιαστικών στοιχείων των παιχνιδιών (όπως συγκέντρωση πόντων, άνοδος σε επίπεδα, εκτέλεση αποστολών, επιτεύγματα) σε διάφορα πλαίσια, ανάμεσα στα οποία είναι και εκείνο της εκπαίδευσης, προκειμένου να ενισχυθεί η δέσμευση του δέκτη (Πετρίδης 2019: 125).

θέση που κατέχουν τα πρώτα στις προτιμήσεις τους συγκριτικά με τους υπόλοιπους τρόπους ψυχαγωγίας, διερευνώντας, συγχρόνως, τον βαθμό που οι συγκλίσεις των παραπάνω μέσων συμβάλλουν στις επιλογές τους αυτές, γ) να εξεταστούν τα ελκυστικά χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, διερευνώντας αν οι συγκλίσεις τους με τα συγγενικά μέσα δημοφιλούς κουλτούρας εμπεριέχονται σε αυτά, δ) να διερευνηθούν οι αναπαραστάσεις των εφήβων τόσο για τη σχέση των ηλεκτρονικών παιχνιδιών με την τέχνη όσο και για την αξία τους, ε) να αναζητηθούν πιθανές συσχετίσεις μεταξύ της ενασχόλησης των παιδιών στην εφηβεία με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή.

Τα ερευνητικά ερωτήματα είναι:

-Ποιες είναι οι στάσεις και οι συμπεριφορές των εφήβων 12-17 ετών της Περιφέρειας Θεσσαλίας απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια;

-Τι θέση κατέχουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια στη ζωή των εφήβων παικτών σε σχέση με την τηλεόραση, τον κινηματογράφο, τη μουσική και την ανάγνωση κόμικς; Σε τι βαθμό οι αλληλεπιδράσεις των παραπάνω τρόπων ψυχαγωγίας επηρεάζουν τις προτιμήσεις τους;

-Τι ηλεκτρονικά παιχνίδια προτιμούν και τι τους ελκύει σε αυτά; Εμπεριέχονται οι συγκλίσεις των βιντεοπαιχνιδιών με κινηματογραφικές ταινίες, τηλεοπτικές σειρές, κόμικς και μουσική στο σύνολο των χαρακτηριστικών που τους γοητεύουν;

-Υπάρχουν σημαντικές διαφορές ανάμεσα σε ομάδες (φύλο, ηλικία και μορφωτικό επίπεδο γονέων) όσον αφορά τη συχνότητα και τον χρόνο που αφιερώνουν οι έφηβοι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια;

-Ποιες είναι οι αναπαραστάσεις των εφήβων για τη σχέση των ηλεκτρονικών παιχνιδιών με την τέχνη και την αξία τους;

-Η ενασχόληση των εφήβων με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συσχετίζεται με την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή; Αν ναι, υπό ποιες προϋποθέσεις;

Ως κύριες ερευνητικές υποθέσεις ορίστηκαν οι εξής:

H0: Δεν υπάρχει σχέση μεταξύ της ενασχόλησης των εφήβων της Περιφέρειας Θεσσαλίας με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, κατά τη διάρκεια των οποίων βιώνουν διάφορες κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή.

H1: Υπάρχει θετική σχέση μεταξύ της ενασχόλησης των εφήβων της Περιφέρειας Θεσσαλίας με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, κατά τη διάρκεια των οποίων βιώνουν διάφορες κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή.

H0: Δεν υπάρχει διαφορά ανάμεσα στους έφηβους που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια μαζί με άλλους στον ίδιο χώρο και τους έφηβους που παίζουν μόνοι ή με άλλους διαδικτυακά, όσον αφορά τον βαθμό ενδιαφέροντος που παρουσιάζουν για διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην πραγματική τους ζωή

H2: Οι έφηβοι που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια μαζί με άλλους στον ίδιο χώρο εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην πραγματική τους ζωή σε σχέση με τους έφηβους που παίζουν μόνοι ή με άλλους διαδικτυακά.

H0: Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στους έφηβους που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια μαζί με τους γονείς τους και τους έφηβους που παίζουν με άλλους διαδικτυακά ή μόνοι τους, όσον αφορά τον βαθμό ενδιαφέροντος που εκδηλώνουν για διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην πραγματική τους ζωή

H3: Οι έφηβοι που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια μαζί με τους γονείς τους εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην πραγματική τους ζωή σε σχέση με τους έφηβους που παίζουν μόνοι τους ή με άλλους διαδικτυακά

H4: Υπάρχει θετική σχέση ανάμεσα στους έφηβους της Περιφέρειας Θεσσαλίας που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια με τους γονείς τους και στην εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή

H0: Δεν υπάρχει σχέση ανάμεσα στους έφηβους της Περιφέρειας Θεσσαλίας που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια με τους γονείς τους και στην εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή

H5: Τα αγόρια παίζουν πιο συχνά και για μεγαλύτερη χρονική διάρκεια συγκριτικά με τα κορίτσια.

H0: Δεν υπάρχουν διαφορές μεταξύ αγοριών και κοριτσιών, όσον αφορά τη συχνότητα και τον χρόνο που αφιερώνουν οι έφηβοι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια

8.3. Ερευνητικός σχεδιασμός

Προκειμένου να εξεταστούν οι στάσεις και οι συμπεριφορές των εφήβων στο πλαίσιο της δημοφιλούς κουλτούρας, να διερευνηθούν οι προτιμήσεις τους για συγκεκριμένες δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου, να προσδιοριστούν συγκεκριμένες σχέσεις τόσο σε πολιτισμικό όσο και σε κοινωνικοπολιτικό επίπεδο αλλά και να αναζητηθούν οι βαθύτερες αντιλήψεις των παιδιών, τα συναισθήματά τους και το νόημα που δίνουν στις εμπειρίες τους αυτές, επιλέχθηκε ως καταλληλότερη ερευνητική μέθοδος εκείνη των μικτών μεθόδων επεξήγησης (ή του μοντέλου δύο φάσεων). Μέσω της συγκέντρωσης ποσοτικών δεδομένων σε πρώτη φάση και ποιοτικών σε δεύτερη, επιτυγχάνεται καλύτερη κατανόηση των ερευνητικών ζητημάτων. Αξιοποιούνται τα πλεονεκτήματα δύο μεθοδολογικών προσεγγίσεων και εξασφαλίζεται τόσο ένα σύνολο αριθμητικών αποτελεσμάτων που δίνει μια γενική εικόνα του υπό μελέτη θέματος και ενδυναμώνει την εγκυρότητα της έρευνας, όσο και μία σε βάθος διερεύνηση των αναπαραστάσεων του εξεταζόμενου δείγματος, προκειμένου να βελτιωθεί και να επεκταθεί η αρχική συνολική εικόνα (Creswell 2011: 592-593, 600-601 · Robson 2010: 70).

Για τη συγκέντρωση των ποσοτικών δεδομένων, στο πρώτο μέρος της έρευνας, αξιοποιήθηκε το εργαλείο του ερωτηματολογίου, καθώς συνιστά κατάλληλο μέσο για τη μελέτη στάσεων, αξιών, απόψεων και κινήτρων, και διαθέτει ένα πλήθος θετικών στοιχείων. Μπορεί να παρέχει έναν αντιπροσωπευτικό αριθμό απαντήσεων στα υπό εξέταση ζητήματα, εξάγοντας δεδομένα γενικεύσιμα. Λόγω της απλότητας της μορφής του, έχει τη δυνατότητα να προσεγγίζει ένα γεωγραφικά διασκορπισμένο δείγμα. Αποτελεί μια φόρμα που μπορεί συμπληρωθεί σε ένα σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα και με σχετικά χαμηλό κόστος. Και προστατεύει την ανωνυμία των συμμετεχόντων, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να απαντήσουν με ειλικρίνεια (Αρμενάκης κ.συν. 2008: 56 · Creswell 2011: 436-437, 597-599 · Robson 2010: 271-275). Ασφαλώς, τα όσα δηλώνουν οι συμμετέχοντες δεν σημαίνει ότι αντανακλούν πάντα τις πραγματικές τους σκέψεις και στάσεις. Ούτε οι ερωτώμενοι λένε πάντα αυτό που κάνουν ή κάνουν αυτό που λένε, ειδικά

όταν πρόκειται για ζητήματα ευαίσθητα (Αρμενάκης κ.συν. 2008: 56-57 · Robson 2010: 274-275). Ωστόσο, τα ερευνητικά ζητούμενα της παρούσας έρευνας δεν αγγίζουν ευαίσθητα δεδομένα ούτε τροφοδοτούν κάποιον κίνδυνο μεροληψίας απόκρισης που μπορεί να έχει να κάνει με την κοινωνική αποδοχή. Αναφορικά, τέλος, με την πιθανότητα οι απαντήσεις των ερωτηθέντων να αναπαράγουν στερεοτυπίες ή ψευδογνώμες (αν και αυτές ακόμα έχουν τη χρησιμότητά τους στην εποχή μας από τη στιγμή που δείχνουν τις πιέσεις που υφίσταται το υποκείμενο, όπως αναφέρει ο Αρμενάκης και οι συνεργάτες του (2008: 56-57)), αλλά και με την αδυναμία του ερωτηματολογίου να εισχωρήσει στο βάθος των πραγμάτων, αυτά ήταν ζητήματα που εξισορροπήθηκαν με τη συγκέντρωση ποιοτικών δεδομένων σε δεύτερη φάση.

Η συγκέντρωση των ποιοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το εργαλείο της συνέντευξης. Η συνέντευξη είναι η πλέον κατάλληλη μέθοδος όταν έχει διεξαχθεί προηγουμένως μια ποσοτική έρευνα και απαιτούνται ποιοτικά δεδομένα για να επικυρώσουν συγκεκριμένες μετρήσεις ή να επεξηγηθεί το νόημα των αποτελεσμάτων (Robson 2010: 322). Ασφαλώς, συνιστά μια μέθοδο χρονοβόρα, χαρακτηρίζεται τις περισσότερες φορές από έναν μικρό αριθμό συμμετεχόντων και είναι αδύνατον να επαναληφθεί με ακρίβεια, με αποτέλεσμα να μην μπορεί να εξασφαλιστεί η εγκυρότητα που θα προσέφερε η επανάληψή της. Χρειάζεται, επίσης, ιδιαίτερη προσοχή από τους συνεντευκτές, καθώς υποβόσκει πάντα ο κίνδυνος να παρεισφρήσει το υποκειμενικό στοιχείο, με τον ερευνητή να καθοδηγεί, με τρόπο συνειδητό ή υποσυνείδητο, τα υποκείμενα προς τις απαντήσεις που θέλει να ακούσει. Όπως υπάρχει, την ίδια στιγμή, και ο κίνδυνος να δώσει ο συνεντευξιζόμενος τις αποκρίσεις που επιθυμεί να ακούσει ο ερευνητής, προκειμένου να κερδίσει τη συμπάθεια του ή/και να δίνει απαντήσεις που διατηρούν την υποτιθέμενη καλή του εικόνα (Ιωσηφίδης 2011· Παρασκευοπούλου-Κόλλια 2008 · Χρηστάκης 2010). Η δύναμη, εντούτοις, που έχει η τεχνική της συνέντευξης να εισχωρεί στην ουσία των πραγμάτων, αντλώντας πλούσιες και λεπτομερείς πληροφορίες, την καθιστά πολύτιμο εργαλείο. Μέσω της συνέντευξης, οι ερευνητές μπορούν να εκμαιεύσουν πληροφορίες εκεί που θα ήταν δύσκολο να τις αντλήσουν από μία έρευνα καθαρά ποσοτική, εξασφαλίζοντας διάφορες προοπτικές πάνω στα εξεταζόμενα ζητήματα, αρκετές φορές απρόσμενες. Επίσης, οι ερευνητές έχουν καλύτερο έλεγχο στα είδη των πληροφοριών που δέχονται, από τη στιγμή που μπορούν να παρέμβουν άμεσα, ενώ επιπλέον, οι μη λεκτικές ενδείξεις ενδέχεται να προσθέσουν περισσότερες πληροφορίες για την περαιτέρω κατανόηση συγκεκριμένων ζητημάτων. Μέσω της αναλυτικής διερεύνησης των αναπαραστάσεων των εφήβων γύρω από τις αξίες και τα νοήματα που

προσδίδουν στον μικρόκοσμό τους, επιδιώκεται η, στο μέτρο του δυνατού, εμβάθυνσή μας στην ‘εφηβική κουλτούρα’ και η καλύτερη ερμηνεία της (Creswell 2011: 256 · Cristensen 2007: 108-109 · Ντάβου 2007: 32-33).

9. Πρώτο μέρος: Ποσοτική έρευνα

9.1. Μεταβλητές

Το βασικό ερευνητικό ζήτημα στην παρούσα έρευνα είναι να συζητηθεί, στο πλαίσιο της εφηβικής κουλτούρας, η ενασχόληση των παιδιών με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, τα οποία αποτελούν σημαντικό κομμάτι της δημοφιλούς κουλτούρας. Ως βασικές εξαρτημένες μεταβλητές έχουν οριστεί οι ακόλουθες:

A. Πρώτη εξαρτημένη μεταβλητή είναι οι στάσεις και συμπεριφορές του έφηβου απέναντι στο ηλεκτρονικό παιχνίδι.

Για να εξετάσουμε τη συγκεκριμένη μεταβλητή, θα διερευνήσουμε ένα σύνολο *ανεξάρτητων μεταβλητών*. Θα καταγράψουμε διάφορα στοιχεία της ταυτότητας και του κοινωνικού πλαισίου του έφηβου παίκτη, όπως φύλο, ηλικία, περιοχή, τύπος σχολείου, τύπος παίκτη, τεχνολογικές συσκευές που έχει στο σπίτι του, μορφωτικό επίπεδο γονέων και ενασχόληση τους με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Θα εξετάσουμε τις στάσεις και τις πρακτικές του έφηβου τόσο απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια όσο και απέναντι σε συγκεκριμένα μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας – τηλεόραση, κινηματογράφος, κόμικς, μουσική –, και ειδικότερα τις συνήθειές του στον ελεύθερο χρόνο, τη συχνότητα και τη διάρκεια ενασχόλησης με το εκάστοτε μέσο, τον βαθμό διασκέδασης. Θα δούμε, επίσης, το ζήτημα των συγκλίσεων των ηλεκτρονικών παιχνιδιών με την τηλεόραση, τον κινηματογράφο, τη μουσική και τα κόμικς, εξετάζοντας τον βαθμό που αυτές επηρεάζουν τις επιλογές του για ενασχόληση με ηλεκτρονικά παιχνίδια (βαθμός προτίμησης και έλξη για βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με τα εκάστοτε μέσα). Θα διερευνήσουμε, ακόμα, τις στάσεις του σχετικά με την αντιλαμβανόμενη αξία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών και τη σχέση τους με την τέχνη. Και θα καταγράψουμε τα αγαπημένα του ηλεκτρονικά παιχνίδια και χαρακτήρες, καθώς και τους λόγους που του αρέσουν.

B. Δεύτερη εξαρτημένη μεταβλητή είναι η σχέση ανάμεσα στην ενασχόληση του έφηβου με τα βιντεοπαιχνίδια και στην εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών στην πραγματική ζωή.

Στις ανεξάρτητες μεταβλητές εντάσσονται: α) στοιχεία κοινωνικά, όπως είναι το μορφωτικό επίπεδο των γονέων, β) ο τύπος του παίκτη, γ) οι κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες που βιώνει ο έφηβος κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού, γ) το κοινωνικό πλαίσιο, εντός του οποίου πραγματοποιείται η ενασχόληση με το ηλεκτρονικό παιχνίδι, δ) τίτλοι ηλεκτρονικών παιχνιδιών, ε) επίσκεψη σε σελίδες διαδικτυακές σχετικές με βιντεοπαιχνίδια, ζ) χαρακτηριστικά βιντεοπαιχνιδιού, όπως είναι η σχέση του με άλλα μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας (ταινίες, σειρές, μουσική, κόμικς, διαμεσικότητα), η) τίτλοι των δημοφιλέστερων ηλεκτρονικών παιχνιδιών, θ) συχνότητα και διάρκεια παιζίματος. Στον Πίνακα 1 παρουσιάζεται συγκεντρωτικά το σύνολο των μεταβλητών.

Πίνακας 1 - Μεταβλητές

Εξαρτημένη Μεταβλητή Α	
Στάσεις και συμπεριφορές του έφηβου απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια	
Ανεξάρτητες μεταβλητές	
1	Συνήθεια παιζίματος με ηλεκτρονικά παιχνίδια στον ελεύθερο χρόνο
2	Συχνότητα ενασχόλησης με ηλεκτρονικά παιχνίδια
3	Διάρκεια ενασχόλησης με ηλεκτρονικά παιχνίδια
4	Βαθμός διασκέδασης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια
5	Προτίμησή τους σε σχέση με κινηματογράφο, τηλεόραση, μουσική, κόμικς
6	Συμπεριφορές του παίκτη απέναντι στον κινηματογράφο, την τηλεόραση, τη μουσική, τα κόμικς
7	Βαθμός διασκέδασης του παίκτη με τον κινηματογράφο, την τηλεόραση, τη μουσική, τα κόμικς
8	Φύλο έφηβου
9	Ηλικία έφηβου
10	Τύπος σχολείου
11	Μορφωτικό επίπεδο γονέων
12	Ενασχόληση γονέων με ηλεκτρονικά παιχνίδια
13	Βαθμός προτίμησης για ηλεκτρονικά παιχνίδια που συγκλίνουν με κόμικς και αντίστροφα
14	Βαθμός προτίμησης για ηλεκτρονικά παιχνίδια που συγκλίνουν με ταινίες και αντίστροφα
15	Βαθμός προτίμησης για ηλεκτρονικά παιχνίδια που συγκλίνουν με τηλεοπτικές σειρές και αντίστροφα
16	Βαθμός προτίμησης για διαμεσική αφήγηση
17	Βαθμός προτίμησης για βιντεοπαιχνίδια με γνωστή μουσική ή γνωστούς καλλιτέχνες και αντίστροφα

- 18 Τύπος παίκτη
Συγκεκριμένα χαρακτηριστικά ηλεκτρονικών παιχνιδιών: σχέση με ταινίες, κόμικς, σειρές, μουσική, διαμεσική αφήγηση, γραφικά/εφέ, πλοκή, χαρακτήρες
- 19 Αγαπημένοι τίτλοι ηλεκτρονικών παιχνιδιών
- 20 Αγαπημένοι χαρακτήρες ηλεκτρονικών παιχνιδιών – Λόγοι που του αρέσουν
- 22 Αντιλαμβανόμενη αξία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών και αντιλαμβανόμενη σχέση τους με την τέχνη
- 23 Λόγοι επιλογής ενός βιντεοπαιχνιδιού

Εξαρτημένη Μεταβλητή Β

Σχέση μεταξύ της ενασχόλησής του έφηβου με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική του ζωή

Κοινωνικοπολιτική στάσεις και συμπεριφορές του έφηβου:

- 1 Ικανότητα για κοινωνικοπολιτική δράση
- 2 Ενδιαφέρον για πολιτική
- 3 Πολίτης που συμμετέχει
- 4 Πολίτης υπεύθυνος
- 5 Πολίτης προσανατολισμένος προς τη δικαιοσύνη
- 6 Επικοινωνία με τους γονείς για την πολιτική
- 7 Προσδοκίες για μελλοντική ενασχόληση με κοινωνικοπολιτικά ζητήματα

Ανεξάρτητες Μεταβλητές

- 1 Κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού (λίγες, αρκετές, πολλές)
 - α. Βοήθεια ή καθοδήγηση άλλων παικτών κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού
 - β. Πληροφόρηση για κάποιο κοινωνικό πρόβλημα κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού
 - γ. Σκέψη για ηθικά ζητήματα κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού
 - δ. Λήψη αποφάσεων για τον τρόπο οργάνωσης μιας κοινότητας/πόλης/έθνους στο παιχνίδι
 - ε. Διαχείριση ομάδων μέσα στο παιχνίδι
 - ζ. Εξέταση/διερεύνηση κάποιου κοινωνικού ζητήματος που ενδιαφέρει τον παίκτη
- 2 Κοινωνικό πλαίσιο εντός του οποίου πραγματοποιείται το παίξιμο του ηλεκτρονικού παιχνιδιού
 - α. Παιχνίδι με άλλους (γνωστούς και άγνωστους) διαδικτυακά
 - β. Παιχνίδι με άλλους στον ίδιο χώρο
 - γ. Παιχνίδι με γονείς στον ίδιο χώρο
 - δ. Μοναχικό παιχνίδι
- 3 Τύπος παίκτη
- 4 Επίσκεψη του παίκτη σε διάφορα, σχετικά με το βιντεοπαιχνίδι, διαδικτυακά σάιτς

- 5 Τίτλοι ηλεκτρονικού παιχνιδιού
 - 6 Συμπεριφορές (θετικές και αρνητικές) άλλων παικτών κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού
Βαθμός προτίμησης για βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με ταινίες, σειρές, μουσική, κόμικς ή/και
 - 7 εμπεριέχουν το στοιχείο της διαμεσικότητας
 - 8 Μορφωτικό επίπεδο γονέων
 - 9 Συχνότητα και διάρκεια παιξίματος
-

Οι **βασικοί λειτουργικοί ορισμοί** είναι οι ακόλουθοι:

- Ως *ηλεκτρονικά παιχνίδια* (ή *βιντεοπαιχνίδια*) ορίζονται τα διαδραστικά ψυχαγωγικά λογισμικά που μπορούν να παιχτούν σε οποιαδήποτε συσκευή με οθόνη.
- Ως *στάσεις* ορίζονται οι τρόποι, με τους οποίους ο έφηβος τοποθετείται απέναντι σε οποιοδήποτε στοιχείο του περιβάλλοντός του, το οποίο μπορεί να είναι συγκεκριμένο, όπως ένα αντικείμενο, ή/και αφηρημένο, όπως μια μορφή δραστηριότητας ή μία ιδέα (Χρηστάκης 2010: 25, 145). Η έννοια της στάσης εμπεριέχει τρεις συνιστώσες: α) τη γνωστική, δηλαδή πώς το υποκείμενο αντιλαμβάνεται και κατανοεί το αντικείμενο, β) τη συναισθηματική ή συγκινησιακή, δηλαδή πώς το άτομο αξιολογεί το αντικείμενο, γ) τη συμπεριφοριστική, δηλαδή πώς το άτομο διατίθεται να δράσει ή δρα (Χρηστάκης 2010: 327). Ως *συμπεριφορές* *προσδιορίζονται* οι τρόποι δράσης (εξωτερικές στάσεις) του υποκειμένου απέναντι σε ένα αντικείμενο ή σε μια μορφή δραστηριότητας, οι συνηθισμένες του πρακτικές. Ως *στάσεις και συμπεριφορές του έφηβου απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια* εννοούνται οι προτιμήσεις του, οι συνήθειές του, οι αντιλήψεις του και τα συναισθήματά του απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια, λαμβάνοντας, συγχρόνως, υπόψη για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας και τις συμπεριφορές και στάσεις του απέναντι στα άλλα τέσσερα εξεταζόμενα συγγενικά δημοφιλή μέσα, που είναι ο κινηματογράφος, η τηλεόραση, η μουσική και η ανάγνωση κόμικς.
- Ως *κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές* ορίζονται οι στάσεις και οι συμπεριφορές του ‘καλού πολίτη’. Για να θεωρείται κάποιος ‘καλός πολίτης’ θα πρέπει να διαθέτει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά: να ενδιαφέρεται για τα κοινά, να κατέχει γνώσεις γύρω από τα τρέχοντα κοινωνικοπολιτικά θέματα, να ενημερώνεται διαρκώς, να είναι υπεύθυνος, να (έχει τη διάθεση και να) συνεργάζεται με άλλους, να ασχολείται με εθελοντικές

δραστηριότητες και να μπορεί, σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο, να έχει ‘φωνή’, να αναγνωρίζει, να συζητάει και να αντιμετωπίζει ζητήματα κοινού συμφέροντος (Kahne et al. 2008: 40 · Kahne et al. 2013: 4). Θα πρέπει να διακρίνεται από κοινωνικοπολιτική σκέψη, από την οποία πηγάζει, εξάλλου, η κοινωνικοπολιτική δέσμευση (Bagley & Shaffer 2011: 112-113). Στην παρούσα έρευνα, οι κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές του έφηβου προσδιορίζονται σύμφωνα με επτά βασικές παραμέτρους, οι οποίες διαμορφώθηκαν με βάση μια σειρά μετρήσεων κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών, κατάλληλα διαμορφωμένων για έφηβους 12-18 ετών, με καλές ψυχομετρικές ιδιότητες, των C. A. Flanagan, Em. Syvertsen και M. D. Stout (2007). Οι παράμετροι αυτές είναι : 1) ικανότητα για κοινωνικοπολιτική δράση, 2) πολίτης που συμμετέχει, 3) υπεύθυνος πολίτης, 4) πολίτης προσανατολισμένος προς τη δικαιοσύνη, 5) επικοινωνία με γονείς για την πολιτική, 7) προσδοκίες για μελλοντική ενασχόληση με κοινωνικοπολιτικά ζητήματα.

- Ως *αναπαραστάσεις* ορίζονται εκείνοι οι κοινωνιο-γνωστικοί μηχανισμοί, με βάση τους οποίους το υποκείμενο νοηματοδοτεί το περιβάλλον του (όπως αντικείμενα, δραστηριότητες, ανθρώπους, θεσμούς) και δομεί, συγχρόνως, την ταυτότητά του, τόσο σε προσωπικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο, επικοινωνώντας με άλλους. Κάθε αναπαράσταση είναι μια ερμηνεία της αναπαριστώμενης πραγματικότητας. Μέσω των κοινωνικών αναπαραστάσεων, που συγκροτούνται από γνωστικά, συναισθηματικά και αντιληπτικά στοιχεία, τα οποία διαμορφώνουν ένα σύνολο απόψεων, το παιδί κατανοεί τον κόσμο, ταξινομεί τις πληροφορίες γύρω από αυτόν και τον οικειοποιείται (Αρμενάκης κ.συν. 2008: 60-62· Godelier 2020: 126).

9.2. Ερωτηματολόγιο

Στη συγκεκριμένη ενότητα θα επικεντρωθούμε στη διαδικασία που ακολουθήθηκε, προκειμένου να κατασκευαστεί το ερωτηματολόγιο για το πρώτο μέρος της έρευνας²⁷. Θα καταγραφούν οι έρευνες/μελέτες που αποτέλεσαν πηγή επίδρασης για τη δημιουργία του, θα παρουσιαστεί το περιεχόμενό του και θα περιγραφεί ο τρόπος εξασφάλισης της αξιοπιστίας του.

²⁷ Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο Παράρτημα Γ.

9.2.1. Επιρροές από άλλα ερωτηματολόγια

Για την επεξεργασία του παρόντος ερωτηματολογίου αναζητήθηκαν και αξιολογήθηκαν διάφορες μελέτες και έρευνες, ελληνικές και διεθνείς, σχετικές με τους τομείς ενδιαφέροντος και τους στόχους της έρευνας, προκειμένου να καλυφθούν επαρκώς όλα τα πιθανά ερωτήματα που θα μπορούσαν να τεθούν και να ενισχυθεί, κατ' επέκταση, η εγκυρότητα του περιεχομένου (Creswell 2011: 197-202). Επιρροές, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, για την κατασκευή του υπήρξαν από τα ακόλουθα ερωτηματολόγια, των οποίων η παλαιότητα αντισταθμίζεται από την αξιοπιστία και την εγκυρότητα που τα χαρακτηρίζει:

- Ερωτήσεις που υπήρχαν στο δεύτερο και στο τέταρτο μέρος του ερωτηματολογίου της Χρήστου (2005), η οποία διερεύνησε τις στάσεις των παιδιών Ε' και Στ' Δημοτικού απέναντι στο ηλεκτρονικό παιχνίδι και την κοινωνική συμπεριφορά. Η ανάλυση αξιοπιστίας στην κλίμακα μέτρησης στάσης των παιδιών απέναντι στο ηλεκτρονικό παιχνίδι έδωσε alpha με τιμή 0,8780, επιβεβαιώνοντας την αξιοπιστία της κλίμακας, και χρησιμοποιήθηκε Ανάλυση Παραγόντων για την αποτίμηση της εγκυρότητας της εννοιολογικής κατασκευής (Χρήστου 2007: 155-162 · Χρήστου 2005: 138). Το ερωτηματολόγιό της χρησιμοποιήθηκε, επίσης, από τους Κουτρομάνο και Νικολοπούλου (2010) για τη διερεύνηση της χρήσης των ψηφιακών παιχνιδιών από μαθητές/τριες Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης.
- Μια ερώτηση από το ερωτηματολόγιο των Βρύζα και Τσιτουρίδου (2002), οι οποίοι εξέτασαν τη στάση των παιδιών και των εφήβων απέναντι στα 'νέα' και τα 'παλαιά' μέσα. Το ερωτηματολόγιο τους είχε βασιστεί, με τη σειρά του, στο εργαλείο της έρευνας των Krend Broiher (1992) (που είχε δεχτεί, σύμφωνα με την Πύλη Έρευνας Research gate, μεγάλο ερευνητικό ενδιαφέρον σε σχέση με άλλα ερευνητικά θέματα, όπως και παραπομπές από 35 ερευνητές), το οποίο χρησιμοποιήθηκε και από το Texas Centre for Educational Technology (TCET) στο Computer Attitude Questionnaire (CAQ)²⁸ για τη μελέτη των στάσεων των παιδιών απέναντι στους Η/Υ (Βρύζας & Τσιτουρίδου 2002: 109).
- Ερωτήσεις που υπήρχαν στην έρευνα των Rideout, Foehr και Roberts (2010), με τον τίτλο *Generation M: Media in the lives of 8-18 years old*. Πρόκειται για το τρίτο μέρος μιας,

²⁸ Το CAQ συνιστά ένα εργαλείο αυτό-αξιολόγησης τύπου Likert προορισμένο κυρίως για παιδιά 11-13 ετών, με εγκυρότητα εννοιολογικής κατασκευής (construct validity), εγκυρότητα που σχετίζεται με κριτήρια (criterion-related validity) και υψηλή αξιοπιστία εσωτερικής συνέπειας τιμών (Knezek & Christensen, 1996).

μεγάλης κλίμακας, σειράς ερευνών – η έρευνα διεξαγόταν ανά πέντε χρόνια – για τη χρήση των μέσων από παιδιά 8 ως 18 ετών, που πραγματοποιήσε η Kaiser Study Foundation. Μεγάλο τμήμα των ερωτήσεων τους βασίστηκε στο ερωτηματολόγιο του πρώτου μέρους της έρευνας που είχε διεξαχθεί το 1999 από την ίδια ερευνητική ομάδα, έχοντας δεχτεί, παράλληλα, τις αναγκαίες τροποποιήσεις που το πέρασμα του χρόνου απαιτεί. Τα δεδομένα της έρευνας σταθμίστηκαν για να εξασφαλίσουν ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα σε εθνικό επίπεδο. Το σφάλμα δειγματοληψίας ήταν +/-3,9% (που αντιστοιχούσε στο μέγεθος του δείγματος και στην αποτελεσματικότητα του δειγματοληπτικού σχεδιασμού). Υπήρξε εγκυρότητα της εννοιολογικής κατασκευής των τιμών στο ερωτηματολόγιο. Πρόκειται για μια έρευνα, στην οποία έχουν κάνει παραπομπές πολλοί συγγραφείς (σύμφωνα με στοιχεία από τη Research Gate) και έχει προκαλέσει το ενδιαφέρον αρκετών ερευνητών (η Research Gate δίνει ένα σκορ 916,3, που συνεπάγεται ερευνητικό ενδιαφέρον πάνω από το 99% σε σχέση με άλλα θέματα στην Πύλη).

- Ερωτήσεις που υπήρχαν στην αναφορά της πρώτης αμερικανικής αντιπροσωπευτικής έρευνας μεγάλης κλίμακας, *Teens, videogames and civic*, η οποία επικεντρώθηκε στις κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, των Lenhart, Kahne, Middaugh, Rankin Macgill, Evans και Vitak (2008). Η αναφορά ήταν αποτέλεσμα της συνεργασίας των Pew Internet & American Life Project και MacArthur Foundation, καθώς και του Civic Engagement Research Group (CERG)²⁹. Η δημοσκόπηση πραγματοποιήθηκε από την PSRA (Princeton Survey Research Associates), μια ανεξάρτητη εταιρεία έρευνας που σχεδιάζει, διεξάγει και αναλύει έρευνες σε όλο τον κόσμο, εξειδικευμένη σε κοινωνικοπολιτικά θέματα. Η εγκυρότητα του περιεχομένου ενισχύθηκε από την αξιολόγηση της έρευνας από διάφορους ακαδημαϊκούς και ερευνητές (σχετικά με το ερωτηματολόγιο, την αναφορά και τη γενικότερη ερευνητική διαδικασία). Το σφάλμα δειγματοληψίας ήταν +/- 3,2%, και το διάστημα αξιοπιστίας 95% για κάθε εκτιμώμενη αναλογία βασιζόμενη στο δείγμα. Χρησιμοποιήθηκε, επίσης, το Sample Balancing (ένα ειδικό πρόγραμμα σταθμίσεων δείγματος) για να εξασφαλιστεί ότι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων προσέγγιζαν εκείνα του εθνικού

²⁹Το Pew Internet & American Life Project είναι μια μη κερδοσκοπική και μη κομματική Δεξαμενή σκέψης που εξερευνά την επίδραση του διαδικτύου στα παιδιά, στις οικογένειες, στις κοινότητες, σε χώρους εργασιακούς/σχολικούς/υγειονομικούς και γενικά στην κοινωνικοπολιτική ζωή. Το CERG είναι ένας ερευνητικός οργανισμός, που έχει τη βάση του στο Mills College, και διεξάγει ποσοτικές και ποιοτικές έρευνες επικεντρωμένες στην αστική δέσμευση των νέων.

πληθυσμού. Η επίδραση του σχεδίου (DEFF) ήταν 1,17, ελαχιστοποιώντας την απώλεια στατιστικής σημαντικότητας που προκύπτει από συστηματική μη απαντητικότητα (Kahne et al. 2008: 57-60 · Lenhart et al. 2008: x, xi). Στη συγκεκριμένη έρευνα έχουν γίνει αρκετές παραπομπές από διάφορους μελετητές (με βάση τη Research Gate), ενώ επιπλέον, μεγάλο είναι το ερευνητικό ενδιαφέρον που έχει προκαλέσει (με σκορ 174,7, δηλαδή έναν βαθμό ερευνητικού ενδιαφέροντος που ξεπερνάει το 99% συγκριτικά με άλλα αντικείμενα ερευνών στη Research Gate).

- Μια σειρά μετρήσεων κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών, κατάλληλα διαμορφωμένων για έφηβους 12-18 ετών, με καλές ψυχομετρικές ιδιότητες, που εμπεριέχονται στο *Civic measurement models: Tapping adolescents' civic engagement* των Flanagan, Syvertsen και Stout (2007), οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν από εκπαιδευτές, αξιολογητές προγραμμάτων, στελέχη κυβερνητικών οργανώσεων και σπουδαστές. Τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν για να εξαχθούν οι συγκεκριμένες μετρήσεις, αντλήθηκαν από δύο μέρη δημοσκοπήσεων που είχαν για δείγμα 1924 μαθητές ηλικίας 12-18 ετών από τάξεις παρακολούθησης κοινωνικών σπουδών στη Βορειοανατολική Αμερική και συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια της εκλογικής καμπάνιας του 2004, πριν από τις εκλογές και μετά. Οι κατασκευές αξιολογήθηκαν για εγκυρότητα όψης και εννοιολογικής κατασκευής, καθώς σκοπός τους ήταν να μεγιστοποιήσουν το νόημα της κλίμακας και τη στατιστική αξιοπιστία. Για τον καθορισμό της μέτρησης των ιδιοτήτων των κλιμάκων χρησιμοποιήθηκε η περιστρεφόμενη Ανάλυση Κύριων Συνιστωσών (PCA) και το Μοντέλο Δομικής Εξίσωσης (SEM), μέθοδοι κατάλληλες και για τη μέτρηση αφηρημένων ποιοτικών εννοιών. Η αξιοπιστία των κατασκευών ελέγχθηκε μέσω των CFI και RMSEA. Τα αποτελέσματα των αναλύσεων οδήγησαν στη δημιουργία 14 κατηγοριών, εκ των οποίων στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκαν οι επτά.

9.2.2. Διάρθρωση ερωτηματολογίου

Στο ερωτηματολόγιο που κατασκευάστηκε για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας, οι περισσότερες ερωτήσεις είναι κλειστές και ημι-κλειστές. Οι κλειστές ερωτήσεις έχουν το πλεονέκτημα ότι κάνουν τους συνεντευξιζόμενους να αισθάνονται άνεση και ασφάλεια, καθώς γνωρίζουν τις παραμέτρους των επιλογών των απαντήσεων. Είναι, όμως, πρακτικές και για τους ερευνητές, καθώς τους παρέχουν τη δυνατότητα να συγκρίνουν εύκολα τις απαντήσεις και

εξασφαλίζουν έναν επιτυχημένο τρόπο για την κωδικοποίησή τους. Οι ημι-κλειστές επιλέχθηκαν, διότι εξασφαλίζουν τις συνηθισμένες κατηγορίες απαντήσεων στην κάθε ερώτηση και επιτρέπουν, συγχρόνως, στους ερωτηθέντες να δώσουν απαντήσεις που ίσως δεν περιλαμβάνονται σε αυτές που έχουν καθοριστεί, διευρύνοντας το πεδίο επιλογών. Παράλληλα, κρίθηκε αναγκαίο να ενσωματωθεί και ένας μικρός αριθμός ανοικτών ερωτήσεων. Με τις ανοικτές προσδοκάται να επιτευχθεί μεγαλύτερη εμβάθυνση σε συγκεκριμένα σημεία, ακόμα κι αν αυτό σημαίνει πιθανή δυσκολία στη στατιστική εξαγωγή αποτελεσμάτων (Creswell 2011: 434-437). Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 46 ερωτήσεις, έχοντας ως πρότυπο για τον αριθμό τους το ερωτηματολόγιο του Rideout και των συνεργατών του (2010), που απαρτιζόταν από 54 ερωτήσεις και απευθυνόταν σε μαθητές 8 ως 18 ετών, όπως και της Χρήστου, που απευθυνόταν σε μαθητές 5^{ης} και 6^{ης} Δημοτικού. Οι κλίμακες μέτρησης που χρησιμοποιήθηκαν ήταν κατηγορικές, τόσο ονομαστικές όσο και διαβάθμισης/κατάταξης.

Το ερωτηματολόγιο διακρίνεται σε τέσσερα βασικά μέρη. Το πρώτο μέρος αποτελείται από επτά ερωτήσεις και ζητάει πληροφορίες δημογραφικού-κοινωνικού τύπου. Οι έξι πρώτες ερωτήσεις αντλούν πληροφορίες για την ηλικία των συμμετεχόντων, το φύλο, την περιοχή, την ύπαρξη αδερφών και το μορφωτικό επίπεδο των γονέων. Αποτελούν στοιχεία ταυτότητας που θα μας βοηθήσουν να σκιαγραφήσουμε το προφίλ του παίκτη, με τις περισσότερες να εξετάζονται, επιπλέον, ως ανεξάρτητες μεταβλητές και σε συνάρτηση με τις κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές του έφηβου στην πραγματική του ζωή. Η τελευταία ερώτηση του πρώτου μέρους έχει να κάνει με συσκευές που κατέχουν τα παιδιά. Οι ερωτήσεις 6 και 7 διαμορφώθηκαν με πρότυπο το ερωτηματολόγιο του Rideout και των συνεργατών του (2010). Οι κλίμακες μέτρησης που χρησιμοποιούνται σε αυτό το μέρος είναι ονομαστικές (nominal) και τακτικές (ordinal) (Creswell 2011: 202-204 · Δαφέρλος 2011: 31-46 · Εμβαλωτής κ.συν. 2006 : 11-12).

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου, που ξεκινάει με την ερώτηση 8 και τελειώνει με την 17, μάς δίνει, κυρίως, πληροφορίες για τις στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια, τον κινηματογράφο, την τηλεόραση, τη μουσική και την ανάγνωση κόμικς. Ειδικότερα, η 8^η ερώτηση εξετάζει τις συνήθειες των παιδιών στον ελεύθερο χρόνο τους απέναντι στα παραπάνω ψυχαγωγικά μέσα. Η 9^η ερώτηση εξετάζει τις προτιμήσεις τους για αυτά, αλλά με ερωτήσεις ανά ζεύγη. Η ιδέα για το περιεχόμενο της συγκεκριμένης ερώτησης διαμορφώθηκε έχοντας ως πρότυπο μια ερώτηση από την έρευνα των Βρύζα και Τσιτουρίδου

(αντικαθιστώντας τις επιλογές που είχαν οι ερευνητές για τον υπολογιστή, το βιβλίο και τη γραφή με τις επιλογές για τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, τα κόμικς, τον κινηματογράφο και τη μουσική – η επιλογή της τηλεόρασης παρέμεινε ως είχε). Στόχος της συγκεκριμένης ερώτησης είναι να βρεθεί η πιο δημοφιλής καθώς και η λιγότερη δημοφιλής επιλογή, δηλαδή τα δύο άκρα.

Οι ερωτήσεις 10 ως 14, και συγκεκριμένα τα υποερωτήματα α και β της κάθε ερώτησης, μετράνε τη συχνότητα και τον χρόνο που αφιερώνουν τα παιδιά στην τηλεόραση, τη μουσική, τον κινηματογράφο, την ανάγνωση κόμικς και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Για τη διαμόρφωσή τους, βασιστήκαμε στο ερωτηματολόγιο του Rideout και των συνεργατών του (2010). Για να περιοριστεί η απειλή της ‘ιστορίας’, ήτοι των τρεχουσών ιστορικών εμπειριών που θα μπορούσαν να επηρεάσουν τα ευρήματα (Robson 2010: 120-122) – όπως είναι το ζήτημα της υγειονομικής κρίσης και του, κατ’ επέκταση, απαγορευτικού ανά διαστήματα κυκλοφορίας που άλλαξε τις συνήθειες όλων, και που συνέπεσε με τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας –, κρίθηκε απαραίτητο να αντικατασταθεί ο όρος ‘χθες’ που χρησιμοποίησε ο Rideout και οι συνεργάτες του (2010) σε παρεμφερείς ερωτήσεις της έρευνάς τους με το ‘συνήθως’, προκειμένου οι μετρήσεις να χαρακτηρίζονται από νόημα. Τα αριθμημένα ως ‘γ’ υποερωτήματα των ερωτήσεων 11, 12, 13, 14, όλα ανοικτού τύπου, είναι ερωτήματα δευτερευούσης σημασίας, που συμβάλλουν, ωστόσο, στο να αποτυπωθούν οι τρέχουσες προτιμήσεις των εφήβων παικτών και μη παικτών. Ειδικότερα, ζητούν από τα παιδιά να γράψουν αγαπημένα είδη μουσικής, ταινιών, χαρακτήρες κόμικς και αγαπημένο παιχνίδι. Το υποερώτημα 12ε καλεί τα παιδιά να γράψουν τις ώρες που ήταν μπροστά σε μια οθόνη ‘χθες’, χωρίς να υπολογίζουν τον χρόνο για το σχολείο και τα μαθήματα, έτσι ώστε να μπορέσει να εξαχθεί ένας μέσος όρος ωρών που αφιερώνουν οι έφηβοι για την ψυχαγωγία τους συγκεκριμένα, τόσο για τους παίκτες όσο και για τους μη παίκτες. Σε αυτό το υποερώτημα αποφασίστηκε να χρησιμοποιηθεί ο όρος ‘χθες’, προκειμένου να απαντήσουν τα παιδιά πιο εύκολα και αβίαστα, ενισχύοντας, έτσι, την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων. Όσο για την ερώτηση 12δ, θέλουμε να εξετάσουμε κατά πόσο η επιλογή της κινηματογραφικής οθόνης γοητεύει τους έφηβους σε σχέση με άλλα μέσα παρακολούθησης των ταινιών (Η απάντησή τους θα συμβάλλει, με τη σειρά της, στην καλύτερη κατανόηση της κουλτούρας τους).

Σκοπός της ερώτησης 15 είναι να διερευνήσει αν οι συγκλίσεις των ηλεκτρονικών παιχνιδιών με τις ταινίες, τις τηλεοπτικές σειρές, τα κόμικς και τη μουσική, επηρεάζουν τις προτιμήσεις των εφήβων, όσον αφορά την ψυχαγωγία τους. Για τη διερεύνηση του συγκεκριμένου

θέματος, οι απαντήσεις του παραπάνω ερωτήματος θα μελετηθούν σε συνδυασμό με τις απαντήσεις στην ερώτηση 10γ – για το αν ο έφηβος αναζητά το αντίστοιχο βιντεοπαιχνίδι μετά από μια ταινία που του άρεσε-, καθώς και με τις απαντήσεις στις ερωτήσεις 30β, 32, 34 από το Δ Μέρος του ερωτηματολογίου. Η ερώτηση 30β εξετάζει αν αυτές οι συγκλίσεις αποτελούν χαρακτηριστικά που προσελκύουν τον έφηβο στα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζει ο έφηβος. Στο ερώτημα αυτό δώσαμε τη δυνατότητα στον έφηβο να επιλέξει όσες απαντήσεις θέλει μέσα από σύνολο διάφορων ελκυστικών χαρακτηριστικών, για την καταγραφή των οποίων βασιστήκαμε σε σχετικές έρευνες (που συμπεριλαμβάνονται στην ενότητα της βιβλιογραφικής ανασκόπησης), και στα οποία προσθέσαμε, επιπλέον, τα δικά μας ζητούμενα. Η ερώτηση 34 διερευνά αν αυτές οι συσχετίσεις/αλληλοεπιδράσεις αποτελούν, συγχρόνως, λόγους για να επιλέξει το παιδί ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι. Και η ερώτηση 32, που θυμίζει την ερώτηση 15, εξετάζει τον βαθμό προτίμησης του έφηβου για ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, ταινίες, τηλεοπτικές σειρές, μουσική ή/και που εμπεριέχουν το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης. Μέσω των απαντήσεων στις παραπάνω ερωτήσεις, προσδοκία είναι να αντλήσουμε πληροφορίες για τη δυναμική της πολιτισμικής σύγκλισης στο πλαίσιο της εφηβικής κουλτούρας και να συζητήσουμε για το αν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια αντικαθιστούν άλλα συγγενικά μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας, από τη στιγμή που προσφέρουν στον εφηβικό πληθυσμό ολισθητικές εμπειρίες και καλύπτουν ενδεχομένως πολλές ανάγκες συγχρόνως.

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου ολοκληρώνεται με την ερώτηση 17, η οποία διακρίνεται σε δύο σκέλη. Η συγκεκριμένη ερώτηση έχει να κάνει με την αντιλαμβανόμενη αξία του ηλεκτρονικού παιχνιδιού. Το πρώτο υποερώτημα καλεί τον έφηβο να αξιολογήσει το ηλεκτρονικό παιχνίδι όσον αφορά την αξία του ως έργο τέχνης. Το δεύτερο υποερώτημα είναι ανοικτού τύπου και του ζητάει να γράψει τον τίτλο ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού που είναι, κατά τη γνώμη του, καλλιτεχνικό και έχει αξία, καθώς και τους λόγους που έχει αξία. Αποτελεί ένα ερώτημα που θα διερευνηθεί αναλυτικότερα στο δεύτερο μέρος της έρευνας. Οι κλίμακες μέτρησης που χρησιμοποιούνται στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου είναι ονομαστικές και τακτικές.

Το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου, που αρχίζει με την ερώτηση 18 και τελειώνει με την ερώτηση 25, εξετάζει τις κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και βασίζεται στις ερωτήσεις/δηλώσεις που διαμόρφωσε ο Flanagan και οι

συνεργάτες του (2007), με εξαίρεση την ερώτηση 19, η οποία αντλήθηκε από το ερωτηματολόγιο της Lenhart και των συνεργατών της (2008). Οι ερωτήσεις 18 και 19 διερευνούν το ενδιαφέρον του παιδιού για την πολιτική. Η ερώτηση 20 εξετάζει την πολιτική συμπεριφορά και συγκεκριμένα την ικανότητα του έφηβου για κοινωνικοπολιτική δράση. Οι ερωτήσεις 21, 22, 23 εξετάζουν διάφορους τύπους πολίτη. Αναλυτικότερα, η ερώτηση 21, με τα τρία υποερωτήματά της, εξετάζει τον πολίτη που συμμετέχει στα κοινωνικοπολιτικά δρώμενα, η ερώτηση 22 με τέσσερα υποερωτήματα, τον πολίτη που σκέφτεται και πράττει υπεύθυνα σε ατομικό επίπεδο, και η 23, με τα τρία υποερωτήματα, τον προσανατολισμένο προς τη δικαιοσύνη πολίτη. Οι ερωτήσεις 24α και 24β διερευνούν την επικοινωνία μεταξύ γονέων και παιδιών αναφορικά με την πολιτική, και η ερώτηση 25, με τα δύο σκέλη της, εξετάζει τις προσδοκίες των εφήβων για το μέλλον, το πώς βλέπουν τον μελλοντικό τους εαυτό σε σχέση με τη δραστηριοποίησή τους με τον εθελοντισμό. Όλες οι παραπάνω μεταβλητές θα μετρηθούν σε σχέση με διάφορες ανεξάρτητες μεταβλητές, όπως με συγκεκριμένες κοινωνικοπολιτικές παιχνιδιώδεις εμπειρίες, με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, με το κοινωνικό πλαίσιο εντός του οποίου πραγματοποιείται το παιχνίδι κ.α. (όλα στοιχεία που θα συζητήσουμε αμέσως παρακάτω, στο τέταρτο μέρος του ερωτηματολογίου), προκειμένου να αναζητηθούν πιθανές συσχετίσεις. Όλες οι κλίμακες μέτρησης του τέταρτου μέρους είναι τύπου Likert και αντιμετωπίζονται ως τακτικές (ordinal) (Creswell 2011: 204-205).

Το τέταρτο μέρος του ερωτηματολογίου, που αποτελεί και το τελευταίο μέρος, απευθύνεται αποκλειστικά σε παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Με την πρώτη ερώτηση, τη 26^η, θέλουμε να μάθουμε πού παίζει συνήθως ο έφηβος. Η ερώτηση 27 έχει δύο σκέλη και αφορά την εμπειρία του παίκτη. Για τη διαμόρφωση των συγκεκριμένων ερωτήσεων είχαμε ως πρότυπο το ερωτηματολόγιο της Χρήστου (2005). Ασφαλώς, για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας, το δεύτερο υποερώτημα που αφορούσε τα χρόνια εμπειρίας μετατράπηκε σε ανοικτό, καθώς εμείς είχαμε να κάνουμε με όλες τις τάξεις του Γυμνασίου και του Λυκείου (η Χρήστου ασχολήθηκε μόνο με τις δύο τελευταίες τάξεις του Δημοτικού). Η συγκεκριμένη ερώτηση, σε συνδυασμό με τις ερωτήσεις του δεύτερου μέρους του ερωτηματολογίου για τη συχνότητα και τη διάρκεια παιξίματος, θα προσδιορίσουν, κατά κύριο λόγο, τον τύπο του παίκτη. Έτσι, θα μπορέσουμε στη συνέχεια να αναζητήσουμε πιθανές συσχετίσεις μεταξύ του τύπου του παίκτη και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών στην πραγματική του ζωή.

Οι ερωτήσεις 28, 35β και 36, για τη διαμόρφωση των οποίων στηριχθήκαμε στο ερωτηματολόγιο της Lenhart και των συνεργατών της (2008), διερευνούν το κοινωνικό πλαίσιο εντός του οποίου παίζει ο έφηβος ηλεκτρονικά παιχνίδια. Αναμένεται ότι οι απαντήσεις στις συγκεκριμένες ερωτήσεις θα οδηγήσουν σε θετικές συσχετίσεις μεταξύ του κοινωνικού πλαισίου και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών του έφηβου στην πραγματική του ζωή. Η ερώτηση 29 διαμορφώθηκε λαμβάνοντας, γενικά, υπόψη: α) τη ‘θεωρία των χρήσεων και των ικανοποιήσεων’ (Katz et al. 1974: 1973-1974), β) την προσαρμογή της Leisure Satisfaction Scale των Beard και Ragheb, από τον Garton και τους συνεργάτες του (2004), γ) τα αποτελέσματα της έρευνας της Sherry και των συνεργατών της (2006), δ) τα αποτελέσματα του Olson και των συνεργατών του (2010) · έρευνες που είδαμε στην ενότητα της βιβλιογραφικής ανσκόπησης. Μέσω της συγκεκριμένης ερώτησης διερευνάται το τι κινητοποιεί τον έφηβο στην ενασχόληση με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια.

Η ερώτηση 30 διακρίνεται σε τρία σκέλη, ζητώντας από τον έφηβο να γράψει: α) τα τρία αγαπημένα του ηλεκτρονικά παιχνίδια την τρέχουσα περίοδο, β) να επιλέξει τα χαρακτηριστικά εκείνα των αγαπημένων του ηλεκτρονικών παιχνιδιών που του αρέσουν περισσότερο, δίνοντάς του τη δυνατότητα να προσθέσει κι άλλα μέσω της επιλογής ‘Άλλο’ – Για τη διαμόρφωση της συγκεκριμένης ερώτησης βασιστήκαμε, εν μέρει, στα αποτελέσματα των ερευνών του Williams και των συνεργατών του (2008), καθώς και του Olson και των συνεργατών του (2010), όπως και στην ταξινόμηση του Yee (2007), γ) να επιλέξει το χαρακτηριστικό εκείνο που τον ενθουσιάζει περισσότερο σε αυτά. Προσδοκία με τις παραπάνω ερωτήσεις είναι να μάθουμε τα δημοφιλέστερα ηλεκτρονικά παιχνίδια αυτής της περιόδου, να εξετάσουμε πιθανές συσχετίσεις ανάμεσα σε αυτά και στην εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην καθημερινότητά τους, ενώ επιπλέον, η καταγραφή αυτή θα λειτουργήσει καθοδηγητικά για την επιλογή των εφήβων στο δεύτερο μέρος της έρευνας που αφορά τις συνεντεύξεις.

Η 33^η ερώτηση αναζητά τις βασικές πηγές από τις οποίες ενημερώνονται οι έφηβοι σχετικά με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που επιλέγουν. Η ερώτηση 35α επιδιώκει να μάθει το ποσοστό των γονέων που παίζουν και οι ίδιοι ηλεκτρονικά παιχνίδια. Όσο για τις ερωτήσεις 37 ως 45, οι οποίες έχουν στηριχτεί στο ερωτηματολόγιο της Lenhart και των συνεργατών της (2008), αυτές εξετάζουν διάφορες κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες που ενδεχομένως βιώνουν οι έφηβοι παίζοντας ηλεκτρονικά παιχνίδια. Ειδικότερα, εξετάζεται η συχνότητα με την οποία ο έφηβος που

παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια βοηθάει συμπαίκτες κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού, ενημερώνεται για κοινωνικά θέματα ή για κάποιο κοινωνικό πρόβλημα, σκέφτεται για ηθικά ζητήματα, συμβάλει ή αποφασίζει για τον τρόπο διαχείρισης μιας κοινότητας/πόλης/έθνους κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού, οργανώνει/διαχειρίζεται ομάδες και γίνεται μάρτυρας αρνητικών και θετικών συμπεριφορών από συμπαίκτες. Η 46^η ερώτηση, τέλος, του ερωτηματολογίου, διερευνά τη συμμετοχή του έφηβου σε διάφορες διαδικτυακές σελίδες και συζητήσεις σχετικές με τα παιχνίδια που παίζει. Οι κλίμακες μέτρησης του τέταρτου μέρους είναι, επίσης, ονομαστικές και τακτικές.

9.2.3. Έλεγχος αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου

Δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στη διαμόρφωση και στη διατύπωση των ερωτήσεων, προκειμένου να είναι σαφείς, ξεκάθαρες, απλές και κατάλληλες για την ηλικία των συμμετεχόντων, καθώς η εύκολη κατανόησή τους θα ήταν κριτήριο για να απαντηθούν όλες αλλά και να δοθούν απαντήσεις με νόημα. Για να ενισχυθεί η αξιοπιστία και η εγκυρότητα του εργαλείου πραγματοποιήθηκε τόσο ένας προέλεγχος όσο και μια πιλοτική εφαρμογή. Ο προέλεγχος υλοποιήθηκε σε τρία στάδια. Σε ένα πρώτο στάδιο, πραγματοποιήθηκε ‘ανάλυση πρωτοκόλλου’, ζητήθηκε, δηλαδή, από έναν δωδεκάχρονο να εκφράσει τις οποιεσδήποτε σκέψεις που έκανε όταν άκουγε τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου (Robson 2010: 302), κάτι που οδήγησε στην τροποποίηση/απλοποίηση συγκεκριμένων ερωτημάτων. Σε ένα δεύτερο στάδιο, ζητήθηκε από έξι γνωστούς της ερευνήτριας να κρίνουν το κάθε στοιχείο του ερωτηματολογίου ως ‘απαραίτητο’ και ‘χρήσιμο’, προκειμένου να ελεγχθεί η εγκυρότητα εννοιολογικής κατασκευής. Οι πέντε από αυτούς ήταν καθηγητές και ο ένας συνάδελφος της ερευνήτριας – προγραμματιστής σε εκδοτικό οίκο αγγλικών βιβλίων. Όλοι ήταν παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Οι απαντήσεις τους ενίσχυσαν την ορθότητα των ερωτήσεων (ο λόγος εγκυρότητας περιεχομένου ήταν ίσος με 1, δηλώνοντας μεγάλη εγκυρότητα) (Γαλάνης 2012: 99-100). Επιπρόσθετα, ζητήθηκε η γνώμη του επιβλέποντα της έρευνας. Και σε ένα τρίτο στάδιο, ακολούθησε πιλοτικός έλεγχος.

Στον πιλοτικό έλεγχο συμμετείχαν 21 παιδιά ηλικίας 12-17 ετών από την περιοχή της Λάρισας. Από αυτά μόνο τα 4 δεν έπαιζαν ηλεκτρονικά παιχνίδια. Η ανάλυση αξιοπιστίας των στοιχείων του τρίτου μέρους του ερωτηματολογίου έδωσε Cronbach alpha 0,919, που δείχνει μεγάλη αξιοπιστία. Στο τέταρτο μέρος του ερωτηματολογίου, που απευθυνόταν μόνο σε παίκτες και κατ’ επέκταση συμπληρώθηκε από 17 παιδιά, η αξιοπιστία ήταν επίσης καλή, με την ανάλυση

να δίνει alpha 0,714 στο σύνολο των ερωτήσεων που εξέταζαν τις εμπειρίες των παιδιών εντός του παιχνιδιού και alpha 0,762 στην ομάδα των στοιχείων που εξέταζαν τις συγκλίσεις των ηλεκτρονικών παιχνιδιών με τα άλλα μέσα ψυχαγωγίας. Τα 10 ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν διαδικτυακά και τα υπόλοιπα 11, χειρόγραφα. Όλα τα ερωτηματολόγια επιστράφηκαν. Οι κλειστές και ημικλειστές ερωτήσεις απαντήθηκαν από όλους τους έφηβους, σε αντίθεση με ορισμένες ανοικτές που δεν συμπληρώθηκαν. Ο πιλοτικός έλεγχος οδήγησε στο να τροποποιηθούν κάποιες ερωτήσεις ή/και να διατυπωθούν με μεγαλύτερη σαφήνεια.

9.3. Ερευνητική διαδικασία

Προτού περάσουμε στα αποτελέσματα του πρώτου μέρους της έρευνας, θα καταγράψουμε εν συντομία τα βήματα της ερευνητικής διαδικασίας, η οποία περιλαμβάνει τον τρόπο επιλογής των σχολείων, τη συγκέντρωση των απαραίτητων αδειών και την τήρηση δεοντολογίας κατά τη διάρκεια της επιτόπιας έρευνας.

9.3.1. Συμμετέχοντες – Άδειες

Πληθυσμός-στόχος της έρευνας είναι μαθητές της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης στην Ελλάδα. Με μονάδα ανάλυσης τον έφηβο 12 ως 17 ετών, προσδιορίστηκε ως πλαίσιο δειγματοληψίας το σύνολο των Γενικών και Ιδιωτικών Γυμνασίων, καθώς και των Γενικών, Ιδιωτικών και Επαγγελματικών Λυκείων της Περιφέρειας Θεσσαλίας (Creswell, 2011). Η Περιφέρεια της Θεσσαλίας επιλέχθηκε για συγκεκριμένους λόγους. Αρχικά, καθώς η πόλη της Λάρισας αποτελεί τον τόπο κατοικίας της ερευνήτριας, τα σχολεία στην Περιφέρεια της Θεσσαλίας θα ήταν πιο εύκολα προσεγγίσιμα, από τη στιγμή που η έρευνα θα διεξαγόταν αποκλειστικά και μόνο από την ίδια την ερευνήτρια. Επίσης, η Περιφέρεια Θεσσαλίας συνιστά ένα σημαντικό γεωγραφικό κομμάτι της Ελλάδας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ 2020), τα Γυμνάσια της Θεσσαλίας αποτελούν το 14,47% των Γυμνασίων πανελλαδικώς, και τα Λύκεία της το 13,79% των Λυκείων σε όλη την Ελλάδα (ενώ επιπλέον, οι εγγεγραμμένοι μαθητές στα Γυμνάσια της Θεσσαλίας αποτελούν το 6,7% του συνόλου των εγγεγραμμένων μαθητών στα

Γυμνάσια της χώρας και οι εγγεγραμμένοι μαθητές στα Λύκεια της Θεσσαλίας το 6,8% του συνόλου³⁰).

Η επιλογή του δείγματος πραγματοποιήθηκε με δειγματοληψία κατά συστάδες, η οποία έγινε σε δύο στάδια. Στο πρώτο στάδιο επιλέχθηκαν τυχαία, μέσω κλήρωσης (μέθοδος λοταρίας), από τον κατάλογο της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης – χωρίς να συμπεριληφθούν στην κλήρωση τα Εσπερινά, τα Εκκλησιαστικά και τα Σχολεία Δεύτερης Ευκαιρίας (καθώς μας ενδιέφερε ο μέσος έφηβος 12-17 ετών), αλλά ούτε τα σχολεία στα νησιά της Μαγνησίας (λόγω δυσκολίας να προσεγγιστούν γεωγραφικά) – τα σχολεία των Νομών Λαρίσης, Καρδίτσας, Τρικάλων και Μαγνησίας που θα συμμετείχαν στην έρευνα³¹. Για τον κάθε Νομό ξεχωριστά πραγματοποιήθηκαν δύο διαφορετικές κληρώσεις, μια για τα Λύκεια, μία για τα Γυμνάσια. Από τον Νομό Καρδίτσας και τον Νομό Τρικάλων κληρώθηκαν συνολικά τέσσερα σχολεία (ένα Γυμνάσιο και ένα Λύκειο από τον κάθε Νομό). Από τον Νομό Μαγνησίας κληρώθηκαν τρία σχολεία (δύο Λύκεια και ένα Γυμνάσιο) και από τον Νομό Λαρίσης τέσσερα σχολεία (τρία Γυμνάσια και δύο Λύκεια). Ο λόγος που επιλέχθηκαν περισσότερα σχολεία από τη Λάρισα και τη Μαγνησία ήταν διότι ο αριθμός των σχολικών μονάδων τους ήταν μεγαλύτερος συγκριτικά με τον αριθμό των σχολικών μονάδων στους υπόλοιπους Νομούς (ειδικά στον Νομό της Λαρίσας, οι σχολικές μονάδες ήταν σχεδόν διπλάσιες). Με αυτόν τον τρόπο επιδιώχθηκε το δείγμα να είναι αντιπροσωπευτικό τόσο γεωγραφικά (καθώς αντλήθηκε δείγμα από τον κάθε Νομό) όσο και ηλικιακά (εμπεριέχονταν τόσο παιδιά της πρώιμης εφηβείας, ήτοι 11 ως 14 ετών, όσο και παιδιά της μέσης, δηλαδή 15 ως 17 ετών) (Creswell, 2011 · Robson, 2010). Να σημειωθεί, επίσης, ότι στη Λάρισα έγινε μία ακόμα κλήρωση, που αφορούσε αποκλειστικά τα ιδιωτικά σχολεία, συμπεριλαμβανοντας, έτσι, στην έρευνα, και την παράμετρο της καλύτερης ενδεχομένως οικονομικοκοινωνικής κατάστασης των γονέων.

Πραγματοποιήθηκε, στη συνέχεια, η εξασφάλιση των απαραίτητων αδειών από την Επιτροπή Ηθικής και Δεοντολογίας του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων και από το Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων. Ακολούθησε τηλεφωνική συνομιλία με τους Διευθυντές των 12

³⁰Συγκεκριμένα, οι εγγεγραμμένοι μαθητές στα Γυμνάσια της Θεσσαλίας (χωρίς να συμπεριλαμβάνονται τα Εκκλησιαστικά Λύκεια και τα Σχολεία Δεύτερης Ευκαιρίας), σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για το 2019-2020, ήταν 21617, και για τα Γυμνάσια (εκτός των Εκκλησιαστικών Γυμνασίων) ήταν 15178.

³¹Συγκεκριμένα, ο αριθμός των Γυμνασίων, Γενικών και Ιδιωτικών, στην Περιφέρεια Θεσσαλίας είναι 115 (46 στον Ν. Λάρισα, 18 στον Ν. Καρδίτσας, 22 στον Ν. Τρικάλων, 29 στον Ν. Μαγνησίας) και ο αριθμός των Λυκείων, Γενικών, Ιδιωτικών και Επαγγελματικών ανέρχεται στα 101 (38 στον Ν. Λαρίσης, 18 στον Ν. Καρδίτσας, 19 στον Ν. Τρικάλων, 26 στον Ν. Μαγνησίας).

κληρωθέντων σχολικών μονάδων. Τρεις εκ αυτών αρνήθηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα για διάφορους λόγους (όπως αδυναμία να ανταπεξέλουν λόγω πολλής προσωπικής δουλειάς και δυσκολίας να δεχτούν επισκέπτες στο σχολείο λόγω της τρέχουσας υγειονομικής κρίσης). Μια εξέλιξη που δεν είχε προβλεφθεί από την ερευνήτρια και οδήγησε σε νέο αίτημα προς το Υπουργείο Παιδείας για επέκταση του αριθμού των σχολείων. Εντέλει, η λίστα οριστικοποιήθηκε. Τα σχολεία που συμμετείχαν ήταν τα ακόλουθα:

Πίνακας 2 – Σχολεία που συμμετείχαν στην έρευνα

A.A.	ΣΧΟΛΕΙΑ
1	4ο Γενικό Λύκειο Λάρισας
2	Γυμνάσιο με Λυκ.τάξεις Μακρυχωρίου
3	3ο Γυμνάσιο Λάρισας
4	Γυμνάσιο Αγιάς
5	Γυμνάσιο Μαίρης Ν. Ράπτου
6	2ο Γενικό Λύκειο Νέας Ιωνίας
7	9ο Γυμνάσιο Βόλου
8	2ο Γενικό Λύκειο Νέας Ιωνίας
9	7ο Πειραματικό Γυμνάσιο Τρικάλων
10	1ο ΕΠΑΛ Τρικάλων
11	1ο Γυμνάσιο Παλαμά
12	1ο Πειραματικό Λύκειο Καρδίτσας

Σε ένα δεύτερο στάδιο, μετά από συνεννόηση με τους Διευθυντές και τις Διευθύντριες των σχολικών μονάδων (και με τη σύμφωνη πάντα γνώμη του Συλλόγου Διδασκόντων), επιλέχθηκαν στην τύχη τόσα τμήματα όσα χρειαζόνταν, προκειμένου ο αριθμός των μαθητών από το κάθε σχολείο που συμμετείχε να φτάνει, πάνω κάτω, στους 40, ανάλογα πάντα με τη δυναμική της εκάστοτε σχολικής μονάδας και της διάθεσης των γονέων και των παιδιών να λάβουν μέρος στην έρευνα.

9.3.2. Διεξαγωγή έρευνας – Ζητήματα δεοντολογίας

Μετά την εξασφάλιση της συγκατάθεσης των σχολικών μονάδων, το επόμενο βήμα ήταν να δοθεί η συγκατάθεση των γονέων. Έτσι, έπειτα από συνεννόηση με την εκάστοτε Διεύθυνση των κληρωθέντων σχολικών μονάδων, αποφασίζονταν οι διαδικασίες που θα ακολουθούνταν σχετικά με τα Έντυπα Ενυπόγραφης Συγκατάθεσης των Γονέων, μέσω των οποίων οι γονείς ενημερώνονταν για τον σκοπό, το περιεχόμενο και τη μεθοδολογία της έρευνας³². Με εξαίρεση ένα σχολείο που επέλεξε την ηλεκτρονική προώθηση των εντύπων, σε όλα τα υπόλοιπα τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν σε έντυπη μορφή, προκειμένου να υπογραφούν από τους γονείς. Υπήρξαν σχολεία στα οποία το ενδιαφέρον ήταν μεγάλο και οι διαδικασίες γρήγορες, όπως, επίσης, υπήρξαν και σχολεία στα οποία παρατηρήθηκε μεγάλο ποσοστό άρνησης/αποχής, με τους Διευθυντές να απευθύνονται σε διάφορες τάξεις κάθε φορά, προκειμένου να επιτευχθεί ο επιθυμητός αριθμός. Δεν έλειψε, δε, και η περίπτωση ενός σχολείου, όπου η Διευθύντρια, αν και προώθησε τα έντυπα σε όλους τους γονείς των μαθητών, να λάβει απάντηση μόνο από έναν μικρό αριθμό (κάπου στους 20), σχολιάζοντας τη γενικότερη αδιαφορία γονέων και μαθητών στη συγκεκριμένη περιοχή όσον αφορά τις διάφορες εκδηλώσεις.

Όταν ολοκληρώθηκε η συγκέντρωση των εντύπων, ορίστηκαν οι πλέον κατάλληλες ημερομηνίες και ώρες για τις επισκέψεις, έτσι ώστε να μη διαταράσσεται η εύρυθμη λειτουργία των σχολείων. Οι επισκέψεις πραγματοποιήθηκαν από τον Σεπτέμβριο του 2021 μέχρι και τον Δεκέμβριο του 2021, τηρουμένων αυστηρά των οριζόμενων στις εκάστοτε Κοινές Υπουργικές Αποφάσεις ή/και Εγκυκλίου του ΥΠΑΙΘ που αφορούσαν τα μέτρα ασφαλούς λειτουργίας των εκπαιδευτικών μονάδων. Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν προσωπικά από την ερευνήτρια, η οποία συνοδευόταν πάντα από έναν υπεύθυνο καθηγητή.

Στα ερωτηματολόγια δεν υπήρχαν ερωτήσεις με ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα και δεν υπήρχε απολύτως κανένας κίνδυνος που να σχετίζεται με την έρευνα, ενώ επιπλέον, αποδόθηκαν αριθμοί στην πρώτη σελίδα (πάνω δεξιά), για να εξασφαλιστεί η ανωνυμία των μαθητών. Πριν τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, τα παιδιά ενημερώνονταν για τον σκοπό της έρευνας, την όλη διαδικασία, τη διασφάλιση της ανωνυμίας τους και τη δυνατότητά τους να διακόψουν την έρευνα οποιοδήποτε στιγμή. Γινόταν, κατόπιν, επεξήγηση συγκεκριμένων όρων που υπήρχαν στο ερωτηματολόγιο. Η ερευνήτρια ήταν παρούσα καθ'όλη τη διάρκεια της συμπλήρωσης των

³²Το έντυπο συναίνεσης προσκομίζεται στο Παράρτημα.

ερωτηματολογίων, απαντώντας σε διάφορες ερωτήσεις των παιδιών και δίνοντας διευκρινήσεις όπου χρειαζόταν.

Το κλίμα κατά τη διάρκεια της συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων ήταν ιδιαίτερα θετικό. Στα παιδιά άρεσε τόσο η όλη διαδικασία όσο και οι ερωτήσεις, με αρκετά από αυτά να κάνουν διάφορα σχόλια στο τέλος, όταν επέστρεφαν τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια τους (παραδείγματος χάριν: «Κυρία, πέρασα τέλεια!», «Πολύ καλές ερωτήσεις!», «Να μας ξανάρθετε!»). Υπήρξαν και τάξεις που ζήτησαν να ενημερωθούν σχετικά με τα αποτελέσματα της έρευνας, μόλις αυτή θα ολοκληρωνόταν.

Ενδιαφέρον είχε, επίσης, η αντίδραση αρκετών καθηγητών, καθώς και διευθυντών, όταν συζητούσαμε για το θέμα της έρευνας. Απογοητευμένοι οι ίδιοι με τους ‘σημερινούς έφηβους’, όπως τους αποκαλούσαν, μου είπαν ότι αμφιβάλουν αν θα βρεθεί κάποια θετική συσχέτιση μεταξύ της ενασχόλησης των εφήβων με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών τους στην πραγματική ζωή. Καταγράφονται ενδεικτικά δύο παραδείγματα: α) ένας καθηγητής γέλασε και είπε ότι «Αυτά δεν ξέρουν ούτε τι γιορτάζουμε στην 28^η Οκτωβρίου!», β) ένας διευθυντής αναφέρθηκε σε μια γελοιογραφία που έδειχνε ένα παιδί να κοιτάζει μια οθόνη, ενώ πίσω από το κεφάλι του έβγαιναν όλες οι πληροφορίες που έπαιρνε.

Αξιοσημείωτη, ακόμα, ήταν μια παρατήρηση που έκανε μια μαθήτρια Λυκείου, όταν επέστρεφε το συμπληρωμένο της ερωτηματολόγιο, λέγοντας ότι η ερώτηση του ερωτηματολογίου σχετικά με το φύλο του έφηβου πιθανόν να έφερνε σε δύσκολη θέση κάποιους συμμαθητές της. Όταν της εξηγήθηκε ότι τα παιδιά θα μπορούσαν να συμπληρώσουν το φύλο τους ανάλογα με το πώς ένιωθαν, απάντησε ότι κάποια παιδιά δεν έχουν αποφασίσει ακόμα για την ταυτότητά τους. Το σχόλιό της προβλημάτισε τόσο την ερευνήτρια όσο και την καθηγήτρια που ήταν παρούσα. Μετά από δύο μέρες, στο επόμενο σχολείο, έτυχε να συζητηθεί το συγκεκριμένο ζήτημα με μια ψυχολόγο, η οποία, αναφέροντας πως πρόκειται για ένα θέμα που έχει αναδυθεί τα τελευταία χρόνια, πρότεινε ότι ίσως θα έπρεπε να υπάρχει και μια τρίτη επιλογή στο Φύλο, δίπλα στο ‘Αγόρι’ και ‘Κορίτσι’, που να λέει ‘Δεν ξέρω/δεν απαντώ’.

Αναφορικά με τα ερωτηματολόγια που συγκεντρώθηκαν, ο αρχικός αριθμός έφτανε τα 493. Από αυτά, τα οκτώ αξιολογήθηκαν ως άκυρα, με το τελικό σύνολο να φτάνει στο τέλος τα

485. Ένας αριθμός 500 συμμετεχόντων περίπου, μειώνει το σφάλμα δειγματοληψίας, προσδίδοντας εγκυρότητα στην έρευνα. Για τον καθορισμό του συγκεκριμένου αριθμού, χρησιμοποιήθηκε ο πίνακας μεγέθους του Fowler. Με βάση το μαθηματικό τύπο του μεγέθους του δείγματος, το σφάλμα της δειγματοληψίας ορίστηκε στο 4%, που σημαίνει ότι η μέση τιμή του δείγματος θα διαφέρει από τη μέση τιμή του πραγματικού πληθυσμού μόνο σε τέσσερις περιπτώσεις στις εκατό. Εξασφαλίζεται, δηλαδή, ότι 95 στις 100 φορές (διάστημα εμπιστοσύνης 95%), η μέση τιμή του δείγματος θα έχει ίσες πιθανότητες (50%) να διαφοροποιείται για τους μαθητές στο 96% των περιπτώσεων (Creswell 2011: 673-4).

Επίσης, η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου ήταν ισχυρή. Στο τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου, η ανάλυση αξιοπιστίας για τις κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές συνολικά έδωσε α^{33} 0.907. Εντούτοις, μας ενδιαφέρουν εξίσου τα επιμέρους σύνολα των ερωτήσεων αυτού του μέρους που εξετάζαν διάφορες έννοιες κάθε φορά. Συγκεκριμένα, η ανάλυση αξιοπιστίας ήταν: α) α 0.812 για το *Ενδιαφέρον για την Πολιτική*, β) α 0.836 για την *Ικανότητα για Δράση*, γ) α 0.751 για τον *Συμμετοχικό Πολίτη*, δ) α 0.798 για τον *Υπεύθυνο Πολίτη*, ε) α 0.738 για τον *Πολίτη που Προσανατολίζεται προς τη Δικαιοσύνη*, ζ) α 0.812 για την *Επικοινωνία με τους Γονείς*, η) α 0.744 για τις *Προσδοκίες για το Μέλλον*. Στο τέταρτο μέρος, οι έξι ερωτήσεις που εξετάζαν τις παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες των παιδιών έδωσαν α 0.789. Όσο για το σύνολο των δηλώσεων πάνω στις συγκλίσεις των ηλεκτρονικών παιχνιδιών με τα εξεταζόμενα μέσα δημοφιλούς ψυχαγωγίας στο τέταρτο μέρος της έρευνας έδωσε α 0.999, μια σχεδόν τέλεια θετική γραμμική συσχέτιση, ενώ επιπλέον, οι παρεμφερείς δηλώσεις του Α Μέρους (που παρουσίαζαν τα δεδομένα αντίστροφα) έδωσαν α 0.730. Το ότι οι περισσότερες τιμές ήταν μεταξύ 7 και 9, δείχνει ότι το ερωτηματολόγιο μπόρεσε να εξάγει τις διαφορετικές απόψεις που πρέπει να εξάγονται από ένα ερωτηματολόγιο (Σκορδούλης 2020 · Taber 2018: 1293-1294). Ακολουθεί ο αντίστοιχος Πίνακας. (Στο Παράρτημα Δ, εμπεριέχονται αναλυτικά τα αποτελέσματα του ελέγχου αξιοπιστίας *Cronbach a*).

³³ Ο α του Cronbach είναι ένα κοινό μέτρο εσωτερικής συνοχής για να προσδιοριστεί πόσο τα στοιχεία μιας κλίμακας μετρούν την ίδια υποκείμενη διάσταση. Προσδιορίζει, δηλαδή, την εσωτερική συνοχή μεταξύ των ερωτήσεων που χρησιμοποιήθηκαν για τη μέτρηση της κάθε έννοιας (Σκορδούλης 2021).

Πίνακας 3 – Έλεγχος αξιοπιστίας Cronbach α

Ενότητα	Alpha	N
Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές	0.907	22
Ενδιαφέρον για πολιτική	0.812	3
Ικανότητα για δράση	0.836	5
Συμμετοχικός πολίτης	0.751	3
Υπεύθυνος πολίτης	0.798	4
Πολίτης που προσανατολίζεται προς τη δικαιοσύνη	0.738	3
Επικοινωνία με γονείς	0.812	2
Προσδοκίες για το μέλλον	0.744	2
Παχυνδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες	0.789	6
Συσχετίσεις μέσω δημοφιλούς ψυχαγωγίας-Δ Μέρος	0.999	5
Συσχετίσεις μέσω δημοφιλούς ψυχαγωγίας-A Μέρος	0.730	5

10. Αποτελέσματα του Πρώτου Μέρους της Έρευνας

Τα αποτελέσματα της έρευνας, για την εξαγωγή των οποίων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SPSS, παρουσιάζονται σε τέσσερις ενότητες. Στην πρώτη ενότητα γίνεται μια πρώτη παρουσίαση του πληθυσμού-δείγματος μέσω περιγραφικών στοιχείων. Στη δεύτερη ενότητα δίνονται στοιχεία για τις στάσεις και συμπεριφορές των έφηβων παικτών απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Στην τρίτη ενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που αφορούν τις προτιμήσεις και συνήθειες των παιδιών σχετικά με τα τέσσερα εξεταζόμενα μέσα δημοφιλούς ψυχαγωγίας, σε συνάρτηση πάντα με την ενασχόληση με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Στην τέταρτη ενότητα καταγράφονται τα αποτελέσματα, όσον αφορά τη συσχέτιση της ενασχόλησης των εφήβων με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια με την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή.

Αρχικά, να σημειωθεί ότι έγιναν τρεις βασικές κατηγοριοποιήσεις του δείγματος. Για τον προσδιορισμό της κάθε κατηγορίας πραγματοποιήθηκε μια συνδυαστική αξιολόγηση των υπάρχοντων καταγεγραμμένων δεδομένων. Η πρώτη κατηγορία αφορά τους ‘μη παίκτες’- ‘παίκτες’. Ειδικότερα, το δείγμα διακρίθηκε σε δύο κατηγορίες: α) παίκτης, β) μη παίκτης.

Ως ‘μη παίκτες’ ορίστηκαν εκείνοι οι έφηβοι που:

1. απάντησαν ‘δεν παίζω’ στην ερώτηση σχετικά με τη συχνότητα ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια
2. δεν συμπλήρωσαν το Δ Μέρος του ερωτηματολογίου, που αφορούσε μόνο τους παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών
3. δεν απάντησαν στο ερώτημα για τη διάρκεια του παιχνιδιού. Όσοι, ωστόσο, δήλωσαν ότι δεν παίζουν, αλλά στην ερώτηση για τον χρόνο που αφιερώνουν όταν παίζουν, σημείωσαν ‘05 με 30’ λεπτά’ (ή περισσότερο), ή/και συμπλήρωσαν, επιπλέον, το Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου, εντάχθηκαν στην κατηγορία του ‘παίκτη’, αλλά του ‘απλού’.

Ως ‘παίκτες’ ορίστηκαν οι έφηβοι που:

1. απάντησαν στην ερώτηση για το πόσο συχνά παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια
2. συμπλήρωσαν το Δ Μέρος του ερωτηματολογίου

Σημείωση: στην κατηγορία του παίκτη συμπερίληφθηκαν και 26 έφηβοι οι οποίοι στην ερώτηση ‘Πόσο συχνά παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια;’, απάντησαν ‘Δεν παίζω’, αλλά, συγχρόνως, συμπλήρωσαν το Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου, που απευθυνόταν μόνο σε παίκτες, ή/και δήλωσαν χρονική διάρκεια παιζίματος στην ερώτηση ‘Όταν παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια, πόση ώρα παίζεις συνήθως;’.

Στο πλαίσιο της κατηγορίας ‘παίκτης ηλεκτρονικών παιχνιδιών’ πραγματοποιήθηκε η δεύτερη κατηγοριοποίηση και διαμορφώθηκαν δύο υποκατηγορίες: α) απλός παίκτης, β) έμπειρος παίκτης.

Η διαμόρφωση της υποκατηγορίας ‘έμπειρος παίκτης’ έγινε μετά από μελέτη του κάθε συμμετέχοντα ξεχωριστά. Για να θεωρηθεί ένας παίκτης ‘έμπειρος’, θα έπρεπε να παίζει συχνά και αρκετή ώρα, να δηλώνει έμπειρος, να έχει τουλάχιστον δύο χρόνια εμπειρίας, να έχει γράψει τίτλους αγαπημένων παιχνιδιών και να είναι ενεργός παίκτης στην παρούσα φάση. Αναλυτικότερα, για την ένταξη του έφηβου στην κατηγορία του ‘έμπειρου παίκτη’, θα έπρεπε να εξεταστούν συνδυαστικά οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

1. να παίζει κάθε μέρα ή 2-3 φορές την εβδομάδα ή, σε συγκεκριμένες περιπτώσεις συμμετεχόντων, Σαββατοκύριακα. Ειδικότερα, αν δηλώσει ότι παίζει τα Σαββατοκύριακα, ότι η διάρκεια του παιχνιδιού του είναι πάνω από δύο ώρες, και σε ελάχιστες περιπτώσεις μία με δύο ώρες, χαρακτηρίζει τον εαυτό του έμπειρο παίκτη και έχει πάνω από τρία-τέσσερα χρόνια εμπειρίας (σε συνδυασμό πάντα και με την ηλικία του), εντάσσεται στην κατηγορία του έμπειρου παίκτη
2. να παίζει μία με δύο ώρες ή πάνω από δυο ώρες. Αν, πάλι, ένας έφηβος δηλώσει ότι παίζει μισή με μία ώρα αλλά σε καθημερινή βάση (και σε λιγότερες περιπτώσεις, δυο με τρεις φορές την εβδομάδα), και ισχύουν όλες οι υπόλοιπες προϋποθέσεις, εντάσσεται στην κατηγορία του έμπειρου παίκτη
3. να ασχολείται με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια δύο χρόνια ή περισσότερο. Στην περίπτωση, όμως, που παίζει δύο χρόνια και πάνω, αλλά δεν παίζει συχνά, δεν παίζει πολύ ή/και δεν αναφέρει τίτλους ηλεκτρονικών παιχνιδιών, τότε θα ενταχθεί στην ομάδα του απλού παίκτη
4. να απαντήσει θετικά στην ερώτηση για το αν θα χαρακτήριζε τον εαυτό του έμπειρο παίκτη. Υπάρχει, ασφαλώς, πάντα η περίπτωση ένας παίκτης να είναι αυστηρός με τον εαυτό του, γι’ αυτό αν ένας έφηβος απαντήσει αρνητικά αλλά πληροί τις παραπάνω

προϋποθέσεις, συν του ότι αναφέρει αγαπημένους τίτλους ηλεκτρονικών παιχνιδιών που παίζει, θα αντιμετωπιστεί ως έμπειρος παίκτης

5. να είναι ενεργός παίκτης. Αν συνήθιζε, για παράδειγμα, να παίζει στο παρελθόν συχνά και για πολλή ώρα, αλλά όχι τώρα πια, τότε θα ενταχθεί στην ομάδα του ‘απλού παίκτη’
6. να έχει σημειώσει τίτλους αγαπημένων παιχνιδιών

Με βάση όλα τα παραπάνω, η διαμόρφωση της υποκατηγορίας ‘απλός παίκτης’ έγινε λαμβάνοντας υπόψη τα εξής βασικά κριτήρια:

1. να παίζει Σαββατοκύριακα ή λιγότερο συχνά
2. να παίζει 05 με 30 λεπτά ή μισή με μία ώρα
3. να ασχολείται με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια έναν χρόνο ή λιγότερο
4. να απαντήσει αρνητικά στην ερώτηση για το αν θα χαρακτήριζε τον εαυτό του έμπειρο παίκτη.
5. να μην έχει γράψει τίτλους αγαπημένων παιχνιδιών

Υποσημείωση: Στις ελάχιστες περιπτώσεις όπου η κατάταξη ενός παίκτη σε μία από τις δύο κατηγορίες ήταν δύσκολο να πραγματοποιηθεί, ελεγχόταν το προφίλ του παίκτη γενικότερα.

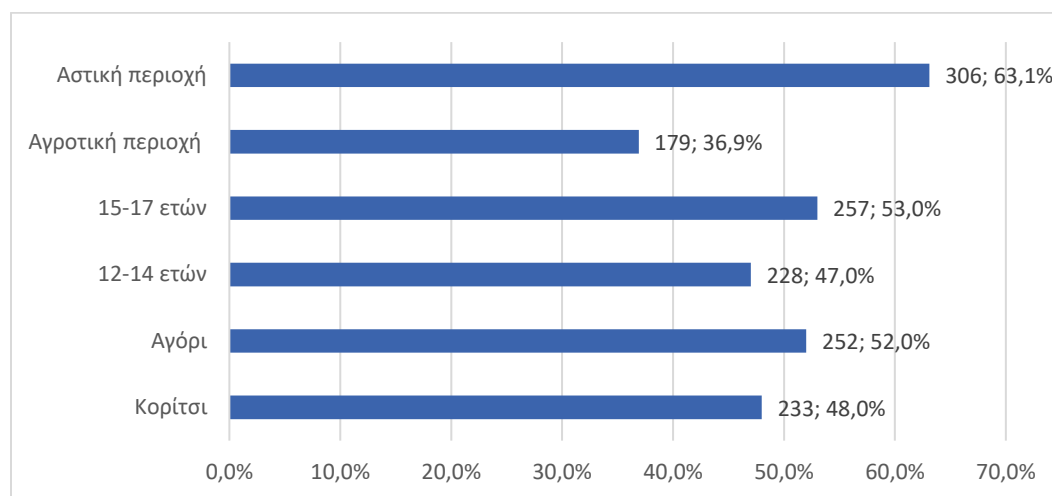
Η τρίτη κατηγοριοποίηση αφορά τις παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες. Συγκεκριμένα, οι παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών ταξινομήθηκαν σε τρεις κατηγορίες: α) σε αυτούς που είχαν πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, β) σε αυτούς που είχαν μεσαίες, γ) σε αυτούς που είχαν λίγες.

10.1. Γενικά στοιχεία

Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 252 αγόρια (52%) και 233 κορίτσια (48%). Το 47% των συμμετεχόντων ανήκει στην πρώιμη εφηβική περίοδο (12 ως 14 ετών) και το 53% στη μέση εφηβική περίοδο (15 ως 17 ετών), όπως φαίνεται στο Γράφημα 1. Το 63,1% των εφήβων κατοικεί σε αστική περιοχή και το ένα τρίτο περίπου (36,9%) μένει σε αγροτική. Επίσης, τα μισά περίπου παιδιά του δείγματος (ένα 49,5%) πηγαίνουν σε Γενικό Δημόσιο Σχολείο, το ένα πέμπτο περίπου

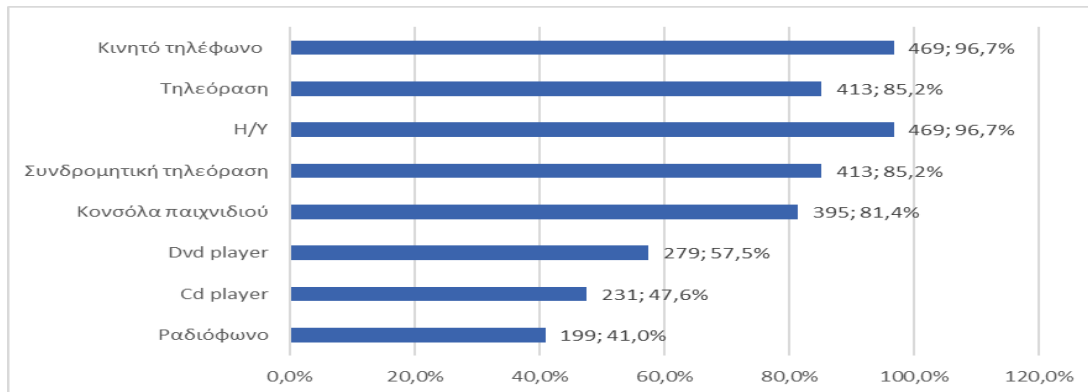
σε Πειραματικό Δημόσιο Σχολείο (26%), ένα 13% σε Επαγγελματικό Τεχνικό Λύκειο και ένα 11,3% σε Ιδιωτικό.

Γράφημα 1 – Προφίλ συμμετεχόντων



Το σύνολο σχεδόν των εφήβων έχει κινητό τηλέφωνο (96,7%), το 81,4% υπολογιστή, φορητό ή σταθερό, το 47,6% κάποια κονσόλα παιχνιδιού και ένα 41% dvd player. Μόνο το ένα τρίτο περίπου των συμμετεχόντων κατέχει συσκευές cd player και ραδιοφώνου. Τηλεόραση έχει το 85,2% και συνδρομητική τηλεόραση (παραδείγματος χάριν, Netflix) έχει το 57,5% (βλ. γράφημα 2). Να σημειωθεί, επιπλέον, πως ένα 2,4% που έγραψε ότι έχει συνδρομητική τηλεόραση, δεν δήλωσε ότι έχει τηλεόραση γενικότερα. Αυτή η αντίφαση μάς οδηγεί στις εξής υποθέσεις: α) ο γράφων δεν βλέπει καθόλου συμβατική τηλεόραση και γι' αυτό θεώρησε σωστό να απαντήσει αρνητικά στο αν έχει τηλεόραση, β) θεωρεί τη συνδρομητική τηλεόραση ως κάτι το εντελώς ξεχωριστό.

Γράφημα 2 – Συσκευές που έχουν οι έφηβοι



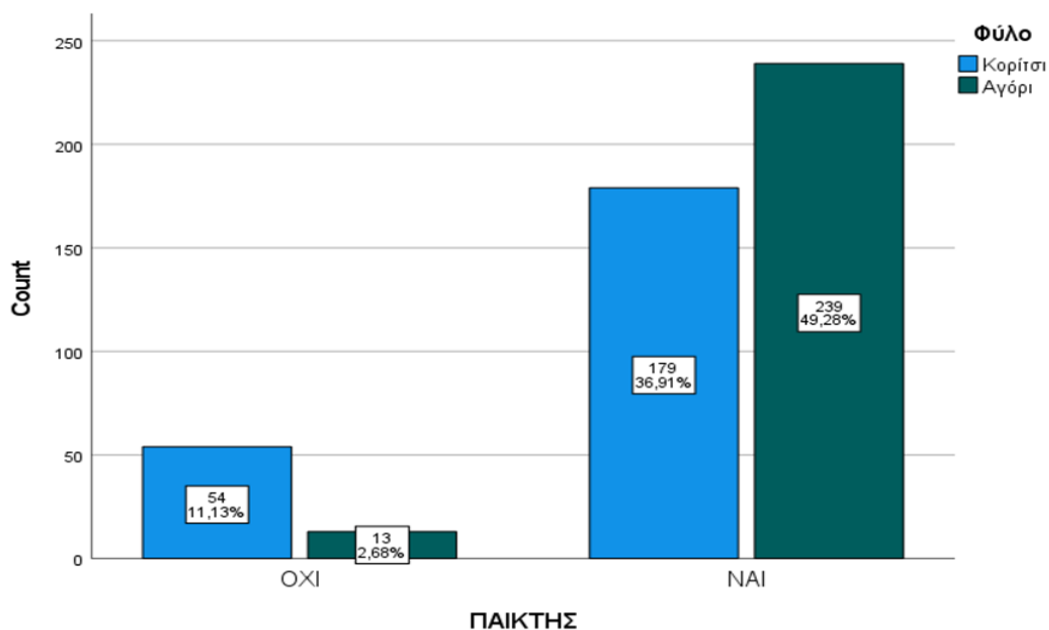
Στο ερώτημα για το πόσο συχνά παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια, 93 έφηβοι από τους 485 (ένα 19,2%) δήλωσαν ότι δεν παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια. Από τα 93 παιδιά που δήλωσαν ότι δεν παίζουν, τα 75 είναι κορίτσια (80,6%) και τα 18 αγόρια (19,4%), ενώ επιπλέον, οι 39 εκ αυτών, συμπλήρωσαν το Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου, που ήταν αποκλειστικά για παίκτες. Στην παρούσα έρευνα, όταν μιλάμε για ‘μη παίκτες’, θα αναφερόμαστε συνολικά σε 67 έφηβους αριθμός που προσδιορίστηκε σύμφωνα με τα κριτήρια που ορίσαμε πρωτύτερα σχετικά με την κατηγοριοποίηση. Οι παίκτες φτάνουν στους 418, με τους 227 να έχουν αξιολογηθεί ως έμπειροι παίκτες και 191 ως απλοί παίκτες, ενώ επιπλέον, οι 239 είναι αγόρια και οι 179 κορίτσια. Επιπλέον, από τους 418 παίκτες, οι 25 δεν απάντησαν στο Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου (κάτι για το οποίο μόνο υποθέσεις μπορούμε να κάνουμε. Μπορεί, για παράδειγμα, να βαρέθηκαν να το συμπληρώσουν μέχρι τέλους ή να ήθελαν να βγούνε έξω με τους φίλους τους που τέλειωσαν τη συμπλήρωση νωρίτερα).

Πίνακας 4 – Πόσοι έφηβοι είναι παίκτες και πόσοι μη παίκτες; Πόσοι είναι απλοί παίκτες και πόσοι έμπειροι;

	%	N
Μη παίκτες	13.8%	67
Παίκτες	86.2%	418
Σύνολο	100.0%	485

Απλοί παίκτες	45.7%	191
Έμπειροι παίκτες	54.3%	227
Σύνολο	100%	418

Γράφημα 3 – Αριθμός παικτών με κριτήριο το φύλο



10.2. Συμπεριφορές των έφηβων παικτών απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια

Για να καταγράψουμε τις συμπεριφορές των εφήβων απέναντι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια, διερευνήσαμε τη συχνότητα με την οποία παίζουν βιντεοπαιχνίδια, τη χρονική διάρκεια παιξίματος και το κοινωνικό πλαίσιο του παιχνιδιού. Διερευνήθηκαν, ακόμα, οι πηγές πληροφόρησής τους για τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, καθώς επίσης και οι συσκευές στις οποίες προτιμούν να παίζουν. Επιπλέον, στην υποενοότητα αυτή συμπεριλάβαμε και την καταγραφή των

ωρών που ξοδεύει γενικότερα ο έφηβος παίκτης μπροστά σε μια οθόνη για ψυχαγωγικούς λόγους, ένας εκ των οποίων είναι το παίξιμο των βιντεοπαιχνιδιών.

10.2.1. Έλεγχος υποθέσεων σχετικά με τη συχνότητα και τη διάρκεια παιχνιδιού ηλεκτρονικών παιχνιδιών με βάση το φύλο

Μια από τις τρεις βασικές υποθέσεις της έρευνας ήταν η αναζήτηση στατιστικά σημαντικών διαφορών, όσον αφορά τη συχνότητα και τη διάρκεια παιχνιδιού ηλεκτρονικών παιχνιδιών με βάση το φύλο. Οι υποθέσεις ήταν:

H0: Δεν υπάρχουν διαφορές μεταξύ αγοριών και κοριτσιών όσον αφορά τη συχνότητα και τον χρόνο που αφιερώνουν οι έφηβοι στα ηλεκτρονικά παιχνίδια.

H3: Τα αγόρια παίζουν πιο συχνά και για μεγαλύτερη διάρκεια συγκριτικά με τα κορίτσια.

Προκειμένου να ελέγχουμε τη διαφορά των μέσων των δύο δειγμάτων (των αγοριών και των κοριτσιών), έγινε, πρώτα, έλεγχος για την κανονικότητα των δεδομένων με τον έλεγχο υποθέσεων Kolmogorov-Smirnov. Ως επίπεδο σημαντικότητας p -level (α) ορίστηκε το 5%, καθώς στις κοινωνικές επιστήμες έχει καθοριστεί ότι για να έχουμε στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα, η πιθανότητα σφάλματος θα πρέπει να είναι το πολύ 0.05, δηλαδή 5% (Ρούσσο, 2015 · Σκορδούλης, 2021). Ο έλεγχος Kolmogorov-Smirnov για τις μεταβλητές του φύλου και της συχνότητας παιχνιδιού, καθώς επίσης για τις μεταβλητές του φύλου και της διάρκειας παιχνιδιού, έδειξε ότι είναι στατιστικά σημαντικές ($U:13869,500$, $p<0.001$ και $U:10242,500$, $p<0.001$ αντιστοίχως), και συνεπώς ισχύει η υπόθεση H_1 του ελέγχου Kolmogorov-Smirnov, σύμφωνα με την οποία τα δεδομένα δεν ακολουθούν κανονική κατανομή. (Οι πίνακες κανονικότητας παρατίθενται στο Παράρτημα Ε). Κατάλληλος, λοιπός, έλεγχος για να συγκριθούν οι μέσοι των δύο δειγμάτων από διαφορετικούς πληθυσμούς κρίθηκε ο έλεγχος Mann-Whitney.

Το αποτέλεσμα του ελέγχου Mann-Whitney για τις μεταβλητές του φύλου και της συχνότητας παιχνιδιού ηλεκτρονικών παιχνιδιών έδειξαν ότι η σημαντικότητα είναι ίση με .001, που σημαίνει ότι είναι μικρότερη από το επίπεδο σημαντικότητας p -level=0.05. Κατ' επέκταση απορρίπτεται η υπόθεση H_0 της στατιστικά σημαντικής ισότητας, και ισχύει η υπόθεση H_1 του ελέγχου που λέει ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο φύλων. Όπως

φαίνεται από τον Πίνακα 1, η μέση τιμή για τα αγόρια είναι 7.01 και για τα κορίτσια 5.80. Τα αγόρια, δηλαδή, παίζουν συχνότερα από τα κορίτσια.

Πίνακας 5 – Έλεγχος Mann-Whitney για τη συχνότητα παιζίματος ηλεκτρονικών παιχνιδιών

	Φύλο	N	ΜΤ	ΤΑ	U	p
Συχνότητα παιζίματος	Κορίτσια	179	5.69	2.352	13869.500	<0.001
βιντεοπαιχνιδιών	Αγόρια	239	7.01	1.506		

Αντιστοίχως, ο έλεγχος Mann-Whitney για τις μεταβλητές του φύλου και της διάρκειας παιζίματος ηλεκτρονικών παιχνιδιών έδωσε πάλι p-value ίση με .001, που σημαίνει ότι ισχύει η H1 του ελέγχου, και συνεπώς ότι η διάρκεια του παιχνιδιού ανάμεσα στα δύο φύλα διαφέρει σε στατιστικά σημαντικό βαθμό. Η μέση τιμή για τα αγόρια είναι 4.20 και για τα κορίτσια 3.21· τιμές που δηλώνουν ότι τα αγόρια παίζουν για περισσότερο χρόνο σε σχέση με τα κορίτσια.

Πίνακας 6 – Έλεγχος Mann-Whitney για τη διάρκεια παιζίματος ηλεκτρονικών παιχνιδιών

	Φύλο	N	ΜΤ	ΤΑ	U	p
Διάρκεια παιζίματος	Κορίτσια	179	3.21	1.054	10242.500	<0.001
βιντεοπαιχνιδιών	Αγόρια	239	4.20	0.856		

10.2.2. Συχνότητα και διάρκεια ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια – Πού παίζουν – Πηγές πληροφόρησης – Κοινωνικό πλαίσιο

Συχνότητα και διάρκεια ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια

Στην ερώτηση ‘Πόσο συχνά παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια;’ απάντησαν 370 έφηβοι (από το σύνολο των 418 παικτών, δηλαδή, το 88,5%). Από τους έφηβους που προσδιορίστηκαν ως

παίχτες, ένα 32,6% δήλωσε ότι παίζει σε καθημερινή βάση, με τα αγόρια να ξεπερνούν σε αριθμό τα κορίτσια: ένα 48% των αγοριών παίζει καθημερινά έναντι ενός 15,9% των κοριτσιών. Περισσότερα από τα κορίτσια είναι, επιπλέον, τα αγόρια που δήλωσαν ότι παίζουν 2-3 φορές την εβδομάδα ή τα Σαβ/κα, αν και οι διαφορές μεταξύ των δύο φύλων είναι μικρές. Για παράδειγμα, 2 με 3 φορές την εβδομάδα παίζει βιντεοπαιχνίδια ένα 23% των αγοριών και ένα 19,3% των κοριτσιών. Λιγότερο συχνά συνηθίζουν να παίζουν τα κορίτσια σε σχέση με τα αγόρια, με ένα 13,7% των κοριτσιών να δηλώνει ότι παίζει 2-3 φορές τον μήνα, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των αγοριών που έδωσε την παραπάνω απάντηση είναι 5,6%. Υπήρχε, επίσης, ένα 1,9% των συμμετεχόντων που δεν έδωσε συγκεκριμένη απάντηση, αλλά δήλωσε ότι παίζει, παραδείγματος χάριν, όταν δεν έχει σχολικά καθήκοντα ή ανάλογα με τη διάθεσή του.

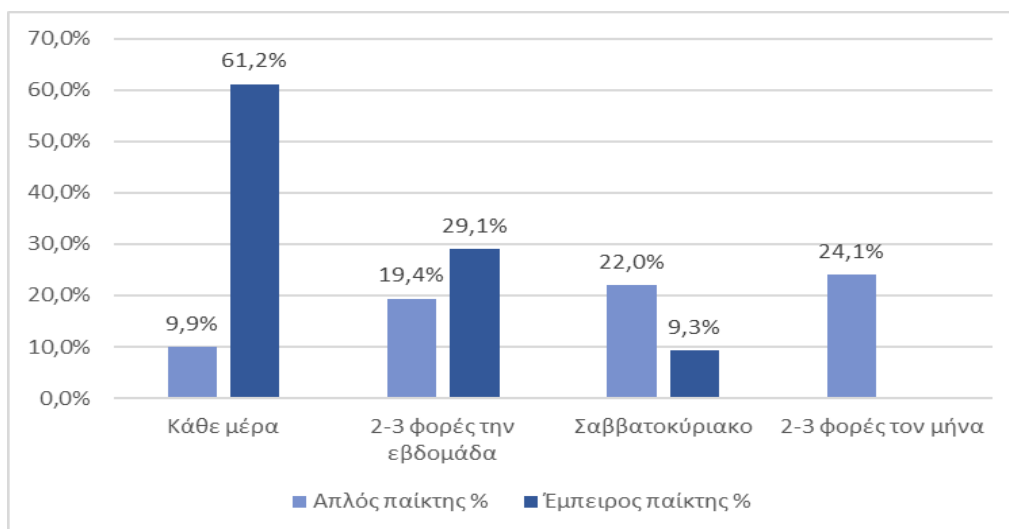
Επίσης, παρατηρήθηκε μια πολύ μικρή διαφορά ανάμεσα στους μαθητές του Γυμνασίου και του Λυκείου, με τους μαθητές του Λυκείου να είναι πιο συχνοί παίκτες σε σχέση με εκείνους του Γυμνασίου, παίζοντας σε μεγαλύτερο βαθμό καθημερινά (33,5%:31,6%) ή 2 με 3 φορές την εβδομάδα (22,6%:19,7%). Αντιθέτως, τα Σαββατοκύριακα, συνηθίζουν να παίζουν περισσότερο τα παιδιά του Γυμνασίου: ένα 18% των εφήβων 12-14 ετών δήλωσε ότι παίζει τα Σαβ/κα έναντι ενός 8,6% των εφήβων 14-17 ετών. Η απάντηση 'δεν παίζω' επιλέχθηκε από περισσότερους μαθητές Λυκείου από ότι Γυμνασίου (24,1%:13,6%).

Πίνακας 7 – Συχνότητα παιζίματος ηλεκτρονικών παιχνιδιών

Πόσο συχνά παίζουν	Όλοι		Αγόρι		Κορίτσι		12-14 ετών		15-17 ετών	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
βιντεοπαιχνίδια;										
2-3 φορές τον μήνα	46	9.5%	14	5.6%	32	13.7%	26	11.4%	20	7.8%
Σαββατοκύριακο	63	13.0%	35	13.9%	28	12.0%	41	18.0%	22	8.6%
2-3 φορές την εβδομάδα	103	21.2%	58	23.0%	45	19.3%	45	19.7%	58	22.6%
Κάθε μέρα	158	32.6%	121	48.0%	37	15.9%	72	31.6%	86	33.5%

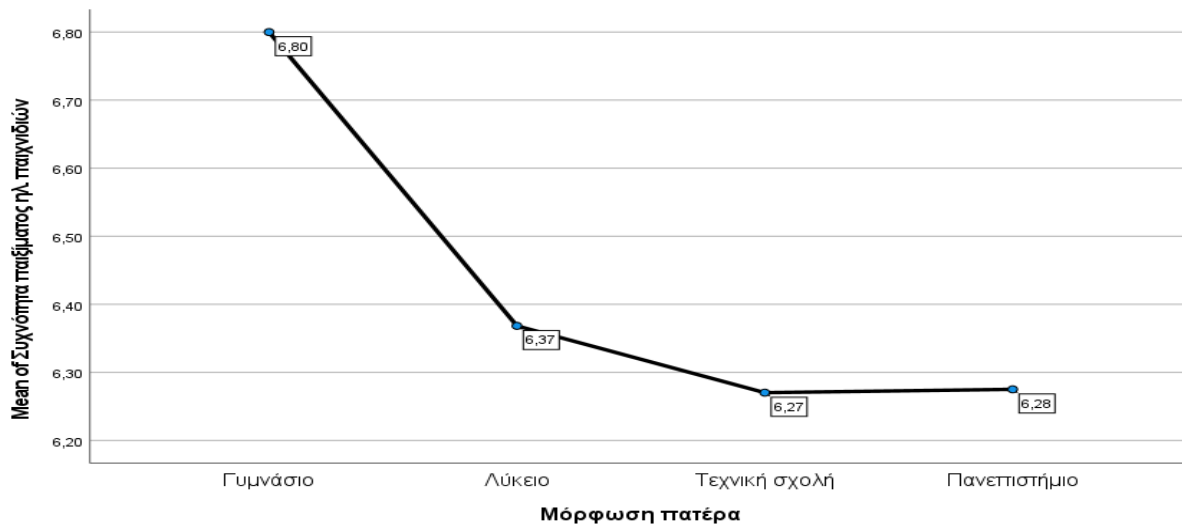
Όπως ήταν αναμενόμενο, οι έμπειροι παίκτες, οι οποίοι παίζουν συχνότερα από τους απλούς, επέλεξαν κυρίως τις απαντήσεις ‘κάθε μέρα’ (ένα 61,2% των έμπειρων έναντι ενός 9,9 % των απλών), ‘2 με 3 φορές την εβδομάδα’ (ένα 29,1% των έμπειρων έναντι ενός 19,4% των απλών) και ‘Σαββατοκύριακο’ (ένα 22% των έμπειρων έναντι ενός 9,3% των απλών). Απαντήσεις που αναφέρονταν σε πιο αραιά χρονικά διαστήματα επιλέχθηκαν μόνο από τους απλούς παίκτες. Για παράδειγμα, το 24,1% των απλών παικτών δήλωσε ότι παίζει βιντεοπαιχνίδια ‘2 με 3 φορές τον μήνα’.

Γράφημα 4 – Συχνότητα παιζίματος ηλεκτρονικών παιχνιδιών με βάση τον τύπο του παίκτη



Επίσης, μέσω του ελέγχου Kruskal-Wallis, βρέθηκε να υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στη συχνότητα παιζίματος βιντεοπαιχνιδιών και στο μορφωτικό επίπεδο του πατέρα. (Ο σχετικός πίνακας παρατίθεται στο Παράρτημα Ζ). Παρατηρήθηκε πως όσο αυξάνεται το επίπεδο μόρφωσης του πατέρα, τόσο μειώνεται η συχνότητα παιζίματος βιντεοπαιχνιδιών των παιδιών τους, αποτέλεσμα που έρχεται σε αντίθεση με την έρευνα των Αντωνίου και Στόικου (2009), οι οποίοι είχαν βρει συσχέτιση μεταξύ του υψηλού μορφωτικού επιπέδου των γονέων και της μεγαλύτερης ενασχόλησης των εφήβων με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια.

Γράφημα 5 – Σχέση μεταξύ συχνότητας παιχνιδιού και μορφωτικού επιπέδου πατέρα



Διάρκεια παιχνιδιού

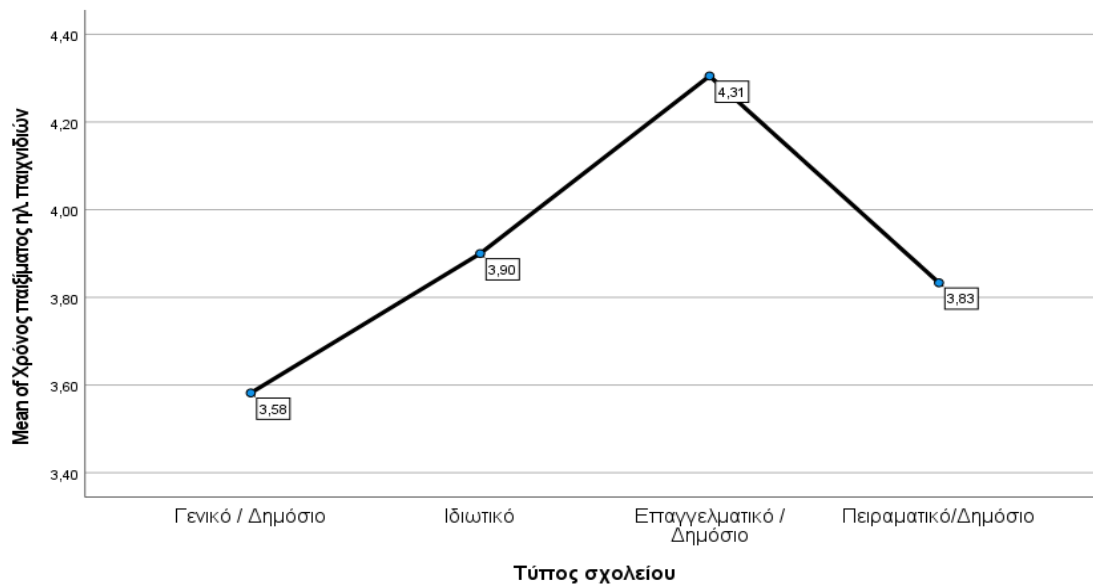
Το 31,8% των εφήβων παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια για περισσότερες από δύο ώρες, εκ των οποίων οι περισσότεροι είναι αγόρια (ένα 44,4% έναντι ενός 14,5% των κοριτσιών), μαθητές Λυκείου (ένα 36,4% έναντι ενός 26,1% των μαθητών του Γυμνασίου) και ανήκουν στην κατηγορία του έμπειρου παίκτη (ένα 49,8% έναντι ενός 9,7% των απλών παικτών). Αντιθέτως, τα περισσότερα κορίτσια συνηθίζουν να παίζουν για λιγότερη ώρα, με ένα 32,4% να δηλώνει, για παράδειγμα, ότι παίζει '05 με 30 λεπτά', όταν το αντίστοιχο ποσοστό των αγοριών είναι 4,2%. Μεγάλη διαφορά παρατηρείται μεταξύ του απλού και του έμπειρου παίκτη, όσον αφορά τη διάρκεια του παιχνιδιού. Ένα 49,8% των έμπειρων παικτών παίζει πάνω από δύο ώρες, με το αντίστοιχο ποσοστό των απλών παικτών να είναι 9,7%. Αντιθέτως, οι απλοί παίκτες παίζουν για λιγότερη ώρα, με το 35,7% να δηλώνει ότι συνηθίζει να παίζει για '05 με 30 λεπτά' (όταν κανένας έμπειρος παίκτης δεν επέλεξε τη συγκεκριμένη απάντηση) και το 35,1% για 'μισή με μία ώρα' (με το αντίστοιχο ποσοστό των έμπειρων παικτών να είναι 9,7%).

Πίνακας 8 – Διάρκεια παιξίματος ηλεκτρονικών παιχνιδιών

Πόση ώρα παίζεις συνήθως;	Παίκτης %	Απλός παίκτης %	Έμπειρος παίκτης %	Αγόρι %	Κορίτσι %	12-14 ετών %	15-17 ετών %
05-30 λεπτά	16%	35.7%	0.00%	6.1%	35.7%	17.7%	19.7%
μισή-μία ώρα	21.1%	35.10%	9.70%	15.9%	26.9%	23.4%	17.9%
μία-δύο ώρες	31.1%	19.50%	40.50%	34.7%	23.6%	32.5%	27.5%
δύο ώρες +	31.8%	9.70%	49.80%	43.3%	13.7%	26.3%	34.9%

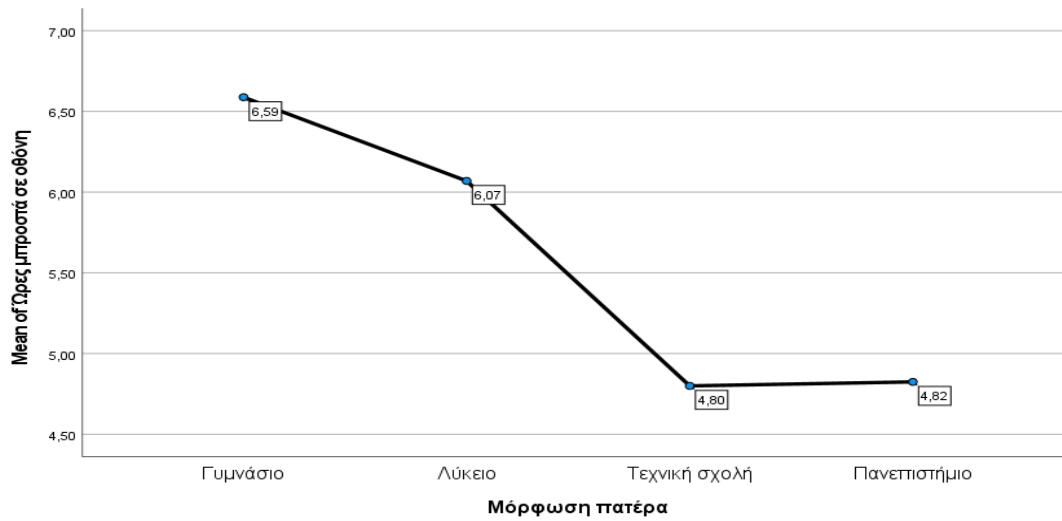
Επίσης, μέσω του ελέγχου Kruskal-Wallis, βρέθηκε στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στον χρόνο που αφιερώνουν οι έφηβοι παίζοντας βιντεοπαιχνίδια και στον τύπο σχολείου. (Ο Πίνακας παρατίθεται στο Παράρτημα Ζ). Ειδικότερα, οι έφηβοι που παίζουν πολλές ώρες ηλεκτρονικά παιχνίδια, είναι έφηβοι που πηγαίνουν σε Τεχνικά Επαγγελματικά Λύκεια. Ίσως αυτό να οφείλεται στις λιγότερες απαιτήσεις που ενδεχομένως έχουν οι γονείς αλλά και οι καθηγητές από τα παιδιά που επιλέγουν σχολεία επαγγελματικής κατεύθυνσης, κάτι που τα επιτρέπει, κατ' επέκταση, να έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο. Στο Γράφημα 6 που ακολουθεί, μπορεί να παρακολουθήσει κανείς τη σχέση μεταξύ της διάρκειας παιξίματος και του συγκεκριμένου τύπου σχολείου.

Γράφημα 6 – Σχέση μεταξύ διάρκειας παιχνιδιού και τύπου σχολείου

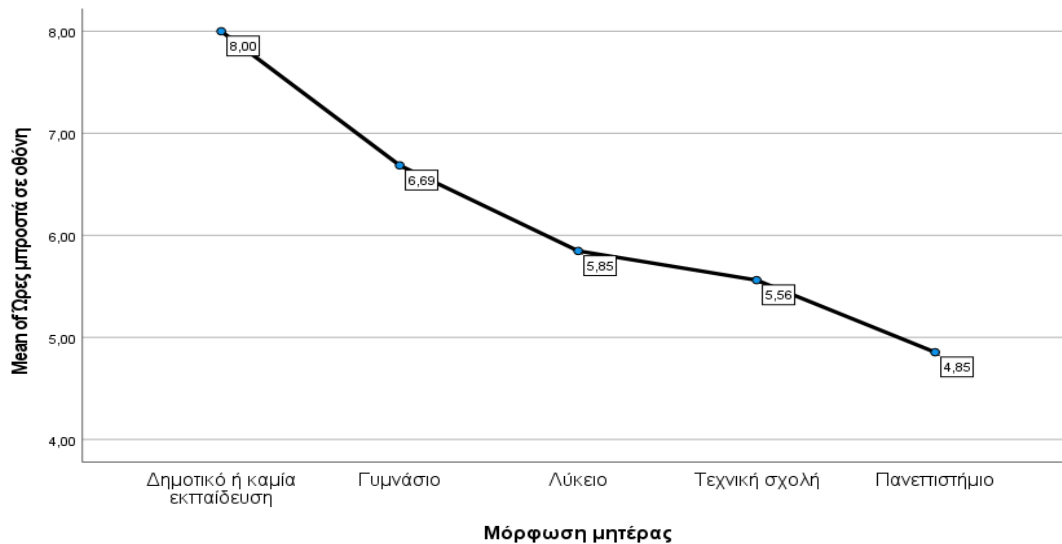


Όπως διαπιστώθηκε, επιπλέον, μέσω του ελέγχου Kruskal-Wallis, όσο υψηλότερο είναι το μορφωτικό επίπεδο των γονέων, τόσο της μητέρας όσο και του πατέρα, τόσο μικρότερη είναι η διάρκεια παραμονής του έφηβου μπροστά σε μια οθόνη για ψυχαγωγικούς λόγους (στους οποίους συμπεριλαμβάνεται και το παίξιμο βιντεοπαιχνιδιών). (Στο Παράρτημα Ζ μπορεί να δει κανείς τους αντίστοιχους Πίνακες). Στα Γραφήματα 7 και 8 που ακολουθούν, αποτυπώνεται η σχέση μεταξύ των ωρών που διαθέτει ο έφηβος μπροστά σε μια οθόνη για ψυχαγωγικούς λόγους και του μορφωτικού επιπέδου των γονέων.

Γράφημα 7 – Σχέση μεταξύ ωρών μπροστά σε μια οθόνη για ψυχαγωγία και μορφωτικού επιπέδου πατέρα



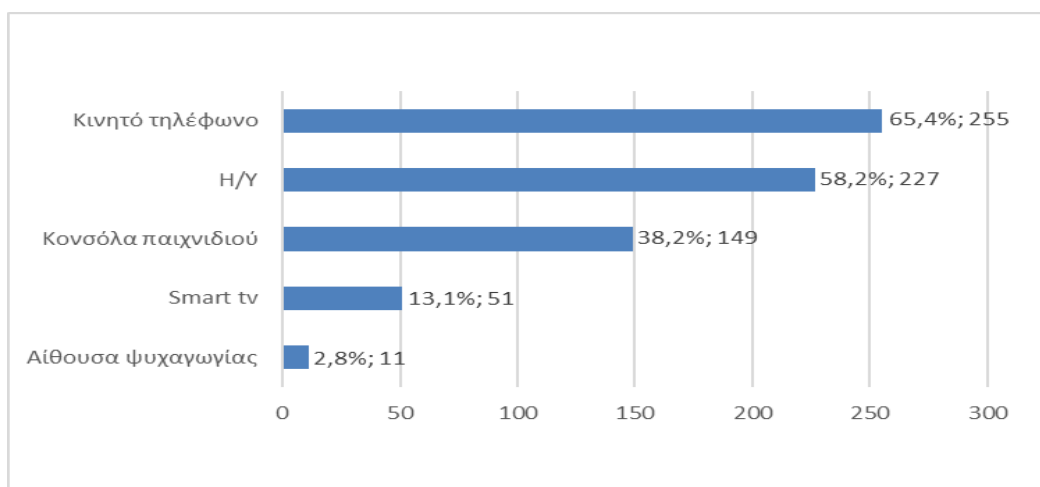
Γράφημα 8 – Σχέση μεταξύ ωρών μπροστά σε μια οθόνη για ψυχαγωγία και μορφωτικού επιπέδου μητέρας



Πού παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια;

Στη συγκεκριμένη ερώτηση απάντησε το 99,2% των έφηβων παικτών που συμπλήρωσε το Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου (390 παίκτες στους 393). Το κινητό τηλέφωνο αποτελεί τη συσκευή εκείνη στην οποία συνηθίζουν να παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια οι περισσότεροι έφηβοι (ένα 65,4%). Στο κινητό συνηθίζουν να παίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό τα κορίτσια (74,8%:59%), οι μαθητές του Γυμνασίου (69,8%:60,9%) και οι απλοί παίκτες (66,9%:64,2%). Ακολουθεί ο υπολογιστής, σταθερός ή φορητός (58,2%), με τα αγόρια να υπερτερούν αριθμητικώς των κοριτσιών (ένα 63,7% έναντι ενός 49,7%), τους έμπειρους παίκτες να είναι περισσότεροι των απλών (68,6%:43,6%) και τους μαθητές Λυκείου να είναι περισσότεροι από εκείνους του Γυμνασίου (59,9%:56,3%). Τρίτη έρχεται η κονσόλα παιχνιδιού (38,2%), με τα αγόρια να είναι περισσότερα από τα κορίτσια (ένα 48,3%:22,6%), τους έμπειρους παίκτες να είναι περισσότεροι από τους απλούς (44,2%:29,4%) και τους μαθητές Γυμνασίου περισσότεροι από εκείνους του Λυκείου (40,1%:36%). Σε smart tv παίζει το ένα πέμπτο περίπου των εφήβων (13,1%), με τους απλούς παίκτες, τα κορίτσια και τους μαθητές Γυμνασίου να είναι περισσότεροι σε αριθμό. Όσο για τους έφηβους που συνηθίζουν να παίζουν σε αίθουσα ψυχαγωγίας, αυτοί φτάνουν στο 2,8% – αποτέλεσμα αναμενόμενο, λόγω της πρόσφατης υγειονομικής κρίσης –, ενώ επιπλέον, οι περισσότεροι ανήκουν στην κατηγορία του έμπειρου παίκτη (4,4%:0,6%), είναι αγόρια (3,4%:1,3%) και μαθητές Γυμνασίου (26%:25%). Η επιλογή ‘άλλο’ επιλέχθηκε από ένα 1,8%.

Γράφημα 9 – Πού παίζουν συνήθως οι έφηβοι;



Πηγές πληροφόρησης

Στο ερώτημα ‘Από πού μαθαίνουν για τα ηλεκτρονικά παιχνίδια;’, απάντησε το 98,5% των παικτών που συμπλήρωσε το Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου (387 στους 393). Βασικότερες πηγές πληροφόρησης των εφήβων για ηλεκτρονικά παιχνίδια είναι οι φίλοι (87,3%) και οι youtubers (74,2%). Από τα αδέρφια μαθαίνει για βιντεοπαιχνίδια ένα 50,6%, από τις διαφημίσεις ένα 35,6%, από ταινίες ένα 22,7%, από την τηλεόραση ένα 22%, και από περιοδικά ένα 5,2%. Επιπλέον, ένα 9,8% δήλωσε ότι πληροφορείται για ηλεκτρονικά παιχνίδια από ‘αλλού’ και συγκεκριμένα από συγγενείς (θείους και ξαδέρφια), γονείς, streamers, fandom sites, διαδίκτυο και μόνοι τους.

Κοινωνικό πλαίσιο παιχνιδιού

Στο ερώτημα ‘Με ποιους τρόπους παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια;’, οι missing values κυμάνθηκαν από 2 έως 6, με το ποσοστό των παικτών που απάντησε να βρίσκεται μεταξύ του 98,5% και του 99,5% (387 με 391 έφηβοι στους 393). Το μεγαλύτερο μέρος των εφήβων παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια με διάφορους τρόπους: μόνο του (80,7%), με φίλους στον ίδιο χώρο (72,8%), με γνωστούς/φίλους διαδικτυακά (64,4%), με αδέρφια στον ίδιο χώρο (60,6%), με άτομα άγνωστα (που δεν έχει συναντήσει ποτέ από κοντά) μέσω διαδικτύου (35,1%) και με γονείς στον ίδιο χώρο (24,8%). Επίσης, οι περισσότεροι έφηβοι δεν παίζουν αποκλειστικά με έναν μόνο τρόπο. Παραδείγματος χάριν, από τους 286 έφηβους που δήλωσαν ότι παίζουν με φίλους στον ίδιο χώρο, το 81,1% (232) δήλωσε, επίσης, ότι παίζει μοναχικά, το 27,3% (78) με γονείς στον ίδιο χώρο, το 65,03% (186) με αδέρφια στον ίδιο χώρο, το 70,8% (203) με γνωστούς διαδικτυακά και το 37,41% (107) με άγνωστους διαδικτυακά.

Ακόμα, παρατηρήθηκε ότι τα κορίτσια συνηθίζουν να παίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό από τα αγόρια με τα αδέρφια τους (71,3%:53,4%), με τους γονείς τους (30,6%:20,8%) και μόνα τους (86%:77,1%), ενώ αντιθέτως τα αγόρια συνηθίζουν να παίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό από τα κορίτσια τόσο με γνωστούς/φίλους διαδικτυακά (77,5%:44,6%) όσο και με άτομα που δεν γνωρίζουν μέσω διαδικτύου (43,2%:22,9%). Όσον αφορά τον τρόπο με τον οποίον παίζουν συχνότερα τα παιδιά – ερώτηση στην οποία οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να επιλέξουν μία απάντηση –, το 27,4% δήλωσε ότι συχνότερα παίζει με φίλους στον ίδιο χώρο, το 26,2% μοναχικά, το 23,17% με γνωστούς/φίλους διαδικτυακά, το 17,8% με αδέρφια στον ίδιο χώρο. Διαδικτυακά, με

άτομα που δεν γνωρίζουν, παίζει συχνότερα μόνο ένα 3,66%, και με γονείς στον ίδιο χώρο ένα 1,2%. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να σημειωθεί ότι 63 έφηβοι από τους 391 που απάντησαν στην παραπάνω ερώτηση, έδωσαν πάνω από μία απαντήσεις · κάτι που οφείλεται είτε στην αδυναμία/απροθυμία τους να επιλέξουν έναν μόνο τρόπο παιχνιδιού είτε σε πιθανή απροσεξία (παρόλο που επρόκειτο για ένα ερώτημα στο οποίο δίνονταν επεξηγήσεις πριν τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου). Οι απαντήσεις των εφήβων που έδωσαν πάνω από μία απαντήσεις δεν υπολογίστηκαν για την εξαγωγή συμπερασμάτων από το συγκεκριμένο ερώτημα. Στον Πίνακα 9 παρουσιάζονται συγκεντρωτικά οι μετρήσεις.

Πίνακας 9 – Με ποιους τρόπους παίζουν οι έφηβοι ηλεκτρονικά παιχνίδια;

Με ποιους τρόπους παίζουν ηλ. παιχνίδια οι έφηβοι;		
	N	%
Μόνος/η	317	80.70%
Με φίλους στον ίδιο χώρο	286	72.80%
Με γνωστούς διαδικτυακά	253	64.40%
Με αδέρφια στον ίδιο χώρο	238	60.60%
Με άγνωστους διαδικτυακά	138	35.10%
Με γονείς στον ίδιο χώρο	97	24.70%
Με ποιον τρόπο παίζουν συνήθως ηλ. παιχνίδια;		
	N	%
Με φίλους στον ίδιο χώρο	90	27.4%
Μόνος/η	84	26.2%
Με γνωστούς διαδικτυακά	76	23.17%
Με αδέρφια στον ίδιο χώρο	57	17.8%
Με άγνωστους διαδικτυακά	12	3.66%
Με γονείς στον ίδιο χώρο	4	1.2%
Άλλο	1	0.3%

10.3. Τι ωθεί και προσελκύει τους έφηβους στα ηλεκτρονικά παιχνίδια;

Προκειμένου να κατανοήσουμε τι είναι αυτό που οδηγεί τους έφηβους στα ηλεκτρονικά παιχνίδια και κρατάει, συγχρόνως, το ενδιαφέρον τους, έτσι ώστε να συνεχίζουν να παίζουν, εξετάσαμε τα κίνητρα ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, τους τίτλους των ηλεκτρονικών παιχνιδιών που παίζουν, τα χαρακτηριστικά που τους ελκύουν σε αυτά, τους λόγους επιλογής ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού και τους αγαπημένους τους χαρακτήρες.

Κίνητρα ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια

Στο τι τους ωθεί στην ενασχόληση με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια – ένα ερώτημα στο οποίο οι συμμετέχοντες μπορούσαν να επιλέξουν όσες απαντήσεις ήθελαν και στο οποίο απάντησε το 99% των παικτών που συμπλήρωσε το Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου (δηλαδή, οι 389 στους 393) –, οι περισσότεροι έφηβοι (82%) δήλωσαν πως παίζουν απλά για να περάσουν την ώρα τους και για να διασκεδάσουν (78,7%). Σχεδόν οι μισοί (55,3%) ανέφεραν ότι παίζουν για να είναι μαζί με τους φίλους τους ή/και για να κοινωνικοποιηθούν και να γνωρίσουν άλλους, όπως επίσης για να χαλαρώσουν (52,4%). Η έλξη που τους ασκούν οι προκλήσεις συνιστά άλλο ένα κίνητρο ενασχόλησης με τα βιντεοπαιχνίδια (46%), καθώς και η επιθυμία της αυτοβελτίωσης (38,8%). Ακόμα, το ένα τέταρτο περίπου των εφήβων (27%) παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια, διότι έτσι μαθαίνει για διάφορα θέματα και πληροφορείται για διάφορα ζητήματα. Το ένα πέμπτο (20,3%) παίζει, διότι μέσω του βιντεοπαιχνιδιού μπορεί να γίνει όποιος ήρωας θέλει, και ένα 14,7% επειδή έτσι νιώθει ότι ανήκει σε μια ομάδα.

Επίσης, ένα 4,1% των εφήβων αναφέρθηκε σε διαφορετικά από τα προτεινόμενα κίνητρα ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, καταγράφοντάς τα στην επιλογή ‘Άλλο’. Οι συγκεκριμένοι έφηβοι αναφέρθηκαν σε: ανάπτυξη φαντασίας (1), απόδραση από την πραγματικότητα και τα προβλήματα (3), εκτόνωση (1), βελτίωση αντανακλαστικών (1) και εμπύθιση (1) (ή όπως έγραψε το συγκεκριμένο (δεκατριάχρονο) αγόρι: «*μπορώ να γίνω μέρος της ιστορίας του παιχνιδιού*»).

Πίνακας 10 – Γιατί παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια;

Τι ωθεί τους έφηβους στα ηλεκτρονικά παιχνίδια;	N	%
Περνάει η ώρα, όταν βαριέμαι	319	82.0%
Τα βρίσκω διασκεδαστικά	306	78.7%
Για να παίζω με φίλους ή να γνωρίζω άλλους	215	55.3%
Τα βρίσκω χαλαρωτικά	204	52.4%
Μ' αρέσουν οι προκλήσεις	179	46.0%
Γίνομαι καλύτερος/η- Βελτιώνομαι	151	38.8%
Μαθαίνω πράγματα και ενημερώνομαι	105	27.0%
Μπορώ να γίνω όποιος ήρωας θέλω	79	20.3%
Νιώθω ότι ανήκω σε κάποια ομάδα	57	14.7%
Άλλο	16	4.1%

Ηλεκτρονικά παιχνίδια που προτιμούν τα παιδιά της εφηβείας

Το μεγαλύτερο μέρος των εφήβων, και συγκεκριμένα ένα 64,8%, παίζει βιντεοπαιχνίδια δράσης (στα οποία συμπεριλαμβάνονται τα παιχνίδια βολών, πάλης/ξύλου, με όπλα, πλατφόρμας, ρόλων-δράσης και επιβίωσης), ένα 38% παίζει sandbox, ένα 37,7% αθλητικού περιεχομένου (συμπεριλαμβάνοντας και τα παιχνίδια εξομοίωσης αθλημάτων), ένα 31,4% παιχνίδια περιπέτειας-δράσης (στα οποία εντάσσονται και παιχνίδια ρόλων-περιπέτειας) και ένα 27,1% στρατηγικής. Άλλα είδη παιχνιδιών που προτιμούν οι έφηβοι είναι της εξομοίωσης οικοδόμησης πόλεων/κοινωνικής ζωής/γεωργίας (8,9%), των γρίφων/σκέψης (3,7%), του social deduction³⁴ (2,6%), του ρυθμού (2%).

Αναφορικά με τα τρία πιο αγαπημένα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν αυτή την περίοδο, συγκεκριμένους τίτλους έδωσε το 89,6% των εφήβων παικτών (οι υπόλοιποι είτε έγραψαν ότι δεν είχαν κάποια αγαπημένα βιντεοπαιχνίδια ή σημείωσαν είδη παιχνιδιών και εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης ή άφησαν το συγκεκριμένο ερώτημα κενό). Οι απαντήσεις τους

³⁴ Τα social deduction games είναι παιχνίδια, ομαδικά συνήθως, στα οποία οι παίκτες προσπαθούν να αποκαλύψουν την πραγματική ταυτότητα των άλλων χρησιμοποιώντας λογική και επαγωγική σκέψη.

οδήγησαν στην καταγραφή 191 τίτλων.³⁵ Στον Πίνακα 11 που ακολουθεί, καταγράφονται οι 20 πιο δημοφιλείς τίτλοι ηλεκτρονικών παιχνιδιών που προτιμούν να παίζουν οι έφηβοι την τρέχουσα χρονική περίοδο. Δίπλα στον κάθε τίτλο σημειώνεται η αξιολόγηση καταλληλότητάς τους από την ESRB (Entertainment Software Rating Board, 2024), που είναι ένας αυτορυθμιζόμενος οργανισμός που εκχωρεί αξιολογήσεις ηλικίας και περιεχομένου σε ηλεκτρονικά παιχνίδια στις ΗΠΑ και τον Καναδά.³⁶

Από τους 191 τίτλους ηλεκτρονικών παιχνιδιών που καταγράφηκαν, οι είκοσι έχουν χαρακτηρισμό M (κατάλληλα, δηλαδή, για ηλικία 17 ετών και πάνω). Από αυτούς, οι τέσσερις τίτλοι – *Grand Theft Auto*, *Call of Duty: Warzone*, *Counter-Strike*, *The Last of Us* – είναι ανάμεσα στα είκοσι δημοφιλέστερα ηλεκτρονικά παιχνίδια, και αναφέρθηκαν από 147 έφηβους. Ακόμα, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια με αξιολόγηση M προτιμώνται περισσότερο από τα αγόρια και τους έμπειρους παίκτες, ενώ δεν παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφορές στις προτιμήσεις των παικτών με κριτήριο την ηλικία.

Τα είδη στα οποία ανήκουν τα είκοσι δημοφιλέστερα βιντεοπαιχνίδια είναι τα ακόλουθα: α) αθλητικού περιεχομένου, που έχουν να κάνουν με αγώνες (*Forza Horizon*), με ποδόσφαιρο (*Rocket League*) και με εξομοίωση αθλημάτων (*Fifa* και *NBA*), β) στρατηγικής (*Class Royale*) και MOBA (Multiplayer Online Battle Arena), που αποτελεί υποκατηγορία των βιντεοπαιχνιδιών στρατηγικής, στα οποία δύο ομάδες μάχονται μεταξύ τους σε ένα προκαθορισμένο τοπίο δράσης (όπως είναι το *League Of Legends*, το *Mobile Legends* που είναι για κινητά, και το *Brawl Stars*, το οποίο συνδυάζει τη διαδικτυακή αρένα μάχης με το hero-shooter, που είναι υποκατηγορία βιντεοπαιχνιδιών βολής και δίνει έμφαση σε χαρακτήρες-ήρωες με ξεχωριστές ικανότητες), γ) Battle Royale, που είναι διαδικτυακά παιχνίδια πολλών παικτών που αναμιγνύουν το στοιχείο της επιβίωσης με το game play του last man standing (*Fortnite*, *Free Fire*, *Player Unknown's Battlegrounds (PUBG)*, *Call of Duty Warzone*), και μπορεί να συνδυάζεται με το hero-shooter (*Apex Legends*), δ) δράσης-περιπέτειας (όπως είναι το *The Last of Us*, που έχει έντονο το στοιχείο

³⁵Τέσσερις έφηβοι συμπεριέλαβαν, ανάμεσα στους τίτλους των τριών αγαπημένων τους παιχνιδιών, εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης (Instagram) και video sharing (tiktok), ιστότοπους (youtube), συνδρομητική τηλεόραση (Netflix), ενώ επιπλέον, άλλοι αναφέρθηκαν και σε κατηγορίες παιχνιδιών, όπως skate boarding games, snapshot games, pixel art games.

³⁶ Οι αξιολογήσεις των βιντεοπαιχνιδιών που αναφέρθηκαν, φέρουν τους ακόλουθους χαρακτηρισμούς: α) E (everyone – κατάλληλο για όλες τις ηλικίες. Ίσως εμπεριέχει ελάχιστη βία ή/και (σπανίως) ακατάλληλη γλώσσα), β) E10+ (κατάλληλο για τις ηλικίες 10 ετών και άνω. Ενδέχεται να εμπεριέχει ήπιων τόνων βία και ελαφρώς ακατάλληλη γλώσσα), γ) T (teen – κατάλληλο για έφηβους, 13 ετών και πάνω. Μπορεί να περιέχει βία, αίμα, εξομοίωση τζόγου ή/και υβριστική γλώσσα), δ) M (mature – για ηλικίες 17 και άνω. Ενδέχεται να εμπεριέχει έντονη βία, αίμα, σεξουαλικό περιεχόμενο ή/και υβριστικό λόγο).

της επιβίωσης, και το *Grand Theft Auto (GTA)*, βιντεοπαιχνίδι ανοικτού κόσμου, στο οποίο ο παίκτης έχει μεγάλη ελευθερία κινήσεων και αποφάσεων, με δημοφιλέστερο το *GTA 5*, της ιστορίας και το *online role play*), ε) endless runner, που είναι υποκατηγορία των βιντεοπαιχνιδιών πλατφόρμας, που υπάγεται, με τη σειρά της στα παιχνίδια δράσης (*Subway Surfers*, με τον παίκτη να τρέχει διαρκώς ξεπερνώντας εμπόδια και προσπαθώντας να επιβιώσει), ζ) social deduction (*Among Us*), η) βολής πρώτου προσώπου, πολλών παικτών (*Counter Strike*), θ) *Roblox*, που δεν είναι βιντεοπαιχνίδι, αλλά πλατφόρμα με περισσότερα από 50 εκατομμύρια παιχνίδια, τα οποία έχουν δημιουργηθεί από την κοινότητα των παικτών του. Τα παιχνίδια καλύπτουν μια μεγάλη ποικιλία ειδών, όπως παιχνίδια κοινωνικής συνομιλίας, εικονικού κατοικίδιου, δράσης-RPG, αγώνων και ελαφρών παιχνιδιών τρόμου επιβίωσης. Υπάρχουν, επιπλέον, δύο modes, το *Roblox Player*, όπου βρίσκει κανείς πολλά και διάφορα mini games, στα οποία μπορεί να λάβει μέρος κάποιος είτε δωρεάν είτε έναντι αντιτίμου σε Robux, ψηφιακό νόμισμα, και το *Roblox Studio*, όπου ο παίκτης μπορεί να δημιουργήσει παιχνίδια για τους υπόλοιπους παίκτες του *Roblox* (Μαλκέζη, 2021b) sandbox, που είναι εκείνα τα βιντεοπαιχνίδια, των οποίων το game play παρέχει στους παίκτες μεγάλο βαθμό δημιουργικότητας, και συνδυάζεται με της επιβίωσης, που είναι υποκατηγορία των παιχνιδιών δράσης (χαρακτηριστικό το *Minecraft*)

Πίνακας 11 – Αγαπημένα ηλεκτρονικά βιντεοπαιχνίδια

	Τίτλοι αγαπημένων βιντεοπαιχνιδιών	Είδος βιντεοπαιχνιδιού	ESRB	N
1	Fifa	Εξομοίωσης ποδοσφαίρου	E	74
2	League of Legends (LoL)	MOBA	T	69
3	Fortnite	Battle royale	T	68
4	Grand Theft Auto (GTA)	Δράσης-περιπέτειας, open world	M	64
5	Minecraft	Sandbox -survival	E10+	62
6	Free Fire	Battle royale	T	50
7	Call of Duty Warzone	Battle royale	M	50
8	Counter Strike	Βολών πρώτου προσώπου	M	25
9	NBA	Εξομοίωσης μπάσκετ	E	24
10	ROBLOX	Πλατφόρμα παιχνιδιών	E10+	20
11	PUBG	Battle royale	T	19
12	Rocket League	Ποδοσφαίρου	E	18
13	Forza Horizon	Αγώνων	E	17
14	Clash Royale	Στρατηγικής	E10+	12
15	Apex Legends	Battle royale-Hero shooter	T	12

16	Mobile Legends	MOBA	E	11
17	Among Us	Social deduction	E10+	10
18	Surway Surfers	Endless runner (για κινητά)	9+	10
19	The Last of Us	Περιπέτειας-δράσης	M	8
20	Brawl Stars	MOBA – Hero shooter	E10+	8

Να σημειωθεί ότι τα δέκα από τα είκοσι δημοφιλέστερα βιντεοπαιχνίδια και γενικότερα, είκοσι επτά (27) από τους τίτλους βιντεοπαιχνιδιών που επιλέχθηκαν από τους έφηβους ως οι τρεις πιο αγαπημένοι τίτλοι αυτής της περιόδου, χαρακτηρίζονται από το στοιχείο της επιβίωσης. Αυτού του είδους τα βιντεοπαιχνίδια, που είτε ανήκουν στο είδος της επιβίωσης (εξ ολοκλήρου ή εν μέρει, καθώς ένα παιχνίδι μπορεί να ανήκει σε περισσότερα τους ενός είδη) – όπως είναι το *Fortnite*, το *Free Fire*, το *The Last of Us*, το *Call of Duty* ή το *Rust* –, είτε η ‘επιβίωση’ συνιστά πολύ σημαντικό κομμάτι της πλοκής – όπως στο *Surviving Mars* ή στο *Far cry* –, επιλέχθηκαν από το 55,8% των εφήβων.

Επίσης, εκτός από την ερώτηση για τα τρία αγαπημένα βιντεοπαιχνίδια που παίζουν οι έφηβοι συμμετέχοντες την τρέχουσα περίοδο, υπήρχε και ερώτηση, στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου, όπου τους ζητούσε να καταγράψουν το αγαπημένο τους βιντεοπαιχνίδι γενικά. Οι δέκα πιο δημοφιλείς τίτλοι βιντεοπαιχνιδιών (από τον πιο δημοφιλή στον λιγότερο δημοφιλή) που καταγράφηκαν σε αυτό το συγκεκριμένο ερώτημα, δεν διαφέρουν από εκείνους της λίστας του Πίνακα 11, με εξαίρεση το *Farming Simulator*. Το αγαπημένο βιντεοπαιχνίδι των εφήβων γενικά είναι, συνήθως, ένα από τα βιντεοπαιχνίδια που παίζουν την τρέχουσα περίοδο. Οι δέκα δημοφιλέστεροι τίτλοι των αγαπημένων τους βιντεοπαιχνιδιών είναι:

1. *League of Legends* (43)
2. *Fifa 22* (43)
3. *Free Fire* (35)
4. *GTA* (34) (εκ των οποίων οι 27 δήλωσαν το *GTA 5*, οι 5 το *GTA 5 RP*, και 2 το *GTA San Andreas*)
5. *Minecraft* (25)
6. *Call of Duty: warzone* (17)
7. *Fortnite* (13)
8. *Roblox* (11)

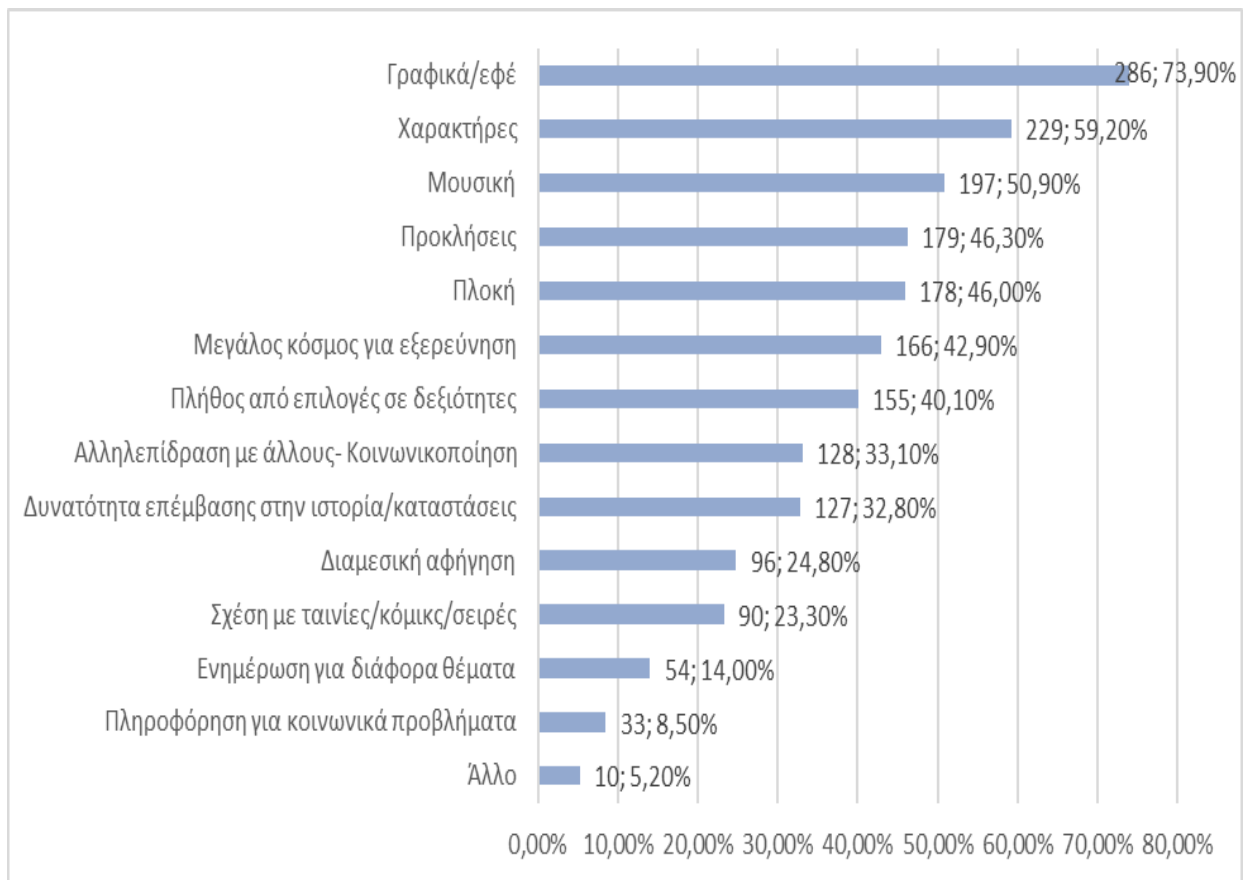
9. *Counter Strike: Global Offensive* (11)

10. *Farming Simulator* (6).

Ελκυστικά χαρακτηριστικά ηλεκτρονικών παιχνιδιών

Στην ερώτηση ‘τι τους αρέσει στα βιντεοπαιχνίδια που προτιμούν να παίζουν αυτή την περίοδο;’, στην οποία οι συμμετέχοντες μπορούσαν να κάνουν όσες επιλογές ήθελαν, απάντησε το 98,5% των παικτών που συμπλήρωσε το Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου (387 στους 393 παίκτες). Οι έφηβοι προσελκύονται από διάφορες ιδιότητες των βιντεοπαιχνιδιών. Ανάμεσα στα πιο συχνά αναφερόμενα χαρακτηριστικά ήταν τα γραφικά/εφέ (73,9%), οι χαρακτήρες (59,2%), η μουσική (50,9%) και η πλοκή (46%). Το 46,3% γοητεύεται, επίσης, από τις προκλήσεις, το 42,9% από έναν μεγάλο κόσμο για εξερεύνηση, το 40,1% από την ύπαρξη ενός πλήθους από επιλογές σε δεξιότητες, ενώ επιπλέον, στο ένα τρίτο περίπου των συμμετεχόντων αρέσει η αλληλεπίδραση με άλλους παίκτες και η ευκαιρία για κοινωνικοποίηση (32,6%), με το βιντεοπαιχνίδι να αντιμετωπίζεται ως μέρος κοινωνικών συναναστροφών. Ακόμα, η δυνατότητα να επέμβουν και να επηρεάσουν την ιστορία ή διάφορες καταστάσεις προσελκύει το 32,3% των εφήβων, με τα βιντεοπαιχνίδια να συνιστούν και μέσα εμπύθισης, από τη στιγμή που οι χρήστες μπορούν να αισθάνονται ότι αυτοί ελέγχουν τη ροή των γεγονότων (Seiter 2008: 142). Όσο για το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης, αρέσει στο ένα τέταρτο των εφήβων (24,8%), και η σχέση των βιντεοπαιχνιδιών με ταινίες, τηλεοπτικές σειρές ή κόμικς προσελκύει το 23,3%. Οι ευκαιρίες που τους προσφέρει ένα βιντεοπαιχνίδι προκειμένου να ενημερώνονται για διάφορα θέματα και να πληροφορούνται για κοινωνικά προβλήματα συνιστούν δύο ακόμα λόγους που ο εφηβικός πληθυσμός γοητεύεται από αυτό (14% και 8,5% αντίστοιχα). Στο Γράφημα 10 που ακολουθεί μπορεί να δει κανείς ταξινομημένα τα χαρακτηριστικά εκείνα που ελκύουν το εφηβικό κοινό.

Γράφημα 10 – Ελκυστικά χαρακτηριστικά στα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν οι έφηβοι



Με εξαίρεση το στοιχείο της μουσικής, που γοητεύει λίγο περισσότερο τα κορίτσια απ' τα αγόρια, και της πληροφόρησης για κοινωνικά θέματα, που προσελκύει περισσότερο, αλλά με μικρή διαφορά, τους απλούς παίκτες απ' τους έμπειρους, όλα τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά των βιντεοπαιχνιδιών ακούστηκαν σε μεγαλύτερο βαθμό από τους έμπειρους παίκτες και από τα αγόρια. Η μεγαλύτερη διαφορά μεταξύ των δύο φύλων και μεταξύ των δύο τύπων παίκτη παρατηρείται στο χαρακτηριστικό των γραφικών/εφέ, το οποίο επιλέχθηκε από ένα 85,4% των αγοριών και ένα 56,5% των κοριτσιών, καθώς επίσης, και από ένα 84,5% των έμπειρων παικτών και ένα 59% των απλών. Δεν παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφορές στις προτιμήσεις των εφήβων με βάση την ηλικιακή ομάδα. Ακολουθεί ο συγκεντρωτικός Πίνακας 12.

Πίνακας 12 – Ελκυστικά χαρακτηριστικά βιντεοπαιχνιδιών, με βάση το φύλο και τον τύπο παίκτη

Τι τους αρέσει στα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν;	Φύλο				Παίκτης			
	Αγόρι		Κορίτσι		Έμπειρος		Απλός	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Γραφικά/εφέ	199	85.40%	87	56.5%	191	84.5%	95	59.0%
Χαρακτήρες	145	62.20%	84	54.5%	150	66.4%	79	49.1%
Μουσική	114	48.90%	83	53.9%	115	50.9%	82	50.9%
Προκλήσεις	114	48.90%	65	42.2%	116	51.3%	63	39.1%
Πλοκή	109	46.80%	69	44.8%	110	51.5%	68	42.2%
Μεγάλος κόσμος για εξερεύνηση	114	48.90%	52	33.8%	117	51.8%	49	30.4%
Πλήθος από επιλογές σε δεξιότητες	109	46.80%	46	29.9%	112	49.6%	43	26.7%
Αλληλεπίδραση-Κοινωνικοποίηση	88	37.80%	40	26%	88	38.9%	40	24.8%
Δυνατότητα ελέγχου	84	36.1%	43	27.9%	82	36.3%	45	28.0%
Διαμεσική αφήγηση	63	27.00%	33	21.4%	60	26.5%	36	22.4%
Σχέση με ταινίες/κόμικς/σειρές	55	23.60%	35	22.7%	56	24.8%	34	21.1%
Ενημέρωση για διάφορα θέματα	36	15.50%	18	11.7%	32	14.2%	22	13.7%
Πληροφόρηση για κοινωνικά προβλήματα	24	10.30%	9	5.8%	18	8.0%	15	9.3%

Όταν στη συνέχεια ζητήθηκε από τους έφηβους να επιλέξουν ένα μόνο χαρακτηριστικό, εκείνο που τους ενθουσιάζει περισσότερο στα βιντεοπαιχνίδια που παίζουν (στο οποίο απάντησαν οι 275), τα γραφικά/εφέ ήταν το πιο συχνά καταγεγραμμένο χαρακτηριστικό (91). Άλλα χαρακτηριστικά που αναφέρθηκαν ήταν η πλοκή (55), οι χαρακτήρες (27), η αλληλεπίδραση και το παίξιμο με φίλους (25), οι προκλήσεις (24), η μουσική (20), ο μεγάλος κόσμος για εξερεύνηση (12), η δυνατότητα να επηρεάσουν την ιστορία ή/και διάφορες καταστάσεις (10), το πλήθος επιλογών σε δεξιότητες (7), οι ευκαιρίες για μάθηση/ενημέρωση (3) και η διαμεσική αφήγηση (1).

Καταγράφηκαν, επιπλέον, και ελκυστικά χαρακτηριστικά που δεν ήταν στις προτεινόμενες επιλογές, όπως η δράση (10) και η ελευθερία να κάνουν διάφορα πράγματα (7). Δύο απαντήσεις, για παράδειγμα, ήταν:

«Το ότι μπορώ να οδηγώ όχημα»

«Μπορώ να διακοσμήσω ένα σπίτι».

Άλλα χαρακτηριστικά που ακούστηκαν, χωρίς να είναι στις προεπιλεγμένες επιλογές, ήταν η στρατηγική (5), οι περιπέτειες (5), η δημιουργικότητα (1), η διασκέδαση (2), τα διάφορα στοιχεία του παιχνιδιού (όπως αυτοκίνητα, όπλα, δεινόσαυροι, μόδα) (6), η ανταγωνιστικότητα/επιθυμία νίκης (2), η ταχύτητα (1) και η εμπύθιση (1) – Όπως έγραψε μια δεκαεπτάχρονη: «Είμαι μέρος της πλοκής». Ενδιαφέρουσα ήταν, επίσης, η απάντηση μιας δεκαπεντάχρονης, η οποία ανέφερε ως το χαρακτηριστικό που τη γοητεύει σε ένα βιντεοπαιχνίδι τη δυνατότητα που της δίνεται μέσω αυτού να προβάλλει την ισότητα των φύλων, δείχνοντας στους άλλους τις ικανότητες των γυναικείων χαρακτήρων.

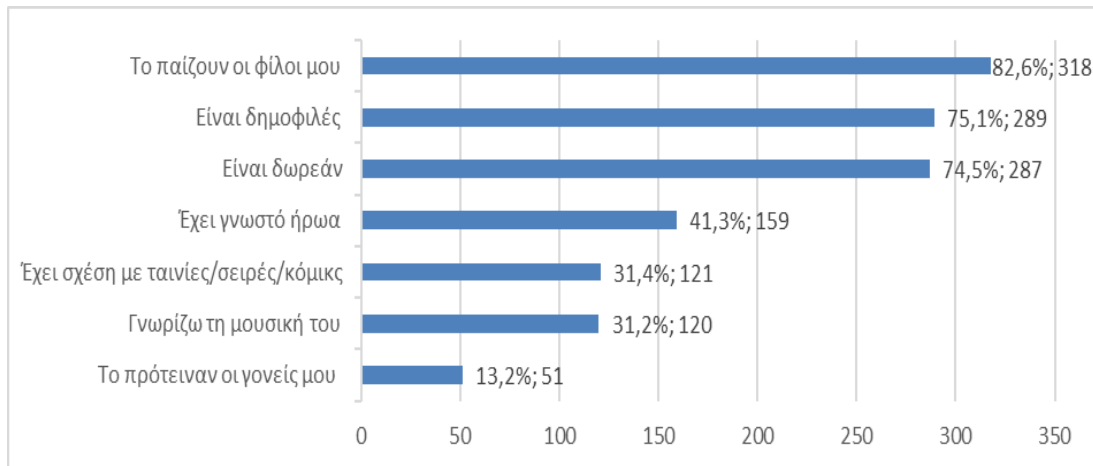
«Το ότι αν επιλέξεις κάποιον γυναικείο χαρακτήρα, μπορείς να δείξεις στους υπόλοιπους παίκτες ότι είναι δυνατή χαρακτήρας».

Μια απάντηση-αντίδραση απέναντι σε μια πατριαρχική κοινωνία που διαιωνίζει στερεοτυπικές αντιλήψεις περί δύναμης αντρών και αδυναμίας γυναικών, και που μετατρέπει το βιντεοπαιχνίδι σε όχημα κοινωνικής αλλαγής.

Λόγοι επιλογής βιντεοπαιχνιδιών

Οι τρεις βασικότεροι λόγοι που ένα παιδί της εφηβείας επιλέγει ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι είναι επειδή το παίζουν οι φίλοι του (82,6%), είναι δημοφιλές (75,1%) και είναι δωρεάν (74,5%), όπως φάνηκε από τις απαντήσεις στο σχετικό ερώτημα του Δ Μέρους του Ερωτηματολογίου, στο οποίο απάντησε το 98% των εφήβων (385 στους 393). Η σχέση του ηλεκτρονικού παιχνιδιού με ταινία, τηλεοπτική σειρά η/και κόμικς συνιστά λόγο επιλογής του για το 31,4% των εφήβων, ενώ επιπρόσθετα, η ύπαρξη γνωστού ήρωα στο βιντεοπαιχνίδι αποτελεί αιτία για να το διαλέξει ένα 41,3%. Ακόμα, το ένα τρίτο περίπου των εφήβων επιλέγει ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι επειδή γνωρίζει τη μουσική του (31,2%). Μόνο ένα 13,5% διαλέγει ένα παιχνίδι επειδή του το πρότειναν οι γονείς του. Οι λόγοι επιλογής ενός βιντεοπαιχνιδιού παρατίθενται στο γράφημα 11.

Γράφημα 11 – Λόγοι επιλογής ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού



Όσον αφορά το στοιχείο των συγκλίσεων ανάμεσα στα ηλεκτρονικά παιχνίδια και στα εξεταζόμενα μέσα δημοφιλούς κουλτούρας, διαπιστώθηκε πως οι περισσότεροι από τους έφηβους που θα επιλέξουν ένα βιντεοπαιχνίδι επειδή θα έχει σχέση με ταινία, με τηλεοπτική σειρά ή/και με κόμικς, είναι απλοί παίκτες (33,5%:29,9%), κορίτσια (38,1%:27% αγόρια) και έχουν ηλικία 15-17 ετών (33%:29,8%). Αντιθέτως, η ύπαρξη γνωστού ήρωα αποτελεί λόγο για να επιλέξουν ένα βιντεοπαιχνίδι περισσότερο τα αγόρια (43,9%:37,4%), οι έμπειροι παίκτες (46,4%:34,2%) και οι μαθητές Γυμνασίου (42%:40,6%). Η μουσική ενός βιντεοπαιχνιδιού συνιστά κριτήριο επιλογής ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού για περισσότερα κορίτσια (38,1%:26,5%), απλούς παίκτες (34,2%:29%) και έφηβους ηλικίας 12-14 ετών (31,9%:30,5%). Πρόκειται, ωστόσο, για διαφορές που είναι μικρές, όπως φαίνεται στον Πίνακα 13.

Πίνακας 13 – Λόγοι επιλογής ενός βιντεοπαιχνιδιού ανά φύλο, τύπο παίκτη, ηλικία

	Γνωστός ήρωας		Σχέση με ταινίες, σειρές, κόμικς		Γνωστή μουσική	
	N	%	N	%	N	%
Αγόρι	101	43.9%	62	27.0%	61	26.5%
Κορίτσι	58	37.4%	59	38.1%	59	38.1%
Απλός παίκτης	55	34.2%	54	33.5%	55	34.2%
Έμπειρος παίκτης	104	46.4%	67	29.9%	65	29.0%
12-14 ετών	79	42.0%	56	29.8%	60	31.9%
15-17 ετών	80	40.6%	65	33.0%	60	30.5%

Αγαπημένοι χαρακτήρες ηλεκτρονικών παιχνιδιών – Λόγοι επιλογής τους

Οι χαρακτήρες των βιντεοπαιχνιδιών, όπως διαπιστώθηκε, αποτελούν ένα ελκυστικό χαρακτηριστικό για τα δύο τρίτα περίπου των εφήβων. Ήταν το δεύτερο δημοφιλέστερο χαρακτηριστικό που επιλέχθηκε από την πλειονότητα των εφήβων ως κάτι που τους γοητεύει στα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν (το πρώτο ήταν τα γραφικά, όπως είδαμε), γι' αυτό και η αναφορά μας σε αυτό θα είναι πιο εκτεταμένη.

Από τους συμμετέχοντες καταγράφηκαν πολλά και διαφορετικά ονόματα, όταν κλήθηκαν να κατονομάσουν τον αγαπημένο τους χαρακτήρα σε βιντεοπαιχνίδι. Όσον αφορά τους λόγους που τους αρέσει ο συγκεκριμένος χαρακτήρας που επέλεξαν – ανοικτή ερώτηση στην οποία απάντησε το 53,9% των εφήβων –, τόσο οι μαθητές του Γυμνασίου όσο και του Λυκείου, αναφέρθηκαν σε διάφορα χαρακτηριστικά. Τα χαρακτηριστικά αυτά ομαδοποιήθηκαν, στη συνέχεια, θεματικά, και δημιουργήθηκαν τέσσερις βασικές κατηγορίες, οι οποίες παρουσιάζονται στον Πίνακα 14. Η κατηγοριοποίηση αυτή δεν σημαίνει, εντούτοις, ότι οι λόγοι που έδωσαν οι έφηβοι ανήκουν αποκλειστικά σε μία κατηγορία. Αντιθέτως, τα χαρακτηριστικά που τους αρέσουν στους χαρακτήρες συνδυάζονται σε λίγες περιπτώσεις, κάτι που διαμόρφωσε ανάλογα και τον υπολογισμό των ποσοστών στην παρουσίαση των αποτελεσμάτων. Παραδείγματος χάριν, μια δεκαπεντάχρονη έγραψε πως της αρέσει η Cat woman, λόγω της εμφάνισής της, αλλά επιπλέον, της αρέσει και διότι τη βρίσκει ενδιαφέρουσα. Η απάντησή της υπολογίστηκε, έτσι, σε

δύο κατηγορίες, σε εκείνη της εμφάνισης, καθώς και σε εκείνη των πνευματικών και ιδιοσυγκρασιακών ικανοτήτων.

Πίνακας 14 - Λόγοι που οι έφηβοι προτιμούν συγκεκριμένους χαρακτήρες στα βιντεοπαιχνίδια που παίζουν

Λόγοι επιλογής χαρακτήρων	%	Μαθητές Γυμνασίου	Μαθητές Λυκείου
1 Εμφάνιση-Στυλ	16.80%	20.7%	10.6%
2 Ρόλος-Ιδιότητα	14.90%	15.3%	22.3%
3 Ιδιαίτερες ικανότητες	31.70%	39.6%	35.3%
4 Πνευματικές & ιδιοσυγκρασιακές ιδιότητες	34.60%	35.1%	43.5%

Ας δούμε αναλυτικά τις κατηγορίες που δημιουργήθηκαν, σχετικά με τους λόγους που οι έφηβοι προτιμούν συγκεκριμένους χαρακτήρες:

1. Η εμφάνιση του χαρακτήρα σε ένα βιντεοπαιχνίδι, όπως ενδυμασία, αξεσουάρ, στυλ, ομορφιά, διάφορα εξαρτήματα/gadgets, αναφέρθηκε από ένα 16,8% των εφήβων, εκ των οποίων οι περισσότεροι ήταν μαθητές Γυμνασίου (20,7%:10,6%). Αναφέρουμε ενδεικτικά:

«Είναι κορίτσι και είναι όμορφη» (κορίτσι 12 ετών, αναφερόμενη στην Alex από το *Minecraft*)

«Το στυλ, το ντύσιμο» (αγόρι 14 ετών, για τον Mike από το *Call of Duty*)

«Τα gadgets και το αυτοκίνητό του» (αγόρι 14 ετών, αναφερόμενος στον Batman)

«Είναι καρτουνίστικος» (κορίτσι, 15 ετών, για τον Super Mario)

2. Ο ρόλος/η ιδιότητα του χαρακτήρα, καταγράφηκε από ένα 14,9% των εφήβων, εκ των οποίων οι περισσότεροι ήταν μαθητές Λυκείου (22,3%:15,3%). Παραδείγματος χάριν:

«Είναι gangsters» (αγόρι, 14 ετών, για τους Trevor, Michael, Franklin, από το *GTA*)

«Αγαπημένος μου παίκτης» (αγόρι, 16 ετών, για τον Nikola Jokic από το *NBA*)

«Είναι θεός και δυνατός» (αγόρι, 14 ετών, για τον Kratos από το *God of War*)

3. Οι ιδιαίτερες ικανότητες του χαρακτήρα και οι δυνάμεις του αναφέρθηκαν από ένα 31,7%, εκ των οποίων οι περισσότεροι ήταν μαθητές Γυμνασίου (39,6%:35,3%). Παρατηρείται ότι οι έφηβοι που εντάσσονται σε αυτή την κατηγορία είναι περισσότεροι σε σχέση με τις δύο προηγούμενες κατηγορίες, κάτι που ήταν αναμενόμενο. Και αυτό διότι το στοιχείο της νίκης είναι σημαντικό κομμάτι των βιντεοπαιχνιδιών. Κατ' επέκταση, σημαντικές είναι και οι ιδιαίτερες δυνάμεις του χαρακτήρα που τον κάνουν δημοφιλή και 'δυνατό χαρτί' σε ένα βιντεοπαιχνίδι. Ακολουθούν χαρακτηριστικά παραδείγματα:

«*H ability R που είναι η δυνατότερη (bullet time)*» (κορίτσι 15 ετών, για τη miss Fortune από το *LoL*)

«*Έχει πολλές ειδικές κινήσεις*» (κορίτσι 13 ετών, για τη Soraka, από το *LoL*)

«*Μπορεί να δώσει ζωή σε άλλους*» (κορίτσι, 14 ετών, για τον Sage από το *Valorant*)

«*Το ότι κινείται από κτήριο σε κτήριο*» (αγόρι 12 ετών, για τον Spider-Man από το ομώνυμο βιντεοπαιχνίδι)

Ας δούμε, σε αυτό το σημείο, και έναν συνδυασμό χαρακτηριστικών, όπως καταγράφηκαν από έφηβους, που εντάσσονται σε διάφορες κατηγορίες. Χαρακτηριστική είναι η αναφορά ενός δεκαπεντάχρονου στον ήρωα Kratos (*God of War*), εξαιτίας των gadgets που έχει (εμφάνιση), της ταυτότητάς του (ρόλος-ιδιότητα) και των δυνάμεών του (ειδικές ικανότητες), και μιας δεκαπεντάχρονης στην Jinx, από το *LoL* και στη Widowmaker από το *Overwatch*, που επικεντρώθηκε στις δυνάμεις τους (ειδικές

ικανότητες) και στην εξέλιξη του χαρακτήρα τους (πνευματικές και ιδιοσυγκρασιακές ικανότητες):

«Τα σπαθιά του, είναι θεός, οι δυνάμεις του – σπάρτα ρέιτς»

«Οι δυνάμεις τους και η ιστορία τους, γενικά το παρελθόν τους»

4. Οι πνευματικές και ιδιοσυγκρασιακές ιδιότητες του χαρακτήρα, σε συνδυασμό με την ιστορία/παρελθόν του, αναφέρθηκαν από ένα 34,6% του εφηβικού πληθυσμού, εκ των οποίων οι περισσότεροι ήταν μαθητές Λυκείου (43,5%:35,1%). Το ότι ο έφηβος ενδιαφέρεται για τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά του χαρακτήρα που επιλέγει, την ιστορία του, τη συμπεριφορά του και την εξέλιξή που έχει, δείχνει τη βαρύτητα που έχει η αφήγηση και η πλοκή σε ένα βιντεοπαιχνίδι.

*«Η δύναμή του, η εξυπνάδα και η πειθαρχία του» (αγόρι 12 ετών, για τον Kratos, *God of War*)*

*«Δυνατή, έξυπνη, θαραλλέα» (κορίτσι 15 ετών, για την Sakura Hime, *Sakura Hime*)*

*«Είναι το sidekick του βασικού χαρακτήρα, είναι δυναμική, αυτόνομη και πολύ καλή με ότι κάνει» (κορίτσι 16 ετών, Lilly, *Mighty Party*)*

Επίσης, παρατηρήθηκε ότι οι μαθητές του Γυμνασίου (πρώιμη εφηβική περίοδος) επιλέγουν, κυρίως, ‘καλούς’ χαρακτήρες ή/και επικεντρώνονται στα θετικά στοιχεία του αγαπημένου τους χαρακτήρα. Πρόκειται για ήρωες καλούς, δίκαιους, που μάχονται, συνήθως, με ειδικές δυνάμεις, το κακό, προκειμένου να διατηρήσουν την κοινωνική τάξη. Τέτοιου είδους χαρακτήρες, όπως καταγράφηκαν από τα παιδιά, είναι, για παράδειγμα, ο Λι Σιν, τυφλός μοναχός-πολεμιστής στο *LoL*, η δεκατετράχρονη έφηβη Έλλυ, γενναία και ικανή να επιβιώσει σε έναν μετα-αποκαλυπτικό κόσμο στο *The Last of Us*, και ο έφηβος Πίτερ Πάρκερ που μεταμορφώνεται σε Spider-Man για να διαφυλάξει την ισορροπία της κοινωνίας στο ομώνυμο βιντεοπαιχνίδι:

*«Τυφλός, αλλά ταυτόχρονα ευφυής και δυνατός» (αγόρι, 13 ετών, για τον Lee Sin, *LoL*)*

«Δυναμικοί, με αντιπροσωπεύουν» (κορίτσι, 14 ετών, για τους Elly και Dina, *The Last of Us*)

«Υψηλή αίσθηση του χιούμορ, η προθυμία να βοηθήσει τους ανθρώπους, η ευαισθησία του» (κορίτσι, 14 ετών, για τον Spider-Man)

Από την ηλικία των 14 ετών, ωστόσο, παρατηρούμε ότι κάνει την παρουσία της, παράλληλα με την επικρατούσα μανιχαϊστική θεώρηση των πραγμάτων ('καλό' έναντι 'κακού'), και μια πιο σχετικιστική αντίληψη, και έννοιες όπως εκείνη της δικαιολογημένης 'εκδικητικότητας' προβάλλουν τώρα στο προσκήνιο, όπως βλέπουμε στο παράδειγμα της έφηβης Έλλυ του *The Last of Us*, που θέλει να εκδικηθεί για τον θάνατο του πατέρα της ή του Άρνο, στο *Assassin's Creed*, που γίνεται μέλος της Αδερφότητας των Ασσασίνων, επιθυμώντας να εκδικηθεί για τη δολοφονία των δικών του και συγχρόνως να αποκαλύψει τους πραγματικούς υποκινητές της επανάστασης:

«Ζει σε έναν άγριο κόσμο και στόχος της είναι να τον βελτιώσει, να επιβιώσει, να πάρει εκδίκηση για τον θάνατο του πατέρα της (κυρίως)» (αγόρι 14 ετών, για την Elly, *The Last of Us*).

«Ικανός, επαναστατικός, έξυπνος» (αγόρι 15 ετών, Arno, *Assassin's Creed*)

Από την άλλη, οι μαθητές του Λυκείου (μέση εφηβική περίοδος) επιλέγουν συχνά και 'κακούς' χαρακτήρες, ή/και αναφέρονται σε αρνητικές διαστάσεις του χαρακτήρα που προτιμούν · αρνητικά χαρακτηριστικά και αδυναμίες που τους κάνουν, όμως, πιο ανθρώπινους και οικείους, αντικατοπτρίζοντας ενδεχομένως τις δικές τους κρυφές ψυχολογικές διεργασίες, τα δικά τους άγχη, τον δικό τους εγωκεντρισμό. Αντιπροσωπευτικά παραδείγματα είναι ο απόμακρος και αλαζόνας Ντρακόνια, ένας από τους δυνατότερους μάγους του κόσμου στο *Twisted Wonderland*, ο νεαρός Jash, ένας πολυσύνθετος χαρακτήρας με ψυχολογικά προβλήματα στο *Until Dawn*, ή γενικά, οι

χαρακτήρες εκείνοι που ξεφεύγουν από αυτό που έχει οριστεί από την κοινωνία ως ‘φυσιολογικό’, και στους οποίους οι έφηβοι βλέπουν τον εαυτό τους:

«*Η δυναμικότητα, ο χαρακτήρας (και μπορεί να ακουστεί λίγο κακό, ο εγωισμός και ο ναρκισσισμός του)*» (αγόρι 16 ετών, για τον Draconia, *Twisted Wonderland*)

«*Οι περιέργοι και αυτοί που μοιάζουν σε μένα*» (κορίτσι, 15 ετών)

«*Η εκδικητικότητά του*» (αγόρι 16 ετών, για τον Jash, *Until Dawn*).

Τα παραπάνω γίνονται εμφανή και στην περίπτωση των χαρακτήρων του *League of Legends*, στους οποίους αναφέρθηκαν 35 έφηβοι. Αν και οι λόγοι, για τους οποίους επέλεξαν τους διάφορους χαρακτήρες στο συγκεκριμένο βιντεοπαιχνίδι έχουν να κάνουν κυρίως με τις ιδιαίτερες ικανότητες και δυνάμεις τους, όπως φαίνεται από τις καταγεγραμμένες απαντήσεις τους, ωστόσο δεν μπορεί να μην παρατηρήσει κανείς ότι οι χαρακτήρες που επέλεξαν οι μαθητές του Γυμνασίου είναι, στην πλειονότητά τους, ‘καλοί’, ενώ οι χαρακτήρες που διάλεξαν οι μαθητές του Λυκείου είναι πιο περίπλοκοι και ‘κακοί’. Από ένα σύνολο πολλών επιλογών στο βιντεοπαιχνίδι, οι μαθητές του Γυμνασίου προτίμησαν χαρακτήρες γενναίους, που χαρακτηρίζονται από πίστη στην πατρίδα και αφιερώνουν τη ζωή τους στην υπεράσπιση του καλού και στη διατήρηση των κοινωνικών ισορροπιών, όπως είναι ο Λι Σιν και η Ιρέλια. Η χαρακτήρες με αυτοσυγκράτηση, όπως είναι ο μάστερ Γι, και χαρακτήρες που καταδιώκουν τους εγκληματίες, όπως ο Πάικ και ο Γούργικ. Χαρακτηριστικοί ήρωες που επιλέχθηκαν από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα, και για τους οποίους αντλήσαμε πληροφορίες από την ιστοσελίδα fandom του *LoL* (Riot Games, 2024), είναι:

- *μάστερ Γι: δάσκαλος πολεμικής τέχνης, που επιλέγει τη βία ως έσχατη λύση, ενώ επιπλέον, έχει γυμνάσει σώμα και μυαλό σε τέτοιο βαθμό που έχουν γίνει ένα*
- *Λι Σιν: μοναχός-πολεμιστής, που αν και έχει χάσει την όρασή του, έχει αφιερώσει τη ζωή του στην προστασία της πατρίδας του και πολεμά εναντίον εκείνων που επιχειρούν να διαταράξουν την τάξη της*

- *Πάικ: επέστρεψε από τον θάνατο και χρησιμοποιεί τις νέες υπερφυσικές του ικανότητες για να εκτελεί όλους όσους πλουτίζουν εις βάρος άλλων*
- *Ιρέλια: δεινή μαχήτρια, σύμβολο της αντίστασης, αφοσιωμένη στην προστασία της πατρίδας της*
- *Σοράκα: θυσίασε την αθανασία της για να προστατέψει τους θνητούς λαούς από τα βίαια ένστικτά τους. Προσπαθεί να μεταδώσει τις αρετές της συμπόνιας και της καλοσύνης και θεραπεύει ακόμα και εκείνους που θέλουν το κακό της*
- *Γουόργικ: τέρας που κυνηγάει τους εγκληματίες που τρομοκρατούν τα βάθη της πόλης*

Από την άλλη, οι ήρωες του *LoL* που προτιμούν οι μαθητές του Λυκείου είναι, κυρίως, σκοτεινοί, αντιφατικοί, παρορμητικοί. Κυριευμένοι από εμμονές, δεν διστάζουν μπροστά σε τίποτα και τρέφονται από εκδικητικά συναισθήματα. Συχνά, όμως, η ‘κακία’ τους αυτή πηγάζει από κάπου, δεν είναι αυθαίρετη. Μπορεί, για παράδειγμα, να επιθυμούν, με τον δικό τους, καταστροφικό τρόπο, να ‘βελτιώσουν’ τα πράγματα, όπως ο Βόλιμπέαρ. Μπορεί, πάλι, κάτι να τους συνέβη στο παρελθόν που τους άλλαξε τη ζωή, όπως συνέβη με τη μισ Φόρτσουν, ή ίσως και να μη θυμούνται τι τους συνέβη και να προσπαθούν να ανακαλύψουν το παρελθόν τους, όπως ο Γιόνε – είναι, άλλωστε, αυτή η εσωτερική αναζήτηση που γοητεύει τον έφηβο. Πρόκειται για χαρακτήρες με σκοτεινές ορμές, ακατανόμαστες επιθυμίες, βίαια ένστικτα · χαρακτήρες βασανισμένοι και βασανιστές, που επανήλθαν στη ζωή – έννοιες, εξάλλου, όπως η ‘ανάσταση’ και η ‘αθανασία’ αποτελούν διαχρονικές φαντασιώσεις στη δημοφιλή κουλτούρα (Κωνσταντοπούλου 2020: 222) –. Αντιπροσωπευτικοί χαρακτήρες που επιλέχθηκαν από τους μαθητές Λυκείου είναι:

- *Μισ Φόρτσουν: ξεχωρίζει ανάμεσα στους εγκληματίες της πόλης. Όταν ήταν μικρή υπήρξε μάρτυρας της δολοφονίας της οικογένειάς της από τον βασιλιά του πλιάτσικου, τον οποίον, χρόνια αργότερα, εκδικήθηκε ανατινάζοντάς τον μαζί με το πλοίο του*
- *Θρες: σαδιστικό και πανούργο πνεύμα των Νησιών της Σκιάς. Παλαιότερα ήταν φύλακας αμέτρητων απόκρυφων μυστικών, αλλά καταστράφηκε από μια μεγάλη δύναμη. Τώρα είναι αναγκασμένος να τρέφεται από το μαρτύριο των θυμάτων του που υποφέρουν και μετά θάνατον, καθώς φυλακίζει τις ψυχές τους στο φανάρι του*

- *Γιόνε*: από τότε που σκότωσε ένα αζακάνα, μια μοχθηρή οντότητα από το βασίλειο των πνευμάτων, είναι καταραμένος να φοράει τη μάσκα του δαίμονα και να κνηγάει το αζακάνα για να καταλάβει τι του συνέβη
- *Σάιον*: πρώην παρασημοφορημένος ήρωας που πλέον είναι καταδικασμένος να μην ξεκουραστεί ποτέ, αν και έχει πεθάνει, διότι οι μάγοι της αυτοκρατορίας τον ανέστησαν για να συνεχίσει να υπηρετεί αιώνια τη Νάζους. Έχει χάσει κάθε ίχνος ανθρωπιάς και σκοτώνει ανεξαιρέτως όποιον βρεθεί στον δρόμο του, προσπαθώντας, συγχρόνως, να θυμηθεί πράγματα για τον εαυτό του
- *Βιέγκο*: πρώην ηγεμόνας ενός βασιλείου. Προσπάθησε να φέρει πίσω τη γυναίκα του από τον κόσμο των νεκρών, και η ενέργειά του αυτή προκάλεσε μια μαγική καταστροφή. Πλέον, είναι ένα απέθαντο πλάσμα που βασανίζεται από εμμονική επιθυμία για τη γυναίκα του και καταστρέφει τα πάντα στο πέρασμά του
- *Ζεντ*: αρχηγός του Τάγματος της Σκιάς. Δεν διστάζει να χρησιμοποιήσει τη μυστική τεχνική της σκιάς απέναντι σε ό,τι είναι απειλητικό για τον λαό του, η οποία είναι μια σατανική μαγεία του πνεύματος που δίνει μεγάλη δύναμη αλλά, συγχρόνως, καταστρέφει την ψυχή
- *Βόλιμπέαρ*: καταστροφικός, μισεί τον πολιτισμό και τη μαλθακότητα που προκαλεί στον λαό και πολεμάει για την επιστροφή σε έναν παλαιότερο, αιματηρό, τρόπο ζωής

Υπάρχουν, εντούτοις, και εκείνοι οι κακοί χαρακτήρες που επιλέγουν οι μαθητές του Λυκείου, οι οποίοι είναι απλά παρανοϊκοί – άγριες αναπαραστάσεις του διαφορετικού, της ετερότητας και σύμβολα, συγχρόνως, του παράλογου στον σύγχρονο κόσμο –. Παραδείγματα τέτοιων χαρακτήρων που αναφέρθηκαν είναι ο βασανιστής Βάρους και η ψυχοπαθής Τζινξ:

- *Τζινξ*: παρανοϊκή και παρορμητική εγκληματίας, μόνιμα χαμογελαστή, που λατρεύει να σπέρνει τον πανικό
- *Βάρους*: ήταν ανελήτοξ δολοφόνος των αρχαίων Ντάρκιν, που του άρεσε να βασανίζει τα θύματά του μέχρι τρέλας. Στο τέλος του Μεγάλου Πολέμου φυλακίστηκε. Μετά από αιώνες απέδρασε χάρη σε δύο κνηγούς που τον απελευθέρωσαν άθελά τους και των οποίων οι ψυχές είναι πλέον παγιδευμένες μέσα του (προσπαθώντας να εμποδίσουν την εκδικητικότητά του)

‘Κακούς’ χαρακτήρες επιλέγουν και οι μαθητές του Γυμνασίου, αλλά σε πολύ μικρότερο βαθμό και για διαφορετικούς λόγους συγκριτικά με τους μαθητές του Λυκείου. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του *Grand Theft Auto (GTA)*, που είναι ένα παιχνίδι δράσης-περιπέτειας ανοικτού κόσμου, με τους βασικούς πρωταγωνιστές της ιστορίας να ανήκουν στον κόσμο της παρανομίας. Το *GTA* αποτυπώνει τις αξίες και τα πιστεύω ενός κόσμου υπόγειου, σκοτεινού, παράνομου, γέννημα ενός καπιταλιστικού πνεύματος που έχει εισχωρήσει στα πάντα. Οι τρεις βασικοί του χαρακτήρες προσπαθούν, με τρόπους μη θεμιτούς, να κερδίσουν χρήματα, πιστεύοντας, έτσι, ότι θα αποκτήσουν μια καλύτερη ζωή. Κάποια στιγμή, ο ένας χαρακτήρας, ο Michael de Santa, προσπαθεί να αποκοπεί από τον κόσμο αυτόν και να κάνει μια νέα αρχή, μέσω κρυφής συνεργασίας με το FIB (Federal Investigation Bureau). Δεν τα καταφέρνει, ωστόσο. Επιστρέφει στις παράνομες επιχειρήσεις, και συνεργάζεται με τον πνευματικά ασταθή Trevor (πρώην συνεργάτη και φίλο) και τον Αфро-Αμερικανό κλέφτη, Franklin Clinton. Ας δούμε τώρα ορισμένες απαντήσεις των εφήβων ανά ηλικιακή ομάδα, όσον αφορά τους λόγους που επιλέγουν ως αγαπημένους χαρακτήρες βιντεοπαιχνιδιού τους χαρακτήρες από το *GTA*. Ένα κορίτσι 14 χρόνων, αναφερόμενο στον χαρακτήρα του κλέφτη, Franklin Clinton, έγραψε πως είναι «*εμφάνιση του*» που της αρέσει, και ένα αγόρι 14 ετών έγραψε πως του αρέσει, διότι είναι «*δυνατός*». Αντιθέτως, ο λόγος που προτιμά τον ίδιο χαρακτήρα (τον Franklin Clinton) ένα αγόρι 16 ετών είναι διότι: «*Μαθαίνει πώς λειτουργεί ο κόσμος*», ενώ επιπλέον, ένα άλλο αγόρι της ίδιας ηλικίας έγραψε «*Γιατί ενώ θεωρείται άτομο μειονότητας (λόγω χρώματος), καταφέρνει να πετύχει στη ζωή του*» ` αμφότερες κοινωνικές οπτικές, που θίγουν τα ζητήματα των διακρίσεων και των κοινωνικών ανισοτήτων. Ενδιαφέρουσα είναι και η απάντηση ενός δεκαεπτάχρονου αγοριού για τον χαρακτήρα του κλέφτη, Michael de Santa, σχολιάζοντας, μέσω του αγαπημένου του χαρακτήρα, τον τρόπο λειτουργίας της κοινωνίας, την κενοδοξία και την εμμονή στην αναζήτηση χρήματος: «*Αποτελεί μια παρωδία του οικογενειάρχη στην καπιταλιστική σύγχρονη κοινωνία*».

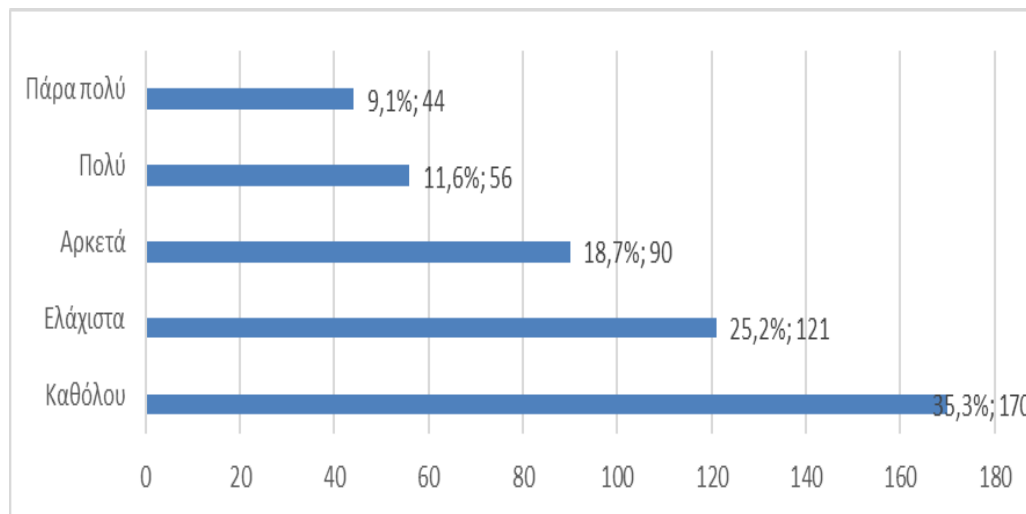
10.4. Αξία ηλεκτρονικών παιχνιδιών – Σχέση με την τέχνη

Το αν ένα βιντεοπαιχνίδι μπορεί να έχει την ίδια αξία με ένα έργο τέχνης, ήταν μία από τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, προκειμένου να διερευνήσουμε τις καλλιτεχνικές διαστάσεις που μπορεί αυτό να πάρει στα μάτια των εφήβων, ενώ επιπλέον, τους ζητούνταν να καταγράψουν και τον τίτλο ενός βιντεοπαιχνιδιού που θεωρούν καλλιτεχνικό, όπως και τους λόγους που έχει αξία. Από τη στιγμή που οι έννοιες ‘καλλιτεχνικό’ και ‘τέχνη’ είναι ασαφείς και επιδέχονται διάφορες ερμηνείες, κινηθήκαμε με δύο τρόπους αναφορικά με τα συγκεκριμένα ερωτήματα. Πρώτον, στη γραπτή διατύπωση της ερώτησης για το αν ένα βιντεοπαιχνίδι έχει την ίδια αξία με ένα έργο τέχνης, προσθέσαμε τρία παραδείγματα ‘έργου τέχνης’: ταινία, μουσικό κομμάτι, έργο ζωγραφικής. Έτσι, δώσαμε μια κατεύθυνση πιο σαφή και οικεία, έτσι ώστε οι έφηβοι να αισθανθούν ασφάλεια με τον συγκεκριμένο όρο, καθώς σίγουρα θα είχαν έρθει σε επαφή με τουλάχιστον ένα από τρία αναφερόμενα έργα τέχνης. Δεύτερον, πριν τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, η έννοια του ‘καλλιτεχνικού βιντεοπαιχνιδιού’ ήταν κάτι που συζητούσαμε με τα παιδιά μέσα στις τάξεις, ορίζοντάς τον όρο ‘καλλιτεχνικό’ με βάση, κυρίως, τις αισθητικές ιδιότητες που μπορεί να έχει ένα βιντεοπαιχνίδι. όπως είναι τα γραφικά, τη μουσική, την πλοκή, τους χαρακτήρες κ.α. Μέσω των παραπάνω επεξηγήσεων, σκοπός ήταν να κινηθούν όλοι, πάνω-κάτω, προς την ίδια κατεύθυνση, για να μην υπάρχουν παρανοήσεις στην εξαγωγή των αποτελεσμάτων που ενδεχομένως να διαστρέβλωναν την αξιοπιστία της έρευνας.

Απόψεις των εφήβων σχετικά με την καλλιτεχνική αξία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών

Στην ερώτηση ‘Ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι μπορεί να έχει την ίδια αξία με ένα έργο τέχνης, όπως είναι μια ταινία, ένα έργο ζωγραφικής ή ένα μουσικό κομμάτι;’, απάντησε το 99,2% των εφήβων (481 στους 485 συμμετέχοντες). Περισσότεροι από τους μισούς έφηβους απάντησαν ότι τα βιντεοπαιχνίδια δεν έχουν αξία ως καλλιτεχνικά δημιουργήματα, με το 35,3% να δηλώνει ‘καθόλου’ και το 25,2% να απαντά ‘ελάχιστα’. Θετική στάση υιοθέτησε το 11,6% των εφήβων που δήλωσε ‘πολύ’, και το 9,1% που δήλωσε ‘πάρα πολύ’. Ένα 18,7% επέλεξε την απάντηση ‘αρκετά’ · επιλογή που αντιμετωπίσαμε ερευνητικώς ως πλησιέστερη του ‘ναι’ παρά του ‘όχι’. Στο Γράφημα 12 που ακολουθεί, μπορεί να δει κανείς τις απαντήσεις συνολικά.

Γράφημα 12 – Απόψεις εφήβων σχετικά με την καλλιτεχνική αξία ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού



Γενικότερα, οι έφηβοι που παίζουν βιντεοπαιχνίδια υιοθέτησαν μια πιο θετική στάση απέναντι στη θεώρηση του βιντεοπαιχνιδιού ως καλλιτεχνικού δημιουργήματος συγκριτικά με τους έφηβους που δεν παίζουν. Για παράδειγμα, στο ερώτημα αν ένα βιντεοπαιχνίδι έχει την ίδια αξία με μια ταινία, ένα μουσικό κομμάτι ή έναν πίνακα ζωγραφικής, ένα 10,4% των παικτών δήλωσε ‘πάρα πολύ’ σε σχέση με ένα 1,5% των μη παικτών, και ένα 13% ‘πολύ’ έναντι ενός 3% των εφήβων που δεν παίζουν. Αντιστοίχως, αρνητική στάση είχαν σε μεγαλύτερο βαθμό οι έφηβοι που δεν παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια, συγκριτικά με τους έφηβους που παίζουν (61,2%:31,2%). Από τους έφηβους, επιπλέον, που απάντησαν αρνητικά (‘καθόλου’), το 45% ήταν κορίτσια και το 26,4% ήταν αγόρια, ενώ από εκείνους που απάντησαν θετικά (‘πάρα πολύ’), το 13,6% ήταν αγόρια και το 4,3% ήταν κορίτσια. Τα αγόρια, γενικότερα, ήταν πιο θετικά στην αντιμετώπιση των ηλεκτρονικών παιχνιδιών ως καλλιτεχνικών δημιουργημάτων. Όσον αφορά τις απαντήσεις των εφήβων με βάση την ηλικία τους, δεν παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις δύο ηλικιακές ομάδες, ούτε εξάχθηκαν σαφή συμπεράσματα. Ακολουθεί ο Πίνακας 15.

Πίνακας 15 – Αξιολόγηση των ηλεκτρονικών παιχνιδιών ως καλλιτεχνικά δημιουργήματα από τους συμμετέχοντες, με βάση του αν είναι παίκτες ή όχι, αγόρια ή κορίτσια, μαθητές Γυμνασίου ή Λυκείου

	Παίκτης	Μη παίκτης	Αγόρι	Κορίτσι	12-14 ετών	15-17 ετών
	%	%	%	%	%	%
Πάρα πολύ	10.4%	1.5%	13.6%	4.3%	31.6%	38.7%
Πολύ	13%	3%	16.4%	6.5%	28%	22.7%
Αρκετά	19.6%	13.4%	21.6%	15.6%	21.8%	16%
Ελάχιστα	25.8%	20.9%	22%	28.6%	12.4%	10.9%
Καθόλου	31.2%	61.2%	26.4%	45%	6.2%	11.7%

Τίτλοι καλλιτεχνικών βιντεοπαιχνιδιών

Από τους έφηβους ζητήθηκε, επίσης, να αναφέρουν τον τίτλο ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού που θεωρούν ότι είναι καλλιτεχνικό και έχει αξία. Στην ερώτηση αυτή έδωσαν τίτλους οι 216 συμμετέχοντες, δηλαδή ένα 44,5% των εφήβων. Συνολικά, προέκυψαν 79 τίτλοι βιντεοπαιχνιδιών. Στον Πίνακα 16 αποτυπώνονται οι είκοσι πιο συχνά αναφερόμενοι τίτλοι.

Πίνακας 16 – Δημοφιλέστερα ηλεκτρονικά παιχνίδια που οι έφηβοι θεωρούν καλλιτεχνικά

Μπορείς να αναφέρεις τον τίτλο ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού που θεωρείς καλλιτεχνικό και έχει αξία;		N
1	Call of Duty	20
2	Free Fire	16
3	Minecraft	16
4	Grand Theft Auto (GTA V: 10, GTA San Andreas: 3)	13
5	League of Legends	11
6	God of War	11
7	The Last of Us	10
8	Fifa	8
9	Uncharted (1-4)	7
10	Forza Horizon (4, 5)	7

11	Fortnite	6
12	Assasin's Creed	6
13	Roblox	4
14	Life is Strange	4
15	Player Unknown's Battlegrounds (PUBG)	4
16	Super Mario	4
17	Counter Strike	3
18	Farming Simulator (19)	3
19	Far Cry (3,4)	3
20	The Lord of the Rings	3

Απόψεις των εφήβων για την αξία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών που επέλεξαν ως καλλιτεχνικά

Όταν ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να γράψουν γιατί έχει αξία το ηλεκτρονικό παιχνίδι που επέλεξαν ως καλλιτεχνικό – μια ανοικτή ερώτηση, στην οποία απάντησε ένα 41,6% (202 έφηβοι στους 485) –, οι απαντήσεις ήταν ποικίλες και αφορούσαν διάφορες διαστάσεις, όχι αποκλειστικά σχετιζόμενες με την τέχνη. Μετά από θεματική κωδικοποίηση των απαντήσεών τους, δημιουργήθηκαν οκτώ κατηγορίες με τους λόγους, για τους οποίους έχει αξία το ηλεκτρονικό παιχνίδι που επέλεξαν ως καλλιτεχνικό³⁷ (κατηγορίες που αλληλεπικαλύπτονται ενίοτε, καθώς οι έφηβοι αναφέρονταν συχνά σε έναν συνδυασμό λόγων, κάτι που διαμόρφωσε και τον υπολογισμό των ποσοστών). Οι θεματικές αυτές κατηγορίες παρουσιάζονται επιγραμματικά στον Πίνακα 17, ενώ επιπλέον, στο τέλος της υποενότητας, στον Πίνακα 18 παρουσιάζονται συγκεντρωτικά δίπλα στην κάθε κατηγορία, οι λόγοι που έδωσαν οι συμμετέχοντες σχετικά με την αξία των καλλιτεχνικών βιντεοπαιχνιδιών.

³⁷ Υπήρξε και ένα 5,4% των εφήβων, το οποίο δεν εντάξαμε σε καμία κατηγορία, καθώς στις απαντήσεις του δεν υπήρχε κάποιο επιχείρημα.

Πίνακας 17 -Κατηγοροποίηση των επιχειρημάτων σχετικά με την αξία των βιντεοπαιχνιδιών που επιλέχθηκαν ως καλλιτεχνικά

Γιατί έχει αξία το βιντεοπαιχνίδι που επέλεξαν οι έφηβοι ως καλλιτεχνικό;	N	%
1 Καλλιτεχνικά χαρακτηριστικά	57	28.2%
2 Δημοτικότητα	15	7.4%
3 Οικονομικοί λόγοι	4	2%
4 Επιβίωση	9	4.4%
5 Αποτέλεσμα εντατικής εργασίας	7	3.5%
6 Σχέση με άλλες τέχνες και με λογοτεχνία	12	5.9%
7 Κάλυψη αναγκών	72	35.6 %
8 Σχέση με την πραγματικότητα	33	16.3%

Ας δούμε τις παραπάνω κατηγορίες αναλυτικά.

I. Καλλιτεχνικά χαρακτηριστικά του ηλεκτρονικού παιχνιδιού

Ένα 28,2% των εφήβων συσχέτισε την αξία ενός καλλιτεχνικού βιντεοπαιχνιδιού με τις καλλιτεχνικές ιδιότητές του. Οι έφηβοι μίλησαν για όμορφα και προσεγμένα γραφικά, όπως εκείνα του *Tomb Raider* ή του *Forza Horizon*, και για ωραία μουσική που συμβάλλει στη συγκινησιακή διέγερση και στη δημιουργία της κατάλληλης ατμόσφαιρας, όπως στο βιντεοπαιχνίδι *Spider-Man*.

«Τα γραφικά, η τέχνη (οι developers συνεργάζονται με street artists και οι τοιχογραφίες τους είναι στο παιχνίδι), το rendering του αυτοκινήτου αλλά και τον χάρτη» (αγόρι 15 ετών, *Forza Horizon* 5)

«Γιατί έχει καλά γραφικά και μου αρέσει πολύ η μουσική» (αγόρι 14 ετών, *Spider-Man*)

Αναφέρθηκαν σε μη στατικούς χαρακτήρες, όπως είναι ο Sam, η Ellie και η Dina στο *The Last of Us* (ένα βιντεοπαιχνίδι που θυμίζει ταινία και που μέσα στο 2023 έγινε τηλεοπτική σειρά), η πρωταγωνίστρια Max, στο *Life is Strange* ή ο Jason Brody στο *Far Cry*.

«Ωραία μουσική, ατμόσφαιρα, χαρακτήρες, δράση, συναισθήματα» (αγόρι 17 ετών, *The Last of Us*)

«Γιατί εστιάζει στη ζωή της πρωταγωνίστριας και στα συναισθήματά της. Επίσης, έχει ωραία γραφικά και πολλή δράση» (κορίτσι 15 ετών, *Life is Strange*)

«Δείχνει πώς ο Jason Brody μετατράπηκε από αθώος σε τέρας μέσα από το gameplay» (αγόρι 16 ετών, *Far Cry 3*)

Έδωσαν έμφαση στην πολύ καλή ιστορία/πλοκή, ικανή να κρατάει το ενδιαφέρον των παικτών, όπως είναι το σενάριο στο *Nier Replicant*, όπου στο δυστοπικό έτος 3167, με την ανθρωπότητα να βρίσκεται στα όρια της εξαφάνισης, ο πρωταγωνιστής προσπαθεί να σώσει την αδερφή του που πάσχει από μια θανατηφόρα ασθένεια (Δερβίσης 2021), ή στο *Death Stranding*, όπου ο πρωταγωνιστής (τον οποίο υποδύεται ο γνωστός ηθοποιός, Norman Reedus), καλείται να επανενώσει τις κατεστραμμένες κοινωνίες των UCA (United Cities of America), λόγω μιας σειράς ανεξήγητων, υπερφυσικών γεγονότων που έχουν ξεσπάσει και απειλούν την ανθρώπινη ύπαρξη (Σιδηρόπουλος 2019).

«Υπάρχει προδοσία, και εξηγεί την ιστορία κρατώντας τον άνθρωπο που το παίζει σε αγωνία και του κινεί το ενδιαφέρον» (κορίτσι 16 ετών, *Nier Replicant*).

«Τρομερή πλοκή, παίζουν διάσημοι ηθοποιοί και έχει από τα καλύτερα γραφικά» (αγόρι 14 ετών, *Death Stranding*)

Η πλοκή φάνηκε να έχει μεγάλη σημασία για πολλούς έφηβους, ειδικά όταν μεταδίδει νοήματα και είναι πολυσύνθετη, όπως εκείνη του *The Last of Us*, του *Tomb Raider* ή του *God of War*. Αναφορά έγινε και στην πολυσύνθετη ιστορία του *Undertale*, όπου ο παίκτης χειρίζεται τον Frisk, έναν άνθρωπο αδιευκρίνιστου φύλου, ηλικίας, εθνικότητας, που είναι επιπλέον και ο μοναδικός playable χαρακτήρας, ο οποίος πέφτει σε μια τρύπο-δίοδο προς έναν κόσμο διαφορετικό γεμάτο με τέρατα, με τα τελευταία να είναι ιδιόρρυθμοι χαρακτήρες που παραπέμπουν σε διάφορους ανθρώπινους τύπους (Μοσχονάς 2015).

«Έχουν πολύ καλή ιστορία, και πολύ καλό design και έχουν και μια πολύ ωραία ιστορία πίσω από το κάθε ένα, και έχουν όλα τους αρκετά νοήματα» (κορίτσι 15 ετών, *Tomb Raider*, *God of War*, *Assassin's Creed*)

«Είναι πολύ καλά σχεδιασμένο γραφικό, το σενάριο είναι εξαιρετικό, και η ιστορία είναι πολύ περίπλοκη, αλλά πολύ καλά διατυπωμένη» (κορίτσι 17 ετών, *The Last of Us*)

«Η πολυπλοκότητα και το βάθος» (αγόρι 15 ετών, *Undertale*)

II. Δημοτικότητα του ηλεκτρονικού παιχνιδιού.

Για ένα 7,4% εφήβων, η αξία του βιντεοπαιχνιδιού έχει να κάνει με τις καλές κριτικές που αυτό έχει λάβει, την προσέλκυση ενός μεγάλου αριθμού παικτών, την αναγνωρισιμότητα και τη διαχρονικότητα. Αναφέρουμε ενδεικτικά:

«Γιατί το παίζουν 2 δισεκατομμύρια του πληθυσμού» (*Free Fire*, αγόρι 14 ετών)

«Είναι από τα καλύτερα παιχνίδια που έχουν βγει λόγω πλοκής και επίσης έχει πάρει καλή βαθμολογία από γνωστές εταιρείες» (*GTA*, αγόρι 12 ετών)

«Γιατί είναι παιχνίδι στρατηγικής και έχει μεγαλώσει γενιές και γενιές» (*League of Legends*, αγόρι 13 ετών)

«Πολύ καλά γραφικά, πολύ καλή ιστορία, 9/10 would recommend» (αγόρι 15 ετών, *Call of Duty, Modern Warfare*)

Αναφέρθηκαν στο franchise και στο στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης που προσδίδουν αξία σε ένα βιντεοπαιχνίδι. Για παράδειγμα, το *Counter Strike* είναι μια σειρά βιντεοπαιχνιδιών πρώτου προσώπου, με το πρώτο παιχνίδι της σειράς να κυκλοφορεί το 1999. Το σύμπαν του *League of Legends*, από την άλλη, έχει αποτελέσει πηγή έμπνευσης για την τηλεοπτική σειρά κινούμενων σχεδίων, την *Arcane*, τη δημιουργία διάφορων κόμικς, όπως είναι οι *Φρουροί του φωτός: ακλόνητη καρδιά*, καθώς και τη δημιουργία μουσικών κομματιών:

«Επειδή είναι διάσημο, έχουν βασιστεί σε αυτό σειρές, ταινίες, μουσική, και επίσης είναι πολύ ευχάριστο» (αγόρι 16 ετών, *League of Legends*)

«Γιατί έχει πολλές ιστορίες από πίσω με τα χρόνια και έχει μεγάλη αξία» (αγόρι 18 ετών, *Counter Strike: Global Offensive*)

Η φημολογία που επικρατεί γύρω από κάποια βιντεοπαιχνίδια συμβάλλει, επίσης, στο να τα χαρακτηρίσουν ως έργα με αξία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το *Subway Surfers* και η (ψευδής) φήμη που διαδόθηκε στα social media ότι ο δημιουργός του παιχνιδιού δημιούργησε το

παιχνίδι αυτό στη μνήμη του γιου του που σκοτώθηκε σε ατύχημα με τρένο ενώ έκανε skate boarding (Buzz Staff, 2020):

«Γιατί μέσα από αυτό το παιχνίδι μάς δίνονται κάποια συμπεράσματα, αλλά και γιατί αυτό το παιχνίδι το δημιούργησε ένας πατέρας που έχασε το παιδί του» (κορίτσι 12 ετών, *Subway Surfers*)

«Γιατί αναφέρεται σε αληθινή ιστορία, ο δημιουργός του παιχνιδιού έχασε τον γιο του στα τρένα, με το σκέιτ επειδή έκανε γκράφιτι και μετά τον πάτησε τρένο καθώς έτρεχε να ξεφύγει, γι' αυτό δημιούργησε το παιχνίδι, ο κεντρικός ήρωας μοιάζει αρκετά στον γιο του» (κορίτσι 13 ετών, *Subway Surfers*).

III. Οικονομικοί λόγοι

Η αξία του βιντεοπαιχνιδιού συνδέθηκε και με την οικονομική του αξία από ένα 2% των συμμετεχόντων. Οι έφηβοι σχολίασαν τόσο την τιμή του βιντεοπαιχνιδιού, η οποία καθορίζει και την αξία του, όσο και το ότι αποτελεί πηγή εσόδων για τους παίκτες, ένα είδος επένδυσης, αν αντιμετωπιστεί επαγγελματικά. Ας δούμε αντιπροσωπευτικές απαντήσεις:

«Κάνει 10 ευρώ» (αγόρι 15 ετών *Asseto Corsa*)

«Γιατί εκτός από παιχνίδι, είναι και επάγγελμα όπου έχω κερδίσει ένα ποσό χρημάτων» (αγόρι 15 ετών, *Rainbow Six*)

«Μπορείς να γίνεις καλός συνεργάτης και επίσης μπορείς να κερδίσεις λεφτά από αυτό» (αγόρι 15 ετών, *Rocket League*)

Οι ευκαιρίες που προσφέρει η αγωνιστική και εντατική ενασχόληση με ένα βιντεοπαιχνίδι αποφέρει εκατομμύρια σε έσοδα, προσελκύοντας πολλούς θεατές και παίκτες παγκοσμίως (Ροϊνιώτη & Παπαευαγγέλου 2019: 103). Από τα πιο γνωστά παιχνίδια των e-Sports είναι το *Fortnite* και το *League of Legends*. Το 2021, το cumulative prize pool, δηλαδή τα χρήματα που συγκεντρώθηκαν από τα εισιτήρια που πούλησε η διοργάνωση και τα οποία μοιράστηκαν στους νικητές, ήταν 19,96 εκατομμύρια δολάρια (Gough, 2024). Όπως έγραψε και ένας δεκατριώνχρονος για το *Fortnite*: «Γιατί υπάρχουν τουρνουά για ένα εκατομμύριο».

IV. Επιβίωση

Για ένα 4,4% των εφήβων είναι το στοιχείο της επιβίωσης που δίνει αξία στα βιντεοπαιχνίδια που επέλεξαν ως καλλιτεχνικά, όπως είναι το *Frost Punk* και το *Free Fire*. Η επιβίωση στα ηλεκτρονικά παιχνίδια για τους συγκεκριμένους έφηβους συνιστά ένα μέσο που τους κάνει να αισθάνονται πιο δυνατοί, πιο ικανοί να αντιμετωπίσουν το άγνωστο, τους προβληματίζει και αποτελεί, συγχρόνως, ένα στήριγμα, καθώς τους βοηθάει να διαχειριστούν δύσκολα θέματα. Το *Frost Punk*, για παράδειγμα, έχει να κάνει με το φαινόμενο της υπερθέρμανσης του πλανήτη και των ακραίων καιρικών φαινομένων, μεταφέροντας τον παίκτη στον ρόλο ενός επιζώντα, το 1886, σε μια Βόρεια Αμερική που έχει καλυφθεί από τον πάγο, και όπου ο παίκτης καθοδηγεί μια ομάδα επιζώντων και καλείται να φτιάξει μια θερμική γεννήτρια για να ζεσταθεί η πόλη (Μοσχονάς, 2018), προσπαθώντας να πάρει τις σωστές αποφάσεις. Ή στο *Free Fire*, ένα από τα δημοφιλέστερα παιχνίδια για κινητά, 50 παίκτες προσγειώνονται με αλεξίπτωτο σε ένα άγνωστο μέρος σε ένα νησί, και αρχίζουν να ψάχνουν για όπλα και εφόδια, παίζοντας είτε ατομικά είτε ομαδικά (σε ομάδες δύο ή τεσσάρων ατόμων), σκοτώνοντας τους αντιπάλους. Σε αυτά τα βιντεοπαιχνίδια βρίσκουμε δύο είδη επιβίωσης: α) τη συλλογική επιβίωση, που έχει ως κινητήρια δύναμη τη συνεργασία για τη νίκη, και, β) την ατομική επιβίωση, με βασικό μότο να γίνεται «ο αγώνας εναντίον του να χάσεις». Χαρακτηριστικές απαντήσεις είναι οι ακόλουθες:

«Μας μαθαίνει ότι πρέπει να κάνουμε τα πάντα για να επιβιώσουμε» (αγόρι 14 ετών, *Free Fire*)

«Βασίζεται στις δυσκολίες της ζωής, ειδικά μετά από μια μαζική καταστροφή, καθώς άτομα γίνονται απεγνωσμένα για βοήθεια, δεν ξέρεις ποιες αποφάσεις να πάρεις» (αγόρι 16 ετών, *Frost Punk*)

«Γιατί μαθαίνεις να επιζείς στα δύσκολα» (κορίτσι 14 ετών, *Free Fire*),

«Επειδή δημιουργείς τον δικό σου χαρακτήρα και προσπαθείς να επιβιώσεις σε ένα πολεμικό μέτωπο» (αγόρι 15 ετών, *Free Fire*)

V. Αποτέλεσμα εντατικής εργασίας

Ένα 3,5% των εφήβων βλέπει σε ένα καλλιτεχνικό ηλεκτρονικό παιχνίδι ένα αποτέλεσμα δουλειάς πολλών ωρών και συνεργασίας διάφορων ατόμων. Οι έφηβοι αντιλαμβάνονται τη δυσκολία που

έχει η δημιουργία ενός βιντεοπαιχνιδιού, από την αρχή της κατασκευής του ως το τέλος, λαμβάνοντας υπόψη την έρευνα που απαιτείται για να ολοκληρωθεί, τις προσπάθειες που γίνονται προκειμένου να είναι πειστικό και αληθοφανές, τις διαρκείς αναβαθμίσεις που πραγματοποιούνται για τη διαρκή βελτίωσή του. Αναφέρουμε συγκεκριμένα:

«Γιατί φαίνεται ότι έχουν ρίξει πολλή δουλειά στο παιχνίδι και το αποτέλεσμα είναι ικανοποιητικό, ειδικά για μένα που με ενδιαφέρει η ιστορία του παιχνιδιού, η οποία αντικατοπτρίζει την εποχή της δεκαετίας του '70 στην Αμερική» (αγόρι 15 ετών, *Mafia iii*)

«Γιατί έχει πέσει πολλή δουλειά για να φτιαχτεί» (κορίτσι 15 ετών, *The Last of Us*)

«Γιατί κάθε φορά πάνε και κάνουν update, με αποτέλεσμα να το παίζουν τα παιδιά, και ότι αλλάζουν διάφορα πράγματα» (αγόρι 15 ετών, *Fortnite*)

«Λόγω της δουλειάς και της έρευνας που χρειάστηκαν για να γίνουν, της ενδιαφέρουσας πλοκής, των αληθοφανών χαρακτήρων και των υψηλών γραφικών» (κορίτσι 14 ετών, *Tomb Raider*)

VI. Η σχέση του βιντεοπαιχνιδιού με άλλες μορφές τέχνης ή με την παγκόσμια λογοτεχνία

Το ότι ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι μπορεί να σχετίζεται με διάφορες μορφές τέχνης ή με λογοτεχνικά κείμενα είναι κάτι που το κατατάσσει στην κατηγορία του καλλιτεχνικού δημιουργήματος και του δίνει αξία σύμφωνα με ένα 5,9% των εφήβων. Μπορεί να έχει αξία, παραδείγματος χάριν, επειδή η ιστορία του βασίζεται σε κάποιο γνωστό βιβλίο, όπως είναι το *The Lord of the Rings* ή να έχει σχέση με την αρχαία ελληνική γραμματεία, όπως είναι η ομηρική *Οδύσσεια*:

«Γιατί βασίζεται σε βιβλίο» (αγόρι 16 ετών, *Lord of the Rings*)

«Γιατί το συγκεκριμένο παιχνίδι έχει θέμα με τον Οδυσσέα» (αγόρι 12 ετών, *Assassin's Creed Odyssey*)

«Γιατί σχετίζεται με τη μυθολογία» (αγόρι 13 ετών, *God of War*)

Αξία μπορεί να έχει, ακόμα, όταν εμπεριέχει χαρακτηριστικά που είναι στενά συνδεδεμένα με άλλα δημοφιλή μέσα ψυχαγωγίας, όπως είναι το σενάριο και οι χαρακτήρες, τα οποία

θεωρούνται βασικά στοιχεία μιας κινηματογραφικής ταινίας. Ή, πάλι, αν το βιντεοπαιχνίδι σχετίζεται με κάποια μορφή τέχνης, όπως είναι ο χορός:

«Φτιάχνεις τον χαρακτήρα σου και εκπαιδεύεσαι από χαρακτήρες ταινίας (*data*)» (αγόρι 12 ετών, *Shinobi Striker*),

«Γιατί έχει ιστορία όπως μια ταινία» (κορίτσι 13 ετών, *Super-Mario*)

«Γιατί έχει σχέση με τον χορό (κορίτσι 16 ετών, *Just Dance*)

Ακόμα και η σχέση του βιντεοπαιχνιδιού με αθλήματα είναι για κάποιους έφηβους κριτήριο για να του προσδώσουν αξία, διότι τα αντιμετωπίζουν ως τέχνη. Αναφέρουμε ενδεικτικά:

- «Καλλιτεχνικό μπορείς να το πεις γιατί έχει σχέση με το ποδόσφαιρο, έτσι είναι και δημιουργικό» (αγόρι 14 ετών, *Fifa*)
- «Γιατί πιστεύω ότι το ποδόσφαιρο είναι τέχνη» (αγόρι, 12 ετών, *Fifa*)

VII. Κάλυψη αναγκών

Για ένα 33,6% των εφήβων, η αξία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών σχετίστηκε με τις ανάγκες που αυτά καλύπτουν. Οι απαντήσεις αυτών των συμμετεχόντων μας παραπέμπουν στη *Θεωρία των χρήσεων και ικανοποιήσεων* και στις κατηγορίες των διάφορων αναγκών. Ανάμεσα στις ανάγκες των εφήβων που καταγράφηκαν ήταν η απόδραση από τα άγχη της καθημερινότητας, η αποφόρτιση και η χαλάρωση:

«Επειδή σε κρατάει ήρεμο» (αγόρι 16 ετών, *League of Legends*)

«Γνωρίζεις άτομα, και μέσα έχει διάφορα παιχνίδια για να ξεχαστώ» (κορίτσι 12 ετών, *Roblox*)

Άλλοι επικεντρώθηκαν στις μαθησιακές δυνατότητες του βιντεοπαιχνιδιού. Η μάθηση μπορεί να αφορά την ανάπτυξη δεξιοτήτων, όπως είναι η κριτική σκέψη, η επίλυση προβλημάτων και η δημιουργικότητα. Ειδικά, το συναίσθημα της δημιουργικότητας συμβάλλει στο να νιώθει το άτομο ότι αξίζει να ζει (Winnicott 2019: 154, 176). Ο έφηβος μπαίνει στη διαδικασία να σκεφτεί, να προβληματιστεί και να δημιουργήσει. Μπορεί, για παράδειγμα, στο *Cities: Skylines*, να αναπτύξει μια πόλη σύμφωνα με τα δικά του πρότυπα και τη δική του φαντασία, λαμβάνοντας,

συγχρόνως, υπόψη τις ανάγκες των πολιτών, του περιβάλλοντος της πόλης και άλλων παραγόντων που εκφράζονται μέσα από συγκεκριμένους δείκτες τους οποίους ο παίκτης πρέπει να συμβουλευέται (Γεωργιάδης 2015).

«Διότι αναπτύσσεις τη δική σου πόλη ανάλογα με τη ζήτηση των κατοίκων» (αγόρι 17 ετών, *Cities Skylines*)

Ή στο *Minecraft*, ο παίκτης μπορεί να δημιουργήσει διάφορα αντικείμενα από πρώτες ύλες που θα βρει (για παράδειγμα, να δημιουργήσει φτυάρι ή πανοπλία), με τα οποία θα μπορεί να εργάζεται γρηγορότερα και καλύτερα στον κόσμο του παιχνιδιού. Μέσα από τα βιντεοπαιχνίδια γίνεται πιο δημιουργικός. Αναφέρουμε χαρακτηριστικά:

«Σου επιτρέπει να δημιουργήσεις τον δικό σου κόσμο, όπως εσύ τον θες. Έτσι φτιάχνεις κάτι δικό σου» (κορίτσι 12 ετών, *Minecraft*)

«Γιατί είναι απλό και αντλείς δημιουργικότητα» (αγόρι 14 ετών, *Minecraft*)

«Μπορείς να δημιουργήσεις» (κορίτσι 16 ετών, *Minecraft*)

Μπορεί, επίσης, η μάθηση να σχετίζεται με την απόκτηση γνώσεων πάνω σε διάφορους τομείς, όπως είναι η γεωργία, η διακόσμηση ή οι ξένες γλώσσες:

«Διότι σου μαθαίνει διάφορες γεωργικές δουλειές» (αγόρι 16 ετών *Farming Simulator*)

«Γιατί μέσα από αυτό μπορεί κάποιος να μάθει πώς να χτίζει σπίτια και να τα διακοσμήσει εσωτερικά. Μέσα από το παιχνίδι έχουν κτιστεί και προσομοιώσεις διάφορων πόλεων και μουσείων που μπορεί ο κόσμος να τα δει» (κορίτσι 16 ετών, *Minecraft*)

«Επίσης βοηθάει στην ανάπτυξη της ξένης γλώσσας, δηλ. των αγγλικών» (αγόρι 16 ετών, *Genshin Impact*)

«Γιατί μας δίνει πληροφορίες για τα ζώα και για τον πλανήτη μας» (κορίτσι 12 ετών, *The Animal Jam*)

Δεν έλειψαν και οι αναφορές σε διδάγματα και σε μαθήματα ζωής. Τα παιδιά αναφέρθηκαν σε μηνύματα που μεταφέρει ένα βιντεοπαιχνίδι, όπως είναι, για παράδειγμα, τα καταστροφικά αποτελέσματα του πολέμου ή η κατάργηση των διακρίσεων.

«Μαθαίνεις μέσω αυτών των παιχνιδιών πολλά πράγματα για τον πόλεμο, τις συνέπειες του και διάφορες οπτικές» (αγόρι 16 ετών, *Call of Duty*)

«Προβάλλει διάφορες δυσκολίες της ζωής και περιπέτειες, καθώς επίσης και ότι η αγάπη δεν έχει φύλο» (αγόρι 16 ετών, *Life is Strange*)

Επίσης, ένα δεκατριάχρονο αγόρι αναφέρθηκε στους συμβολισμούς του βιντεοπαιχνιδιού *Omorī*, όπου ο παίκτης ελέγχει ένα μοναχικό αγόρι, τον Sunny, και το φανταστικό alter ego του, τον Omorī, με τους δύο χαρακτήρες να εξερευνούν τόσο τον πραγματικό κόσμο όσο και τον σουρεαλιστικό, προσπαθώντας να ξεπεράσουν τα άγχη και τις φοβίες τους.

«Το παιχνίδι χρησιμοποιεί τον συμβολισμό και τις αποφάσεις του παίκτη για να μεταδώσει την ιστορία με έναν πολύ ισχυρό τρόπο» (αγόρι 13 ετών, *Omorī*)

Η αξία του βιντεοπαιχνιδιού συνδέθηκε, ακόμα, με την κοινωνική αναγνώριση και τη συναισθηματική ασφάλεια που εξασφαλίζει ο έφηβος μέσω του παιχνιδιού. Άγνωστοι ανάμεσα σε άγνωστους και ίσοι ανάμεσα σε ίσους, οι έφηβοι, μέσω των χαρακτήρων που επιλέγουν ή δημιουργούν, κοινωνικοποιούνται και δρουν με αυτοπεποίθηση χωρίς τον φόβο να κριθούν, για παράδειγμα, από την εξωτερική τους εμφάνιση.

«Γιατί μέσω του παιχνιδιού βρίσκω φίλους που δεν έχω στην πραγματική ζωή και δεν με κρίνουν για την εξωτερική εμφάνιση» (αγόρι 13 ετών, *GTA*)

Επιπλέον, μέσω του βιντεοπαιχνιδιού αυτό-επιβεβαιώνονται, κατά κάποιον τρόπο. Όταν αισθάνονται, παραδείγματος χάριν, ότι το βιντεοπαιχνίδι που παίζουν είναι κάτι το 'ξεχωριστό' ή δύσκολο για να το παίξουν, αισθάνονται και οι ίδιοι ξεχωριστοί:

«Επειδή είναι κάτι πολύ διαφορετικό από τα υπόλοιπα παιχνίδια, και μου αρέσει το ξεχωριστό» (κορίτσι 13 ετών, *Super Mario, Dragon Ball*)

«Είναι δύσκολο να το καταλάβεις και να το μάθεις. Χρειάζεται να είσαι αρκετά έξυπνος για να γίνεις καλός» (αγόρι 18 ετών, *Rocket League*)

Άλλοι έφηβοι έδωσαν έμφαση σε άλλες ικανοποιήσεις αναγκών, που συμφωνούν με αυτές που προσδιόρισαν οι Banks και Wasserman (2019) ως τις συνηθέστερες, σύμφωνα πάντα με την προσέγγιση της *Θεωρίας των χρήσεων και ικανοποιήσεων*. Μίλησαν για φαντασία:

«Γιατί εξάπτει τη φαντασία» (αγόρι 13 ετών, *Sky*)

«Διότι είναι πολύ δημιουργικό και σου επιτρέπει να φαντάζεσαι περισσότερο» (κορίτσι 14 ετών, *Minecraft*)

Για (ατέρμονη) διασκέδαση:

«Επειδή δίνει κίνητρο στους ανθρώπους να ασκηθούν μέσω του χορού που εξασφαλίζει, και διασκεδάζει» (κορίτσι 15 ετών, *Just Dance*)

«Γιατί διασκεδάζω» (αγόρι 17 ετών, *Fifa*)

«Έχεις την ελευθερία να κάνεις ό,τι θες, ακόμα και όταν έχεις τελειώσει το στόρι, μπορείς να διασκεδάσεις» (αγόρι 15 ετών, *Watch Dogs 2*)

Για διέγερση, με τον έφηβο να μη θέλει να σταματήσει να παίζει ακόμα και όταν εκνευρίζεται με το παιχνίδι:

«Δεν ξέρω, όποτε παίζω νευριάζω αλλά έχω εθιστεί» (αγόρι 17 ετών, *League of Legends*)

Για κοινωνική αλληλεπίδραση με φίλους ή αγνώστους, και τη χαρά της συνεργασίας:

«Γιατί σε αυτά βρίσκουμε καμιά φορά τους φίλους μας και περνάμε καλά» (αγόρι 14 ετών, *GTA*)

«Γιατί πρέπει να συνεργάζεσαι με άλλα άτομα» (κορίτσι 14 ετών, *GTA*)

«Παίζεις με φίλους, και έχει δράση» (αγόρι 16 ετών, *Call of Duty*)

Για ανταγωνισμό και το αίσθημα της νίκης,

«Μου αρέσει, γιατί προσπαθώ να νικήσω, κάτι που με ευχαριστεί» (κορίτσι 16 ετών, *Free Fire*)

«Γιατί περνάς καλά, όταν νικάς» (αγόρι 15 ετών, *Mobile Legends*)

Για προκλήσεις:

«Διότι σε βάζει σε σκέψεις για να λύσεις γρίφους και να περάσεις σε άλλα επίπεδα» (αγόρι 14 ετών, *Uncharted*)

Η αξία του, τέλος, μπορεί να σχετίζεται και με τις αναμνήσεις του παίκτη, προκαλώντας του όμορφα συναισθήματα και συγκίνηση:

«Γιατί ήταν το πρώτο παιχνίδι που έπαιξα» (αγόρι 12 ετών, *Titan Fall*)

VIII. Σχέση με την πραγματικότητα

Σύμφωνα με ένα 16,3% των εφήβων, η αξία του βιντεοπαιχνιδιού σχετίζεται με τη σχέση που έχει με την πραγματικότητα. Για τον προσδιορισμό της σχέσης αυτής, δημιουργήθηκαν τρεις σχετικές υποκατηγορίες: α) έμπνευση από αληθινές καταστάσεις/ιστορικά γεγονότα β) αναπαράσταση της σύγχρονης ζωής, γ) αληθοφάνεια /ρεαλισμός.

Έμπνευση από αληθινές καταστάσεις/ιστορικά γεγονότα

Έφηβοι αξιολόγησαν ως καλλιτεχνικά βιντεοπαιχνίδια με αξία τα παιχνίδια εκείνα που έχουν ως βασικό άξονα την ιστορία. Το gameplay σε αυτού του είδους τα βιντεοπαιχνίδια μπορεί να διαδραματίζεται, για παράδειγμα, σε σκηνικά πολέμου, όπως είναι το *Call of Duty* ή το *World of Tanks*, που αναφέρονται στους Παγκόσμιους Πολέμους:

«Γιατί δείχνει πλοία Α' και Β' Παγκόσμιου Πολέμου, είναι ιστορικό και διασκεδαστικό»

(αγόρι 12 ετών, *World of Tanks*)

«Επειδή σχετίζεται με τον Β Παγκόσμιο Πόλεμο» (αγόρι 15 ετών, *Call of Duty: Warzone*)

«Διότι αναφέρει διάφορα πραγματικά γεγονότα» (αγόρι 16 ετών, *Call of Duty WWII*)

Μπορεί, ακόμα, αυτά τα βιντεοπαιχνίδια να επικεντρώνονται σε αναπαραστάσεις παλαιότερων εποχών και διαφορετικών πολιτισμών, όπως στο *Red Dead Redemption*, που τοποθετείται το 1911 στην άγρια δύση (Γρυπάρης 2010), στο *Assassin's Creed Valhalla*, όπου ο παίκτης μεταφέρεται στο έτος 873 μ.Χ., στην ιστορία των Βίκινγκς και της βίαιης επέκτασής τους στην Αγγλία (Μοσχονάς 2020) ή στο *Far Cry Primal*, όπου βρισκόμαστε στην παλαιολιθική εποχή, σε ένα άγριο περιβάλλον με μαμούθ, τεράστιες τίγρεις και κυνηγούς από διάφορες φυλές, τους οποίους ο παίκτης πρέπει να αντιμετωπίσει (Μαριδάκης 2015):

«Γιατί σχετίζεται με την παλαιολιθική» (κορίτσι 15 ετών, *Far Cry*)

«Αναπαριστά τη ζωή στην Άγρια Δύση της Αμερικής» (αγόρι, *Red Dead Redemption*)

«Έχει σχέση με τον πολιτισμό των Βίκινγκς» (αγόρι 15 ετών, *Assassin's Creed*)

Η ιστορία, επίσης, μπορεί να αφορά διάφορα επιτεύγματα του πολιτισμού:

«Διότι δείχνει πολλά ιστορικά αυτοκίνητα και αναφέρεται στην ιστορία τους» (αγόρι 15 ετών, *Forza Horizon*).

Αναπαράσταση της σύγχρονης ζωής

Στη δεύτερη υποκατηγορία, η αξία των καλλιτεχνικών βιντεοπαιχνιδιών συσχετίστηκε με την αναφορά που κάνουν μέσω του σεναρίου τους στον σύγχρονο κόσμο και συγκεκριμένα με την αναπαράσταση της καθημερινότητας του απλού ανθρώπου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το βιντεοπαιχνίδι, *The Sims*, όπου ο παίκτης δημιουργεί εικονικούς ανθρώπους (τους Sims), τους τοποθετεί σε σπίτια που επιλέγει ή κτίζει και τους χειρίζεται όπως επιθυμεί:

«Επειδή είναι σαν την πραγματική ζωή» (κορίτσι 14 ετών, *Sims 4*)

Η αξία τους συνδέθηκε, ακόμα, με την αναπαράσταση του κόσμου του περιθωρίου και των κοινωνικών αντιθέσεων, όπως είναι ο σκοτεινός κόσμος του *Grand Theft Auto*, που κυριαρχείται από κλέφτες που ονειρεύονται ένα 'καλύτερο αύριο':

«Γιατί ταυτίζεται με την ακραία πραγματικότητα» (κορίτσι 14 ετών, *GTA*),

Η (άμεση ή έμμεση) αναφορά σε διάφορα τρέχοντα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα, καθώς και στις δυσκολίες που αντιμετωπίζει ο σύγχρονος άνθρωπος, οι οποίες παρουσιάζονται είτε με τρόπο κυριολεκτικό είτε με μεταφορικό, αποτέλεσε έναν ακόμα λόγο που έχουν αξία τα βιντεοπαιχνίδια που επέλεξαν κάποιοι έφηβοι. Το *Life is Strange*, για παράδειγμα, που έχει ως πρωταγωνίστριες δύο έφηβες, και μιλάει για την έμφυλη βία και την ομοφυλοφιλία, επαινέθηκε από έναν δεκαεξάχρονο: «Σχετίζεται με την καθημερινή ζωή και έχει ιδιαίτερα βαθύ νόημα» (αγόρι 16 ετών, *Life is Strange*). Στο *Getting Over*, πάλι, ο παίκτης πρέπει να ανέβει σε μια απότομη πλαγιά χρησιμοποιώντας σφυρί, ενώ βρίσκεται μέσα σε ένα καζάνι · ιδέα που για ένα δεκαπεντάχρονο

αγόρι συμβολίζει την προσπάθεια του ανθρώπου να επιβιώσει στον σύγχρονο κόσμο: «*Γιατί χαρακτηρίζει τη ζωή*» (αγόρι 16 ετών, *Getting over*). Και στο *Detroit: Become Human*, έχουμε εξελιγμένα ανδροειδή, με ένα μέρος των ανθρώπων να τα αντιμετωπίζει αρνητικά, καθώς τα θεωρεί υπεύθυνα για τη δική του ανεργία. Στο βιντεοπαιχνίδι, ο παίκτης ελέγχει εναλλάξ τρία ανδροειδή, μπαίνοντας, ουσιαστικά, στη θέση τους μέσω των αποφάσεων που καλείται να πάρει κάθε φορά (Γρυπάρης, 2018): «*Διαδραματίζεται στο μέλλον και συζητά θέματα, όπως ρατσισμό και πολιτικά*» (κορίτσι 16 ετών, *Detroit Become Human*)

Η αξία του βιντεοπαιχνιδιού σχετίστηκε εν μέρει και με το όνειρο μιας ουτοπικής κοινωνίας, όπως είναι η φανταστική υποθαλάσσια πόλη της Rapture, την οποία βρίσκουμε στο βιντεοπαιχνίδι *BioShock* · ένα υποθαλάσσιο μέρος που δημιουργήθηκε για εκείνους που επιθυμούσαν να ζούνε σε μία κοινωνία μακριά από την καταπίεση των κυβερνήσεων και των αρχών (αλλά που σύντομα, εντούτοις, εξελίσσεται σε δυστοπία).

«*Είναι ένα παλιό αλλά καλό παιχνίδι, το οποίο σε βάζει σε μια ουτοπία που είναι κάτω από το νερό*» (αγόρι 14 ετών, *BioShock*)

Αληθοφάνεια/ρεαλισμός

Η αληθοφανής απόδοση του εικονικού κόσμου του βιντεοπαιχνιδιού, με την έμφαση να δίνεται στα ρεαλιστικά γραφικά, συσχετίστηκε για ένα μέρος των εφήβων με την αξία του:

«*Γιατί έχει ρεαλιστικά γραφικά και δείχνει σκηνές από την πραγματικότητα*» (αγόρι 13 ετών, *Call of Duty*)

«*Είναι αρκετά ωραίο...κυρίως μου αρέσει γιατί είναι ψυχολογικό και έχει πολύ αληθινά γραφικά*» (αγόρι 13 ετών, *Little Hope*).

«*Μοιάζει πάρα πολύ αληθινό*» (αγόρι 12 ετών, *Call of Duty*)

«*Γραφικάρες και φουλ ρεαλιστικό*» (αγόρι 17 ετών, *Forza Horizon 4*)

Ο ρεαλισμός του βιντεοπαιχνιδιού συνδέθηκε, επίσης, με την εμπύθιση του έφηβου στον φανταστικό κόσμο. Η εμπύθιση μπορεί να αρχίσει με τη δέσμευση του παίκτη στο παιχνίδι και να

καταλήξει στην ολοκληρωτική του εισχώρησή του σε αυτόν (Qin & Ray 2009: 112-113). Η απορρόφηση στον εικονικό κόσμο του βιντεοπαιχνιδιού είναι διπλής φύσης: ο φανταστικός κόσμος απορροφά την προσοχή και τη φαντασία του παίκτη, και ο παίκτης απορροφά τον φανταστικό κόσμο με το μαθαίνει τα μέρη του, τους χαρακτήρες, τα γεγονότα (Wolf 2017: 205).

«*Το κάνω στην πραγματικότητα*» (αγόρι 13 ετών, *Farming Simulator 19*)

«*Είναι βασισμένο σε περιπέτεια που 'ζεις' καθ' όλη τη διάρκεια του παιχνιδιού*» (αγόρι 16 ετών, *Uncharted*)

Στον Πίνακα 18 εμπεριέχονται συνοπτικά και ανά κατηγορία τα επιχειρήματα των εφήβων σχετικά με την αξία των βιντεοπαιχνιδιών που επέλεξαν ως καλλιτεχνικά.

Πίνακας 18 – Αιτιολόγηση της αξίας των βιντεοπαιχνιδιών που επιλέχθηκαν ως καλλιτεχνικά

Γενική κατηγοριοποίηση με άξονα την αξία των βιντεοπαιχνιδιών που επιλέχθηκαν ως καλλιτεχνικά	Επιχειρήματα των εφήβων σχετικά με την αξία των βιντεοπαιχνιδιών που επέλεξαν ως καλλιτεχνικά, τα οποία οδήγησαν στη γενική κατηγοριοποίηση
Καλλιτεχνικά χαρακτηριστικά	Εφέ/γραφικά, μουσική, ατμόσφαιρα, χαρακτήρες, πλοκή/αφήγηση
Δημοτικότητα	Καλές κριτικές, διαχρονικότητα, φημολογία, μεγάλος αριθμός παικτών, franchise/διαμεσικότητα
Οικονομικοί λόγοι	Τιμή, 'επαγγελματική' ενασχόληση
Επιβίωση	Πειραματισμοί σε ακραίες καταστάσεις, αυτοπεποίθηση ('μπορώ να...'), προβληματισμοί, 'εργαλείο' διαχείρισης δύσκολων καταστάσεων
Αποτέλεσμα εντατικής εργασίας	Πολλές ώρες δουλειάς, συνεργασία πολλών και διαφορετικών ατόμων, διαρκείς αναβαθμίσεις
Σχέση με τέχνες και με λογοτεχνία	Έμπνευση από λογοτεχνία/μυθολογία, ομοιότητες με κινηματογραφική ταινία, σχέση με χορό (αλλά και με αθλήματα, αντιμετωπιζόμενα ως μορφές τέχνης)
Κάλυψη αναγκών	Αποφόρτιση, απόδραση από καθημερινότητα και από άγχη, μάθηση, δημιουργία, διδάγματα, μηνύματα, συναισθηματική ένταση, διασκέδαση, ανταγωνισμός, προκλήσεις, διέγερση φαντασίας, αυτοεπιβεβαίωση, κοινωνική αναγνώριση

Σχέση με την πραγματικότητα

Έμπνευση από αληθινά γεγονότα/ιστορία, αναπαραστάσεις παλαιότερων εποχών, αναπαράσταση της σύγχρονης ζωής – συμπεριλαμβάνοντας και τον κόσμο του περιθωρίου –, επιτεύγματα πολιτισμού, αναφορές σε τρέχοντα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα, αληθοφάνεια και εμβύθιση, κυρίως μέσω ρεαλιστικών γραφικών

Σύνοψη – Συμπεράσματα

Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια αποτελούν βασικό κομμάτι της εφηβικής κουλτούρας, καθώς το 86,2% των συμμετεχόντων/ουσών της έρευνας δήλωσαν ότι παίζουν, ενώ οι έφηβοι που δεν παίζουν καθόλου ηλεκτρονικά παιχνίδια, καλύπτουν μόνο το 13,8%. Από τα παιδιά που παίζουν, το 57,2% είναι αγόρια και παίζουν συχνότερα και για μεγαλύτερη διάρκεια συγκριτικά με τα κορίτσια · συμπεράσματα παρεμφερή με εκείνα που εξάχθηκαν από διάφορες έρευνες (Αντωνίου & Στόικου 2009 · Κοκκέβη κ.συν., 2015 · Κουτρομάνου & Νικολοπούλου, 2009 · Lenhart et al. 2008, Μπερδεκλή κ.συν. 2009 · Τσαλίκη κ.συν., 2012). Μεγάλο είναι, ωστόσο, και το ποσοστό των κοριτσιών που παίζει (42,8%), κάτι που έρχεται σε συμφωνία με τα αποτελέσματα της έρευνας των Anderson και Jiang (2018) και σε αντίθεση με τη στερεοτυπική άποψη ότι τα βιντεοπαιχνίδια είναι, κυρίως, αγορίστικη δραστηριότητα · άποψη που συμερίζεται και ένα μέρος των ίδιων των παιδιών, όπως διαπιστώθηκε από συζητήσεις που διεξάχθηκαν μαζί τους κατά τη διάρκεια της έρευνας.

Οι περισσότεροι έφηβοι είναι, επίσης, τακτικοί παίκτες, όπως είχαν δείξει και τα αποτελέσματα της ESA (2020), και παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια σε διάφορες συσκευές, αποτελέσματα και των Langley και Fuller (2020), με το μεγαλύτερο ποσοστό των παικτών να παίζει συνήθως στο κινητό (65,4%) και στον υπολογιστή (58,2%) (ανάλογα ευρήματα υπήρξαν και στις έρευνες των Κουτρομάνου & Νικολοπούλου (2009) και της Lenhart κ.συν. (2010)).

Οι φίλοι και τα αδέρφια συνιστούν βασικές πηγές πληροφόρησης για τα ηλεκτρονικά παιχνίδια (όπως είχε διαπιστώσει και ο Fromme (2003)), ενώ επιπλέον, μεγάλο ποσοστό των συμμετεχόντων της έρευνας δήλωσε ότι ενημερώνεται από youtubers, οι οποίοι έχουν εξελιχθεί σε ένα νέο είδος celebrity. Παρατηρήθηκε, ακόμα, ότι οι έφηβοι παίζουν με διάφορους τρόπους: με φίλους στον ίδιο χώρο ή διαδικτυακά, με άτομα που δεν γνωρίζουν μέσω διαδικτύου, με αδέρφια, με γονείς ή/και μόνοι. Όταν κλήθηκαν, ωστόσο, να δηλώσουν με ποιον τρόπο παίζουν συνήθως, οι περισσότεροι δήλωσαν ότι παίζουν με φίλους στον ίδιο χώρο (28%), ενώ η επιλογή του μοναχικού παιχνιδιού ερχόταν δεύτερη (26,2%) · αποτελέσματα που είδαμε με αντίστροφη σειρά στην έρευνα της Ofcom (2019).

Αναφορικά με τα κίνητρα των εφήβων για να παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια, αυτά είναι ποικίλα. Πολλοί έφηβοι δήλωσαν ότι παίζουν για να περάσουν την ώρα τους (αποτέλεσμα που εξάχθηκε και από την έρευνα του Fromme (2003) και των Σοφού & Παντελή (2010)), για να

διασκεδάσουν (συμφωνώντας με τα αποτελέσματα του Olson (2008/2010), των Seay κ.συν. (2004), των Langley & Fuller (2004)), να χαλαρώσουν (όπως είδαμε και στον Olson (2010)), να είναι με τους φίλους τους ή/και να κοινωνικοποιηθούν (κίνητρο που συναντήσαμε και στα αποτελέσματα της έρευνας του Fromme (2003), του Olson κ.συν. (2008), του Griffiths κ.συν. του (2003), των Furter & Guv (2021)). Οι ευκαιρίες που προσφέρει το ηλεκτρονικό παιχνίδι για κοινωνικοποίηση και για συνεύρεση με φίλους είναι ένα στοιχείο που αρέσει στο 32,6% των παιδιών. Οι φίλοι είναι, επιπλέον, ο σημαντικότερος λόγος για τον οποίον θα επιλέξει, εντέλει, ένας έφηβος ένα βιντεοπαιχνίδι.

Το ότι τα παιδιά προτιμούν να κάνουν διάφορα πράγματα με φίλους είναι χαρακτηριστικό γνώρισμα της εφηβείας. Κατά τη διάρκεια της εφηβείας, το παιδί αναπτύσσει έντονες φιλίες, και η συναναστροφή με συνομήλικους καταλαμβάνει πολύ χρόνο στη ζωή του. Οι σχέσεις που δημιουργεί με τους φίλους του γίνονται ζωτικό κομμάτι της κοινωνικής ανάπτυξής του και της ανάπτυξης της προσωπικότητάς του, και σε αυτούς στρέφεται (κυρίως) για να αναζητήσει στήριξη σε διάφορα θέματα, καθώς και εκείνοι βιώνουν τις ίδιες εμπειρίες. Σε αυτή την περίοδο της ζωής τους, οι έφηβοι αλληλοβοηθούνται σε μεγάλο βαθμό για να αντιμετωπίσουν και να κατανοήσουν διάφορες καταστάσεις (Cole & Cole 2002: 56, 61 · Craig & Bauman 2008: 65, 61 · Piaget 2000: 204-205). Είναι αναμενόμενο, κατ' επέκταση, για τον έφηβο να επιλέγει βιντεοπαιχνίδια που παίζουν και οι φίλοι του ή να αντιμετωπίζει τα βιντεοπαιχνίδια ως έναν διασκεδαστικό τρόπο για να είναι μαζί τους.

Η κοινωνική συναναστροφή με φίλους δεν ήταν, ωστόσο, από τα βασικότερα χαρακτηριστικά που προσελκύουν έναν έφηβο στο να παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια. Σε υψηλότερη θέση προτίμησης βρέθηκαν να είναι τα γραφικά/εφέ (ένα απ' τα χαρακτηριστικά που βρήκαν και οι Kolo & Bauer (2004)), οι χαρακτήρες (που είδαμε και στα αποτελέσματα του Seay κ.συν. (2004), του Griffiths κ.συν. (2003), και του Olson κ.συν. (2008)), η πλοκή (που είχε σχολιαστεί και από τους συμμετέχοντες της έρευνας του Koehler κ.συν. (2017), σε συνδυασμό με το στοιχείο της φαντασίας), και η μουσική (συμφωνώντας με τα αποτελέσματα του Squire (2008)): χαρακτηριστικά που αποτελούν αρετές κινηματογραφικών ταινιών ή/και τηλεοπτικών σειρών και κόμικς, καθώς συνδυάζουν την εικόνα με την αφήγηση.

Επιπλέον, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που έχουν σχέση με τον κινηματογράφο, την τηλεόραση και τα κόμικς, καθώς και το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης, προσελκύουν το ένα

τέταρτο, περίπου, των συμμετεχόντων (ενισχύοντας τα αποτελέσματα της Sherry & συν. (2006), του Chen (2013), των Alha & Koskinen (2019)). Την ίδια στιγμή, η σύγκλιση των βιντεοπαιχνιδιών με τα συγκεκριμένα δημοφιλή μέσα συνιστά και λόγο για να επιλέξει ένας έφηβος ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι, ενώ επιπρόσθετα, στους λόγους συμπεριλαμβάνεται και η μουσική του ή αν ο ήρωας του βιντεοπαιχνιδιού είναι γνωστός. Θα μπορούσαμε, συνεπώς, να συμπεράνουμε ότι το ηλεκτρονικό παιχνίδι έχει εξελιχθεί σε μια ολιστική διαδραστική μορφή ψυχαγωγίας για ένα μέρος των εφήβων, συγκεντρώνοντας ένα σύνολο στοιχείων από τον χώρο του κινηματογράφου, της τηλεόρασης, της μουσικής και των κόμικς.

Αναφορικά με τους χαρακτήρες των βιντεοπαιχνιδιών, όπως παρατηρήθηκε, πρόκειται για ένα στοιχείο που προσελκύει ένα σημαντικό μέρος του εφηβικού πληθυσμού, και συγκεκριμένα ένα 59,2%. Μελετώντας τους αγαπημένους χαρακτήρες τους, διαπιστώθηκε ότι διαφορετικοί τύποι χαρακτήρων ελκύουν την κάθε ηλικιακή ομάδα. Οι μαθητές του Γυμνασίου επιλέγουν, κυρίως, χαρακτήρες, με ωραία εμφάνιση (παραδείγματος χάριν, με εντυπωσιακή στολή, όπως αυτή του Garen, από το *LoL* ή του Spider-Man, με ρούχα που αποπνέουν δυναμισμό, όπως της Renegade Raider, στο *Fortnite*, ή και με πιο casual εμφάνιση, όπως είναι του Franklin, στο *GTA*), με ειδικές ικανότητες (στοιχείο πολύ σημαντικό σε ένα βιντεοπαιχνίδι, καθώς συμβάλλει στο να κερδίζουν) και ‘καλούς’, που μάχονται για την επικράτηση της κοινωνικής τάξης και ασφάλειας. Το τελευταίο χαρακτηριστικό μάς παραπέμπει στο συμβατικό επίπεδο της ηθικής ανάπτυξης του Kohlberg. Στο τέταρτο στάδιο του συμβατικού επιπέδου, ή αλλιώς στο στάδιο της ηθικής του νόμου και της τάξης, το παιδί πιστεύει στους νόμους και θεωρεί υποχρέωση των ανθρώπων να υπακούν σε αυτούς και να συμβαδίζουν με τα ήθη της κοινωνίας (Cole & Cole 2002: 130-3 · Kohlberg & Gulligan 1971: 1066). Διακρίνεται, περισσότερο, από μια μανιχαϊστική αντίληψη των πραγμάτων. Ο έφηβος 12-14 ετών, όπως παρατηρήσαμε, γοητεύεται από χαρακτήρες που είναι ήρωες, προστατεύουν την κοινωνία και πολεμούν το κακό, με κύριο όπλο τις ιδιαίτερες δυνάμεις τους, όπως είναι ο Πάικ, από το *League of Legends*, που τιμωρεί εκείνους που αποκτούν τα πλούτη τους εις βάρος άλλων ή ο γνωστός σε όλους Spider-Man.

Από την άλλη, οι μαθητές Λυκείου δίνουν σημασία, σε μεγαλύτερο βαθμό από τους μαθητές Γυμνασίου, στον ρόλο/στην ιδιότητα του χαρακτήρα στο βιντεοπαιχνίδι (γνωστοί παίκτες, για παράδειγμα, στο *Fifa* και στο *NBA*), καθώς και στα ψυχολογικά και ιδιοσυγκρασιακά χαρακτηριστικά του, προτιμώντας χαρακτήρες πολύπλοκους, μπερδεμένους, ‘κακούς’. Από την

ηλικία των 14 ετών και πάνω, παρατηρούμε μια αλλαγή στους ηθικούς συλλογισμούς τους. Οι έφηβοι της μέσης εφηβικής περιόδου επιλέγουν πιο σκοτεινούς, μυστηριώδεις και αμφιλεγόμενους χαρακτήρες. Οι επιλογές τους αρχίζουν να υποδεικνύουν, πλέον, τη σκέψη του μετασυμβατικού επιπέδου του Kohlberg, και του σταδίου πέντε, στο οποίο υπάρχει ξεκάθαρη επίγνωση του σχετικισμού των προσωπικών αξιών και πεποιθήσεων, και όπου το σωστό ή το λάθος γίνεται ζήτημα προσωπικών αξιών και γνωμών, ανεξαρτήτως από το τι είναι θεσμικά ορισμένο. Ηθικοί συλλογισμοί που έρχονται σε αντίθεση με την παγίωση θεωριών περί νόμων, καθηκόντων και τάξης που βρίσκουμε στο προηγούμενο επίπεδο (Cole & Cole 2002: 130-133, Kohlberg & Gilligan 1971: 1067). Αντιφατικοί και φορτισμένοι συναισθηματικά χαρακτήρες του *League of Legends* και του *Grand Theft Auto*, η δράση των οποίων τοποθετείται σε μέρη όπου κυριαρχεί η βία, η αναταραχή και η διαφθορά, εκφράζουν τους μεγαλύτερους σε ηλικία έφηβους, οι οποίοι αντιλαμβάνονται ότι οι άνθρωποι έχουν πολλές και διάφορες αξίες και απόψεις, ότι το κοινωνικό σύστημα δεν είναι αλάνθαστο και ότι είναι ανοικτό σε διαδικασίες αλλαγών.

Οι χαρακτήρες, έτσι, που επιλέγουν οι μαθητές Λυκείου μπορεί να είναι ‘κακοί’ – περιθωριακοί, δολοφόνοι, εκδικητές –, αλλά, συνήθως, είναι κακοί για συγκεκριμένους λόγους. Δεν έχουμε τους στερεοτυπικούς, μονοδιάστατους κακούς. Οι χαρακτήρες που προτιμούν, κινητοποιούνται από ψυχολογικά κίνητρα και παλεύουν με τον ίδιο τους τον εαυτό, με την εσωτερική τους άβυσσο, και αυτό τους κάνει πιο ανθρώπινους και πιο προσεγγίσιμους στους έφηβους ηλικίας 15-17 ετών, καθώς διακρίνουν ενδεχομένως στους χαρακτήρες αυτούς τους δικούς τους προβληματισμούς, τα δικά τους αντιφατικά συναισθήματα, τις δικές τους ταυτοτικές αναζητήσεις. Σε αυτή την περίοδο, άλλωστε, της ζωής τους, είναι που προσπαθούν να πετύχουν την, κατά τον Erikson, ασφαλή αίσθηση προσωπικής ταυτότητας, προσπαθώντας να ενδωματώσουν τους διαφορετικούς ρόλους τους σε μια σταθερή ταυτότητα (Cole & Cole 2002: 145). Τους χαρακτήρες που επιλέγουν, χαρακτήρες-σύμβολα της ετερότητας, του Άλλου, δείχνουν να τους συμπονάνε, να τους κατανοούν, καθώς τους παρακολουθούν να προσπαθούν να ενώσουν τα θραύσματά τους.

Η παραπάνω διαπίστωση έφερε στον νου την ποιοτική έρευνα της Γερακοπούλου (2009), που αφορούσε την ανάγνωση των υπέρ-ηρωικών κόμικς. Η Γερακοπούλου εντόπισε τρία στάδια στην ιστορία των αναγνωστών υπέρ-ηρωικών κόμικς. Ο αναγνώστης, στο πρώτο στάδιο ανάγνωσης, το ‘προεφηβικό’, επιλέγει τους κλασικούς υπέρ-ανθρώπους, που έχουν ξεκάθαρη

αντίληψη για τι είναι καλό και τι κακό, και στους οποίους, επιπλέον, βλέπει δικά του χαρακτηριστικά, καθώς εικονογραφούν τους προβληματισμούς και τα άγχη των πρώτων χρόνων της εφηβείας (όπως είναι ο Spider-Man). Στο δεύτερο στάδιο, το ‘εφηβικό’, επιλέγει υπέρ-ήρωες που δρουν σε ομάδες. Πρόκειται βασικά για ανθρώπους που απέκτησαν τις υπερφυσικές τους δυνάμεις μετά από κάποιο πείραμα ή ατύχημα ή εξαιτίας κάποιας γονιδιακής μετάλλαξης, και οι οποίοι βρίσκονται στο περιθώριο της ανθρώπινης δραστηριότητας, αναζητούν διαρκώς τον εαυτό τους και αποτελούν μέλη ομάδας (όπως είναι οι X Men). Και στο τρίτο στάδιο ανάγνωσης, που φαίνεται να καλύπτει τις πρόσφατες προτιμήσεις του – να σημειωθεί ότι ο μέσος όρος ηλικίας των υποκειμένων της έρευνάς της ήταν τα 23 έτη –, ο αναγνώστης επιλέγει τους αντί-ήρωες, που είναι άτομα με υπαρξιακές ανησυχίες, χαοτικοί, περιθωριακοί, που ταυτίζονται με το κακό με την πολιτική και οικονομική εξουσία, και δρουν σε μια σκοτεινή ατμόσφαιρα. Οι ήρωες αυτοί αποτυπώνουν τον κοινωνικό προβληματισμό του ατόμου και τη μετανεωτερική του αγωνία και δρουν, προκειμένου να σώσουν τον εαυτό τους πάνω απ’ όλα (όπως είναι ο Spawn)(Γερακοπούλου 2007: 259-307 · Γερακοπούλου 2009: 237-239).

Επιστρέφοντας στην παρούσα έρευνα, μπορεί να επιχειρηθεί μια αντιστοίχιση των δικών μας δύο σταδίων – που το πρώτο αφορά τους μαθητές Γυμνασίου και το δεύτερο τους μαθητές Λυκείου – με τα στάδια ανάγνωσης που παρατήρησε η Γερακοπούλου. Το πρώτο στάδιο θυμίζει αρκετά το προεφηβικό στάδιο των αναγνωστών υπέρ-ηρωικών κόμικς (για παράδειγμα, προτίμηση για ήρωες της απόλυτης ηθικής, που χαρακτηρίζονται από εφηβικές αμφιταλαντεύσεις και διαθέτουν σωματικές ανθρώπινες υπερδυνάμεις), και το δεύτερο παραπέμπει σε στοιχεία που εντοπίζονται τόσο στο δεύτερο όσο και στο τρίτο στάδιο της έρευνάς της, χωρίς, όμως, το χαρακτηριστικό της δράσης σε ομάδα (παραδείγματος χάριν, προτίμηση για ήρωες με ενδοψυχικές συγκρούσεις, υπαρξιακές αναζητήσεις, εκδικητικότητα, ενδοσκόπηση, σχετικότητα αξιών και αντιλήψεων, και οι οποίοι αποσκοπούν στη σωτηρία του εαυτού τους κατά κύριο λόγο).

Στα ηλεκτρονικά παιχνίδια και στους χαρακτήρες που επιλέγουν τα παιδιά, εντοπίστηκαν, επίσης, διάφοροι συμβολισμοί: α) οι αναπαραστάσεις της ετερότητας, με τον Άλλον να παίρνει ποικίλες μορφές: του τέρατος, του ζόμπι, του δαίμονα, του μάγου, του παράφρονα, του απόκληρου, του περιθωριακού κ.α. (παραδείγματος χάριν, *GTA*, *LoL*), β) την ανατροπή της ισχύουσας τάξης, την οποία επιχειρούν οι διάφοροι ‘κακοί’ (όπως στα *LoL*, *Batman*, *Star Wars*), γ) τη διαμάχη του καλού με το κακό, με τη διαφορά μεταξύ τους να γίνεται αμεσότερα αντιληπτή,

όταν τα παιδιά επιλέγουν ως αγαπημένους χαρακτήρες τους γνωστούς υπέρ-ήρωες, καθώς σε αυτές, συνήθως, τις περιπτώσεις, το ‘καλό’(ο υπέρ-ήρωας) και το ‘κακό’ (που δηλώνει συχνά σύγκρουση με τους νόμους της κοινωνίας) εμφανίζονται ως απόλυτες έννοιες (πχ Spider-Man) (Κωνσταντοπούλου 2020: 125-127).

Οι υπέρ-ήρωες ως χαρακτήρες βιντεοπαιχνιδιών είναι αγαπητοί στα παιδιά της εφηβείας, κάτι που φάνηκε και από την επιλογή υπέρ-ηρώων ως αγαπημένων χαρακτήρων κόμικς σε σχετική ερώτηση στο ερωτηματολόγιο. Από τους μαθητές τόσο του Γυμνασίου όσο και του Λυκείου αναφέρθηκαν ως αγαπημένοι χαρακτήρες βιντεοπαιχνιδιών διάφοροι υπέρ-ήρωες, όπως ο Batman, η Catwoman, ο Captain America και ο Spider-Man, με τον τελευταίο να είναι ο πιο δημοφιλής. Ο Spider-Man επιλέχθηκε, επιπλέον, και από ένα μεγάλο μέρος του συνόλου των συμμετεχόντων ως ο αγαπημένος κόμικ ήρωας. Ο Spider-Man είναι, άλλωστε, ο Peter Parker, ένα νεαρό αγόρι, που αντιμετωπίζει τα συνηθισμένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα παιδιά της εφηβείας, και γίνεται, κατ’ επέκταση, ένα είδωλο πειστικό για να ταυτιστούν οι έφηβοι μαζί του. Δεν είναι τυχαίο, εξάλλου, πως ένα αγόρι 13 ετών δήλωσε ως αγαπημένο του χαρακτήρα ηλεκτρονικού παιχνιδιού τον ‘Peter Parker’, δίνοντας έμφαση ακριβώς στο ανθρώπινο στοιχείο του ήρωα. Ο Peter Parker είναι ένα αγόρι ευαίσθητο, καλοσυνάτο, με αδυναμίες, που, συγχρόνως, μπορεί να γίνει ο άνθρωπος-αράχνη, ένας ήρωας τολμηρός, μεσσιανικός, με υπερδυνάμεις, με φαντασμαγορική στολή, που «σκαρφαλώνει στους τοίχους», όπως έγραψε ένα αγόρι 14 ετών, αναφερόμενο στον λόγο που του αρέσει ο συγκεκριμένος χαρακτήρας.

Διαπιστώθηκε, επίσης, ότι τα παιδιά δεν περιορίζονται σε ένα μόνο είδος ηλεκτρονικού παιχνιδιού – άλλωστε, σε αρκετά από τα ίδια τα παιχνίδια, οι κατηγορίες αλληλοεπικαλύπτονται (για παράδειγμα, να συνδυάζεται η δράση με την περιπέτεια) –, αλλά ούτε σε βιντεοπαιχνίδια κατάλληλα για την ηλικία τους. Αρκετά από τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που δήλωσαν ότι παίζουν οι έφηβοι, χαρακτηρίζονται από αξιολόγηση καταλληλότητας M, που σημαίνει ότι είναι κατάλληλα για ηλικίες άνω των 17 ετών. Για παράδειγμα, 68 έφηβοι δήλωσαν ως ένα από τα αγαπημένα τους παιχνίδια το *GTA*, 50 το *Call of Duty*, και 25 το *Counter Strike*· όλα παιχνίδια χαρακτηριζόμενα με M. Ενδιαφέρον προκαλεί και το εύρημα ότι τα βιντεοπαιχνίδια εκείνα που είτε ανήκουν στο υποείδος της ‘επιβίωσης’ είτε ενυπάρχει σε αυτά έντονο το στοιχείο της επιβίωσης ως μέρος της πλοκής, προσελκύει ένα μεγάλο μέρος των εφήβων. Επιπρόσθετα, το

στοιχείο της ‘επιβίωσης’ συνιστά και έναν από τους λόγους, για τον οποίο τα ηλεκτρονικά παιχνίδια έχουν αξία για ένα μέρος του εφηβικού πληθυσμού.

Όπως οι ταινίες και οι τηλεοπτικές σειρές αποτελούν μια ‘αφηγηματική γλώσσα’ του σύγχρονου κόσμου (Κωνσταντοπούλου 2020: 222-223), έτσι και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια αποτυπώνουν τις αξίες, τους προβληματισμούς και τις φοβίες της υπέρ-νεωτερικής εποχής. Η υγειονομική, δε, κρίση οδήγησε τον ήδη πολύπλοκο, συγκεχυμένο, κόσμο στο να γίνει ακόμα πιο σύνθετος και χαοτικός, και την ανάγκη της μάχης για επιβίωση εντονότερη. Το στοιχείο της επιβίωσης είναι υποπροϊόν του πνεύματος των καιρών. Δεν είναι τυχαίο, άλλωστε, ότι οι ιστορίες/τα σενάρια επιβίωσης γίνονται πιο δημοφιλή μετά από κάποια κρίση στην κοινωνία. Όταν ένας φόβος γίνεται πιο ρεαλιστικός, όπως είναι ο φόβος που σπέρνει μια πανδημία ή μια περιβαλλοντική καταστροφή, τότε μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερο άγχος, το οποίο θέλουμε να αφομοιώσουμε στη συλλογική μας συνείδηση, και έτσι προσπαθούμε να το αναπαραστήσουμε και να αναρωτηθούμε ‘τι θα έκανα αν...;’ (shadowfrax 2018)

Μέσω του φαντασιακού της ‘επιβίωσης’ που ενυπάρχει στα ηλεκτρονικά παιχνίδια, επιχειρείται η αντιμετώπιση του μη κατανοητού, όπως είναι ο θάνατος. Από τις απαρχές της μυθικής σκέψης, σε όλες τις μυθολογίες των λαών, ο άνθρωπος αντιμετώπιζε το ζήτημα του θανάτου με μία διάθεση ερμηνείας, κατανόησης, αποδοχής, αμφισβήτησης (Κωνσταντοπούλου 2020: 218). Μέσω των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, το παιδί της εφηβείας έρχεται αντιμέτωπο με διάφορες μορφές θανάτου (με επιδημίες που μετατρέπουν τους ανθρώπους σε ζόμπι, όπως στο *The last of Us*, με συνεχείς αγώνες των παικτών να βρούνε τροφή και όπλα προκειμένου να παραμείνουν ζωντανοί σε αχανή μέρη, όπως στο *Fortnite*, στο *Minecraft* ή στο *Free Fire*, κ.α.) και προσπαθεί να τον νικήσει, να τον ανατρέψει. Η ‘επιβίωση’ στα ηλεκτρονικά παιχνίδια γίνεται αξία, συνιστώντας κινητήρια δύναμη για τη βελτίωση των συνθηκών ζωής, συνήθως μέσω της συνεργασίας, και την ανακάλυψη του εαυτού.

Στα ηλεκτρονικά παιχνίδια – μικρόκοσμο της κοινωνίας – βρίσκουμε δύο είδη επιβίωσης: α) τη συλλογική επιβίωση, απαραίτητη προϋπόθεση της οποίας είναι η συνεργασία και η αναζήτηση ασφάλειας, και η οποία, σε ένα άλλο επίπεδο, εκείνο της πραγματικότητας, συνδέεται με την ‘ουτοπία’, τον ονειρεμένο εκείνο στόχο, στον οποίο η πρόοδος θα μπορούσε να οδηγήσει όσους αναζητούσαν τη βελτίωση των συνθηκών ζωής, και β) την ατομική επιβίωση, που, περνώντας, γι’ άλλη μια φορά, στο επίπεδο της πραγματικότητας, θα τη συνδέαμε με την, κατά

τον Bauman (2017: 165-166), στάση του ‘κυνηγού’ · στάση, την υιοθέτηση της οποίας επιβάλλει στον άνθρωπο ο σύγχρονος, κατακερματισμένος, εξατομικευμένος κόσμος, και όπου το βασικό μόντο είναι «ο αγώνας εναντίον του να χάσεις», για να μη βρεθείς ανάμεσα στους κυνηγημένους (Bauman 2017: 172).

Σε επίπεδο πραγματικότητας, αμφότερα τα είδη επιβίωσης, εκκινούν από τον φόβο, ο οποίος τροφοδοτείται από την ανασφάλεια του παρόντος (παραδείγματος χάριν, η φάση που διανύουμε τα τελευταία χρόνια χαρακτηρίζεται από: πανδημία, απομόνωση, οικονομική κρίση, ατομικισμός, καπιταλισμός) και την αβεβαιότητα του μέλλοντος, που γεννούν την αίσθηση της ανημπόριας (Bauman 2017: 54, 158). Για να ξεπεραστεί η αίσθηση αυτή, όταν η κοινωνία δεν λειτουργεί κανονικά, απαιτείται η εμπιστοσύνη στην ικανότητα του ανθρώπου να εκπληρώνει τους στόχους που θέτει (Bauman 2017: 162-163). Ερχόμενοι στην περίπτωση των βιντεοπαιχνιδιών, το φανταστικό φαντασιακό δύναται να δώσει νόημα στην ύπαρξη, ανατρέποντας την απελπισία που κυριεύει την ανθρώπινη ύπαρξη, ειδικά σε στιγμές δύσκολες (Κωνσταντοπούλου 2020: 218) και σε ηλικιακές περιόδους ευάλωτες, όπως είναι η εφηβεία. Το φανταστικό φαντασιακό οδηγεί τον έφηβο στο να προσπαθήσει/μάθει να ‘επιβιώσει’, και γι’ αυτό έχει αξία. Όπως αιτιολόγησε και μια δωδεκάχρονη την αξία του *Minecraft*: «Επειδή αυτό το παιχνίδι σε μαθαίνει πώς να επιβιώνεις».

Τα δύο αυτά είδη επιβίωσης συναντώνται και σε συνδυασμό στα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Στο *The last of Us*, για παράδειγμα, η πρωταγωνίστρια, η Ellie, πρέπει να επιβιώσει η ίδια σε έναν μετα-αποκαλυπτικό κόσμο και να φτάσει σε έναν συγκεκριμένο προορισμό, καθώς η ανοσία της στον μύκητα που μεταμορφώνει τους ανθρώπους σε ζόμπι, μπορεί να οδηγήσει στη θεραπεία και στη σωτηρία της ανθρωπότητας. Η ατομική της επιβίωση, δηλαδή, συνδέεται άμεσα με τη συλλογική. Το στοιχείο της επιβίωσης, σε αυτές τις περιπτώσεις των μυθοπλαστικών κόσμων, δείχνει το ανθρώπινο μεγαλείο · το τι μπορεί να κάνει, δηλαδή, ένας απλός άνθρωπος μέσω της συνεργασίας και του αλτρουισμού. Και αυτό είναι ένα σημαντικό κοινωνικοπολιτικό μάθημα που βιώνει το παιδί της εφηβείας μέσω των χαρακτήρων που χειρίζεται.

Άλλοι λόγοι για τους οποίους έχει αξία ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι, σύμφωνα με τους έφηβους, είναι (όπως είδαμε) η δημοτικότητά του – το παιδί στην εφηβεία επηρεάζεται από το τι είναι στη μόδα ή από το τι παίζουν οι φίλοι του –, η σχέση του με την πραγματικότητα – που το κάνει, ενδεχομένως, πιο πειστικό, και κατ’ επέκταση, κάτι περισσότερο από ένα απλό παιχνίδι,

ενισχύοντας το αίσθημα της εμπύθισης –, οι δυνατότητες που προσφέρει για δημιουργικότητα και για μάθηση – κάτι που το μεταμορφώνει, συγχρόνως, και σε ένα μαθησιακό εργαλείο και πηγή έμπνευσης, πέρα από ένα μέσο ψυχαγωγίας –, η καλλιτεχνικότητά του – συγκεντρώνοντας ένα πλήθος καλλιτεχνικών ιδιοτήτων, όπως καλά γραφικά, μουσική, πλοκή και χαρακτήρες. Αναφορά έγινε, ακόμα, στη λειτουργία του ως μέσο συγκινησιακής διέγερσης – εγείροντας συναισθηματικά τον έφηβο –, στην εργασία που απαιτεί για να κατασκευαστεί, καθώς και στον οικονομικό παράγοντα – αποτελεί έναν τρόπο απόκτησης χρημάτων για τους παίκτες.

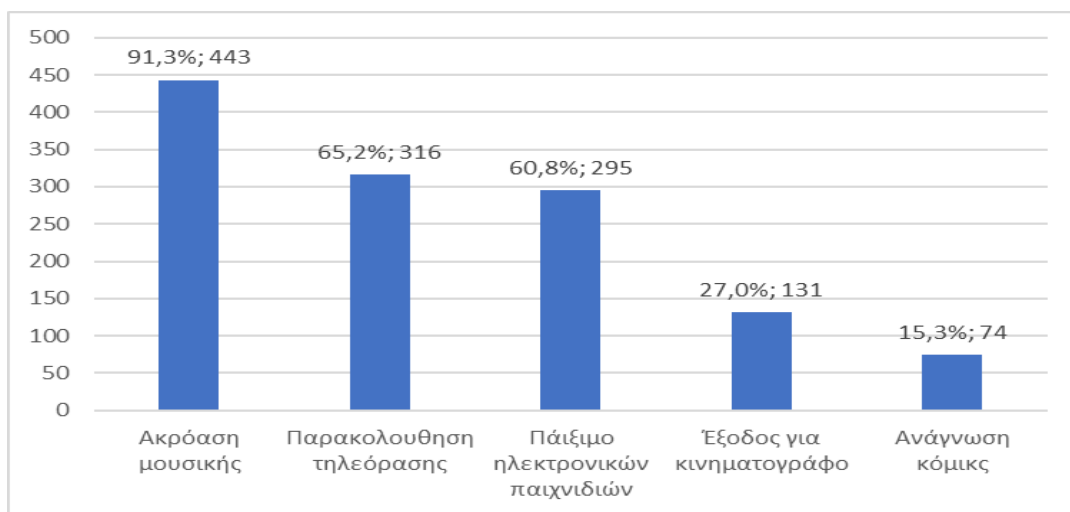
Επίσης, για ένα μέρος των παιδιών, η αξία του συνυφαίνεται με τη σχέση που έχει το βιντεοπαιχνίδι με διάφορες μορφές τέχνης ή/και με τη λογοτεχνία, κάτι που οδηγεί στην υπόθεση ότι το ηλεκτρονικό παιχνίδι δεν αντιμετωπίζεται από ένα μέρος των εφήβων ως ένα έργο άξιο λόγου, όπως μπορεί να θεωρούν μια ταινία ή ένα βιβλίο, αλλά ως κάτι υποδεέστερο ή καλύτερα, ως κάτι συμπληρωματικό. Με άλλα λόγια, είναι ακριβώς το γεγονός ότι ένα βιντεοπαιχνίδι βασίστηκε σε ένα βιβλίο ή σε μια ταινία αυτό που το κάνει να έχει αξία τελικά. Η αξία του συνδέθηκε ακόμα με τη δυνατότητά του να καλύπτει διάφορες ψυχοκοινωνικές ανάγκες, όπως είναι η διασκέδαση, ο ανταγωνισμός, οι προκλήσεις, η απόδραση από το άγχος και η αλληλεπίδραση ` ανάγκες που παραπέμπουν στη *Θεωρία των χρήσεων και ικανοποιήσεων* και στο συμπέρασμα ότι οι έφηβοι στρέφονται σε εκείνα τα ψυχαγωγικά μέσα που τους προσφέρουν καλύτερα ό,τι χρειάζονται την παρούσα στιγμή.

10.5. Αποτελέσματα σχετικά με συμπεριφορές-στάσεις των έφηβων παικτών απέναντι στον κινηματογράφο, τα κόμικς, την τηλεόραση, τη μουσική και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, καθώς και στις συγκλίσεις τους

Συνήθειες ελεύθερου χρόνου

Στο ερώτημα για το πώς συνηθίζουν να περνούν οι έφηβοι τον ελεύθερο χρόνο τους, απάντησε το 100% των συμμετεχόντων. Οι έφηβοι έπρεπε να δηλώσουν ‘ναι’ ή ‘όχι’ σε κάθε μία από τις πέντε εξεταζόμενες ψυχαγωγικές δραστηριότητες (βιντεοπαιχνίδια, τηλεόραση, κινηματογράφος, μουσική και κόμικς). Πρώτη στις συνήθειές τους βρέθηκε να είναι η ακρόαση μουσικής (91,3%). Τη δεύτερη θέση είχε η παρακολούθηση τηλεόρασης (65,2%), και το παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών είχε την τρίτη (60,8%). Στις δύο τελευταίες θέσεις ήταν η έξοδος για κινηματογράφο (27%) και η ανάγνωση των κόμικς (15,3%). Τα παραπάνω αποτυπώνονται στο Γράφημα 13.

Γράφημα 13 – Συνήθειες των εφήβων στον ελεύθερο χρόνο



Δεν βρέθηκαν σημαντικές διαφορές στις συνήθειες ελεύθερου χρόνου μεταξύ αγοριών και κοριτσιών. Εξάιρεση αποτελεί το παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών, με τα κορίτσια να συνηθίζουν να παίζουν βιντεοπαιχνίδια σε μικρότερο βαθμό (40,3%:79,8%). Κατά τα άλλα, τα κορίτσια

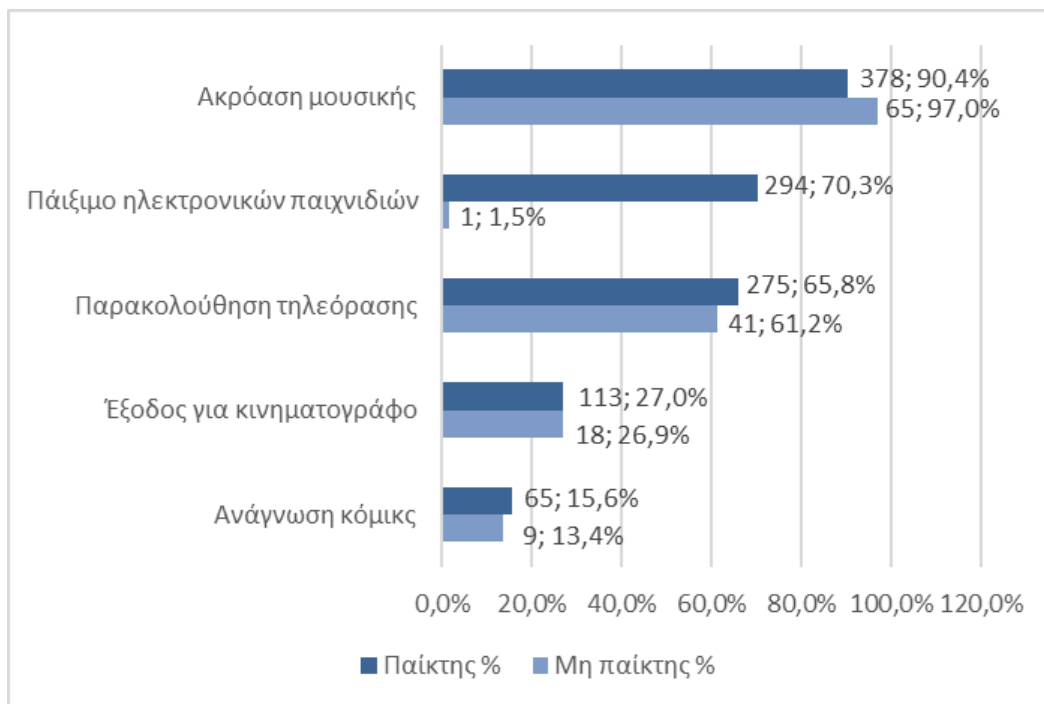
ακούνε μουσική λίγο περισσότερο συγκριτικά με τα αγόρια (97%:86,1%), βγαίνουν περισσότερο για κινηματογράφο (30,9%:23,4%), παρακολουθούν σε μεγαλύτερο βαθμό τηλεόραση (69,1%:61,5%), ενώ όσον αφορά την ανάγνωση κόμικς, η διαφορά είναι σχεδόν ανύπαρκτη. Μεγάλες διαφορές δεν βρέθηκαν ούτε μεταξύ μαθητών Γυμνασίου και Λυκείου. Συγκριτικά με τους μαθητές του Λυκείου, οι μαθητές του Γυμνασίου παίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό βιντεοπαιχνίδια (63,2%:58,8%), παρακολουθούν περισσότερο τηλεόραση (74,1%:57,2%) και διαβάζουν πιο πολύ κόμικς (19,3%:11,7%), ενώ ακούνε μουσική σε μικρότερο βαθμό (87,7%: 94,6%). Στην έξοδο για κινηματογράφο δεν σημειώθηκε κάποια σημαντική διαφορά. (Οι παραπάνω πληροφορίες εμπεριέχονται στον Πίνακα 19 που ακολουθεί).

Πίνακας 19 - Συνήθειες των εφήβων στον ελεύθερο χρόνο ανά φύλο και ηλικιακή ομάδα

Στον ελεύθερο χρόνο σου, τι συνηθίζεις να κάνεις από τα ακόλουθα;	Αγόρι		Κορίτσι		12-14 ετών		15-17 ετών	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Ακρόαση μουσικής	217	86.1%	226	97.0%	200	87.7%	243	94.6%
Παρακολούθηση τηλεόρασης	155	61.5%	161	69.1%	169	74.1%	147	57.2%
Παίξιμο βιντεοπαιχνιδιών	201	79.8%	94	40.3%	144	63.2%	151	58.8%
Έξοδος για κινηματογράφο	59	23.4%	72	30.9%	62	27.2%	69	26.8%
Ανάγνωση κόμικς	41	16.3%	33	14.2%	44	19.3%	30	11.7%

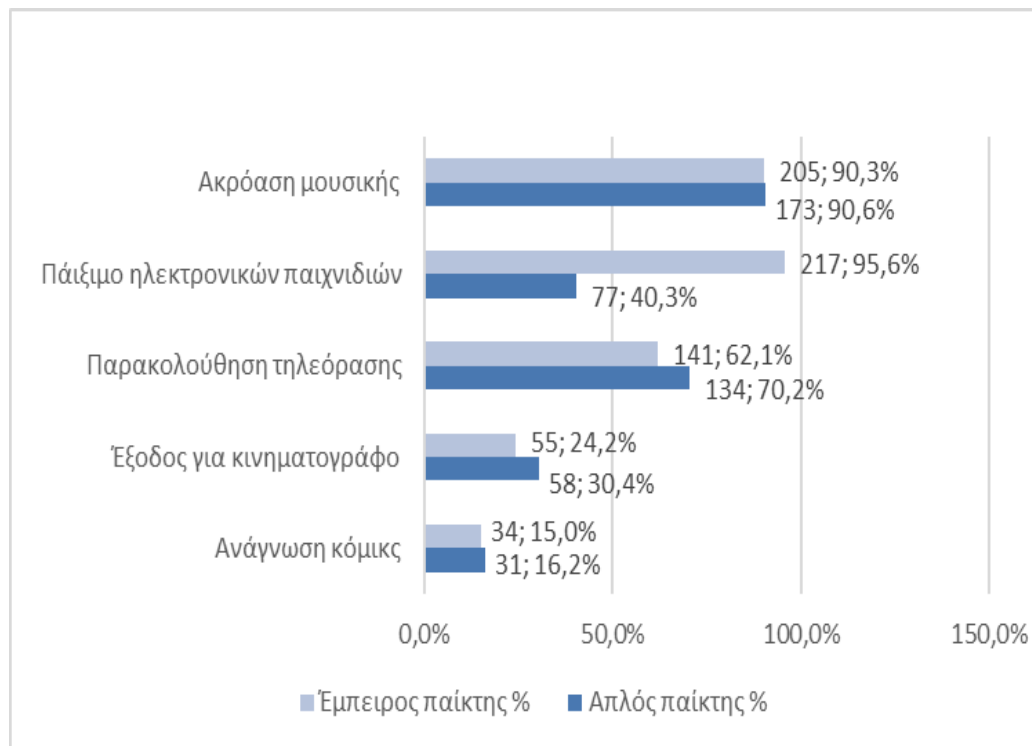
Μεγάλες διαφορές στις συνήθειες του ελεύθερου χρόνου δεν παρατηρήθηκαν ούτε μεταξύ παικτών και μη παικτών, όπως απεικονίζεται και στο Γράφημα 14. Με ελάχιστες διαφορές, οι έφηβοι που παίζουν βιντεοπαιχνίδια, παρακολουθούν περισσότερο τηλεόραση, διαβάζουν σε μεγαλύτερο βαθμό κόμικς και ακούνε λιγότερη μουσική σε σχέση με τους έφηβους που δεν παίζουν. Στην έξοδο για κινηματογράφο, δεν παρατηρήθηκε κάποια διαφορά.

Γράφημα 14 – Συνήθειες μεταξύ παικτών και μη παικτών απέναντι σε συγκεκριμένα μέσα δημοφιλούς κουλτούρας



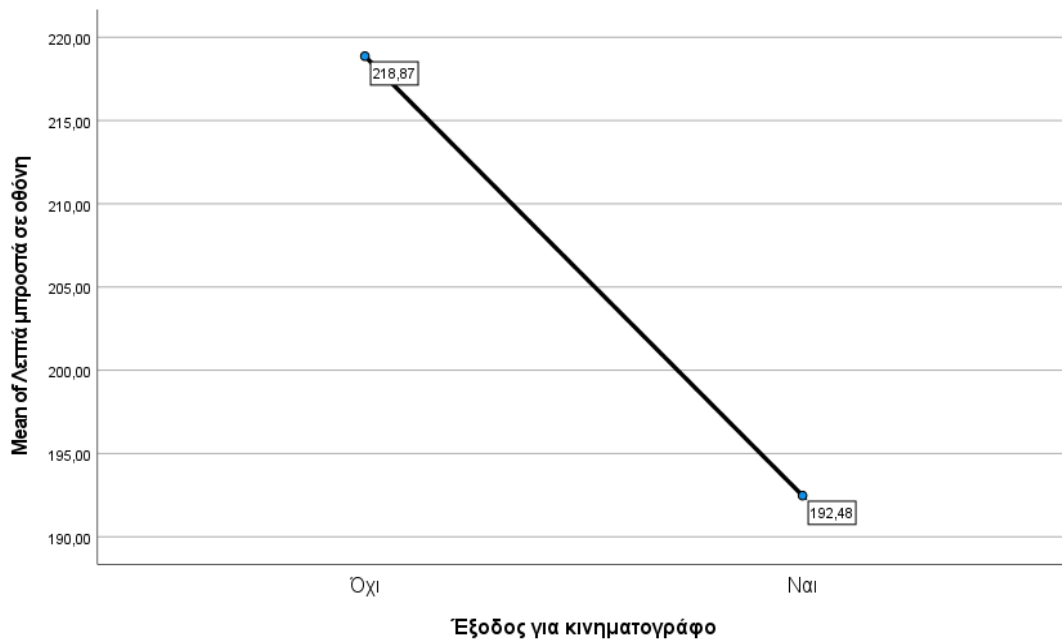
Ούτε με βάση τον τύπο παίκτη, παρατηρήθηκαν ουσιαστικές διαφορές στις συνήθειες του ελεύθερου χρόνου, με το παίξιμο των βιντεοπαιχνιδιών ασφαλώς να εξαιρείται, διότι, όπως είναι αναμενόμενο, οι έμπειροι παίκτες παίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τους απλούς παίκτες (95,6%:40,3%). Με μικρές διαφορές, παρατηρήθηκε ότι οι απλοί παίκτες συνηθίζουν, σε μεγαλύτερο βαθμό από τους έμπειρους παίκτες, να βγαίνουν περισσότερο για κινηματογράφο (30,4%:24,2%) και να παρακολουθούν σε μεγαλύτερο βαθμό τηλεόραση (70,2%:62,1%). Όσον αφορά την ανάγνωση κόμικς και την ακρόαση μουσικής, οι διαφορές είναι σχεδόν μηδαμινές. (Βλ. Γράφημα 15).

Γράφημα 15 – Συνήθειες μεταξύ απλού και έμπειρου παίκτη απέναντι στα συγκεκριμένα μέσα



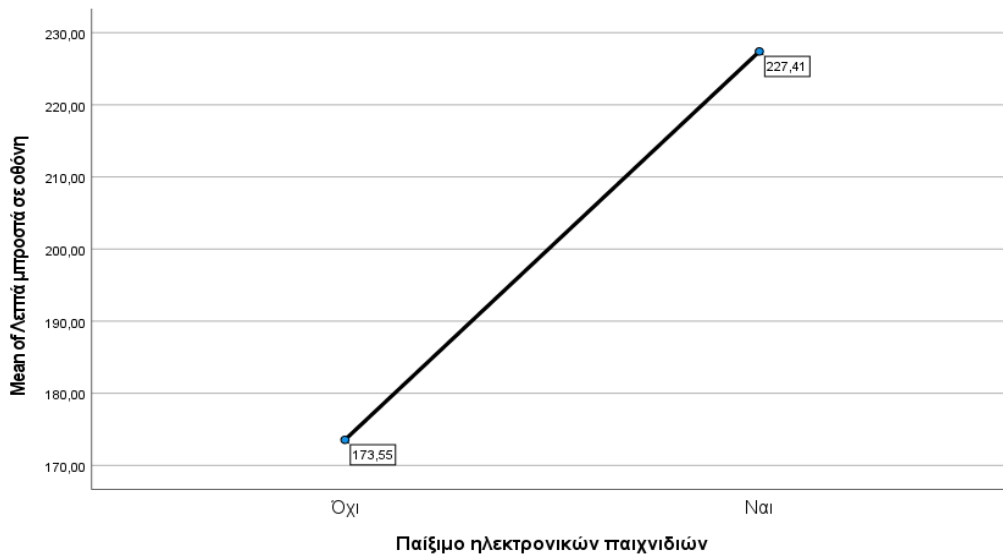
Στο πλαίσιο της έρευνάς μας, θελήσαμε, επίσης, να διαπιστώσουμε αν ο χρόνος που περνάει ένας έφηβος μπροστά σε μια οθόνη για ψυχαγωγικούς λόγους σχετίζεται, θετικά ή αρνητικά, με κάποια από τις συνήθειές του. Τρέξαμε, έτσι, τον έλεγχο Mann-Whitney U. Τα αποτελέσματα του ελέγχου βρήκαν ότι η σχέση μεταξύ των λεπτών που περνάει ένας έφηβος μπροστά σε μια οθόνη και στη συνήθειά του να βγαίνει για κινηματογράφο είναι στατιστικά σημαντική ($p\text{-value} = 0.037$). (Ο Πίνακας Mann-Whitney U παρατίθεται στο Παράρτημα Η). Όπως διαπιστώθηκε, οι έφηβοι που συνηθίζουν να πηγαίνουν κινηματογράφο, περνούν λιγότερο χρόνο μπροστά σε μια οθόνη για ψυχαγωγία, όπως μπορεί να δει κανείς στο Γράφημα 16.

Γράφημα 16 – Σχέση μεταξύ ωρών μπροστά σε μια οθόνη για ψυχαγωγία και εξόδου για κινηματογράφο



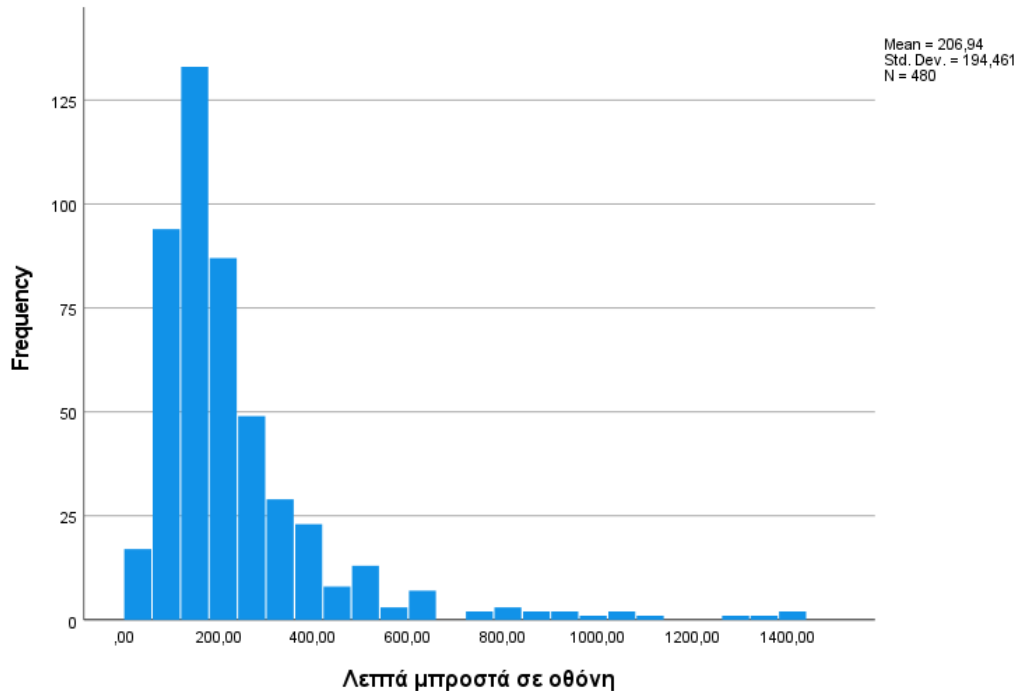
Στατιστικά σημαντική σχέση βρέθηκε και μεταξύ του χρόνου που περνάει ο έφηβος μπροστά σε μια οθόνη για ψυχαγωγικούς λόγους και της συνήθειάς του να παίζει βιντεοπαιχνίδια, με $p\text{-value}=0,005$. (Στο Παράρτημα Η μπορεί να δει κανείς τον Πίνακα Mann-Whitney U). Παρατηρήθηκε ότι οι έφηβοι που περνούν πολύ χρόνο μπροστά σε μια οθόνη για ψυχαγωγικούς λόγους, συνηθίζουν να παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια. (Βλ. Γράφημα 17).

Γράφημα 17 – Σχέση μεταξύ ωρών μπροστά σε μια οθόνη για ψυχαγωγία και παιζίματος



Ακόμα, οι έφηβοι που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια περνούν περισσότερο χρόνο μπροστά σε μια οθόνη σε σχέση με τους έφηβους που δεν παίζουν. Ο μέσος όρος για τους έφηβους που δεν παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια είναι 2 ώρες και 95 λεπτά (Mean=177.27, SD=181.511) και για τους έφηβους που παίζουν είναι 3 ώρες και 53 λεπτά (Mean= 211.67, SD= 196.239). Οι διαφορές μεταξύ αγοριών και κοριτσιών, μαθητών Γυμνασίου και Λυκείου, όσον αφορά τις ώρες μπροστά στην οθόνη, ήταν μικρές. (Τα αγόρια ξοδεύουν 3 ώρες και 61 λεπτά και τα κορίτσια 3 ώρες και 30 λεπτά μπροστά σε μια οθόνη. Οι μαθητές Λυκείου ξοδεύουν 3 ώρες και 67 λεπτά μπροστά σε μια οθόνη και οι μαθητές Γυμνασίου 3 ώρες και 20 λεπτά). Γενικότερα, πάντως, όσον αφορά τον χρόνο που περνούν οι έφηβοι συνολικά μπροστά σε μια οθόνη σε καθημερινή βάση, χωρίς να υπολογίζεται ο χρόνος που ξοδεύουν για το σχολείο και για τα σχολικά μαθήματα, διαπιστώθηκε ότι είναι 3 ώρες και 50 λεπτά (ή σε λεπτά, η μέση τιμή είναι 206.94 ± 3 ώρες και 24 λεπτά, ή 194.461 λεπτά). (Βλ. Γράφημα 18).

Γράφημα 18 – Λεπτά μπροστά σε μια οθόνη, χωρίς να υπολογίζεται ο χρόνος που αφιερώνεται για το σχολείο



Προτιμήσεις για δημοφιλή μέσα ψυχαγωγίας

Σε ένα ερώτημα ζητήθηκε από τους έφηβους να δηλώσουν τι προτιμούν να κάνουν στον ελεύθερο χρόνο τους, μέσα από ζεύγη προτιμήσεων πάνω στα εξεταζόμενα μέσα δημοφιλούς ψυχαγωγίας. Παραδείγματος χάριν, ‘Προτιμάς να βλέπεις τηλεόραση ή να παίζεις βιντεοπαιχνίδια;’ ή ‘Προτιμάς να βλέπεις τηλεόραση ή να πηγαίνεις κινηματογράφο;’. Τέθηκαν δέκα πιθανοί συνδυασμοί, και το ποσοστό των απαντήσεων στα συγκεκριμένα σκέλη κυμάνθηκε ανάμεσα στο 97,3% και το 98,8% (472 με 479 συμμετέχοντες στους 487)³⁸. Όπως διαπιστώθηκε, η ακρόαση μουσικής ήταν πρώτη με όποιο μέσο κι αν συγκρίθηκε, και μάλιστα με μεγάλη διαφορά (με ποσοστά πάνω από 70%). Την τελευταία θέση είχε η ανάγνωση των κόμικς (με ποσοστά μικρότερα του 20%). Αναφορικά με το ηλεκτρονικό παιχνίδι, οι έφηβοι το προτίμησαν σε σχέση

³⁸ Δηλαδή, σε κάποιο ζεύγος προτιμήσεων υπήρχε απαντητικότητα ενός ποσοστού 97,3%, σε άλλο ζεύγος, ενός 98,3%, σε άλλο, ενός 97,9% και ούτω καθεξής.

με την τηλεόραση, τον κινηματογράφο και τα κόμικς, αλλά όταν συγκρίθηκε με τη μουσική, ήταν εκείνη που επιλέχθηκε. Όσο για την παρακολούθηση τηλεόρασης, οι έφηβοι την προτιμούσαν όταν ερχόταν αντιμέτωπη με τον κινηματογράφο και με τα κόμικς και την παραμέριζαν σε σχέση με τη μουσική και με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Η έξοδος για κινηματογράφο προτιμήθηκε μόνο όταν είχε απέναντί της τη ανάγνωση κόμικς.

Οι απαντήσεις των εφήβων για το τι προτιμούν να κάνουν στον ελεύθερό τους χρόνο ταιριάζουν με το τι συνηθίζουν να κάνουν, με δύο εξαιρέσεις: την παρακολούθηση της τηλεόρασης και την ενασχόληση με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Ενώ, δηλαδή, οι περισσότεροι έφηβοι δήλωσαν ότι συνηθίζουν να παρακολουθούν τηλεόραση σε μεγαλύτερο βαθμό από το να παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια, στις προτιμήσεις τους το παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών επιλέχθηκε σε μεγαλύτερο βαθμό απ' την παρακολούθηση τηλεόρασης.

Επίσης, εξετάζοντας τις απαντήσεις των εφήβων με βάση του αν είναι παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών καθώς και τι παίκτες είναι (απλοί ή έμπειροι), έγιναν οι εξής διαπιστώσεις:

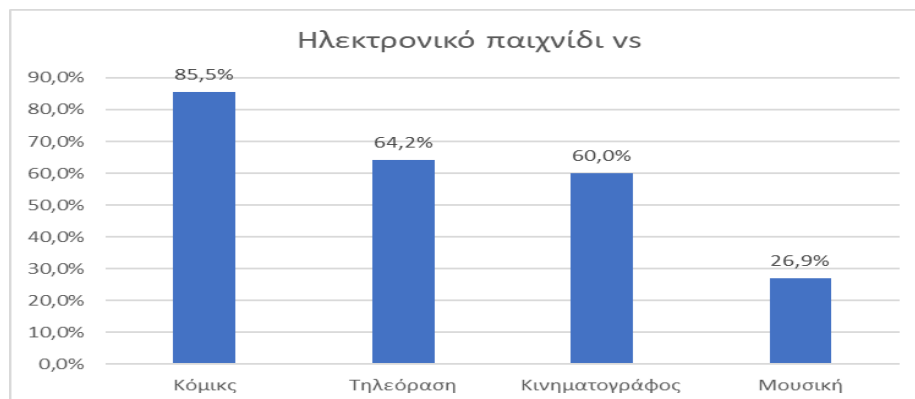
- οι παίκτες προτιμούν, με μεγάλη διαφορά (με ποσοστά από 60% και άνω – αναμενόμενο αποτέλεσμα), τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συγκριτικά με την τηλεόραση, τον κινηματογράφο και τα κόμικς (όπως απεικονίζεται στο Γράφημα 19, αμέσως παρακάτω)
- η μουσική βρίσκεται πάντα στην πρώτη θέση (με πολύ μεγάλες διαφορές) τόσο για τους παίκτες όσο και για τους μη παίκτες, τόσο για τους απλούς παίκτες όσο και για τους έμπειρους
- οι έμπειροι παίκτες προτιμούν, με μεγάλη διαφορά (με ποσοστά άνω του 70%), τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, όταν αυτά συγκρίνονται με την τηλεόραση, τον κινηματογράφο και τα κόμικς. Αντιθέτως, οι περισσότεροι απλοί παίκτες προτιμούν την τηλεόραση και τον κινηματογράφο σε σχέση με τα βιντεοπαιχνίδια (61,5%:38,5% και 58,1%:41,9% αντίστοιχα), και προτιμούν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια μόνο όταν συγκρίνονται με την ανάγνωση των κόμικς (74,5%:25,5%)
- τα κόμικς βρίσκονται, με σημαντικές διαφορές, στην τελευταία θέση στις προτιμήσεις των παικτών – τόσο των απλών όσο και των έμπειρων –, με ποσοστά χαμηλότερα του 25%, με όποιο μέσο κι αν συγκρίθηκαν

- ένα 46,7% των εφήβων που δεν παίζει βιντεοπαιχνίδια, θα προτιμήσει να παίζει βιντεοπαιχνίδια παρά να διαβάσει κόμικς
- οι μη παίκτες προτιμούν, αν και όχι με σημαντικές διαφορές, τον κινηματογράφο συγκριτικά με την τηλεόραση (53,1%:46,9%), ενώ οι παίκτες προτιμούν την τηλεόραση σε σχέση με τον κινηματογράφο (51,1%:48,9%). Βρέθηκε, ακόμα με μικρές διαφορές ανάμεσα στους απλούς και στους έμπειρους παίκτες, ότι οι απλοί παίκτες προτιμούν την τηλεόραση από τον κινηματογράφο (55,1%:44,9%), και οι έμπειροι τον κινηματογράφο από την τηλεόραση (52,2%:47,8%) (Βλ. τον Πίνακα 20 για τα παραπάνω συμπεράσματα).

Πίνακας 20 – Τι θέση έχει η τηλεόραση, ο κινηματογράφος, η μουσική και τα κόμικς στις προτιμήσεις των παικτών, απλών και έμπειρων, και των μη παικτών συγκριτικά με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια;

Τι προτιμάς να κάνεις από τα ακόλουθα;	Παίκτης		Τύπος παίκτη	
	Όχι	Ναι	Απλός	Έμπειρος
(Ζεύγη προτιμήσεων)	%	%	%	%
Βιντεοπαιχνίδι vs μουσική	1.5%: 98.5%	26.9%: 73.1%	10.2%: 89.8%	40.9%: 59.1%
Βιντεοπαιχνίδι vs τηλεόραση	4.7%: 95.3%	64.2% :35.8%	38.5%: 61.5%	85.4% :14.6%
Βιντεοπαιχνίδι vs κινηματογράφος	4.7%: 95.3%	60% :40%	41.9%: 58.1%	74.8% :25.2%
Βιντεοπαιχνίδι vs κόμικς	46.7%: 53.3%	85.5% :14.50%	74.5% :25.5%	94.7% :5.3%

Γράφημα 19 – Παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών και ζεύγη προτιμήσεων

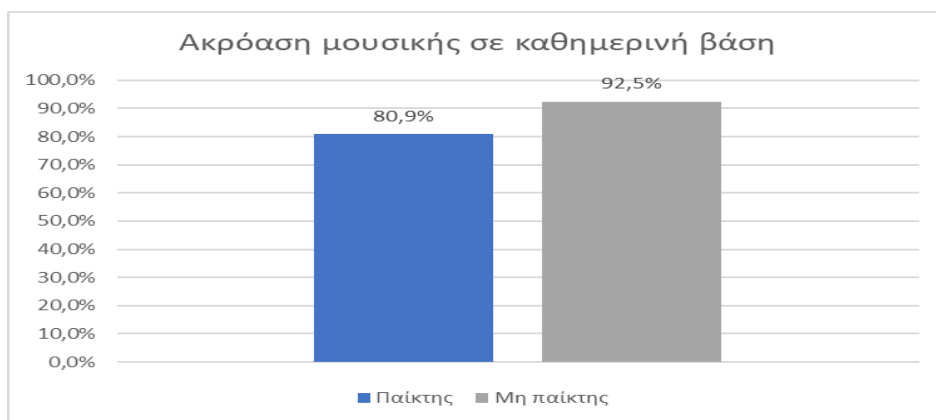


Συχνότητα και διάρκεια ενασχόλησης με τους εξεταζόμενους τρόπους δημοφιλούς ψυχαγωγίας

Ακρόαση μουσικής

Στο ερώτημα σχετικά με τη συχνότητα ακρόασης μουσικής, υπήρξε 100% απαντητικότητα. Η ακρόαση μουσικής σε καθημερινή βάση αποτελεί συνήθη συμπεριφορά για τους περισσότερους έφηβους, με τα πέντε δημοφιλέστρα είδη να είναι η ραπ (193), η ποπ (138), η χιπ χοπ (80), η τραπ (56) και η ροκ (43). Συγκεκριμένα, κάθε μέρα ακούει μουσική το 92,5% των εφήβων που δεν παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια και το 80,9% των εφήβων που παίζει. (Βλ. Γράφημα 20). Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα ακούει το 10,8% των παικτών και το 3% των μη παικτών. Μόνο το 1,9% των παικτών και το 1,5% των μη παικτών δήλωσε πως δεν ακούει καθόλου μουσική. Όσον αφορά τη διάρκεια ακρόασης μουσικής, δεν παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφορές ανάμεσα στους παίκτες και τους μη παίκτες, ούτε μεταξύ απλών και έμπειρων παικτών.

Γράφημα 20 – Ακρόαση μουσικής σε καθημερινή βάση από παίκτες και μη



Ανάγνωση κόμικς

Αναφορικά με τη συχνότητα ανάγνωσης κόμικς, ένα ερώτημα που απαντήθηκε από όλους τους συμμετέχοντες, παρατηρήθηκε πως οι παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών διαβάζουν κόμικς συχνότερα και για περισσότερες ώρες συγκριτικά με τους μη παίκτες, με μικρές, εντούτοις, διαφορές. Για παράδειγμα, 2 με 3 φορές την εβδομάδα διαβάζει κόμικς ένα 7,2% των παικτών και

ένα 4,5% των μη παικτών. (Βλ. Γράφημα 21), και 2 με 3 φορές τον μήνα ένα 14,1% των παικτών και ένα 7,5% των μη παικτών. Ακόμα, οι περισσότεροι έφηβοι, όταν διαβάζουν κόμικς, δεν διαβάζουν πάνω από μισή ώρα. Μέχρι μισή ώρα διαβάζει το 40,7% των παικτών και το 29,9% των μη παικτών. Η πλειοψηφία, ωστόσο, δεν διαβάζει καθόλου: το 76,1% των μη παικτών και το 62,7% των παικτών δήλωσαν ότι δεν διαβάζουν ποτέ. Οι διαφορές μεταξύ απλών και έμπειρων παικτών ήταν σχεδόν ανύπαρκτες.

Γράφημα 21 – Ανάγνωση κόμικς από παίκτες και μη

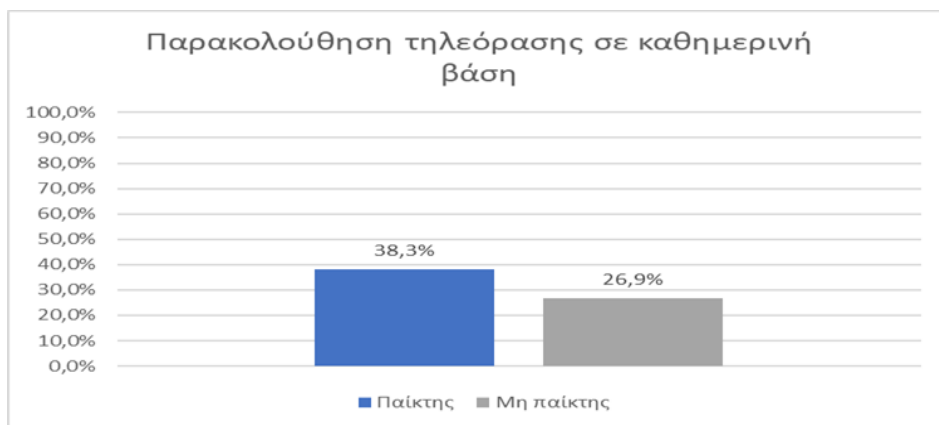


Παρακολούθηση τηλεόρασης

Στο ερώτημα σχετικά με τη συχνότητα παρακολούθησης τηλεόρασης, απάντησε το 100% των συμμετεχόντων. Οι έφηβοι που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια παρακολουθούν συχνότερα τηλεόραση σε σχέση με τους έφηβους που δεν παίζουν. Σε καθημερινή βάση βλέπει τηλεόραση το 38,3% των παικτών έναντι ενός 26,9% των μη παικτών. (Βλ. Γράφημα 22). Τα Σαββατοκύριακα, οι έφηβοι που δεν παίζουν βιντεοπαιχνίδια παρακολουθούν τηλεόραση σε μεγαλύτερο βαθμό από τους έφηβους που παίζουν (8,9%:4,9%). Επίσης, το 16,4% των εφήβων που δεν παίζει βιντεοπαιχνίδια και ένα 12,7% των εφήβων που παίζει, δήλωσαν ότι δεν βλέπουν καθόλου τηλεόραση. Επιπλέον, οι παίκτες συγκριτικά με τους μη παίκτες, παρακολουθούν τηλεόραση για πάνω από δύο ώρες σε μεγαλύτερο ποσοστό (10,8%:4,5%). Δεν διαπιστώθηκε κάποια άλλη σημαντική διαφορά στη συχνότητα και στη διάρκεια που αφιερώνουν οι παίκτες και οι μη παίκτες στην παρακολούθηση της τηλεόρασης. Όσον αφορά τους απλούς και έμπειρους

παίκτες, οι έμπειροι παίκτες που παρακολουθούν καθημερινά τηλεόραση είναι λίγο περισσότεροι από τους απλούς παίκτες (41,4%:34,6%), ενώ το Σαββατοκύριακο παρακολουθούν τηλεόραση περισσότεροι απλοί παίκτες (12%:6.2%). Μόνο ένα 13,7% των έμπειρων παικτών και ένα 11,5% των απλών δήλωσαν πως δεν βλέπουν καθόλου τηλεόραση.

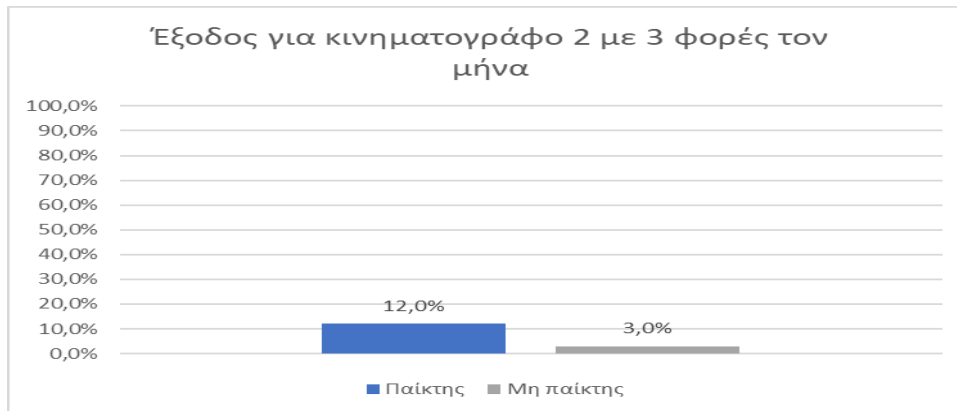
Γράφημα 22 – Παρακολούθηση τηλεόρασης καθημερινά από παίκτες και μη



Έξοδος για κινηματογράφο

Στην ερώτηση για το πόσο συχνά πήγαιναν κινηματογράφο πριν την πανδημία, ήτοι πριν από το 2020 – στην οποία είχαμε 100% απαντητικότητα –, δύο ήταν οι πιο συχνές απαντήσεις: ‘ποτέ’ και ‘1 φορά τον μήνα’, με τις απαντήσεις παικτών και μη παικτών να μη διαφέρουν σημαντικά. Ένα 33,3% των παικτών και ένα 37,3% των μη παικτών, απάντησαν πως δεν πήγαιναν καθόλου κινηματογράφο, και ένα 33,5% των παικτών και ένα 32,8% των μη παικτών δήλωσαν ότι πήγαιναν σινεμά μια φορά τον μήνα. Ακόμα, ένα 12% των παικτών και ένα 3% των μη παικτών πήγαιναν κινηματογράφο δυο με τρεις φορές τον μήνα. (Βλ. Γράφημα 23). Σημαντικές διαφορές μεταξύ απλών και έμπειρων παικτών δεν παρατηρήθηκαν.

Γράφημα 23 – Έξοδος για κινηματογράφο από παίκτες και μη



Ανάμεσα στα πέντε πιο αγαπημένα είδη ταινιών των εφήβων ήταν οι περιπέτειες (258), οι φαντασίας (136), οι κωμωδίες (αισθηματικές και μη) (109), οι δράσης (104) και τα θρίλερ (66). Όσο για το πού προτιμούν να παρακολουθούν ταινίες – ερώτημα στο οποίο έδωσαν απάντηση όλοι οι συμμετέχοντες –, η κινηματογραφική οθόνη βρέθηκε τρίτη στις προτιμήσεις τους (42,3%), με πολύ μικρές διαφορές μεταξύ παικτών και μη (43,3%:35,8%), απλών και έμπειρων παικτών (44%:42,7%). Αν και τους αρέσει να παρακολουθούν ταινίες σε διάφορα μέσα, πρώτη στις προτιμήσεις τους ήταν η τηλεόραση (69,7%), χωρίς να βρεθούν σημαντικές διαφορές μεταξύ παικτών και μη παικτών (69,9%:68,7%) ή μεταξύ απλών και έμπειρων (69,1%:70,5%). Δεύτερο μέσο ήταν ο υπολογιστής (52%), με τις διαφορές, πάλι, να είναι μικρές μεταξύ παικτών και μη (52,2%:50,7%), απλών και έμπειρων (50,3%:53,7%). Στην τέταρτη θέση βρέθηκε το κινητό (25,8%). Οι έφηβοι που δήλωσαν ότι τους αρέσει να βλέπουν ταινίες στο κινητό ήταν οι περισσότεροι, αν και με μικρή διαφορά, παίκτες (26,6% παίκτες:20,9% μη παίκτες), και κυρίως απλοί (28,3% απλοί παίκτες:25,1% έμπειροι παίκτες). Όσο για το τάμπλετ ως μέσο παρακολούθησης ταινιών, επιλέχθηκε από ένα 14,2% των εφήβων, με τις διαφορές μεταξύ παικτών και μη (14,1%:14,9%), απλών και έμπειρων (13,6%:14,5%) να είναι ασήμαντες. Σημαντικές διαφορές με βάση το φύλο, όσον αφορά την παρακολούθηση ταινιών στα διάφορα μέσα, δεν παρατηρήθηκαν. Ακολουθεί σχετικός πίνακας.

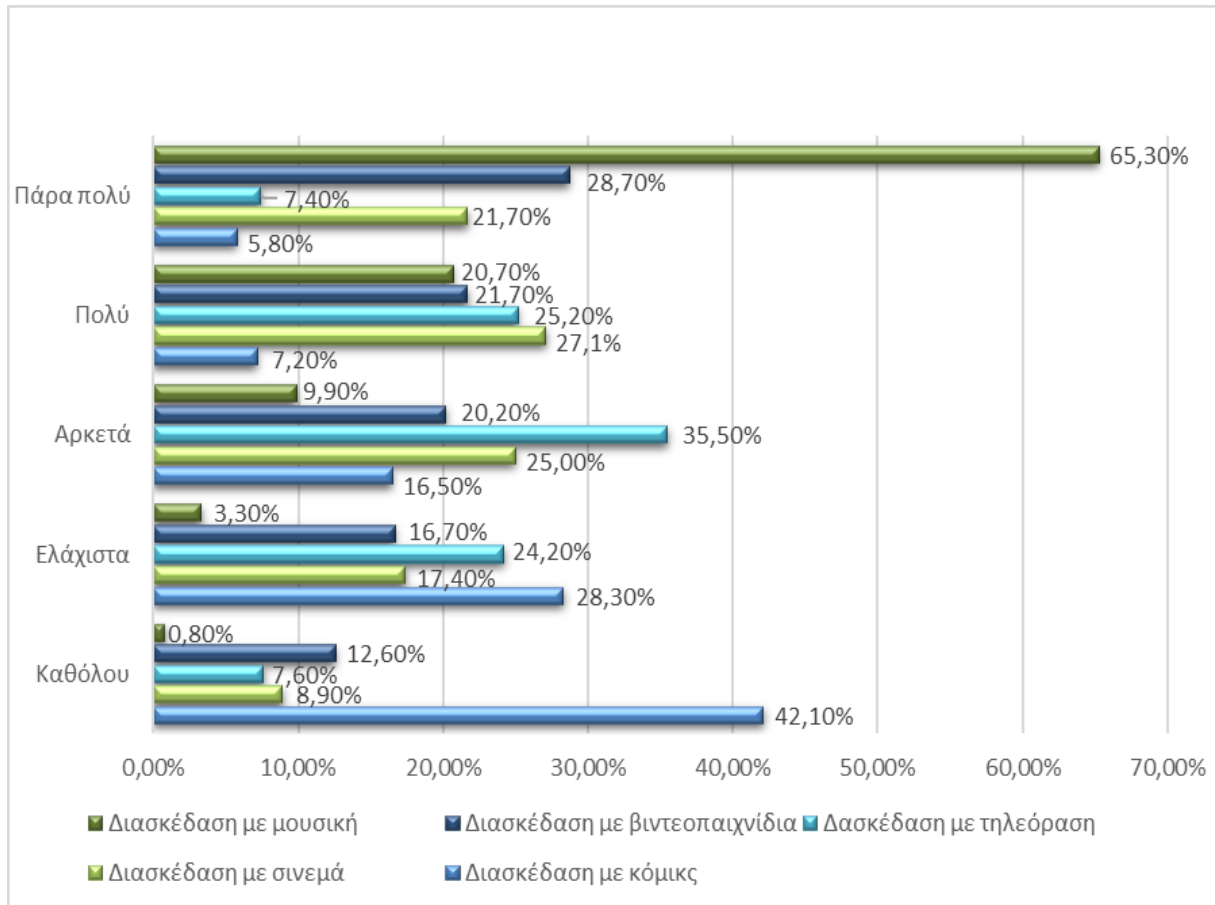
Πίνακας 21 – Πού προτιμούν να παρακολουθούν ταινίες οι έφηβοι;

«Μου αρέσει να βλέπω ταινίες σε...»	N	%
Ταινίες σε τηλεόραση	338	69.70%
Ταινίες σε υπολογιστή	252	52.00%
Ταινίες σε κινηματογράφο	205	42.30%
Ταινίες σε κινητό	125	25.80%
Ταινίες σε τάμπλετ	69	14.20%
Άλλο	7	1.40%

Βαθμός διασκέδασης με τις εξεταζόμενες μορφές ψυχαγωγίας

Στο ερώτημα για το πόσο διασκεδάζουν οι έφηβοι με τις εξεταζόμενες δραστηριότητες, απάντησε το 99,8% των συμμετεχόντων (484 στους 485). Η ακρόαση μουσικής είναι η δραστηριότητα με την οποία διασκεδάζει το μεγαλύτερο μέρος των εφήβων. Πάνω από τα μισά παιδιά (65,3%) δήλωσαν ότι διασκεδάζουν ‘πάρα πολύ’ με το να ακούνε μουσική και το ένα τέταρτο σχεδόν απάντησε ‘πολύ’. Μόνο το 0,8% απάντησε ‘καθόλου’. Αντιθέτως, η παρακολούθηση τηλεόρασης δεν προσφέρει τον βαθμό διασκέδασης που θα περίμενε κάποιος, έχοντας εξετάσει προηγουμένως τις καταγεγραμμένες συνήθειες του εφηβικού κοινού. Λιγότερο από το ένα δέκατο των εφήβων (7,4%) έγραψε ότι διασκεδάζει ‘πάρα πολύ’ και περίπου το ένα τέταρτο περίπου (25,2%) δήλωσε ‘πολύ’. Η απάντηση ‘καθόλου’ δόθηκε από ένα 7,6%. Πιο θετική αντιμετώπιση φάνηκε να έχει η έξοδος για κινηματογράφο, με την οποία διασκεδάζει ‘πάρα πολύ’ το 21,7% των εφήβων και ‘πολύ’ το 27,1%. Η απάντηση ‘καθόλου’ επιλέχθηκε από ένα 8,9%. Ένα 28,7% δήλωσε ότι διασκεδάζει ‘πάρα πολύ’ με τα βιντεοπαιχνίδια και ένα 21,7% ‘πολύ’, ενώ ένα 12,6% απάντησε ‘καθόλου’. Τη μικρότερη διασκέδαση φαίνεται να προσφέρει η ανάγνωση των κόμικς. Μόνο ένα 5,8% απάντησε ότι διασκεδάζει ‘πάρα πολύ’ και ένα 7,2% ‘πολύ’, ενώ σχεδόν οι μισοί έφηβοι (42,1%) δήλωσαν ‘καθόλου’. Στο Γράφημα 24 αποτυπώνεται ο βαθμός διασκέδασης.

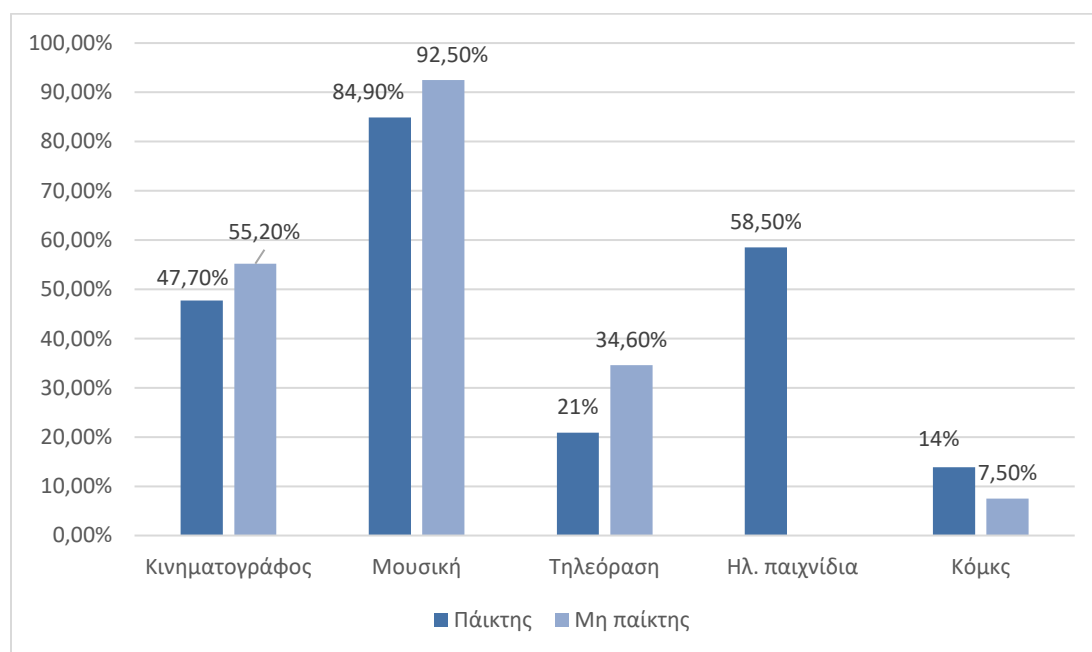
Γράφημα 24 – Πόσο διασκεδάζουν οι έφηβοι με τη μουσική, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, την τηλεόραση, τον κινηματογράφο και την ανάγνωση κόμικς;



Οι έφηβοι που δεν παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια φαίνεται ότι διασκεδάζουν σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τους έφηβους που παίζουν με το να πηγαίνουν κινηματογράφο, να βλέπουν τηλεόραση και να ακούνε μουσική, αν και με μικρές διαφορές. (Ένα 22,4% των μη παικτών δήλωσε πως διασκεδάζει ‘πάρα πολύ’ με το να βγαίνει για κινηματογράφο και ένα 32,8% ‘πολύ’, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για τους παίκτες ήταν 21,6% και 26,1%. Ένα 82,1% των μη παικτών δήλωσε ότι διασκεδάζει ‘πάρα πολύ’ με το να ακούει μουσική και ένα 10,4% ‘πολύ’, ενώ οι παίκτες που διασκεδάζουν ‘πάρα πολύ’ με την ακρόαση μουσικής είναι 62,6% και εκείνοι που διασκεδάζουν ‘πολύ’ είναι 22,3%. Ένα 8,2% των μη παικτών δήλωσε ότι διασκεδάζει ‘πάρα πολύ’ με το να βλέπει τηλεόραση και ένα 26,4% ‘πολύ’, ενώ τα ποσοστά των παικτών που διασκεδάζουν ‘πάρα πολύ’ είναι 3% και ‘πολύ’ ένα 17,9%). Αντιθέτως, με την ανάγνωση κόμικς διασκεδάζουν

σε μεγαλύτερο βαθμό οι παίκτες βιντεοπαιχνιδιών συγκριτικά με τους μη παίκτες, αλλά πάλι με μικρές διαφορές. (Το 6% των παικτών διασκεδάζει ‘πάρα πολύ’ και το 7,9% ‘πολύ, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για τους μη παίκτες είναι 4,5% και 3% αντιστοίχως). Όσον αφορά τον βαθμό διασκέδασης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, μόνο οι παίκτες επέλεξαν τις απαντήσεις ‘πάρα πολύ’ και ‘πολύ’ (33,3% και 25,2% αντίστοιχα). Επίσης, όπως ήταν αναμενόμενο, οι έμπειροι παίκτες είναι πιο ενθουσιώδεις με το να παίζουν βιντεοπαιχνίδια σε σχέση με τους απλούς παίκτες: το 49,8% των έμπειρων παικτών δήλωσε ότι διασκεδάζει ‘πάρα πολύ’ έναντι του 13,7% των απλών, και το 32,6% έμπειρων παικτών απάντησε ‘πολύ’ έναντι του 16,3% των απλών. Για την καλύτερη αναπαράσταση του βαθμού διασκέδασης ‘πάρα πολύ’ και ‘πολύ’ για τις εξεταζόμενες δραστηριότητες της δημοφιλούς κουλτούρας, επιλέξαμε να συγχωνεύσουμε τις δύο κατηγορίες σε μία, όπως μπορεί να δει κανείς στο Γράφημα 25 που ακολουθεί.

Γράφημα 25 – Παίκτες και μη παίκτες που διασκεδάζουν ‘πολύ έως πάρα πολύ’ με τα εξεταζόμενα ψυχαγωγικά μέσα



Προτιμήσεις για ηλεκτρονικά παιχνίδια που συγκλίνουν με άλλα μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι έφηβοι που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια αντιμετωπίζουν πιο θετικά τις συγκλίσεις των διάφορων μέσων δημοφιλούς κουλτούρας συγκριτικά με τους έφηβους που δεν παίζουν. Επιπρόσθετα, οι έμπειροι παίκτες εκδηλώνουν πιο θετική στάση απέναντι στις πολιτισμικές συγκλίσεις συγκριτικά με τους απλούς παίκτες.

Ηλεκτρονικά παιχνίδια και κόμικς

Συγκριτικά με τους έφηβους που δεν παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια, οι έφηβοι που παίζουν ήταν, όπως θα περίμενε κανείς, πιο θετικά διατεθειμένοι στα κόμικς που σχετίζονται με γνωστά βιντεοπαιχνίδια, όπως είναι, παραδείγματος χάριν, τα κόμικς *Assassin's Creed: Assassins*, που βασίζονται στη ομότιτλη σειρά βιντεοπαιχνιδιών, κόμικς με τον Spider-Man, που βασίζονται σε βιντεοπαιχνίδια με τον ομώνυμο ήρωα, συνεχίζοντας την ιστορία που δείχνει το βιντεοπαιχνίδι ή κόμικς που βασίζονται στο βιντεοπαιχνίδι *League of Legends*. Συγκεκριμένα, στην ερώτηση αν τους αρέσουν τα κόμικς που σχετίζονται με γνωστά βιντεοπαιχνίδια – στην οποία απάντησε ένα 99,3% των παικτών και ένα 95,5% των μη παικτών (δηλαδή 415 στους 418 και 64 στους 67 αντίστοιχα) –, ένα 14,7% των παικτών απάντησε ‘πολύ ως πάρα πολύ’³⁹ και ένα 22,9% ‘αρκετά’, όταν οι αντίστοιχες απαντήσεις των μη παικτών ήταν 1,6% και 10,9%. Γενικότερα, πάντως, τα κόμικς που συγκλίνουν με βιντεοπαιχνίδια δεν αρέσουν στην πλειοψηφία των εφήβων (για παράδειγμα, το 71,9% των εφήβων που δεν παίζει βιντεοπαιχνίδια και το 32,5% των εφήβων που παίζει επέλεξαν την απάντηση ‘καθόλου’), αν και η αρνητική αυτή στάση συνδέεται ενδεχομένως με την αρνητική στάση τους απέναντι στα κόμικς γενικά.

Στο Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου, που απευθυνόταν αποκλειστικά σε παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών, η σχετική ερώτηση αντιστράφηκε, διερευνώντας τώρα τον βαθμό προτίμησης για ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, όπως είναι ο Batman ή οι Avengers, όπου τα βιντεοπαιχνίδια εμπνέονται από τα αντίστοιχα κόμικς ή βασίζονται σε αυτά.

³⁹ Για μια πιο ξεκούραστη στο μάτι ενδοκειμενική παρουσίαση των αποτελεσμάτων, έχουμε συγχωνεύσει τις επιλογές ‘πολύ’ και ‘πάρα πολύ’ σε μια κατηγορία, την οποία έχουμε ονομάσει ‘πολύ ως πάρα πολύ’. Εντούτοις, στους πίνακες παρουσιάζονται τα αποτελέσματα σε όλες τις κατηγορίες αναλυτικά.

Στο ερώτημα απάντησε ένα 98,2% των παικτών (386 στους 393), με τις απαντήσεις να κυμαίνονται πάνω-κάτω στο ίδιο πλαίσιο με τα προηγούμενα. Για παράδειγμα, το 20,9% των εφήβων δήλωσε ‘πολύ ως πάρα πολύ’ και το 19,7%, ‘αρκετά’. Στον Πίνακα 22 που ακολουθεί, παρουσιάζονται αναλυτικά οι προτιμήσεις των παικτών και των μη παικτών απέναντι στις συγκλίσεις των κόμικς με τα βιντεοπαιχνίδια και αντίστροφα.

Πίνακας 22 – Πόσο αρέσει στους έφηβους που παίζουν βιντεοπαιχνίδια να διαβάζουν κόμικς που σχετίζονται με ηλεκτρονικά παιχνίδια, και πόσο στους έφηβους που δεν παίζουν;

	Σύγκλιση κόμικς με βιντεοπαιχνίδια				Σύγκλιση βιντεοπαιχνιδιών με κόμικς	
	Μη Παίκτης		Παίκτης		Παίκτης	
	%	N	%	N	%	N
Καθόλου	71.90%	46	32.50%	135	32.9%	127
Ελάχιστα	15.60%	10	29.90%	124	26.4%	102
Αρκετά	10.90%	7	22.90%	95	19.7%	76
Πολύ	1.60%	1	8.70%	36	11.1%	43
Πάρα πολύ	0%	0	6.00%	25	9.8%	38

Οι έμπειροι παίκτες, επίσης, ήταν πιο ‘ανοικτοί’ απέναντι σε τέτοιου είδους συγκλίσεις συγκριτικά με τους απλούς παίκτες, αν και διαφορές ήταν μικρές, όπως φαίνεται στον Πίνακα 23. Για παράδειγμα, στο Α΄ Μέρος του Ερωτηματολογίου, στο ερώτημα που τέθηκε στους έφηβους αν τους αρέσουν τα κόμικς που βασίζονται σε βιντεοπαιχνίδια, ένα 17,2% των έμπειρων παικτών απάντησε ‘πολύ ως πάρα πολύ’ και ένα 25,2% ‘αρκετά’, όταν οι αντίστοιχες απαντήσεις των απλών παικτών ήταν 11,6% και 20,10%⁴⁰. Ή στο Δ΄ Μέρος του Ερωτηματολογίου, στο αν προτιμούν οι έφηβοι να παίζουν βιντεοπαιχνίδια που βασίζονται σε κόμικς ή που να έχουν επηρεαστεί από αυτά, ένα 24% των έμπειρων παικτών απάντησε ‘πολύ ως πάρα πολύ’ έναντι ενός 16,7% των απλών παικτών⁴¹.

⁴⁰ Στο ερώτημα απάντησε το 98,9% των απλών παικτών (189 στους 191) και το 99,5% των έμπειρων (226 στους 227).

⁴¹ Στο ερώτημα απάντησε το 97% των απλών παικτών (161 στους 166) και το 99,1% των έμπειρων (225 στους 227).

Πίνακας 23 – Βαθμός προτίμησης για κόμικς που σχετίζονται με ηλεκτρονικά παιχνίδια και αντίστροφα, με βάση τον τύπο του παίκτη

	Σύγκλιση κόμικς με βιντεοπαιχνίδια				Σύγκλιση βιντεοπαιχνιδιών με κόμικς			
	Απλός παίκτης		Έμπειρος παίκτης		Απλός παίκτης		Έμπειρος παίκτης	
	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ
Καθόλου	40.70%	77	25.70%	58	39.10%	63	28.40%	64
Ελάχιστα	27.50%	52	31.90%	72	24.20%	39	28.00%	63
Αρκετά	20.10%	38	25.20%	57	19.90%	32	19.60%	44
Πολύ	6.30%	12	10.60%	24	9.90%	16	12.00%	27
Πάρα πολύ	5.30%	10	6.60%	15	6.80%	11	12.00%	27

Οι απαντήσεις των εφήβων για το πόσο τους αρέσουν τα κόμικς που σχετίζονται με ηλεκτρονικά παιχνίδια και αντίστροφα, εξετάστηκαν, επιπλέον, και με βάση το φύλο και την ηλικιακή ομάδα. Τα αγόρια έδωσαν σε μεγαλύτερο βαθμό από τα κορίτσια θετικές απαντήσεις, χωρίς, όμως, να βρεθούν έντονες διαφορές. Πιο συγκεκριμένα, τα κόμικς που έχουν σχέση με βιντεοπαιχνίδια αρέσουν ‘πολύ έως πάρα πολύ’ στο 16,8% των αγοριών που παίζουν βιντεοπαιχνίδια και στο 8,3% των κοριτσιών παικτριών. Όταν το ερώτημα αντιστράφηκε στο Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου (και έγινε στο αν τους αρέσουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που έχουν σχέση με κόμικς), τα κορίτσια που απάντησαν ‘πολύ έως πάρα πολύ’ έφτασαν στο 20,1% και τα αγόρια στο 21,5%.

Επίσης, οι μαθητές του Γυμνασίου που απάντησαν ‘πολύ έως πάρα πολύ’ στα σχετικά ερωτήματα ήταν λίγο περισσότεροι από τους μαθητές του Λυκείου. Παραδείγματος χάριν, στο αν τους αρέσουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, το 23,4% των εφήβων 12-14 ετών απάντησε ‘πολύ ως πάρα πολύ’, με το αντίστοιχο ποσοστό για τους έφηβους ηλικίας 15-17 ετών να είναι 18,7%. Αντιστοίχως, στο αντεστραμμένο ερώτημα του Α Μέρους, απάντησε ‘πολύ έως πάρα πολύ’ το 14,03% των μαθητών Γυμνασίου που παίζουν βιντεοπαιχνίδια, με το αντίστοιχο ποσοστό για τους μαθητές Λυκείου να είναι 11,5%.

Ηλεκτρονικά παιχνίδια και ταινίες

Οι ταινίες που σχετίζονται με ηλεκτρονικά παιχνίδια, όπως είναι, για παράδειγμα, η ταινία *Lara Croft: Tomb Raider*, που βασίστηκε στα ομώνυμα βιντεοπαιχνίδια, αρέσουν περισσότερο στους έφηβους που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια παρά σε όσους δεν παίζουν. Στη συγκεκριμένη ερώτηση απάντησε το 99,3% των παικτών και το 95,5% των μη παικτών. Η απάντηση ‘πολύ ως πάρα πολύ’ δόθηκε από το 21,2% των εφήβων που παίζουν, και ‘αρκετά’ απάντησε το 20,7%, όταν τα αντίστοιχα ποσοστά των μη παικτών ήταν 3,1% και 4,7%. Να σημειωθεί, επιπλέον, παρενθετικά, ότι το 29,9% των εφήβων που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια δήλωσε ότι όταν του αρέσει μια ταινία, συνηθίζει να αναζητάει μετά το αντίστοιχο βιντεοπαιχνίδι.

Σε συμφωνία με την παραπάνω εικόνα ήταν οι αντιδράσεις των εφήβων παικτών και στην αντιστροφή του ερωτήματος στο Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου, στο οποίο απάντησε ένα 98,2%. Δηλαδή, όταν οι έφηβοι που παίζουν βιντεοπαιχνίδια ρωτήθηκαν για τον βαθμό της προτίμησής τους αναφορικά με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες, όπως το *Star Wars* και το *Jurassic World* που βασίστηκαν στις αντίστοιχες ταινίες ή εμπνεύστηκαν από αυτές και το *Assassin's Creed* που βγήκε πρώτα το βιντεοπαιχνίδι και μετά κυκλοφόρησε σε ταινία, το 30% των εφήβων δήλωσε ‘πολύ ως πάρα πολύ’ και το 25,6% ‘αρκετά’. Ο Πίνακας 24 εμπεριέχει αναλυτικά τις απαντήσεις των εφήβων στα συγκεκριμένα ερωτήματα.

Πίνακας 24 – Πόσο αρέσει στους έφηβους που παίζουν βιντεοπαιχνίδια να παρακολουθούν ταινίες που σχετίζονται με ηλεκτρονικά παιχνίδια, και πόσο στους έφηβους που δεν παίζουν;

	Σύγκλιση ταινιών με βιντεοπαιχνίδια				Σύγκλιση βιντεοπαιχνιδιών με ταινίες	
	Μη παίκτης		Παίκτης		Παίκτης	
	%	Σ	%	Σ	%	Σ
Καθόλου	62.50%	40	24.80%	103	17.4%	67
Ελάχιστα	29.70%	19	33.30%	138	26.9%	104
Αρκετά	4.70%	3	20.70%	86	25.6%	99
Πολύ	3.1%	2	13.50%	56	15%	58
Πάρα πολύ	0%	0	7.70%	32	15%	58

Εξετάζοντας, στη συνέχεια, τις απαντήσεις των εφήβων με βάση τον τύπο του παίκτη, παρατηρήθηκε ότι οι έμπειροι παίκτες που απάντησαν θετικά στο σχετικό ερώτημα του Α Μέρους ήταν περισσότεροι από τους απλούς παίκτες.⁴² Δηλαδή, ταινίες που βασίζονται σε βιντεοπαιχνίδια ή εμπνέονται από αυτά, αρέσουν ‘πολύ ως πάρα πολύ’ στο 28,7% των έμπειρων και στο 12,1% των απλών. Οι απαντήσεις ‘αρκετά’ και ‘ελάχιστα’ επιλέχθηκαν από περισσότερους απλούς παίκτες, χωρίς, όμως, σημαντικές διαφορές, ενώ επιπλέον, περισσότεροι ήταν οι απλοί παίκτες που δήλωσαν ‘καθόλου’ (30,7% απλοί:19,9% έμπειροι). Δεν σημειώθηκαν αισθητές διαφορές στις απαντήσεις του σχετικού ερωτήματος στο Δ Μέρος⁴³. Ένα 34,2% και ένα 26,7% των έμπειρων παικτών δήλωσαν ότι τους αρέσουν ‘πολύ ως πάρα πολύ’ και ‘αρκετά’ τα βιντεοπαιχνίδια που βασίζονται σε ταινίες ή εμπνέονται από αυτές, με τα αντίστοιχα ποσοστά των απλών παικτών να είναι 24,3% και 24,9%. Η διαφορά μεταξύ των απλών και έμπειρων παικτών που απάντησαν ‘ελάχιστα’ ήταν αμελητέα, και η επιλογή ‘καθόλου’ έγινε από περισσότερους απλούς παίκτες (21,7%:14,2%). Ακολουθεί ο σχετικός Πίνακας.

Πίνακας 25 – Βαθμός προτίμησης για ταινίες που σχετίζονται με ηλεκτρονικά παιχνίδια και αντίστροφα, με βάση τον τύπο του παίκτη

	Σύγκλιση ταινιών με βιντεοπαιχνίδια				Σύγκλιση βιντεοπαιχνιδιών με ταινίες			
	Απλός παίκτης		Έμπειρος παίκτης		Απλός παίκτης		Έμπειρος παίκτης	
	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ
Καθόλου	30.70%	58	19.90%	45	21.70%	35	14.20%	32
Ελάχιστα	34.90%	66	31.90%	72	27.30%	44	26.70%	60
Αρκετά	22.20%	42	19.50%	44	26.70%	43	24.90%	56
Πολύ	7.90%	15	18.10%	41	13.70%	22	16.00%	36
Πάρα πολύ	4.20%	8	10.60%	24	10.60%	17	18.20%	41

⁴² Στο ερώτημα απάντησε το 98,9% των απλών παικτών (189 στους 191) και το 99,1% των έμπειρων (225 στους 227).

⁴³ Στο ερώτημα απάντησε το 97% των απλών παικτών (161 στους 166) και το 99,1% των έμπειρων (225 στους 227).

Σχετικά με τις απαντήσεις αγοριών και κοριτσιών στα δύο σχετικά ερωτήματα, τα αγόρια έδειξαν να είναι πιο θετικά συγκριτικά με τα κορίτσια, με μικρές διαφορές μεταξύ τους. Έτσι, στο ερώτημα για το αν τους αρέσουν οι ταινίες που σχετίζονται με ηλεκτρονικά παιχνίδια, ‘πολύ ως πάρα πολύ’ απάντησε το 22,4% των αγοριών παικτών και το 14% των κοριτσιών παικτριών, και όταν το ερώτημα αντιστράφηκε στο Δ Μέρος (και έγινε αν τους αρέσουν τα βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες), οι ίδιες απαντήσεις επιλέχθηκαν από το 31% των αγοριών παικτών και το 28,6% των παικτριών αντίστοιχα.

Μικρή διαφορά παρατηρήθηκε, επίσης, στις απαντήσεις των εφήβων με βάση την ηλικία τους, με τους μαθητές του Γυμνασίου να επιλέγουν σε μεγαλύτερο ποσοστό θετικές απαντήσεις σε σχέση με τους μαθητές του Λυκείου. Στο Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου, οι μαθητές Γυμνασίου που δήλωσαν ‘πολύ έως πάρα πολύ’ ήταν 34,6%, και του Λυκείου ήταν 25,7%, ενώ στο Α Μέρος οι διαφορές μεταξύ μαθητών Γυμνασίου και Λυκείου ήταν ασήμαντες (ένα 18,8% των παικτών 12-14 ετών και ένα 17,9% των παικτών 15-17 ετών απάντησαν ‘πολύ ως πάρα πολύ’).

Ηλεκτρονικά παιχνίδια και τηλεοπτικές σειρές

Η σχέση τηλεοπτικών σειρών με ηλεκτρονικά παιχνίδια, όπως είναι, για παράδειγμα, η τηλεοπτική σειρά κινούμενων σχεδίων *Minecraft: Story Mode*, που βασίζεται στο ομώνυμο βιντεοπαιχνίδι, η σειρά *Arcane* που διαδραματίζεται στο σύμπαν του *League of Legends*, ή η σειρά *The Last of Us* που βασίζεται στο ομότιτλο βιντεοπαιχνίδι, είναι ένας συνδυασμός που προσελκύει, κατά κύριο λόγο, τους παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Από τους έφηβους που δεν παίζουν βιντεοπαιχνίδια, εκ των οποίων απάντησε ένα 95,5% στο ερώτημα για το πόσο τους αρέσουν οι τηλεοπτικές σειρές που σχετίζονται με ηλεκτρονικά παιχνίδια, το 1,6% δήλωσε ‘πολύ’, και το 4,7% ‘αρκετά’, ενώ αντίθετως τα αντίστοιχα ποσοστά των εφήβων που παίζουν – η απαντητικότητα των οποίων άγγιξε το 99,3% –, ήταν 20,2% (‘πολύ ως πάρα πολύ’), και 19,3% (‘αρκετά’). Παρομοίως, όταν η ερώτηση αντιστράφηκε στο Δ Μέρος (στην οποία απάντησε το 98%, ήτοι 385 στους 393), και οι έφηβοι που παίζουν ρωτήθηκαν αν τους αρέσουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που βασίζονται σε τηλεοπτικές σειρές ή έχουν εμπνευστεί από αυτές, όπως είναι, για παράδειγμα, το βιντεοπαιχνίδι *Cobra Kai: the karate kids aga continues*, που βασίστηκε στην ομώνυμη τηλεοπτική σειρά, οι

απαντήσεις κινήθηκαν, πάνω κάτω, στο ίδιο πλαίσιο. Έτσι, το 24,9% δήλωσε ‘πολύ ως πάρα πολύ’ και το 21,3% ‘αρκετά’. Στον Πίνακα 26 παρουσιάζεται αναλυτικά ο βαθμός προτίμησης των εφήβων για τις συγκλίσεις τηλεοπτικών σειρών και βιντεοπαιχνιδιών.

Πίνακας 26 – Πόσο αρέσει στους έφηβους παίκτες να παρακολουθούν τηλεοπτικές σειρές που σχετίζονται με ηλεκτρονικά παιχνίδια, και πόσο στους έφηβους που δεν παίζουν;

	Σύγκλιση σειρών με βιντεοπαιχνίδια				Σύγκλιση βιντεοπαιχνιδιών με σειρές	
	Μη παίκτης		Παίκτης		Παίκτης	
	%	N	%	N	%	N
Καθόλου	73.40%	47	31.30%	130	27.5%	106
Ελάχιστα	20.30%	13	29.20%	121	26.2%	101
Αρκετά	4.70%	3	19.30%	80	21.3%	82
Πολύ	1.60%	1	13.00%	54	14.3%	55
Πάρα πολύ	0.00%	0	7.20%	30	10.6%	41

Όπως διαπιστώσαμε στην περίπτωση της σύγκλισης των βιντεοπαιχνιδιών με κόμικς και με ταινίες, έτσι και στην περίπτωση της σύγκλισης των βιντεοπαιχνιδιών με τηλεοπτικές σειρές διαπιστώθηκε ότι οι έμπειροι παίκτες εκδηλώνουν πιο θετική στάση. Έτσι, στην ερώτηση σχετικά με το πόσο τους αρέσουν οι τηλεοπτικές σειρές που βασίζονται σε ηλεκτρονικά παιχνίδια ή εμπνέονται από αυτά, ένα 25,2% των έμπειρων παικτών απάντησε ‘πολύ ως πάρα πολύ’, όταν το αντίστοιχο ποσοστό για τους απλούς παίκτες ήταν 14,3%⁴⁴. Η απάντηση ‘καθόλου’ επιλέχθηκε από περισσότερους απλούς παίκτες (36,70% των απλών παικτών έναντι ενός 26,10% των έμπειρων). Στο Δ Μέρος, στο αν τους αρέσουν τα βιντεοπαιχνίδια που βασίζονται σε σειρές ή εμπνέονται από αυτές⁴⁵, οι έμπειροι παίκτες που απάντησαν ‘πάρα πολύ’ ήταν περισσότεροι από τους απλούς (13,8%:6,2%). Ωστόσο, ήταν περισσότεροι οι απλοί παίκτες που δήλωσαν ‘πολύ’ (15%:13,8), αν και με μικρή διαφορά, όπως, επίσης, περισσότεροι ήταν οι απλοί παίκτες

⁴⁴ Στο ερώτημα απάντησε το 99,9% των απλών παικτών (189 στους 191) και το 99,6% των έμπειρων (226 στους 227).

⁴⁵ Στο ερώτημα απάντησε το 96,4% των απλών παικτών (160 στους 166) και το 99,1% των έμπειρων (225 στους 227).

που απάντησαν ‘καθόλου’ (29,4%:26,2%). Οι διαφορές, γενικά, μεταξύ απλών και έμπειρων παικτών είναι ασήμαντες, όπως μπορεί να δει κανείς αναλυτικά στον Πίνακα 27, με τη σημαντικότερη διαφορά να βρίσκεται στην επιλογή ‘πάρα πολύ’.

Πίνακας 27 – Βαθμός προτίμησης για τηλεοπτικές σειρές που σχετίζονται με ηλεκτρονικά παιχνίδια και αντίστροφα, με βάση τον τύπο του παίκτη

	Σύγκλιση σειρών με βιντεοπαιχνίδια				Σύγκλιση βιντεοπαιχνιδιών με σειρές			
	Απλός παίκτης		Έμπειρος παίκτης		Απλός παίκτης		Έμπειρος παίκτης	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Καθόλου	37.60%	71	26.10%	59	29.40%	47	26.20%	59
Ελάχιστα	31.70%	60	27.00%	61	26.90%	43	25.80%	58
Αρκετά	16.40%	31	21.70%	49	22.50%	36	20.40%	46
Πολύ	10.60%	20	15.00%	34	15.00%	24	13.80%	31
Πάρα πολύ	3.70%	7	10.20%	23	6.25%	10	13.80%	31

Εξετάζοντας, ακόμα, τις απαντήσεις των εφήβων με βάση το φύλο τους, πιο θετικές απαντήσεις στο ερωτήμα του Α Μέρους έδωσαν τα αγόρια που παίζουν βιντεοπαιχνίδια σε σχέση με τα κορίτσια παίκτριες (20,8% των αγοριών:14% των κοριτσιών). Αντιθέτως, στο παρεμφερές ερώτημα στο Δ Μέρος, πιο θετικές απαντήσεις δόθηκαν από τα κορίτσια συγκριτικά με τα αγόρια (27,5% παίκτριες:23,3% παίκτες). Πρόκειται, ωστόσο, άλλη μια φορά για μικρές διαφορές. Όπως μικρές ήταν οι διαφορές και στις απαντήσεις των εφήβων με βάση την ηλικιακή τους ομάδα (στο ερώτημα του Α Μέρους, ήταν περισσότεροι οι μαθητές Λυκείου που απάντησαν ‘πολύ ως πάρα πολύ’ (19,1%:15,8%), ενώ στο Δ Μέρος ήταν περισσότεροι οι μαθητές Γυμνασίου (27,6%:22,4%).

Σχέση μουσικής και ηλεκτρονικών παιχνιδιών

Στο Α Μέρος του Ερωτηματολογίου, όταν ρωτήθηκαν οι συμμετέχοντες αν τους αρέσει να ακούνε μουσική που σχετίζεται με γνωστά ηλεκτρονικά παιχνίδια ή τη μουσική που έχει το ηλεκτρονικό παιχνίδι που παίζουν (για όσους παίζουν, καθώς το Α Μέρος απευθυνόταν σε όλους τους έφηβους που συμμετείχαν στην έρευνα), οι έφηβοι που παίζουν βιντεοπαιχνίδια (από τους οποίους απάντησε το 99,04%, δηλαδή 414 στους 418) εκδήλωσαν γενικά θετική στάση, ενώ οι έφηβοι που δεν παίζουν (εκ των οποίων απάντησε το 95,5%, δηλαδή 64 στους 67) απάντησαν κατά κύριο λόγο αρνητικά. Ένα 21% των εφήβων που παίζουν απάντησε ‘πολύ ως πάρα πολύ’ και ένα 15,2% ‘αρκετά, όταν τα αντίστοιχα ποσοστά για τους έφηβους που δεν παίζουν ήταν 4,7% και 3,1%. Όσο για την απάντηση ‘καθόλου’, αυτή επιλέχθηκε, όπως ήταν αναμενόμενο, σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό από τους έφηβους που δεν παίζουν (70,3% των εφήβων που δεν παίζουν και 36% εκείνων που παίζουν).

Στο Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου, το ερώτημα τροποποιήθηκε μερικώς, αντιμετωπίζοντας το βιντεοπαιχνίδι περισσότερο ως ένα μέσο για άλλες μουσικές δραστηριότητες, και αναζητήσαμε τον βαθμό προτίμησης των εφήβων για ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία ακούνε διάφορα μουσικά κομμάτια (είτε γνωστά είτε δημιουργημένα ειδικά για τη μουσική επένδυση του βιντεοπαιχνιδιού) ή για βιντεοπαιχνίδια στα οποία εμφανίζονται διάφοροι γνωστοί μουσικοί, όπως είναι, για παράδειγμα, ο διάσημος ράπερ Travis Scott που έκανε τη συναυλία του στο βιντεοπαιχνίδι *Fortnite*. Οι απαντήσεις των παικτών, οι οποίες δόθηκαν από το 98% των συμμετεχόντων, ήταν σε μεγαλύτερο βαθμό θετικές. Συγκεκριμένα, το 33% των εφήβων παικτών απάντησε ‘πολύ ως πάρα πολύ’, και το 25,7% δήλωσε ‘αρκετά’. Στον Πίνακα 28 μπορεί να δει κανείς συγκεντρωτικά τις σχετικές απαντήσεις.

Πίνακας 28 – Πόσο αρέσει στους έφηβους παίκτες να ακούνε τη μουσική που έχει το ηλεκτρονικό παιχνίδι που παίζουν, να ακούνε μουσική από άλλα γνωστά βιντεοπαιχνίδια ή να παρακολουθούν διάφορους καλλιτέχνες να εμφανίζονται σε αυτά; Πόσο αρέσει στους έφηβους που δεν παίζουν να ακούνε μουσική που σχετίζεται με ηλεκτρονικά παιχνίδια;

	Σύγκλιση μουσικής με βιντεοπαιχνίδια				Σύγκλιση βιντεοπαιχνιδιών με μουσική	
	Μη παίκτης		Παίκτης		Παίκτης	
	%	Σ	%	Σ	%	Σ
Καθόλου	70.30%	45	36.00%	149	15.8%	61
Ελάχιστα	21.90%	14	27.80%	115	25.5%	98
Αρκετά	3.10%	2	15.20%	63	25.7%	99
Πολύ	3.10%	2	9.90%	41	16.4%	63
Πάρα πολύ	1.60%	1	1.10%	46	16.6%	64

Επίσης, στο Α Μέρος του Ερωτηματολογίου, οι έμπειροι παίκτες ήταν πιο θετικά προσκείμενοι στην ακρόαση μουσικής που σχετίζεται με ηλεκτρονικά παιχνίδια σε σύγκριση με τους απλούς παίκτες⁴⁶. Το 29,3% των έμπειρων παικτών απάντησε ‘πολύ ως πάρα πολύ’ έναντι ενός 11,1% των απλών παικτών, και το 17,3% δήλωσε ‘αρκετά’ σε σχέση με το 12,7%. Στο Δ Μέρος, οι απαντήσεις ‘πάρα πολύ’ και ‘πολύ’ επιλέχθηκαν και πάλι από περισσότερους έμπειρους παίκτες από ότι από απλούς⁴⁷: ένα 38,4% των έμπειρων παικτών απάντησε ‘πολύ ως πάρα πολύ’, όταν το αντίστοιχο ποσοστό για τους απλούς παίκτες ήταν 25,44%. (Βλ. Πίνακα 29).

⁴⁶ Στο ερώτημα απάντησε το 98,9% των απλών παικτών (189 στους 191) και το 99,1% των έμπειρων (225 στους 227).

⁴⁷ Στο ερώτημα απάντησε το 97% των απλών παικτών (161 στους 166) και το 98,7% των έμπειρων (224 στους 227).

Πίνακας 29 – Βαθμός προτίμησης για μουσική που σχετίζεται με ηλεκτρονικά παιχνίδια, καθώς και για ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία ακούνε μουσική ή παρακολουθούν γνωστούς καλλιτέχνες, με βάση τον τύπο του παίκτη

	Σύγκλιση μουσικής με βιντεοπαιχνίδια				Σύγκλιση βιντεοπαιχνιδιών με μουσική			
	Απλός παίκτης		Έμπειρος παίκτης		Απλός παίκτης		Έμπειρος παίκτης	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Καθόλου	45.00%	85	28.40%	64	15.50%	25	16.10%	36
Ελάχιστα	31.20%	59	24.90%	56	32.30%	52	20.50%	46
Αρκετά	12.70%	24	17.30%	39	26.70%	43	25.00%	56
Πολύ	5.80%	11	13.30%	30	13.04%	21	18.80%	42
Πάρα πολύ	5.30%	10	16.00%	36	12.40%	20	19.60%	44

Όσον αφορά τις απαντήσεις των εφήβων με βάση το φύλο στο Α Μέρος του Ερωτηματολογίου, τα αγόρια που παίζουν βιντεοπαιχνίδια φάνηκαν πιο θετικά σε σχέση με τα κορίτσια που παίζουν, ενώ στο παρεμφερές ερώτημα στο Δ Μέρος, πιο θετικά ήταν τα κορίτσια, αν και με μικρές διαφορές. Αναλυτικότερα, στο αν τους αρέσει να ακούν τη μουσική που έχει το ηλεκτρονικό παιχνίδι που παίζουν ή αν ακούν μουσική που σχετίζεται με ηλεκτρονικά παιχνίδια γενικότερα, απάντησε ‘πολύ έως πάρα πολύ’ το 21,7% των αγοριών και το 14,4% των κοριτσιών που παίζουν. Στο Δ Μέρος και στην ερώτηση για το αν τους αρέσουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία ακούν διάφορα μουσικά κομμάτια ή βλέπουν γνωστούς καλλιτέχνες, την απάντηση ‘πολύ έως πάρα πολύ’ έδωσε το 36,4% των κοριτσιών και το 30,8% των αγοριών.

Ασήμαντες ήταν οι διαφορές στις απαντήσεις των εφήβων με βάση την ηλικία, με περισσότερους μαθητές Γυμνασίου από ότι Λυκείου να απαντούνε ‘πολύ ως πάρα πολύ’ στο ερώτημα του Δ Μέρους (34,6%:31,4%). Οι διαφορές μεταξύ μαθητών Γυμνασίου και Λυκείου στο Α Μέρος ήταν ακόμα μικρότερες.

Ηλεκτρονικά παιχνίδια και διαμεσική αφήγηση

Όταν οι έφηβοι ρωτήθηκαν για το πόσο τους αρέσει να παρακολουθούν την επέκταση ή τον εμπλουτισμό μίας γνωστής ιστορίας μέσα από διαφορετικές πλατφόρμες, όπως, για παράδειγμα, την ιστορία του *Άρχοντα των δαχτυλιδιών* σε ταινίες, κόμικς, τηλεοπτικές σειρές ή ηλεκτρονικά παιχνίδια – ερώτημα στο οποίο απάντησε το 99,6% των παικτών (416 στους 418) και το 95,5 των μη παικτών (64 στους 67) –, οι έφηβοι που παίζουν βιντεοπαιχνίδια εκδήλωσαν πιο θετική στάση σε σχέση με τους έφηβους που δεν παίζουν. Για παράδειγμα, ‘πολύ ως πάρα πολύ’ δήλωσε το 35,3% των εφήβων, όταν το αντίστοιχο ποσοστό των εφήβων που δεν παίζουν ήταν 21,9%. Όταν το ερώτημα, στο Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου, έγινε πιο συγκεκριμένο όσον αφορά την πλατφόρμα της διαμεσικής αφήγησης, καθώς τώρα ζητούσαμε από τους παίκτες να δηλώσουν τον βαθμό που τους αρέσουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται ή εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, όπως, για παράδειγμα, ο *Spider-Man* ή το *Matrix*, οι απαντήσεις των εφήβων (που έφτασαν πάλι το 98%) ήταν πάνω-κάτω παρόμοιες με εκείνες του Α Μέρους. Το 31,7% των εφήβων παικτών δήλωσε ‘πολύ ως πάρα πολύ’ και το 25,2% ‘αρκετά’. Στον Πίνακα 30 που ακολουθεί αποτυπώνονται τα απαντητικά ποσοστά αναφορικά με το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης.

Πίνακας 30 – Πόσο αρέσει στους έφηβους που παίζουν βιντεοπαιχνίδια το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης, και πόσο στους έφηβους που δεν παίζουν;

	Διαμεσική αφήγηση				Βιντεοπαιχνίδια και διαμεσικότητα	
	Μη παίκτης		Παίκτης		Παίκτης	
	%	Σ	%	Σ	%	Σ
Καθόλου	26.60%	17	21.90%	91	17.9%	69
Ελάχιστα	29.70%	19	20.00%	83	25.2%	97
Αρκετά	21.90%	14	22.80%	95	25.2%	97
Πολύ	14.10%	9	19.20%	80	16.6%	64
Πάρα πολύ	7.80%	5	16.10%	67	15.1%	58

Επίσης, οι έμπειροι παίκτες εκδήλωναν πιο θετική στάση συγκριτικά με τους απλούς παίκτες στο Α Μέρος, αν και με πολύ μικρές διαφορές⁴⁸. Για παράδειγμα, το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης αρέσει ‘πολύ ως πάρα πολύ’ σε ένα 38,5% των έμπειρων παικτών και σε ένα 31,6% των απλών παικτών. Οι απαντήσεις ‘αρκετά’, ‘ελάχιστα’ και ‘καθόλου’ επιλέχθηκαν από περισσότερους απλούς παίκτες (25,3%:20,8%, 21,1%:19%, 22,1%:21,7% αντίστοιχα). Στο Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου, οι έμπειροι παίκτες έδωσαν ξανά τις πιο θετικές απαντήσεις, με το 38% να απαντάει ‘πολύ ως πάρα πολύ’, όταν οι απαντήσεις των απλών παικτών ήταν 23%⁴⁹. Οι απαντήσεις ‘αρκετά’, ‘ελάχιστα’ και ‘καθόλου’ επιλέχθηκαν από περισσότερους απλούς παίκτες, με τις διαφορές μεταξύ τους να είναι μικρές. Στον Πίνακα 31 βλέπει κανείς συνολικά τις προτιμήσεις των εφήβων που παίζουν βιντεοπαιχνίδια για το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης.

Πίνακας 31 – Βαθμός προτίμησης για το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης, με βάση τον τύπο του παίκτη

	Διαμεσική αφήγηση				Βιντεοπαιχνίδια και διαμεσική αφήγηση			
	Απλός παίκτης		Έμπειρος παίκτης		Απλός παίκτης		Έμπειρος παίκτης	
	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ
Καθόλου	22.10%	42	21.70%	49	24.20%	39	13.40%	30
Ελάχιστα	21.10%	40	19.00%	43	26.10%	42	24.60%	55
Αρκετά	25.30%	48	20.80%	47	26.70%	43	24.10%	54
Πολύ	18.40%	35	19.90%	45	11.80%	19	20.10%	45
Πάρα πολύ	13.20%	25	18.60%	42	11.20%	18	17.90%	40

Οι απαντήσεις των εφήβων με βάση το φύλο και την ηλικιακή ομάδα τους δεν οδήγησαν σε αποτελέσματα με μεγάλες διαφορές. Στα αγόρια αρέσει λίγο περισσότερο το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης σε σχέση με τα κορίτσια. Στο Α Μέρος του ερωτηματολογίου, τα αγόρια έδειξαν πιο θετική στάση απέναντι στο στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης, με το 32,4% να

⁴⁸ Στο ερώτημα απάντησε το 99,5% των απλών παικτών (190 στους 191) και το 99,6% των έμπειρων (226 στους 227).

⁴⁹ Στο ερώτημα απάντησε το 97% των απλών παικτών (161 στους 166) και το 98,7% των έμπειρων (224 στους 227).

δηλώνει ότι του αρέσει ‘πολύ ως πάρα πολύ’ έναντι ενός 28,7% των κοριτσιών. Πιο θετικά, συγκριτικά με τα κορίτσια, ήταν και τα αγόρια που δεν παίζουν βιντεοπαιχνίδια, με το 5,2% των αγοριών και το 0,8% των κοριτσιών να απαντούνε ‘πολύ έως πάρα πολύ’. Η ίδια εικόνα πάνω-κάτω αποτυπώθηκε και στο Δ Μέρος του Ερωτηματολογίου. Στο ερώτημα για το πόσο τους αρέσουν τα βιντεοπαιχνίδια στα οποία επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, το 33,3% των αγοριών και το 29,2% των κοριτσιών δήλωσαν ‘πολύ έως πάρα πολύ’. Όσο για τις απαντήσεις των εφήβων με βάση την ηλικία, οι διαφορές ήταν, γι’ άλλη μια φορά, μικρές, με τους μαθητές του Γυμνασίου να απαντούνε πιο θετικά στα σχετικά ερωτήματα. Για παράδειγμα, στο σχετικό ερώτημα του Α Μέρους του Ερωτηματολογίου το 31,3% των εφήβων 12-14 ετών και το 30,03% των εφήβων 15-17 ετών απάντησε ‘πολύ ως πάρα πολύ’, και στο Δ Μέρος, το 36,2% των εφήβων 12-14 ετών και το 27,4% των εφήβων 15-17 ετών απάντησε ‘πολύ ως πάρα πολύ’

Σύνοψη – Συμπεράσματα

Οι σημερινοί έφηβοι είναι παιδιά της οθόνης. Όπως και να τους χαρακτηρίσουμε, viewers (viewer και user) (Harris, 2002: 172) ή screenagers (Jolly, 2016), το γεγονός είναι ότι τα ηλεκτρονικά μέσα έχουν γίνει προέκταση του εαυτού τους. Όπως διαπιστώθηκε από την έρευνά μας, το παιδί της εφηβείας περνάει, σε μια συνηθισμένη μέρα, τρεις ώρες και πενήντα λεπτά μπροστά σε μια οθόνη, χωρίς να υπολογίζουμε τον χρόνο που αφιερώνει σε σχολικά μαθήματα και καθήκοντα. Το αποτέλεσμα μας ενισχύει τόσο το αποτέλεσμα της έρευνας της Mullan και των συνεργατών (2018), που είχαν βρει ότι ο χρόνος που περνάει το παιδί της εφηβείας μπροστά σε μια οθόνη ήταν τρεις ώρες και τριάντα λεπτά σε μια τυπική μέρα όσο και της Rideout και των συνεργατών της (2015), που είχαν καταγράψει τέσσερις ώρες. Επίσης, διαπιστώθηκε διαφορά μεταξύ των παικτών και των μη παικτών, με τους παίκτες να ξοδεύουν μια ώρα περίπου περισσότερο μπροστά σε μια οθόνη σε σχέση με τους έφηβους που δεν παίζουν.

Αναφορικά με τις εξεταζόμενες ψυχαγωγικές δραστηριότητες, διαπιστώθηκε ότι η ακρόαση μουσικής είναι η δημοφιλέστερη δραστηριότητα των εφήβων, είτε αυτοί παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια είτε όχι. Ευρήματα που ενισχύουν τα αποτελέσματα των ερευνών του Fromme (2003) και του Rideout και των συνεργατών του (2015). Αρκετές έρευνες, επιπλέον, έδειξαν ότι η ακρόαση μουσικής είναι ανάμεσα στις πιο αγαπημένες δραστηριότητες των εφήβων (Κοκκέβη κ.συν. 2005 · Ofcom 2014 · James Studie 2018 · Rideout et al. 2010). Αντιθέτως, στην τελευταία θέση των προτιμήσεών τους βρέθηκε η ανάγνωση των κόμικς, συμφωνώντας με τα εξαγόμενα αποτελέσματα διάφορων ερευνών (Clark 2012 · Willemse et al. 2014 · Ofcom 2014) περί μικρού ενδιαφέροντος των εφήβων για ανάγνωση κόμικς συγκριτικά με άλλες δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου. Ακόμα και οι μισοί σχεδόν από τους συμμετέχοντες στην έρευνά μας που δήλωσαν ότι δεν παίζουν βιντεοπαιχνίδια, θα προτιμούσαν να παίζουν βιντεοπαιχνίδια παρά να διαβάσουν κόμικς.

Η ‘αποστροφή’ για την ανάγνωση κόμικς μπορεί να οφείλεται σε διάφορους λόγους. Μπορεί, για παράδειγμα, να σχετίζεται με την πράξη του διαβάσματος, η οποία πιθανόν να έχει συνδεθεί στη συνείδηση των παιδιών με τα σχολικά μαθήματα και καθήκοντα, των οποίων η φύση είναι υποχρεωτική. Ίσως, πάλι, να είναι αποτέλεσμα της γενικότερης αντιμετώπισης των κόμικς από τους ενήλικες ως κάτι υποδεέστερο και ανούσιο, ως αναγνώσματα που δεν προσφέρουν κάτι σημαντικό στο παιδί σε αντίθεση με τη ‘σοβαρή’ λογοτεχνία · αντιλήψεις που επηρεάζουν τα

παιδιά και τα οδηγούν μακριά από αυτά. Το συγκεκριμένο θέμα θα διερευνηθεί περαιτέρω στο ποιοτικό κομμάτι της έρευνας που θα ακολουθήσει.

Η παρακολούθηση της τηλεόρασης κατέλαβε τη δεύτερη θέση στις συνήθειες των εφήβων, με το παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών να ακολουθεί με μικρή διαφορά. Τόσο η παρακολούθηση τηλεόρασης όσο και το παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών συνιστούν δύο από τους πιο συνηθισμένους τρόπους για να περνούν τον χρόνο τους τα παιδιά της εφηβείας, όπως έδειξαν διάφορες έρευνες (Fromme 2003 · United Kingdom Time Use Survey 2000-2001 & 2014-2015 · Willemse et al. 2014 · Ofcom 2014 · Rideout 2010). Ωστόσο, αν και η παρακολούθηση τηλεόρασης είναι κάτι που συνηθίζουν να κάνουν οι έφηβοι, παίκτες και μη, δεν αποτελεί μια δραστηριότητα με την οποία διασκεδάζουν τόσο πολύ όσο διασκεδάζουν με το παίξιμο βιντεοπαιχνιδιών, για παράδειγμα. Αποτέλεσμα που φέρνει στον νου την κλασική έρευνα της Livingstone (2002), η οποία είχε παρατηρήσει ότι η παρακολούθηση τηλεόρασης ήταν μια δραστηριότητα που επιλεγόταν από τα παιδιά τόσο σε μια καλή μέρα όσο και σε μια βαρετή μέρα. Επιπλέον, στην παρούσα έρευνα, σε αντίθεση με τα αποτελέσματα της Ofcom (2015), δεν παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφορές μεταξύ των εφήβων με βάση το φύλο, όσον αφορά τον χρόνο που αφιερώνουν στην παρακολούθηση της τηλεόρασης.

Η έξοδος για κινηματογράφο έρχεται τέταρτη στις συνήθειες των εφήβων, με ένα τέταρτο των συμμετεχόντων να δηλώνει ότι συνηθίζει να πηγαίνει σινεμά · ένα ποσοστό που θα χαρακτηρίζαμε σχετικά υψηλό, αν λάβουμε υπόψη την υγειονομική κρίση και τους περιορισμούς που είχε επιβάλλει στη διασκέδαση. Επίσης, ο κινηματογράφος αποδείχτηκε να είναι μια δραστηριότητα, με την οποία διασκεδάζουν πολύ οι έφηβοι. Το 48,9% δήλωσε ότι διασκεδάζει πολύ έως πάρα πολύ με το πηγαίνει σινεμά, ενώ αντιθέτως με την παρακολούθηση τηλεόρασης δήλωσε ότι διασκεδάζει πολύ έως πάρα πολύ το 32,6%. Ο κινηματογράφος είναι μια δραστηριότητα που συνδυάζει την παρακολούθηση μιας ταινίας με την έξοδο από το σπίτι και τη συναναστροφή με φίλους, και ενδεχομένως ο συνδυασμός των παραπάνω να προσελκύει περισσότερο τους έφηβους από ότι η παρακολούθηση τηλεόρασης, που είναι μια δραστηριότητα πιο καθημερινή και παθητική, που περιορίζει τον έφηβο στο σπίτι.

Παρόλα αυτά όταν ρωτήθηκαν για το πού προτιμούν να βλέπουν ταινίες, η τηλεόραση ήταν το μέσο που επιλέχθηκε πρώτο, ενώ η κινηματογραφική οθόνη βρέθηκε στην τρίτη θέση. Υποθέτουμε ότι η απάντησή τους σε αυτή την ερώτηση έχει να κάνει με την ίδια την πράξη της

παρακολούθησης της ταινίας, καθώς η παρακολούθηση μιας ταινίας στο σπίτι είναι ένας τρόπος ανέξοδος και βολικός. Ενδεχομένως οι έφηβοι να μην έλαβαν υπόψη τους στη δήλωσή τους αυτή το κομμάτι της ‘εξόδου’ και της ‘συνεύρεσης με φίλους’ (που χαρακτηρίζει την παρακολούθηση ταινιών στον κινηματογράφο). Το δεύτερο μέσο που προτιμήθηκε για την παρακολούθηση ταινιών ήταν ο υπολογιστής και το τέταρτο το κινητό. Τόσο ο υπολογιστής όσο και το κινητό αποτελούν, κατά κύριο λόγο, προσωπικές συσκευές, με τον υπολογιστή να βρίσκεται συνήθως στον προσωπικό χώρο των εφήβων, που είναι το δωμάτιό τους, και το κινητό να βρίσκεται σχεδόν πάντα πάνω τους. Επιπλέον, η παρακολούθηση ταινιών σε κινητή συσκευή είναι κάτι που συνηθίζουν γενικότερα τα παιδιά (Jenks 2019: 45). Στο κινητό βλέπουν ταινίες και σειρές, παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια, ακούνε μουσική. Το κινητό έχει εξελιχθεί σε ένα σημαντικό κομμάτι της ζωής τους (Allaby & Shannon 2020: 252).

Όταν οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να επιλέξουν μεταξύ ζευγών, όσον αφορά τις προτιμήσεις τους για τις εξεταζόμενες ψυχαγωγικές δραστηριότητες, η μουσική ήταν πρώτη στις προτιμήσεις τους με ό,τι και αν συγκρίθηκε. Αντιθέτως, η ανάγνωση κόμικς ήταν πάντα η δεύτερη επιλογή (δηλαδή, είχε την τελευταία θέση, καθώς επρόκειτο για ζεύγη) με όποια δραστηριότητα δημοφιλούς ψυχαγωγίας και αν είχε απέναντί της. Το παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών προτιμήθηκε έναντι της τηλεόρασης, του κινηματογράφου και των κόμικς, και μάλιστα με μεγάλες διαφορές. Επιπρόσθετα, διαπιστώθηκε, χωρίς να βρεθούν, όμως, σημαντικές διαφορές, ότι οι έφηβοι που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια διασκεδάζουν περισσότερο συγκριτικά με τους έφηβους που δεν παίζουν με το να διαβάζουν κόμικς – κάτι που μπορεί να οφείλεται στους χαρακτήρες των βιντεοπαιχνιδιών που παίζουν, καθώς σε αρκετές περιπτώσεις οι χαρακτήρες αυτοί αυτοί είναι ήρωες κόμικς – και διασκεδάζουν λιγότερο με το να πηγαίνουν κινηματογράφο, να παρακολουθούν τηλεόραση και να ακούνε μουσική.

Αναφορικά με τις προτιμήσεις μεταξύ απλού και έμπειρου παίκτη, διαπιστώθηκε ότι ο απλός παίκτης προτιμάει την παρακολούθηση τηλεόρασης, την έξοδο για κινηματογράφο και την ακρόαση μουσικής συγκριτικά με το παίξιμο ηλεκτρονικού παιχνιδιού, και επιλέγει το τελευταίο μόνο όταν η άλλη του επιλογή είναι η ανάγνωση κόμικς. Ο έμπειρος παίκτης προτιμάει τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συγκριτικά με την τηλεόραση, τον κινηματογράφο και τα κόμικς, αλλά επιλέγει τη μουσική όταν πρέπει να επιλέξει ανάμεσα σε αυτή και στα βιντεοπαιχνίδια. Επιπλέον,

οι έμπειροι παίκτες διασκεδάζουν περισσότερο με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συγκριτικά με τους απλούς.

Γενικότερα, δεν παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφορές στις συνήθειες των εφήβων που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια και των εφήβων που δεν παίζουν, όσον αφορά την παρακολούθηση τηλεόρασης, την έξοδο για κινηματογράφο, την ακρόαση μουσικής και την ανάγνωση κόμικς, αν και οι έφηβοι που παίζουν βιντεοπαιχνίδια πηγαίνουν σινεμά σε μεγαλύτερο βαθμό συγκριτικά με εκείνους που δεν παίζουν, διαβάζουν κόμικς περισσότερο και βλέπουν συχνότερα και για πάνω από δύο ώρες τηλεόραση. Έντονες διαφορές δεν βρέθηκαν ούτε μεταξύ απλών και έμπειρων παικτών. Απλώς παρατηρήθηκε ότι οι απλοί παίκτες, συγκριτικά με τους έμπειρους παίκτες, βλέπουν τηλεόραση σε μεγαλύτερο βαθμό και πηγαίνουν κινηματογράφο πιο συχνά – αποτελέσματα που συμφωνούν με εκείνα του Williams και των συνεργατών του (2008), της ESA (2015) και του Twenge και των συνεργατών του (2019) –, καθώς επίσης, διαβάζουν κόμικς σε μεγαλύτερο βαθμό. Ούτε μεταξύ αγοριών και κοριτσιών ή μαθητών Γυμνασίου και μαθητών Λυκείου βρέθηκαν σημαντικές διαφορές, με τη μεγαλύτερη διαφορά να βρίσκεται στη συνήθεια παρακολούθησης τηλεόρασης: τα παιδιά 12-14 ετών παρακολουθούν σε μεγαλύτερο βαθμό τηλεόραση σε σχέση με τα παιδιά 15-17 ετών.

Εν κατακλείδι, θα υποστηρίζαμε ότι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, αν και έχουν κερδίσει σημαντικό έδαφος τα τελευταία χρόνια, δεν έχουν παραγκωνίσει τα πιο παραδοσιακά μέσα ψυχαγωγίας, όπως είναι η παρακολούθηση τηλεόρασης και η έξοδος για κινηματογράφο. Πρόκειται περισσότερο για ψυχαγωγικές δραστηριότητες που συνυπάρχουν, και ίσως αυτό να οφείλεται εν μέρει και στις μεταξύ τους αλληλοεπιδράσεις και συνεργασίες. Διαπιστώθηκε, επίσης, ότι οι έφηβοι που παίζουν βιντεοπαιχνίδια (και κυρίως οι απλοί παίκτες) είναι πιο θετικά προσκείμενοι στις εξεταζόμενες ψυχαγωγικές δραστηριότητες της δημοφιλούς κουλτούρας συγκριτικά με τους έφηβους που δεν παίζουν. Η αγάπη των εφήβων που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια για τη δημοφιλή κουλτούρα επιβεβαιώνεται και από το γεγονός ότι προσελκύονται από βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με κινηματογραφικές ταινίες, τηλεοπτικές σειρές, κόμικς και μουσική.

Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που συγκλίνουν με άλλα δημοφιλή ψυχαγωγικά μέσα γοητεύουν ένα μεγάλο μέρος των εφήβων. Μετά από συγχώνευση των απαντήσεων ‘πάρα πολύ’, ‘πολύ’, και ‘αρκετά’ στα σχετικά ερωτήματα περί συγκλίσεων των εξεταζόμενων μέσων δημοφιλούς

κουλτούρας (προκειμένου να κάνουμε την όλη εικόνα των πολιτισμικών συγκλίσεων λιγότερο πολύπλοκη στην εξαγωγή συμπερασμάτων) διαπιστώθηκε ότι: α) στο 43,7% των εφήβων που παίζει, αρέσει να ακούει τη μουσική που έχει το ηλεκτρονικό παιχνίδι που παίζει ή να βλέπει διάφορους καλλιτέχνες να εμφανίζονται σε αυτά (κάνοντας τις συναυλίες τους, παραδείγματος χάριν, όπως ο Travis Scott), β) στο 46,2% αρέσει να παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια που έχουν σχέση με τηλεοπτικές σειρές (να έχουν βασιστεί, για παράδειγμα σε αυτές, να έχουν εμπνευστεί από αυτές ή αυτές να έχουν βασιστεί σε αυτά, όπως το *The Last of Us*), γ) στο 55,6% αρέσει να παίζει βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με γνωστές ταινίες (όπως είναι η *Lara Croft: Tomb Raider*, για παράδειγμα), δ) στο 40,6% αρέσει να παίζει βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς (όπως είναι, παραδείγματος χάριν, ο *Spider-Man*, ή και manga, όπως είναι ο *Genshin Impact*), και, ε) στο 56,9% αρέσει το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης, δηλαδή να παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται ή εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία (όπως είναι το *Matrix*). Μέσω των συνεντεύξεων στο δεύτερο μέρος της έρευνας, επιδίωξη είναι να διερευνηθούν οι λόγοι για την προτίμηση αυτού του είδους των βιντεοπαιχνιδιών.

10.6. Αποτελέσματα συσχέτισης μεταξύ της ενασχόλησης με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή

10.6.1. Έλεγχος κανονικότητας

Προκειμένου να εξετάσουμε τη συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών ενδιαφέροντος, έγινε πρώτα έλεγχος της κανονικότητας. Τα αποτελέσματα του ελέγχου έδειξαν ότι οι εξεταζόμενες μεταβλητές δεν ακολουθούν κανονική κατανομή, διότι η *p-value* σε όλες τις περιπτώσεις ήταν μικρότερη από το 5%, που ορίσαμε ως επίπεδο σημαντικότητας. Συγκεκριμένα, σε όλες τις μεταβλητές, η *p-value* είναι ίση με .001 ή αλλιώς 1%, εκτός από τη μεταβλητή *ικανότητα δράσης* που στον έλεγχο Kolmogorov-Smirnov είχε *p-value* .022, δηλαδή 2,2%. Συνεπώς, απορρίπτεται η H_0 και ισχύει η H_1 . Η εξέταση της κανονικότητας των μεταβλητών ενδιαφέροντος παρουσιάζεται στον Πίνακα 32. Από τη στιγμή που οι μεταβλητές δεν ακολουθούν κανονική κατανομή, χρησιμοποιήθηκε ο μη παραμετρικός συντελεστής συσχέτισης Spearman.

Πίνακας 32 – Αποτελέσματα εξέτασης της κανονικότητας των μεταβλητών ενδιαφέροντος

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Συγκλίσεις με άλλα μέσα δημοφιλούς κουλτούρας	.133	134	<.001	.951	134	<.001
Παρατήρηση αρνητικής συμπεριφοράς παικτών	.292	134	<.001	.746	134	<.001
Παρατήρηση συμπαικτών να επεμβαίνουν σε άσχημες καταστάσεις	.351	134	<.001	.701	134	<.001
Παρατήρηση άλλων παικτών να βοηθούν	.280	134	<.001	.779	134	<.001
Επίσκεψη σε σάιτς βιντεοπαιχνιδιών	.405	134	<.001	.650	134	<.001
Συχνότητα παιξίματος με γονείς	.410	134	<.001	.614	134	<.001

Παιχνίδι με φίλους στον ίδιο χώρο	.447	134	<.001	.570	134	<.001
Παιχνίδι με αδέρφια στον ίδιο χώρο	.503	134	<.001	.456	134	<.001
Παιχνίδι με γνωστούς διαδικτυακά	.480	134	<.001	.514	134	<.001
Παιχνίδι με άγνωστους διαδικτυακά	.541	134	<.001	.209	134	<.001
Μοναχικό παιχνίδι	.458	134	<.001	.553	134	<.001
Παιχνίδι με γονείς στον ίδιο χώρο	.527	134	<.001	.060	134	<.001
Συχνότητα παιξίματος βιντεοπαιχνιδιών	.266	134	<.001	.790	134	<.001
Χρόνος παιξίματος βιντεοπαιχνιδιών	.225	134	<.001	.853	134	<.001
Minecraft	.529	134	<.001	.237	134	<.001
Free Fire	.528	134	<.001	.234	134	<.001
Grand Theft Auto	.529	134	<.001	.237	134	<.001
Fifa	.530	134	<.001	.238	134	<.001
Call of Duty	.529	134	<.001	.235	134	<.001
Counter Strike	.528	134	<.001	.234	134	<.001
Fortnite	.529	134	<.001	.237	134	<.001
Roblox	.529	134	<.001	.235	134	<.001
NBA	.528	134	<.001	.233	134	<.001
League of Legends	.530	134	<.001	.239	134	<.001
Μόρφωση πατέρα	.241	134	<.001	.877	134	<.001
Μόρφωση μητέρας	.281	134	<.001	.828	134	<.001
Τύπος παίκτη	.348	134	<.001	.636	134	<.001
Παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες	.405	134	<.001	.650	134	<.001
Ενδιαφέρον για την πολιτική	.138	134	<.001	.918	134	<.001
Ικανότητα δράσης	.074	134	.066	.966	134	.002
Υπεύθυνος πολίτης	.143	134	<.001	.892	134	<.001
Συμμετοχικός πολίτης	.086	134	.016	.969	134	.004
Δίκαιος πολίτης	.138	134	<.001	.937	134	<.001
Επικοινωνία με γονείς	.150	134	<.001	.919	134	<.001

Προσδοκίες για το μέλλον	.114	134	<.001	.951	134	<.001
--------------------------	------	-----	-------	------	-----	-------

a. Lilliefors Significance Correction

10.6.2. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες

Τα αποτελέσματα του ελέγχου έδειξαν στατιστικά σημαντική συσχέτιση⁵⁰ μεταξύ των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων και των παιχνιδιωδών κοινωνικοπολιτικών εμπειριών. Ειδικότερα, εξετάστηκε ξεχωριστά η σχέση κάθε μίας από τις επτά παραμέτρους με τις οποίες μετρήσαμε τις κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές των εφήβων, με τις εμπειρίες κοινωνικοπολιτικής φύσεως που βιώνουν οι παίκτες κατά τη διάρκεια του παιζιματος. Τα αποτελέσματα των συσχετίσεων είναι τα ακόλουθα (ενώ επιπλέον, συμπεριλαμβάνονται συγκεντρωτικά στον Πίνακα 33):

- Η συνάφεια μεταξύ της *ικανότητας δράσης* και των *παιχνιδιωδών κοινωνικοπολιτικών εμπειριών* είναι στατιστικά σημαντική, διότι έχει $p\text{-value} < .001$, και παρατηρείται ασθενής θετική συσχέτιση, καθώς η τιμή του συντελεστή είναι ίση με .283

- Η σχέση μεταξύ του *ενδιαφέροντος για την πολιτική* και των *παιχνιδιωδών κοινωνικοπολιτικών εμπειριών* έχει $p\text{-value} < .001$, συνεπώς είναι στατιστικά σημαντική, και ο συντελεστής Spearman ισούται με .354, που δείχνει την ύπαρξη ασθενούς θετικής συσχέτισης

- Στατιστικά σημαντική είναι η σχέση μεταξύ του *υπεύθυνου πολίτη* και των *παιχνιδιωδών κοινωνικοπολιτικών εμπειριών* ($p\text{-value} < .001$), ενώ επιπλέον, είναι ασθενής θετική, αφού ο συντελεστής ισούται με .249

- Η σχέση των μεταβλητών *παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες* και *συμμετοχικός πολίτης* είναι στατιστικά σημαντική, αφού $p\text{-value} < .001$, και ασθενής θετική, με συντελεστή .370

⁵⁰ Μια συσχέτιση θεωρείται πολύ χαμηλή, όταν ο δείκτης συσχέτισης r του Pearson είναι 0.00 -0.19, χαμηλή όταν ο r είναι 0.20-0.39, μέτρια όταν ο r είναι 0.40-0.59, ισχυρή όταν ο r είναι 0.60-0.79 και πολύ ισχυρή όταν ο r είναι 0.80-1.00 (Evans, 1996, στο: Piter, Loeneto, Putra Jaya 2018: 186 · Δαφέρμος 2011: 475).

-Στατιστικά σημαντική σχέση παρατηρείται και μεταξύ των *παιχνιδιωδών κοινωνικοπολιτικών εμπειριών* και του *δίκαιου πολίτη* ($p\text{-value} < .001$), με την τιμή του συντελεστή να δείχνει ασθενή θετική συσχέτιση, καθώς ισούται με .195

-Με $p\text{-value}$ μικρότερο από .001 και τιμή Spearman .299, διαπιστώνεται στατιστικά σημαντική σχέση και ασθενής θετική μεταξύ των *παιχνιδιωδών εμπειριών* και της *επικοινωνίας με τους γονείς*

-Στατιστικά σημαντική ($p\text{-value} < .001$) και ασθενής θετική συσχέτιση (.223) παρατηρείται και μεταξύ των *παιχνιδιωδών κοινωνικοπολιτικών εμπειριών* και των *προσδοκιών για το μέλλον*

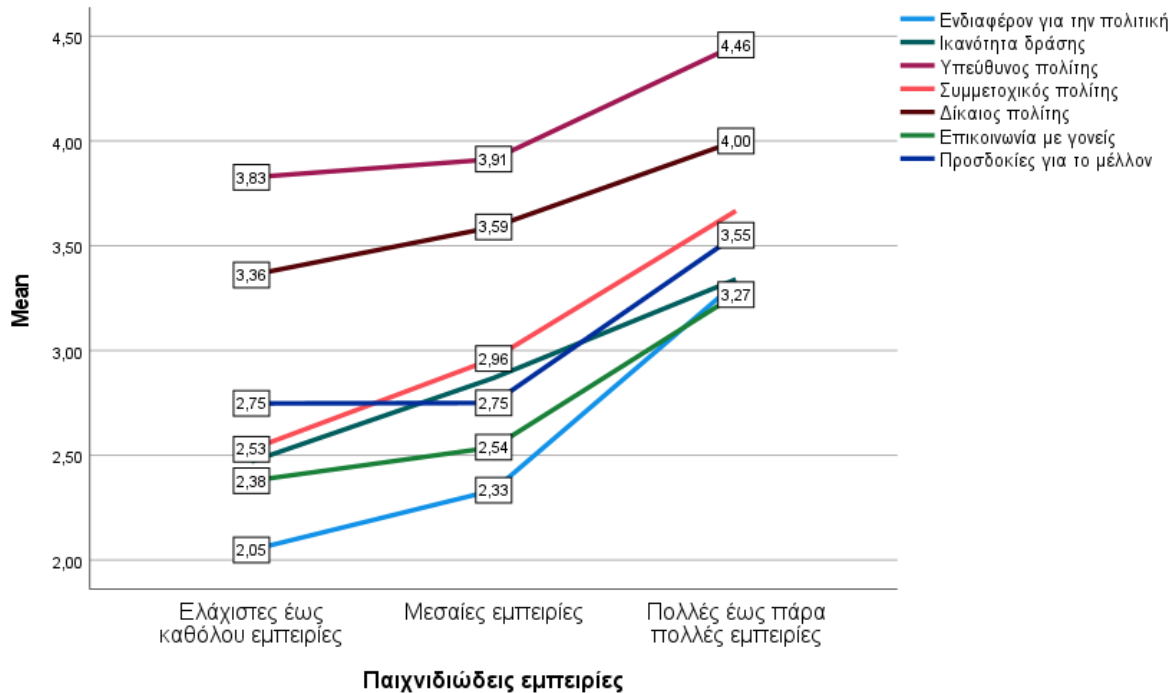
Πίνακας 33 – Αποτελέσματα συσχετίσεων μεταξύ κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών και παιχνιδιωδών κοινωνικοπολιτικών εμπειριών

	Παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες
Ενδιαφέρον για πολιτική	0.354**
Ικανότητα δράσης	0.283**
Υπεύθυνος πολίτης	0.249**
Συμμετοχικός πολίτης	0.370**
Δίκαιος πολίτης	0.195**
Επικοινωνία με γονείς	0.299**
Προσδοκίες για το μέλλον	0.223**

* $p\text{-level}=0,05$ ** $p\text{-level}=0,01$

Στο διάγραμμα γραμμής (Γράφημα 26) που ακολουθεί, παρατηρούμε τις θετικές τάσεις ανά κατηγορία. Όπως φαίνεται, οι παίκτες που βιώνουν συχνά πολλές *κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες* κατά τη διάρκεια του βιντεοπαιχνιδιού που παίζουν, ενδιαφέρονται, συγχρόνως, σε μεγαλύτερο βαθμό για την πολιτική στην πραγματική τους ζωή, συζητούν για πολιτικά θέματα με τους γονείς τους, αισθάνονται ικανοί να δράσουν για την αντιμετώπιση κάποιου προβλήματος στην κοινότητά τους, ενδιαφέρονται για κοινοτικά θέματα και πιστεύουν στη σπουδαιότητα της συνεργασίας, θεωρούν σημαντική την επικράτηση της δικαιοσύνης, πιστεύουν στον εθελοντισμό και ενδεχομένως να στραφούν σε εθελοντικές δράσεις μετά το Λύκειο.

Γράφημα 26 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες



Με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις, τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τις παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες που έχουν οι έφηβοι, έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που του αρέσει να μιλάει για την πολιτική και για πολιτικά ζητήματα είναι 70% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 42,3% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 22,1% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που ψάχνει διαδικτυακά για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα είναι 56,7% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 38,5% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 26,6% για εκείνα με λίγες
- το ποσοστό των εφήβων που ενημερώνεται για την πολιτική ή για διάφορα κοινωνικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο είναι 76,7% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις

κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 50% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 31,9% για εκείνα με λίγες εμπειρίες

- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να δημιουργήσει ένα πλάνο για να αντιμετωπίσει ένα πρόβλημα της κοινότητάς του είναι 70% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 61,5% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 39,8% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να πείσει άλλους ανθρώπους να ενδιαφερθούν για ένα πρόβλημα της κοινότητάς του είναι 90% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 69,2% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 69,3% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να επικοινωνήσει με τον αρμόδιο επίσημο φορέα είναι 53,3% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 30,8% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 38,1% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να οργανώσει και να διαχειριστεί μια συνάντηση για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητά του είναι 63,3% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 46,2% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 33,6% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να εκφράσει τις απόψεις του μπροστά σε μια ομάδα ανθρώπων σχετικά με την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητά του είναι 73,3% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 69,2% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 57,1% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί ότι είναι ευθύνη του να αναμειγνύεται ενεργά στα ζητήματα της κοινότητας είναι 80% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 46,2% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 41,6% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι μπορεί να κάνει τη διαφορά για την κοινότητά του είναι 80% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 57,7% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 38,9% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να βελτιώσει τα πράγματα στην κοινότητά του με το συνεργάζετα με άλλους είναι 80% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις

κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 57,7% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 38,9% για εκείνα με λίγες εμπειρίες

- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι όλοι πρέπει να βοηθάμε εκείνους που έχουν ανάγκη είναι 96,7% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 88,5% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 82,3% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι είναι σημαντικό οι άνθρωποι να ακολουθούν κανόνες και νόμους είναι 90% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 92,3% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 87,6% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που προσπαθεί να βοηθάει άτομα που βρίσκονται σε ανάγκη είναι 96,7% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 88,5% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 81,4% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που είναι πρόθυμο να βοηθάει τους άλλους χωρίς να πληρώνεται είναι 96,7% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 76,9% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 82,3% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι είναι σημαντικό να διαμαρτύρεται όταν κάτι στην κοινωνία χρειάζεται αλλαγή είναι 90% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 73,1% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 72,6% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι είναι σημαντικό να εναντιώνεται στις κοινωνικές ανισότητες είναι 90% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 65,4% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 60,2% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι είναι σημαντικό να αγοράζει προϊόντα από εταιρείες που σέβονται το περιβάλλον είναι 90% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 76,9% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 73,5% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που μιλάει με τους γονείς/κηδεμόνες για την πολιτική είναι 53,3% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 42,3% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 28,3% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που ενδιαφέρεται για τις απόψεις των γονέων/κηδεμόνων του για την πολιτική είναι 70% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 53,8% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 48,7% για εκείνα με λίγες εμπειρίες

- το ποσοστό των εφήβων που είναι πιθανό να δραστηριοποιηθεί εθελοντικά για να βοηθήσει άτομα σε ανάγκη αφού ολοκληρώσει το Λύκειο είναι 80% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 46,2% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 58% για εκείνα με λίγες εμπειρίες
- το ποσοστό των εφήβων που είναι πιθανό να εργαστεί σε μία ομάδα για να λύσει κάποιο πρόβλημα της κοινότητάς του αφού ολοκληρώσει το Λύκειο, είναι 66,7% για παιδιά με πολλές παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, 57,7% για παιδιά με μεσαίες εμπειρίες και 51,8% για εκείνα με λίγες εμπειρίες

Απορρίπτεται, κατ' επέκταση, η μηδενική ερευνητική υπόθεση H_0 , η οποία έλεγε ότι δεν υπάρχει σχέση μεταξύ της ενασχόλησης των εφήβων της Περιφέρειας Θεσσαλίας με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, κατά τη διάρκεια των οποίων βιώνουν διάφορες κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες, και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή, και επικρατεί η H_1 , σύμφωνα με την οποία υπάρχει θετική σχέση μεταξύ της ενασχόλησης των εφήβων της Περιφέρειας Θεσσαλίας με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που τους παρέχουν διάφορες κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή. Να σημειωθεί, ωστόσο, ότι η ύπαρξη συσχέτισης δεν σημαίνει και την ύπαρξη αιτιώδους σχέσης.

10.6.3. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική ζωή και κοινωνικό πλαίσιο παιχνιδιού

Στην παρούσα υποενότητα θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα των στατιστικά σημαντικών σχέσεων ανάμεσα στο κοινωνικό πλαίσιο εντός του οποίου παίζουν οι έφηβοι βιντεοπαιχνίδια και στην εκδήλωση των κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή. Επιπρόσθετα, θα πραγματοποιηθεί ο έλεγχος των σχετικών υποθέσεων.

A. Συχνότητα παιζίσματος ηλεκτρονικών παιχνιδιών με τους γονείς και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική τους ζωή

Τα αποτελέσματα του ελέγχου Spearman δεν έδειξαν στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική ζωή και του μορφωτικού επιπέδου των γονέων τους, αλλά βρήκαν στατιστικά σημαντική σχέση με τη συχνότητα παιζίσματος βιντεοπαιχνιδιών μαζί τους. Εξαιρέση αποτελούν οι μεταβλητές του υπεύθυνου πολίτη και του δίκαιου πολίτη, όπου η *p-value* ήταν πάνω από το επίπεδο σημαντικότητας 5%, κάτι που σημαίνει ότι για τις συγκεκριμένες μεταβλητές ισχύει η μηδενική υπόθεση H_0 . Όσον αφορά τις υπόλοιπες μεταβλητές που μετράνε τις κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και τη συχνότητα παιζίσματος με τους γονείς, διαπιστώθηκε ασθενής θετική συσχέτιση, με τη χαμηλότερη τιμή Spearman να βρίσκεται στη σχέση μεταξύ συχνότητας παιζίσματος βιντεοπαιχνιδιών με τους γονείς και της ικανότητας δράσης, και να ισούται με 0.128, και την υψηλότερη τιμή να βρίσκεται στη συσχέτιση μεταξύ της συχνότητας παιζίσματος ηλεκτρονικών παιχνιδιών με τους γονείς και του ενδιαφέροντος για την πολιτική, με τον συντελεστή να ισούται με 0.216. Στον Πίνακα 34 που ακολουθεί αποτυπώνονται αναλυτικά οι τιμές Spearman που αφορούν όλες τις εξεταζόμενες κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική τους ζωή, πέντε εκ των οποίων συσχετίζονται στατιστικά σημαντικά με τη συχνότητα του παιζίσματος βιντεοπαιχνιδιών με τους γονείς τους.

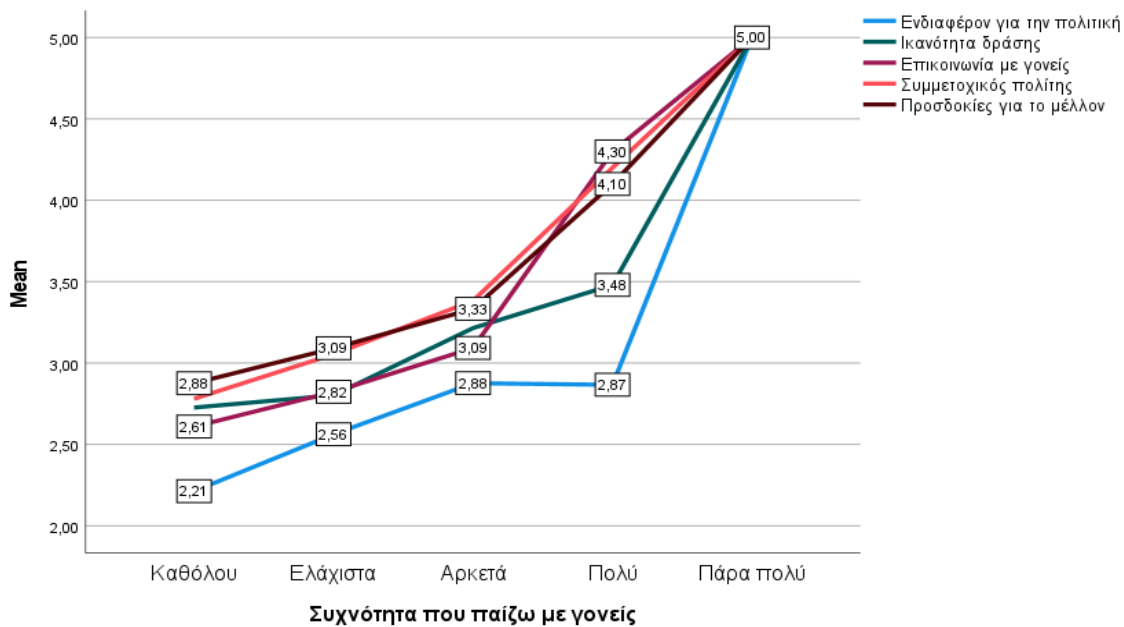
Πίνακας 34 – Αποτελέσματα συσχετίσεων μεταξύ κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών και συχνότητας παιζίσματος με τους γονείς

	Συχνότητα παιζίσματος με τους γονείς
Ενδιαφέρον για πολιτική	0.216**
Ικανότητα δράσης	0.128*
Υπεύθυνος πολίτης	0.003
Συμμετοχικός πολίτης	0.209**
Δίκαιος πολίτης	0.126
Επικοινωνία με γονείς	0.153**
Προσδοκίες για το μέλλον	0.132**

**p-level=0,05 ** p-level=0,01*

Στο διάγραμμα γραμμής (Γράφημα 27) διακρίνεται η συμπίεση της *συχνότητας του παιχνιδιού βιντεοπαιχνιδιών με τους γονείς* με την εκδήλωση μιας σειράς *κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική τους ζωή*. Ειδικότερα, οι έφηβοι που συνηθίζουν να παίζουν πολύ έως πάρα πολύ με τους γονείς τους, είναι, επίσης, εκείνοι οι έφηβοι που ενδιαφέρονται για την πολιτική, κάνουν πολιτικές συζητήσεις με τους γονείς τους, πιστεύουν στις ικανότητες τους να δράσουν επιτυχώς για την επίλυση προβλημάτων στην κοινότητά τους, θεωρούν σημαντικό να αναμιγνύονται ενεργά σε ζητήματα της κοινότητάς τους και να συνεργάζονται για τη βελτίωση των πραγμάτων και οραματίζονται τους μελλοντικούς εαυτούς τους ως μέλη εθελοντικών οργανώσεων που θα προσφέρουν βοήθεια σε άτομα που έχουν ανάγκη και θα επιλύουν μέσω συνεργασίας διάφορα προβλήματα.

Γράφημα 27 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και συχνότητα παιχνιδιού με γονείς



Με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις των εξεταζόμενων μεταβλητών, τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με τη συχνότητα που παίζουν οι έφηβοι με τους γονείς τους έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που του αρέσει να μιλάει για την πολιτική και για πολιτικά ζητήματα είναι 71,4% για τους έφηβους που παίζουν πολύ συχνά με τους γονείς τους, 48,4% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 30,9% για εκείνους που παίζουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που ψάχνει διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα είναι 57,1% για τους έφηβους που παίζουν πολύ συχνά με τους γονείς τους, 51,7% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 36,4% για εκείνους που παίζουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να επικοινωνήσει με τον αρμόδιο επίσημο φορέα είναι 100% για τους έφηβους που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, 60,7% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 61% για εκείνους που παίζουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να οργανώσει και να διαχειριστεί μια συνάντηση για την αντιμετώπιση ενός κοινοτικού προβλήματος είναι 71,4% για τους έφηβους που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, 65,5% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 46,1% για εκείνους που παίζουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να εκφράσει τις απόψεις του μπροστά σε μια ομάδα ανθρώπων σχετικά με την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητα είναι 100% για τους έφηβους που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, 86,2% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 61% για εκείνους που παίζουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί ευθύνη του να αναμειγνύεται ενεργά στα ζητήματα της κοινότητας είναι 71,4% για τους έφηβους που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, 65,5% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 52,1% για εκείνους που παίζουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι μπορεί να κάνει τη διαφορά για την κοινότητά του είναι 100% για τους έφηβους που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, 82,8% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 51,4% για εκείνους που παίζουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να βελτιώσει τα πράγματα με το συνεργάζεσαι με άλλους στην κοινότητα είναι 100% για τους έφηβους που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, 69% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 72,2% για εκείνους που παίζουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που μιλάει με τους γονείς του για την πολιτική είναι 100% για τους έφηβους που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, 58,6% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 41% για εκείνους που παίζουν σπανίως

- το ποσοστό των εφήβων που ενδιαφέρεται για τις απόψεις των γονέων/κηδεμόνων του για την πολιτική είναι 100% για τους έφηβους που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, 51,7% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 57% για εκείνους που παίζουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που είναι πιθανό να δραστηριοποιηθεί εθελοντικά για να βοηθήσει άτομα σε ανάγκη αφού ολοκληρώσει το Λύκειο είναι 85,7% για τους έφηβους που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, 82,1% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 64,2% για εκείνους που παίζουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που είναι πιθανό να εργαστεί σε ομάδα για να λύσει κάποιο πρόβλημα της κοινότητας, αφού ολοκληρώσει τις λυκειακές σπουδές του είναι 85,7% για τους έφηβους που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, 67,9% για τους έφηβους που παίζουν αρκετά και 58,7% για εκείνους που παίζουν σπανίως

B. Τρόποι παιχνιδιού και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική τους ζωή

Τα αποτελέσματα του ελέγχου Spearman δεν βρήκαν στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στους έφηβους που παίζουν με αδέρφια στον ίδιο χώρο και στην εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή, ενώ επιπλέον, ανυπαρξία συσχέτισης παρατηρήθηκε και μεταξύ των εφήβων που παίζουν με γνωστούς ή άγνωστους διαδικτυακά και των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών που εκδηλώνουν στην καθημερινότητα τους. Αντιθέτως, οι στατιστικά σημαντικές σχέσεις που παρατηρήθηκαν είναι: 1) ανάμεσα στους έφηβους που συνηθίζουν να παίζουν με τους γονείς τους στον ίδιο χώρο και στις μεταβλητές του ενδιαφέροντος για την πολιτική και της επικοινωνίας με τους γονείς, με $p\text{-value}<5\%$, και με τον συντελεστή του Spearman να είναι ίσος με 1.127 και 1.119 αντίστοιχα, υποδηλώνοντας ασθενή θετική συσχέτιση και στις δύο περιπτώσεις, β) ανάμεσα στις μεταβλητές του μοναχικού παιχνιδιού και του δίκαιου πολίτη, με $p\text{-value}<5\%$, και ασθενής θετική συσχέτιση (0.120), ενώ αντιθέτως η σχέση μεταξύ του μοναχικού παιχνιδιού και της επικοινωνίας με τους γονείς βρέθηκε να είναι ασθενής αρνητική (-0.117), γ) μεταξύ των εφήβων που συνηθίζουν να παίζουν με φίλους στον ίδιο χώρο και του δίκαιου πολίτη, με $p\text{-value}<5\%$, και με τον συντελεστή του Spearman να είναι ίσος με -0.116, που σημαίνει ασθενή αρνητική συσχέτιση. Στον Πίνακα 35 εμπεριέχονται τα

αποτελέσματα του ελέγχου Spearman. Στη συνέχεια ακολουθεί η αναλυτική παρουσίαση των στατιστικά σημαντικών σχέσεων.

Πίνακας 35 – Αποτελέσματα συσχετίσεων μεταξύ των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και του κοινωνικού πλαισίου παιχνιδιού

	Συχνότερα παίζω με φίλους στον ίδιο χώρο	Συχνότερα παίζω με γονείς στον ίδιο χώρο	Συχνότερα παίζω μόνος
Ενδιαφέρον για πολιτική	0.024	0.127*	-0.048
Ικανότητα δράσης	0.013	0.041	-0.021
Υπεύθυνος πολίτης	-0.036	-0.023	-0.025
Συμμετοχικός πολίτης	-0.017	0.059	-0.009
Δίκαιος πολίτης	-0.116*	0.035	0.120*
Επικοινωνία με γονείς	0.038	0.119*	-0.117*
Προσδοκίες για το μέλλον	0.025	0.065	-0.006

**p-level=0,05 ** p-level=0,01*

Γ. Παίξιμο βιντεοπαιχνιδιών με γονείς στον ίδιο χώρο και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών στην πραγματική ζωή

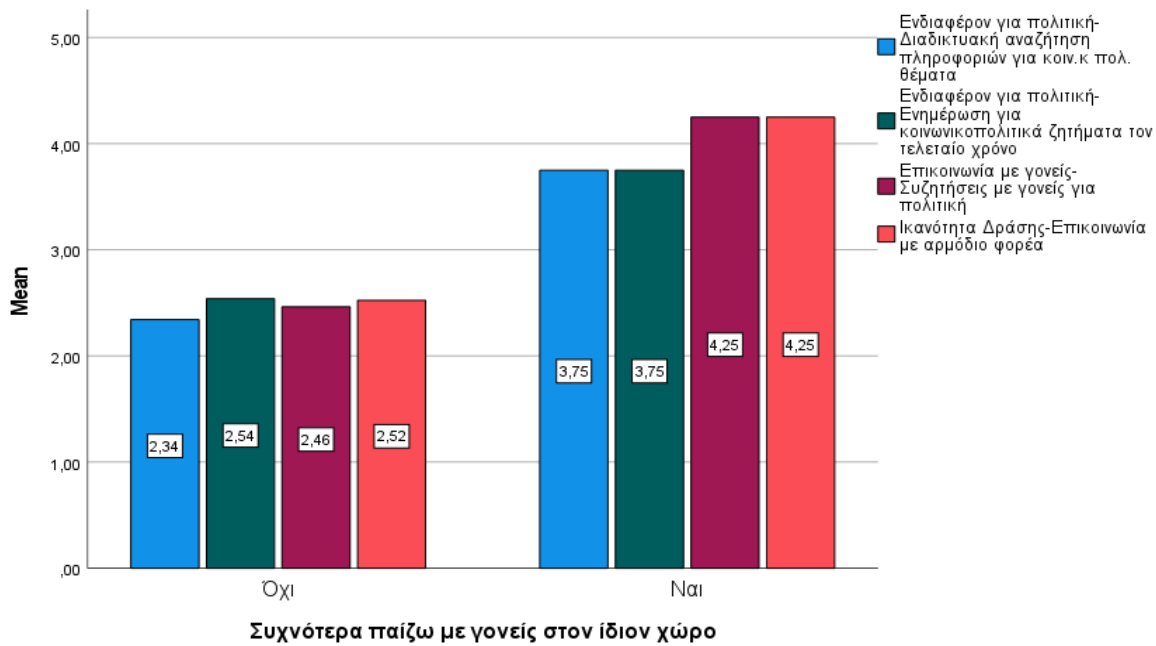
Ο έλεγχος Mann-Whitney και η εξέταση των μέσων τιμών έδωσαν τέσσερις μεταβλητές (από το σύνολο των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών) που συσχετίζονται στατιστικά σημαντικά με το παίξιμο των βιντεοπαιχνιδιών με γονείς στον ίδιο χώρο. Οι μεταβλητές αυτές παρατίθενται στον Πίνακα 36 και αφορούν την ενημέρωση των εφήβων για κοινωνικοπολιτικά θέματα τον τελευταίο χρόνο, την αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο για ζητήματα κοινωνικοπολιτικής φύσης, τη συζήτηση με γονείς για θέματα πολιτικά και την πίστη στην ικανότητα τους να επικοινωνήσουν με τον αρμόδιο φορέα για επίλυση προβλημάτων.

Πίνακας 36 – Παίξιμο με τους γονείς στον ίδιο χώρο και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων- συμπεριφορών στην πραγματική ζωή

	Παίξιμο με γονείς στον ίδιο χώρο	N	MT	TA	U	p
Ψάχνω διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα	Ναι	4	3.75	1.500	281.000	0.047
	Όχι	317	2.34	1.182		
Ενημερώνομαι για κοινωνικοπολιτικά θέματα τον τελευταίο χρόνο	Ναι	4	3.75	0.957	273.000	0.043
	Όχι	317	2.55	1.226		
Μιλάω με τους γονείς μου για την πολιτική	Ναι	4	4.25	0.957	194.500	0.014
	Όχι	317	2.47	1.332		
Μπορώ να επικοινωνήσω με τον αρμόδιο επίσημο φορέα για ένα πρόβλημα στην κοινότητα	Ναι	4	4.25	0.957	201.500	0.016
	Όχι	317	2.52	1.338		

Τα παραπάνω γίνονται πιο σαφή στο Γράφημα 28, όπου παρουσιάζονται οι μέσες τιμές των στατιστικά σημαντικών μεταβλητών και στο οποίο παρατηρούμε ότι οι έφηβοι που παίζουν συχνότερα με τους γονείς τους στον ίδιο χώρο, συγκριτικά με τους έφηβους που δεν παίζουν συχνότερα με τους γονείς τους, ενδιαφέρονται σε μεγαλύτερο βαθμό για την πολιτική, συζητούν με τους γονείς τους για πολιτικά θέματα, ψάχνουν διαδικτυακά πληροφορίες για τα τρέχοντα κοινωνικοπολιτικά γεγονότα, ενημερώνονται για ζητήματα κοινωνικοπολιτικής φύσης τον τελευταίο χρόνο και πιστεύουν ότι μπορούν να επικοινωνήσουν με τον αρμόδιο φορέα για την επίλυση ενός προβλήματος στην περιοχή.

Γράφημα 28 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και συχνό παίξιμο με γονείς στον ίδιο χώρο



Τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με τους έφηβους που παίζουν συχνότερα με τους γονείς τους στον ίδιο χώρο, με βάση τις στατιστικά σημαντικές σχέσεις των μεταβλητών που βρέθηκαν, έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που ψάχνει διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα είναι 75% για τους έφηβους που παίζουν με τους γονείς τους στον ίδιο χώρο και 36,9% για εκείνους που δεν παίζουν
- το ποσοστό των εφήβων που ενημερώνεται για κοινωνικά και πολιτικά θέματα τον τελευταίο χρόνο είναι 100% για τους έφηβους που παίζουν με τους γονείς τους στον ίδιο χώρο και 47% για εκείνους που δεν παίζουν
- το ποσοστό των εφήβων που μιλάει με τους γονείς του για την πολιτική είναι 100% για τους έφηβους που παίζουν με τους γονείς τους στον ίδιο χώρο και 41% για εκείνους που δεν παίζουν

- το ποσοστό των εφήβων που του αρέσει να μιλάει για την πολιτική είναι 75% για τους έφηβους που παίζουν με τους γονείς τους στον ίδιο χώρο και 32,2% για εκείνους που δεν παίζουν
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να επικοινωνήσει με τον αρμόδιο επίσημο φορέα είναι 100% για τους έφηβους που παίζουν με τους γονείς τους στον ίδιο χώρο και 45,4% για εκείνους που δεν παίζουν

Δ. Μοναχικό παιχνίδι και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών στην πραγματική ζωή

Ο έλεγχος Mann-Whitney και η εξέταση των μέσων τιμών έδωσε δύο σημαντικές στατιστικά μεταβλητές μέσα από τις εξεταζόμενες κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική ζωή, οι οποίες είναι, όπως φαίνεται στον Πίνακα 37, η χρησιμότητα της διαμαρτυρίας για αλλαγή στην κοινωνία, καθώς και της εναντίωσης απέναντι στις κοινωνικές ανισότητες.

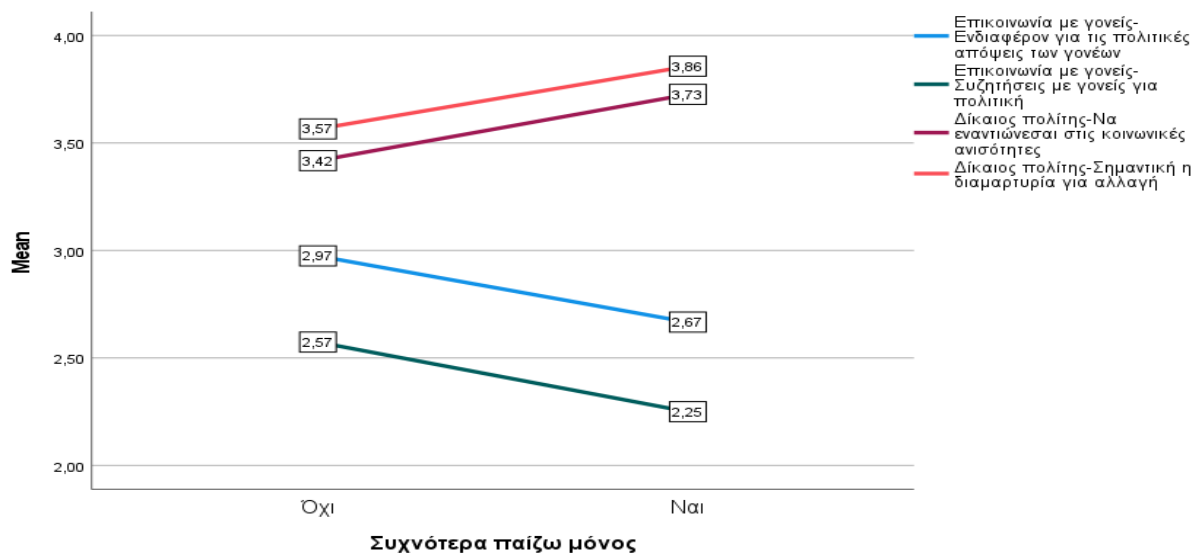
Πίνακας 37 – Μεταβλητές κοινωνικοπολιτικής φύσεως που συσχετίζονται σημαντικά με το μοναχικό παιχνίδι

	Συχνότερα					
	παίζω μόνος/η	N	MT	TA	U	p
Είναι σημαντικό να διαμαρτύρεσαι, όταν κάτι στην κοινωνία χρειάζεται αλλαγή	Ναι	84	3.86	1.233	8502.000	0.040
	Όχι	237	3.57	1.218		
Είναι σημαντικό να εναντιώνεσαι στις κοινωνικές ανισότητες	Ναι	84	3.73	1.283	8465.500	0.035
	Όχι	237	3.42	1.196		

Στο διάγραμμα γραμμής (Γράφημα 29) μπορεί να δει κανείς ότι *οι έφηβοι που συνηθίζουν να παίζουν μόνοι βιντεοπαιχνίδια*, είναι, επίσης, έφηβοι που πιστεύουν τόσο στη σπουδαιότητα

της διαμαρτυρίας για την αλλαγή των κακώς κειμένων στην κοινωνία όσο και στην προσπάθεια για την καταπολέμηση των κοινωνικών ανισοτήτων. Επιπρόσθετα, στο Γράφημα 29 αποτυπώνονται, εκτός από τις αυξητικές τάσεις των μεταβλητών, και οι καθοδικές τάσεις που βρήκε ο έλεγχος Spearman. Συγκεκριμένα, οι έφηβοι που συνηθίζουν να παίζουν βιντεοπαιχνίδια μόνοι, δεν συνηθίζουν να συζητούν με τους γονείς τους για την πολιτική και δεν ενδιαφέρονται για τις απόψεις τους.

Γράφημα 29 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και συχνό μοναχικό παιχνίδι



Τα αποτελέσματα της έρευνας όσον αφορά τους έφηβους που συνηθίζουν να παίζουν μόνοι, σύμφωνα με τις στατιστικά σημαντικές σχέσεις των παραπάνω μεταβλητών, έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί σημαντική τη διαμαρτυρία για να αλλάξει καταστάσεις είναι 84,5% για τους έφηβους που συνηθίζουν να παίζουν βιντεοπαιχνίδια μόνοι τους και 81,4% για εκείνους που δεν συνηθίζουν το μοναχικό παιχνίδι
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι είναι σημαντικό να εναντιωνόμαστε στις κοινωνικές ανισότητες είναι 78,6% για τους έφηβους που συνηθίζουν να παίζουν

- βιντεοπαιχνίδια μόνοι τους και 74,3% για εκείνους που δεν συνηθίζουν το μοναχικό παιχνίδι
- το ποσοστό των εφήβων που μιλάει με τους γονείς του για την πολιτική είναι 33,3% για τους έφηβους που συνηθίζουν να παίζουν βιντεοπαιχνίδια μόνοι τους και 44,7% για εκείνους που δεν συνηθίζουν το μοναχικό παιχνίδι
 - το ποσοστό των εφήβων που ενδιαφέρεται για τις απόψεις των γονέων του για την πολιτική είναι 48,8% για τους έφηβους που συνηθίζουν να παίζουν βιντεοπαιχνίδια μόνοι τους και 59,5% για εκείνους που δεν συνηθίζουν το μοναχικό παιχνίδι

E. Παίξιμο βιντεοπαιχνιδιών με φίλους στον ίδιο χώρο και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών στην πραγματική ζωή

Ο έλεγχος Mann-Whitney και η εξέταση των μέσων τιμών έδωσε δύο στατιστικά σημαντικές μεταβλητές μέσα από το σύνολο των κοινωνικοπολιτικών στάσεων. Πρόκειται για τις μεταβλητές της σημασίας της διαμαρτυρίας για κοινωνική αλλαγή και της σπουδαιότητας της εναντίωσης απέναντι σε κοινωνικές ανισότητες, όπως φαίνεται στον Πίνακα 38 που ακολουθεί.

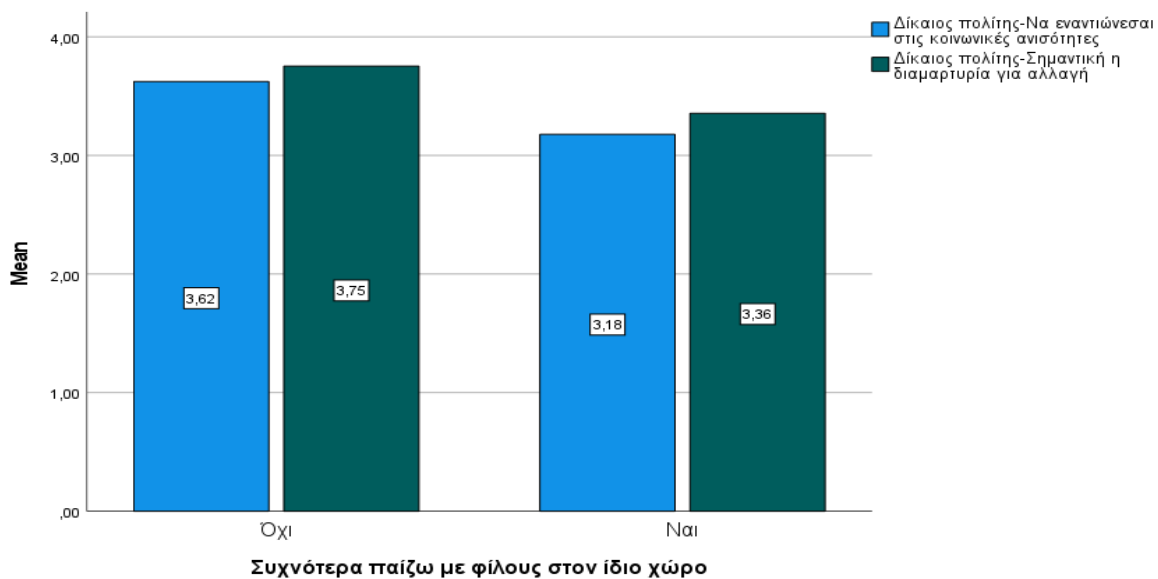
Πίνακας 38 – Μεταβλητές που συσχετίζονται σημαντικά με το παίξιμο με φίλους στον ίδιο χώρο

	Παίξιμο με φίλους στον ίδιο χώρο	N	MT	TA	U	p
Είναι σημαντικό να διαμαρτύρεσαι, όταν κάτι στην κοινωνία χρειάζεται αλλαγή	Ναι	90	3.36	1.257	8539.000	0.010
	Όχι	231	3.75	1.200		
Είναι σημαντικό να εναντιώνεσαι στις κοινωνικές ανισότητες	Ναι	90	3.18	1.268	8343.000	0.005
	Όχι	231	3.62	1.187		

Στο Γράφημα 30 μπορεί να παρατηρήσει κανείς την αρνητική συσχέτιση των παραπάνω μεταβλητών. Οι έφηβοι, δηλαδή, που παίζουν συχνότερα με φίλους στον ίδιο χώρο, είναι, επίσης,

έφηβοι που πιστεύουν, σε μικρότερο βαθμό από εκείνους που δεν παίζουν συχνότερα με φίλους στον ίδιο χώρο, στην αξία της διαμαρτυρίας για κοινωνική αλλαγή και της εναντίωσης για τη δημιουργία μιας κοινωνίας προς το καλύτερο.

Γράφημα 30 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις στην πραγματική ζωή και συχνό παίξιμο με φίλους στον ίδιο χώρο



10.6.4. Έλεγχος υποθέσεων σχετικών με το κοινωνικό πλαίσιο του παιχνιδιού και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών στην πραγματική ζωή

Προκειμένου να ελέγξουμε τόσο την ερευνητική υπόθεση *H2*, που έλεγε ότι οι έφηβοι που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια μαζί με άλλους στον ίδιο χώρο (στην προκειμένη περίπτωση εννοούμε τους έφηβους που παίζουν με τους γονείς τους, με τα αδέρφια τους ή με τους φίλους τους) εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην πραγματική τους ζωή σε σχέση με τους έφηβους που παίζουν με άλλους διαδικτυακά όσο και την ερευνητική υπόθεση *H3*, σύμφωνα με την οποία οι έφηβοι που παίζουν συχνότερα με τους γονείς τους εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικοπολιτικές στάσεις στην πραγματική τους ζωή σε σχέση με τους

έφηβους που παίζουν μόνοι ή με άλλους διαδικτυακά, έγινε ο μη παραμετρικός έλεγχος Kruskal-WallisH. Τα αποτελέσματα του ελέγχου (όπως μπορεί να δει κανείς στον Πίνακα 39) έδειξαν ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά σε καμία από τις παραπάνω υποθέσεις, καθώς οι *p-values* ήταν όλες μεγαλύτερες από το επίπεδο σημαντικότητας, που είναι το 5%. Συνεπώς, ισχύουν οι μηδενικές υποθέσεις μας, οι οποίες ήταν:

H0- Δεν υπάρχει διαφορά ανάμεσα στους έφηβους που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια μαζί με άλλους στον ίδιο χώρο και τους έφηβους που παίζουν μόνοι ή με άλλους διαδικτυακά, όσον αφορά τον βαθμό ενδιαφέροντος που παρουσιάζουν για διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην πραγματική τους ζωή

H0- Δεν υπάρχει διαφορά ανάμεσα στους έφηβους που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια μαζί με τους γονείς τους και τους έφηβους που παίζουν με άλλους διαδικτυακά ή μόνοι τους, όσον αφορά τον βαθμό ενδιαφέροντος που παρουσιάζουν για διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην πραγματική τους ζωή

Πίνακας 39 – Κοινωνικό πλαίσιο παιχνιδιού και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων- συμπεριφορών στην πραγματική ζωή

	Test Statistics ^{a,b}		
	Kruskal-Wallis H	df	Asymp. Sig.
Ενδιαφέρον για την πολιτική	7.890	5	.162
Ικανότητα δράσης	1.307	5	.934
Υπεύθυνος πολίτης	3.645	5	.602
Συμμετοχικός πολίτης	2.263	5	.812
Δίκαιος πολίτης	10.770	5	.056
Επικοινωνία με γονείς	8.504	5	.131
Προσδοκίες για το μέλλον	5.344	5	.375

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Κοινωνικό πλαίσιο παιχνιδιού

10.6.5. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική ζωή και αντιδράσεις άλλων παικτών κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού

Τα αποτελέσματα του ελέγχου Spearman έδειξαν στατιστικά σημαντική σχέση ($p\text{-value} < 5\%$) μεταξύ των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των έφηβων παικτών στην πραγματική ζωή και στην παρατήρηση των αντιδράσεων, θετικών ή αρνητικών, άλλων παικτών κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού. Ειδικότερα, παρατηρήθηκε ασθενής θετική συσχέτιση μεταξύ των εφήβων που βλέπουν άλλους παίκτες να γίνονται επιθετικοί, κακοί, ρατσιστές ή/και σεξιστές, και των ακόλουθων κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών: ενδιαφέρον για την πολιτική (στη συγκεκριμένη σχέση βρίσκεται και η υψηλότερη τιμή Spearman, που ισούται με 0.238), ικανότητα για δράση, επικοινωνία με τους γονείς, συμμετοχικός πολίτης, δίκαιος πολίτης και υπεύθυνος πολίτης. Ακόμα, οι έφηβοι που βλέπουν συχνά άλλους παίκτες να επεμβαίνουν σε άσχημες καταστάσεις, προσπαθώντας να σταματήσουν τέτοιου είδους συμπεριφορές, είναι αυτοί που έδωσαν πιο θετικές απαντήσεις στις μεταβλητές του ενδιαφέροντος για την πολιτική (στη σχέση αυτή βρέθηκε και η υψηλότερη τιμή Spearman: 0.207), της καλύτερης επικοινωνίας με τους γονείς, του υπεύθυνου πολίτη και του συμμετοχικού. Παρόμοια αποτελέσματα έχουμε και στη σχέση μεταξύ των εφήβων που βλέπουν άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι και να βοηθάνε άλλους παίκτες και των μεταβλητών: ενδιαφέρον για την πολιτική, ικανότητα για δράση, επικοινωνία με τους γονείς, συμμετοχικός και υπεύθυνος πολίτης, και προσδοκίες για το μέλλον, με τις τιμές συσχέτισης να κυμαίνονται από 0.122 ως 0.236, δηλώνοντας ασθενή θετική συσχέτιση. Στον Πίνακα 40 αποτυπώνονται αναλυτικά οι τιμές Spearman που βρέθηκαν, όσον αφορά τις συσχετίσεις των παραπάνω μεταβλητών.

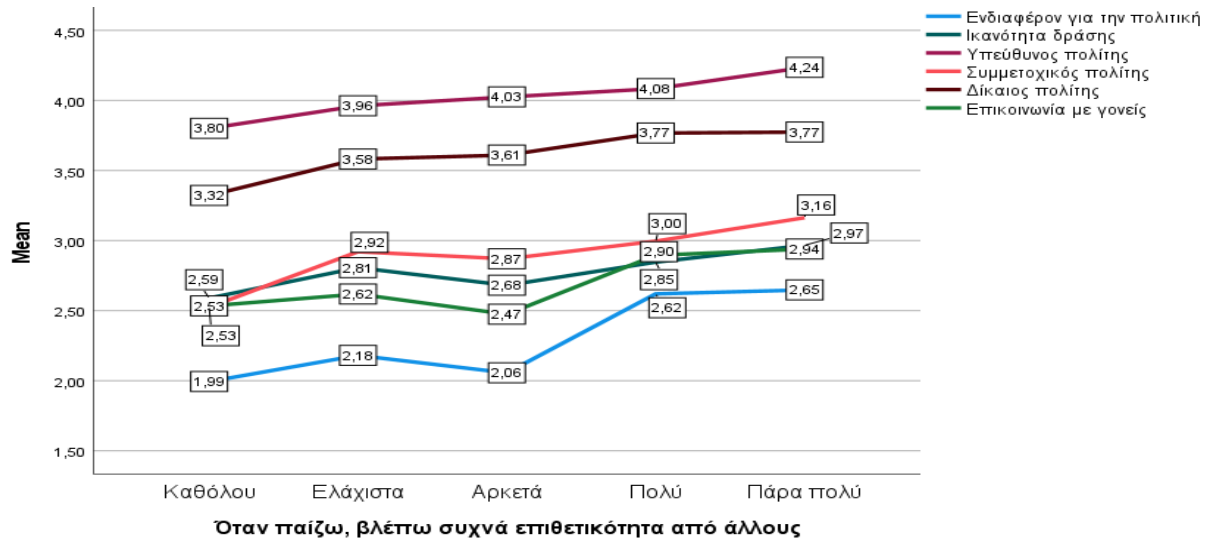
Πίνακας 40 – Αποτελέσματα συσχετίσεων μεταξύ κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών και παρατήρησης αντιδράσεων άλλων παικτών

	Παρατήρηση αρνητικής συμπεριφοράς παικτών	Παρατήρηση άλλων παικτών να επεμβαίνουν σε άσχημες καταστάσεις	Παρατήρηση θετικής συμπεριφοράς παικτών
Ενδιαφέρον για την πολιτική	0.238**	0.207**	0.152**
Ικανότητα δράσης	0.134**	0.074	0.185**
Υπεύθυνος πολίτης	0.106*	0.163**	0.236**
Συμμετοχικός πολίτης	0.174**	0.108*	0.150**
Δίκαιος πολίτης	0.119*	0.08	0.096
Επικοινωνία με γονείς	0.130*	0.188**	0.122*
Προσδοκίες για το μέλλον	0.023	0.083	0.140**

* p -level=0,05 ** p -level=0,01

Στο διάγραμμα γραμμής (Γράφημα 31) που ακολουθεί, απεικονίζονται οι ανοδικές τάσεις των στατιστικά σημαντικά συσχετίσεων. Συγκεκριμένα, όπως μπορεί να δει κανείς, *οι έφηβοι που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να συμπεριφέρονται άσχημα* (να γίνονται, για παράδειγμα, επιθετικοί, να εκδηλώνουν μίσος για το διαφορετικό και να εκφράζονται με κακία), είναι εκείνοι, επίσης, *οι έφηβοι που ενδιαφέρονται πολύ για την πολιτική, που συζητούν με τους γονείς τους για πολιτικά θέματα, που πιστεύουν στη σημασία της διαμαρτυρίας όταν κάτι στην κοινωνία χρειάζεται αλλαγή, που αισθάνονται ικανοί για δράσεις προκειμένου να αντιμετωπίσουν προβλήματα στην κοινότητά τους και που εκδηλώνουν στάσεις υπεύθυνου και συνεργατικού πολίτη* (θεωρούν, λόγω χάρη, σημαντικό να βοηθάμε άτομα που βρίσκονται σε ανάγκη και να συνεργαζόμαστε με άλλους προκειμένου να βελτιώσουμε τα πράγματα).

Γράφημα 31 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και συχνή παρατήρηση εκδήλωσης επιθετικής συμπεριφοράς από άλλους παίκτες κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού



Με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις των μεταβλητών, τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με τους έφηβους που βλέπουν ή ακούν άλλους παίκτες να γίνονται κακοί, επιθετικοί, ρατσιστές ή/και σεξιστές, έδειξαν ότι:

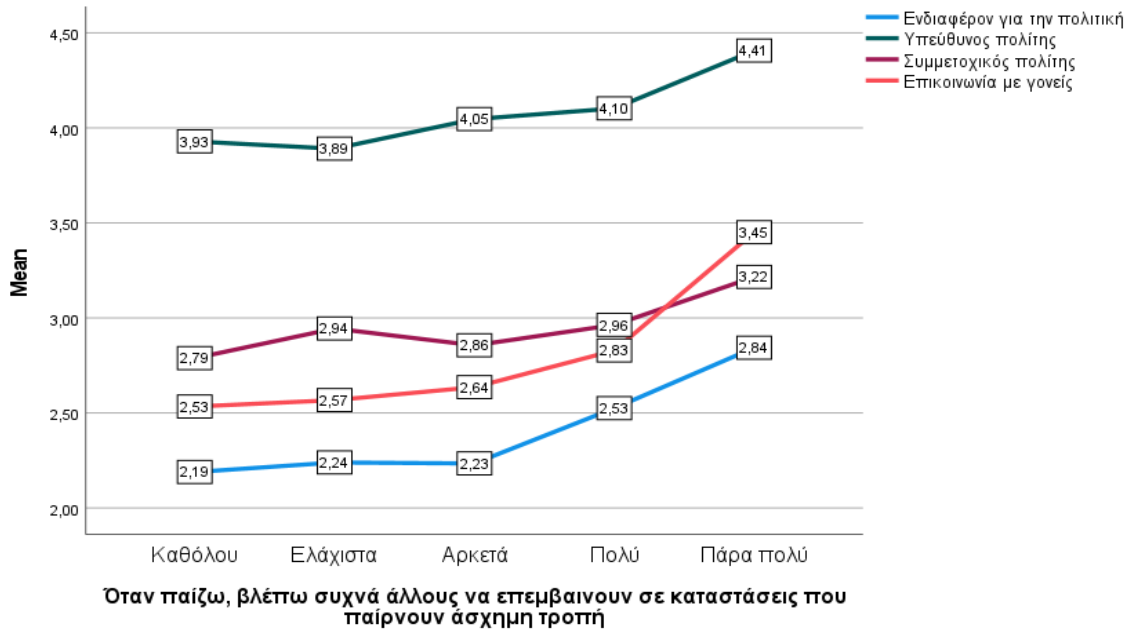
- το ποσοστό των εφήβων που του αρέσει πολύ να μιλάει για την πολιτική και για πολιτικά ζητήματα είναι 43,4% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 23,3% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 21,8% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που ψάχνει διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα είναι 48% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 25% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 27,7% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που ενημερώνεται πολύ για την πολιτική ή για διάφορα κοινωνικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο είναι 56,6% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 41,7% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 32,8% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως

- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να πείσει άλλους ανθρώπους να ενδιαφερθούν για ένα πρόβλημα της κοινότητας είναι 72,2% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 70% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 62,2% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να επικοινωνήσει με τον αρμόδιο επίσημο φορέα είναι 48,2% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 45,8% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 39,5% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να οργανώσει και να διαχειριστεί μια συνάντηση για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητά του είναι 52% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 41,7% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 43,7% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι μπορεί να κάνει τη διαφορά για την κοινότητά του είναι 61,6% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 53,3% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 45,8% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι με το συνεργάζεται με άλλους στην κοινότητα, μπορεί να βελτιώσει τα πράγματα είναι 76,3% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 80% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 63,9% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι όλοι πρέπει να βοηθάμε εκείνους που έχουν ανάγκη είναι 94,4% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 91,7% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 84% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί σημαντικό οι άνθρωποι να ακολουθούν κανόνες και νόμους είναι 92,4% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 93,3% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 86,6% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως

- το ποσοστό των εφήβων που προσπαθεί να βοηθάει άτομα που βρίσκονται σε ανάγκη είναι 93,9% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 86,7% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 80,7% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι είναι σημαντικό να διαμαρτύρεται όταν κάτι στην κοινωνία χρειάζεται αλλαγή είναι 86,4% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 86,7% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 73,1% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι είναι σημαντικό να εναντιώνεται στις κοινωνικές ανισότητες είναι 79,8% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 73,3% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 69,7% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που μιλάει πολύ με τους γονείς/κηδεμόνες για την πολιτική είναι 51% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 35% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 37% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που ενδιαφέρεται πολύ για τις απόψεις των γονέων/κηδεμόνων του για την πολιτική είναι 63,1% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να εκδηλώνουν αρνητική συμπεριφορά, 51,7% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 52,1% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως

Στο Γράφημα 32 απεικονίζονται οι ανοδικές τάσεις των ακόλουθων μεταβλητών: της εμπειρίας του έφηβου να παρατηρεί συχνά άλλους παίκτες να επεμβαίνουν όταν βλέπουν συμπαίκτες να συμπεριφέρονται άσχημα και των κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών που εκδηλώνει αυτός ο έφηβος στην πραγματική του ζωή. Αναλυτικότερα, παρατηρούμε ότι οι έφηβοι που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να επεμβαίνουν σε άσχημες καταστάσεις και να τις αποτρέπουν, είναι, συγχρόνως, έφηβοι που ενδιαφέρονται για την πολιτική και συζητούν γι' αυτή με τους γονείς τους, δίνουν βαρύτητα στην ενεργή συμμετοχή σε ζητήματα της κοινότητάς τους και εκδηλώνουν στάσεις υπεύθυνου πολίτη (πιστεύουν, για παράδειγμα, στη σημασία της φιλανθρωπίας και του εθελοντισμού, καθώς και στην τήρηση της τάξης).

Γράφημα 32 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και συχνή παρατήρηση επέμβασης άλλων παικτών, όταν καταστάσεις παίρνουν άσχημη τροπή κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού



Τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με τους έφηβους που βλέπουν ή ακούν άλλους παίκτες να επεμβαίνουν και να αποτρέπουν αρνητικές συμπεριφορές συμπαικτών, με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις που προηγήθηκαν, έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που ψάχνει διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα είναι 50% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να επεμβαίνουν, όταν έρχονται αντιμέτωποι με άσχημες συμπεριφορές συμπαικτών, 31,7% για εκείνους που βιώνουν τέτοιες εμπειρίες αρκετά και 32,9% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που ενημερώνεται πολύ για την πολιτική ή για διάφορα κοινωνικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο είναι 61,3% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να επεμβαίνουν, όταν έρχονται αντιμέτωποι με άσχημες συμπεριφορές συμπαικτών, 42,7% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 38,2% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως

- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι μπορεί να κάνει τη διαφορά για την κοινότητά του είναι 64,5% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να επεμβαίνουν, όταν έρχονται αντιμέτωποι με άσχημες συμπεριφορές συμπαικτών, 51,9% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 51,2% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που προσπαθεί να βοηθάει άτομα που βρίσκονται σε ανάγκη είναι 91,1% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να επεμβαίνουν, όταν έρχονται αντιμέτωποι με άσχημες συμπεριφορές συμπαικτών, 89% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 86,5% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που μιλάει πολύ με τους γονείς/κηδεμόνες για την πολιτική είναι 53,2% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να επεμβαίνουν, όταν έρχονται αντιμέτωποι με άσχημες συμπεριφορές συμπαικτών, 40,2% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 38,8% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που ενδιαφέρεται πολύ για τις απόψεις των γονέων/κηδεμόνων του για την πολιτική είναι 69,4% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να επεμβαίνουν, όταν έρχονται αντιμέτωποι με άσχημες συμπεριφορές συμπαικτών, 52,4% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 51,8% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως.

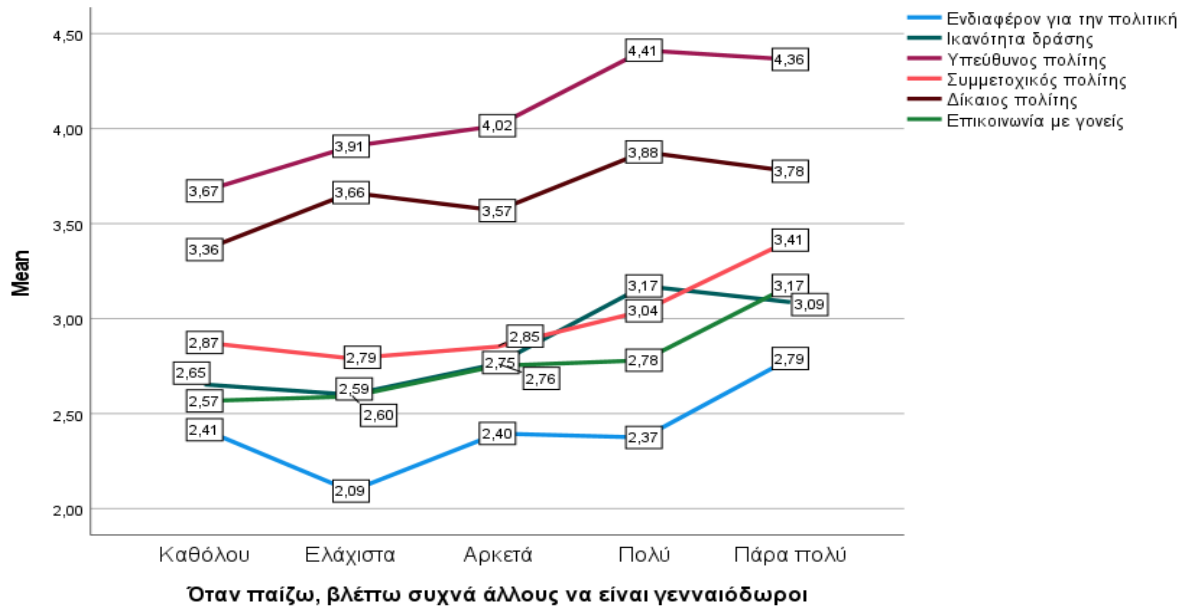
Επίσης, θα αναφέρουμε και τις απαντήσεις των εφήβων σε δύο παραμέτρους της μεταβλητής του *δίκαιου πολίτη*, αν και δεν βρήκαμε στατιστικά σημαντική σχέση, καθώς έχει νόημα να εξεταστούν σε συνδυασμό με τη συγκεκριμένη εμπειρία (την παρατήρηση, δηλαδή, άλλων παικτών να επεμβαίνουν, όταν τα πράγματα εκτρέπονται):

- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι είναι σημαντικό να διαμαρτύρεται όταν κάτι στην κοινωνία χρειάζεται αλλαγή είναι 89,5% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να επεμβαίνουν, όταν έρχονται αντιμέτωποι με άσχημες συμπεριφορές συμπαικτών, 84,1% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες, και 75,9% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι είναι σημαντικό να εναντιώνεται στις κοινωνικές ανισότητες είναι 81,5% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους

παίκτες να επεμβαίνουν, όταν έρχονται αντιμέτωποι με άσχημες συμπεριφορές συμπαίκτων, 78% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες, και 70% για εκείνους που τις βιώνουν σπανίως

Στο Γράφημα 33 μπορεί να δει κανείς τις ανοδικές, αν και με μικρά σκαμπανεβάσματα, τάσεις των εξής μεταβλητών: της εμπειρίας του έφηβου να παρατηρεί συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι και των κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών που εκδηλώνει αυτός ο έφηβος στην πραγματική του ζωή. Όπως διαπιστώνεται, οι έφηβοι που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να βοηθάνε συμπαίκτες και να είναι γενναιόδωροι, είναι, επίσης, έφηβοι που τους αρέσει να μιλάνε πολύ για την πολιτική, ενδιαφέρονται για τα όσα συμβαίνουν γύρω τους και συζητούν με τους γονείς τους γι' αυτά τα θέματα, πιστεύουν στις ικανότητές τους να δράσουν για την επιτυχή επίλυση κάποιου προβλήματος στην κοινότητά τους, θεωρούν πολύ πιθανό, όταν ενηλικιωθούν, να εργαστούν σε κάποια ομάδα για να βελτιώσουν τα πράγματα ή/και να εργαστούν εθελοντικά, και εκδηλώνουν στάσεις υπεύθυνου και συμμετοχικού πολίτη (πιστεύουν, για παράδειγμα, στη σπουδαιότητα της συμμετοχής σε ζητήματα της κοινότητας και πιστεύουν ότι θα μπορέσουν στο μέλλον να κάνουν την κοινωνία καλύτερη για όλους).

Γράφημα 33 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και συχνή παρατήρηση εκδήλωσης γεννειοδωρίας άλλων παικτών κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού



Με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις των μεταβλητών, τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με τους έφηβους που βλέπουν ή ακούν άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή/και να βοηθούν άλλους έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που ψάχνει σε μεγάλο βαθμό διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα είναι 44,3% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 38,2% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 32,9% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που ενημερώνεται πολύ για την πολιτική ή για διάφορα κοινωνικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο είναι 57,5% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 45,8% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 32,9% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως

- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να δημιουργήσει ένα πλάνο για να αντιμετωπίσει ένα πρόβλημα της κοινότητας είναι 67,9% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 48,9% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 32,9% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να πείσει άλλους ανθρώπους να ενδιαφερθούν για ένα πρόβλημα της κοινότητας είναι 79,2% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 69,5% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 60,7% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να επικοινωνήσει με τον επίσημο αρμόδιο φορέα για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητά του είναι 53,8% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 46,9% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 37,4% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να οργανώσει και να διαχειριστεί μια συνάντηση για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητά του είναι 59,4% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 43,5% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 42,9% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι μπορεί να κάνει τη διαφορά για την κοινότητά του είναι 67% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 54,6% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 47,1% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να βελτιώσει τα πράγματα με το να συνεργάζεται με άλλους στην κοινότητα είναι 83% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 67,9% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 69,3% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι όλοι πρέπει να βοηθάμε εκείνους που έχουν ανάγκη είναι 97,2% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι

γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 94,7% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 82,1% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως

- το ποσοστό των εφήβων που προσπαθεί να βοηθάει άτομα που βρίσκονται σε ανάγκη είναι 93,4% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 91,6% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 82,1% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που μιλάει πολύ με τους γονείς/κηδεμόνες για την πολιτική είναι 51,9% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 42,7% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 39,3% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που είναι πολύ πιθανό να δραστηριοποιηθεί εθελοντικά για να βοηθήσει άτομα σε ανάγκη, όταν ολοκληρώσει τις λυκειακές σπουδές του, είναι 74,5% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 68,5% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 57,9% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που όταν σκέφτεται τη ζωή του μετά το Λύκειο, είναι πολύ πιθανό να εργαστεί σε ομάδα για να λύσει κάποιο πρόβλημα της κοινότητας είναι 68,9% για τους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι ή να βοηθούν άλλους παίκτες, 61,5% για εκείνους που βιώνουν αρκετά τέτοιες εμπειρίες και 52,9% για τους έφηβους που τις βιώνουν σπανίως

10.6.6. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και χρόνος παιχνιδιού ηλεκτρονικών παιχνιδιών

Τα αποτελέσματα ελέγχου Spearman δεν έδειξαν στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική ζωή και της συχνότητας παιχνιδιού βιντεοπαιχνιδιών, ούτε μεταξύ των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική ζωή και του τύπου παίκτη. Αντιθέτως, βρέθηκε στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στη χρονική διάρκεια του παιχνιδιού και στις μεταβλητές της ικανότητας για δράση, του δίκαιου πολίτη και των προσδοκιών για το μέλλον. Και στις τρεις συσχετίσεις, ωστόσο, η σχέση είναι αρνητική ασθενής, που σημαίνει ότι οι έφηβοι που ξοδεύουν περισσότερο χρόνο για

να παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια είναι, επίσης, εκείνοι οι έφηβοι που πιστεύουν ότι δεν μπορούν να αντιμετωπίσουν επαρκώς κάποιο πρόβλημα στην κοινότητά τους (τιμή Spearman -0.107), δεν σκέφτονται να ασχοληθούν μελλοντικά με τον εθελοντισμό και την επίλυση κοινωνικοπολιτικών ζητημάτων μέσω ομάδων (-0.196) και δεν ενδιαφέρονται σε μεγάλο βαθμό για έννοιες όπως εκείνες της δικαιοσύνης, την ισότητα και της προστασίας του περιβάλλοντος (-0.139). Στον Πίνακα 41 εμπεριέχονται συγκεντρωτικά οι τιμές του ελέγχου Spearman.

Πίνακας 41 – Αποτελέσματα συσχετίσεων μεταξύ των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική ζωή και του χρόνου παιχνίματος ηλεκτρονικών παιχνιδιών.

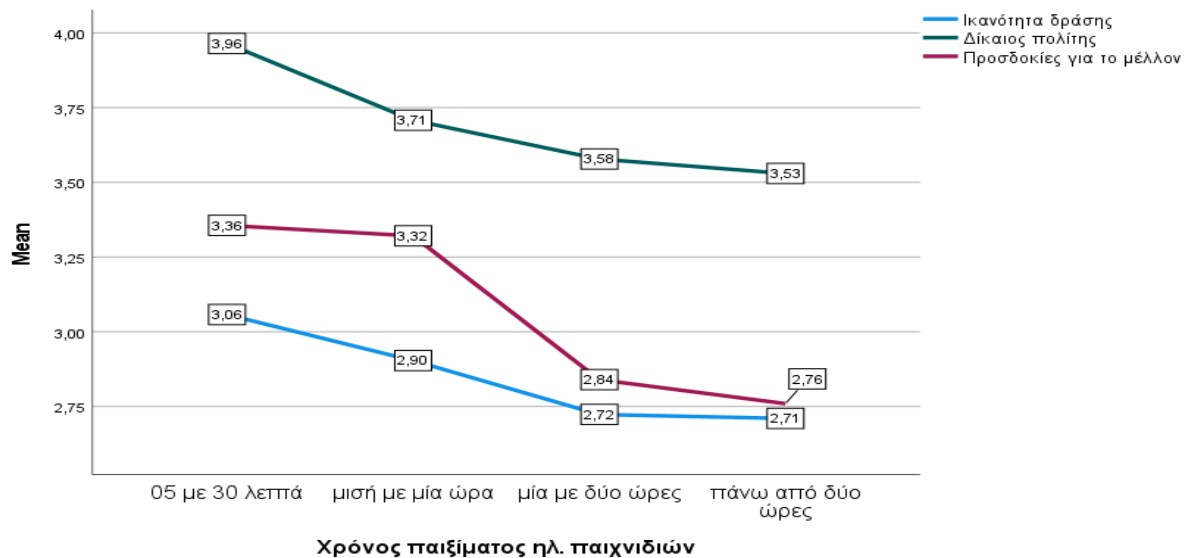
	Διάρκεια παιχνίματος ηλ.παιχνιδιών
Ενδιαφέρον για την πολιτική	0.058
Ικανότητα δράσης	-0.107*
Υπεύθυνος πολίτης	-0.091
Συμμετοχικός πολίτης	-0.076
Δίκαιος πολίτης	-0.139**
Επικοινωνία με γονείς	-0.059
Προσδοκίες για το μέλλον	-0.196**

**p-level=0,05* ** *p-level=0,01*

Στο διάγραμμα γραμμής (Γράφημα 34) που ακολουθεί, μπορεί να παρατηρήσει κάποιος τις καθοδικές τάσεις των μεταβλητών: όσο αυξάνεται η μεταβλητή της διάρκειας του παιχνίματος βιντεοπαιχνιδιών, μειώνονται οι μεταβλητές της ικανότητας για δράση, των προσδοκιών για το μέλλον και του δίκαιου πολίτη (δηλαδή, εκείνου που πιστεύει ότι πρέπει να προσπαθούμε διαρκώς για την επικράτηση της δικαιοσύνης στην κοινωνία). Η μεγαλύτερη διαφορά, δε, παρατηρείται στη σχέση μεταξύ της διάρκειας παιχνίματος βιντεοπαιχνιδιών και των μελλοντικών προσδοκιών των εφήβων για εθελοντισμό και συνεργατικές δράσεις για τη βελτίωση καταστάσεων. Συγκεκριμένα, οι έφηβοι που παίζουν μία με δύο ώρες ή πάνω από δύο ώρες, εκδηλώνουν μικρότερη προθυμία να εργαστούν, όταν ενηλικιωθούν, σε κάποια ομάδα για να βοηθήσουν την κοινότητά τους να επιλύσει διάφορα προβλήματα ή να εργαστούν εθελοντικά προκειμένου να

βοηθήσουν άτομα σε ανάγκη, συγκριτικά με τους έφηβους που παίζουν βιντεοπαιχνίδια από πέντε λεπτά μέχρι μία ώρα. Για παράδειγμα το 40,5% των εφήβων που παίζει πάνω από δύο ώρες δεν θεωρεί πιθανό να ασχοληθεί στο μέλλον με τον εθελοντισμό, το 32,1% το σκέφτεται αρκετά και το 27,5% το σκέφτεται πολύ.

Γράφημα 34 – Διάρκεια παιζίματος βιντεοπαιχνιδιών και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών στην πραγματική ζωή



10.6.7. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και συχνότητα επίσκεψης, σχετικών με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, ιστοσελίδων ή συμμετοχή σε σχετικές διαδικτυακές συζητήσεις

Στατιστικά σημαντική σχέση παρατηρήθηκε μεταξύ της συχνότητας επίσκεψης σχετικών με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν ιστοσελίδων ή της συμμετοχής σε σχετικές με αυτά διαδικτυακές συζητήσεις και των μεταβλητών: ενδιαφέρον για την πολιτική, ικανότητα για δράση και επικοινωνία με τους γονείς. Η σχέση ήταν ασθενής θετική, με τις τιμές Spearman να κυμαίνονται από το 0.111 ως το 0.120. Οι έφηβοι, δηλαδή, που συνηθίζουν να επισκέπτονται συχνά ιστοσελίδες σχετικές με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν ή/και συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά σε διάφορα φόρουμς, πιστεύουν, επίσης, ότι μπορούν να

διαχειριστούν επιτυχώς την επίλυση κάποιου προβλήματος στην κοινότητά τους, ενδιαφέρονται για την πολιτική και συζητούν πολιτικά θέματα με τους γονείς τους. Ο Πίνακας 42 εμπεριέχει τις τιμές Spearman των εξεταζόμενων μεταβλητών.

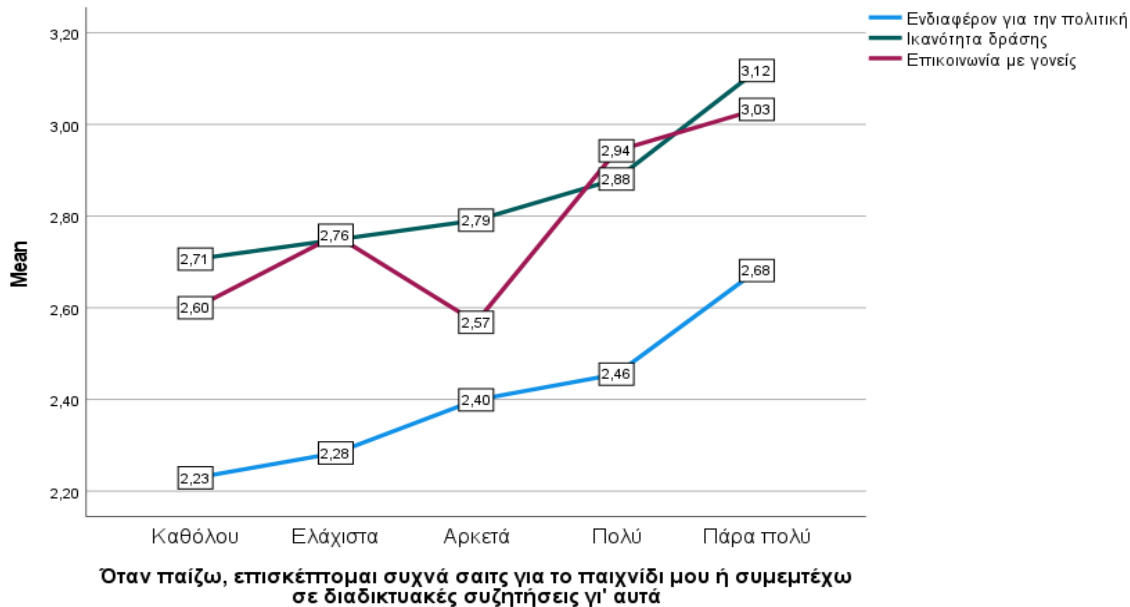
Πίνακας 42 – Αποτελέσματα συσχετίσεων μεταξύ των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και της συχνότητας επισκέψεων σε σχετικές με τα βιντεοπαιχνίδια ιστοσελίδες ή συμμετοχή σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά

	Συχνότητα επίσκεψης ιστοσελίδων σχετικών με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια ή συμμετοχή σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά
Ενδιαφέρον για την πολιτική	0.120*
Ικανότητα δράσης	0.118*
Υπεύθυνος πολίτης	0.072
Συμμετοχικός πολίτης	0.089
Δίκαιος πολίτης	0.029
Επικοινωνία με γονείς	0.111*
Προσδοκίες για το μέλλον	0.096

**p-level=0,05* ** *p-level=0,01*

Στο Γράφημα 35 διακρίνεται η αύξηση των τιμών ανά κατηγορία. Βλέπουμε, δηλαδή, ότι οι έφηβοι που επισκέπτονται συχνά ιστοσελίδες σχετικές με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν ή συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά, είναι, συγχρόνως, έφηβοι που ενδιαφέρονται για πολιτικά θέματα, ακούν τις απόψεις των γονέων τους πάνω στην πολιτική και νιώθουν ικανοί να δράσουν αποτελεσματικά απέναντι σε ένα πρόβλημα που αντιμετωπίζει η κοινότητά τους.

Γράφημα 35 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και συχνή επίσκεψη σε σάιτς για τα βιντεοπαιχνίδια ή συμμετοχή σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά



Αναλυτικότερα, τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με τους έφηβους που επισκέπτονται συχνά ιστοσελίδες σχετικές με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν ή συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά, έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που ενημερώνεται πολύ για την πολιτική ή για διάφορα κοινωνικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο είναι 51,5% για τους έφηβους που επισκέπτονται συχνά ιστοσελίδες σχετικές με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν ή συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά, 50,7% για τους έφηβους που το κάνουν αρκετά και 42,6% για τους έφηβους που το κάνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που ψάχνει διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα είναι 47,5% για τους έφηβους που επισκέπτονται συχνά ιστοσελίδες σχετικές με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν ή συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά, 40,3% για τους έφηβους που το κάνουν αρκετά και 32,5% για τους έφηβους που το κάνουν σπανίως

- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να δημιουργήσει ένα πλάνο για να αντιμετωπίσει ένα πρόβλημα της κοινότητας είναι 62,4% για τους έφηβους που επισκέπτονται συχνά ιστοσελίδες σχετικές με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν ή συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά, 50,7% για τους έφηβους που το κάνουν αρκετά και 50,2% για τους έφηβους που το κάνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να οργανώσει και να διαχειριστεί μια συνάντηση για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητά του είναι 53,5% για τους έφηβους που επισκέπτονται συχνά ιστοσελίδες σχετικές με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν ή συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά, 53,7% για τους έφηβους που το κάνουν αρκετά και 43,1% για τους έφηβους που το κάνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να επικοινωνήσει με τον επίσημο αρμόδιο φορέα για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητά του είναι 52,5% για τους έφηβους που επισκέπτονται συχνά ιστοσελίδες σχετικές με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν ή συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά, 45,5% για τους έφηβους που το κάνουν αρκετά και 41,3% για τους έφηβους που το κάνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να πείσει άλλους ανθρώπους να ενδιαφερθούν για ένα πρόβλημα της κοινότητας είναι 72,3% για τους έφηβους που επισκέπτονται συχνά ιστοσελίδες σχετικές με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν ή συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά, 70,1% για τους έφηβους που το κάνουν αρκετά και 66,5% για τους έφηβους που το κάνουν σπανίως
- το ποσοστό των εφήβων που ενδιαφέρεται πολύ για τις απόψεις των γονέων/κηδεμόνων του για την πολιτική είναι 63,4% για τους έφηβους που επισκέπτονται συχνά ιστοσελίδες σχετικές με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζουν ή συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά, 52,2% για τους έφηβους που το κάνουν αρκετά και 56,9% για εκείνους που το κάνουν σπανίως

10.6.8. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και δημοφιλείς τίτλοι ηλεκτρονικών παιχνιδιών

Προκειμένου να διερευνήσουμε την ύπαρξη σχέσης ανάμεσα στους δέκα δημοφιλέστερους τίτλους ηλεκτρονικών παιχνιδιών και την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και

συμπεριφορών στην πραγματική ζωή των εφήβων που τα παίζουν, έγινε ο έλεγχος Mann-Whitney. Στατιστικά σημαντική διαφορά βρέθηκε στη σχέση ανάμεσα σε συγκεκριμένες μεταβλητές του συνόλου των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και σε επτά βιντεοπαιχνίδια.

Grand Theft Auto (GTA)

Αναφορικά με το βιντεοπαιχνίδι *Grand Theft Auto (GTA)* και τις μεταβλητές του ενδιαφέροντος για την πολιτική και της επικοινωνίας με τους γονείς, ο έλεγχος Mann-Whitney έδειξε στατιστική σημαντικότητα ($p\text{-value} < 5\%$). Ισχύει, λοιπόν, η H1 του ελέγχου, και συνεπώς υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των εφήβων που παίζουν *GTA* και εκείνων που δεν παίζουν το συγκεκριμένο παιχνίδι⁵¹. Η εξέταση των μέσων τιμών, όπως μπορεί να δει κανείς στον Πίνακα 43, έδειξε ότι οι μέσες τιμές, όσον αφορά τις συγκεκριμένες κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές, ήταν υψηλότερες στους έφηβους που παίζουν *GTA* συγκριτικά με εκείνες των εφήβων που δεν παίζουν το συγκεκριμένο παιχνίδι. Αναλυτικότερα, οι έφηβοι που παίζουν *GTA* είναι έφηβοι που τους αρέσει να μιλάνε για την πολιτική, ψάχνουν διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα, ενημερώνονται για κοινωνικοπολιτικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο και συζητούν με τους γονείς μου για την πολιτική σε μεγαλύτερο βαθμό από εκείνους τους έφηβους που δεν παίζουν *GTA*.

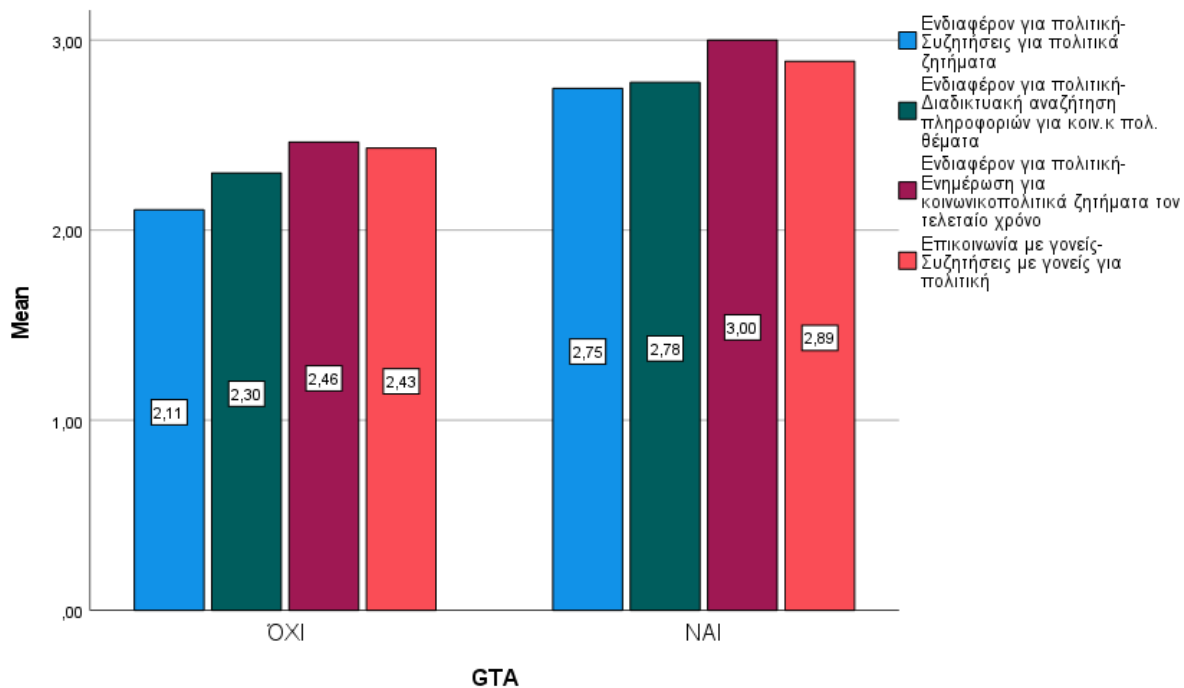
⁵¹Να σημειωθεί, επίσης, ότι στατιστικά σημαντική είναι και η σχέση μεταξύ των μεταβλητών *GTA* και 'Νομίζω ότι είναι σημαντικό να αγοράζεις προϊόντα από εταιρείες που προσέχουν το περιβάλλον, με $p\text{-value} .049$, αλλά σε αυτή την περίπτωση η μέση τιμή των παιδιών που δεν παίζουν το *GTA* ήταν εκείνη που ήταν μεγαλύτερη.

Πίνακας 43 – Μέσες βαθμολογίες στατιστικά σημαντικών περιπτώσεων μεταξύ παικτών και μη παικτών στο *Grand Theft Auto (GTA)*

	Παίκτης GTA	N	M	TA	U	p
Μου αρέσει να μιλάω για την πολιτική και για πολιτικά ζητήματα	Ναι	63	2.75	1.367	6677.500	<.001
	Όχι	289	2.11	1.139		
Ψάχνω διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα	Ναι	63	2.78	1.170	6958.500	0.002
	Όχι	289	2.30	1.162		
Ενημερώνομαι για την πολιτική ή για κοινωνικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο	Ναι	63	3	1.205	6833.500	0.001
	Όχι	289	2.46	1.219		
Συζητάω με τους γονείς μου για την πολιτική	Ναι	63	2.89	1.404	7386.500	0.016
	Όχι	289	2.43	1.327		

Στο ραβδόγραμμα (Γράφημα 36) που ακολουθεί, απεικονίζεται η αύξηση τιμών ανά κατηγορία, όσον αφορά τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις του ενδιαφέροντος για την πολιτική και της καλής επικοινωνίας με τους γονείς με το παίξιμο του βιντεοπαιχνιδιού *Grand Theft Auto (GTA)*. Όπως φαίνεται, τα παιδιά που παίζουν *Grand Theft Auto*, εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό ενδιαφέρον για κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα και συζητούν για τέτοιου είδους θέματα με τους γονείς τους, σε σχέση με τα παιδιά που δεν παίζουν το *Grand Theft Auto*.

Γράφημα 36 – Μέσες βαθμολογίες στατιστικά σημαντικών περιπτώσεων μεταξύ παικτών και μη παικτών του Grand Theft Auto (GTA)



Αναλυτικότερα, με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις, τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τους έφηβους παίζουν *GTA* και τους έφηβους που δεν παίζουν, έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που του αρέσει να μιλάει για την πολιτική και για διάφορα πολιτικά θέματα είναι 55,6% για τους έφηβους που παίζουν *GTA* και 29,4% για εκείνους που δεν παίζουν το συγκεκριμένο παιχνίδι
- το ποσοστό των εφήβων που ψάχνει διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα είναι 52,4% για τους έφηβους που παίζουν *GTA* και 36,3% για εκείνους που δεν παίζουν το συγκεκριμένο παιχνίδι
- το ποσοστό των εφήβων που ενημερώνεται για την πολιτική ή για διάφορα κοινωνικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο είναι 60,3% για τους έφηβους που παίζουν *GTA* και 42,9% για εκείνους που δεν παίζουν το συγκεκριμένο παιχνίδι

- το ποσοστό των εφήβων που μιλάει με τους γονείς του για την πολιτική είναι 57,1% για τους έφηβους που παίζουν *GTA* και 39,4% για εκείνους που δεν παίζουν το συγκεκριμένο παιχνίδι

Call of Duty (COD)

Όσον αφορά το ηλεκτρονικό παιχνίδι *Call of Duty (CoD)*, ο έλεγχος έδωσε *p-value* ίσο με 0.008 για τη μεταβλητή ‘Νομίζω ότι μπορώ να κάνω τη διαφορά για την κοινότητά μου’ (υποσκέλος της μεταβλητής *ικανότητα για δράση*), που δείχνει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των εφήβων που παίζουν το *CoD* και εκείνων που δεν το παίζουν, ενώ επιπλέον, η μέση τιμή των εφήβων που παίζουν το *CoD* ήταν μεγαλύτερη από εκείνη των εφήβων που δεν το παίζουν. Ειδικότερα, το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι μπορεί να κάνει τη διαφορά για την κοινότητά του είναι 72,9% για τους έφηβους που παίζουν το *CoD* και 52,5% για εκείνους που δεν παίζουν το συγκεκριμένο παιχνίδι. Στον Πίνακα 44 εμπεριέχονται αναλυτικά οι παραπάνω πληροφορίες.

Πίνακας 44 – Call Of Duty και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών

	Παίκτης CoD	N	MT	TA	U	p
Νομίζω ότι μπορώ να κάνω τη διαφορά για την κοινότητά μου	Ναι	48	3.02	1.021	5993.5	0.044
	Όχι	303	2.68	1.218		

Roblox

Αναφορικά με την πλατφόρμα *Roblox*, ο έλεγχος Mann-Whitney έδωσε *p-value* μικρότερο του 5%, για τις μεταβλητές *ικανότητα για δράση*, *υπεύθυνος πολίτης*, *συμμετοχικός πολίτης* και *προσδοκίες για το μέλλον*. Η συγκεκριμένη τιμή δείχνει την ύπαρξη στατιστικά σημαντικής διαφοράς μεταξύ των εφήβων που παίζουν παιχνίδια στην πλατφόρμα *Roblox* και εκείνων που δεν παίζουν, με τις μέσες τιμές των εφήβων που παίζουν μέσω *Roblox* να είναι υψηλότερες

συγκριτικά με εκείνες των εφήβων που δεν παίζουν. Στον Πίνακα 45 παρουσιάζονται αναλυτικά οι μεταβλητές που βρέθηκαν να συσχετίζονται σημαντικά με το παίξιμο παιχνιδιών μέσω *Roblox*.

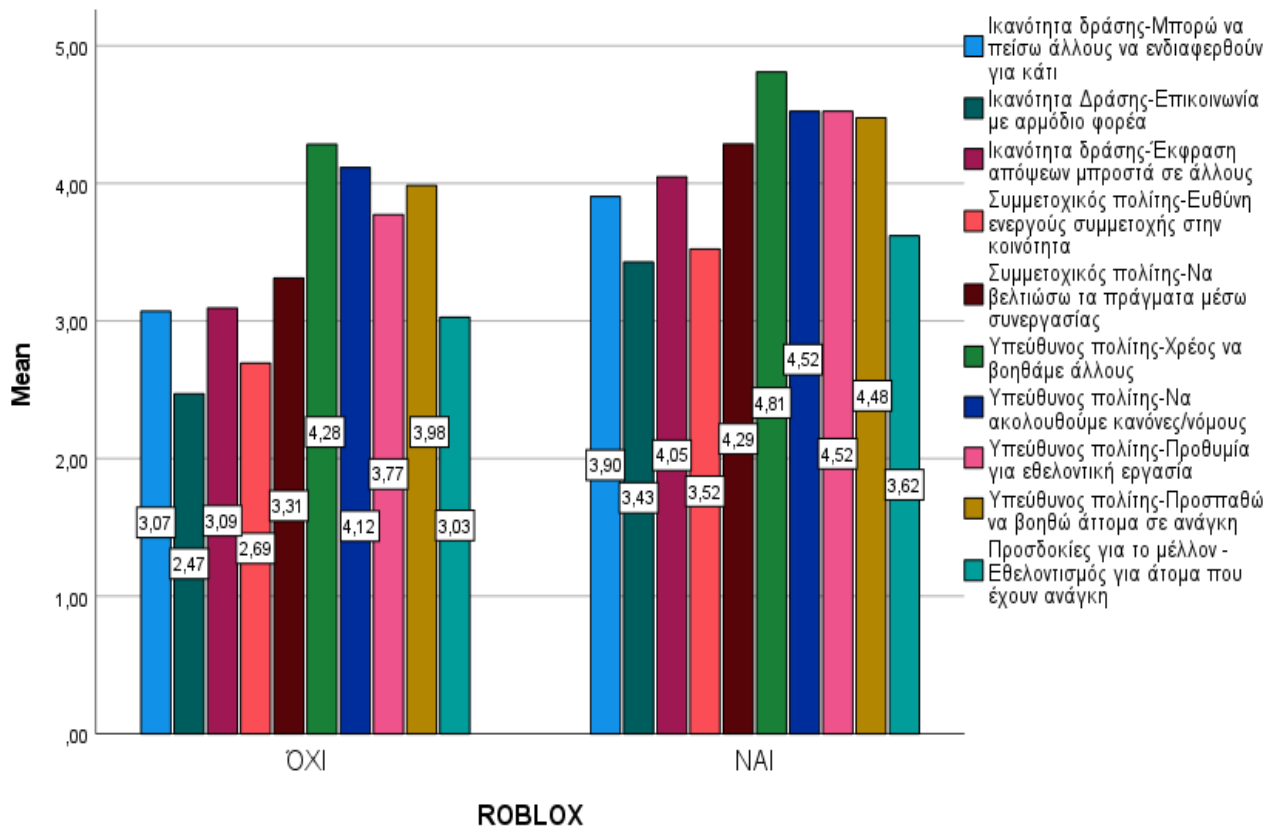
Πίνακας 45 – *Roblox* και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών

	Παίκτης Roblox	N	MT	TA	U	p
Είναι ευθύνη μου να αναμειγνύομαι ενεργά στα ζητήματα της κοινότητάς μου	Ναι	21	3.52	1.250	2251	0.005
	Όχι	331	2.69	1.274		
Με το να συνεργάζομαι με άλλους στην κοινότητά μου, μπορώ να βελτιώσω τα πράγματα	Ναι	21	4.29	.902	1858.5	<.001
	Όχι	331	3.31	1.220		
Μπορώ να πείσω τους άλλους να ενδιαφερθούν για ένα πρόβλημα στην κοινότητα	Ναι	21	3.90	1.091	2166	0.003
	Όχι	331	3.07	1.239		
Μπορώ να εκφράσω τις απόψεις μου μπροστά σε μια ομάδα ανθρώπων σχετικά με ένα πρόβλημα	Ναι	21	4.05	1.321	2018	<.001
	Όχι	331	3.09	1.322		
Μπορώ να επικοινωνήσω με τον επίσημο αρμόδιο φορέα σχετικά με ένα πρόβλημα	Ναι	21	3.43	1.287	2076.5	0.002
	Όχι	331	2.47	1.327		
Νομίζω ότι όλοι μας πρέπει να βοηθάμε εκείνους που έχουν ανάγκη	Ναι	21	4.81	.512	2440	0.01
	Όχι	331	4.28	.987		
Είναι σημαντικό οι άνθρωποι να ακολουθούν κανόνες και νόμους	Ναι	21	4.52	.928	2580.5	0.033
	Όχι	331	4.12	1.042		
Προσπαθώ να βοηθάω τα άτομα που βρίσκονται σε ανάγκη	Ναι	21	4.48	.981	2481	0.02
	Όχι	331	3.98	1.062		
Είμαι πρόθυμος/η να βοηθάω τους άλλους χωρίς να πληρώνομαι	Ναι	21	4.52	.928	2105.5	0.002
	Όχι	331	3.76	1.203		
Μετά το Λύκειο, σκέφτομαι να ασχοληθώ με τον εθελοντισμό	Ναι	21	3.62	1.244	2473	0.023
	Όχι	331	3.03	1.231		

Αντιστοίχως, στο ραβδόγραμμα (Γράφημα 37) απεικονίζονται οι ανοδικές τάσεις των στατιστικά σημαντικών συσχετίσεων του παιξίματος βιντεοπαιχνιδιών μέσω *Roblox* με το

ενδιαφέρον για την πολιτική, την εκδήλωση στάσης και συμπεριφοράς υπεύθυνου και συμμετοχικού πολίτη, την ικανότητα για δράση και τις προσδοκίες των εφήβων για το μέλλον.

Γράφημα 37 – Μέσες βαθμολογίες στατιστικά σημαντικών περιπτώσεων μεταξύ παικτών και μη παικτών στην πλατφόρμα Roblox



Αναλυτικότερα, με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις, τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τους εφήβους που παίζουν παιχνίδια στην πλατφόρμα Roblox και τους εφήβους που δεν παίζουν, έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να βελτιώσει τα πράγματα με το να συνεργάζεται με άλλους στην κοινότητα είναι 90,5% για τους έφηβους που παίζουν μέσω *Roblox* και 72,8% για εκείνους που δεν παίζουν
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να πείσει άλλους ανθρώπους να ενδιαφερθούν για ένα πρόβλημα της κοινότητας είναι 85,7% για τους έφηβους που παίζουν μέσω *Roblox* και 67,7% για εκείνους που δεν παίζουν
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να επικοινωνήσει με τον επίσημο αρμόδιο φορέα για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητά του είναι 71,4% για τους έφηβους που παίζουν μέσω *Roblox* και 43,6% για εκείνους που δεν παίζουν
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να εκφράσει τις απόψεις του μπροστά σε μια ομάδα ανθρώπων για ένα πρόβλημα στην κοινότητα είναι 85,7% για τους έφηβους που παίζουν μέσω *Roblox* και 62,8% για εκείνους που δεν παίζουν
- το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί ότι είναι ευθύνη του να αναμειγνύεται ενεργά στα ζητήματα της κοινότητάς του είναι 76,2% για τους έφηβους που παίζουν μέσω *Roblox* και 52,3% για εκείνους που δεν παίζουν
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι όλοι πρέπει να βοηθάμε τα άτομα που έχουν ανάγκη είναι 100% για τους έφηβους που παίζουν μέσω *Roblox* και 92,1% για εκείνους που δεν παίζουν
- το ποσοστό των εφήβων που προσπαθεί να βοηθάει άτομα που βρίσκονται σε ανάγκη είναι 95,2% για τους έφηβους που παίζουν μέσω *Roblox* και 89,4% για εκείνους που δεν παίζουν
- το ποσοστό των εφήβων που είναι πρόθυμο να βοηθάει τους άλλους χωρίς να πληρώνεται είναι 95,2% για τους έφηβους που παίζουν μέσω *Roblox* και 85,5% για εκείνους που δεν παίζουν
- το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί πιθανό να ασχοληθεί με τον εθελοντισμό μετά το Λύκειο είναι 85,7% για τους έφηβους που παίζουν μέσω *Roblox* και 64,4% για εκείνους που δεν παίζουν

Minecraft

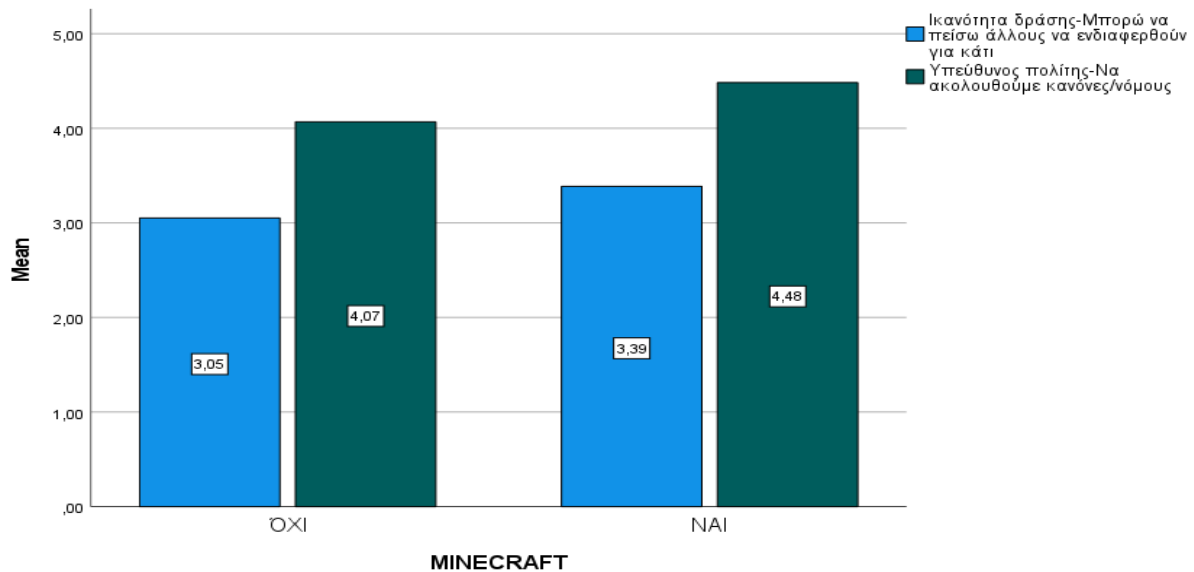
Στατιστικά σημαντική σχέση βρέθηκε, ακόμα, μεταξύ των εφήβων που παίζουν το *Minecraft* και συγκεκριμένων παραμέτρων των μεταβλητών *ικανότητα για δράση και υπεύθυνος πολίτης*, καθώς ο έλεγχος Mann-Whitney έδωσε $p\text{-value} < 5\%$. Μετά από εξέταση των μέσων τιμών, όσον αφορά τις δύο αυτές μεταβλητές, βρέθηκε ότι οι μέσες τιμές ήταν υψηλότερες στους έφηβους που παίζουν *Minecraft* συγκριτικά με εκείνες των εφήβων που δεν παίζουν το συγκεκριμένο παιχνίδι. Στον Πίνακα 46 καταγράφονται αναλυτικά τόσο τα αποτελέσματα του ελέγχου Mann-Whitney όσο και οι μέσες τιμές.

Πίνακας 46 – *Minecraft* και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών

	Παίκτης Minecraft	N	MT	TA	U	p
Μπορώ να πείσω τους άλλους να ενδιαφερθούν για ένα πρόβλημα στην κοινότητα	Ναι	62	3.39	1.164	7593.5	0.049
	Όχι	290	3.05	1.256		
Είναι σημαντικό οι άνθρωποι να ακολουθούν κανόνες και νόμους	Ναι	62	4.48	.936	6692	<.001
	Όχι	290	4.07	1.047		

Στο ραβδόγραμμα (Γράφημα 38) που ακολουθεί, μπορεί να παρακολουθήσει κανείς τις ανοδικές τάσεις των μεταβλητών *ικανότητα δράσης και υπεύθυνος πολίτης* για τους έφηβους που παίζουν *Minecraft* και για εκείνους που δεν παίζουν το βιντεοπαιχνίδι αυτό.

Γράφημα 38 – Μέσες βαθμολογίες στατιστικά σημαντικών περιπτώσεων μεταξύ παικτών και μη παικτών του *Minecraft*



Αναλυτικότερα, το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να πείσει τους άλλους να ενδιαφερθούν για ένα πρόβλημα στην κοινότητα είναι 77,4% για τους έφηβους που παίζουν *Minecraft* και 66,9% για τους έφηβους που δεν το παίζουν, και το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι είναι σημαντικό οι άνθρωποι να ακολουθούν νόμους είναι 93,5% για τους έφηβους που παίζουν *Minecraft* και 90,3% για τους έφηβους που δεν το παίζουν.

League of Legends, Fortnite, Free Fire, Fifa, Counter Strike, NBA

Στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ συγκεκριμένων κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και του παιχνιδιού συγκεκριμένων βιντεοπαιχνιδιών είχαμε και στην περίπτωση του *League of Legends*, του *Fortnite* και του *Free Fire*, μόνο που σε αυτές τις περιπτώσεις ήταν μεγαλύτερες οι μέσες τιμές των εφήβων που δεν έπαιζαν τα συγκεκριμένα βιντεοπαιχνίδια. Στατιστικά σημαντική σχέση βρέθηκε και με το βιντεοπαιχνίδι *NBA*. Όσον αφορά τα βιντεοπαιχνίδια *Fifa* και *Counter Strike*, δεν βρέθηκε κάποια στατιστικά σημαντική σχέση.

NBA

Μεταξύ του παιχνιδιού του NBA και της μεταβλητής περί οργάνωσης και διαχείρισης μιας κατάστασης βρέθηκε να υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση ($p\text{-value}<5\%$). Όπως φάνηκε από την εξέταση των μέσων τιμών, οι έφηβοι που παίζουν NBA πιστεύουν περισσότερο στις ικανότητές τους σε σχέση με τους έφηβους που δεν παίζουν το συγκεκριμένο βιντεοπαιχνίδι. Στον Πίνακα 47 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα του ελέγχου Mann-Whitney, καθώς και οι μέσες τιμές.

Πίνακας 47 - NBA και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών

	Παίκτης NBA	N	ΜΤ	ΤΑ	U	p
Οργάνωση/διαχείριση κατάστασης	Ναι	24	3.25	1.294	2735.000	0.010
	Όχι	328	2.53	1.327		

Fortnite

Στατιστικά σημαντική σχέση βρέθηκε μεταξύ του παιχνιδιού του Fortnite και του ενδιαφέροντος για συζήτηση για πολιτικά θέματα, όπως έδειξε ο έλεγχος Mann-Whitney, που έδωσε $p\text{-value}<5\%$. Η εξέταση των μέσων τιμών έδειξε ότι οι έφηβοι που έπαιζαν Fortnite ενδιαφέρονταν σε μικρότερο βαθμό για πολιτικές συζητήσεις συγκριτικά με τους έφηβους που δεν έπαιζαν το συγκεκριμένο βιντεοπαιχνίδι. Τα αποτελέσματα του ελέγχου Mann-Whitney, καθώς και οι μέσες τιμές, εμπεριέχονται αναλυτικά στον Πίνακα 48.

Πίνακας 48 – Fortnite και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών

	Παίκτης Fortnite	N	ΜΤ	ΤΑ	U	p
Μου αρέσει να μιλάω για την πολιτική και για πολιτικά θέματα	Ναι	64	1.98	1.291	7577.500	0.020
	Όχι	288	2.27	1.183		

League of Legends (LoL)

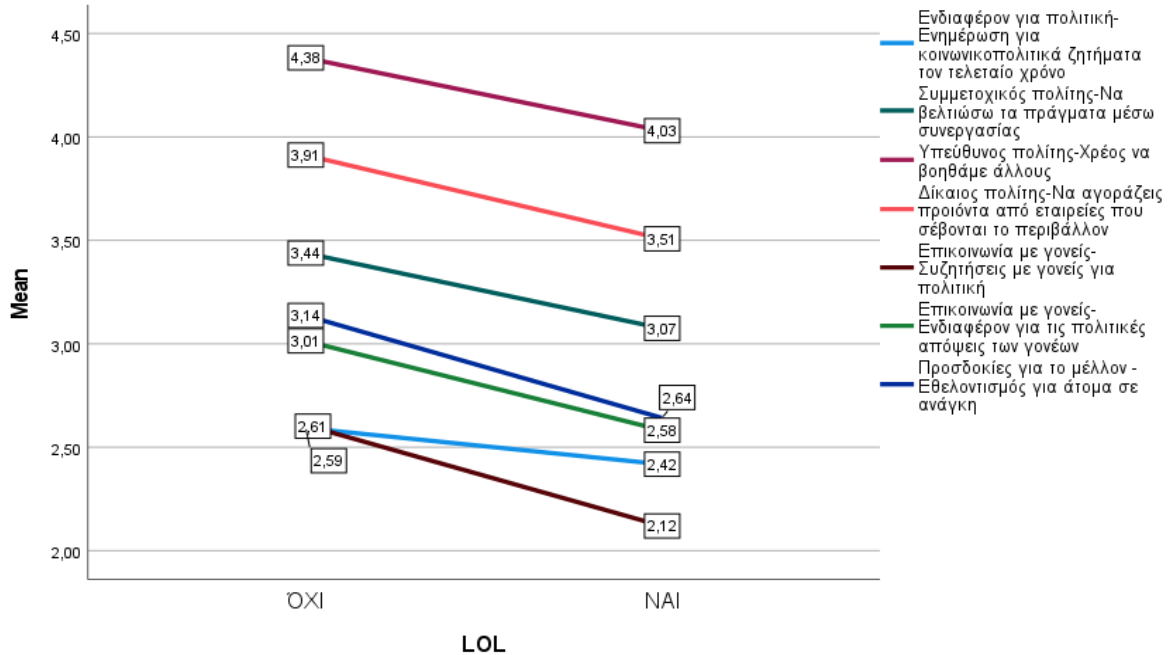
Αναφορικά με τη σχέση ανάμεσα στο παίξιμο του βιντεοπαιχνιδιού *League of Legends (LoL)* και στις μεταβλητές της σημασίας της συνεργασίας για τη βελτίωση των πραγμάτων, του ηθικού χρέους να βοηθούν όλοι τα άτομα που έχουν ανάγκη, της προθυμίας για εθελοντική εργασία στο παρόν και στο μέλλον, του ενδιαφέροντος για την προστασία του περιβάλλοντος, της επικοινωνίας με τους γονείς για την πολιτική και του ενδιαφέροντος για τις απόψεις τους, ο έλεγχος Mann-Whitney έδειξε στατιστική σημαντικότητα ($p\text{-value}<5\%$). Επιπλέον, μετά από εξέταση των μέσων τιμών, βρέθηκε ότι οι έφηβοι που έπαιζαν LoL, ενδιαφέρονταν σε μικρότερο βαθμό για όλα τα παραπάνω σε σχέση με τους έφηβους που δεν έπαιζαν το συγκεκριμένο βιντεοπαιχνίδι. Τα παραπάνω παρουσιάζονται στον Πίνακα 49 που ακολουθεί.

Πίνακας 49 – LoL και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών

	Παίκτης LoL	N	MT	TA	U	p
Ενδιαφέρομαι για τις απόψεις των γονέων μου για την πολιτική	Ναι	67	2.58	1.293	624.500	0.018
	Όχι	285	3.01	1.366		
Με το να συνεργάζομαι με άλλους στην κοινότητά μου, μπορώ να βελτιώσω τα πράγματα	Ναι	67	3.07	1.159	7834.500	0.019
	Όχι	285	3.44	1.231		
Μιλάω με τους γονείς μου για την πολιτική	Ναι	67	2.12	1.200	7613.000	0.008
	Όχι	285	2.61	1.369		
Νομίζω ότι είναι σημαντικό να αγοράζεις προϊόντα από εταιρείες που προσέχουν το περιβάλλον	Ναι	67	3.51	1.173	7594.000	0.007
	Όχι	285	3.91	1.136		
Νομίζω ότι όλοι μας πρέπει να βοηθάμε εκείνους που έχουν ανάγκη	Ναι	67	4.03	1.087	7669.000	0.005
	Όχι	285	4.38	0.933		
Μετά το Λύκειο, σκέφτομαι να ασχοληθώ με τον εθελοντισμό	Ναι	67	2.64	1.069	7454.000	0.004
	Όχι	285	3.14	1.258		
Είμαι πρόθυμος/η να βοηθάω τους άλλους χωρίς να πληρώνομαι	Ναι	67	3.48	1.361	7929.500	0.038
	Όχι	285	3.88	1.151		

Στο Γράφημα 39 παρουσιάζεται η καθοδική τάση των μέσων τιμών των εφήβων που παίζουν *LoL* και των εφήβων που δεν παίζουν, αναφορικά με τις συγκεκριμένες μεταβλητές.

Γράφημα 39 – Μέσες βαθμολογίες στατιστικά σημαντικών περιπτώσεων μεταξύ παικτών και μη παικτών του *LoL*



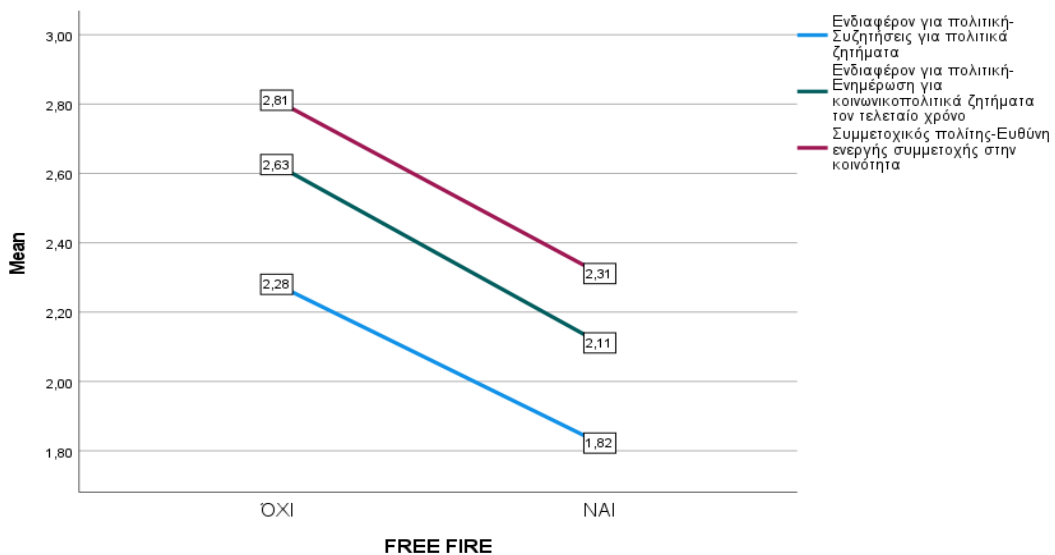
Free Fire

Στατιστικά σημαντική σχέση ($p\text{-value} < 5\%$), βρέθηκε μεταξύ του παιχνιδιού του *Free Fire* και των μεταβλητών: ενδιαφέρον για συζήτηση για πολιτικά θέματα, ενημέρωση για κοινωνικοπολιτικά θέματα τον τελευταίο χρόνο και υποχρέωση για ενεργή συμμετοχή στα δρώμενα της κοινότητας. Μετά από εξέταση των μέσων τιμών, όσον αφορά τις συγκεκριμένες μεταβλητές, βρέθηκε ότι οι μέσες τιμές ήταν υψηλότερες στους έφηβους που παίζουν *Free Fire* συγκριτικά με εκείνες των εφήβων που δεν παίζουν το συγκεκριμένο παιχνίδι. Στον Πίνακα 50 παρουσιάζονται οι παραπάνω πληροφορίες, ενώ επιπλέον, ακολουθεί το Γράφημα 40, στο οποίο μπορεί να παρακολουθήσει κανείς την καθοδική τάση των εξεταζόμενων μεταβλητών.

Πίνακας 50 – Free Fire και εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών

	Παίκτης Free Fire	N	MT	TA	U	p
Ενημερώνομαι για την πολιτική και για διάφορα κοινωνικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο	Ναι	45	2.11	1.153	5174.500	0.005
	Όχι	307	2.63	1.231		
Είναι ευθύνη μου να αναμειγνύομαι ενεργά στα ζητήματα της κοινότητάς μου	Ναι	45	2.31	1.221	5396.000	0.015
	Όχι	307	2.81	1.285		
Μου αρέσει να μιλάω για την πολιτική και για πολιτικά θέματα	Ναι	45	1.82	.984	5466.000	0.018
	Όχι	307	2.28	1.226		

Γράφημα 40 – Μέσες βαθμολογίες στατιστικά σημαντικών περιπτώσεων μεταξύ παικτών και μη παικτών του Free Fire



Στην παρούσα έρευνα δεν θα ασχοληθούμε περαιτέρω με τα συγκεκριμένα βιντεοπαιχνίδια, καθώς μας ενδιαφέρουν εκείνα που σχετίζονται θετικά με την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική ζωή.

10.6.9. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και προτιμήσεις για ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με τη δημοφιλή κουλτούρα

Άλλο αποτέλεσμα που προέκυψε από την έρευνα, ήταν η ύπαρξη στατιστικά σημαντικής σχέσης μεταξύ των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και των προτιμήσεων τους για βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με άλλα μέσα δημοφιλούς ψυχαγωγίας, και συγκεκριμένα με τα κόμικς, τη μουσική, τις τηλεοπτικές σειρές, τις ταινίες ή/και βιντεοπαιχνίδια που αφορούν τη διαμεσική αφήγηση ($p\text{-value}<0.001$). (Βλ. Πίνακα 51). Η σχέση ανάμεσα στις παραπάνω μεταβλητές βρέθηκε να είναι ασθενής θετική, με τη χαμηλότερη τιμή να ισούται με 0.169 και να εντοπίζεται στη σχέση μεταξύ της προτίμησης για βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με άλλα μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας και της επικοινωνίας με τους γονείς, και τις υψηλότερες τιμές να βρίσκονται στη σχέση ανάμεσα στην προτίμηση για βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με άλλα μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας και του συμμετοχικού πολίτη (0.358), του υπεύθυνου πολίτη (0.327) και των προσδοκιών για το μέλλον (0.351).

Πίνακας 51 – Συσχέτιση μεταξύ των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και των προτιμήσεων τους για βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με άλλα μέσα δημοφιλούς κουλτούρας

	Σχέση ηλεκτρονικών παιχνιδιών με άλλα μέσα δημοφιλούς ψυχαγωγίας
Ενδιαφέρον για την πολιτική	0.190**
Ικανότητα δράσης	0.253**
Υπεύθυνος πολίτης	0.327**
Συμμετοχικός πολίτης	0.358**
Δίκαιος πολίτης	0.264**
Επικοινωνία με γονείς	0.169**
Προσδοκίες για το μέλλον	0.351**

* $p\text{-level}=0,05$ ** $p\text{-level}=0,01$

Τα αποτελέσματα αυτά μάς οδήγησαν σε έναν δεύτερο, πιο αναλυτικό, έλεγχο, προκειμένου να εξετάσουμε ξεχωριστά τη σχέση των κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών των έφηβων παικτών στην πραγματική τους ζωή με τις προτιμήσεις για βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με: α) τα κόμικς, β) τις ταινίες, γ) τη μουσική, δ) τις τηλεοπτικές σειρές και ε) τη διαμεσική αφήγηση. Παρατηρήθηκε ότι οι έφηβοι παίκτες που δήλωσαν ότι τους αρέσουν πολύ τα βιντεοπαιχνίδια που έχουν σχέση με κόμικς, με ταινίες ή/και που αφορούν τη διαμεσική αφήγηση, ενδιαφέρονται, επίσης, πολύ για την πολιτική, συζητούν με τους γονείς τους για πολιτικά θέματα, πιστεύουν στις ικανότητές τους να δράσουν αποτελεσματικά για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητά τους, πιστεύουν στη δύναμη της συνεργασίας για τη βελτίωση της κοινωνίας, δίνουν βαρύτητα στο καθήκον να βοηθάμε άτομα που βρίσκονται σε ανάγκη, δίνουν σημασία στην αξία της διαμαρτυρίας για την αλλαγή καταστάσεων, σέβονται τους κανόνες και βρίσκουν πολύ πιθανό, όταν ενηλικιωθούν, να εργαστούν αφιλοκερδώς, ατομικά ή ομαδικά, για την αντιμετώπιση προβλημάτων.

Τα παραπάνω στοιχεία αναφορικά με την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική ζωή ισχύουν τόσο για τους παίκτες, στους οποίους αρέσουν τα βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με τηλεοπτικές σειρές (με την εξαίρεση της μεταβλητής του ενδιαφέροντος για την πολιτική) όσο και για τους έφηβους, στους οποίους αρέσουν τα βιντεοπαιχνίδια στα οποία ακούνε διάφορα μουσικά κομμάτια ή βλέπουν γνωστούς καλλιτέχνες (χωρίς να συμπεριλαμβάνονται σε αυτά οι μεταβλητές του ενδιαφέροντος για την πολιτική και της επικοινωνίας με τους γονείς για πολιτικά ζητήματα). Στον Πίνακα 52 που ακολουθεί, παρουσιάζονται αναλυτικά όλες οι παραπάνω συσχετίσεις.

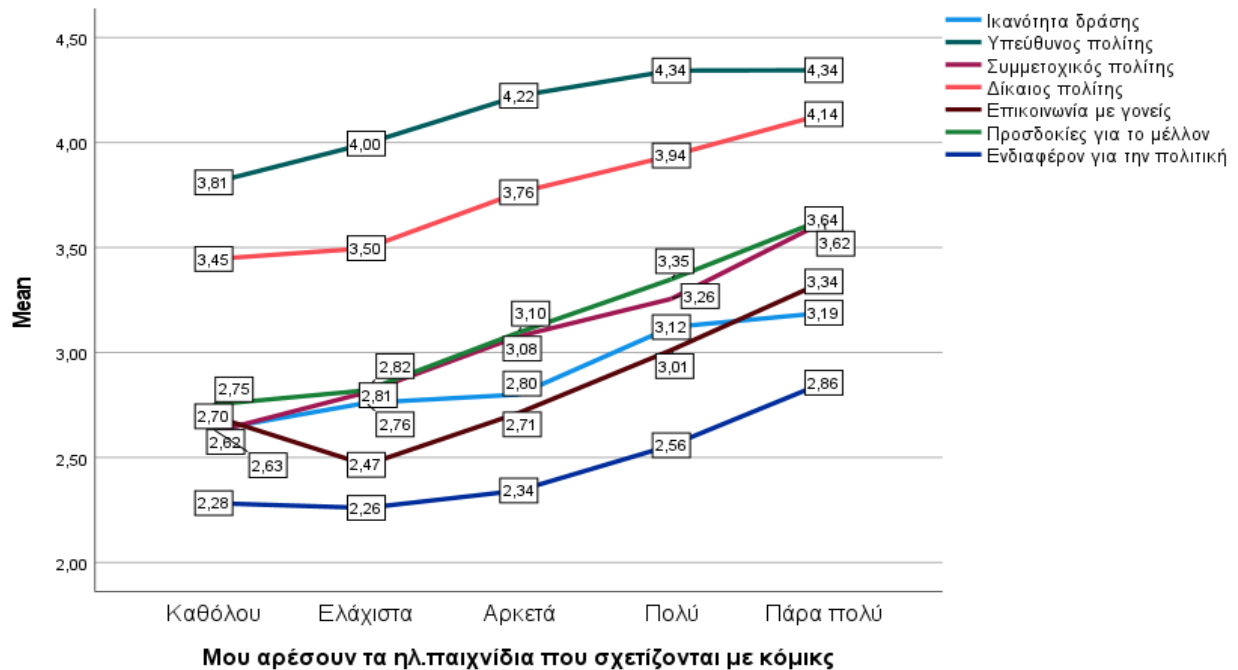
Πίνακας 52 – Εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων-συμπεριφορών και προτιμήσεις για βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με άλλους τρόπους ψυχαγωγίας της δημοφιλούς κουλτούρας

	Ηλ. παιχνίδια - μουσική	Ηλ. παιχνίδια - κόμικς	Ηλ. παιχνίδια - ταινίες	Ηλ. παιχνίδια – τηλ. σειρές	Ηλ. παιχνίδια - διαμεσική αφήγηση
Ενδιαφέρον για πολιτική	0.078	0.127*	0.133**	0.084	0.216**
Ικανότητα δράσης	0.151**	0.170**	0.241**	0.187**	0.199**
Υπεύθυνος πολίτης	0.245**	0.213**	0.277**	0.165**	0.272**
Συμμετοχικός πολίτης	0.257**	0.268**	0.290**	0.210**	0.291**
Δίκαιος πολίτης	0.163**	0.191**	0.229**	0.141**	0.205**
Επικοινωνία με γονείς	0.052	0.115*	0.159**	0.129*	0.130*
Προσδοκίες για το μέλλον	0.203**	0.236**	0.313**	0.259**	0.246**

A. Βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με κόμικς

Στο Γράφημα 41 αποτυπώνονται οι ανοδικές τάσεις των σχετικών μεταβλητών ενδιαφέροντος. Όπως φαίνεται, όσο μεγαλύτερη είναι η προτίμηση των εφήβων για ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, τόσο αυξάνεται το ενδιαφέρον των εφήβων για την πολιτική, η πεποίθηση τους ότι είναι ικανοί να δράσουν για την επίλυση κοινοτικών ζητημάτων, η επικοινωνία με τους γονείς για κοινωνικοπολιτικά θέματα, η προσδοκία για εθελοντική εργασία στο μέλλον και η υιοθέτηση στάσεων και συμπεριφορών ενός υπεύθυνου, συμμετοχικού και δίκαιου πολίτη.

Γραφήμα 41 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και προτίμηση για βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς



Αναλυτικότερα, με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις, τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τους έφηβους που προτιμούν τα βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς και με εκείνους που δεν τα προτιμούν, έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που ψάχνει διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα είναι 53,1% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, 40,8% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 31,9% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί ότι είναι ευθύνη του να αναμειγνύεται ενεργά στα ζητήματα της κοινότητάς του είναι 69,1% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, 60,5% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 46,3% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν

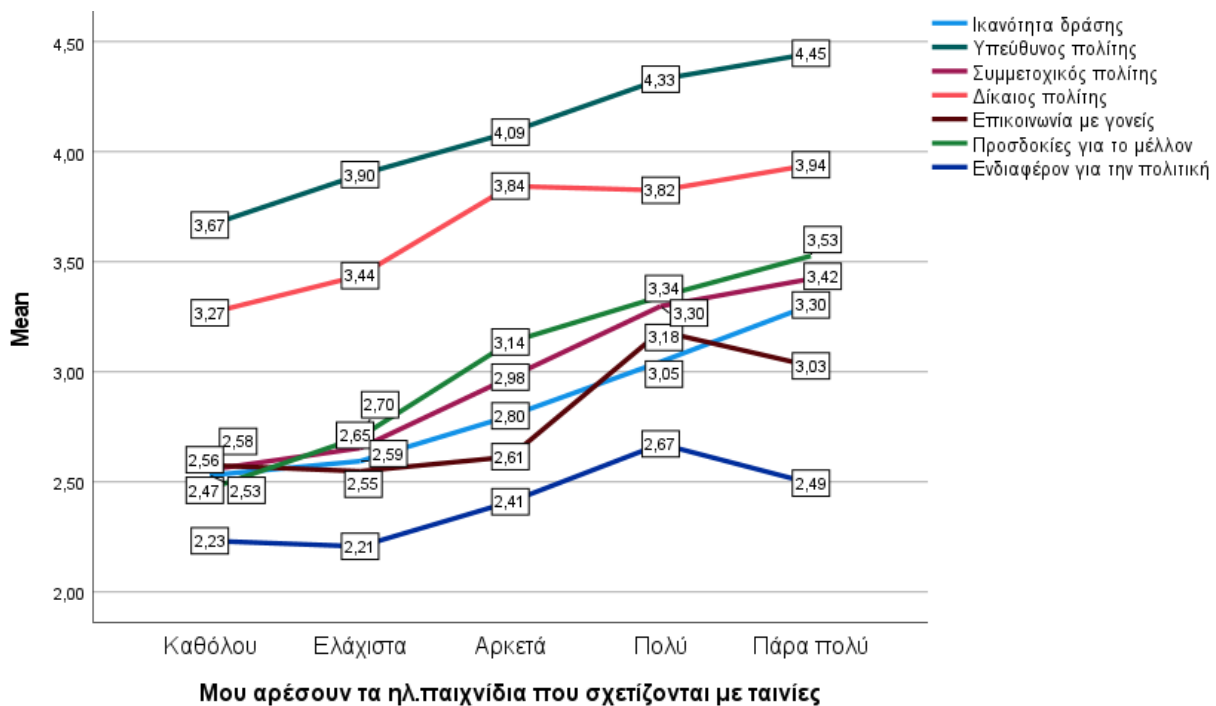
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να πείσει άλλους ανθρώπους να ενδιαφερθούν για ένα κοινωνικό πρόβλημα είναι 80,2% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, 68,4% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 64,6% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι μπορεί να κάνει τη διαφορά για την κοινότητά του είναι 70,4% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, 63,2% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 46,5% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να βελτιώσει τα πράγματα με το να συνεργάζεται με άλλους στην κοινότητα είναι 81,5% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, 84,2% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 65,5% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που προσπαθεί να βοηθάει άτομα που βρίσκονται σε ανάγκη είναι 95,1% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, 92,1% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 85,2% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που όταν σκέφτεται τη ζωή του μετά το Λύκειο, είναι πολύ πιθανό να εργαστεί σε ομάδα για να λύσει κάποιο πρόβλημα της κοινότητας είναι 75,3% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, 59,2% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 54,4% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι είναι σημαντικό να διαμαρτύρεται όταν κάτι στην κοινωνία χρειάζεται αλλαγή είναι 91,4% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, 84,2% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 77,7% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που είναι πρόθυμο να βοηθάει τους άλλους αφίλοκερδώς είναι 95,1% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, 89,3% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 81,2% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να εκφράσει τις απόψεις του μπροστά σε μια ομάδα ανθρώπων για ένα πρόβλημα στην κοινότητα είναι 77,8% για εκείνους που

προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, 65,3% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 58,1% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν

B. Βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με ταινίες

Αντιστοίχως, στο Γράφημα 42 διακρίνονται οι ανοδικές τάσεις της προτίμησης για ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες και των μεταβλητών: ενδιαφέρον για πολιτική, ικανότητα δράσης, υπεύθυνος/συμμετοχικός/δίκαιος πολίτης, επικοινωνία με γονείς για πολιτικά θέματα και μελλοντικές προσδοκίες για συνεργατικές και φιλανθρωπικές δράσεις.

Γράφημα 42 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και προτίμηση για βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες



Με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις, τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τους έφηβους που προτιμούν τα βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες και με εκείνους που δεν τα προτιμούν, έδειξαν ότι:

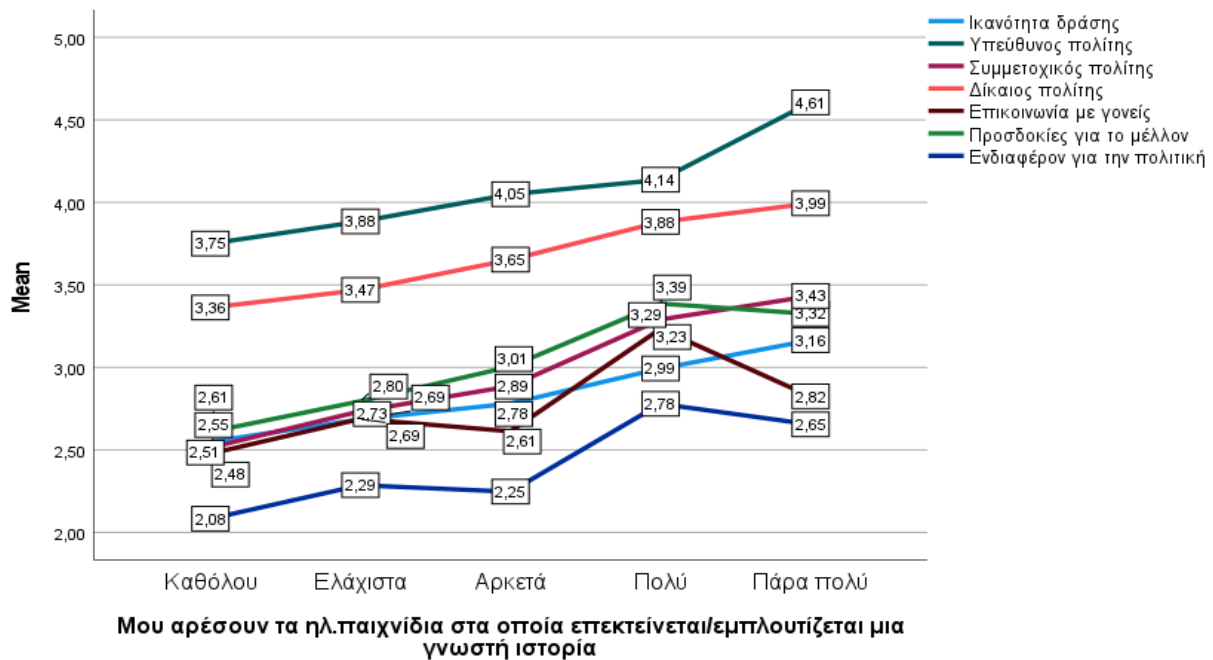
- το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί ότι είναι ευθύνη του να αναμειγνύεται ενεργά στα ζητήματα της κοινότητάς του είναι 70,7% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες, 51,5% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 43,9% για όσους δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που ενημερώνεται για την πολιτική ή για διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο είναι 53,4% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες, 50,5% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 39,8% για όσους δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι μπορεί να κάνει τη διαφορά για την κοινότητά του είναι 66,4% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες, 60,2% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 43,9% για όσους δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που είναι πρόθυμο να βοηθάει τους άλλους αφίλοκερδώς είναι 94,8% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες, 89,9% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 77,2% για όσους δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που μπορεί να εκφράσει τις απόψεις του μπροστά σε μια ομάδα ανθρώπων για ένα πρόβλημα στην κοινότητα είναι 71,6% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες, 66,3% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 56,7% για όσους δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που προσπαθεί να βοηθάει άτομα που βρίσκονται σε ανάγκη είναι 95,7% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες, 89,9% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 83% για όσους δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να δημιουργήσει ένα πλάνο για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητα είναι 66,4% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες, 51,5% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 45,6% για όσους δεν τα προτιμούν

- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να οργανώσει/διαχειριστεί μία συνάντηση για την αντιμετώπιση ενός κοινοτικού προβλήματος είναι 59,5% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες, 48,5% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 39,8% για όσους δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι είναι σημαντικό να διαμαρτύρεται όταν κάτι στην κοινωνία χρειάζεται αλλαγή είναι 88,8% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες, 85,9% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 74,9% για όσους δεν τα προτιμούν

Γ. Βιντεοπαιχνίδια και διαμεσική αφήγηση

Στο Γράφημα 43 απεικονίζονται οι ανοδικές τάσεις της *προτίμησης των εφήβων για ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται ή εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία* και της εκδήλωσης *κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή*. Αν και παρεμβάλλεται μια καθοδική τάση στο διάστημα των απαντήσεων από το ‘πολύ’ στο ‘πάρα πολύ’ στις μεταβλητές του *ενδιαφέροντος για την πολιτική, της επικοινωνίας με τους γονείς και των μελλοντικών προσδοκιών για εθελοντισμό*, εντούτοις, δεν επηρεάζεται το συνολικό ανοδικό αποτέλεσμα.

Γράφημα 43 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και προτίμηση για βιντεοπαιχνίδια στα οποία επεκτείνεται ή εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία



Πιο αναλυτικά, με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις, τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τους έφηβους που προτιμούν τα βιντεοπαιχνίδια, στα οποία επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί ότι είναι ευθύνη του να αναμειγνύεται ενεργά στα ζητήματα της κοινότητάς του είναι 63,9% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, 56,7% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 45,2% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι μπορεί να κάνει τη διαφορά για την κοινότητά του είναι 73% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, 51,5% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 43,6% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που είναι πρόθυμο να βοηθάει τους άλλους αφιλοκερδώς είναι 94,3% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία

επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, 87,6% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 78,2% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν

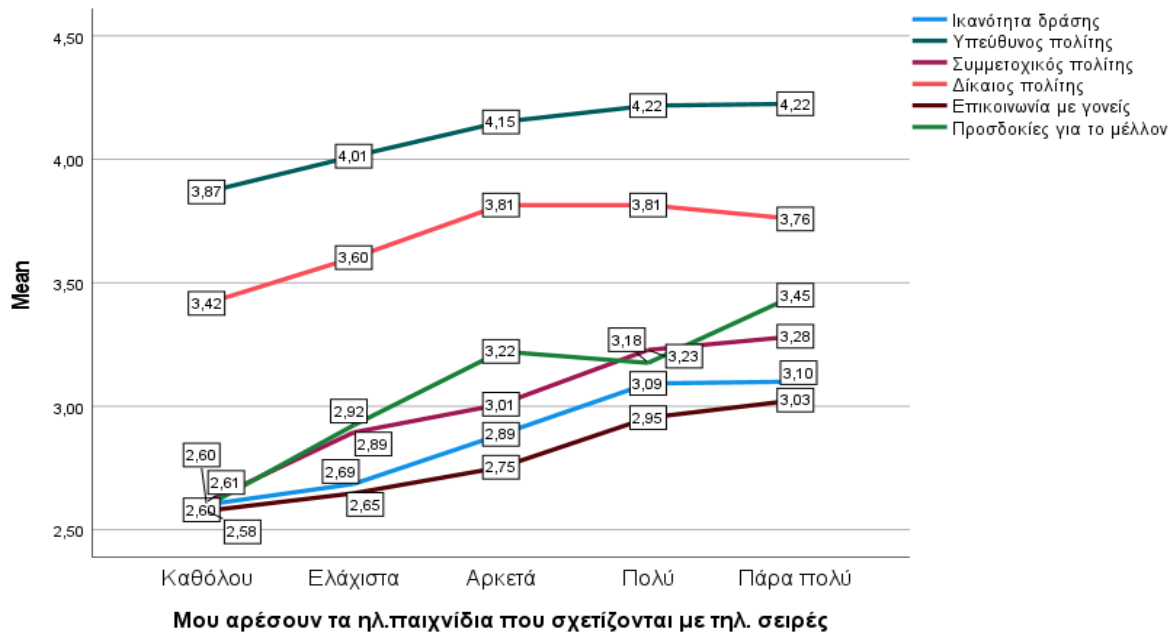
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να βελτιώσει τα πράγματα μέσω της συνεργασίας είναι 82% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, 73,2% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 65,1% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να δημιουργήσει ένα πλάνο για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητα είναι 63,1% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, 55,7% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 45,2% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που όταν σκέφτεται τη ζωή του μετά το Λύκειο, είναι πολύ πιθανό να εργαστεί σε ομάδα για να λύσει κάποιο πρόβλημα της κοινότητας είναι 73% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, 57,7% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 51,5% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που του αρέσει να μιλάει για την πολιτική είναι 43,4% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, 29,9% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 27,7% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που ψάχνει διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα είναι 53,3% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, 32% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 30,7% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι είναι σημαντικό να διαμαρτύρεται, όταν κάτι στην κοινωνία χρειάζεται αλλαγή, είναι 88,5% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, 80,4% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 77,7% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν

- το ποσοστό των εφήβων που σκέφτεται να ασχοληθεί με τον εθελοντισμό μετά το Λύκειο είναι 73,8% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται/εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία, 70,1% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 58,2% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν

Δ. Βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με τηλεοπτικές σειρές

Οι ανοδικές τάσεις των εξεταζόμενων *κοινωνικοπολιτικών* στάσεων-συμπεριφορών των εφήβων στην καθημερινότητά τους και οι *προτιμήσεις τους για ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με τηλεοπτικές σειρές* παρουσιάζονται στο Γράφημα 44. Αν και παρατηρούνται πολύ μικρές αυξομειώσεις ανάμεσα στις απαντήσεις ‘αρκετά’, ‘πολύ’ και ‘πάρα πολύ’ όσον αφορά τις μεταβλητές *προσδοκίες για το μέλλον* και *δίκαιος πολίτης*, η εικόνα της συνολικής ανόδου δεν αλλάζει. Οι έφηβοι, δηλαδή, που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό βιντεοπαιχνίδια που έχουν σχέση με τηλεοπτικές σειρές είναι έφηβοι που εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική τους ζωή συγκριτικά με όσους έφηβους δεν τα προτιμούν.

Γράφημα 44 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και προτίμηση για βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με τηλεοπτικές σειρές



Με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις, τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τους έφηβους που προτιμούν τα βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με τηλεοπτικές σειρές, έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι μπορεί να κάνει τη διαφορά για την κοινότητά του είναι 64,6% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με σειρές, 61% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 47,6% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που όταν σκέφτεται τη ζωή του μετά το Λύκειο, είναι πολύ πιθανό να εργαστεί σε ομάδα για να λύσει κάποιο πρόβλημα της κοινότητας, είναι 70,8% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με σειρές, 69,5% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 50,5% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί ότι είναι ευθύνη του να αναμειγνύεται ενεργά στα ζητήματα της κοινότητάς του είναι 65,6% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό

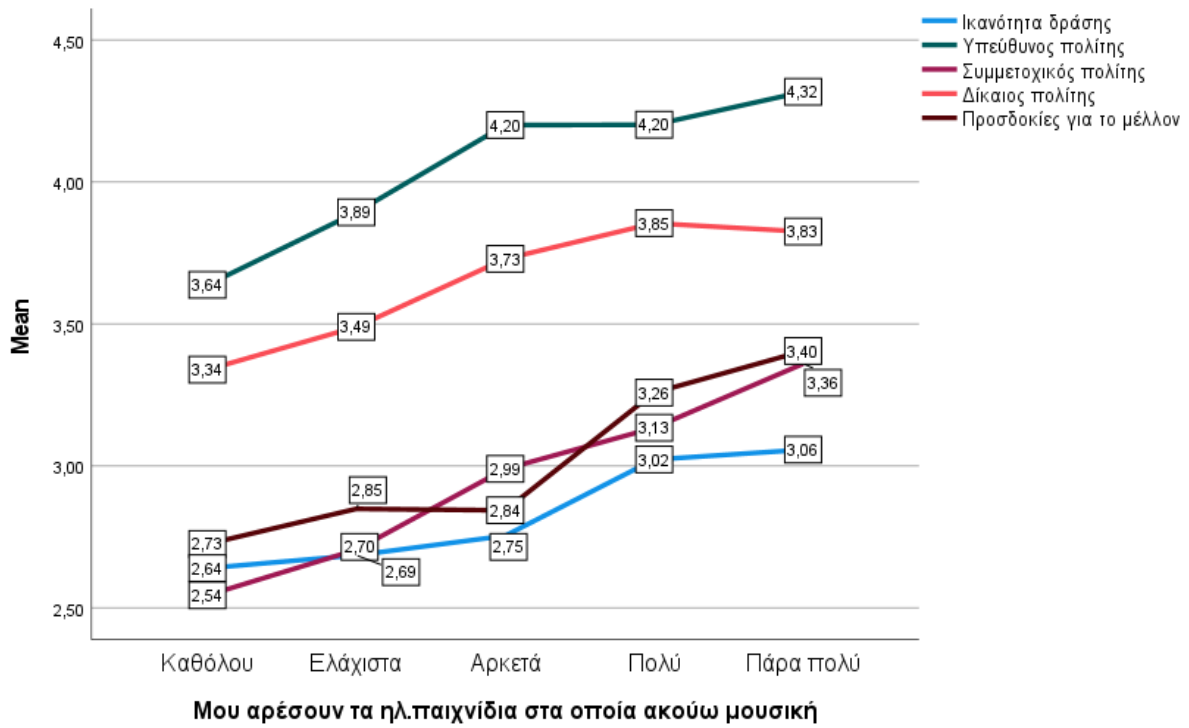
ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με σειρές, 54,9% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 47,8% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν

- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να οργανώσει/διαχειριστεί μία συνάντηση για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος στην κοινότητα είναι 58,3% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με σειρές, 54,9% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 40,1% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που σκέφτεται να ασχοληθεί με τον εθελοντισμό μετά το Λύκειο είναι 76% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με σειρές, 74,4% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 57,8% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν

E. Βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με τη μουσική

Στο Γράφημα 45 μπορεί να παρακολουθήσει κανείς τις ανοδικές τάσεις της *προτίμησης των εφήβων για ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με τη μουσική* και των μεταβλητών της *ικανότητας για δράση* απέναντι σε κάποιο κοινοτικό πρόβλημα, της *υιοθέτησης στάσεων και συμπεριφορών ενός υπεύθυνου, συμμετοχικού και δίκαιου πολίτη* και της *προσδοκίας για εθελοντικές δραστηριότητες στο μέλλον*.

Γράφημα 45 – Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές στην πραγματική ζωή και προτίμηση για βιντεοπαιχνίδια, στα οποία ακούν οι έφηβοι μουσική



Με βάση τις στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις, τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τους έφηβους που προτιμούν τα βιντεοπαιχνίδια, τα οποία σχετίζονται με τη μουσική, έδειξαν ότι:

- το ποσοστό των εφήβων που ενημερώνεται για την πολιτική ή για διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο είναι 53,5% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με μουσική, 39,4% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 45,3% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που ψάχνει διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα είναι 44,1% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με μουσική, 31,3% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 37,1% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί ότι είναι ευθύνη του να αναμειγνύεται ενεργά στα ζητήματα της κοινότητάς του είναι 63% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό

- να παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με μουσική, 58,6% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 44% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
- το ποσοστό των εφήβων που πιστεύει ότι μπορεί να πείσει άλλους ανθρώπους να ενδιαφερθούν για ένα κοινωνικό πρόβλημα είναι 75,6% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό να παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με μουσική, 73,7% για εκείνους που τα προτιμούν σε μέτριο βαθμό και 60,4% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
 - το ποσοστό των εφήβων που σκέφτεται να ασχοληθεί με τον εθελοντισμό μετά το Λύκειο είναι 77,2% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με μουσική, 62,6% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 58,9% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
 - το ποσοστό των εφήβων που νομίζει ότι μπορεί να κάνει τη διαφορά για την κοινότητά του είναι 66,1% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με μουσική, 54,5% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 45,6% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν
 - το ποσοστό των εφήβων που θεωρεί σημαντικό να εναντιωνόμαστε στις κοινωνικές ανισότητες είναι 81,1% για εκείνους που προτιμούν σε μεγάλο βαθμό ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με μουσική, 82,8% για εκείνους που τα προτιμούν σε μεσαίο βαθμό και 65,4% για τους έφηβους που δεν τα προτιμούν

Σύνοψη – Συμπεράσματα

Η σχέση των ηλεκτρονικών παιχνιδιών με τη δημοφιλή κουλτούρα φάνηκε να είναι ένα στοιχείο που αρέσει στον εφηβικό πληθυσμό (σε αντίθεση με τα αποτελέσματα της έρευνας του Wood (2004) που δεν είχε παρατηρήσει τότε κάποια σημαντική σχέση). Διαπιστώσαμε, επίσης, ότι οι έφηβοι που θέλουν να παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, ταινίες, τηλεοπτικές σειρές, μουσική ή/και στα οποία επεκτείνονται/εμπλουτίζονται γνωστές ιστορίες, εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην πραγματική τους ζωή σε σχέση με εκείνους τους έφηβους που δεν τα προτιμούν. Παραδείγματος χάριν, ενδιαφέρονται περισσότερο για την πολιτική, ενημερώνονται για τα κοινωνικοπολιτικά δρώμενα, συζητούν με τους γονείς τους για πολιτικά ζητήματα, νιώθουν ικανοί να αντιμετωπίσουν κάποιο πρόβλημα στην περιοχή τους, πιστεύουν στην αξία της συνεργασίας για την επίλυση προβλημάτων και στη σημασία της ενεργούς συμμετοχής στην κοινωνία, επιθυμούν μια κοινωνία ισότητας και δικαιοσύνης και προσδοκούν να ασχοληθούν στο μέλλον, αφιλοκερδώς, με τα κοινά.

Ζούμε σε έναν κόσμο όπου η οικονομική και κοινωνική ζωή περιστρέφεται γύρω από την κατανάλωση τρόπων ζωής και συμβόλων αντλημένων από τη δημοφιλή κουλτούρα (όπως από την τηλεόραση, τον κινηματογράφο, τη μουσική, τα κόμικς). Η δημοφιλής κουλτούρα τροφοδοτεί τη συλλογική φαντασία. Η συλλογική φαντασία τροφοδοτεί την κοινωνία – δημιουργείται, εξάλλου, από άτομα που υπάρχουν ως μέλη της κοινωνίας (Levy 2006: 189). Η κοινωνία τροφοδοτεί τη δημοφιλή κουλτούρα. Και διαφορετικά ειπωμένο, η δημοφιλή κουλτούρα αντανακλά την ίδια την κοινωνία, εμπεριέχοντας ένα πλήθος κοινωνικοπολιτικών στοιχείων και σχολιάζοντας ή κριτικάροντας θεσμούς και καταστάσεις (Banks 2011), και η κοινωνία αντανακλά τη δημοφιλή κουλτούρα, ενσωματώνοντας ένα σύνολο στοιχείων στο εσωτερικό της. Δεν θα ήταν υπερβολή να πούμε ότι είναι δύσκολο να διαχωρίσουμε τη δημοφιλή κουλτούρα από την πραγματική μας ζωή, καθώς εισχωρεί παντού: στα σπίτια μας, στις σχολικές αίθουσες, στις ζωές μικρών και μεγάλων (Dolby 2003: 1). Ας σκεφτούμε, για παράδειγμα, ότι όταν ακούμε τη λέξη ‘zombie’, οι περισσότεροι σκεφτόμαστε τις προτεινόμενες από τις ταινίες, σειρές και βιντεοπαιχνίδια εικόνες (με την πρωτοκαθεδρία να έχει το ζόμπι του Romero) παρά τις πληροφορίες από την παράδοση του Voodoo από όπου και προέρχεται (Mano et al. 2018: 83).

Η δημοφιλής κουλτούρα είναι μια παγκόσμια γλώσσα που καταφέρνει να μας κάνει να ονειρευόμαστε και να χαμογελάμε, που μας ενώνει, ξεπερνώντας διακρίσεις κάθε είδους (O

Philippe 2013). Η δημοφιλής κουλτούρα έχει τη δύναμη να δημιουργήσει κοινωνική αλλαγή, να αλλάξει τις κοινωνικές συνθήκες των ανθρώπων, την ίδια τους τη ζωή, συνιστώντας έναν τόπο όπου όλοι έχουν φωνή (Dolby 2003: 1). Η πολιτική, άλλωστε, υπάρχει παντού και δεν θα μπορούσε να λείπει από τις ταινίες, τα κόμικς, τις σειρές, τη μουσική και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια · όλα, δημοφιλή μέσα που αποτυπώνουν το πνεύμα του καιρού, τον τρόπο σκέψης και αντίληψης των κοινωνικών και πολιτικών πραγμάτων. Η δημοφιλής κουλτούρα αποτελεί, αναμφίβολα, ένα βήμα έκφρασης για κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα, με διάφορες συνέπειες κατά καιρούς. Αρκεί να θυμηθούμε ότι διάφοροι καλλιτέχνες έχουν λογοκριθεί ή κυνηγηθεί κατά καιρούς από ισχυρά συμφέροντα (Banks 2011) (χαρακτηριστικό παράδειγμα ο μακαρθισμός και το κυνήγι μαγισσών, με θύματα γνωστούς καλλιτέχνες). Αναμενόμενο είναι, κατ' επέκταση, όταν δημοφιλή μέσα συγκλίνουν και συγχρωτίζονται, η φωνή τους να γίνεται εντονότερη, η επιρροή τους, δυνατότερη. Με βάση τα παραπάνω, μπορεί να εξηγηθεί η εύρεση στατιστικά σημαντικής σχέσης μεταξύ της προτίμησης των εφήβων για βιντεοπαιχνίδια που έχουν σχέση με ταινίες/σειρές/κόμικς/μουσική/διαμεσικούς κόσμους και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική τους ζωή. Οι έφηβοι που προτιμούν τέτοιου είδους βιντεοπαιχνίδια, φαίνεται πως προσλαμβάνουν ισχυρότερα κοινωνικά και πολιτικά μηνύματα και γίνονται πιο ευαισθητοποιημένοι συγκριτικά με τους έφηβους που δεν τα προτιμούν.

Η δημοφιλής κουλτούρα πρέπει να αντιμετωπιστεί ως ένα μέρος, στο οποίο όχι μόνο διαμορφώνουν ταυτότητες οι νέοι, αλλά όπου μπορούν επίσης να δημιουργηθούν νέες πολιτικές φόρμες, υποστηρίζει ο Dimitriadis (στο Dolby 2003: 13-14). Οι νέοι δεν είναι απολιτικοί, κατά τη γνώμη του, προβάλλοντας ως ένα επιχείρημα για τη συγκεκριμένη δήλωση την αντίδραση εφήβων πάνω σε δύο κείμενα για τη Μαύρη Δύναμη και το κίνημα των ανθρώπινων δικαιωμάτων: την ταινία *Panther* και το ντοκιμαντέρ *Eyes on the Prize*. Οι συγκεκριμένοι έφηβοι, αναφέρει, βρήκαν την ταινία πιο ρεαλιστική από το ντοκιμαντέρ, κάτι που δείχνει, όπως υποστηρίζει, ότι οι νέοι κατανοούν την πολιτική σημασία της ταινίας και ότι, επιπλέον, τη βρήκαν πιο ελκυστική από το ντοκιμαντέρ.

Η δημοκρατία δεν μπορεί να επιβληθεί μέσα από ένα σύνολο αρχών που πηγάζουν από ψηλά, αλλά πρέπει να ξεκινήσει από τον πυρήνα των ανθρώπινων ονείρων και επιθυμιών (Dolby 2003: 15), μέρος του οποίου είναι τα βιντεοπαιχνίδια που είναι 'βουτηγμένα' στη δημοφιλή

κουλτούρα. Όπως υποστηρίζει ο Jenkins, ίσως η δημοφιλής κουλτούρα να μπορεί να προετοιμάζει τον δρόμο για μια πιο ουσιαστική πολιτική κουλτούρα, προσδιορίζοντας ως βασικό εργαλείο της τα βιντεοπαιχνίδια (Jenkins 2006: 228), πόσο μάλλον όταν αυτά σχετίζονται με άλλα δημοφιλή μέσα.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα της δύναμης της δημοφιλούς κουλτούρας είναι η Συμμαχία Χάρι Πότερ (The Harry Potter Alliance, HPA), που δημιουργήθηκε το 2005 με πάνω από 100000 νέους ως μέλη. Μέσω της οργάνωσης συνδέονταν φανς της σειράς με μια σειρά από καμπάνιες και κλήσεις για δράση. Τα μέλη της συμμετείχαν σε διάφορες μορφές ακτιβισμού για τα ανθρώπινα δικαιώματα και, όπως υποστήριζαν, σκοπός τους ήταν να κάνουν την κοινωνικοπολιτική δέσμευση συναρπαστική, μετατρέποντας κορεσμένες όψεις της διασκέδασης σε κινητοποιήσεις για βαθιές και μακροπρόθεσμες αλλαγές. Μερικές από τις επιτυχίες της οργάνωσης ήταν η συγκέντρωση 123000 δολαρίων για την οργάνωση Partners in Health στην Ταϊτή, η συλλογή και η δωρεάν διάθεση βιβλίων σε κέντρα της κοινότητας και η εγγραφή ψηφοφόρων για δημοψηφίσματα Ίσου Γάμου (Equal Marriage) στη χώρα (Jenkins 2014: 36).

Ακόμα, βρήκαμε ότι οι έφηβοι που παίζουν παιχνίδια μέσω της πλατφόρμας *Roblox* πιστεύουν σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με εκείνους που δεν παίζουν στη σημασία της συνεργασίας, της βοήθειας σε άλλους, του εθελοντισμού, όπως επίσης, πιστεύουν περισσότερο στις ικανότητές τους να αντιμετωπίσουν κάποιο πρόβλημα στην περιοχή τους. Το *Roblox* παρακολουθεί σε μεγάλο βαθμό την ποπ κουλτούρα και οι δημιουργίες των χρηστών της περιστρέφονται γύρω από αυτή (χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το παιχνίδι *Squid game*, το οποίο είναι βασισμένο στην ομώνυμη σειρά του Netflix, η οποία προκάλεσε πολλές συζητήσεις και αποτελεί, σύμφωνα με τον δημιουργό της, μια μεταφορά για τον σκληρό καπιταλιστικό ανταγωνισμό (Μαλκέζη, 2021). Σκοπός μας είναι να διερευνηθούν, μέσω των συνεντεύξεων στο δεύτερο μέρος της έρευνας, οι παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες που παρέχει στους παίκτες η συγκεκριμένη πλατφόρμα παιχνιδιών, προκειμένου να ρίξουμε περισσότερο φως στο συγκεκριμένο αποτέλεσμα.

Πέρα από την πλατφόρμα *Roblox*, άλλα βιντεοπαιχνίδια που συσχετίστηκαν στατιστικά σημαντικά με την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική ζωή ήταν το *Minecraft*, το οποίο αποτελεί ένα δημοφιλές παιχνίδι που έχει αξιοποιηθεί αρκετά και στον χώρο της εκπαίδευσης, αλλά και δύο βίαιου περιεχομένου παιχνίδια, και συγκεκριμένα το

παιχνίδι δράσης *Call of Duty* και κυρίως το *Grand Theft Auto (GTA)*, παιχνίδι δράσης-περιπέτειας ανοικτού κόσμου. Πρόκειται για ένα ενδιαφέρον εύρημα, το οποίο, επίσης, προσδοκούμε να κατανοήσουμε μέσω των συνεντεύξεων στη συνέχεια της μελέτης. Όπως διαπιστώθηκε στο πρώτο μέρος, οι έφηβοι που παίζουν *GTA* ενημερώνονται σε μεγαλύτερο βαθμό για κοινωνικοπολιτικά ζητήματα από τους έφηβους που δεν παίζουν *GTA*, ψάχνουν σχετικές διαδικτυακές πληροφορίες και συζητούν περισσότερο με τους γονείς τους για την πολιτική. Και στην περίπτωση του *GTA* θα υποστηρίζαμε, όπως και στην περίπτωση του *Roblox*, ότι πρόκειται για ένα βιντεοπαιχνίδι που σχετίζεται με τη δημοφιλή κουλτούρα. Παραδείγματος χάριν, στο παιχνίδι ακούγονται διάφορα μουσικά hit records, όπως η gangsta rap, με στίχους κοινωνικοπολιτικούς που μιλάνε, για παράδειγμα, για την αστυνομική βία, την ανεργία και τη σκληρή ζωή του γκέτο (Murray 2005: 91, 94).

Επίσης, κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες που έχουν οι έφηβοι κατά τη διάρκεια του βιντεοπαιχνιδιού, όπως είναι η καθοδήγηση άλλων παικτών, η οργάνωση ομάδων, ο αναστοχασμός πάνω σε ηθικά ζητήματα, η πληροφόρηση για κοινωνικά θέματα και κοινωνικά προβλήματα και η συμβολή στη λήψη αποφάσεων για διάφορα ζητήματα, συσχετίστηκαν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό με τις κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές τους στην πραγματική ζωή· αποτελέσματα που ενισχύουν και εμπλουτίζουν τα αποτελέσματα της έρευνας της Lenhart και των συνεργατών της (2008), οι οποίοι είχαν διαπιστώσει ότι οι έφηβοι που είχαν περισσότερες κοινωνικοπολιτικές παιχνιδιώδεις εμπειρίες εκδήλωναν μεγαλύτερη δέσμευση σε κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην πραγματική ζωή, συγκριτικά με τους έφηβους που είχαν λίγες εμπειρίες αυτού του είδους.

Ο Ντιούι είχε μιλήσει για τη δύναμη της εμπειρίας, για το ότι η γνώση δημιουργείται μέσω της μεταμόρφωσης της εμπειρίας, ήτοι η εκπαίδευση εξελίσσεται εντός των ορίων της εμπειρίας (Kolb 1984: 38 · Ντιούι 1980: 18), και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια συνιστούν ένα κοινωνικό περιβάλλον που μπορεί να παρέχει τις εμπειρίες εκείνες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη. Για παράδειγμα, η λήψη αποφάσεων για τη διαχείριση μιας εικονικής πόλης ή για την οργάνωση μιας ομάδας που πραγματοποιεί ένας παίκτης σε ένα βιντεοπαιχνίδι, μπορεί να ενισχύσει την πρωτοβουλία του, να προκαλέσει την περιέργειά του οδηγώντας τον να ενημερώνεται περισσότερο για τον κόσμο, να τον ωθήσει να θέτει στόχους, να τον ευαισθητοποιήσει απέναντι σε διάφορα κοινωνικά ζητήματα, να ενεργοποιήσει την κριτική του ικανότητα, και όλα αυτά, με

τη σειρά τους, να συμβάλλουν στο να αντιμετωπίζει καλύτερα παρεμφερή ζητήματα στον αληθινό κόσμο στο παρόν και στο μέλλον (Ντιουι 1980: 15-17, 26).

Ακόμα, οι έφηβοι που έχουν συχνότερα την εμπειρία του να παρατηρούν άλλους παίκτες να φέρονται γενναιόδωρα απέναντι σε συμπαίκτες ή/και να φέρονται επιθετικά κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού, όπως και να βλέπουν άλλους παίκτες να επεμβαίνουν για να σταματήσουν τις αρνητικές συμπεριφορές άλλων παικτών, είναι οι έφηβοι εκείνοι που εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην πραγματική τους ζωή. Παραδείγματος χάριν, αυτά τα παιδιά προσπαθούν, σε μεγαλύτερο βαθμό από εκείνα που έχουν λίγες τέτοιες παιχνιδιώδεις εμπειρίες, να βοηθούν άτομα που βρίσκονταν σε ανάγκη, ενδιαφέρονται για πολιτικά θέματα και συζητούν με τους γονείς του γι' αυτά, πιστεύουν στη δύναμη της διαμαρτυρίας να αλλάξει άδικες καταστάσεις ή προσδοκούν ότι στο μέλλον μπορεί να είναι αυτά τα ίδια που θα κάνουν τη διαφορά για το κοινό καλό.

Ο Redl (στο Χρηστάκης 2010: 248-251) αναφέρεται σε συγκεκριμένους τύπους κεντρικών προσώπων γύρω από τα οποία παράγονται οι διεργασίες της ομαδικής συγκρότησης προκαλώντας στα άτομα ομαδικές συγκινήσεις. Ένας τύπος κεντρικού προσώπου είναι ο ήρωας, δηλαδή το παιδί που επαναστατεί εναντίον του τυράννου για τον άσχημο τρόπο με τον οποίο συμπεριφέρεται σε έναν συμμαθητή του. Μέσω της επανάστασης αυτής το παιδί γίνεται αντικείμενο ταύτισης και θαυμασμού, δείχνοντας στους άλλους ότι μπορούν επίσης να εκφραστούν ελεύθερα, να τολμήσουν και να δράσουν. Μεταφέροντας τα παραπάνω στον χώρο των βιντεοπαιχνιδιών, μπορεί να υποστηριχτεί ότι οι παίκτες που επεμβαίνουν προκειμένου να σταματήσουν έναν 'κακό' παίκτη και συνηθίζουν να βοηθούν τους συμπαίκτες τους, θα μπορούσαν να παραλληλιστούν με αυτόν τον τύπο ήρωα, αποτελώντας ένα πρότυπο μίμησης. Πρόκειται για μια θεώρηση που θα μπορούσε να εξηγεί τη σχέση που βρήκαμε. Αντιστοίχως, με βάση την παραπάνω λογική, εκείνοι οι παίκτες που εκδηλώνουν άσχημη συμπεριφορά στο παιχνίδι, μπορεί να λειτουργούν ως πρότυπα αποφυγής, κάτι που μπορεί να εξηγεί την, επίσης, στατιστικά σημαντική σχέση που βρήκαμε ανάμεσα στους έφηβους που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να φέρονται επιθετικά ή βίαια στο παιχνίδι και στη μεγαλύτερη ευαισθητοποίησή τους σε κοινωνικοπολιτικά ζητήματα του αληθινού κόσμου.

Στα παραπάνω θα μπορούσε να προστεθεί και η επίδραση της απεξανομίκευσης. Η Madigan (2016: 6) αναφέρει ότι η τοξική συμπεριφορά κάποιων παικτών στα βιντεοπαιχνίδια

οφείλεται στην απεξανομίκευση, η οποία είναι μια πνευματική κατάσταση, κατά την οποία η ταυτότητα του ατόμου χάνεται στο πίσω μέρος των σκέψεων του, με το άτομο να γίνεται ιδιαίτερα ευαίσθητο στα σήματα του περιβάλλοντος και των ανθρώπων γύρω του, και η οποία κατάσταση προκαλείται τόσο από την ανωνυμία του παίκτη («δεν μπορείς να με δεις») όσο και από την αορατότητα μπροστά στα ίδια του τα μάτια («δεν μπορώ να με δω»). Η απεξανομίκευση, ωστόσο, μπορεί να έχει και θετικά αποτελέσματα και να κάνει τους παίκτες πιο ευγενικούς και βοηθητικούς, αν το εξωτερικό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από σαφήνεια και είναι κατευθυντικό όσον αφορά τους τρόπους συμπεριφοράς και του τι θεωρείται αρμοστή συμπεριφορά.

Μπορεί, ακόμα, όλες αυτές οι καταστάσεις που βιώνουν οι έφηβοι στα βιντεοπαιχνίδια να τους προβληματίζουν σε μεγάλο βαθμό, ωθώντας τους σε συζητήσεις με τους γονείς τους. Ίσως, επίσης, η επέμβαση κάποιων παικτών να σταματήσουν τις επιθετικές συμπεριφορές άλλων παικτών να απέφερε θετικά αποτελέσματα, και το γεγονός αυτό να ενίσχυσε την πίστη τους στην αποτελεσματικότητα της διαμαρτυρίας, και γι' αυτό οι έφηβοι αυτοί να πιστεύουν σε μεγαλύτερο βαθμό στη δύναμη της διαμαρτυρίας σε σχέση με εκείνους που δεν έχουν τέτοιες εμπειρίες συχνά. Όπως και να έχει, ελπίζουμε και εδώ να μπορέσουμε να αποσαφηνίσουμε περισσότερο τα συγκεκριμένα αποτελέσματα μέσω των συνεντεύξεων.

Αν και δεν βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στους έφηβους που παίζουν μαζί με τους γονείς και στους έφηβους που παίζουν με άλλους διαδικτυακά ή μόνοι τους, όσον αφορά τη γενικότερη εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή, εντούτοις παρατηρήθηκε ότι οι έφηβοι που παίζουν πολύ συχνά βιντεοπαιχνίδια με τους γονείς τους ή παίζουν τις περισσότερες φορές μαζί τους, ενδιαφέρονται περισσότερο για τα πολιτικά δρώμενα και συζητούν για κοινωνικοπολιτικά θέματα μαζί τους, ενώ επιπλέον, χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση όσον αφορά τις ικανότητές τους να ανταπεξέλθουν σε ένα πρόβλημα που μπορεί να παρουσιαστεί στην περιοχή τους. Επιπρόσθετα, είδαμε ότι οι έφηβοι που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, πιστεύουν στη σημασία της δράσης για τα όσα συμβαίνουν γύρω μας και αντιμετωπίζουν τον εθελοντισμό ως μια δραστηριότητα που επιθυμούν να συμπεριληφθεί στην καθημερινότητά τους αφότου ενηλικιωθούν.

Τα παιδιά στην εφηβεία μπορεί να αρχίζουν να ανεξαρτητοποιούνται και να περνούν τον περισσότερο χρόνο τους με φίλους, αλλά, την ίδια στιγμή, είναι ακόμα εξαρτημένα συναισθηματικά από τους γονείς τους και επηρεάζονται από αυτούς, πόσο μάλλον όταν έχουν

τεθεί προηγουμένως οι βάσεις μιας υγιούς επικοινωνίας μεταξύ τους, που οδηγούν το παιδί να αναπτύξει περισσότερες κοινωνικές δεξιότητες και αυτοεκτίμηση (Μπότσαρη 2002: 50 · Kegan 1975: 1010). Η ασφαλής προσκόλληση στους γονείς κατά την εφηβεία έχει συσχετιστεί με την υψηλότερη αυτοεκτίμηση του παιδιού και την επίτευξη, από τη μεριά του, της κεκτημένης ταυτότητας, η οποία ισοδυναμεί με την καλή ψυχοκοινωνική προσαρμογή (Μπότσαρη 2002: 32, 47-8). Αναμενόμενο είναι, λοιπόν, οι έφηβοι που περνούν περισσότερο χρόνο με τους γονείς τους, να επηρεάζονται από αυτούς και να ενδυναμώνεται η σχέση τους μαζί τους, όπως έδειξαν και διάφορες έρευνες (Yee 2016 · Padilla et al. 2012 · Vella et al. 2019). Αντιθέτως, όπως διαπιστώθηκε από την παρούσα έρευνα, οι έφηβοι που παίζουν συνήθως μόνοι τους, δεν έχουν την επικοινωνία εκείνη με τους γονείς τους που έχουν οι έφηβοι που συνηθίζουν να παίζουν μαζί τους. Δεν συζητούν, δηλαδή, μαζί τους για πολιτικά θέματα, ούτε ενδιαφέρονται για τις απόψεις τους πάνω στην πολιτική.

Από την άλλη, βρέθηκε, με μικρές διαφορές, ότι οι έφηβοι που παίζουν συνήθως μόνοι τους, πιστεύουν σε μεγαλύτερο βαθμό από τους έφηβους που παίζουν συνήθως με φίλους στον ίδιο χώρο στη δύναμη της διαμαρτυρίας και στο καθήκον μας να εναντιωνόμαστε απέναντι στις κοινωνικές ανισότητες, όπως επίσης, ότι οι έφηβοι που παίζουν συχνότερα με φίλους στον ίδιο χώρο πιστεύουν σε μικρότερο βαθμό στη σημασία της διαμαρτυρίας και της καταπολέμησης της αδικίας σε σχέση με όσους έφηβους δεν παίζουν συχνά με φίλους στον ίδιο χώρο. Μια πιθανή ερμηνεία για τα παραπάνω είναι ότι ενδεχομένως οι έφηβοι που παίζουν μόνοι, έχουν περισσότερες ευκαιρίες και λιγότερους αντιπερισπασμούς, προκειμένου να προβληματιστούν για διάφορα θέματα, ενώ όταν παίζουν με φίλους στον ίδιο χώρο έχουν ως βασικό σκοπό να διασκεδάσουν και να περάσουν καλά μαζί τους, κάνοντας χαβαλέ και αποφεύγοντας ‘σοβαρές’ συζητήσεις. Επίσης, σε αντίθεση με τα αποτελέσματα της έρευνας της Lenhart και των συνεργατών της (2008), οι οποίοι είχαν διαπιστώσει ότι οι έφηβοι που παίζουν με άλλους στον ίδιο χώρο, εκδηλώνουν μεγαλύτερη δέσμευση απέναντι σε διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην καθημερινότητα τους σε σχέση με εκείνους που παίζουν διαδικτυακά με άλλους, δεν βρέθηκε στην παρούσα έρευνα κάποια στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στους έφηβους που παίζουν με άλλους στον ίδιο χώρο και στους έφηβους που παίζουν μόνοι ή με άλλους διαδικτυακά, όσον αφορά την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή.

Η επίσκεψη, ακόμα, των εφήβων σε διαδικτυακές σελίδες σχετικές με τα παιχνίδια που παίζουν ή η συμμετοχή τους σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά συσχετίστηκε στατιστικώς σημαντικά με το ενδιαφέρον τους για την πολιτική, την επικοινωνία που έχουν με τους γονείς τους για πολιτικά θέματα και την πίστη τους στις ικανότητες να φέρουν εις πέρας ένα πρόβλημα που μπορεί να συναντήσουν στην κοινότητά τους, ενισχύοντας μερικώς τα αποτελέσματα της έρευνας της Lenhart και των συνεργατών της (2008). Παραδείγματος χάριν, η Lenhart (2008: 46-47) είχε βρει ότι από τους έφηβους που ψάχνουν για τρέχοντα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην καθημερινότητά τους, το 70% επισκέπτεται διαδικτυακές σελίδες σχετικές με βιντεοπαιχνίδια, το 73% συμβάλει σε αυτές (πχ, γράφει σε αυτές ή συμμετέχει σε διαδικτυακές συζητήσεις), και το 60% παίζει βιντεοπαιχνίδια αλλά δεν επισκέπτεται τέτοιου είδους ιστοσελίδες. Η δική μας έρευνα βρήκε ότι ένα 47,5% των εφήβων που επισκέπτεται συχνά ιστοσελίδες σχετικές με τα βιντεοπαιχνίδια που παίζει ή συμμετέχει σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά, ψάχνει διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα σε σχέση με ένα 32,5% των εφήβων που δεν συνηθίζει να τις επισκέπτεται. Η η Lenhart (2008: 46-47) διαπίστωσε ότι ένα 61% των εφήβων που επισκέπτεται διαδικτυακές σελίδες σχετικές με βιντεοπαιχνίδια και ένα 67% που συμβάλει σε αυτές, ενημερώνεται για τα τρέχοντα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα στην καθημερινότητά του σε σχέση με ένα 58% που δεν επισκέπτεται τέτοιες σελίδες. Και η δική μας έρευνα βρήκε ότι ένα 51,5% των εφήβων που επισκέπτεται συχνά τέτοιου είδους ιστοσελίδες ή συμμετέχει σε συζητήσεις σε αυτές, ενημερώνεται για τα τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά γεγονότα στην πραγματική του ζωή σε σχέση με ένα 42,6% των εφήβων που δεν συνηθίζει να τις επισκέπτεται.

Αναφορικά, τέλος, με τη συσχέτιση μεταξύ της συχνότητας και της διάρκειας του παιξίματος βιντεοπαιχνιδιών και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική ζωή, αυτό που βρήκαμε ήταν ότι οι έφηβοι που παίζουν πολλή ώρα, από μία ώρα και πάνω, εκδηλώνουν σε μικρότερο βαθμό θετική προδιάθεση για εθελοντικές δραστηριότητες στο μέλλον και χαμηλότερη αυτοπεποίθηση ως προς τις ικανότητές τους να δράσουν αποτελεσματικά για την επίλυση ενός προβλήματος στην κοινότητά τους σε σχέση με τους έφηβους που παίζουν λιγότερη ώρα· αποτελέσματα που δεν συμφωνούν με τα αποτελέσματα της Lenhart και των συνεργατών της (2008), που δεν είχαν βρει στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στην εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική ζωή και στη διάρκεια παιξίματος, και που συμφωνούν εν μέρει με τα συμπεράσματα του Przybylski (2014), που είχε διαπιστώσει ότι τα παιδιά που αφιερώνουν περισσότερο από τον μισό ελεύθερο

χρόνο τους στα βιντεοπαιχνίδια, παρουσιάζουν μικρότερου βαθμού φιλοκοινωνική συμπεριφορά στην καθημερινότητά τους. Ως προς τις άλλες εξεταζόμενες μεταβλητές, όσον αφορά τις κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην πραγματική ζωή, δεν βρέθηκε κάποιου είδους σημαντική συσχέτιση.

11. Δεύτερο Μέρος: Ποιοτική έρευνα

11.1. Συνέντευξη

Για τη συγκέντρωση των ποιοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκαν 29 ημιδομημένες συνεντεύξεις εις βάθος και δύο εστιασμένες ομαδικές συνεντεύξεις των έξι και επτά ατόμων αντίστοιχα, όλες απευθυνόμενες αποκλειστικά σε παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Με τις προσωπικές συνεντεύξεις εις βάθος, επιδίωξη ήταν – μέσω συζητήσεων χαλαρών, έτσι ώστε οι συνεντευξιαζόμενοι να εκφράζουν ελεύθερα τις απόψεις και τα συναισθήματά τους –, η συγκέντρωση πλούσιων και αναλυτικών πληροφοριών σχετικά με τον κόσμο των ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Στόχος ήταν να αντληθούν οι μέγιστες δυνατές πληροφορίες για τις εμπειρίες τους με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, οι απόψεις τους, οι ιδέες τους, οι ερμηνείες τους. Με τις ομαδικές συνεντεύξεις, προσδοκία ήταν η αξιοποίηση της αναπτυσσόμενης ενδο-ομαδικής δυναμικής για τη συγκέντρωση μίας ποικιλίας χρήσιμων δεδομένων γρήγορα και οικονομικά. Οι δυναμικές της ομάδας βοηθάνε στην εστίαση των πιο σημαντικών θεμάτων, ενώ επιπλέον, οι συμμετέχοντες παρακινούνται από τις σκέψεις και τα σχόλια των υπόλοιπων, νιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια με όμοιους τους, εκφράζονται χωρίς άγχος και τείνουν να απολαμβάνουν την όλη διαδικασία, κάτι που τους οδηγεί σε ακόμα πιο αυθόρμητες περιγραφές των συναισθημάτων, των στάσεων και των συμπεριφορών τους. Εντούτοις, ο αριθμός των ερωτήσεων που μπορεί να καλυφθεί σε μια ομαδική συνέντευξη είναι περιορισμένος (Creswell, 2011: 257 · Ιωσηφίδης, 2001 · Hancock 2002: 10-11 · Mason, 2011: 74-76 · Maxwell: 221, 232 · Robson: 332-339 · Χρηστάκης, 2010: 162).

Οι ερωτήσεις στις συνεντεύξεις βασίζονταν πάνω σε έναν οδηγό θεμάτων και περιστρέφονταν γύρω από τέσσερις βασικούς άξονες. Ο πρώτος είχε να κάνει με τις προτιμήσεις των εφήβων απέναντι στα εξεταζόμενα μέσα ψυχαγωγίας (ηλεκτρονικά παιχνίδια, κινηματογράφο, τηλεόραση, μουσική και ανάγνωση κόμικς), στις συγκλίσεις αυτών και στους λόγους που επιλέγονται, αν επιλέγονται. Ο δεύτερος άξονας αφορούσε τις αναπαραστάσεις τους για τη σχέση των βιντεοπαιχνιδιών με την τέχνη και τις απόψεις τους για την αξία τους. Ο τρίτος άξονας επικεντρώθηκε σε τίτλους βιντεοπαιχνιδιών που παίζουν αυτή την περίοδο, στην ιστορία τους, στο τι τους γοητεύει σε αυτά, στους αγαπημένους χαρακτήρες τους, ενώ επιπρόσθετα αναζητήθηκαν οι λόγοι που αρέσει το στοιχείο της επιβίωσης. Και ο τέταρτος άξονας αφορούσε, κυρίως, τη διερεύνηση των κοινωνικοπολιτικών εμπειριών που έχουν οι έφηβοι κατά τη διάρκεια των βιντεοπαιχνιδιών καθώς επίσης αναζητήθηκαν εν συντομία και οι κοινωνικοπολιτικές στάσεις

και συμπεριφορές τους στην πραγματική ζωή. Όπως σχολιάζει ο Kanhe (2009), αναφερόμενος στην έρευνα *Teens, videogames and civics* (2008), οι εμπειρίες των παιδιών που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια χρειάζονται εις βάθος διερεύνηση, προκειμένου να καταλάβουμε τι νοήματα αντλούν οι έφηβοι όταν, για παράδειγμα, έρχονται αντιμέτωποι με επιθετικές συμπεριφορές άλλων παικτών ή με παρεμβάσεις συμπαικτών απέναντι σε αυτές, όταν αλληλεπιδρούν με άλλους για να αντιμετωπίσουν συγκεκριμένα ζητήματα/προβλήματα. (Το πρωτόκολλο συνέντευξης περιέχεται στο Παράρτημα Θ).

11.2. Συμμετέχοντες

Η επιλογή του δείγματος έγινε μέσω σκόπιμης δειγματοληψίας (*purposeful sampling*)⁵² τόσο για τις ατομικές συνεντεύξεις όσο και για τις ομαδικές (Creswell, 2011: 244). Βασικά κριτήρια για την επιλογή των συνεντευξιζόμενων ήταν να αποτελούν μέλη της πρώιμης και μέσης εφηβικής περιόδου και να είναι παίκτες ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Επίσης, επιδιώχθηκε οι έφηβοι να αποτελούνται και από τα δύο φύλα, να προέρχονται από διάφορες περιοχές του Νομού Λάρισας και από διάφορες κοινωνικές ομάδες, προκειμένου να συλλεχθούν ποικίλες πληροφορίες. Από ένα σημείο και μετά, καθώς εξελισσόταν η διαδικασία των συνεντεύξεων και αυξανόταν ο αριθμός των συμμετεχόντων, η αναζήτηση των έφηβων παικτών έγινε πιο συγκεκριμένη, με την αναζήτησή μας να επικεντρώνεται στα βιντεοπαιχνίδια που έπαιζαν, καθώς επιθυμούσαμε πληροφόρηση για το *Grand Theft Auto* και την πλατφόρμα *Roblox*. Οι συμμετέχοντες συνολικά έφτασαν τους 42, εκ των οποίων τα 29 ήταν αγόρια και τα 13 κορίτσια.

Η στρατολόγηση των εφήβων έγινε με δύο τρόπους. Ο πρώτος τρόπος ήταν να απευθυνθούμε σε γνωστά άτομα σε προσωπικό και επαγγελματικό επίπεδο, όπως σε ιδιοκτήτες κέντρων ξένων γλωσσών, λόγω της επαγγελματικής απασχόλησης της ερευνήτριας σε εκδοτικό οίκο αγγλικών εκπαιδευτικών βιβλίων. Ήταν ένας σχετικά γρήγορος τρόπος εύρεσης εφήβων πρόθυμων να συνεργαστούν στην έρευνα, και η ανταπόκριση ήταν πολύ ικανοποιητική. Ο δεύτερος τρόπος ήταν να επισκεφτούμε δύο γνωστά καταστήματα στην πόλη της Λάρισας, τόπο κατοικίας της ερευνήτριας. Το πρώτο ήταν ένα κατάστημα ενοικίασης/αγοράς βιντεοπαιχνιδιών, στο οποίο, μετά από συνομιλία με τους υπεύθυνους, δόθηκαν έντυπα ενδιαφέροντος συμμετοχής για την

⁵² Στην σκόπιμη δειγματοληψία, οι ερευνητές επιλέγουν εκ προθέσεως άτομα, τα οποία θα μπορέσουν να τους παρέχουν ένα πλούτο πληροφοριών για το κεντρικό φαινόμενο (Creswell 2011: 244).

έρευνα, προκειμένου να μοιραστούν στους έφηβους επισκέπτες. Η συγκεκριμένη κίνηση δεν βρήκε την αναμενόμενη ανταπόκριση. Το δεύτερο κατάστημα ήταν ένα κομιξάδικο. Συνομιλήσαμε με τον ιδιοκτήτη, ο οποίος μας βοήθησε στην εύρεση ενδιαφερόμενων μέσω κάποιων σεμιναρίων που έκανε σχετικά με τη δημιουργία κόμικς. Βρήκε έφηβους παίκτες βιντεοπαιχνιδιών, που ήταν, συγχρόνως, και αναγνώστες κόμικς, εκ των οποίων επιλέχθηκε μόνο ο ένας, καθώς ήμασταν ήδη προς το τέλος της έρευνας και αναζητούσαμε συγκεκριμένες ηλικίες παιδιών (μαθητές Λυκείου).

11.3. Ερευνητική διαδικασία – Ηθικά ζητήματα

Οι συνεντεύξεις έλαβαν χώρα από τον Απρίλιο του 2023 μέχρι και τον Νοέμβριο του 2023. Οι ατομικές συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν με δύο τρόπους: α) δια ζώσης και β) διαδικτυακά. Δεκαέξι εξ αυτών έγιναν δια ζώσης. Επίσης, οι δεκαπέντε ατομικές συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν σε χώρους κέντρων ξένων γλωσσών. Οι συγκεκριμένοι χώροι παραχωρήθηκαν με προθυμία από τους ιδιοκτήτες, οι οποίοι είχαν φροντίσει για την ομαλή διεξαγωγή των συνεντεύξεων (κυρίως για την επικράτηση ησυχίας κατά τη διάρκειά τους). Πριν την πραγματοποίηση των συνεντεύξεων, είχαν προηγηθεί συζητήσεις των ιδιοκτητών των κέντρων ξένων γλωσσών με τους γονείς των μαθητών τους, προκειμένου να εξασφαλιστεί η (έγγραφη) συγκατάθεσή τους για τη συμμετοχή στην έρευνα, ενώ επιπλέον, όπου χρειάστηκε, μίλησε και η ερευνήτρια με τους γονείς. Οι υπόλοιπες δεκαέξι συνεντεύξεις υλοποιήθηκαν μέσω διαδικτύου (μέσω skype) σε ώρες που μπορούσαν τα παιδιά και ήταν, επιπλέον, ξεκούραστα (για να ενισχυθεί η εγκυρότητα των συνεντεύξεων), και αφού είχε προηγηθεί συζήτηση της ερευνήτριας με τους γονείς και τα παιδιά, και είχε υπογραφεί το έντυπο συναίνεσης. Τα έντυπα συναίνεσης που συντάχθηκαν για την εξασφάλιση των απαραίτητων αδειών τόσο για τους γονείς όσο και για τους μαθητές (και τα οποία ενημέρωναν για τον σκοπό της μελέτης και τα δικαιώματα των συμμετεχόνων) παρατίθενται στο Παράρτημα Ι.

Οι δύο ομαδικές συνεντεύξεις έγιναν αποκλειστικά δια ζώσης σε αίθουσες κέντρων ξένων γλωσσών. Οι ιδιοκτήτες κανόνισαν τις ημερομηνίες και τις ώρες των συναντήσεων, έτσι ώστε να κυλήσουν όλα ομαλά, ενώ επιπλέον, διαρκές μέλημα της ερευνήτριας ήταν να μην προκαλέσει την παραμικρή αναστάτωση. Και στις δύο ομαδικές συνεντεύξεις συμμετείχαν έφηβοι από διαφορετικές τάξεις που γνωρίζονταν μεταξύ τους, κάτι που συνέβαλλε στην ύπαρξη πολυφωνίας, καθώς επίσης, στη δημιουργία μιας όμορφης ατμόσφαιρας, φιλικής, παρεισθητικής. Σταθερή

επιδίωξη της ερευνήτριας ήταν να απευθύνεται σε όλους τους συμμετέχοντες, για να μην υποσκελιστούν τα πιο λιγομίλητα παιδιά. (Creswell, 2011: 268 · Robson, 2010: 338-339).

Όλοι οι έφηβοι ενημερώνονταν από την αρχή για τον σκοπό της έρευνας και για το γενικό περιεχόμενο της συνέντευξης. Τονίζόταν, ακόμα, η εξασφάλιση της ανωνυμίας τους (μέσω της απόδοσης ψευδώνυμων στη διαδικασία αναφοράς των δεδομένων), αν και ήταν ένα στοιχείο που δεν τους προβλημάτιζε καθόλου. Πριν την έναρξη των συνεντεύξεων, ζητούνταν η άδειά τους για τη μαγνητοφώνηση και την παράλληλη καταγραφή χειρόγραφων σημειώσεων. Επιδίωξη ήταν η εδραίωση μίας σχέσης εμπιστοσύνης και καλής συνεργασίας με τους συμμετέχοντες, προκειμένου να μειωθεί ο πιθανός κίνδυνος μεροληψίας, ενώ επιπλέον, προηγούνταν των συνεντεύξεων άτυπες συζητήσεις για να σπάσει ο πάγος και να αναπτυχθεί κάποιου είδους εξοικείωση (Creswell, 2011: 268-270). Επίσης, οι συνεντευξιζόμενοι δεν ήταν γνωστοί στην ερευνήτρια εκ των προτέρων, με εξαίρεση έναν έφηβο, ο οποίος είχε δώσει και την πρώτη (πιλοτική, κατά κάποιον τρόπο) συνέντευξη. Το γεγονός αυτό συνέβαλλε θετικά στη διατήρηση μίας στάσης αντικειμενικότητας στη συμπεριφορά της ερευνήτριας. Η προσπάθεια, επιπρόσθετα, ελέγχου της επίδρασης της παρουσίας της ερευνήτριας στους συμμετέχοντες και η διατήρηση μίας στάσης καλής ακροάτριας αποτέλεσαν διαρκείς βασικές έγνοιες.

Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, στόχος ήταν η κατοχύρωση απαντήσεων σε όλες τις ερωτήσεις, προκειμένου να μεγιστοποιηθεί η εγκυρότητα των ευρημάτων, αν και αυτό δεν ήταν πάντα εφικτό, λόγω έλλειψης χρόνου ή/και επικέντρωσης σε συγκεκριμένα ζητήματα που έχριζαν περαιτέρω συζήτησης. Χρησιμοποιήθηκαν, ακόμα, βολιδοσκοπήσεις (probes), προκειμένου να αναπτυχθούν περισσότερο συγκεκριμένα θέματα, αλλά και για να αποσαφηνιστούν κάποια άλλα, και αναζητούνταν κάθε τόσο ανατροφοδότηση από τους συμμετέχοντες, προκειμένου να αποφευχθούν λάθος ερμηνείες και να αναχαιτιστεί η παρείσφρηση πιθανών προσωπικών προκαταλήψεων στην έρευνα. Στο τέλος των συνεντεύξεων, δίνονταν, επίσης, σε όλα τα παιδιά συμβολικά δώρα (σχετικά με το gaming), ως μια μορφή ανταπόδοσης, ως μια μικρή ανταμοιβή για τη διάθεσή τους να βοηθήσουν στην έρευνα και να συνεργαστούν (Creswell, 2011: 260, 271 · Robson, 2010: 328).

11.4. Διαδικασία ανάλυσης ευρημάτων

Η ανάλυση των δεδομένων έγινε με το κλασικό τρόπο (με το χέρι), χωρίς τη χρήση ειδικών προγραμμάτων, προκειμένου η επαφή με τα δεδομένα να είναι όσο το δυνατόν πιο άμεση. Μετά

την απομαγνητοφώνηση των συνεντεύξεων και κατά τη μελέτη των συνεντεύξεων, άρχισε η θεματική κωδικοποίηση των ευρημάτων. Εντοπίζονταν λέξεις-κλειδιά, που σχετίζονταν με τα ερευνητικά ερωτήματα και με συγκεκριμένες έννοιες. Με βάση τους κωδικούς αυτούς, χωρίζονταν οι συνεντεύξεις σε τμήματα πληροφοριών. Οι λέξεις-κλειδιά σταδιακά μειώνονταν σε αριθμό, καθώς οι παρόμοιες έννοιες ομαδοποιούνταν και συγχωνεύονταν, ενώ επιπρόσθετα, επιλέγονταν τα αποσπάσματα εκείνα των συνεντεύξεων που αποτελούσαν εμπειρικές αποδείξεις των ζητούμενων. Παράλληλα, κατά τη διάρκεια της ανάλυσης, τηρούνταν υπομνήματα (παρατηρήσεις και ερμηνείες).

Καθόλη τη διάρκεια του ποιοτικού μέρους της έρευνας, τηρούνταν μία πλήρη καταγραφή των δραστηριοτήτων, από τις χειρόγραφες σημειώσεις των συνεντεύξεων μέχρι τις λεπτομέρειες για την κωδικοποίηση-ανάλυση των δεδομένων, προκειμένου να ελαχιστοποιηθεί η απειλή της προσωπικής μεροληψίας. Εντέλει, δημιουργήθηκαν οκτώ κατηγορίες που αντιστοιχούσαν τόσο στους βασικούς θεματικούς άξονες των ερευνητικών ερωτημάτων της έρευνας όσο και σε συγκεκριμένα θέματα, στα οποία μάς οδήγησαν τα αποτελέσματα του πρώτου μέρους της έρευνας και στα οποία επιθυμούσαμε να εντυφώσουμε με περισσότερες λεπτομέρειες (Creswell, 2011: 283-284 · Robson, 2010: 206, 208, 544, 467 · Mason 2011: 197-201 · Maxwell 2013: 144-145). Αναλυτικότερα, επιχειρήθηκε μια πιο αναλυτική εξέταση συγκεκριμένων θεμάτων που εξάχθηκαν από το πρώτο μέρος της έρευνας, όπως είναι οι χαρακτήρες των βιντεοπαιχνιδιών που προσελκύουν ένα μεγάλο μέρος των εφήβων και το στοιχείο της επιβίωσης που δίνει αξία σε ένα βιντεοπαιχνίδι. Επιδιώχθηκε μια πιο ενδελεχής ανάλυση σχετικά με τις αναπαραστάσεις των εφήβων για την αξία των βιντεοπαιχνιδιών και τη σχέση τους με την τέχνη, καθώς και οι απόψεις τους για τη σχέση των ηλεκτρονικών παιχνιδιών με άλλα μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας. Και διερευνήθηκαν οι κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες που έχουν τα παιδιά στα διάφορα βιντεοπαιχνίδια, ανάμεσα στα οποία αναζητήσαμε και εκείνες στο *Grand Theft Auto* και στο *Roblox*).

Οι κατηγορίες που δημιουργήθηκαν, βασισμένες σε έναν συνδυασμό κυριολεκτικής και ερμηνευτικής ανάγνωσης, είναι οι ακόλουθες:

- 1.Αναπαραστάσεις των εφήβων για την έλξη που ασκεί το στοιχείο της επιβίωσης
- 2.Αναπαραστάσεις των εφήβων για τους αγαπημένους τους χαρακτήρες
- 3.Αναπαραστάσεις των εφήβων για τα βιντεοπαιχνίδια που έχουν σχέση με ταινίες, τηλεοπτικές σειρές, κόμικς, διαμεσικούς κόσμους, μουσική

4. Αναπαραστάσεις των εφήβων για τη σχέση των βιντεοπαιχνιδιών με την τέχνη
5. Αναπαραστάσεις των εφήβων για την αξία των βιντεοπαιχνιδιών
6. Κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες που παρέχουν τα βιντεοπαιχνίδια
7. Κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες στο *Roblox*
8. Κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες στο *Grand Theft Auto*

12. Ευρήματα του δεύτερου μέρους της έρευνας

Πριν την παρουσίαση των βασικών ευρημάτων, γίνεται μια σύντομη αναφορά στις προτιμήσεις και τις συνήθειες των εφήβων αναφορικά με τα εξεταζόμενα μέσα δημοφιλούς κουλτούρας, η οποία ενισχύει τα αποτελέσματα του πρώτου μέρους της έρευνας.

12.1. Προτιμήσεις και συνήθειες

Η ανάγνωση των κόμικς και η παρακολούθηση της τηλεόρασης ανήκουν στις λιγότερο αγαπημένες δραστηριότητες των συνεντευξιζόμενων, κάτι που είχαμε διαπιστώσει και στο πρώτο μέρος της έρευνάς μας (αν και η παρακολούθηση τηλεόρασης είναι μια δραστηριότητα που εμπεριέχεται στις συνήθειές τους). Η τηλεόραση δεν αρέσει στους περισσότερους έφηβους (στο 71,4%), καθώς βρίσκουν τα προγράμματά της αδιάφορα. Θεωρούν ότι η τηλεόραση δεν έχει κάτι ουσιώδες να τους προσφέρει, κάτι σημαντικό ή κάτι ενδιαφέρον, σύμφωνα πάντα με τα ενδιαφέροντά τους («Όχι, δεν βρίσκω κάτι ενδιαφέρον, κάποια ενδιαφέρουσα σειρά να δω», Γιώτα 14 ετών). Αν δούνε κάτι, θα είναι κυρίως στα συνδρομητικά κανάλια (όπως το Netflix). Ένας έφηβος, επίσης, αναφέρθηκε και στην παράμετρο της παραπληροφόρησης ως μια αιτία που σταμάτησε να βλέπει τηλεόραση («Έχω κόψει την τηλεόραση εδώ και δύο χρόνια, από τότε που ξεκίνησε ο covid, γιατί λέω όλα είναι παραπληροφόρησεις, τίποτα το ουσιώδες, και ό,τι βλέπω, βλέπω ντοκιμαντέρ. Οπότε αποστασιοποιήθηκα από την τηλεόραση και έφτασα στο σημείο να είμαι στο laptop μου, στο Netflix», Άρης, 17 ετών).

Όσο για τα κόμικς, ένα 69% δήλωσε ότι δεν διαβάζει. Ως λόγοι αναφέρθηκαν: α) η έλλειψη ενδιαφέροντος για το διάβασμα γενικά («Είχα πάρει Λούκυ Λουκ μικρός, αλλά δεν μου άρεσε να διαβάζω. Γενικά, να διαβάζω», Πάνος, 14 ετών), β) η αντικατάσταση των κόμικς με βιβλία, θεωρώντας ότι τα τελευταία έχουν περισσότερα να προσφέρουν («διάβαζα κόμικς για πολύ καιρό [...] αποφάσισα να διαβάζω βιβλία πιο συμπυκνωμένα, δηλαδή που να έχουν και γνώσεις μέσα και να θίγουν διάφορα θέματα», Αχιλλέας, 16 ετών), γ) η σύνδεσή τους με μικρότερες ηλικίες («Ε, πιστεύω ότι αναφέρονται σε μικρότερες ηλικίες», Μάρκος, 12 ετών), δ) η έλλειψη ελεύθερου χρόνου, που περιορίζει τις επιλογές τους για πολλά πράγματα («δεν έχω και πάρα πολύ χρόνο [...] τον ελεύθερό μου χρόνο θα τον περάσω ή έξω ή με παρέα ή στο κινητό και σε αυτά», Ισμήνη, 15 ετών).

Η παρακολούθηση ταινιών στον κινηματογράφο βρίσκεται κάπου στο ενδιάμεσο των προτιμήσεών τους. Πρόκειται για μια δραστηριότητα που συνδυάζει την παρακολούθηση μιας

ταινίας που τους αρέσει με την έξοδο με φίλους, αλλά που ωστόσο πραγματοποιείται σπάνια από το σύνολο σχεδόν των εφήβων. Οι λόγοι για τους οποίους τα παιδιά δεν πηγαίνουν συχνά στον κινηματογράφο είναι οι εξής: α) η υγειονομική κρίση («*Ναι, πήγαινα κινηματογράφο [...] τώρα, εντάξει, έχουμε και τον κορωνοϊό, όπου δεν έχω πάει ακόμα*», Ναυσικά, 13 ετών), β) η έλλειψη ελεύθερου χρόνου («*τώρα δεν πάω και τόσο συχνά [...] Έχω αρκετά μαθήματα, γι' αυτό*», Γιώργος, 12 ετών»), γ) το ακριβό εισιτήριο, που οδηγεί στην πειρατεία («*εντάξει, δεν έχει και τις καλύτερες τιμές προφανώς, αλλά και προτιμούσα στο σπίτι να τις κατεβάζω τις ταινίες και να τις βλέπουμε όλοι εκεί με τους φίλους μου*», Αριάδνη, 17 ετών), δ) η προβολή ταινιών για τις οποίες δεν ενδιαφέρονται, σε συνδυασμό με τη δυσκολία συγχρονισμού των προγραμμάτων τους («*Ε, είναι αναλόγως, αν δούμε κάποια ταινία που θα μας αρέσει και να το συζητήσουμε, να κανονίσουμε τα προγράμματά μας άμα μπορούμε όλες μαζί, γιατί είμαστε και επτά*», Ισμήνη, 15 ετών), ε) η αδυναμία εύρεσης παρέας («*Συνήθως, πήγαινα να δω, όμως, πλέον δεν πολυπηγαίνω [...] απλά δεν έχω να παω με κανέναν*», Μάρκος, 12 ετών), ζ) η απουσία κινηματογράφου στην περιοχή όπου ζούνε («*διότι δεν υπάρχει εδώ, στα Φάρσαλα, κινηματογράφος*», Δημήτρης, 17 ετών).

Στις δημοφιλέστερες δραστηριότητες ανήκει η ακρόαση μουσικής και το παίξιμο των βιντεοπαιχνιδιών. Το 92,8% δήλωσε ότι του αρέσει να ακούει μουσική. Η μουσική εντάσσεται στο καθημερινό πρόγραμμα των εφήβων και συνιστά μια δραστηριότητα που γίνεται, συνήθως, σε συνδυασμό με άλλες (όπως με το διάβασμα και με το περπάτημα). Πρόκειται για μια δραστηριότητα που τους ευχαριστεί, τους χαλαρώνει και τους βοηθάει να συγκεντρωθούν σε ό,τι κάνουν («*Ναι, ακούω συνέχεια. Όταν διαβάζω, μόλις γυρνάω απ' το σχολείο, γιατί μ' αρέσει πάρα πολύ η μουσική, με ηρεμεί, με χαλαρώνει, ε, και είναι πολύ ωραία*», Ναυσικά, 13 ετών). Όσον αφορά το παίξιμο βιντεοπαιχνιδιών, οι συνηθέστεροι λόγοι για τους οποίους παίζουν οι έφηβοι, και οι οποίοι είναι παρεμφερείς με εκείνους του πρώτου μέρους, είναι: για να περάσει ο χρόνος τους (48,72%), να είναι με τους φίλους τους (30,8%), να διασκεδάσουν (33,3%), να μάθουν διάφορα πράγματα (15,4%), να χαλαρώσουν (10,26%), να μπουνε στη θέση των χαρακτήρων και στον κόσμο τους (7,7%).

Πίνακας 53 – Λόγοι που οι έφηβοι παίζουν βιντεοπαιχνίδια

Γιατί παίζουν βιντεοπαιχνίδια;	%
Περνάει ο χρόνος	48.72%
Αλληλεπίδραση με φίλους	30.8%
Διασκέδαση	33.3%
Μάθηση	15.4%
Χαλάρωση	10.26%
Ταύτιση με χαρακτήρες – Μέρος του μυθοπλαστικού κόσμου	7.7%

12.2. Απόψεις των εφήβων για το στοιχείο της επιβίωσης

Στο πρώτο μέρος της έρευνας, διαπιστώθηκε ότι το στοιχείο της επιβίωσης είναι κάτι που δίνει αξία στα βιντεοπαιχνίδια για ένα μέρος των εφήβων που παίζουν. Μέσω των συνεντεύξεων, δόθηκε η ευκαιρία να συζητηθεί πιο αναλυτικά το συγκεκριμένο ζήτημα με ένα 69,05% των εφήβων (24 στους 42). Το 95,8% από αυτούς (23 στους 24) βρίσκει ελκυστικό το συγκεκριμένο στοιχείο. Η θεματική κωδικοποίηση των απόψεών τους αναφορικά με τους λόγους που τους αρέσει το κομμάτι της επιβίωσης μάς οδήγησε στη δημιουργία τεσσάρων ενοτήτων: α) συναισθηματική ένταση, β) πειραματισμοί, γ) μαθήματα ζωής, γ) δημιουργία νέας κοινωνίας. Στο τέλος της υποενοτήτας, παρουσιάζονται σε συγκεντρωτικό πίνακα οι παραπάνω κατηγορίες, ενώ επιπλέον, την κάθε κατηγορία τη διακρίνουμε σε μια κυριολεκτική (substantive), που συμπεριλαμβάνει την περιγραφή των αντιλήψεων των συμμετεχόντων (με βάση τα όσα έχουν πει), και σε μια ερμηνευτική/θεωρητική (theoretical), που εμπεριέχει τις αντιλήψεις και ερμηνείες της ερευνήτριας πάνω στα όσα έχουν ειπωθεί (Maxwell 2013: 144-146)

1. Συναισθηματική ένταση

Ένα 37,5% μίλησε για έκρηξη αδρεναλίνης. Η δράση που κατακλύζει τους κόσμους των βιντεοπαιχνιδιών τους ενθουσιάζει. Αυτό που τους εξιτάρει ιδιαίτερα είναι η αγωνία που νιώθουν στην προσπάθειά τους να επιβιώσουν και να φέρουν εις πέρας μια σειρά προκλήσεων και αποστολών, σε μέρη, δυστοπικά ενίοτε, όπου ελλοχεύουν διάφοροι κίνδυνοι. Τα παιδιά μπαίνουν στις θέσεις των χαρακτήρων και είναι αυτά που βιώνουν τις διάφορες περιπέτειες ζωής ή θανάτου. Αν και παίζουν τα περισσότερα με προοπτική τρίτου προσώπου, στις συζητήσεις μας χρησιμοποιούσαν το δεύτερο πρόσωπο ενικού στις διάφορες περιγραφές τους, βάζοντας τον εαυτό

τους στη θέση των χαρακτήρων. Αισθάνονται ότι είναι τα ίδια που σύρονται ανάμεσα σε χόρτα, τα ίδια που μπορεί να πεθάνουν.

«*To the Ghosts of Tsushima*, γιατί έχει γραφικά από *Vikings* και, ξέρω 'γω, είναι, πηγαίνεις μέσα από χόρτα, σύρεσαι ανάμεσα σε χόρτα να μη σε δούνε, κρύβεσαι, πολεμάς...[...] και παθιάζεσαι και εθίζεσαι και λες **‘πρέπει να το νικήσω, πρέπει να το τερματίσω γι’ αυτό το πράγμα!**⁵³’. Και όταν ένα παιχνίδι έχει και ένα καλό στόρι, θες να το συνεχίσεις, να δεις τι γίνεται στο τέλος. Αλλιώς σκας, σκας!» (Αφροδίτη, 15 ετών)

Ο αγώνας του να μείνεις ζωντανός είναι κάτι που σαγηνεύει τους έφηβους. Θέλουν να νιώσουν τον τρόμο, να τον βιώσουν (σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό) αντιμετωπίζοντας πλάσματα απόκοσμα και μακάβρια, πλάσματα που είναι στο μεταίχμιο μεταξύ ζωής και θανάτου. Ο τρόμος της επιβίωσης λειτουργεί, συγχρόνως, και ως ένας τρόπος να βρίσκονται σε εγρήγορση, έτοιμοι πάντα να αντιμετωπίσουν το απρόσμενο.

«*Δηλαδή, να τρομάξεις λίγο απ’ τα ζόμπι που βγαίνουν το βράδυ, τις αράχνες, τους creepers*. Γενικά, να νιώσεις λίγο, δηλαδή, δηλαδή να είσαι έτοιμος για μάχη. Να μη σε σκοτώσουν» (Λιάνα, 12 ετών)

«*Dying light* [...] *πρέπει να παραμείνεις ζωντανός 15 χρονιά μετά αφού ξέσπασε μια πανδημία και οι άνθρωποι μετατράπηκαν σε ζόμπι* [...]σε κρατάνε γενικά σε εγρήγορση. Γενικά, αν δεν σε κυνηγάνε άνθρωποι, αλλά σε κυνηγάνε διάφορα» (Μάρκος, 12 ετών)

Το μακάβριο στοιχείο – ζόμπι και διάφορα άλλα πλάσματα νεκροζωντανά –, που είναι πολύ έντονο σε αυτά παιχνίδια, μπορεί να σχετίζεται ενδεχομένως με την υπαρξιακή διαπραγμάτευση του θανάτου (Γερακοπούλου 2007: 322). Μπορεί, επίσης, ο έφηβος αντιμετωπίζοντας τα διάφορα τέρατα και ζόμπι και πλάθοντας φαντασιώσεις γύρω από αυτά, να μάθει να αντιμετωπίζει τα δικά του τέρατα και να επινοήσει λύσεις. Όπως λέει και ο Bettelheim, αναφερόμενος, ωστόσο, στα τέρατα των παραμυθιών, το παιδί θα πρέπει να μάθει να αντιμετωπίζει το τέρας, καθώς το τέρας δεν είναι παρά ο ίδιος του ο εαυτός, και αν αποσιωπηθεί το τέρας που είναι εντός του, τότε δεν

⁵³ Το έντονο χρώμα (bold) σε κάποιες λέξεις έχει χρησιμοποιηθεί, προκειμένου να δηλωθεί η έμφαση του λόγου των συνεντευξιαζόμενων σε συγκεκριμένα σημεία.

θα πλάθει φαντασιώσεις γύρω από αυτό και δεν θα μπορέσει να επεξεργαστεί λύσεις (Bettelheim 2001: 133). Και, εντέλει, αν ο έφηβος μπορεί να ψυχαγωγείται με την αγωνία της επιβίωσης, να διασκεδάζει με τον φόβο των απόκοσμων πλασμάτων, δεν αντιμετωπίζει ή, ίσως, δεν νικά, συγχρόνως, τον φόβο του για αυτά, για ό,τι αυτά αντιπροσωπεύουν για τον καθέναν;

Το άγνωστο τούς δημιουργεί ένα άγχος για το τι μπορεί να συμβεί την επόμενη στιγμή και παράλληλα τους γεμίζει ενθουσιασμό. Τους κάνει να μη θέλουν να σταματήσουν, διότι περνούν καλά. Επιπλέον, η αγωνία που νιώθουν στην προσπάθεια να επιβιώσουν στους φανταστικούς κόσμους λειτουργεί και ως ένας τρόπος να αποφορτιστούν συναισθηματικά από το άγχος της καθημερινότητας και τα διάφορα προβλήματα.

«Πως έχεις το άγχος, όπως στην πραγματική ζωή, να ζήσεις την επόμενη μέρα και δεν ξέρεις τι σε περιμένει. Αλλά όταν είσαι σε έναν άλλο κόσμο, δεν ξέρεις όλο αυτόν τον κόσμο, ενώ εδώ στην πόλη σου, ξέρεις, λίγο πολύ, τους κινδύνους [...] Αυτό το άγχος είναι καλό για μένα, είναι ωραίο συναίσθημα αυτό [...] Νιώθω...όταν είμαι λυπημένος, με κάνει να νιώθω καλύτερα, όταν είμαι νευριασμένος, να μου φεύγουν τα νεύρα. Αυτά» (Γιώργος, 12 ετών)

2. Πειραματισμοί

Η ελευθερία του να κάνεις ό,τι θέλεις και η δυνατότητα που σου δίνει το βιντεοπαιχνίδι να δοκιμάζεις κάτι με διάφορους τρόπους, προκειμένου να επιβιώσεις, έχει ιδιαίτερη σημασία για ένα 25%. Οι έφηβοι έχουν την ευκαιρία να δοκιμαστούν μέσα σε εικονικούς κόσμους, να δούνε τι μπορούν να κάνουν μόνοι τους, να σκεφτούν διάφορες λύσεις για το κάθε θέμα που προκύπτει.

«Μπορείς να δεις το τι μπορείς να κάνεις μόνος σου [...] χρειάζεται να επιβιώσεις, το λέει και η λέξη. Χρειάζεται να φτιάξεις σπίτι, να κυνηγήσεις για φαγητό, να κάνεις φάρμες. Μπορείς να καταστρέψεις, να σκοτώσεις διάφορα μπόσες» (Στέφανος, 13 ετών)

«Όλα τα παιχνίδια εμπεριέχουν το στοιχείο της επιβίωσης [...] ο φόβος του να χάσεις, σε κάνει να θέλεις να παίζεις το παιχνίδι και να αγωνιάς και να σκέφτεσαι τους πιο καλούς δυνατούς τρόπους για να πετύχεις αυτό που θέλεις, να επιβιώσεις. Αν δεν υπήρχε επιβίωση, δεν θα υπήρχε στόχος'» (Αχιλλέας, 16 ετών)

Όλες οι προσπάθειες που κάνουν, οι αναζητήσεις, οι πειραματισμοί και οι εμπειρίες που αποκτούν μέσω αυτών, τους κάνουν να νιώθουν πιο δυνατοί, να πιστεύουν στον εαυτό τους. Όπως γράφει, άλλωστε, ο Chomsky (2012), ο σκοπός της εκπαίδευσης, γενικότερα, είναι να εμπνέει το παιδί να ανακαλύπτει μόνο του, να ψάχνει για εναλλακτικές αν υπάρχουν, και μόνο στο παίξιμο, γράφει ο Winnicott (2019: 154, 176), το παιδί είναι ελεύθερο να είναι δημιουργικό και να ανακαλύπτει τον εαυτό του. Ο έφηβος αναστοχάζεται ως προς τους τρόπους δράσης και πειραματίζεται, κάτι που οδηγεί στην ανάπτυξη της κριτικής του σκέψης.

Η επιβίωση στον κόσμο ενός βιντεοπαιχνιδιού δεν είναι εύκολη υπόθεση, αν και ακριβώς αυτή η δυσκολία είναι που γοητεύει και κάνει τον έφηβο να παραμένει στο φανταστικό αυτό σύμπαν, που τον προ(σ)καλεί να συνεχίζει να προσπαθεί. Ο έφηβος πρέπει να ‘δοκιμάσει’ και μάλιστα πολύ, προκειμένου να επιτευχθεί ο τελικός σκοπός: η επιβίωση.

*«Είναι ότι δεν τα έχεις όλα και πρέπει να τα κερδίσεις. Δηλαδή, πρέπει να πολεμήσεις για συγκεκριμένα πράγματα, πρέπει να κάνεις κάτι συγκεκριμένο για να κερδίσεις κάτι. Για παράδειγμα, πρέπει να λύσεις ένα παζλ, να περάσεις κάτι αρκούδες ώστε να πάρεις μια βαλίστρα (γέλιο), οτιδήποτε κάνεις. Δηλαδή, πρέπει να δοκιμάσεις **καλά** για να πάρεις»* (Ηρακλής, 16 ετών)

3. Μαθήματα ζωής

Παίζοντας βιντεοπαιχνίδια που εμπεριέχουν το στοιχείο της επιβίωσης, οι έφηβοι αισθάνονται ετοιμοπόλεμοι για την αληθινή ζωή. Τέτοιου είδους βιντεοπαιχνίδια αποτελούν πηγή πολλών και διάφορων πληροφοριών για την πραγματική ζωή, και για ένα 33,3% των εφήβων, τα μαθήματα αυτά έχουν μεγάλη σημασία. Τα φανταστικά σενάρια των βιντεοπαιχνιδιών μετατρέπονται σε φανταστικά σενάρια των έφηβων παικτών και σε ερωτήματα: ‘τι θα γινόταν αν...;’ Οι έφηβοι φαντάζονται τον εαυτό τους σε δύσκολες καταστάσεις. Για παράδειγμα, αναρωτιούνται για τι θα γινόταν αν βρίσκονταν μόνοι τους σε ένα βουνό ή στην άγρια φύση, και πιστεύουν ότι θα μπορούσαν να επιβιώσουν χάρη στα παιχνίδια που παίζουν.

«Πολλές φορές έχω σκεφτεί τι θα γίνει άμα, όχι έχω σκεφτεί, πολλές φορές θα ήθελα να πάω σε ένα βουνό, για παράδειγμα, και να προσπαθήσω να μείνω μόνος μου, να δω πώς θα ήταν [...] μόνος μου, έτσι. Και πιστεύω ότι μέσα από αυτά τα παιχνίδια θα μπορούσα έστω και κάτι να πάρω» (Μίλτος, 16 ετών)

«Από τα survival games, από το Minecraft, που είναι το αγαπημένο μου παιχνίδι, στο χωριό μου είχαμε πάει με τα ξαδέρφια μου και τα αδέρφια μου σε ένα βουνό και, ας πούμε, μπορώ να επιβιώσω μόνος μου εκεί πέρα από τα survival games μόνο» (Χρήστος, 13 ετών)

Οι έφηβοι αισθάνονται ‘πιο δυνατοί’ όταν παίζουν τέτοιου είδους παιχνίδια. Όπως είπε ο δεκαπεντάχρονος Αλέξανδρος, μέσω των παιχνιδιών επιβίωσης, μαθαίνει τρόπους αντιμετώπισης δύσκολων καταστάσεων και δύσκολων αντιπάλων, σε αντίθεση με άλλα βιντεοπαιχνίδια στα οποία ακολουθείται απλώς μια επαναλαμβανόμενη διαδοχή γεγονότων (σκοτώνεις, σε σκοτώνουν, και ούτω καθεξής). Σε ένα άλλο επίπεδο, θα μπορούσε να είναι και ενδεχομένως ένα είδος στοιχήματος που βάζει με τον εαυτό του: θα μπορούσε να τα καταφέρει σε έναν κόσμο χωρίς την κυριαρχία της τεχνολογίας.

Αλέξανδρος: «Επειδή μου μαθαίνει πράγματα και επειδή είναι ένα ωραίο παιχνίδι, διαδραστικό. Σε κάνει καλύτερο από ότι να παίζω ένα παιχνίδι που συνέχεια σου σπάει τα νεύρα. Στο Minecraft, για παράδειγμα, γελάω, μ’ αρέσει, αλλά στα άλλα παιχνίδια, όπως παράδειγμα, το CS GO, που είναι μόνο, μπαίνεις σε ένα ματς και σκοτώνεις ή σε σκοτώνουν, είναι το ίδιο πράγμα {...}

Συνεντεύκτρια: Ναι. Όταν είπες ότι μαθαίνεις πράγματα, τι εννοείς;

Αλέξανδρος: Μαθαίνω, για παράδειγμα, μου μαθαίνει πώς να φτιάχνω, άμα εγώ, για παράδειγμα, έχω πάει ταξίδι και το πλοίο βούλιαξε και τίποτα και έμεινα σε ένα νησί, μου μαθαίνει καλά πώς να φτιάχνω ένα τσεκούρι, να κάνω μια πέτρα ταινία, να το δέσω σε ένα ζύλο. Μου μαθαίνει αυτό. Μου μαθαίνει να φτιάχνω και άλλα πράγματα. Μου μαθαίνει πώς να, πόσο δύσκολος ή εύκολος είναι ένας αντίπαλος ή ένα ζώο, οτιδήποτε. Αυτά.

Συνεντεύκτρια: Σε κάνει πιο δυνατό.

Αλέξανδρος: Ναι, με κάνει πιο δυνατό σε σχέση άμα εγκλωβιστώ ή μείνω κάπου».

Οι παιχνιδιώδεις εμπειρίες επιβίωσης αποτελούν ένα στήριγμα για τα παιδιά, ένα δεκανίκι στα πρώτα βήματα της ενηλικίωσης. Αν νιώσουν έτοιμα να αντιμετωπίσουν επιτυχώς αντίξοες συνθήκες σε περιβάλλοντα εκτός των ορίων του πολιτισμού (όπως μπορεί να είναι ένα δάσος ή ένα βουνό), τότε θα μπορέσουν, πιθανότατα, να αντιμετωπίσουν και τα προβλήματα εντός της οργανωμένης κοινωνίας. Το στοιχείο της επιβίωσης στα βιντεοπαιχνίδια συμβάλλει, θα λέγαμε, στην ασφαλή ανάπτυξη της ταυτότητας και στην ενίσχυση της αυτο-επιβεβαίωσης.

Μέσα στον φανταστικό κόσμο του παιχνιδιού, το παιδί της εφηβείας ζει όπως ζει ένας άνθρωπος στον πραγματικό κόσμο. Πρέπει να βρει ένα μέρος να ζήσει, να προμηθευτεί φαγητό, να προφυλαχτεί από τους εξωτερικούς κινδύνους και να μάθει από τα λάθη του. Όλα αυτά, όμως, διεξάγονται σε ένα ασφαλές περιβάλλον, στο οποίο μπαίνει και βγαίνει ο έφηβος όποτε θέλει με ένα απλό κλικ, διασχίζοντας τον 'μαγικό κύκλο'. Την έννοια του μαγικού κύκλου, την είχε πρωτοχρησιμοποιήσει ο Huizinga ως ένα παράδειγμα για να προσδιορίσει τον χώρο του παιχνιδιού. Οι Salen και Zimmerman δανείστηκαν τον συγκεκριμένο όρο για να αναπαραστήσουν την ιδέα ενός ειδικού χωροχρονικού μέρους που δημιουργείται από το παιχνίδι, με την είσοδο στον μαγικό κύκλο να σημαίνει την έναρξη του παιχνιδιού και τη δημιουργία μιας νέας πραγματικότητας, καθορισμένης από τους κανόνες του παιχνιδιού και βιωμένης (ψηφιακά στην περίπτωση των βιντεοπαιχνιδιών) από τους παίκτες (Salen & Zimmerman 2004: 2) · μιας νέας πραγματικότητας που χωρίζεται από την πραγματική πραγματικότητα από μια οθόνη.

(αναφερόμενη στο Minecraft) «*Μου αρέσει ο μεγάλος χάρτης, γιατί υπάρχουν ξέρω 'γω, πάρα πολλά μέρη, χτίζεις σπίτια ξέρω 'γω, φτιάχνεις, πώς το λένε, ε, φτιάχνεις φάρμα για να ζήσεις και είναι ωραίο. Είναι σαν να έχεις έναν μικρό εικονικό κόσμο που είναι σαν να είναι ένας κανονικός αλλά στον υπολογιστή*» (Αντιγόνη, 16 ετών)

4. Δημιουργία νέας κοινωνίας

Οι έφηβοι παίζουν διάφορα βιντεοπαιχνίδια επιβίωσης ή βιντεοπαιχνίδια στα οποία εμπεριέχεται το στοιχείο της επιβίωσης. Από τα πιο δημοφιλή παιχνίδια, τόσο για τους μαθητές του Γυμνασίου όσο και του Λυκείου, είναι το *Minecraft*. Το *Minecraft* είναι ένα παιχνίδι ανοικτού κόσμου, όπου ο παίκτης μπορεί να κάνει διάφορες κατασκευές, από όπλα μέχρι οχυρά. Ο κόσμος του υπάρχει προκειμένου να χρησιμοποιηθεί από τον παίκτη με τον τρόπο που θέλει. Ο τρόπος που είναι φτιαγμένο το παιχνίδι, τον ενθαρρύνει να αναπτύξει τη δημιουργικότητά του, να σκεφτεί διάφορες λύσεις, να συνεργαστεί με άλλους παίκτες, να γίνει επινοητικός. Τελικός στόχος στο *Minecraft survival* είναι ο παίκτης να σκοτώσει έναν δράκο, τον EnderDragon, προκειμένου να απελευθερώσει το TheEnd, τον κόσμο.

«*Ναι. Παίζω πολύ το survival, γιατί είναι ωραίο και ξεκινάς μια νέα αρχή. Μπορείς να φτιάξεις πράγματα και αυτά*» (Αλέξανδρος, 15 ετών)

«Και ο σκοπός του Minecraft είναι να πας στο, στο TheEnd, είναι άλλος κόσμος, και να σκοτώσεις έναν δράκο. Είναι ένα μπος. Να σκοτώσεις τον δράκο και να ελευθερώσεις το theEnd, να ελευθερώσεις αυτόν τον κόσμο» (Μανώλης, 14 ετών)

Απελευθερώνοντας τον κόσμο από τον δράκο, τίθενται ουσιαστικά τα θεμέλια για τη δημιουργία μιας νέας κοινωνίας – κάτι που αντιλαμβάνονται οι έφηβοι, λιγότερο ή περισσότερο συνειδητά. Μια νέα κοινωνία, όπου οι άνθρωποι θα ζούνε ασφαλείς χωρίς τον φόβο εξωτερικών κινδύνων, είτε αυτοί έχουν τη μορφή ζόμπι και τεράτων διάφορων που απειλούν την ανθρωπότητα το βράδυ, είτε έχουν τη μορφή του δράκου. ‘Τέρατα’ που ενσαρκώνουν τη σκοτεινή πλευρά της κοινωνίας (Ndalianis 2012: 15) και εκφράζουν ενδεχομένως συλλογικές φοβίες. Ένα 25% των εφήβων που παίζει παιχνίδια επιβίωσης αναφέρθηκε, άμεσα ή έμμεσα, στη δημιουργία ενός νέου κόσμου.

«Είναι ένα παιχνίδι με το οποίο, πιστεύω, ότι δείχνει αρκετά την, τον πραγματικό κόσμο. Στην ουσία είναι ένας κόσμος ο οποίος γύρω σου είναι από κήπους, και εσύ ως άνθρωπος πρέπει, έχεις ως στόχο να σκοτώσεις έναν δράκο στο τέλος, έτσι ώστε να απελευθερώσεις μία, έναν ολόκληρο κόσμο. Και μετά, αυτό μπορείς να το εκμεταλλευτείς [...] μέχρι να φτάσεις εκεί, εσύ μπορείς να μαζεύεις διάφορα εργαλεία, να φτια, μπορείς να φτιάχνεις διάφορα σπίτια, μπορείς να πάρεις ξύλο, πέτρα [...] Πιστεύω ότι ο πραγματικός στόχος στο Minecraft, εκτός από το να απελευθερώσεις αυτή την πόλη που είπα, είναι να φτιάξεις μια δικιά σου κοινωνία κατά κάποιον τρόπο. Δηλαδή, να κάνεις έναν ολόκληρο κόσμο. Και γι’ αυτό πιστεύω ότι δείχνει την πραγματική ζωή. Επειδή και στα δύο, εμείς εδώ εξελισσόμαστε» (Στέφανος, 13 ετών)

«Το Minecraft είναι ένα παιχνίδι δημιουργικό που μπορείς να παίζεις και με φίλους. Στην ουσία φτιάχνεις έναν νέο κόσμο, και μαζεύεις φίλους να παίζεις μαζί» (Χρήστος, 13 ετών)

Μπορεί τα βιντεοπαιχνίδια που παίζουν να αφορούν δυστοπικά τοπία. Οι κατεστραμμένες πόλεις στα βιντεοπαιχνίδια προσφέρουν στον έφηβο πολυσύνθετα τοπία, στα οποία καλείται να αντιμετωπίσει μια σειρά ηθικών διλημάτων (Yeates 2021: 142). Στο *Death Stranding*, ο έφηβος βρίσκεται σε έναν μετα-αποκαλυπτικό κόσμο, όπου ένα φαινόμενο έχει προκαλέσει μια σειρά από ανεξήγητα γεγονότα, καταστρέφοντας τα πάντα και ανοίγοντας, συγχρόνως, μια πύλη ανάμεσα

στους ζωντανούς και στους νεκρούς, μέσω της οποίας εισβάλλουν στον διαλυμένο κόσμο τερατώδη πλάσματα. Ο παίκτης καλείται να αντιμετωπίσει την κατάσταση και να επαναφέρει την τάξη.

«*To Death Stranding*, το οποίο διαδραματίζεται στην Αμερική μετά από πολλά χρόνια [...] εκεί, έχει γίνει μια μεγάλη καταστροφή και καλά, έπεσε ένας μετεωρίτης, και έχει καταστρέψει τα πάντα και τα, τα χτίζεις εσύ απ' την αρχή κάπως» (Θάνος, 16 ετών)

Στο *The Last of Us*, η πλοκή περιστρέφεται γύρω από έναν επιζήσαντα που προσπαθεί να οδηγήσει με ασφάλεια την έφηβη Ellie, που έχει ανοσία στη μόλυνση που έχει διαλύσει τα πάντα, σε έναν καταυλισμό επιστημόνων, προστατεύοντάς την τόσο από ζόμπι όσο και από ανθρώπους, με την ελπίδα της δημιουργίας μιας νέας κοινωνίας. Ή στο *Dying Light*, στο οποίο αναφέρθηκε ένας δωδεκάχρονος μαθητής, ο παίκτης βρίσκεται σε μια πόλη μαστιζόμενη από μια πανδημία που έχει μετατρέψει τους ανθρώπους σε ζόμπι, και σκοπός του είναι να ολοκληρώσει διάφορες αποστολές, προκειμένου να απαλλαχθεί η πόλη από τον ιό και να επαναλειτουργήσει.

«*Dying Light* [...] Και από 'κει και πέρα συνεχίζεις να κάνεις διάφορα missions, ώστε η πόλη του Harran, έτσι λέγεται η πόλη, να απαλλαχθεί από τον ιό ή να σωθούν οι περισσότεροι» (Μάρκος, 12 ετών)

Όπως γράφει ο Girard στο *The plague in literature and myth* (1974: 834-835), η πανδημία έχει γίνει μια μεταφορά για την κοινωνική πανδημία, και χρησιμοποιείται ως γενική ταμπέλα για μια ποικιλία 'ασθενειών' του σύγχρονου κόσμου, όπως είναι η αναρχία και η βία. Αντιστοίχως, το ζόμπι – το οποίο έχει εκλογικευτεί σε σχέση με το κλασικό ζόμπι του Romero, με την κατάστασή του να οφείλεται πλέον σε κάποια παθολογική κατάσταση (Bolul & Lenz 2011: 6) –, έχει συνδεθεί στη σύγχρονη φαντασία με το τέλος του πολιτισμού, τη διάλυση της κοινωνίας και την αναγκαιότητα των όσων έχουν επιβιώσει να βρουν τρόπους επανόρθωσης (Hunt 2015: 110).

Στους μετα-αποκαλυπτικούς κόσμους, όπως τους γνωρίζουμε μέσω της δημοφιλούς κουλτούρας, ο γνωστός κόσμος έχει χαθεί και οι άνθρωποι πρέπει να επαναφέρουν την πολιτική κοινότητα, την οικονομία, την ηθική. Να τα δημιουργήσουν όλα από την αρχή. Στα βιντεοπαιχνίδια επιβίωσης, ο παίκτης ταυτίζεται με τους χαρακτήρες και μάχεται εναντίον των

διάφορων εξωτερικών απειλών, εναντίον του Άλλου. Ο Άλλος μπορεί να έχει τη μορφή τέρατος, συμβολίζοντας μια οικολογική καταστροφή. Ή τη μορφή του ζόμπι, συμβολίζοντας μια πανδημία και τον χωρισμό των ανθρώπων σε άρρωστους και μη (σενάριο που θυμίζει την πρόσφατη υγειονομική κρίση) ή ίσως και τον άκρατο, τυφλό καταναλωτισμό – τα ζόμπι, όπως και οι άνθρωποι, καταναλώνουν διαρκώς, χωρίς να αντιλαμβάνονται ότι αυτή η διαδικασία είναι καταστροφική για τους ίδιους (Wadsworth 2017: 6, 10). Μπορεί, ακόμα, ο Άλλος να εκφράζει τον φόβο της μοναξιάς σε ένα κόσμο όπου κυριαρχεί η τεχνολογία. Σύμφωνα με τον Perron (2015: 11), ο τρόμος της επιβίωσης είναι η πεμπτουσία της εποχής της μοναξιάς.

Συγχρόνως, ο παίκτης, καθώς κινείται σε ερειπωμένα, κατεστραμμένα μέρη που συμβολίζουν την κατεστραμμένη κοινωνική τάξη (Yeates 2021: 125) και εκτελεί διάφορες αποστολές, γίνεται/μετατρέπεται σε δημιουργό ενός νέου κόσμου. Όπως γράφει ο Farca (2018: 16), η δυστοπία στα βιντεοπαιχνίδια είναι ουσιαστικά ουτοπική, διότι ωθεί τον παίκτη να σκεφτεί, να προβληματιστεί, να δοκιμάσει και να φλερτάρει με τη ιδέα ενός εναλλακτικού κοινωνικού μοντέλου. Όταν, άλλωστε, οι έφηβοι που παίζουν παιχνίδια επιβίωσης ρωτήθηκαν για τι σημαίνει η ‘κοινωνία’ για αυτούς, οι απαντήσεις τους περιστρέφονταν, πάνω-κάτω, γύρω από την ιδέα μιας ιδανικής κοινωνίας: ενός συνόλου ατόμων διαφορετικών μεταξύ τους που ζούνε όλοι μαζί αρμονικά και συνεργάζονται.

«Ε, τι σημαίνει κοινωνία; Ε, πιστεύω η κοινωνία είναι [...] μια συμφωνία, δηλαδή κάτι σαν μια συνθήκη την οποία όλοι οι άνθρωποι έχουν αποδεχτεί ώστε να μπορούν να συζούν [...] είναι, το να ζούμε όλοι μαζί» (Αχιλλέας, 16 ετών)

«Κοινωνία (παύση), όταν οι άνθρωποι είναι αρκετά δεμένοι μεταξύ τους και δεν έχουν πολλές αντιπαλότητες, μπορούν να τα βγάλουν πέρα ο ένας με τον άλλον εύκολα και δεν έχουν τίποτα να σκεφτούν» (Μίλτος, 16 ετών)

«ένα σύνολο ανθρώπων που, που, τέτοιο, που όλοι μαζί κάνουν μια κοινωνία. Επικοινωνούν μαζί, κάνουν πράγματα μαζί. Αυτό» (Θάνος, 16 ετών)

«Η κοινωνία για εμένα είναι ένα σύνολο ανθρώπων, το οποίο δουλεύει, έτσι ώστε να δίνει μια πόλη. Για παράδειγμα, εδώ, η πόλη του Τυρνάβου, τη θεωρώ μια κοινωνία, γιατί είμαστε άνθρωποι οι

οποίοι έχουμε δουλέψει ώστε να εξελιχθούμε, να κάνουμε κτήρια, να βρούμε επαγγέλματα, να γίνουμε, να φτάσουμε, τέλος πάντων, στην κορυφή της αλυσίδας» (Στέφανος, 13 ετών)

«Ε, ο τρόπος λειτουργίας, ε, και πώς όλοι βρισκόμαστε, ζούμε όλοι μαζί, κυρίως με αρμονία» (Ελένη, 16 ετών)

Οι έφηβοι ονειρεύονται έναν καλύτερο κόσμο, και τα βιντεοπαιχνίδια που έχουν έντονο το στοιχείο της επιβίωσης συνιστούν ένα μέρος που τους δίνει την ευκαιρία να αναρωτηθούν για το τι είναι σημαντικό για εμάς ως ανθρώπινο είδος, αντλώντας διάφορα μηνύματα από αυτά. Οι έφηβοι μέσω του σεναρίου και του gameplay αντιλαμβάνονται τη σημασία της ομαδικότητας, της δημιουργικότητας και της πίστης στον εαυτό. Βιώνουν τη σπουδαιότητα της συνεργασίας, ενώ επιπλέον, κατανοούν την αναγκαιότητά της στην πραγματική ζωή για την επίλυση διάφορων προβλημάτων, μικρών ή μεγάλων.

Επίσης, οι έφηβοι που παίζουν τέτοιου είδους παιχνίδια μίλησαν και για μηνύματα σχετικά με τις αξίες της οικογένειας και της φιλίας, για τη σπουδαιότητα των προσεκτικά μελετημένων κινήσεων σε ό,τι κι αν κάνουν, της σημασίας να έχουν πίστη στον εαυτό τους και στη δύναμη της επιμονής για την επίτευξη του επιθυμητού στόχου.

Για το *The Last of Us*

«Ναι, θα μπορούσε να περάσει τη συνεργασία, τη μοναδικότητα, το να μην τα παρατάς κτλ» (Λάμπρος, 14 ετών)

«Ε, μπορούν να σου μάθουν για τη φιλία, για το πόσο σημαντικό είναι η οικογένεια, ε, το πόσο καλό είναι να βοηθάς τους άλλους και πόσο ωραίο είναι, δηλαδή, να σου επιστρέφουν την, τη χάρη» (Ηρακλής, 16 ετών)

για βιντεοπαιχνίδια επιβίωσης και όχι μόνο...

«σου δίνουν μήνυμα ότι ‘σκέψου πριν κάνεις μία κίνηση, σκέψου συνέπειες, τι θα συναντήσεις μετά’, γιατί στα πιο πολλά παιχνίδια που βρίσκω, γενικά στα παιχνίδια, όχι μόνο στα επιβίωσης, σου βάζει να κάνεις κάτι, σου βάζει να κάνεις κάποιες επιλογές μέσα στο παιχνίδι. Σε αυτές τις επιλογές, ε, πρέπει να σκεφτείς τι θα επακολουθήσει μετά, σε τι σημείο είσαι τώρα και συνήθως στο τέλος σου

δείχνει ένα ότι 'πρόσεχε ποιον να εμπιστεύεσαι', 'πρόσεχε τι επιλογές κάνεις', ότι αυτό παρασύρει το μέλλον σου και πηγαίνει όλο εκεί, όλη η βαρύτητα εκεί, και σου δίνει πιο πολύ στρατηγικής μηνύματα, ότι 'βάλε το μυαλό σου να δουλέψει» (Αφροδίτη, 15 ετών)

για το *Minecraft*

«δημιούργησε ό,τι θες, χωρίς να ακούς τους άλλους, γιατί σίγουρα θα τα βλέπεις όμορφα ακόμα και αν είναι άσχημα» (Γιώργος, 12 ετών)

Γενικότερα, το *Minecraft* έχει συνδεθεί με το κομμάτι της δημιουργικότητας και έχει αξιοποιηθεί στην εκπαίδευση για διάφορους σκοπούς (για γλώσσα, λογοτεχνία, χημεία, χωρική γεωμετρία, εφαρμογές τέχνης υπολογιστή κ.α.), καθώς τα τουβλάκια στο παιχνίδι μπορούν να χρησιμοποιηθούν με ποικίλους τρόπους, δίνοντας ερεθίσματα σε εκπαιδευτικά και ερευνητικά projects (Nebel et al. 2016: 357-359). Μάλιστα, σε πειραματική έρευνα που είχε γίνει σε πάνω από 300 έφηβους 11-14 ετών, στους οποίους χρησιμοποιήθηκε μια εκπαιδευτική εκδοχή του *Minecraft*, το *MinecraftEdu*, το στοιχείο της δημιουργικότητας ήταν ένα από τα οφέλη στα οποία αναφέρθηκε η πλειονότητα των συμμετεχόντων, λέγοντας πως η συγκεκριμένη εφαρμογή τους ενθάρρυνε στο να είναι πιο δημιουργικοί (Saez-Lopez et al. 2015: 125-6). Ακόμα, το *Minecraft* έχει συσχετιστεί με τον χαρακτήρα του παιδιού. Όπως έδειξε άλλη πειραματική έρευνα που χρησιμοποίησε το *Minecraft survival* σε 35 μαθητές 17 ετών, τα βιντεοπαιχνίδια περιπέτειας που συνδυάζουν μεθόδους επιβίωσης για συγκεκριμένους σκοπούς, επηρεάζουν τον χαρακτήρα των μαθητών και τη θετική ανάπτυξη της συμπεριφοράς τους (Kristiadi et al. 2019: 332-333)

Σύνοψη – Συμπεράσματα

Το στοιχείο της επιβίωσης, ως μέρος των βιντεοπαιχνιδιών που προσελκύει τον εφηβικό πληθυσμό, ως ‘σημείο’ τι συμπεριλαμβάνει, εντέλει;

- Πόλεις κατεστραμμένες
(Μεταφορά για την κατάρρευση του πολιτισμού; Αποτελέσματα μιας οικολογικής καταστροφής;)
- Τέρατα και ανθρώπους μολυσμένους που έχουν μετατραπεί σε ζόμπι
(Απομεινάρια μιας παρελθούσας κοινωνίας; (Farca & Badevere 2016: 8) Σύμβολα του διαφορετικού; Ή μήπως του ίδιου του εαυτού;)
- Επιδημίες
(Όπως γράφει ο Girard, στη δημιουργική φαντασία η επιδημία λειτουργεί σαν θεματική ομάδα που εμπεριέχει τα χαρακτηριστικά της μεταδοτικότητας-ομοιότητας, της απώλειας των διαφορών, της διάλυσης της ιθύνουσας ταξής, της μίμησης πράξεων (η βία φέρνει βία) και του τοιχείου της θυσίας: η καταστροφή μπορεί να οδηγήσει τουλάχιστον στην κάθαρση και στην αναγέννηση της κοινωνίας) (Girard 1974: 84-81)
- Ηθικούς προβληματισμούς
- Διαρκείς δοκιμές κατά την αναζήτηση λύσεων
(Ένας στίβος για πειραματισμούς με δίκτυ ασφαλείας)
- Μίξη ζωογόνων συναισθημάτων
(Ένα είδος λούνα παρκ που λειτουργεί με ξέφρενους ρυθμούς, προκαλώντας στον παίκτη φόβο και ηδονή, καθώς εμβυθίζεται στο φανταστικό σύμπαν και προβάλλει τον εαυτό του πάνω στην εμπειρία (Rouse 2009: 20)
- Κριτικές δυστοπίες
(Οι δυστοπίες εμπεριέχουν στον πυρήνα τους την ελπίδα της αντικατάστασής τους με ουτοπίες και τη δημιουργία νέων κοινωνιών)
- Φαντασιώσεις και ‘τι θα γινόταν αν;’
(Οι φαντασιώσεις συνιστούν τις φυσικές πηγές που προηθεύουν και διαμορφώνουν το ακατέργαστο υλικό, βάση του οποίου το Εγώ κατασκευάζει την προσωπικότητά μας και χωρίς τις οποίες δεν θα υπήρχε η δυνατότητα αντιμετώπισης των αντιξοοτήτων της ζωής) (Bettelheim 2001: 134)

Τα βιντεοπαιχνίδια αυτού του είδους (και όχι μόνο) είναι ανοικτά συστήματα, στα οποία οι παίκτες φέρνουν εντός τους τις προσδοκίες τους, τις προτιμήσεις τους, τις κοινωνικές τους σχέσεις. Το βιντεοπαιχνίδι αντανάκλα τους ίδιους τους παίκτες που το παίζουν (Salen & Zimmerman 2004: 2), ενώ επιπλέον, εντός του ‘μαγικού κύκλου’, οι κανόνες, το gameplay, η πλοκή και ο ‘υπονοούμενος παίκτης’(που μπορεί να λειτουργεί με διάφορους τρόπους, όπως με τη μορφή αντιθέσεων – παραδείγματος χάριν, κλειστοφοβική πόλη-απελευθερωτική φύση, στο *The Last of Us* – ή μέσω των χαρακτήρων – για παράδειγμα, η Ellie στο *The Last of Us* λειτουργεί ως οδηγός τόσο για τον Joel όσο και για τον παίκτη, καθώς δεν έχει μολυνθεί από τον πολιτισμό και αποτελεί έμβλημα αθωότητας που μπορεί να οδηγήσει σε νέα αρχή) (Farca & Ladevere 2016: 11-12), δημιουργούν ένα ειδικό σετ νοημάτων που προσελκύουν τους παίκτες, τους καθοδηγούν και τους εξιτάρουν.

Πίνακας 54 – Αναπαραστάσεις των εφήβων για το στοιχείο της επιβίωσης στα βιντεοπαιχνίδια

Γιατί γοητεύει το στοιχείο της επιβίωσης στα βιντεοπαιχνίδια;		
Γενικές κατηγορίες	Κυριολεκτικές αναγνώσεις	Ερμηνευτικές αναγνώσεις
Συναισθηματική ένταση	<ul style="list-style-type: none"> • Ταύτιση με τους χαρακτήρες – Εμβύθιση • Κατάσταση εγρήγορσης • Συναισθημα αγωνίας • Έλξη για το άγνωστο • Συναισθηματική αποφόρτιση • Διασκέδαση 	<ul style="list-style-type: none"> • Αντιμετώπιση φόβων • Επεξεργασία λύσεων • Διαπραγμάτευση διάφορων μορφών ‘θανάτου’
Πειραματισμοί	<ul style="list-style-type: none"> • Προκλήσεις και στόχοι που ιντριγκάρουν • Προβληματισμός ως προς τους τρόπους δράσης • Πολλές δοκιμές 	<ul style="list-style-type: none"> • Οι προκλήσεις γίνονται προσκλήσεις – Επιθυμία παραμονής στον μυθοπλαστικό κόσμο • Αναζήτηση λύσεων και αναστοχασμός – Ανάπτυξη κριτικής σκέψης • Ενίσχυση αυτοπεποίθησης
Μαθήματα ζωής	<ul style="list-style-type: none"> • Τροφοδότηση του φαντασιακού και ‘τι θα γινόταν αν;’ • Μάθηση • Πίστη στον εαυτό 	<ul style="list-style-type: none"> • Αυτοεπιβεβαίωση • Προετοιμασία για τις δυσκολίες της πραγματικής ζωής • Δεκανίκι στα πρώτα βήματα της ενηλικίωσης
Δημιουργία νέας κοινωνίας	<ul style="list-style-type: none"> • Απελευθέρωση της πόλης από τον δράκο • Σωτηρία της ανθρωπότητας από τα ζόμπι • Δημιουργία ενός νέου κόσμου – Δόμηση των πάντων από την αρχή 	<ul style="list-style-type: none"> • Θεμέλια μιας νέας κοινωνίας, απαλλαγμένης από εξωτερικούς κινδύνους • Αντιμετώπιση του Άλλου • Η δυστοπία είναι ουτοπική – Αποκατάσταση της τάξης και της αρμονίας • Τι είναι σημαντικό για το ανθρώπινο είδος;

12.3. Αγαπημένοι χαρακτήρες

Εκτός από το στοιχείο της επιβίωσης που, όπως διαπιστώθηκε από τις συνεντεύξεις, αρέσει στην πλειονότητα των παικτών, άλλα χαρακτηριστικά που προσελκύουν τον εφηβικό πληθυσμό σε ένα βιντεοπαιχνίδι είναι τα γραφικά/εφέ, οι χαρακτήρες και η μουσική – χαρακτηριστικά που, όπως βρήκαμε στο πρώτο μέρος της έρευνας, ανήκουν στα τρία πιο δημοφιλή. Αναφορικά με τους χαρακτήρες, είχαμε διαπιστώσει, μέσω της ανάλυσης των σχετικών ανοικτών ερωτημάτων των ερωτηματολογίων, ότι οι μαθητές Γυμνασίου δίνουν περισσότερη έμφαση στην εμφάνιση και στις ιδιαίτερες ικανότητες και δυνάμεις των χαρακτήρων που επιλέγουν, και οι μαθητές Λυκείου επικεντρώνονται περισσότερο στον ρόλο που έχουν και στον χαρακτήρα τους. Επίσης, διαπιστώσαμε ότι οι μαθητές Γυμνασίου προτιμούν ‘καλούς’ χαρακτήρες, και οι μαθητές Λυκείου χαρακτήρες πιο αμφιλεγόμενους, και είχαμε εντοπίσει δύο στάδια στις προτιμήσεις του εφηβικού πληθυσμού. Μέσω των συνεντεύξεων, επιχειρήσαμε να ρίξουμε λίγο παραπάνω φως στο συγκεκριμένο αποτέλεσμα. Τα ευρήματα ενίσχυσαν τα παραπάνω αποτελέσματα.

Μαθητές Γυμνασίου

Τα παιδιά του Γυμνασίου, όταν ρωτήθηκαν σχετικά με τους αγαπημένους τους χαρακτήρες στα βιντεοπαιχνίδια, αναφέρθηκαν σε καλούς χαρακτήρες με ωραία εξωτερική εμφάνιση ή/και διάφορες ικανότητες ή υπερδυνάμεις. Οι χαρακτήρες που προτιμούν μπορεί να είναι γνωστοί αθλητές που είναι πολύ καλοί σε αυτό που κάνουν, όπως ο Ρονάλντο (*NBA*), ο Μπαφέ (*Fifa*) ή ο Ανετοκούμπο (*NBA*), ή χαρακτήρες ηθικοί που μάχονται εναντίον κακών δυνάμεων ή μοχθούν για το κοινό καλό, όπως είναι ο Spider-Man, με την ανθρώπινη μορφή του Peter Parker ή του Miles Morales (του διαδόχου του Peter Parker ως Spider-Man), η Barbara (*Genshin Impact*), με το χάρισμα να θεραπεύει τους άλλους, η δυναμική αρχαιολόγος Λάρα Κροφτ (*Tomb Raider*), που ανακαλύπτει τα μυστικά αρχαίων τάφων, ο δυνατός Kratos, θεός του πολέμου (*God of War*) ή η έξυπνη και καλή αρχόντισσα Λι Γουάνγκ (*Genshin Impact*).

(από το *Genshin Impact*) «μ’ αρέσει η Barbara [...][Είναι healer [...]] θεραπεύει άλλους [...]] Είναι μια ξανθιά, φοράει συνήθως, μισό λεπτό...ένα φόρεμα που είναι άσπρο με μπλε και απλά έχει ένα καπέλο νοσοκόμας» (Νίκη, 12 ετών)

«*To Genshin Impact είναι ένα παιχνίδι, είναι πιο πολύ σαν περιπέτειες [...] μου αρέσει η Λι Γουάνγκ [...] είναι σαν πολιτικός άρχοντας με κάποιον τρόπο στον ρόλο της. Ωστόσο, στο παιχνίδι είναι πάρα πολύ δυνατή. Σε περίπτωση που της δώσεις τα σωστά αντικείμενα και το σωστό, ε, όπλο, μπορεί να γίνει πάρα πολύ καλή και να κόψει αρκετό damage [...] είναι η δεύτερη πιο πλούσια σ' όλον τον κόσμο [...] το πιο σημαντικό της πράγμα, είναι ότι κρατάει τα καλύτερα μυστικά της πόλης [...] επειδή είναι γενικά και πολύ ευγενική και επειδή έτσι όπως είναι στην πόλη, οι άνθρωποι εκεί είναι πάρα πολύ φιλόξενοι και γενικά. Αυτή το στηρίζει όλο αυτό με τη φιλοξενία[...]* Όμως, το πιο σημαντικό της χαρακτηριστικό είναι ότι είναι πάρα πολύ έξυπνη και πάρα πολύ πονηρή» (Στέφανος, 13 ετών).

Οι έφηβοι 12-14 ετών μπαίνουν στις θέσεις των αγαπημένων τους χαρακτήρων και ταυτίζονται μαζί τους. Η ταύτιση με έναν χαρακτήρα είναι ένας μηχανισμός, μέσω του οποίου ο δέκτης βιώνει τα γεγονότα σαν να συνέβαιναν στον ίδιο, και τον ενθαρρύνει να δει τις καταστάσεις από διαφορετικές πλευρές. Το παιδί αισθάνεται μαζί με τον χαρακτήρα, δεν αισθάνεται για τον χαρακτήρα (Cohen 2001: 245, 251). Η ταύτιση του παίκτη με τον χαρακτήρα σχετίζεται με την αίσθηση της παρουσίας στο παιχνίδι. Ως 'αίσθηση της παρουσίας'(presence), εννοείται η ψυχολογική εκείνη κατάσταση, κατά την οποία η ψευδαίσθηση μιας εμπειρίας βιώνεται ως αληθινή, και η οποία αναλύεται σε τρεις τύπους: α) την παρουσία του εαυτού, όπου ο χρήστης βιώνει τον εικονικό του εαυτό σαν να είναι ο πραγματικός του εαυτός, β) την κοινωνική παρουσία, που είναι η εμπειρία του εικονικού κοινωνικού δρώντος σαν να είναι πραγματικό, γ) τη χωρική παρουσία, καθώς ο παίκτης χειρίζεται τα αντικείμενα του εικονικού περιβάλλοντος, όπως θα χειριζόταν τα αντικείμενα του πραγματικού (Tamborini & Skalski 2005: 3-4). Όσο πιο πολύ εμπυθίζεται ο παίκτης στο παιχνίδι, τόσο περισσότερο νιώθει τις ικανότητες του χαρακτήρα σαν να ήταν δικές του και τα πράγματα που κατέχει το άβαταρ σαν να ήταν δικά του (Castranova 2005: 45).

Όπως ο αναγνώστης των υπέρ-ηρωικών κόμικς, που αναφέρει η Γερακοπούλου (2007:218), ενδοβάλλει τον ήρωα, καθώς η ταύτισή του κινείται μεταξύ της αγάπης του για τον ήρωα ('αγαπώ τον ήρωα, γιατί είναι σαν και μένα') και της επιθυμίας του να του μοιάσει ('τον αγαπώ επειδή είναι σαν αυτό που θα ήθελα να είμαι'), έτσι και η ταύτιση κάποιων εφήβων με τους χαρακτήρες των βιντεοπαιχνιδιών κινείται μεταξύ των δύο αυτών διαστάσεων. Για μια δεκαετία είναι η Λάρα Κροφτ εκείνη η ηρωίδα που της μοιάζει και συγχρόνως η ηρωίδα που θέλει να γίνει. Όπως

λέει, μπαίνει στη θέση της Λάρα Κροφτ και βάζει τη Λάρα Κροφτ στη θέση της, με τα όρια να συγχέονται. Στο παιχνίδι βιώνει τον εαυτό της σαν Λάρα Κροφτ, κινείται στον κοινωνικό κόσμο του παιχνιδιού αλληλοεπιδρώντας με άλλους και χειρίζεται τα διάφορα αντικείμενα του εικονικού κόσμου σαν να ήταν αληθινά.

«Η Λάρα Κροφτ [...] έχω δει και τις ταινίες και επειδή λατρεύω γενικά την περιπέτεια, γι 'αυτό παίζω μ' αυτήν [...] μου αρέσει σαν ηρωίδα, γιατί από μικρή ήθελα, φανταζόμουν μικρή ότι κάποια στιγμή μπορεί να βρεθώ και εγώ στη θέση της και να βρεθώ ξαφνικά σε μια ζούγκλα και να κληθώ να κάνω και εγώ τα ίδια με εκείνη [...] Και φανταζόμουν να βρεθώ και εγώ στις περιπέτειές της, γιατί κάποτε ήθελα να γίνω αρχαιολόγος, να βρίσκω καινούργια πράγματα [...] και έτσι λοιπόν μου είχε δημιουργηθεί ότι καθώς μεγαλώνω, θα γίνω σαν αυτή και θα μπω κι εγώ σε τέτοιες περιπέτειες, θα κινδυνεύει η ζωή μου, τέτοια πράγματα και μ' ενθουσίαζε αυτή η ιδέα, οπότε γι αυτό μ' αρέσει [...] Στη Λάρα Κροφτ φαντάζομαι ότι είμαι εγώ και παίζω πίστες και πολεμάω και κάνω [...] η Λάρα Κροφτ προσπαθεί να σώσει κάποιον και για να γίνει αυτό, πρέπει να ξεκινήσει μια σειρά από διάφορες ανακαλύψεις [...] υπάρχουν και κάποιοι κακοί που προσπαθούν να την εμποδίσουν είτε που θέλουν να τη σκοτώσουν είτε να της αρπάξουν κάποια αντικείμενα, και το πιο δύσκολο αυτό είναι, εντάξει. Ε, γενικά σε αυτό το παιχνίδι περνάω πολύ χρόνο, γιατί μ' αρέσει. Γιατί πολλές φορές βάζω αυτή την ηρωίδα στη δική μου θέση και έτσι μ' αρέσει πιο πολύ, ε, και το διασκεδάζω πολύ. Με βοηθάει έτσι να κατανοώ και να εστιάζω πιο πολύ στο παιχνίδι και να βάζω τον εαυτό μου και στη θέση ότι όταν υπάρχει μια δυσκολία, πρέπει να την ξεπερνάω. Αυτό» (Ναυσικά, 13 ετών)

Το να βλέπει το παιδί αναπαραστάσεις του εαυτού του, μέσω του χαρακτήρα/avatar, να κάνει διάφορα πράγματα, θεωρείται ότι μπορεί να επηρεάσει τη συμπεριφορά του (Madigan 2016:236). Πειραματική έρευνα, επιπλέον, έδειξε πως η δυνατότητα παικτών να υποδυθούν χαρακτήρες με υπερφυσικές ικανότητες, όπως να μπορεί να πετάνε για παράδειγμα, οδήγησε σε μεγαλύτερη φιλοκοινωνική συμπεριφορά συγκριτικά με άλλους παίκτες που δεν τους δόθηκε η δυνατότητα υπερδυνάμεων σε vr βιντεοπαιχνίδι (Rosenberg et al. 2013: 60). Όπως είδαμε και στο πρώτο μέρος της έρευνας, ένας δημοφιλής ήρωας βιντεοπαιχνιδιών είναι ο Spider-Man, ο οποίος ακούστηκε από πέντε μαθητές Γυμνασίου κατά τη διαδικασία των συνεντεύξεων. Ο έφηβος ταυτίζεται με τον Spider-Man, γοητεύεται από τη δυνατότητα να επιλέγει τις κινήσεις του ήρωα κάθε φορά και ελκύεται από τις αποστολές που πρέπει να εκπληρώσει για να σώσει την ανθρωπότητα.

«Είχε να κάνει με τον κύριο χαρακτήρα που αυτός πολεμούσε, ήταν ξέρεις ο Spider-Man που προστάτευε τη γειτονιά του εκεί, και στο παιχνίδι προστατεύεις τους κακούς, τη γειτονιά σου απ' τους κακούς [...] γενικά μου άρεσε ο Spider-Man, δηλαδή είχα φτάσει σε σημείο να έχω και σεντόνια [...] όταν βλέπεις μια ταινία, ο χαρακτήρας της ταινίας παίρνει λάθος αποφάσεις που εσύ μπορεί να άλλαζες, και όταν μπαίνεις στο παιχνίδι, διαλέγεις εσύ τι κάνεις. Δηλαδή, στην ταινία μπορεί ο χαρακτήρας να πέρναγε αυτόν τον δρόμο για να πάει εκεί., ενώ εσύ μπορεί να πέρναγες τον άλλον για να πας κάπου άλλου πιο σημαντικά» (Πάνος, 14 ετών)

«Μ' άρεσε που μπορείς να πιαστείς με τους ιστούς στα κτήρια, που σώζεις ανθρώπους και πολεμάς άλλους κακούς» (Μανώλης, 14 ετών).

Ακολουθώντας τη σκέψη του Umberto Eco για τον Superman, θα υποστηρίξουμε αντιστοίχως ότι ο Spider-Man διαθέτει τα χαρακτηριστικά του αιώνιου μύθου, αλλά, συγχρόνως, είναι ένας ήρωας φθαρτός, του οποίου η δράση εκτυλίσσεται στον καθημερινό κόσμο, όπου τα πάντα είναι εφήμερα (Eco 1987: 294). Έτσι, ο Spider-Man μπορεί να γίνει αποδεκτός από τον εφηβικό πληθυσμό. Επιπλέον, ο έφηβος νιώθει οικειότητα μαζί του, διότι αποτελεί έναν ακόμα συνομήλικό του, και ελπίζει ενδεχομένως ότι μπορεί κάποια στιγμή να ξεπηδήσει από μέσα του ένας υπερ-ήρωας (Eco 1987: 286-287). Αν ήταν ένας ήρωας αθάνατος, απροσδιόριστης ηλικίας, θα μπορούσε να επιτευχθεί η όποια ταύτιση μαζί του;

«Από τα παιχνίδια που παίζω μ' αρέσει ο Miles [...]Αυτός που έχω στην εικόνα (αναφέρεται στην εικόνα προφίλ που έχει στο skype) είναι ο Miles, αν θέλετε να δείτε [...]ο Spider-Man ο κανονικός, ο Peter Parker, στην ουσία εκπαίδευσε τον Miles [...]Είναι μαύρος, δεν το λέω ρατσιστικά [...]Και μέχρι, πριν γίνει βασικά ο Spider-Man, ζούσε μια καθημερινή ζωή όπως όλοι» (Μάρκος, 12 ετών)

Μαθητές Λυκείου

Από τους μαθητές του Λυκείου, από την άλλη, ναι μεν ακούστηκαν και χαρακτήρες με ωραία εμφάνιση, όπως είναι ο τραγουδιστής Μπρούνο Μαρς (*Fortnite*), με ειδικές ικανότητες, όπως ο Βολμπέαρ (*LoL*) ή με δεξιότητες, όπως ο Άλεξ Σμιθ, φανταστικός ποδοσφαιριστής (*Fifa*), αλλά εκεί που δόθηκε βαρύτητα από την πλειονότητα των συμμετεχόντων ήταν στα πνευματικά και ιδιοσυγκρασιακά χαρακτηριστικά. Συγκριτικά με τους μαθητές Γυμνασίου, οι μαθητές Λυκείου

έδειξαν προτίμηση σε πιο αμφίσημους ήρωες. Έχοντας περάσει από το συμβατικό στάδιο της ‘ηθικής του νόμου και της τάξης’, του Kohlberg, που χαρακτηρίζει περισσότερο τους μαθητές Γυμνασίου, ο έφηβος 15-17 ετών ξεφεύγει πλέον από την απόλυτη αποδοχή των κανόνων και των ηθών και αναζητά τις αιτίες των ανθρώπινων πράξεων. Προσπαθεί να κατανοήσει τους γύρω του και αντιλαμβάνεται ότι το τι είναι σωστό ή λάθος είναι και σχετικό. Οι συλλογισμοί του γίνονται πολυσύνθετοι.

Το παιδί, από τη μέση εφηβεία και μετά, αναπτύσσει πιο ολιστικές αντιλήψεις για την κοινωνία και κάνει πιο πολύπλοκες ηθικές, κοινωνικές, πολιτικές σκέψεις (Kohlberg & Gilligan 1971: 1066-8 · Kohlberg 1975: 671 · Kohlberg 1971: 1, 3, 6 · Adelson 1971: 1013-1014 · Craig & Baucum 2008: 37). Οι χαρακτήρες που διαλέγει έχουν φτάσει εκεί που βρίσκονται και πράττουν έτσι όπως πράττουν, διότι κάτι συνέβη στη ζωή τους. Για παράδειγμα, μια δεκαεξάχρονη μίλησε για τον Jhin, από το *LoL*, έναν ψυχοπαθή δολοφόνο, δίνοντας έμφαση στην πορεία της εξέλιξής του, ή δύο άλλοι έφηβοι αναφέρθηκαν στον Franklin από το *Grand Theft Auto (GTA)*, που έχει τον ρόλο του κλέφτη, εκφράζοντας συμπόνοια γύρω από το πρόσωπό του, καθώς λάμβαναν υπόψη το δύσκολο παρελθόν του.

«Ε, βασικά, στο LoL που σας είπα, είναι ένας χαρακτήρας που τον λένε Jinx. Μ’ αρέσει σαν χαρακτήρας, γιατί έχει πολύ ωραία abilities, δεν θυμάμαι την ελληνική λέξη, συγγνώμη, και γενικά έχει και ωραίο παρουσιαστικό, δηλαδή το πώς τον έχουν φτιάξει, το backstory του, είναι πολύ interesting [...] Στην ουσία, μετά από κάποια events στη ζωή του, ε, άρχισε να έχει mental disorder και αυτό, εξελίχθηκε η προσωπικότητά του να γίνεται πολύ σαν ψυχάκιας να το πω, ώσπου έφτασε σε ένα σημείο να θεωρεί να σκοτώνει άτομα [...] ότι είναι right. Είναι, ξέρω ‘γω, κάτι το οποίο είναι σωστό, αλλά το οποίο δεν είναι βέβαια σωστό. Απλά είναι interesting να μαθαίνουμε για το πώς κατέληξε εκεί που κατέληξε» (Αντιγόνη, 16 ετών)

«Στο GTA μου αρέσει πιο πολύ ο Φράνκλιν [...] Γιατί ήταν ένας από μια πολύ φτωχιά γειτονιά και του προσφέρθηκε η ευκαιρία να κάνει μερικές ληστείες. Βέβαια όλα αυτά παράνομα, αλλά εντάξει, οδηγούν σε καλό. Ε, και πήρε αυτή την ευκαιρία και ήταν πολύ καλός και εφόσον δούλεψε, πληρώθηκε μετά και τα πήγε καλά στη ζωή του. Αυτό» (Αριάδνη, 17 ετών)

Οι χαρακτήρες που προτιμούν είναι χαρακτήρες βασανισμένοι, κάτι που τους κάνει πιο ανθρώπινους και προσιτούς. Πρόκειται για χαρακτήρες, με ή χωρίς υπερφυσικές ικανότητες, με παρελθόν, με άγχη. Και επιχειρούν να τους καταλάβουν, καθώς αναγνωρίζουν ενδεχομένως σε αυτούς τις δικές τους εσωτερικές αντιφάσεις και προβληματισμούς. Επιθυμούν να τους αγκαλιάσουν, προκειμένου να τους παρηγορήσουν, ίσως, επειδή θα ήθελαν και οι ίδιοι κάποιον να τους παρηγορήσει στη δική τους ζωή, κάποιον να τους δεχτεί όπως είναι. Ένας δεκαεφτάχρονος μίλησε για την προτίμησή του στον Ζονγκ Λι, από το βιντεοπαιχνίδι *Genshin Impact*. Πρόκειται για έναν Θεό που έχασε την οικογένειά του και τους φίλους του, λόγω πολεμικών συρράξεων, και αποφάσισε να αποσυρθεί από τη διοίκηση των θεών και να μετενσαρκωθεί σε έναν απλό άνθρωπο που εργάζεται σε γραφείο τελετών ως σύμβουλος.

«Ο Ζονγκ Λι [...] αντιπροσωπεύει τον θεό των συμβολαίων [...] Αυτός ήταν ο πιο μεγάλος ηλικιακά απ' τους θεούς [...] λόγω των πόλεμων των θεών και της καταστροφής της όγδοης πόλης, είπε ότι θέλει να, επειδή έχασε και όλους τους φίλους του, οικογένεια, γιο και όλα αυτά, είπε πως θα αποσυρθεί ως θεός στη διοίκηση, θα γίνει μετενσάρκωση ως απλός άνθρωπος και πολίτης της πόλης που αυτός έκτισε με τα βράχια [...] τώρα είναι σε ένα γραφείο τελετών και τελεί χρέη διοι, συμβ, συμβολ, πώς να το πω...συμβούλου [...] Μ' αρέσει γενικά το μπακστόρν, επειδή είναι ένας αρκετά καλογραμμένος χαρακτήρας, οφείλω να πω. Γενικά, όλοι οι χαρακτήρες εκεί πέρα δεν έχουν ένα χαρούμενο παρελθόν. Όλοι είναι, να τους πάρεις όλους, όλοι είναι να τους πάρεις μια αγκαλιά, έναν προς έναν» (Άρης, 17 ετών)

Ένας άλλος δεκαεξάχρονος αναφέρθηκε στον Doom Slayer, από τα βιντεοπαιχνίδια *Doom*. Ο Doom Slayer είναι ένας χαρακτήρας με τρομακτική όψη, ο οποίος αναστήθηκε από τους νεκρούς και άρχισε να σκοτώνει δαίμονες για να προστατέψει τους ανθρώπους. Η βία που χρησιμοποιεί γίνεται αντιληπτή από τον έφηβο ως δικαιολογημένη, καθώς ο τελικός σκοπός είναι η σωτηρία των ανθρώπων, και γι' αυτό τον χαρακτήρισε ως έναν 'καλό' χαρακτήρα.

«Εμένα ο αγαπημένος μου αυτή τη στιγμή είναι ο Doom Slayer. Ακούγεται πολύ μέταλ, γιατί είναι μέταλ. Είναι από το παιχνίδι Doom [...] είναι σχεδόν σαν θεός, όσον αφορά τις δυνάμεις του, πόσο δυνατός είναι. Σκοτώνει τους δαίμονες έτσι για την πλάκα, ώστε να πάει εκεί που θέλει και να κάνει αυτό που θέλει. Α, μέχρι στιγμής έχει μιλήσει πολύ λίγες φορές, όπως έχουμε δει εμείς που παίζουμε

το παιχνίδι. Ε, τώρα έχει *flashbacks*. Μιλούσε κανονικά, αλλά τώρα έχει πει μόνο μια λέξη και, αυτό [...] Είναι πολύ αρχαίος, γιατί ήταν σε τάφο για δεκαετίες, νομίζω. Χιλιάδες χρόνια ίσως [...] αναστήθηκε. Ξύπνησε από τον τάφο του και μετά, στο προηγούμενο παιχνίδι, στο *Doom* του 2016, ξύπνησε από τον τάφο του και άρχισε να σκοτώνει δαίμονες. Και ήταν στον Άρη επίσης. Τώρα στο καινούργιο παιχνίδι [...] πάλι αρχίζει να σκοτώνει δαίμονες, γιατί σκοτώνουν ολόκληρο τον πληθυσμό της γης [...] Ναι, και ας φαίνεται πολύ τρομακτικός, και ας είναι πολύ τρομακτικός. Ναι, είναι καλός χαρακτήρας» (Ηρακλής, 16 ετών)

Ένας άλλος δεκαεξάχρονος αναφέρθηκε στον Sam Porter, από το *Death Stranding*. Πρόκειται για έναν άνθρωπο, ο οποίος υποφέρει από την ασθένεια DOOMS – η DOOMS είναι μια κατάσταση που συνδέει τον πάσχοντα με τον κόσμο των νεκρών, από τον οποίον εισβάλλουν διάφορα επικίνδυνα όντα στον κόσμο των ζωντανών –, και έχει αναλάβει έναν πολύ δύσκολο ρόλο: να επανενώσει τις ΗΠΑ μέσω δικτύου.

«Μου άρεσε πολύ από το *Death Stranding* [...] ο Sam Porter, ε, γιατί είχε τέτοιο, είχε κάπως όλο το βάρος στην πλάτη του και τα κατάφερε, ξέρω 'γω, στο τέλος [...] Αυτός, ο ρόλος του είναι, ξέρω 'γω, ό,τι έχει απομείνει, να τα συνδέσει μεταξύ τους, να επικοινωνούν [...] Συνδέει για το δίκτυο, δηλαδή για να μπορούν να επικοινωνούν με το δίκτυο [...] ήταν ο γιος της προέδρου της Αμερικής, αλλά δεν το ήξερε και το 'μαθε πριν πεθάνει και ήταν, είναι κάπως περίεργο» (Θάνος, 16 ετών)

Αναφορές υπήρξαν και από τους μαθητές Λυκείου στον Spider-Man – συγκεκριμένα από τέσσερις έφηβους –, με την έμφαση να δίνεται από τους μισούς στην ιστορία του γενικότερα, δηλαδή στο πώς έφτασε ο Peter Parker να γίνει αυτός που είναι.

«Ε, μ' αρέσει ο Spider-Man, και όχι για τον Τομ Χόλαντ, επειδή τρελαίνονται όλα τα κοριτσάκια, επειδή παίζει ο Τομ Χόλαντ. Επειδή από μικρή μου άρεσε ο Spider-Man και επειδή από μικρή τον παρακολουθούσα, ξέρω 'γω [...] όπως και ο doctor Strange που μου άρεσε, της Μάρβελ [...] Πώς δημιουργήθηκαν. Όλοι οι παίκτες, όλοι οι ήρωες έχουν δημιουργηθεί με έναν τρόπο και έχουν ένα παρελθόν που δεν το συναντάς σε ταινίες. Είναι, ξέρεις ότι αν είναι της Μάρβελ, ξέρεις ότι θα σε εκπλήξει, ξέρω 'γω» (Αφροδίτη, 15 ετών)

Η Pearson (2017: 113) γράφει ότι υπάρχουν χαρακτήρες που καθορίζουν τους φανταστικούς κόσμους. Μπορεί ο χαρακτήρας να είναι μια ρευστή ιδέα, προσλαμβάνει, ωστόσο, μια ανεξάρτητη ύπαρξη ως μορφή στο μυαλό του δέκτη, και συνίσταται από φυσικά χαρακτηριστικά, συνήθη συμπεριφορά, βιογραφία, αλληλεπιδράσεις με άλλους χαρακτήρες, περιβάλλον και πρότυπα λόγου (Pearson 2017: 113). Ο Spider-Man, για παράδειγμα, φοράει τη χαρακτηριστική κόκκινη στολή, πολεμά το έγκλημα, είναι ορφανός και απέκτησε τις δυνάμεις του από τσίμπημα ραδιενεργούς αράχνης, αλληλεπιδρά με παιδιά της ηλικίας του και μιλάει όπως ένας συνηθισμένος έφηβος, ζώντας και δρώντας στη Νέα Υόρκη. Στοιχεία που λαμβάνει υπόψη το παιδί, είτε πηγαίνει Γυμνάσιο είτε Λύκειο, ανεξαρτήτως του πού δίνει έμφαση η κάθε ηλικιακή ομάδα.

Σύνοψη – Συμπεράσματα

Η επιλογή των χαρακτήρων που κάνει ο έφηβος, καθώς μεταβαίνει από το Γυμνάσιο στο Λύκειο, υποδεικνύει τη μετάβαση από το στάδιο τέσσερα του συμβατικού επιπέδου του Kohlberg, όπου κυριαρχούν η πίστη στην τήρηση των νόμων και μια απόλυτη κοσμοθεώρηση περί ‘καλού’ και ‘κακού’, στο μετασυμβατικό επίπεδο, όπου όλα αποκτούν μια σχετικιστική χροιά, και η ηθική σκέψη γίνεται πιο ευέλικτη και σύμφωνα με τη συνείδηση του καθενός σχετικά με το ‘καλό’ και το ‘κακό’. Το ιδεώδες του εγώ του Λακάν – δηλαδή ο Μεγάλος Άλλος, τον οποίον προσπαθεί ο έφηβος να εντυπωσιάσει με την εικόνα του εγώ του (Zizek 2006: 180 · Zizek 2016: 123) ή αλλιώς η εσωτερικευμένη μορφή του νόμου (το ‘βλέμμα’) που καθοδηγεί το άτομο στο να βρει τη θέση του στη συμβολική τάξη (Κυβέλλου 2009) – φαίνεται να μπαίνει σε δεύτερο πλάνο κατά τη μέση εφηβική περίοδο και το ‘γιατί’ των πράξεων παίρνει την πρωτοκαθεδρία, τουλάχιστον όσον αφορά τον μυθοπλασματικό κόσμο των βιντεοπαιχνιδιών. Έτσι, από χαρακτήρες που μάχονται για το κοινό καλό περνάμε σε χαρακτήρες που μάχονται με τον εαυτό τους για να βρουν τον εαυτό τους. Στον Πίνακα 55 παρουσιάζεται μια σύνοψη των παραπάνω αναγνώσεων.

Πίνακας 55 – Χαρακτήρες βιντεοπαιχνιδιών

Χαρακτήρες βιντεοπαιχνιδιών		
Γενικές κατηγορίες	Κυριολεκτικές αναγνώσεις	Ερμηνευτικές αναγνώσεις
Μαθητές Γυμνασίου	<ul style="list-style-type: none"> Χαρακτήρες με ωραία εμφάνιση, υπερδυνάμεις, ιδιαίτερες ικανότητες, δεξιότητες, ηθικό χαρακτήρα, μεσσιανική δράση Εντοπισμός κοινών στοιχείων με τους χαρακτήρες (πχ. ο Spider-Man είναι ο έφηβος Miles Morales και η Lara Croft είναι η νεαρή αρχαιολόγος που αγαπά την περιπέτεια) Έλεγχος χαρακτήρων – Χάραξη διαφορετικής πορείας 	<ul style="list-style-type: none"> Συμβατικό επίπεδο του Kohlberg: τήρηση του νόμου και της τάξης (καλός vs κακός) Ταύτιση με τους χαρακτήρες – Ελπίδα ότι θα τους μοιάσουν; Ο έλεγχος χαρακτήρων με υπερδυνάμεις μπορεί να οδηγήσει σε φιλοκοινωνική συμπεριφορά;
Μαθητές Λυκείου	<ul style="list-style-type: none"> Χαρακτήρες όμορφοι αλλά και τερατόμορφοι, με υπερδυνάμεις αλλά και με ψυχολογικές διαταραχές, κλέφτες αλλά και σωτήρες, αμφίσημοι, βασανισμένοι αλλά και βασανιστές Εκδήλωση συμπόνοιας απέναντι τους Κατανόηση των αδυναμιών τους 	<ul style="list-style-type: none"> Μετασυμβατικό επίπεδο του Kohlberg: σχετικιστική κοσμοθεώρηση Αναζήτηση βαθύτερων αιτιών του τρόπου δράσης τους (Γιατί φέρεται έτσι; Γιατί είναι κακός;) Οι χαρακτήρες αντανακλούν τα δικά τους άγχη, τις δικές τους ταυτοτικές αναζητήσεις;

12.4. Απόψεις των εφήβων για τα βιντεοπαιχνίδια που έχουν σχέση με ταινίες/σειρές/κόμικς/διαμεσικούς κόσμους/μουσική

Απόψεις των εφήβων για βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με ταινίες, σειρές, κόμικς

Η πλειονότητα των εφήβων ήταν θετικά προσκείμενη απέναντι στις συγκλίσεις των βιντεοπαιχνιδιών με άλλα μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας. (Στο 73,8% των συμμετεχόντων αρέσει να παίζει βιντεοπαιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς, στο 66,7% αρέσει η σχέση των βιντεοπαιχνιδιών με ταινίες και στο 64,3%, η σχέση βιντεοπαιχνιδιών με σειρές). Τους λόγους για τους οποίους γοητεύονται από βιντεοπαιχνίδια που έχουν σχέση με ταινίες, σειρές, ή/και κόμικς, τους συζητήσαμε πιο αναλυτικά με 25 εκ των συμμετεχόντων. Η κωδικοποίηση των απαντήσεών τους έδωσε τέσσερις θεματικές κατηγορίες: α) καλλιτεχνικές ιδιότητες του βιντεοπαιχνιδιού, β) απόκτηση ελέγχου από τον παίκτη, γ) εισχώρηση στον μυθοπλαστικό κόσμο, δ) αγαπημένοι χαρακτήρες.

1. Καλλιτεχνικές ιδιότητες βιντεοπαιχνιδιού

Ένα 24% των εφήβων παίζει βιντεοπαιχνίδια που έχουν σχέση με ταινίες, σειρές ή/και κόμικς (με ή χωρίς φίλους), διότι τα βρίσκει καλοφτιαγμένα, με ωραία ιστορία, γραφικά και έναν ανοικτό κόσμο για εξερεύνηση. Μια δεκαπεντάχρονη, επιπλέον, ανέφερε ότι της αρέσει να μπαίνει στη διαδικασία να συγκρίνει τις ταινίες ή/και τα κόμικς με τα βιντεοπαιχνίδια και στη συνέχεια να βλέπει τι λείπει ή τι είναι επιπρόσθετο.

«ειδικά όταν έχω δει τις ταινίες ή θα δω τις ταινίες, γιατί συγκρίνω ταινία με βιντεοπαιχνίδι, λεπτομέρειες, τι λείπει, τι δεν λείπει, τι είναι καινούργιο» (Αφροδίτη 15 ετών)

(για το Spider-Man) «Έχει πολύ ωραία χαρακτηριστικά, είναι πολύ διασκεδαστικό με ωραίο στόρι και είναι πολύ ωραίο open world παιχνίδι που θα ξόδευα ώρες για να παίζω» (Χρήστος, 13 ετών)

2. Απόκτηση ελέγχου από τον παίκτη

Στην κουλτούρα των βιντεοπαιχνιδιών κυριαρχεί η ιδέα του παίκτη που έχει τον έλεγχο, του παίκτη που ελέγχει τις πράξεις του και τα αποτελέσματα αυτών. Ο έλεγχος συνεπάγεται την

αντιμετώπιση του παίκτη ως υπεύθυνου για τις επιτυχίες ή τις αποτυχίες (Muriel & Crawford 2020: 5). Η δυνατότητα να χειριστούν τους αγαπημένους τους χαρακτήρες είναι ένας από τους λόγους που αρέσει σε ένα 16% των εφήβων να παίζει αυτού του είδους τα βιντεοπαιχνίδια. Μέσω αυτών των βιντεοπαιχνιδιών, ο έφηβος μπαίνει στον κόσμο της ταινίας ή του κόμικ και έχει τον έλεγχο των κινήσεων. Απολαμβάνει τη δυνατότητα που του προσφέρει το βιντεοπαιχνίδι να μπορεί να χειρίζεται την ιστορία μέσω των διάφορων επιλογών του, και, ίσως, η εικονική αυτή παντοδυναμία που του παραχωρείται, να ενισχύει τον 'προσωπικό του μύθο' περί μοναδικότητας και μη τρωτότητας.

«Διότι στην ουσία, θα έλεγχα εγώ αυτά που θα γίνονταν στο παιχνίδι. Θα ήμουν εγώ αυτός που θα έλεγχε τη δράση, την εξέλιξη της ιστορίας» (Δημήτρης, 17 ετών)

(για τους Avengers) *«Κυρίως μου αρέσει, όπως στις ταινίες βλέπω τους ήρωες με διάφορες δυνάμεις, διάφορες στολές κτλ, διάφορες, διάφορες μάσκες, διάφορους εχθρούς, διάφορους συμμάχους, διάφορους χαρακτήρες, οπότε αυτό θα μ' ενδιέφερε, να είχα εγώ τον έλεγχο από αυτούς. Στα άλλα δεν τους ελέγχω, κάνουν ό,τι, ό,τι ήταν στο σενάριο. Ενώ το παιχνίδι εγώ το ελέγχω. Τους ελέγχω, τους βάζω να κάνουν ό,τι θέλω, οπότε είναι κάτι το ενδιαφέρον, κατά τη γνώμη μου» (Γρηγόρης, 13 ετών)*

Ο χειρισμός του χαρακτήρα και ο πλούτος πληροφοριών που δίνεται στον παίκτη σχετικά με αυτόν, διευκολύνουν/ενθαρρύνουν την ταύτιση μαζί του (Klimmt et al. 2009: 358). Ο έφηβος απολαμβάνει το γεγονός ότι είναι αυτός που έχει τον έλεγχο, αυτός που καθορίζει την εξέλιξη της πλοκής του παιχνιδιού, αυτός που είναι παντοδύναμος.

(για το Spider-Man) *«Ναι και γενικά μ' αρέσει αυτό γιατί, όχι μόνο, όπως σας είπα και πιο πριν, αποφασίζεις για τις κινήσεις του ήρωα, απλά και μέσα απ' τις κινήσεις που διαλέγεις, αποφασίζεται και η πλοκή του παιχνιδιού. Δηλαδή, αν επιλέξεις να κάνεις, δηλαδή σου βάζει σε διαλόγους που κάνουν μεταξύ από διάφορους εχθρούς του και αποφασίζεις εσύ αν θα του μιλήσεις ή να του, ή να τον παλέψεις, εκεί αποφασίζεται γενικά τι θα ακολουθήσει, καταλάβατε» (Μάρκος, 12 ετών)*

Η δυνατότητα του παίκτη να επηρεάσει το περιβάλλον του παιχνιδιού μέσω του χαρακτήρα του, δίνει νόημα στις πράξεις του και στις αποφάσεις που παίρνει. Ακόμα, η δυνατότητα επιρροής του κόσμου του παιχνιδιού σχετίζεται άμεσα με τη δημιουργία ευκαιριών για ηθικές αποφάσεις. Όσο πιο πλούσιο το κοινωνικό περιεχόμενο του παιχνιδιού (όπως στο *Spider-Man: Miles Morales* ή στο *Detroit Become Human*) τόσο πιο σημαντικό είναι να πάρει ο παίκτης ηθικές αποφάσεις, και όσο πιο σημαντικές οι ηθικές αποφάσεις που καλείται να πάρει, τόσο εντονότερα αισθάνεται ότι έχει τη δύναμη να προκαλέσει αλλαγή, ενώ επιπλέον, το καθρέφτισμα (mirroring) – δηλαδή, ο τρόπος με τον οποίον άλλοι χαρακτήρες του παιχνιδιού αντανακλούν τις συνέπειες των πράξεών του –, συμβάλλει στο να βιώσει ότι οι αποφάσεις του έχουν αξία (Simkins & Steinkuehler 2008: 16-18). Και αν ο έφηβος δει τον εαυτό του ως φορέα αλλαγής και πιστέψει ότι η αλλαγή προς το καλύτερο είναι πιθανή, τότε, ίσως, μπορέσει, όπως γράφει ο Jenkins (2017), να αλλάξει τον κόσμο.

3. Εισχώρηση στον μυθοπλαστικό κόσμο

Το 40% των εφήβων αναφέρθηκε στη γοητεία που ασκεί ο κόσμος της ταινίας, της σειράς ή του κόμικ. Η δυνατότητα του έφηβου να μπει στον κόσμο μιας αγαπημένης ταινίας, σειράς ή κόμικ και να ζήσει την ιστορία που είδε ή διάβασε, τον σαγηνεύει. Η αγάπη για την εκάστοτε μυθοπλαστική ιστορία τροφοδοτεί την επιθυμία του να την προσεγγίσει ξανά και ξανά με διάφορους τρόπους, ένας εκ των οποίων είναι μέσω του βιντεοπαιχνιδιού. Σε αντίθεση, επιπλέον, με την παρακολούθηση μιας ταινίας ή της ανάγνωσης ενός κόμικ, όπου ο έφηβος αναλαμβάνει τον παθητικό ρόλο του δέκτη, στον κόσμο του βιντεοπαιχνιδιού όχι μόνο αναλαμβάνει έναν ρόλο ενεργό, αλλά συνηθίζει να γίνεται ο ίδιος πρωταγωνιστής.

«Είναι ένας τρόπος να δεις, ξέρω 'γω, την ταινία από μια άλλη πλευρά, τη δική σου πλευρά, σαν να παίζεις και εσύ» (Ζέτα, 15 ετών)

«Πιστεύω ότι σε ταξιδεύουν στον κόσμο της ταινίας που έχεις δει» (Θάνος, 16 ετών)

Η λατρεία για τον μυθοπλαστικό κόσμο παίρνει ενίοτε και φανατικές διαστάσεις. Ο έφηβος φαν μιας ταινίας, σειράς ή κόμικ αδράττει τις όποιες ευκαιρίες για να γίνει μέρος του. Αγοράζει, για παράδειγμα, σχετικά προϊόντα, όπως ρούχα, αξεσουάρ, κουκλάκια και βιντεοπαιχνίδια.

«Γιατί πχ αισθάνομαι που βλέπω και τα σχετικά, επειδή τα λατρεύω. Ό,τι έχει να κάνει με το άνιμε που είναι είτε μεκ, το οποίο μπορεί να είναι μια μπλούζα π.χ. ή να είναι παιχνίδι και αυτά. Θέλω να είμαι μέσα σε αυτά. Δηλαδή, μπορεί να πάρω παπούτσια από το Tacon Titan. Τα πήρα. Όταν τα είδα λέω 'μαμά, πάμε να τα πάρουμε' Ή όταν είδα ότι κυκλοφόρησε παιχνίδι, εκεί!» (Αρης, 17 ετών)

4. Αγαπημένοι χαρακτήρες

Η αγάπη για συγκεκριμένους χαρακτήρες σχολιάστηκε από ένα 28% των εφήβων. Οι χαρακτήρες έχουν ιδιαίτερη σημασία για το εφηβικό κοινό. Η γοητεία που ασκούν συγκεκριμένοι χαρακτήρες μπορεί να πηγάζει και από παλιά, από τη μέση παιδική ηλικία, όπως αναφέρει ένας έφηβος για τον Spider-Man. Η ευκαιρία, λοιπόν, να συνδιαλλαγεί ο έφηβος με τον αγαπημένο του χαρακτήρα, τον οδηγεί στο να επιλέξει το αντίστοιχο βιντεοπαιχνίδι.

«Και αυτό, τότε που την είχα δει την ταινία, μικρός, μου άρεσε πολύ η ταινία και γενικά μου άρεσε ο Spider-Man, δηλαδή είχα φτάσει σε σημείο να έχω και σεντόνια» (Πάνος, 14 ετών)

Ο έφηβος αγαπά συγκεκριμένους γνωστούς χαρακτήρες και αποζητά να μάθει γι' αυτούς όσο το δυνατόν περισσότερα πράγματα, προσδοκώντας, έτσι, να κατανοήσει καλύτερα την εξέλιξή τους. Για παράδειγμα, στο βιντεοπαιχνίδι *Genshin Impact*, όπως αναφέρει μια δωδεκάχρονη παίκτρια, δίνονται πιο αναλυτικά κάποια στοιχεία για τους χαρακτήρες σε σχέση με τα manga που είχε διαβάσει και το anime που είχε δει.

«Πρώτα στα κόμικς και στα manga και μετά στο παιχνίδι[...] Επειδή μπορούσα να δω και τους χαρακτήρες πιο αναλυτικά και να καταλάβω τα ονόματα και τους χαρακτήρες» (Νίκη, 12 ετών)

Μέσω, δε,της διαμεσικής αφήγησης, η κατανόηση της εξέλιξης των χαρακτήρων γίνεται μια υπόθεση πληρέστερη. Όσο μια γνωστή ιστορία εμπλουτίζεται και προστίθενται νέες πληροφορίες, τόσο καλύτερα κατανοεί ο έφηβος τις πράξεις των χαρακτήρων και την εξέλιξη της πλοκής.

«Ε λοιπόν, όσο εμπλουτίζεται η ιστορία, μπορείς να καταλάβεις περισσότερα για τους χαρακτήρες, μπορείς να δεις πώς θα εξελιχθεί στο τέλος. Μπορείς επίσης, πριν βγει αυτό, μπορείς να την εξελίξεις

στο δικό σου μυαλό, αν θες. Όμως, ο κύριος λόγος που μου αρέσει είναι επειδή μπορώ να δω το πώς εξελίσσονται διάφοροι χαρακτήρες» (Στέφανος, 13 ετών)

Απόψεις των εφήβων για βιντεοπαιχνίδια που έχουν σχέση με διαμεσικούς κόσμους

Την έλξη για βιντεοπαιχνίδια που έχουν σχέση με διαμεσικούς κόσμους, τη συζητήσαμε με ένα 77,1% των εφήβων (35 στους 42), εκ των οποίων, ένα 82,8% τα αντιμετωπίζει θετικά (29 στους 35). Για τους λόγους που γοητεύει η επέκταση ή ο εμπλουτισμός μιας γνωστής ιστορίας, μας μίλησε πιο αναλυτικά το 27,1% των συμμετεχόντων (13 στους 35). Εντοπίσαμε δύο βασικούς λόγους. Ο ένας είναι η αγάπη για τους χαρακτήρες, στον οποίον αναφερθήκαμε εκτενώς στην προηγούμενη υποενότητα, και ο δεύτερος είναι η ύπαρξη μιας συνέχειας και ενός νοήματος.

Το να υπάρχει μια συνέχεια είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τους fans μιας ιστορίας και όχι μόνο. Η αγωνία του τι θα γίνει μετά ή/και η πληροφόρηση για το τι προηγήθηκε της βασικής ιστορίας είναι κάτι που αρέσει στους εφήβους και ενδυναμώνει την επιθυμία παραμονής τους στο διαμεσικό σύμπαν. Η επέκταση ενός γνωστού κόσμου είναι κάτι μαγικό, προσφέρει χαρά και ικανοποιεί την ανάγκη των εφήβων για περισσότερα. Οι εφηβοί δεν θέλουν απλά να υπάρξει ένα τέλος.

«Επειδή συνήθως όταν σου αρέσει κάτι, μια σειρά, γενικά κάτι πάρα πολύ, θες να συνεχίσει και να μάθεις περισσότερα γι' αυτό όσο γίνεται [...] το πώς γίνεται ο κόσμος» (Στέφανος, 13 ετών)

«Γιατί από μικρός μ' άρεσε πολύ ο Spider-Man και ακόμα μ' αρέσει [...] Τον συνεχίζει κάπως η ιστορία από εκεί που έχει μείνει» (Μίλτος, 16 ετών)

«γενικά, όταν κάποιος βλέπουν μια ταινία ή σειρά, και τους αρέσει πάρα πολύ, και αυτή έχει τελειώσει, θέλουν μια συνέχεια. Οπότε βασίζονται στο παιχνίδι, στο βιντεοπαιχνίδι, για να συνεχίσουν. Ναι, μεν, έχει διαφορετική πλοκή, κάπου κάπως έτσι, αλλά αποτελεί μια συνέχεια γι' αυτούς» (Αριάδνη, 17 ετών)

«π.χ. στο Star Wars, ε, δεν ξέρω αν ξέρετε, αλλά τώρα βγήκε μια καινούργια σειρά που λέγεται Obi wan Kenobi και είναι ουσιαστικά η ιστορία του Obi wan Kenobi. Και μαθαίνουμε πράγματα για

τους χαρακτήρες ξεχωριστά, μαθαίνουμε ξέρω 'γω πώς έγινε ο πόλεμος, γιατί έγινε, και επεκτείνεται πάρα πολύ. Και όλα μπαίνουν στη θέση τους, να το πω, και βγάζει ένα νόημα» (Αντιγόνη, 16 ετών)

Μέσα από νέες πληροφορίες που δίνονται σε ένα βιντεοπαιχνίδι ή σε μια ταινία/σειρά, καθώς και με την προσθήκη παράλληλων ιστοριών, ο έφηβος έχει τη δυνατότητα να δει τον γνωστό κόσμο πιο μεγεθυμένο, πιο ολοκληρωμένο. Όλα αποκτούν, έτσι, ένα νόημα, καθώς ο παίκτης αποκρυπτογραφεί σε μεγαλύτερο βαθμό τα όσα συμβαίνουν, και αυτό τον κάνει να θέλει να αποτελεί μέρος του μυθοπλαστικού σύμπαντος.

«Γιατί έχουν ένα νόημα και δεν είναι μόνο, ξέρω 'γω, πολεμάω και σκοτώνω, και όλα αυτά. Έχουν και μια ιστορία από πίσω και πολλές φορές αυτή η ιστορία είναι πάρα πολύ ωραία. Δηλαδή, στο LoL που σας είπα, η σειρά είναι πάρα πολύ ωραία, και με τη σειρά μαθαίνουμε και πράγματα για τους χαρακτήρες που δεν τα ξέραμε πριν, γιατί δεν μπορούσαμε να τα βρούμε κάπου» (Αντιγόνη, 15 ετών)

«Δηλαδή, έχω επιλέξει παιχνίδι Star Wars, επειδή είδα τα Star Wars και μου άρεσαν και αμέσως πήρα παιχνίδι Star Wars [...] Και έχει και διαφορετικές ιστορίες, παράλληλες, sidequest, ας πούμε, και έχει και, και ζεις και την ιστορία, και αυτό μ' αρέσει» (Αχιλλέας, 16 ετών)

Εντούτοις, η επέκταση ή ο εμπλουτισμός μιας γνωστής ιστορίας ενέχει κινδύνους και πρέπει να γίνεται με προσοχή, σύμφωνα με το 30,8% των εφήβων. Η όποια συνέχεια ή επέκταση πρέπει να είναι συνεπής στον θεματικό κορμό της ιστορίας, ώστε να μην απογοητεύσει τους φανς. Ο θεματικός πηρήνας της ιστορίας θα πρέπει να αντιμετωπίζεται με σεβασμό. Επιπλέον, οι ηθοποιοί που θα υποδύονται τους χαρακτήρες στις ταινίες ή στα βιντεοπαιχνίδια, πρέπει να είναι πειστικοί, και ένας τρόπος για να μπορούν να πείθουν είναι να είναι πιστοί στο αρχέτυπο. Οι έφηβοι δεν θέλουν αλλαγές που θα αλλοιώσει την ουσία του φανταστικού κόσμου. Κάτι τέτοιο θα κατέστρεφε τα πάντα.

«Ναι, δεν είναι και τόσο ωραίο, γιατί δεν έχεις και τον αυθεντικό χαρακτήρα που ήταν απ' το προηγούμενο Uncharted, ο, πώς λεγόταν αυτός; Δεν θυμάμαι (γέλιο) [...] Ήταν. Ήταν πολύ γνωστός, γιατί ήταν σε όλα, τα τέσσερα Uncharted παιχνίδια και μετά, ξέρω γώ, να πας σε ταινία,

που θα ήταν το πέμπτο, αν όχι τόσο πολύ, και να βάλεις τον Tom Holland που είναι, που δεν φαίνεται σαν τον αυθεντικό, δεν θα αρέσει και πολύ και στους φανς.[...] Ναι, έχει να κάνει και με το αν οι ηθοποιοί παίζουν καλά τους χαρακτήρες από τις σειρές από τα παιχνίδια» (Ηρακλής, 16 ετών)

«Εμένα, μ' αρέσουν, μ' αρέσει να αλλάζουν κάποια πράγματα στο παιχνίδι, γιατί μετά από ένα σημείο, γίνεται βαρετό, αλλά όταν γίνεται μια μεγάλη αλλαγή, μου φαίνεται αρκετά περίεργη. Οπότε κάποιες φορές μ' αρέσει, κάποιες όχι [...] για παράδειγμα, σε κάποια παιχνίδια αλλάζουν οι χάρτες του παιχνιδιού, τα όργανα του παιχνιδιού, κάποιες ενέργειες χαρακτήρων [...] Να 'ναι πιστό τελείως, όχι. Πιστό, όμως, στη βασική, ε, στο βασικό νόημα του παιχνιδιού και της ταινίας, ναι» (Νίκος, 13 ετών)

Ο έφηβος που αγαπάει μια γνωστή ιστορία, όταν έρχεται η ώρα να παίξει το σχετικό βιντεοπαιχνίδι, θα πρέπει να νιώσει ότι το βιντεοπαιχνίδι τον σέβεται. Όπως αναφέρει ένας δεκαεφτάχρονος για την ιστορία του *Harry Potter*, όταν παίζει το βιντεοπαιχνίδι, θα πρέπει να νιώσει ότι, παρά τις όποιες αλλαγές που μπορεί να έχουν γίνει σε αυτό, ο κόσμος δεν έχει 'πειραχτεί', και οι όποιες προσθήκες δεν έχουν ξεθωριάσει τη λάμψη της ιστορίας.

«Δεν ξέρω. Είναι και αυτό που λέμε, το συγκεκριμένο, το plot, twist, ξέρω 'γω. Αλλά μ' αρέσει να ακολουθεί και την πεπατημένη, ότι είναι αυτό και αυτό. Δεν είναι το άλλο. Αλλά να βλέπω και κάτι το διαφορετικό, μ' αρέσει. Είμαι άνθρωπος του διαφορετικού. Δεν μ' αρέσει, δηλαδή, αυτή η στασιμότητα, το ίδιο πράγμα και αυτά. Γιατί, εντάξει, άμα ήμασταν και όλοι οι άνθρωποι ίδιοι, θα ήταν βαρετό πιστεύω. Ε, αυτό συμβαίνει και στα βιντεοπαιχνίδια. Άμα βλέπεις, ξέρω 'γω, το ίδιο, θα βαρεθείς λίγο. Αν θες και κάτι το διαφορετικό, εννοείται πως θα συνεχίσεις το σχετικό. Αυτό είναι κάτι που πετυχαίνει αυτός που βγάζει το παιχνίδι. Άμα τραβήξεις το ενδιαφέρον του νέου, ακόμη και του μεγάλου, γιατί παίζουν και ενήλικες πολλά, ε, πιστεύω πως έχει πετύχει τη δουλειά του, ναι [...] Ναι, να ακολουθεί, να κάνει ό,τι αλλαγές θέλει και τέτοιο, αλλά να μην ξεφεύγει απ' το θέμα. Πχ, αν είναι να πολεμήσει ο άλλος τον Βόλντερμورت και ξαφνικά βγάλεις έναν μονόκερω, εντάξει, υπήρχε στην ταινία, ένα παράδειγμα δίνω τώρα, θα είναι κάπως 'Εντάξει, έδωσα λεφτά γι' αυτό; (γέλιο)» (Αρης, 17 ετών)

Για να είναι καλό ένα βιντεοπαιχνίδι, θα πρέπει να είναι πετυχημένο το franchise, να μην το προδίδει, όπως διαπίστωσαν και οι Bond και Rede (2009: 420) σε έρευνα σχετικά με διαδικτυακές κριτικές παιχνιδιών. Ούτε μια απλή αναπαραγωγή της ιστορίας θα είχε ενδιαφέρον. Θα ήταν κάτι βαρετό για το 38,5% των εφήβων. Το να ξέρει ο παίκτης ακριβώς τι να περιμένει σε ένα βιντεοπαιχνίδι, απλώς δεν θα είχε πλάκα. Αλλά και η απλή χρησιμοποίηση των γνωστών χαρακτήρων μιας ιστορίας σε ένα βιντεοπαιχνίδι δεν θα έχει ενδιαφέρον, τουλάχιστον για τους φίλους της διαμεσικής αφήγησης, αν από το όλο πλάνο απουσίαζε το οικοδόμημα της ιστορίας.

«Προσπαθούν να χτίσουν την ιστορία, ξέρω εγώ, ένα Batman, έτσι. Όλοι οι κακοί είναι ίδιοι με τα κόμικς και με ταινίες, αλλά προσπαθούν να χτίσουν την ιστορία κάπως αλλιώς, έτσι ώστε να είναι λίγο πιο ξεχωριστά, διότι, κακά τα ψέματα, το να πας να παίζεις ένα παιχνίδι που είναι ίδιο με την ταινία, απλά δες την ταινία» (Δημήτρης, 17 ετών)

«Ο Άρχοντας των δαχτυλιδιών με έχει μαγέψει γενικά και σε βιβλίο και σε ταινία, γιατί τα έχω διαβάσει και τα δύο, πάντα τα διαβάζω και τα δύο. Βλέπω την ταινία και μετά διαβάζω το βιβλίο, αλλά όταν πήγα να ψάξω για παιχνίδι και βρήκα μόνο για το κινητό, τα οποία δεν ήταν και καλά, παρουσίαζαν δηλαδή την ιστορία του Άρχοντα των δαχτυλιδιών, απλά ήταν μια αντιγραφή του τύπου 'Φτιάξε τη βάση σου και να παλέψεις με άλλους' απλά χρησιμοποιώντας χαρακτήρες, δηλαδή όχι την ιστορία» (Αχιλλέας 16 ετών)

Το βιντεοπαιχνίδι πρέπει να είναι ένα παράγωγο εφάμιλλης ποιότητας με το αρχικό προϊόν, ό,τι και αν είναι αυτό (βιβλίο, ταινία, σειρά). Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα δύο βιντεοπαιχνιδιών που είχαν σχέση με τη σειρά και το κόμικ *The Walking Dead*, και τα οποία λειτούργησαν ως prequels, παρουσιάζοντας νέο υλικό στην αφήγηση και την εξέλιξη των χαρακτήρων. Δεν είχαν, ωστόσο, την ίδια θερμή υποδοχή, με το βιντεοπαιχνίδι περιπέτειας (*The Walking Dead: The Game*) να λαμβάνει πολύ καλές κριτικές σε αντίθεση με το βιντεοπαιχνίδι βολής (*The Walking Dead: Survival Instinct*). Και αυτό διότι στο παιχνίδι βολής, ο παίκτης αναλωνόταν στο να σκοτώνει διαρκώς ζόμπι, ενώ στο βιντεοπαιχνίδι περιπέτειας αναλάμβανε τον ρόλο ενός καθηγητή ιστορίας που παίρνει ένα κορίτσι υπό την προστασία του και καλούνταν, κατά την πορεία του παιχνιδιού, να παίρνει διάφορες αποφάσεις. Το δεύτερο παιχνίδι δημιουργούσε, με άλλα λόγια, μια προσωπική ιστορία εμπειριών και την ψευδαίσθηση της

επιλογής, χωρίς, όμως, να αλλάζουν τα βασικά σημεία της πλοκής (Beil & Schmidt, 2015: 81-82). Έτσι, το παιχνίδι αποκτούσε νόημα.

Αν και οι έφηβοι παίζουν βιντεοπαιχνίδια κυρίως όταν δεν έχουν κάτι σημαντικό να κάνουν ή δεν μπορούν να βγούνε έξω (40,5%), για να είναι με τους φίλους τους (27%), για να διασκεδάσουν (16,2%) και για να χαλαρώσουν (10,8%), αντιμετωπίζουν τα βιντεοπαιχνίδια με πολλή σοβαρότητα, όπως φάνηκε μέσα από τις συζητήσεις μας. Όταν το βιντεοπαιχνίδι ‘σέβεται’ τον παίκτη, τότε και ο παίκτης ‘σέβεται’ το βιντεοπαιχνίδι, όπως είδαμε στην περίπτωση των βιντεοπαιχνιδιών που σχετίζονται με ταινίες, σειρές ή/και κόμικς, και θέλει να είναι μέρος του, θέλει να εμπυθιστεί στον φανταστικό κόσμο του. Σημαντικό ρόλο στο συναίσθημα της εμπύθισης παίζει και η μουσική του βιντεοπαιχνιδιού.

Απόψεις των εφήβων για τη μουσική στα βιντεοπαιχνίδια

Στο πρώτο μέρος της έρευνας είδαμε ότι η μουσική που υπάρχει στα βιντεοπαιχνίδια συνιστά ένα ελκυστικό στοιχείο για το 50,9% των εφήβων. Αντιστοίχως, στο δεύτερο μέρος της έρευνας βρήκαμε ότι η μουσική που έχουν τα βιντεοπαιχνίδια αρέσει γενικά σε ένα 77,1%, με ένα μέρος αυτών (25,7%) να είναι σχετικά επιφυλακτικό, απαντώντας πως αυτό εξαρτάται συνήθως από το βιντεοπαιχνίδι. Γενικά, για τη σχέση των βιντεοπαιχνιδιών με τη μουσική ρωτήσαμε το 83,3% των συμμετεχόντων (35 στους 42), εκ των οποίων ένα 45,7% αναφέρθηκε στους λόγους, για τους οποίους γοητεύεται από το συγκεκριμένο στοιχείο.

Η μουσική στα βιντεοπαιχνίδια, αναφέρει ο Elferen (2011: 30), είναι από τους πιο δημοφιλείς και επικερδείς τύπους μουσικής, και έχει διάφορες λειτουργίες: ψυχαγωγεί, χαλαρώνει, καθοδηγεί, προειδοποιεί και συμβάλλει στο αίσθημα της εμπύθισης (Nagorsnick & Marten 2015: 360). Όταν μιλάμε για εμπύθιση, εννοούμε εκείνη την αίσθηση δοσίματος στην εμπειρία του παιχνιδιού, με τον παίκτη να γίνεται μέρος του τεχνολογικού υπερχώρου, διατηρώντας, συγχρόνως, μια συνείδηση του γύρω περιβάλλοντος (Brokmyer et al. 2009: 24 · Μπουμπάρης 2018: 71). Η εμπύθιση έχει να κάνει με την ανάμιξη του παίκτη στο περιεχόμενο της όποιας ιστορίας, συναισθηματικά και πνευματικά, και με το ταξίδι του στο φανταστικό περιβάλλον του παιχνιδιού (Qin & Ray 2009: 112-3).

Ένα 14,3% αναφέρθηκε στη συμβολή της μουσικής στο κομμάτι της εμπύθισης. Για ένα μέρος των εφήβων, η μουσική δημιουργεί την κατάλληλη ατμόσφαιρα, κάτι που κάνει το βιντεοπαιχνίδι πιο αληθοφανές, προσκαλώντας τους παίκτες να ‘χαθούν’ στο μυθοπλαστικό σύμπαν. Η μουσική

εντείνει τα συναισθήματα που προκαλούν οι διάφορες καταστάσεις στους φανταστικούς κόσμους και τις κάνει να μην ξεχωρίζουν από το πραγματικό, ενθαρρύνοντας το 'ταξίδι' του παίκτη στον κόσμο του παιχνιδιού. Οι έφηβοι αισθάνονται ότι βρίσκονται εκεί και ζούν τις διάφορες περιπέτειες.

«Ναι. Νομίζω μετράει άμα, πρέπει να είναι και κατάλληλα, να ταιριάζει και στο περιβάλλον που είναι το βιντεοπαιχνίδι και βοηθάει στο να το ζήσεις καλύτερα. Οπότε, είναι πιο ωραίο έτσι»
(Αριάδνη, 17 ετών)

«Δηλαδή, άμα έχει μια μουσική που έχει σασπένς την ώρα που π.χ. σε κυνηγάνε κάποιοι, πιστεύω ότι γίνεται πιο ζωντανό το παιχνίδι. Οπότε, μου αρέσει να την ακούω σε συγκεκριμένες στιγμές»
(Μάρκος, 12 ετών)

Για ένα 17,1% των εφήβων, το βιντεοπαιχνίδι αποτελεί, εκτός των άλλων, ένα μέσο για να ακούσει γνωστά τραγούδια. Με αυτόν τον τρόπο, οι έφηβοι παίζουν αγαπημένα βιντεοπαιχνίδια και ακούνε, συγχρόνως, αγαπημένα μουσικά κομμάτια. Μπορεί, ακόμα, ο έφηβος να επιλέξει το είδος μουσικής που θέλει να ακούσει, όπως στο βιντεοπαιχνίδι *GTA*, όπου του δίνεται η δυνατότητα να επιλέξει τραγούδια από διάφορους ραδιοφωνικούς σταθμούς που έχει το εικονικό του αυτοκίνητο, καθώς οδηγεί στους αχανείς δρόμους της φανταστικής πόλης, *Los Santos*.

«Ε, ναι, ναι. Είναι, δηλαδή, στο παιχνίδι που παίζω τώρα, εδώ και καιρό, μπορείς να βάλεις τη δικιά σου μουσική. Είναι σε σταθμό, σαν να ακούς ραδιόφωνο. Και υπάρχουν κανάλια με είδη μουσικής»
(Πάνος, 14 ετών)

Υπάρχει, ασφαλώς, και η μουσική που έχει δημιουργηθεί ειδικά για τα βιντεοπαιχνίδια, η οποία, επίσης, αρέσει στα παιδιά (σε ένα 17,1%). Δύο έφηβοι σχολίασαν το πόσο υπέροχη μπορεί να είναι η μουσική ενός βιντεοπαιχνιδιού, όπως εκείνη των βιντεοπαιχνιδιών *Doom* και *My Darkest Moments* · μουσική ικανή να συνεπάρει τον παίκτη, σε συνδυασμό με όλα τα υπόλοιπα στοιχεία του παιχνιδιού, προσφέροντας, έτσι, μια ολιστική απόλαυση. Ο ένας εκ των δύο εφήβων δήλωσε, επιπλέον, ότι η μουσική μπορεί να αποτελέσει λόγο για να αγοράσει ένα βιντεοπαιχνίδι, όπως είναι η μουσική του *No straight roads*.

«*No Straight Roads*, γιατί έχει πολύ *edm*, έχει και ροκ, είτε κλασική είτε καινούργια ροκ [...] για παράδειγμα το *Doom*, και ας είναι, ξέρω 'γω, *heavy metal*, είναι καλό *heavy metal*. Έχεις για παράδειγμα το *intro* του *Hello*, που ξέρω 'γω είσαι στο μενού που έχεις σαν, κάτι σαν το αγγελικό, σαν να, σαν να 'χεις τα μάτια σου στους θεούς όπου ακούγεται σαν *choir*, όπως το λένε στα αγγλικά, ε, μελωδία [...] *Nick Gordon* είναι για το *Doom*, και μ' αρέσει πάρα πολύ η μουσική του, γιατί έχει κάνει παιχνίδια και για το *Doom* του '16 και το καινούργιο το *Doom*. Είναι υπέροχος ο τύπος στη μουσική» (Ηρακλής, 16 ετών)

«Δηλαδή, έχω παίζει βιντεοπαιχνίδι συγκεκριμένα στο κινητό, το οποίο ήταν πάρα πολύ ωραίο. Ήταν πολύ μικρό, δηλαδή το *gameplay* του ήταν 40 λεπτά περίπου για να τελειώσει όλο το παιχνίδι. Δηλαδή, φανταστείτε πολύ μικρό. Αλλά ο σκοπός του δεν ήταν η δράση, ήταν μια ιστορία που εξελισσόταν μπροστά σου για τη μοναξιά, και η μουσική σε αυτό το συγκεκριμένο παιχνίδι, και το ίδιο το παιχνίδι σε ενθάρρυνε να φορέσεις ακουστικά [...] Λέγεται *My Darkest Moment*» (Αχιλλέας, 16 ετών)

Δεν έλειψαν, επίσης, και οι περιπτώσεις λατρείας της μουσικής των βιντεοπαιχνιδιών, παίρνοντας διαστάσεις φανατικές. Ένας δεκαεφτάχρονος, για παράδειγμα, λάτρης του *fandom* γενικότερα, όταν μίλησε για τη μουσική του βιντεοπαιχνιδιού, χρησιμοποίησε τη λέξη 'εθισμός'. Αναφέρθηκε στη μουσική του *Genshin Impact*, όπου ακούγονται μουσικά κομμάτια από διάφορες χώρες, τα οποία μαγεύουν τον παίκτη, ενώ επιπλέον, σχολίασε το γεγονός ότι για τη δημιουργία της μουσικής του συγκεκριμένου βιντεοπαιχνιδιού, συνεργάστηκαν καλλιτέχνες μεγάλου βεληνεκούς, θέλοντας να δείξει το πόσο σημαντική δουλειά κρύβεται από πίσω.

«Υπάρχουν πολλά *themes*, τα οποία τα λατρεύω [...] Το *Genshin*, για παράδειγμα [...] Είναι, δηλαδή, εθισμός. Ε, έχουν συνεργαστεί με πολύ μεγάλες όπερες του κόσμου, κυρίως της Σαγκάης, εκεί πέρα. Διάφοροι εκτελεστές έχουν όπερα, όμως όχι όπως... Σίδνεϋ και ακόμα μεγαλύτερη, φανταστείτε, σε έκταση, από μουσικούς και αυτά τα οποία βγάζουν *theme*. Π.χ. όταν ήταν στη Γερμανία, τη λεγόμενη Μονσταγκ, όπως τη λένε, την πόλη, πόλη του φεγγαριού, ε, είχε εκεί πέρα την ιδιαιτερότητα ότι ήταν μια ήρεμη έτσι ατμόσφαιρα και τα σχετικά, έτσι ώστε να σου έρθει και η γερμανική φιλοσοφία μαζί με τις άρπες και όλα αυτά, αλλά και η αίσθηση της ελευθερίας που αντιπροσωπεύει και η συγκεκριμένη πόλη. Όταν έρχεται η μάχη, αρχίζεις και βλέπεις έτσι λίγο

περισσότερο άρπα, το βιολί να παίζει, τα λάουτα και όλα αυτά [...] Αχ, ε, αλλά το καλύτερο, νομίζω, είναι της Ιαπωνίας. Ναι!» (Άρης, 17 ετών)

Όσο για ένα 8,6% των συμμετεχόντων, η μουσική στα βιντεοπαιχνίδια αρέσει, διότι λειτουργεί χαλαρωτικά, όταν είναι ήρεμη, και λειτουργεί συμπληρωματικά με το βασικό σενάριο.

«Έπαιζα ένα βιντεοπαιχνίδι, το *Counter Strike*, που είχε απλά μουσική έτσι χαλαρωτική, περνούσε η ώρα» (Ντίνος, 15 ετών)

«γενικά, στα παιχνίδια, τα *soundtracks* είναι ελαφριά αυτά που μ' αρεσουν. Κάτι ελαφρύ που απλά υπάρχει και να σ' ευχαριστεί [...] Προτιμώ, όμως, κυρίως τα απαλά, όχι κάτι που είναι πολύ, όχι ακριβώς δυνατό, κάτι που θα παίρνει τον κυρίως ρόλο, θα παίρνει τον κύριο ρόλο» (Γρηγόρης, 13 ετών)

Συναυλίες στα βιντεοπαιχνίδια

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον προκαλεί ότι το 84% των εφήβων δήλωσε ότι θα του άρεσε να παρακολουθεί μουσικές συναυλίες γνωστών καλλιτεχνών μέσα στα βιντεοπαιχνίδια. Με αφορμή τη συναυλία που έκανε το 2020 ένας ράπερ, ο Travis Scott, στο βιντεοπαιχνίδι *Fortnite*, την οποία παρακολούθησαν εκατομμύρια παίκτες στον κόσμο, συζητήσαμε με 25 συμμετέχοντες το θέμα των εικονικών συναυλιών. Το 40% των συνεντευξιζόμενων δήλωσε πως παρακολούθησε συναυλίες σε βιντεοπαιχνίδια, όπως του Travis Scott ή/και άλλες συναυλίες που έλαβαν χώρα, όπως της Arianna Grande και του Lil Nas X στο *Roblox* ή του Marshmello στο *Fortnite*⁵⁴. Από όλα τα παιδιά που τις παρακολούθησαν, οι συναυλίες χαρακτηρίστηκαν ως ωραίες εκδηλώσεις.

«Ναι, ήταν πολύ ωραίο [...] Απλά είχε βγει ο Τράβις Σκοτ σαν γίγαντας [...] Και χόρευε και τραγουδούσε [...] ήμασταν σε *third person*, έτσι είναι το *Fortnite*, και ας πούμε υπήρχαν κάποια εφέ που, ας πούμε, ο Τράβις Σκοτ πηδούσε και τρανταζόταν όλη η γη, και είμασταν και εμείς τέρμα ψηλά» (Χρήστος, 13 ετών)

⁵⁴ Ενδεικτικά, στις ακόλουθες ιστοσελίδες μπορεί να παρακολουθήσει κανείς αποσπάσματα των αναφερόμενων συναυλιών <https://www.youtube.com/watch?v=wYeFA1VC8qU> / <https://www.youtube.com/watch?v=tKkfe79Rtu8> https://www.youtube.com/watch?v=86ZF_Z1WGIw / <https://www.youtube.com/watch?v=NBsCzN-jfvA>

«Της Αριάννα Γκράντε, ναι, την είδα [...] γενικά ήταν πολύ ωραία. Ήταν και πιο έτσι, κοριτσιίσικη, να το πω έτσι. Ήταν πολύ έτσι με ροζ και χαριτωμένα και τέτοια, και είχε και γνωστά τραγούδια»
(Ισμήνη, 15 ετών)

Ένας έφηβος, εντούτοις, έθεσε τον προβληματισμό του για όλα όσα γίνονται τελευταία και αφορούν τις νέες τεχνολογίες, υποστηρίζοντας ότι χρειάζεται προσοχή το όλο θέμα της εικονικής πραγματικότητας. Αφορμώμενος από τη συναυλία του Scott στο *Fortnite*, σχολίασε ότι όλα θα πρέπει να γίνονται με μέτρο, έτσι ώστε η εικονική ζωή να μην αντικαταστήσει την πραγματική.

«Γενικά, αυτό το event που είχε κάνει, ήταν πάρα πολύ ωραίο, εμένα μ' άρεσε, και με φίλους και μιλούσαμε και είχε πολύ ωραία εφέ, και δράσης, μου άρεσε [...] αλλά μ' αρέσει να μη γίνεται συνέχεια. Δηλαδή, να μην κάνουμε την πραγματική συναυλία, να την κάνουμε ηλεκτρονική πλέον. Δηλαδή, να έχει και κανονικές. Και τώρα και με το metaverse που κάνουν, αν τα κάνουν όλα ηλεκτρονικά, δεν θα κάνουμε τίποτα στην πραγματική ζωή; Ας πούμε, εγώ έτσι το σκέφτομαι»
(Αχιλλέας, 16 ετών).

Σύνοψη – Συμπεράσματα

Στον Πίνακα 56 εμπεριέχονται συγκεντρωτικά οι αναπαραστάσεις των εφήβων για τις συγκλίσεις των βιντεοπαιχνιδιών με άλλους ψυχαγωγικούς τρόπους της δημοφιλούς κουλτούρας.

Πίνακας 56 – Πολιτισμικές συγκλίσεις. Γιατί αρέσουν αυτού του είδους τα βιντεοπαιχνίδια;

Αναπαραστάσεις των εφήβων για τις πολιτισμικές συγκλίσεις της δημοφιλούς κουλτούρας		
Κατηγορίες συγκλίσεων	Κυριολεκτικές αναγνώσεις	Ερμηνευτικές αναγνώσεις
Βιντεοπαιχνίδια που έχουν σχέση με ταινίες, σειρές ή κόμικς	<ul style="list-style-type: none"> Καλλιτεχνικές ιδιότητες: ιστορία, γραφικά, ανοικτός κόσμος, σύγκριση με το αρχικό προϊόν Απόκτηση ελέγχου: χειρισμός της εξέλιξης της ιστορίας και των χαρακτήρων Εισχώρηση στον μυθοπλαστικό κόσμο: βίωση της ιστορίας, χειρισμός/υπόδυση του πρωταγωνιστή, ενσωμάτωση με οποιοδήποτε τρόπο (π.χ. μέσω της αγοράς διαφημιστικών προϊόντων) Αγαπημένοι χαρακτήρες: συνδιαλλαγή με τον αγαπημένο ήρωα, άντληση πληροφοριών γύρω από την ύπαρξή του και την εξέλιξή του μέσω της διαμεσικής αφήγησης 	<ul style="list-style-type: none"> Εικονική δύναμη – Ενίσχυση προσωπικού μύθου περί παντοδυναμίας Ο χειρισμός των χαρακτήρων ενθάρρυνει την ταύτιση Έλεγχος χαρακτήρων και ιστορίας = Νοηματοδότηση των πράξεων = Δημιουργία ευκαιριών για ηθικές αποφάσεις = Φορείς αλλαγής = Δημιουργία καλύτερου κόσμου
Βιντεοπαιχνίδια και διαμεσική αφήγηση	<ul style="list-style-type: none"> Χαρακτήρες: χειρισμός, απόκτηση περισσότερων πληροφοριών για την ιστορία τους, τη ζωή τους Ύπαρξη μιας συνέχειας – Δεν υπάρχει τέλος – Ικανοποίηση των φανς Πλούτος πληροφοριών – Πολυσύνθετοι κόσμοι Συμπλήρωση του παζλ μέσω της συνεργασίας των διάφορων μέσων – Εξαγωγή νοήματος 	
Βιντεοπαιχνίδια και μουσική	<ul style="list-style-type: none"> Συμβολή στην εμπύθιση του παίκτη Πρόσδοση ζωντάνιας στο παιχνίδι Συνεπαίρνει – Αριστουργηματικές πρωτότυπες μουσικοσυνθέσεις Χαλαρώνει Λειτουργία ως μέσου ακρόασης γνωστών τραγουδιών Λειτουργία ως χώρου συναυλιών γνωστών καλλιτεχνών 	<ul style="list-style-type: none"> Όχι απλά ένα βιντεοπαιχνίδι – Πολυχώρος

Είναι το βιντεοπαιχνίδι απλώς ένα παιχνίδι; Μήπως πρόκειται περισσότερο για έναν πολυχώρο, όπου οι έφηβοι συναντιούνται μεταξύ τους, παίζουν, ακούνε μουσική, παρακολουθούν συναυλίες γνωστών καλλιτεχνών, ταξιδεύουν στους διαμεσικούς κόσμους, φαντασιώνονται περιπέτειες που βασίζονται σε γνωστές ταινίες, τηλεοπτικές σειρές ή κόμικς και ‘βιώνουν’ τις περιπέτειες των αγαπημένων τους χαρακτήρων; Στα παραπάνω, ας προστεθεί και η θεώρηση του βιντεοπαιχνιδιού από ένα μέρος των εφήβων ως έργο τέχνης.

12.4.1. Απόψεις των εφήβων για τη σχέση των βιντεοπαιχνιδιών με την τέχνη

Στο πρώτο μέρος της έρευνας είδαμε ότι οι έφηβοι που πιστεύουν ότι ένα βιντεοπαιχνίδι έχει την ίδια αξία με ένα έργο τέχνης, όπως είναι μια ταινία, ένα μουσικό κομμάτι ή ένα έργο ζωγραφικής, είναι λίγο λιγότεροι σε σχέση με εκείνους που πιστεύουν ότι έχει μικρότερη αξία ή και καθόλου. Τα ίδια συμπεράσματα εξάχθησαν πάνω-κάτω και από το δεύτερο μέρος της έρευνας, χωρίς να σημειώνονται και πάλι σημαντικές αποκλίσεις. Σύμφωνα με το 41,5% των συνεντευξιαζόμενων, ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι μπορεί να χαρακτηριστεί ως έργο τέχνης, ενώ αντιθέτως, για ένα 53,7%, το ηλεκτρονικό παιχνίδι αντιμετωπίζεται ως κάτι το υποδεέστερο και δεν μπορεί να ενταχθεί στην κατηγορία της τέχνης. Υπήρξε, ακόμα, ένα 4,9%, το οποίο δεν μπορούσε να δώσει μια απόλυτη απάντηση.

Μέσω των συνεντεύξεων αναζητήθηκαν, επιπλέον, οι αναπαραστάσεις των εφήβων για την τέχνη γενικά, και εξετάστηκαν πιο εξονυχιστικά οι απόψεις τους για τα βιντεοπαιχνίδια ως έργα τέχνης. Στην ανάλυση των απαντήσεων, λήφθηκαν, συγχρόνως, υπόψη οι θεωρίες συστάδων για την τέχνη του Dennis Dutton και του Bery Gaut, έτσι ώστε να υπάρχει ένα μέτρο σύγκρισης. Επιλέχθηκαν οι συγκεκριμένες θεωρίες τέχνης, διότι, όπως γράφει ο Grant Tavinor, οι θεωρίες συστάδων είναι πιο ευέλικτες, καθώς δίνουν μεγαλύτερη ελευθερία στο να χαρακτηριστεί κάτι ως τέχνη, ειδικά από τη στιγμή που πρόκειται για μια έννοια ρευστή. Αν ένα έργο στερείται ενός χαρακτηριστικού, για παράδειγμα, αλλά διαθέτει τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά που υπάγονται στην υπάρχουσα θεωρία τέχνης, μπορεί να ονομαστεί έργο τέχνης (Tavinor 2009: 176-180).

Οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν για το τι σημαίνει 'τέχνη' για αυτούς και τους ζητήθηκε, επίσης, μέσω της χρήσης της συνειρμικής ενεργοποίησης (Δεμερτζής κ.συν., 2011), να πούνε τι έρχεται στο μυαλό τους όταν ακούνε τη συγκεκριμένη λέξη. Καταγράφηκαν διάφορες απαντήσεις, αλλά οι περισσότεροι έφηβοι (66,7%) συνέδεσαν την έννοια της τέχνης με τις καλές τέχνες. Λέξεις που ακούστηκαν συχνότερα, ως αποτέλεσμα της συνειρμικής σκέψης, ήταν η ζωγραφική (51,5%) και η μουσική (42,4%), ενώ επιπλέον, αναφορές έγιναν και στον κινηματογράφο (12,1%), στο θέατρο (9,09%), στη γλυπτική (6,1%) και στην αρχιτεκτονική (3,03%). Καταγράφηκαν, επίσης, και οι λέξεις 'αγγειοπλαστική' (6,1%) και 'βιντεοπαιχνίδια' (6,06%).

1. Το βιντεοπαιχνίδι δεν είναι έργο τέχνης

Οι έφηβοι που θεωρούν ότι ένα βιντεοπαιχνίδι δεν μπορεί να αγγίξει τη σφαίρα της τέχνης ή που πιστεύουν ότι δεν έχει την ίδια αξία με ένα έργο τέχνης, όπως είναι μια ταινία ή ένα μουσικό

κομμάτι, αιτιολόγησαν τις απόψεις τους με διάφορα επιχειρήματα. Η θεματική κωδικοποίηση των απαντήσεών τους έδωσε τέσσερις κατηγορίες, οι οποίες είναι οι εξής: α) ανάλαφρο περιεχόμενο, β) απουσία προβληματισμού, γ) εφήμερο, δ) ασάφεια

A. Ανάλαφρο περιεχόμενο

Ένα 45,4% των εφήβων θεωρεί ότι ένα βιντεοπαιχνίδι δεν μπορεί να αποτελέσει μορφή τέχνης, διότι πρόκειται απλά για ένα παιχνίδι, το οποίο δημιουργήθηκε για να διασκεδάσει τους παίκτες, να τους κάνει να περάσουν καλά. Το 70% αυτών των παιδιών, όταν ρωτήθηκε για τι σημαίνει η τέχνη για τα ίδια, στράφηκε στον χώρο των καλών τεχνών. Από τη στιγμή που ένα βιντεοπαιχνίδι δεν ανήκει σε κάποια καθιερωμένη καλλιτεχνική φόρμα, πώς μπορεί να θεωρείται τέχνη; Βασικός σκοπός του βιντεοπαιχνιδιού δεν είναι άλλος παρά η διασκέδαση.

«Ένα παιχνίδι είναι πιο πολύ, είναι για χαβαλέ» (Κώστας, 15 ετών)

« Ένα παιχνίδι είναι απλώς» (Χάρης, 13 ετών)

Επιπλέον, ένας δεκαεφτάχρονος αναφέρθηκε στην απουσία ολότητας, υποστηρίζοντας ότι ακόμα κι αν ένα βιντεοπαιχνίδι, για παράδειγμα το *League of Legends (LoL)*, έχει καλλιτεχνικές ιδιότητες (όπως προσεγμένα γραφικά και ωραία τραγούδια), αυτό δεν είναι αρκετό για να το εντάξει στην κατηγορία 'τέχνη', διότι κάτι λείπει, υπάρχει κάποια ανεπάρκεια. Ένα έργο τέχνης δεν θα έπρεπε να υστερεί.

«Ξέρω 'γω, είναι, ας πούμε, κάτι που πήρα πρόσφατα, ένα άλογο έτσι πανέμορφο. Το κεφάλι είναι τα γραφικά και τα χρώματα του LoL, η ουρά και τα πόδια είναι η μουσική του LoL, που είναι όλα ωραία, και η μέση του αλόγου είναι κάτι, είναι μία μέση που απλά, που την έχει ζωγραφίσει ένα παιδάκι, ξέρω 'γω, και είναι το gameplay του LoL, ας πούμε» (Δημήτρης, 17 ετών)

B. Απουσία προβληματισμού

Σύμφωνα με ένα 27,3% των εφήβων, ένα βιντεοπαιχνίδι δεν μπορεί να θεωρηθεί έργο τέχνης, διότι σκοπός ενός έργου τέχνης είναι να προβληματίσει τους δέκτες. Ένα έργο τέχνης, όπως γίνεται αντιληπτό από ένα μέρος των εφήβων, προσφέρει στον δέκτη μια εναλλαγή

συναισθημάτων, ερεθισμάτων, μηνυμάτων. Πρόκειται για ένα δημιούργημα (όπως είναι, παραδείγματος χάριν, ένας πίνακας ζωγραφικής, μια ταινία, ένα μουσικό κομμάτι ή ένα κτήριο) που εμπνέει, συγκινεί, διδάσκει και κάνει τον δέκτη να βλέπει τα πάντα με άλλη ματιά και να ανακαλύπτει κρυφά νοήματα. Αντιθέτως, ένα βιντεοπαιχνίδι περιστρέφεται γύρω από ένα θέμα, χαρακτηρίζεται από έναν συγκεκριμένο σκοπό και μια επαναλαμβανόμενη δομή, ζητώντας από τον παίκτη να προβεί σε συγκεκριμένες ενέργειες.

«δηλαδή, να πηγαίνεις ένα θέατρο ή σε κινηματογράφο, να βλέπεις καμία ταινία, είναι δημιουργικός τρόπος να περάσεις τον χρόνο, ενώ όταν παίζεις βιντεοπαιχνίδια δεν είναι κάτι το ιδιαίτερο. Να παίζεις βιντεοπαιχνίδια μπορεί να σε βοηθάει ώστε να κάνεις διάφορα πράγματα, όμως δεν σε κάνει να προβληματίζεσαι, δεν σε κάνει να σκέφτεσαι, τουλάχιστον πάρα πολύ. Τις περισσότερες φορές, όταν παίζεις βιντεοπαιχνίδια, παίζεις μηχανικά, ενώ όταν βλέπεις μια ταινία, κοιτάς τους υπότιτλους, κοιτάς την ιστορία, κοιτάς το τι έχει γίνει πιο πίσω, προβληματίζεσαι για το μέλλον, βλέπεις [...] Η τέχνη για εμένα είναι κάτι το οποίο σε χαλαρώνει, κάτι το οποίο σε εμπνέει, κάτι το οποίο σε κάνει να συνεχίζεις τέλος πάντων[...] τέχνη για μένα είναι [...] να μπορείς να δεις το τι υπάρχει πίσω από την εικόνα, να δεις το τι γίνεται, το τι υπήρξε, το ποιος το έκανε, την ιστορία του»
(Στέφανος, 13 ετών)

Γ. Εφήμερο

Ένα έργο τέχνης είναι ένα έργο διαχρονικό, σε αντίθεση με ένα βιντεοπαιχνίδι που έχει ημερομηνία λήξης, υποστηρίζει ένα 9,1% των παιδιών. Ένα βιντεοπαιχνίδι έχει ‘ζωή’ και ‘αξία’ όσο παίζεται και όσο οι άνθρωποι ασχολούνται με αυτό. Από τη στιγμή που ο κόσμος θα πάψει να παίζει το συγκεκριμένο παιχνίδι, αυτό χάνει την αίγλη του και λησμονιέται. Αντιθέτως, ένα έργο τέχνης είναι αθάνατο, χαραγμένο στη μνήμη των ανθρώπων, και η προσφορά του στην ανθρωπότητα είναι μεγάλη.

«Δηλαδή, ένα έργο τέχνης θα μείνει. Ένα βιντεοπαιχνίδι, μόλις σταματήσει να το παίζει ο κόσμος, δεν θα μείνει. Δεν θα είναι σημείο αναφοράς. Μπορεί να είναι σημείο αναφοράς στην ιστορία ένα ή δύο βιντεοπαιχνίδια αλλά όχι και τόσο μεγάλα» (Αχιλλέας, 16 ετών)

«Πάντα στο τέλος ένα παιχνίδι βαρετό θα καταλήξει. Όλα τα παιχνίδια έχουν μια περίοδο ακμής και μετά πάνε, ζουπ, προς τα κάτω [...] τα βιντεοπαιχνίδια, είπαμε, σου προσφέρουν πράγματα, αλλά όχι τόσα πολλά (εννοεί σε σχέση με μια ταινία ή ένα μουσικό κομμάτι)» (Γιώργος, 12 ετών)

Δ. Ασάφεια

Για ένα 9,1%, ένα βιντεοπαιχνίδι δεν μπορεί να χαρακτηριστεί έργο τέχνης, διότι ένα έργο τέχνης είναι κάτι επώνυμο και χαρακτηρίζεται από διαφάνεια. Ένα βιντεοπαιχνίδι, από την άλλη, λειτουργεί μέσω μιας οθόνης. Όλα διαδραματίζονται γύρω από αυτή, χωρίς να γνωρίζεις πραγματικά τι κρύβεται από πίσω.

«Το βιντεοπαιχνίδι έχει κάτι το πιο ψεύτικο, δεν ξέρω πώς να το εξηγήσω, αλλά μου βγάζει κάτι το πιο πολύ ψεύτικο. Η ταινία, η μουσική, βγάζει μια πραγματικότητα. Στην ταινία παίζουν κάποιοι ηθοποιοί, την έχουν σκηνοθετήσει άνθρωποι. Υπάρχουν και τα εφέ, που είναι ψεύτικα μεν, αλλά υπάρχει μια πραγματικότητα που φαίνεται κιόλας. Στα τραγούδια φαίνεται ο τραγουδιστής που είναι άνθρωπος, πως υπάρχει μια πραγματικότητα. Ενώ [...] όταν υπάρχουν στα online παιχνίδια από πίσω παίκτες, δεν γνωρίζουμε καν ποιος είναι [...] δεν ξέρουμε ποιος μπορεί να κρύβεται πίσω από την οθόνη. Ότι μπορεί να είναι κάτι το άγνωστο, το ψεύτικο» (Γρηγόρης, 13 ετών)

«Ε, νομίζω πιο πολύ αξία έχει ό,τι έχουμε μπροστά μας, όχι μπροστά σε μια οθόνη, πιο πολύ κάτι που φτιάχνουμε έχει πιο πολύ αξία, πιστεύω» (Ολυμπία, 13 ετών)

2. Το βιντεοπαιχνίδι είναι έργο τέχνης

Η θεματική κωδικοποίηση των απαντήσεων των εφήβων που υποστήριξαν ότι ένα βιντεοπαιχνίδι συνιστά μια μορφή τέχνης οδήγησε στη δημιουργία ενός συνόλου χαρακτηριστικών, τα περισσότερα εκ των οποίων συμφωνούν με τα κριτήρια που έδωσαν οι καθηγητές φιλοσοφίας, Bery Gaut και Dennis Dutton, προκειμένου να προσδιορίσει ο καθένας με τη σειρά του τα χαρακτηριστικά εκείνα που ανάγουν ένα αντικείμενο στην κατηγορία της τέχνης. Τα κριτήρια που ορίστηκαν προκειμένου ένα βιντεοπαιχνίδι να θεωρείται έργο τέχνης, σύμφωνα με τις απαντήσεις των εφήβων στην παρούσα έρευνα, ήταν τα ακόλουθα: α) να αποτελεί προϊόν εντατικής εργασίας και υψηλού βαθμού δεξιοτήτων, β) να είναι κάτι το ξεχωριστό, καινοτόμο, να έχει στυλ, γ) να

διαθέτει αισθητικά χαρακτηριστικά, δ) να έχει σχέση με το πραγματικό /αναπαράσταση, ε) να εκφράζει ή/και να προκαλεί συναισθήματα – να μεταδίδει νοήματα, η) να αποτελεί διανοητική πρόκληση, θ) να είναι στενά συνδεδεμένο με τη φαντασία. Να σημειωθεί, επίσης, ότι οι απόψεις των εφήβων συνδυάζουν, αρκετές φορές, διάφορα χαρακτηριστικά, γεγονός που υπολογίστηκε και στα ποσοστά των απαντήσεών τους.

A. Προϊόν εντατικής εργασίας και υψηλού βαθμού δεξιοτήτων

Για ένα 29,4%, ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι είναι τέχνη, διότι για να υπάρξει αυτό το αποτέλεσμα εργάστηκαν πολλοί άνθρωποι από διαφορετικούς κλάδους και για μεγάλο χρονικό διάστημα · άνθρωποι με υψηλού βαθμού δεξιότητες που αξιοποίησαν τα ταλέντα τους, προκειμένου να υπάρξει ένα όμορφο αποτέλεσμα. Ανάμεσα στα παιχνίδια που αναφέρθηκαν ως καλλιτεχνικά δημιουργήματα ήταν το *GTA*, το *God of War* και το *Genshin Impact*. Ένα από τα βασικά κριτήρια για να θεωρηθεί ένα αντικείμενο ως έργο τέχνης, σύμφωνα με τη θεωρία τέχνης τόσο του Dennis Dutton (2006: 369) όσο και του Beng Gaut (Gaut 2020: 28 · Davies 2004: 1), είναι να συνιστά το αντικείμενο ένα προϊόν δεξιοτεχνίας (virtuosity skills/high degree of skill).

«κρύβονται και από την ταινία και από τη μουσική και από το βιντεοπαιχνίδι, πολλοί άνθρωποι για να σχεδιάσουν τα γραφικά, τη μουσική, να το προγραμματίσουν, και γενικά δεν είναι κάτι εύκολο, κάτι παίζε-γέλασε [...]» (Ζέτα, 15 ετών)

«Ναι, ναι. Το πόση δουλειά [...] Πρώτα είχε βγει η πλοκή [...] Μετά βγήκαν τα design και αυτά [...] τα design αρχικά δεν βγήκαν εννοείται 3d. Βγήκαν στην αρχή όπως σας έδειξα αυτά, αλλά στην αρχή-αρχή βγήκαν ως απλά σκίτσα [...] [Αλλά εκεί που ‘δωσαν περισσότερη έμφαση πρώτα ήταν τα τοπία, γιατί το α και το ω εκεί πέρα είναι τα τοπία και ο χάρτης [...] Και ναι, θεωρείται πλέον, μετά τα κόμικ που θεωρείται όγδοη τέχνη – αν και δεν είναι επίσημο, είναι ανεπίσημο –, τέχνη. Πιστεύω με το πέρασ του χρόνου θα θεωρηθεί, ναι» (Ηρακλής, 17 ετών)

B. Κάτι το ξεχωριστό – Καινοτομία – Στυλ

Ένα έργο τέχνης πρέπει να έχει, επίσης, κάτι το ξεχωριστό (special focus), μάς λέει ο Dutton, και να χαρακτηρίζεται από στυλ (style), καινοτομία και δημιουργικότητα (novelty and creativity) (Dutton 2006: 370-1). Όλα χαρακτηριστικά που ακούστηκαν από το 17,6% των συμμετεχόντων

της έρευνάς μας. Για έναν δεκατετράχρονο, η ιδιαιτερότητα του βιντεοπαιχνιδιού, που το ξεχωρίζει και το αναγάγει στην κατηγορία της τέχνης, συνδέθηκε με την οικονομική αξία που αποκτά με το πέρασμα των χρόνων.

«Άμα ήθελα να αγοράσω μια αυθεντική έκδοση του GTA 3 σήμερα, που βγήκε το 1900-2000, θα ήταν πάρα πολύ ακριβή. Δηλαδή, εγώ, το GTA, με αυτά τα λεφτά που παίζω σήμερα, το αγόρασα 20 ευρώ. Αυτό μπορεί, μπορεί να το βρεις και 1000, 2000 ευρώ» (Χρήστος, 14 ετών)

Ένα βιντεοπαιχνίδι είναι, επίσης, ένα έργο τέχνης, χάρη στην καινοτομία του και τις διαρκείς αναβαθμίσεις του που συμβάλλουν στη διαχρονικότητά του και στη δημοφιλία του.

«για την εποχή του, το 2013 που βγήκε, είναι πάρα πολύ μπροστά, και ότι δεν το έχουν παρατήσει και ακόμα δουλεύουν πάνω σε αυτό » (Πάνος, 14 ετών)

«Μπορεί μερικές φορές να είναι πιο σημαντικό από μια ταινία [...] και την ταινία, άμα τη δεις μια φορά, μετά θα είναι πάλι το ίδιο αν την ξαναδεις. Δεν αλλάζει. Ενώ το παιχνίδι θα ξαναλλάξει, θα κάνει αναβάθμιση, θα βάλει καινούργια πράγματα»

(για το τι σημαίνει ‘τεχνη’) *«τέχνη μπορεί να είναι, και ένα μηχανάκι, τεχνη, και μια αντίκα αυτοκίνητο, και μια ζωγραφιά, και ένα παιχνίδι μπορεί να είναι, ε, αυτό» (Μανώλης, 14 ετών)*

Η ένταξη του βιντεοπαιχνιδιού στη σφαίρα της τέχνης συνδέθηκε, ακόμα, με το στυλ του, που το απομακρύνει από το καθημερινό και το τετριμμένο, και το κάνει να φαίνεται ακόμα και ‘περίεργο’, σύμφωνα με έναν δεκαεξάχρονο.

«και το Detroit become human θα μπορούσε να θεωρηθεί, γιατί, ξέρω ‘γω, είναι, είναι πολύ περίεργο, να το πω κάπως» (Θάνος, 16 ετών)

Γ. Αισθητικά χαρακτηριστικά

Ένα 82,3% των εφήβων αναφέρθηκε σε διάφορα αισθητικά χαρακτηριστικά του βιντεοπαιχνιδιού, προκειμένου να υποστηρίξει ότι αποτελεί μορφή τέχνης, ενώ επιπλέον, η κατοχή αισθητικών ιδιοτήτων αποτελεί και ένα από τα κριτήρια της κατάταξης ενός αντικειμένου στην κατηγορία της

τέχνης, σύμφωνα με τη θεωρία του Gaut (2000: 28). Οι έφηβοί μας κατονόμασαν διάφορα βιντεοπαιχνίδια ως έργα τέχνης, όπως το *Genshin Impact* ή το *God of War*, όλα, κατά τη γνώμη τους, αισθητικά άρτια. Πρόκειται, όπως δήλωσαν, για βιντεοπαιχνίδια με πολύ καλό σχεδιασμό που δίνουν έμφαση στη λεπτομέρεια, εξαιρετικά γραφικά, πανέμορφα σκηνικά, προσεγμένη μουσική και ωραία πλοκή, τα οποία δεν υστερούν πουθενά.

«ξέρω 'γω, το *Genshin Impact*, έχει πάρα πολλά στοιχεία μέσα, τα οποία τα κοιτάς και λες 'wow!' [...] Γενικά, υπάρχει ένα σημείο στον χάρτη που άμα πάμε εκεί πέρα, σε μια συγκεκριμένη ώρα, το ηλιοβασίλεμα απλά φαίνεται πάρα πολύ όμορφο. Και είναι πάρα πολύ, έτσι, *detailed*, να το πω, έχει λεπτομέρειες [...] είναι πολύ *aesthetically pleasing*»

(για το τι σημαίνει τέχνη) «Κάτι πολύ όμορφο [...] Είναι πολύ *fascinating*» (Αντιγόνη, 16 ετών)

«Ε, δεν θυμάμαι πώς λεγόταν, αλλά το είχε βγάλει δωρεάν το playstation, το είχα κατεβάσει και ήταν πολύ ωραίο. Ήταν με ωραία γραφικά, μουσική»

(για το τι σημαίνει τέχνη για αυτόν) «Κυρίως πίνακες και μουσική, αλλά και κάποια βιντεοπαιχνίδια» (Μιχάλης, 14 ετών)

Γ. Έκφραση συναισθημάτων – Μετάδοση νοημάτων

Ο Bourgonjon και οι συνεργάτες του στο άρθρο τους, *Perspectives on videogames as art* (2017), συζητούν, ανάμεσα σε άλλα, πιθανές συνδέσεις ανάμεσα στα παραδοσιακά κίνητρα των καλλιτεχνών (που περιγράφονται από τον Willem Elias, στο *Modern Art*) και στα βιντεοπαιχνίδια. Ένα από τρία παραδοσιακά κίνητρα των καλλιτεχνών είναι η μετάδοση συναισθημάτων και πεποιθήσεων. Για συναισθηματική πλήρωση (*emotional saturation*) και για άμεση απόλαυση (*direct pleasure*) μιλάει, επίσης, ο Dutton (2006: 367, 370-1), όταν απαριθμεί τα χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν ένα αντικείμενο ως έργο τέχνης. Και ο Gaut (Davis 2004: 1) αναφέρεται στην ικανότητα ενός έργου τέχνης να εκφράζει συναισθήματα και να μεταδίδει σύνθετα νοήματα.

Η πρόκληση συναισθημάτων αναφέρθηκε από το 41,2% των συμμετεχόντων της έρευνας στο πλαίσιο της επιχειρηματολογίας για την ένταξη του βιντεοπαιχνιδιού στην κατηγορία της τέχνης. Έφηβοι μίλησαν για τα συναισθήματα που μεταδίδονται μέσω της πλοκής ενός βιντεοπαιχνιδιού, που μπορεί να συγκινεί, να ξεσηκώνει, να προβληματίζει. Ένας δεκαεξάχρονος, παραδείγματος χάριν, επικεντρώθηκε στη συγκίνηση που προκαλεί η σχέση μεταξύ πατέρα και γιου, όπως

αποτυπώνεται στο βιντεοπαιχνίδι *God of War*, αλλά και στο νόημα που εμπεριέχεται στη σχέση αυτή (όπως ο ίδιος το αντιλαμβάνεται). Εξάλλου, για τον ίδιο δεκαεξάχρονο, η έκφραση συναισθημάτων αποτελεί τον ορισμό της τέχνης.

«το *God of War* [...] Ήταν ένα αριστούργημα, γιατί είναι και κινηματογραφία, είναι και το script, είναι και η σχέση του Kratos με τον Antrea, που είναι ο γιος του, ο καινούργιος του γιος, το δεύτερο παιδί του αλλιώς. Ε, γενικά, το πώς ανταλλάζουν και λόγια οι χαρακτήρες ανάμεσα τους, εκτός απ' όλη τη δράση και όλο τον σκοτωμό. Είναι μια κανονική ιστορία. Θα μπορούσε να 'ναι και ταινία, γιατί όλο το παιχνίδι είναι one shot, δεν υπάρχει ούτε cut scene, ούτε κόβεται καθόλου η κάμερα. [...] το καινούργιο *God of War*, που βγήκε το '18, είναι σχέση πατέρα με γιο. Πρέπει να γίνεις καλύτερος από μένα. Δεν θέλω να κάνεις τα ίδια λάθη που έχω κάνει και εγώ, που σκότωσα ένα ολόκληρο πάνθεον απ' όλους τους θεούς της Ελλάδας. Θέλω να γίνεις καλύτερος από μένα και να στρώσεις τα πράγματα, να τα κάνεις σωστά χωρίς να καταστρέψεις τα πάντα.»

«Ε, τέχνη είναι ένας τρόπος που δείχνει κάποιος τα συναισθήματά του για κάτι, εκφράζει τη γνώμη του, ε, μοιράζεται τις γνώσεις που έχει με τους άλλους» (Ηρακλής, 16 ετών)

Ένας δωδεκάχρονος αναφέρθηκε στο βιντεοπαιχνίδι *Dying Light*, το οποίο χαρακτήρισε το 'τέλειο παιχνίδι', και στα συναισθήματα αγωνίας και κρυμμένης απόλαυσης που του προκαλεί η πλοκή και το gameplay.

«Γιατί από μικρός, δηλαδή, ασχολούμουν με τα ζόμπι, μου αρέσουν τα ζόμπι, και γενικά μου αρέσει όταν με κρατάνε σε αγωνία τα παιχνίδια, δηλαδή 'θα ζήσω ή δεν θα ζήσω; Θα με πιάσουν ή δεν θα με πιάσουν;', και γενικά πιστεύω ότι είναι πολύ...» (Μάρκος, 12 ετών)

Ένας δεκατριάχρονος μίλησε για συναισθήματα θαυμασμού και δέους απέναντι σε διάφορα στοιχεία ενός βιντεοπαιχνιδιού, όπως είναι ο σχεδιασμός ή το σενάριο.

«Δηλαδή, ας πούμε, υπάρχουν παιχνίδια που μπαίνεις και θαυμάζεις και λες, για παράδειγμα: 'Πω, πω, τι ωραίο είναι αυτό!', και ας πούμε απορείς πώς το έκαναν» (Χρήστος, 13 ετών)

Σε αυτό το σημείο θα προσθέσουμε και την περιγραφή που κάνει ένας δεκαεξάχρονος, αναφερόμενος στις αισθητικές ιδιότητες των βιντεοπαιχνιδιών, στην πρόκληση συναισθημάτων, στη μετάδοση νοημάτων και στην πολυπλοκότητα και συνοχή τους (που συνιστά ένα ακόμα κριτήριο του Gaut προκειμένου να θεωρηθεί κάτι ως έργο τέχνης) (2000: 28), αν και ανήκει στους έφηβους εκείνους που αρνούνται να εντάξουν ένα βιντεοπαιχνίδι στην κατηγορία της τέχνης. Ο λόγος, εντούτοις, που συμπεριλαμβάνουμε την άποψη του εδώ είναι διότι όλα όσα είπε συνηγορούν στο να θεωρηθεί υποστηρικτής της ιδέας ότι ένα βιντεοπαιχνίδι είναι ένα έργο τέχνης, παρά την, κατά τα φαινόμενα, άρνησή του να το χαρακτηρίσει έτσι. Με άλλα λόγια, ο ίδιος ορισμός της τέχνης που έδωσε, δικαιολογεί την ένταξη της άποψής του σε αυτή την κατηγορία.

(για την τέχνη) «Ναι, η τέχνη είναι, πολλά πράγματα είναι τέχνη. Δηλαδή, από το πώς μπορεί να κατασκευαστεί ένα κινητό, ένα Iphone ή ένας υπολογιστής, μέχρι από το πώς κάποιος μπορεί να ζωγραφίσει μια εικόνα ή κάποιος μπορεί να τραβήξει μια φωτογραφία, κάποιος μπορεί να ζωγραφίσει με κραφτ κάτι σε έναν τοίχο, όλα αυτά είναι τέχνη. Κάποιος να φτιάξει ένα γλυπτό από οδοντογλυφίδες, ξέρω 'γω, μέταλλο ή κάτι τέτοιο. Όλα αυτά είναι τέχνη. Κάποιος να κάνει ένα βίντεο στο youtube, είναι τέχνη [...] οποιαδήποτε δραστηριότητα, την οποία ο άνθρωπος βάζει σε δράση, ώστε να παρουσιάσει το τελικό αποτέλεσμα στην κοινωνία [...] Ξέρω βιντεοπαιχνίδια που δεν είναι τέχνη. Ξέρω βιντεοπαιχνίδια που οκ, είναι καλό πράγμα. Ένα βιντεοπαιχνίδι θα μπορούσε να είναι τέχνη ή να πλησιάζει την τέχνη, αλλά δεν νομίζω πως είναι τέχνη» (Αχιλλέας, 16 ετών)

Ο συγκεκριμένος έφηβος αναφέρθηκε με ενθουσιασμό τόσο στα εξαιρετικά σκηνικά που έχουν κάποια βιντεοπαιχνίδια (όπως είναι το *Firewatch*), τα οποία θυμίζουν πίνακες ζωγραφικής, όσο και στα συναισθήματα που ξεχύνονται μέσα από κάποια άλλα, και στα μηνύματα που περνούν, προβληματίζοντας τον δέκτη και προκαλώντας τον διανοητικά να 'μεταφράσει' τα όσα βλέπει, όπως είναι το *My Darkest Moment*, ένα βιντεοπαιχνίδι που συγκινεί και πραγματεύεται, κυρίως, τη μοναξιά του σύγχρονου ανθρώπου.

«λέγεται *Firewatch* [...] Δεν είναι διάσημο [...] τώρα το έμαθα [...] Και ήταν σαν ζωγραφιά. Δηλαδή τόσο ωραίο! Και κοίταξα και είδα ότι αυτό το παιχνίδι το παίζουν πολλοί μόνο και μόνο για να δούνε τα σκηνικά. Δηλαδή, τα σκηνικά είναι φοβερά, είναι πώς ο ήλιος έρχεται, κοκκινίζει, ας πούμε, τι να σας πω, πάρα πολύ ωραίο! [...] Λέγεται *My Darkest Moment* [...] Έχει σχέση με την κοινωνία.

Τώρα τελευταία έγινε το παιχνίδι, και μιλάει για το πώς φοράμε μάσκες [...]Γα προσωπεία, δηλαδή. Πως δεν νοιαζόμαστε για τον συνάνθρωπο και πως υποδύμαστε κάποιον που δεν είμαστε, πως εκφράζουμε ένα άλλο πρόσωπο στην κοινωνία, πως μας χειραγωγούν, επειδή – μεταφορικά όλα αυτά τα έδειχνε –. Απλά έλεγε ας πούμε ‘ένα και ένα ίσον τρία’. Έπρεπε να απαντήσεις εσύ ‘τρία’. Ότι ό,τι σου δείχνουν οι άλλοι, πρέπει να απαντάς [...]. Η ότι είμαστε όλοι τόσο κοντά αλλά ταυτόχρονα, αυτό είναι ένα quote που έκανε, είμαστε έτη φωτός μακριά. Με τις μάσκες μας δηλαδή.[...] Είναι πυκνό παιχνίδι. Η ο συννεφιασμένος ουρανός, π.χ., ότι δείχνει τη συννεφιά στην ψυχή του ανθρώπου, όχι σαν συννεφιασμένος ουρανός κυριολεκτικά. Ε, γενικά αυτό το βιντεοπαιχνίδι μιλούσε για την ψυχή, για τον εσωτερικό κόσμο. Ήταν, η περιγραφή του από τους δημιουργούς ήταν τρεις λέξεις, ε *simulator* μοναξιάς, δεν θυμάμαι πώς ακριβώς είναι στα ελληνικά» (Αχιλλέας, 16 ετών)

Δ. Σχέση με το πραγματικό – Αναπαράσταση

Για ένα 35,3% των εφήβων, ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι συνιστά έργο τέχνης, όταν διαθέτει ρεαλιστικά γραφικά και δημιουργεί την αίσθηση στον δέκτη ότι βρίσκεται εκεί, στον εικονικό κόσμο. Η αληθοφάνεια και ο ρεαλισμός του βιντεοπαιχνιδιού ως ιδιότητες που το κατατάσσουν στην κατηγορία της τέχνης φέρνει στο προσκήνιο τόσο το δεύτερο παραδοσιακό κίνητρο των καλλιτεχνών (επιστρέφοντας πάλι στο κείμενο του Bourgonjon και των συνεργατών του, 2017: 5), που έχει να κάνει με τη μίμηση της πραγματικότητας και με την ιδέα και την πεποίθηση ότι ‘καλή τέχνη είναι η ρεαλιστική τέχνη’, όσο και το κριτήριο του Dutton (2006: 371) περί αναπαράστασης του πραγματικού (representation).

Δύο έφηβοι αναφέρθηκαν στον ρεαλισμό του *Call of Duty* και στα καλοδουλεμένα, ρεαλιστικά του γραφικά. Αλλά η σχέση με το πραγματικό έχει να κάνει, επιπλέον, και με την πλοκή του βιντεοπαιχνιδιού, όταν αφορά πραγματικά γεγονότα. Η αποτύπωση αληθινών γεγονότων (όπως είναι το σκηνικό του Β Παγκόσμιου Πόλεμου στο *Call of Duty*) μεγεθύνει το στοιχείο του ρεαλισμού. Όπως λέει ένας δεκατετράχρονος, ένα βιντεοπαιχνίδι που βασίζεται σε γεγονότα που συνέβησαν είναι τέχνη, ακόμα κι αν έρχεται σε αντίθεση με τον ορισμό που ο ίδιος έφηβος έχει δώσει για την τέχνη, και που έχει να κάνει με το επιχείρημα του auteur, τους ενός δημιουργού – ένα επιχείρημα που είδαμε ότι έχει χρησιμοποιηθεί από τους αρνητές της ένταξης των βιντεοπαιχνιδιών στην κατηγορία της τέχνης.

«Θα πω το Call of Duty τώρα. Εκεί που πολεμάς, είναι όλα ερείπια, και αυτό το κάνει πιο ρεαλιστικό, και πιστεύω ότι το Call of Duty, βασικά, παίρνω πίσω αυτό που είπα ότι το παιχνίδι δεν είναι έργο τέχνης, το Call of Duty, η σειρά Call of Duty, είναι έργα τέχνης, παρόλο που δεν τα 'χει κάνει ένα άτομο. Είναι έργα τέχνης, γιατί βασίζονται σε αληθινά γεγονότα» (Πάνος, 14 ετών)

«Θα έλεγα το Call of Duty, γιατί ήταν πολύ ρεαλιστικό, και για ένα βιντεοπαιχνίδι είναι δύσκολο, γιατί μέσα σε όλες τις κινήσεις, είναι δύσκολο. Και μ' άρεσε πάρα πολύ, γιατί ήταν πάρα πολύ ρεαλιστικό. Άμα είχα vr, θα ήταν σαν να ήμουν εκεί» (Αριάδνη, 17 ετών)

Το στοιχείο της αναπαράστασης μπορεί, επίσης, να αφορά τη ρεαλιστική αποτύπωση διάφορων τοπίων, την έμφαση στις λεπτομέρειες, τη δημιουργία της ψευδαίσθησης ότι αυτά που βλέπεις είναι αληθινά, όπως αναφέρει ο δεκαεφτάχρονος Άρης.

«Το Genshin [...] Βλέπεις τα φύλα να πέφτουν, ξέρω 'γω, τόσο αληθοφανές είναι. Τα δέντρα, π.χ., της Ιαπωνίας, που είναι περισσότερο τα, οι κερασιές συγκεκριμένα εκεί πέρα, που είναι ροζ αυτές, βλέπεις τα σκόρπια φύλα κάτω από τον καιρό, τις λάσπες. Ότι θα πατήσεις το νερό, θα ακουστεί το σπλατς [...] Και ναι, θεωρείται, πλέον, μετά τα κόμικ που θεωρείται όγδοη τέχνη, αν και δεν είναι επίσημο, είναι ανεπίσημο, τέχνη. Πιστεύω, με το πέρασ του χρόνου θα θεωρηθεί» (Άρης, 17 ετών)

Z. Φαντασία

Ο Gaut υποστηρίζει ότι για να είναι ένα αντικείμενο 'έργο τέχνης', οφείλει να συνιστά μια άσκηση δημιουργικής φαντασίας (2000: 28). Κατά παρόμοιο τρόπο, ο Dutton (2006: 372-3) μιλάει για την εμπειρία της φαντασίας (imaginative experience), τόσο για τους δημιουργούς του έργου όσο και για τους αποδέκτες. Το χαρακτηριστικό της φαντασίας συζητήθηκε από το 23,5% των εφήβων, και συνδέθηκε από ένα μέρος των παιδιών με το στοιχείο της εμπύθισης. Οι έφηβοι μίλησαν για τη μαγεία της εισχώρησης σε έναν μυθοπλαστικό κόσμο, εντός του οποίου γίνονται οι πρωταγωνιστές, ζούν φανταστικές καταστάσεις, σκέφτονται, δρύνε, ανακαλύπτουν, κατασκευάζουν ή/και δημιουργούν τον δικό τους κόσμο, ενώ επιπλέον, τα διάφορα στοιχεία του περιβάλλοντος του παιχνιδιού, η μουσική ή/και το στοιχείο της virtual reality ενισχύουν την εμπύθισή τους.

«όταν παρακολουθείς μια ταινία, μπαίνεις μέσα στο, μπαίνεις μέσα στη διάθεση, στο mood, παρακολουθείς, το νιώθεις, το ζεις. Όπως και στο βιντεοπαιχνίδι είναι το ίδιο, δηλαδή, ίσως να το ζεις εκεί πέρα και πιο πολύ, γιατί εσύ είσαι ο παίκτης, εσύ κάνεις πράγματα, εσύ το ζεις, εσύ ανακαλύπτεις πράγματα» (Αθανασία, 15 ετών)

«στο Fortnite, ας πούμε, έχει το creative, φτιάχνεις τον δικό σου κόσμο» (Μανώλης, 14 ετών)

H. Διανοητική πρόκληση

Ως κριτήριο για να χαρακτηριστεί ένα αντικείμενο ‘έργο τέχνης’ τέθηκε τόσο από τον Gaut (2000: 28) όσο και από τον Dutton (2006: 372) το στοιχείο της διανοητικής πρόκλησης (intellectual challenge). Η διανοητική πρόκληση αναφέρθηκε από πολλούς έφηβους ως ένα στοιχείο που χαρακτηρίζει πολλά βιντεοπαιχνίδια, αλλά μόνο από έναν έφηβο συνδέθηκε με την έννοια της τέχνης. Ο συγκεκριμένος έφηβος χαρακτήρισε το βιντεοπαιχνίδι ως μια μορφή τέχνης, λόγω της δύναμής του να προκαλέσει τον δέκτη, να τον προβληματίσει.

«Γιατί όταν παίζεις, πώς να το εξηγήσω ξέρω ‘γω, σκέφτεσαι, σε προβληματίζει ξέρω ‘γω, και σου λέει, ε, ξέρω ‘γω, τι θα έκανες άμα ήσουν εσύ, πώς είναι έτσι» (Θάνος, 16 ετών)

Σύνοψη – Συμπεράσματα

Οι απαντήσεις των εφήβων που υποστήριξαν ότι ένα βιντεοπαιχνίδι είναι έργο τέχνης κάλυψαν, όπως είδαμε, εννιά από τα δώδεκα κριτήρια της θεωρίας του Dutton⁵⁵ και έξι από τα δέκα κριτήρια του Gaut⁵⁶. Εξετάζοντας, ωστόσο, τις συνεντεύξεις των παιδιών συνολικά, εντοπίζονται αναφορές και σε άλλα κριτήρια που έχουν τεθεί από τον Dutton και από τον Gaut. Για παράδειγμα, ο Dutton (2006: 370-1) συμπεριλαμβάνει στα κριτήρια, για να χαρακτηριστεί κάτι ως έργο τέχνης, τόσο την κριτική που ασκείται σε αυτό (criticism) όσο και την έκφραση της ατομικότητας μέσω αυτού (expressive individuality). Στην έρευνά μας διαπιστώθηκε ότι αρκετοί έφηβοι επισκέπτονται ιστοσελίδες σχετικές με βιντεοπαιχνίδια, όπου ενημερώνονται για αυτά, ενώ επιπλέον, επισκέπτονται και πλατφόρμες ανταλλαγής μηνυμάτων, με πιο δημοφιλή την Discord, όπου εκφράζουν τις γνώμες τους για διάφορα βιντεοπαιχνίδια και ανταλλάσσουν απόψεις. Τα παιδιά, δηλαδή, διαβάζουν κριτικές άλλων για τα διάφορα βιντεοπαιχνίδια αλλά και ασκούν κριτική τα ίδια. Όσον αφορά την έκφραση της ατομικότητας, δεν έλειψαν αναφορές των εφήβων σε κορυφαίους σχεδιαστές βιντεοπαιχνιδιών ή σε γνωστούς μουσικοσυνθέτες που δίνουν τις προσωπικές τους πινελιές σε ένα βιντεοπαιχνίδι. Το συγκεκριμένο κριτήριο συγγενεύει, δε, με το κριτήριο του Gaut (2000: 28) περί έκθεσης μας ατομικής οπτικής γωνίας. Ο Gaut αναφέρεται, ακόμα, στο κριτήριο της πολυπλοκότητας και της συνοχής. Η πολυπλοκότητα της πλοκής και η συνοχή μιας ιστορίας σχολιάστηκαν, επίσης, από συμμετέχοντες της έρευνάς ως χαρακτηριστικά που τους προσελκύουν σε ένα βιντεοπαιχνίδι, αν και δεν το συνέδεσαν με το στοιχείο της τέχνης.

Ο Gaut κατέγραψε, επίσης, δύο ακόμα γνωρίσματα προκειμένου ένα έργο να θεωρείται έργο τέχνης, τα οποία είναι η πρόθεση του δημιουργού να δημιουργήσει ένα έργο τέχνης και η ένταξη του έργου σε μια καταξιωμένη καλλιτεχνική φόρμα (2000: 28). Το τελευταίο χαρακτηριστικό θυμίζει το κριτήριο του Dutton (2006: 372), που έχει να κάνει με την ένταξη ενός έργου σε παραδόσεις της τέχνης και θεσμούς (art traditions and institutions). Όπως είδαμε, ένα βιντεοπαιχνίδι σήμερα εμπεριέχει πολλά στοιχεία αναγνωρισμένων καλλιτεχνικών φορμών, όπως είναι οι κινηματογραφικές ταινίες και η μουσική, τα οποία, σε συνδυασμό με το gameplay του παιχνιδιού, δημιουργούν ένα αποτέλεσμα άκρως εντυπωσιακό. Η δημοφιλία, μάλιστα, των

⁵⁵ Ας δούμε συγκεντρωτικά τα κριτήρια που ορίζονται από τον Dutton και τα οποία εντοπίσαμε στις απαντήσεις των εφήβων: 1) άμεση απόλαυση, 2) δεξιότητες δεξιότητες, 3) καινοτομία και δημιουργικότητα, 4) στυλ, 5) αναπαράσταση, 6) συναισθηματική πλήρωση, 7) διανοητική πρόκληση, 8) έμφαση σε κάτι ξεχωριστό, 9) εμπειρία φαντασίας (Dutton 2006: 367-377).

⁵⁶ Ας δούμε συγκεντρωτικά τα κριτήρια που ορίζονται από τον Gaut και τα οποία εντοπίσαμε στις απαντήσεις των εφήβων: 1) αισθητικές ιδιότητες, 2) έκφραση συναισθημάτων, 3) διανοητική πρόκληση, 4) μετάδοση σύνθετων νοημάτων, 5) άσκηση δημιουργικής φαντασίας, 6) προϊόν υψηλού βαθμού δεξιοτήτων (Gaut 2000: 28).

βιντεοπαιχνιδιών τα τελευταία χρόνια έχει οδηγήσει, όπως ήδη ειπώθηκε, τις καθιερωμένες τέχνες να στρέφονται πλέον σε αυτά για έμπνευση και να δανείζονται στοιχεία τους. Για παράδειγμα, η δομή της ταινίας *Edge of Tomorrow*, θυμίζει δομή βιντεοπαιχνιδιού. Ο ήρωας, τον οποίον υποδύεται ο Tom Cruise, πεθαίνει και ανασταίνεται, επαναλαμβάνοντας την ίδια μέρα ξανά και ξανά μέχρι να κάνει τις σωστές κινήσεις, παραπέμποντας σε χαρακτήρα βιντεοπαιχνιδιού (Larsen 2019: 469). Όσο για την πρόθεση του δημιουργού να παράγει ένα έργο τέχνης, όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενες ενότητες της εργασίας, υπάρχουν δημιουργοί βιντεοπαιχνιδιών που αντιμετωπίζουν τα βιντεοπαιχνίδια που κατασκευάζουν καθαρά ως έργα τέχνης.

Παρατηρήθηκε, επίσης, ότι το 73,8% των συνεντευξιαζόμενων έδωσε τίτλους βιντεοπαιχνιδιών με διάφορα καλλιτεχνικά χαρακτηριστικά, όπως ωραία γραφικά, μουσική, σενάριο, χαρακτήρες κ.α., ανεξαρτήτως αν δήλωσε ή όχι ότι ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι είναι μια μορφή τέχνης – κάτι που υποδεικνύει, πιθανόν, ότι αντιλαμβάνεται το βιντεοπαιχνίδι ως κάτι περισσότερο από ένα απλό παιχνίδι. Ως τίτλοι καλλιτεχνικών παιχνιδιών που ακούστηκαν συχνότερα ήταν: *God of War*, *Genshin Impact*, *Call of Duty*, *Grand Theft Auto*.

Ενδιαφέρον έχει, ακόμα, ότι οι ορισμοί που έδιναν για την τέχνη οι έφηβοι εκείνοι που αρνούνταν να χαρακτηρίσουν ένα βιντεοπαιχνίδι ως έργο τέχνης, ο τρόπος που αντιλαμβάνονταν τη συγκεκριμένη έννοια, καθώς και τα όσα αφηγήθηκαν κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, οδηγούσε, μερικές φορές, σε αντιφάσεις. Εξετάσαμε ήδη την περίπτωση του δεκαεξάχρονου Αχιλλέα, ο οποίος αδυνατούσε να χαρακτηρίσει το βιντεοπαιχνίδι ως έργο τέχνης, αν και ο ορισμός της τέχνης που έδινε υποστήριζε την ένταξή του στην κατηγορία της τέχνης. Ας δούμε δύο ακόμα χαρακτηριστικές περιπτώσεις.

Δύο δεκατριάχρονοι έφηβοι αρνήθηκαν να εντάξουν το βιντεοπαιχνίδι στην κατηγορία της τέχνης, διότι, όπως υποστήριζαν, ένα έργο τέχνης δίνει τροφή για σκέψη και θέτει ερωτήματα, σε αντίθεση με ένα βιντεοπαιχνίδι που δεν προβληματίζει. Στην πορεία της συζήτησής μας, ωστόσο, αποδείχθηκε ότι τα συγκεκριμένα παιδιά είχαν προβληματιστεί για διάφορα θέματα μέσα από τα βιντεοπαιχνίδια που παίζουν. Για παράδειγμα, το κορίτσι είχε προβληματιστεί για περιβαλλοντικά ζητήματα και για το πώς θα έπρεπε να είναι μια ιδανική πόλη, και το αγόρι για ηθικά ζητήματα και συγκεκριμένα για το θέμα των ορίων, για το πού μπορεί να φτάσει ένας άνθρωπος προκειμένου να πετύχει αυτά που θέλει.

(για την τέχνη) «Στα ηλεκτρονικά παιχνίδια είναι κάτι σταθερό και υπάρχει ένας συγκεκριμένος σκοπός που πρέπει να τον κάνεις. Οπότε, το παιχνίδι το συγκεκριμένο, ανάλογα το παιχνίδι βέβαια, δεν σε προβληματίζει τόσο πολύ όσο μια ταινία ή όσο ένα μουσικό κομμάτι [...] το παιχνίδι είναι κάτι που δεν αλλάζει. Παίζεις συγκεκριμένες πίστες, κάνεις συγκεκριμένα πράγματα, αυτό δεν αλλάζει. Ενώ οι ταινίες και τα μουσικά κομμάτια που θα δεις και θα ακούσεις, εναλλάσσονται, και τα συναισθήματα μαζί» (Ναυσικά, 13 ετών)

(μιλάει για το βιντεοπαιχνίδι *Township*) «Έχουν υπάρξει φορές, όπως για παράδειγμα, σε αυτό με την πόλη που είμαστε ομάδα, υπάρχουν φορές, για παράδειγμα, που σχολιάζουμε η μια την πόλη της άλλης και λέμε το τι πρέπει να αλλάξουμε, τι δεν αρέσει, ο ένας στον άλλον, και τι πρέπει να αλλάξει. Πολλές φορές επειδή εγώ στην πόλη δεν έχω δρόμους [...] πολλές φορές μου λένε 'Δεν είναι σωστό να μην έχεις δρόμους, γιατί πόλη χωρίς δρόμους, δεν υπάρχει'. Μα τους λέω, 'Βάζω πεζοδρόμια, θα βγαίνουν οι άνθρωποι, θα έχουν χώρο να περπατάνε'. Οπότε έχουν τύχει κάτι τέτοια, να σκεφτώ αν είναι σωστό ή λάθος, γιατί μια φίλη μπορεί να νομίζει ότι οι δρόμοι είναι σωστοί, εγώ σκέφτομαι λάθος, ότι δεν θέλω τους δρόμους σε μια πόλη, γιατί σε αυτούς θα προχωρούν αυτοκίνητα, θα μολύνουν το περιβάλλον» (Ναυσικά, 13 ετών)

(για την τέχνη) «Να παίζεις βιντεοπαιχνίδια μπορεί να σε βοηθάει ώστε να κάνεις διάφορα πράγματα, όμως δεν σε κάνει να προβληματίζεσαι, δεν σε κάνει να σκέφτεσαι, τουλάχιστον πάρα πολύ [...] Να μπορείς να δεις το τι υπάρχει πίσω από την εικόνα, από αυτό που βλέπεις απλά» (Στέφανος, 13 ετών)

(μιλάει για το *Minecraft*) «Μπορεί να είναι πάρα πολύ καλό, τέλος πάντων, με τον σέρβερ όπου οι άνθρωποι δεν τους νοιάζει τίποτα, σκέφτονται μόνο τον εαυτό τους, όμως πιστεύω ότι αν καταφέρεις να το ξεπεράσεις αυτό και να κοιτάξεις το τι γίνεται πραγματικά, μπορεί κάποιος να καταλάβει ότι στην πραγματική ζωή, στην πραγματική ζωή πρέπει να πολεμήσεις γι' αυτό που πρέπει να κάνεις. Κάποιες φορές στη ζωή πρέπει να κόψεις την ακμή του άλλου, έτσι ώστε να πάρεις εσύ ακμή και να συνεχίσεις. Αυτό είναι, δυστυχώς, η πραγματική ζωή. Και αυτό είναι ένα δίδαγμα πολύ σημαντικό όπου ακόμα αρκετοί άνθρωποι δεν το έχουν καταλάβει, ούτε εγώ το έχω καταλάβει» (Στέφανος, 13 ετών)

Επιχειρώντας να εξηγήσουμε τις αντιφάσεις αυτές, καταλήξαμε σε ορισμένες υποθέσεις. Πρώτον, ο πληθυσμός-στόχος της έρευνας είναι τα παιδιά στην εφηβεία, και η εφηβική περίοδος

είναι μια περίοδο αντιφάσεων, αναζητήσεων και προσπαθειών απόκτησης μιας αίσθησης προσωπικής ταυτότητας. Σε αυτό το αναπτυξιακό στάδιο, κατά τον Erikson, τον έφηβο τον απασχολούν ζητήματα επιλογών και ταυτίσεων σε σχέση με τις αξίες και τους κανόνες του κοινωνικού περιβάλλοντος (Δραγώνα 1992: 52). Είναι, γενικότερα, μια περίοδος πειραματισμών και αυτό-ανακάλυψης (Ιωαννίδης 1992:37). Δεύτερον, το ζήτημα της τέχνης είναι ένα θέμα ευρύ και πολυδιάστατο, για το οποίο δεν υπάρχει, επιπλέον, ένας σαφής ορισμός. Η 'τέχνη' είναι μια έννοια που έχει απασχολήσει και απασχολεί ένα πλήθος θεωρητικών · είναι μια έννοια ρευστή.

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, κατανοούμε, αρχικά, ότι ένα μέρος των εφήβων δεν έχει επεξεργαστεί ακόμα επαρκώς διάφορα ζητήματα, ανάμεσα στα οποία είναι πιθανόν να βρίσκεται και το ζήτημα της τέχνης, και δεν αποκλείεται να αναπαράγει συγκεκριμένες παγιωμένες ιδέες για τι είναι 'τέχνη' ή το τι θα έπρεπε να είναι · παγιωμένες αντιλήψεις που ενδεχομένως να εμποδίζουν τον έφηβο να παραδεχτεί ότι κατά βάθος αντιλαμβάνεται τα ηλεκτρονικά παιχνίδια ως μια μορφή τέχνης, και οι οποίες δρουν αναχαιτιστικά στο να συνειδητοποιήσει ότι η άρνησή του είναι μάλλον επιφανειακή. Οι βαθιά αυτές εδραιωμένες αντιλήψεις μπορεί να αφορούν την κατηγορία στην οποία εντάσσεται ένα βιντεοπαιχνίδι, δηλαδή στο ότι πρόκειται για ένα παιχνίδι με σκοπό να ψυχαγωγήσει. Ίσως πάλι να αφορούν την αρνητική εικόνα που έχει ένα μεγάλο μέρος της κοινωνίας γι' αυτό. Δεν είναι τυχαίο ότι και η ερευνήτρια, κατά τις επισκέψεις της στα σχολεία, στο πλαίσιο της έρευνας, ήρθε αντιμέτωπη με μια γενικότερη δυσπιστία απέναντι στα βιντεοπαιχνίδια. Όπως υποστηρίζει, ακόμα, ο Ferguson (2010: 68), οι αρνητικές επιδράσεις των ηλεκτρονικών παιχνιδιών έχουν μεγεθυνθεί σε αντίθεση με τις θετικές επιδράσεις. Ας μην ξεχνάμε ότι η πρόκληση ηθικού πανικού υπήρξε ανέκαθεν ένα μέσο απόσπασης της προσοχής του κοινού από επίκαιρα και σημαντικά προβλήματα, κάτι που στην περίπτωση των βιντεοπαιχνιδιών έχει επιτευχθεί με την κυκλοφορία βίαιων παιχνιδιών που δίχασαν την κοινή γνώμη, με δηλώσεις μη τεκμηριωμένες από διάφορα άτομα (όπως ήταν ο δικηγόρος και ακτιβιστής, Jack Thompson, που είχε διαδώσει την ψευδή είδηση ότι ο Seung-Hui Cho, που είχε σκοτώσει 32 άτομα σε Πανεπιστήμιο της Virginia, το 2007, ήταν ένθερμος παίκτης βίαιων βιντεοπαιχνιδιών, κάτι που δεν ίσχυε, καθώς ο θύτης δεν έπαιζε καθόλου βιντεοπαιχνίδια) και με την προσπάθεια σύνδεσης βίαιων παιχνιδιών με αληθινά εγκλήματα (Ferguson 2010: 68-70). Όταν τα βιντεοπαιχνίδια συνδέονται κατά καιρούς με καταστάσεις σαν τις παραπάνω, η οποιαδήποτε συσχέτισή τους με την έννοια της τέχνης αποτελεί τόλμημα, ειδικά από τη στιγμή που η τέχνη είθισται να

αντιμετωπίζεται ως κάτι το ‘υψηλό’, το ‘ιερό’, και πόσο μάλλον όταν το τόλμημα αυτό καλείται να το κάνει το παιδί στην εφηβεία.

Στον Πίνακα 57 εμπεριέχονται συγκεντρωτικά τα επιχειρήματα των εφήβων που θεωρούν ότι το βιντεοπαιχνίδι είναι ένα έργο τέχνης, καθώς επίσης και τα κριτήρια του Dutton και του Gaut, όσον αφορά την κατάταξη ενός έργου στην κατηγορία της τέχνης.

Πίνακας 57 – Αναπαραστάσεις των εφήβων για τη σχέση του βιντεοπαιχνιδιού με την τέχνη

Το βιντεοπαιχνίδι είναι έργο τέχνης			
	Επιχειρήματα εφήβων	Κριτήρια του Dennis Dutton	Κριτήρια του Bery Gaut
1.	Προϊόν εντατικής εργασίας και υψηλού βαθμού δεξιοτήτων (πολλή δουλειά, ταλαντούχοι άνθρωποι από διάφορους κλάδους)	1. Δεξιότητες δεξιοτεχνίας	1. Προϊόν υψηλού βαθμού δεξιοτήτων
2.	Κάτι το ξεχωριστό – Καινοτομία – Στυλ (διαρκείς αναβαθμίσεις, πρωτόπορο, σύνδεση με τιμή, ‘πολύ περίεργο’)	2. Καινοτομία και δημιουργικότητα 3. Στυλ 4. Έμφαση σε κάτι ξεχωριστό	
3.	‘Έκφραση συναισθημάτων και μετάδοση μηνυμάτων (Συναισθήματα, όπως συγκίνηση, δέος, αγωνία, θαυμασμός – Απόλαυση) Μηνύματα (όπως σχέσεις πατέρα-γιου)	5. Συναισθηματική πλήρωση 6. Άμεση απόλαυση	2. Έκφραση συναισθημάτων 3. Μετάδοση σύνθετων μηνυμάτων
4.	Αισθητικά χαρακτηριστικά (γραφικά, πλοκή, μουσική, σχεδιασμός)		4. Αισθητικές ιδιότητες
5.	Σχέση με το πραγματικό – Αναπαράσταση (ρεαλιστικά γραφικά, αληθοφάνεια, έμφαση στη λεπτομέρεια, βάση σε πραγματικά γεγονότα)	7. Αναπαράσταση του πραγματικού	
6.	Φαντασία (δημιουργικότητα, σύνδεση φαντασίας με εμπύθιση)	8. Εμπειρία της φαντασίας (2. Καινοτομία και δημιουργικότητα)	5. Άσκηση δημιουργικής φαντασίας
7.	Διανοητική πρόκληση (θέτει προβληματισμούς, κινεί τη σκέψη)	9. Διανοητική πρόκληση	6. Διανοητική πρόκληση

10.Άσκηση κριτικής

11.Έκφραση ατομικότητας

12.Ένταξη του έργου σε
παραδόσεις της τέχνης και θεσμούς

7.Ένταξη του έργου σε
καταξιωμένες

καλλιτεχνικές φόρμες

8.Έκθεση ατομικής οπτικής
γωνίας

9.Πολυπλοκότητα και
συνοχή

10.Πρόθεση του

δημιουργού να

δημιουργήσει τέχνη

12.4.2. Απόψεις των εφήβων για την αξία των βιντεοπαιχνιδιών

Στο πρώτο μέρος της έρευνας, καταγράφηκαν οι λόγοι για τους οποίους οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι έχουν αξία τα βιντεοπαιχνίδια που επέλεξαν ως καλλιτεχνικά. Οι συνεντεύξεις που πήραμε στο δεύτερο μέρος της έρευνας, και αφορούσαν τόσο την αξία που έχουν βιντεοπαιχνίδια που επιλέχθηκαν ως καλλιτεχνικά όσο και την αξία που έχουν γενικότερα, ενίσχυσαν τα πρώτα αποτελέσματα, με τις απαντήσεις των παιδιών να εντάσσονται στις οκτώ θεματικές ενότητες που είχαμε δημιουργήσει.

Τους λόγους για τους οποίους έχει γενικά αξία ένα βιντεοπαιχνίδι, τους συζητήσαμε με ένα 92,9% των συμμετεχόντων (39 στους 42), εκ των οποίων ένα 20,5% (8 στους 39) υποστήριξε ότι το βιντεοπαιχνίδι δεν έχει καμία αξία. Για τους περισσότερους έφηβους, ένα βιντεοπαιχνίδι έχει αξία, διότι καλύπτει τις διάφορες ανάγκες τους. Ένα 19,3% συνέδεσε την αξία του με τη διασκέδαση που προσφέρει, και άλλο ένα 22,6% με την κοινωνική αλληλεπίδραση και τη συνένωση με φίλους. Το βιντεοπαιχνίδι αποτελεί μια αφορμή συνένωσης και χαράς. Αποτελεί ένα ‘ τρίτο μέρος ’, όπως υποστήριξαν οι Steinkuehler και Williams – οι οποίοι δανείστηκαν τον όρο από τον Oldenburg (1989: 16), ο οποίος τον χρησιμοποίησε για να περιγράψει μια ποικιλία ανεπίσημων και ευχάριστων χώρων με παιχνιδιάρικη διάθεση, στους οποίους όλοι είναι ίσοι –, καθώς παρέχει ένα ασφαλές περιβάλλον, όπου οι έφηβοι έρχονται και φεύγουν όποτε το επιθυμούν, συναντιούνται με άλλους, συζητούν μεταξύ τους, συνεργάζονται, διασκεδάζουν και έχουν όλοι τις ίδιες ευκαιρίες, ανεξαρτήτως της κοινωνικής τους κατάστασης στην πραγματική ζωή (στο Bourgonjon & Vandermeersche 2013: 5).

« Έχει αξία, διότι θα, ας πούμε για το LoL, θα περάσεις πολύ ωραία με την παρέα σου, θα έχετε έναν κοινό στόχο, έτσι ώστε να μπορέσετε να τον καταφέρετε όλοι μαζί [...] Το παιχνίδι μέσα από, όχι μόνο για το LoL, γενικώς, μέσα από τους μηχανισμούς που έχει, τον τρόπο με τον οποίον παίζεις και τα γραφικά, σου δημιουργεί ένα αίσθημα ότι ‘ τώρα, εγώ, ξέρω ‘ γω, περνάω καλά ’, ας πούμε» (Δημήτρης, 17 ετών).

Για ένα 25,8% των εφήβων, το βιντεοπαιχνίδι έχει αξία, διότι με αυτό περνά ευχάριστα τον χρόνο του, όταν δεν έχει κάτι άλλο να κάνει.

«Ε, έχει αξία, πιστεύω, γιατί μπορεί να σε κάνει να περάσεις καλά με τον τρόπο του, με έναν πιο μοντέρνο τρόπο, θα έλεγα» (Ζέτα, 15 ετών)

Ένα 25,8% αναφέρθηκε στην αγχολυτική επίδραση που έχει το βιντεοπαιχνίδι πάνω του και στη χαλάρωση, συνιστώντας ένα μέσο δραπέτευσης από τα προβλήματα της καθημερινότητας. Ο έφηβος ξεχνιέται για λίγο, ανεβαίνει η ψυχολογία του και αποφορτίζεται παίζοντας.

«Ξεσπάς τα νεύρα σου» (Γιώργος, 12 ετών)

«ε, το παιχνίδι, νομίζω, σε κάνει και να ξεχάσεις πράγματα και να σε κάνει, και σε κάνει να νιώσεις χαρούμενη. Να νιώθεις χαρούμενος, χαρούμενη» (Νίκη, 12 ετών).

Ένα 6,4% συσχέτισε την αξία του βιντεοπαιχνιδιού με τον ανταγωνισμό και την αίσθηση της νίκης, και ένα 25,8% μίλησε για τις μαθησιακές δυνατότητες του βιντεοπαιχνιδιού. Η μάθηση μπορεί να αφορά την απόκτηση γενικών γνώσεων (παραδείγματος χάριν, πάνω στην ιστορία), την ανάπτυξη διάφορων δεξιοτήτων (όπως είναι η δημιουργικότητα) ή/και μαθήματα για τη ζωή (για παράδειγμα, τρόπους αυτοβελτίωσης).

«Οπότε, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια έχουν αξία, γιατί σου διδάσκουν κάποια πράγματα για τη ζωή, για το πώς πρέπει να φέρεσαι, ότι πρέπει να προσφέρεις βοήθεια σε αυτούς που το χρειάζονται. Οπότε, σου μεταφέρουν, έτσι, και κάποια μηνύματα» (Ναυσικά, 13 ετών).

Αναφορές έγιναν, ακόμα, στην εντατική εργασία που προϋποθέτει η δημιουργία ενός βιντεοπαιχνιδιού (9,7%), την οικονομική του αξία (6,4%), στα αισθητικά του χαρακτηριστικά (29,03%), όπως είναι τα γραφικά, τα modes, η μουσική, ο μυθοπλαστικός κόσμος ή η ιστορία.

«και, ξέρω 'γω, με τη μουσική, ξέρω 'γω, και τα γραφικά τους που είναι πολύ ωραία, σου δίνει και ένα ωραίο vibe, ξέρω 'γω, ότι και καλά ζεις εκεί» (Μίλτος, 16 ετών)

Η σχέση του βιντεοπαιχνιδιού με την πραγματικότητα – να έχει βασιστεί, για παράδειγμα, η πλοκή του σε πραγματικά γεγονότα – αναφέρθηκε από το 6,4% των συμμετεχόντων, κάτι που

εγείρει την περιέργεια των παικτών και εντείνει την αίσθηση της εμπύθισης στον μυθοπλαστικό κόσμο.

«Να σας πω την αλήθεια, επειδή περνάς τον χρόνο σου, και μπορεί ένα παιχνίδι να έχει βασιστεί σε ένα γεγονός [...] έχει βασιστεί σε ένα γεγονός που θες να το παίζεις για να δεις πώς ήταν εκεί» (Πάνος, 14 ετών).

Αναφορές έγιναν, ακόμα, και στο γεγονός ότι ένα βιντεοπαιχνίδι προβληματίζει (6,4%), στη διαδραστικότητά του (3,2%), όπως και στην πρόοδο του ίδιου του παίκτη στο παιχνίδι. Ένα 12,9%, τέλος, συσχέτισε τα συναισθήματα με την αξία ενός βιντεοπαιχνιδιού, συνδέοντάς το συγκεκριμένα με παιδικές αναμνήσεις, με την έκφραση συναισθημάτων και με την αξία της στιγμής (που είναι κάτι που βιώνεις μια δεδομένη στιγμή και που ξέρεις ότι ποτέ ξανά δεν θα ξαναιώσεις τα ίδια συναισθήματα που ένιωσες την πρώτη φορά).

«Τα περισσότερα βιντεοπαιχνίδια έχουν αξία για τη, της στιγμής, την αξία της στιγμής. Δηλαδή, το παίζεις και όταν τελειώσει η ιστορία, παύει να έχει την ίδια αξία. Δηλαδή, άμα πας να το ξαναπαίζεις, θα ξέρεις τι έχει συμβεί, δεν θα έχεις την ίδια αγωνία, οπότε έχει χάσει λίγο την αξία του. Τα βιντεοπαιχνίδια έχουν, πιστεύω, την αξία της στιγμής [...] Και τη μουσική, να ακούς τη μουσική, να βλέπεις το τοπίο και να ζεις αυτή τη στιγμή, γιατί ξέρεις ότι δεν θα την ξαναζήσεις έτσι. Δεν υπάρχει περίπτωση να το ξαναπαίζεις και να νιώσεις το ίδιο πράγμα. Αυτό πιστεύω είναι η αξία ενός βιντεοπαιχνιδιού» (Αχιλλέας, 16 ετών).

Τίτλους καλλιτεχνικών βιντεοπαιχνιδιών – αφού είχαν δοθεί πάλι οι ίδιες επεξηγήσεις που είχαν δοθεί και στο πρώτο μέρος της έρευνας (ορίζοντας, δηλαδή, το ‘καλλιτεχνικό’ με βάση, κυρίως, τα αισθητικά του χαρακτηριστικά) – έδωσε το 73,7% των συμμετεχόντων (28 στους 38), με δημοφιλέστερα παιχνίδια να είναι το *Genshin Impact* (14,3%), το *God of War* (14,3%), το *Call of Duty* (14,3%) και το *Grand Theft Auto* (10,7%). Ως βασικότεροι λόγοι για την καλλιτεχνική τους αξία ακούστηκαν, κυρίως, τα γραφικά (48,6%), οι χαρακτήρες (24,3%), η μουσική (18,9%), ο σχεδιασμός (29,7%) (συμπεριλαμβάνοντας στον σχεδιασμό τα modes, το gameplay, τον φανταστικό κόσμο/περιβάλλον, τα mechanics και τη δυνατότητα εξατομίκευσης των χαρακτήρων), η πλοκή (16,2%).

Σύνοψη – Συμπεράσματα

Ένα βιντεοπαιχνίδι μπορεί να έχει αξία για διάφορους λόγους στα μάτια των εφήβων. Μπορεί να έχει αξία, λόγω των διάφορων αισθητικών του χαρακτηριστικών ή χαρακτηριστικών που το συνδέουν, συγχρόνως, και με τον χώρο της τέχνης. Η αληθοφάνειά του και ο ρεαλισμός του, επίσης, συμβάλλουν στην αξία του, όπως και η εντατική εργασία που προϋποθέτει, η διαχρονικότητά του και ο οικονομικός παράγοντας (η δυνατότητα συμμετοχής σε τουρνουά, για παράδειγμα, και η απόκτηση χρημάτων). Η αξία του σχετίζεται, ακόμα, με την ικανοποίηση των αναγκών των παικτών (διασκέδαση, αλληλεπίδραση, χαλάρωση, δραπέτευση από καθημερινότητα, δημιουργικότητα και άλλες), κάτι που μας παραπέμπει στη *Θεωρία χρήσεων και ικανοποιήσεων*. Όπως και να έχει, για την πλειονότητα των εφήβων, το βιντεοπαιχνίδι αντιμετωπίζεται ως κάτι σημαντικό που αξίζει την προσοχή και τον χρόνο του.

12.4.3. Κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες κατά τη διάρκεια του βιντεοπαιχνιδιού

Στο πρώτο μέρος της έρευνας βρήκαμε ότι οι διάφορες κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες που έχουν οι έφηβοι κατά τη διάρκεια του βιντεοπαιχνιδιού, συμπεριλαμβάνοντας σε αυτές και την παρατήρηση της συμπεριφοράς άλλων παικτών στο παιχνίδι, συσχετίζονται στατιστικά σημαντικά με τις διάφορες κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές που έχουν τα παιδιά αυτά στην πραγματική τους ζωή. Στο δεύτερο μέρος επιχειρήσαμε να εξετάσουμε τις εμπειρίες αυτές, καθώς και το πώς γίνονται αντιληπτές από τον εφηβικό πληθυσμό. Δίνοντας έμφαση σε συγκεκριμένες δράσεις εντός του παιχνιδιού, σύμφωνα πάντα και με το πού μας οδήγησαν οι συζητήσεις μας με τα παιδιά, επικεντρωθήκαμε στις ακόλουθες κατηγορίες παιχνιδιωδών εμπειριών, οι οποίες είχαν συσχετιστεί στο πρώτο μέρος της έρευνάς μας με την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών των εφήβων στην καθημερινότητά τους. Αυτές είναι: α) συνεργασία/βοήθεια, β) επιθετικότητα/βιαιότητα, γ) επέμβαση για αποκατάσταση της τάξης, δ) κοινωνικοπολιτικά θέματα/ηθικός προβληματισμός, ε) οργάνωση/λήψη αποφάσεων.

A. Συνεργασία/Βοήθεια

Θα ξεκινήσουμε με τη διαπίστωση ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες της έρευνας προτιμούν να παίζουν συνεργατικά βιντεοπαιχνίδια. Ακόμα κι αν παίζουν ατομικά, προσπαθούν να βρίσκονται μαζί με φίλους στον ίδιο χώρο ή να συζητούν μεταξύ τους τηλεφωνικά ή διαδικτυακά κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού. Όπως σχολίασαν, περνούν πολύ πιο ωραία όταν παίζουν με άλλους, ενώ επιπλέον, παίζουν (συνήθως) και για μεγαλύτερη χρονική διάρκεια απ' ό,τι αν έπαιζαν μόνοι τους. Ευρήματα που συμφωνούν με τα ευρήματα μιας άλλης πρόσφατης έρευνας σε Αυστραλούς έφηβους, οι οποίοι είχαν, επίσης, δηλώσει πως προτιμούν να παίζουν με άλλους το *Fortnite*, ένα παιχνίδι ανταγωνιστικό, το οποίο δίνει στον παίκτη την επιλογή να παίξει είτε ατομικά είτε ομαδικά (Carter et al. 2020: 457).

Τα βιντεοπαιχνίδια είναι ένας λόγος να βρεθούν οι έφηβοι μεταξύ τους, να αλληλεπιδράσουν, να διασκεδάσουν, να εκτονωθούν, και όλα αυτά συμβαίνουν στο πλαίσιο κάποιας ομάδας. Η ομάδα, σύμφωνα με τον Anzieu (1999, στο Χρηστάκης 2010: 260), μπορεί να ιδωθεί ως τόπος επένδυσης επιθυμιών και αναμόχλευσης φαντασιώσεων, όπου οι επιθυμίες και τα άγχη που βιώνονται εντός της μπορεί να κινητοποιήσουν τα άτομα, να προκαλέσουν χαρά και να ενισχύσουν την ενότητα ή να προκαλέσουν λύπη, αρνητισμό και να οδηγήσουν στη διάσπαση. Η συνοχή της ενισχύεται από την ύπαρξη ενός κοινού σκοπού, τη συλλογική δράση προκειμένου να

επιτευχθεί ο σκοπός αυτός, και την επιθυμία υπαγωγής στην ομάδα που περιλαμβάνει αισθήματα ισχύος, περηφάνειας, ασφάλειας, αλληλεπίδρασης (Χρηστάκης 2010: 221).

Τα παιδιά που παίζουν ομαδικά στα διάφορα, βίαια ή μη, βιντεοπαιχνίδια, αντλούν ευχαρίστηση από αυτό, ειδικά όταν η ομάδα αποτελείται από άτομα που γνωρίζουν, πόσο μάλιστα από φίλους. Επενδύουν στην ομάδα συναισθηματικά και αισθάνονται ασφάλεια, διότι ξέρουν πως ό,τι κι αν πάθουν, ανά πάσα στιγμή θα έρθει κάποιος συμπαίκτης να τους ‘σώσει’. Είναι ηθική του υποχρέωση, άλλωστε, να προσφέρει βοήθεια από τη στιγμή που αποτελούν μέλη της ίδιας ομάδας.

«Όταν παίζεις με φίλους σου, μπαίνεις σε γκρουπάκι, Ναι, αναγκαστικά, θες δεν θες, γιατί ας πούμε στα πιο πολλά, όταν είσαι σε γκρουπάκι, όταν σε πυροβολεί ο άλλος, πέφτεις κάτω, οπότε πρέπει να πάει κάποιος άλλος, να πάω να τον σώσω, να τον κάνω revive, να πάρουμε κάποια φορμάκια κ.τ.λ., για να μπορεί να πολεμήσει, να ζανασωθεί να πάει να παίζει. Οπότε, ναι, πρέπει να υπάρχει μία συνεργασία, πρέπει να βοηθάμε ο ένας τον άλλον, πρέπει άμα εγώ χρειάζομαι κάτι, ένα φαρμακείο ή κάτι τέτοιο για να ζήσω, θα πρέπει να έρθει κάποιος να μου δώσει» (Αφροδίτη, 15 ετών)

Τελικός σκοπός στα περισσότερα βιντεοπαιχνίδια (γράφουμε ‘περισσότερα’, διότι υπάρχουν και εκείνα του ανοικτού κόσμου, όπου ο παίκτης μπορεί απλά να περιφέρεται χωρίς να χρειαστεί να εκτελέσει συγκεκριμένα κάτι) είναι η επίτευξη της νίκης ή η ολοκλήρωση της αποστολής γενικότερα, αναλόγως το βιντεοπαιχνίδι. Προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η συνεργασία και η αλληλοβοήθεια. Τα παιδιά συνεργάζονται σε μεγάλο βαθμό, προκειμένου να καταφέρουν τους επιδιωκόμενους στόχους. Επιπλέον, πιστεύουν πολύ και στη σημασία που έχει η συνεργασία στην πραγματική ζωή. Αντιλαμβάνονται ότι χάρη στη συνεργασία, μπορούν να πετύχουν πολλά πράγματα και να έχουν όλοι όφελος, και η συνεργασία που απαιτείται στα βιντεοπαιχνίδια ενδυναμώνει τη γενική αυτή αίσθηση.

«Ένας σημαντικός θεσμός είναι η συνεργασία, επειδή είμαι και στον εθελοντισμό, στους οδηγούς, που είναι σαν τους προσκόπους, αδερφό-σωματείο. Η συνεργασία είναι εκεί πέρα, είναι το α και το ω. Διάφορες ηλικίες. Μπορεί, π.χ., εγώ να συνεργαστώ με ένα πεντάχρονο, άσχετα αν με φωνάζει, επειδή εγώ είμαι 17, να με φωνάζει κύριο Άγγελο, θα συνεργαστώ μαζί του, γιατί έτσι πρέπει να γίνει. Αλλά και στα βιντεοπαιχνίδια έχει αρκετή συνεργασία, κάθε μέρα, παρά μέρα, πάμε εκεί,

κάνουμε το άλλο, για να αναβαθμίσουμε τον χαρακτήρα. Γιατί έτσι όπως τα έχουν κάνει, υπάρχουν κάπου στα 20 μπος, όπου πρέπει να τα πολεμήσεις, να σου βγει η ψυχή» (Αρης, 17 ετών)

Ο Piaget έδινε μεγάλη βαρύτητα στη συνεργασία μεταξύ των παιδιών, καθώς μέσω της συνεργασίας ενισχύεται η ανταλλαγή σκέψεων και η συζήτηση (που διαμορφώνουν κριτικό πνεύμα), η αυθεντική άσκηση των αρχών συμπεριφοράς (που δεν οφείλεται μόνο στις εξωτερικές υποταγές) και η επεξεργασία διάφορων αξιών, όπως η δικαιοσύνη και η ισότητα (Πιαζέ 1979: 190-2). Μέσω των βιντεοπαιχνιδιών, ο έφηβος ‘αναγκάζεται’ να γίνει πιο συνεργάσιμος με έναν άκρως διασκεδαστικό τρόπο, και αντιλαμβάνεται τη δύναμη που ενέχει η συνεργασία σε όλους τους τομείς. Ακόμα και σε βίαια παιχνίδια επιβίωσης, όπως είναι το *Fortnite*, η συνεργασία είναι ένα ‘μάθημα που διδάσκεται’, με την ύπαρξη του τελικού σκοπού να εντείνει τον συλλογικό δεσμό. Στα συνεργατικά βιντεοπαιχνίδια, το ‘εγώ’ γίνεται ‘εμείς’, και σχετίζεται με τη διεργασία συγκρότησης ενός κοινού τόπου, μιας ταυτότητας ιδεών και συναισθημάτων (Χρηστάκης 2010: 268), που μεταφέρεται και στην πραγματική ζωή.

«Πιστεύω ότι μέσα από κάποια παιχνίδια μπορείς να μάθεις κάποια πράγματα σημαντικά για τη ζωή σου [...] μέσα από κάποια παιχνίδια μαθαίνω να είμαι πιο συνεργάσιμος [...] αν είναι ο φίλος μου και παίζουμε μαζί, αναγκαστικά θα τον βοηθήσω για να νικήσουμε, γιατί αν πε, γιατί αν πεθάνω και παίζω μόνος μου εναντίον, για παράδειγμα, δύο άτομα, θα χάσω [...] Για το Fortnite μιλάω τώρα. Ε, τους βοηθούσα, γιατί ο σκοπός του παιχνιδιού είναι να επιβιώσεις στο τέλος και να πάρεις τη νίκη, τέλος πάντων, οπότε αναγκαστικά τον βοηθούσα και ας μην τον ήξερα [...] Πιστεύω πως η συνεργασία είναι απαραίτητη σε όλους τομείς και σε επαγγέλματα και γενικά παντού» (Μάρκος, 12 ετών)

«Υπάρχουν κάποια παιχνίδια που είμαστε σε μια πόλη και ζητάνε κάποιοι παίκτες βοήθεια, όταν δεν έχουν κάποια προϊόντα για να προμηθεύσουν. Και μετά θα κληθούμε εμείς να μπούμε στην πόλη τους μέσα και να τους βοηθήσουμε, αν έχουμε και εμείς τα προϊόντα. Επίσης, σε αυτό το συγκεκριμένο παιχνίδι, μπορούμε να φτιάχνουμε μια ομάδα συγκεκριμένη για να ζητάει προϊόντα ο ένας από τον άλλον, και ο άλλος αν έχει, να του δίνει. Αν δεν έχει ο άλλος, θα του ζητάει άλλος και άλλος. Επίσης, συνεργαζόμαστε για κάποιους αγώνες που γίνονται, γιατί όλες μαζί οι ομάδες πάμε σε έναν αγώνα, όπου πρέπει να εκτελέσουμε κάποιες αποστολές. Η ομάδα που θα φτάσει πρώτη, ε,

κερδίζει διάφορα βραβεία, διάφορα έπαθλα [...] σου δείχνει την πραγματική ζωή, ότι πρέπει να συνεργάζεσαι με άτομα, γιατί κάποια στιγμή μπορεί να χρειαστεί βοήθεια και θα πρέπει να ζητήσεις βοήθεια από τους φίλους σου για να τα πας καλύτερα είτε για να βρεθεί μια λύση» (Ναυσικά, 13 ετών)

Η συνεργασία και η προσφορά βοήθειας είναι κάτι το σύνηθες στα βιντεοπαιχνίδια, και ακούστηκε από ένα 78,6% των συμμετεχόντων (33 στους 42). Ο ένας βοηθάει τον άλλον, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό. Όπως ανέφερε και ένας δεκατριάχρονος για τη βοήθεια που προσφέρει στους συμπαίκτες της ομάδας του στο *Fortnite*: «ειδικά όταν πάνε να πεθάνουν, πάω εγώ συνέχεια και τους βοηθάω για να ζανασηκωθούν στο παιχνίδι, και γι' αυτό με έχουν βγάλει και 'νοσοκόμα της παρέας'». Ιδιαίτερο ενδιαφέρον, ωστόσο, έχει όταν η βοήθεια προσφέρεται σε άτομα γνωστά ή άγνωστα από παίκτες που παίζουν ατομικά και βοηθάνε άλλους παίκτες ή από παίκτες που παίζουν ομαδικά και βοηθάνε παίκτες που μπορεί να παίζουν ατομικά. Οι λόγοι μπορεί να είναι διάφοροι. Ένας λόγος αφορά το δούναί και λαβήν, την προσδοκία ότι αφού βοηθήσουν, θα βοηθηθούν και οι ίδιοι. Για παράδειγμα, στο *Minecraft*, μας είπαν έφηβοι που παίζουν ατομικά ότι μοιράζονται διάφορα υλικά στο παιχνίδι για να προχωρήσουν ευκολότερα. Ή στο *Fortnite*, παίκτες άγνωστοι μεταξύ τους μπορεί να αλληλοβοηθηθούν, προκειμένου να έχουν και οι δύο όφελος.

(στο *Minecraft*) «Δεν κάνεις ομάδα, είναι απλά ο καθένας, θα μπορούσε να επιβιώσει και ο καθένας μόνος του, δηλαδή. Απλά εμείς μοιραζόμαστε τα υλικά που φτιάχνεις και όλα αυτά» (Ισμήνη, 15 ετών)

«στο *Fortnite* έχω βοηθήσει αρκετές φορές. Εφόσον σου δείξει και ο άλλος ότι δεν θα 'ρθει να σε σκοτώσει και θα σε βοηθήσει ή θα σου δώσει κάποιο χ, τότε, ναι, θα βοηθήσω και εγώ» (Ελένη, 16 ετών)

Κάποιοι έφηβοι δήλωσαν ότι έχουν βοηθήσει άλλους παίκτες, παίκτες που δεν ήξεραν προσωπικά, ακόμα και σε ανταγωνιστικά παιχνίδια, επειδή τους λυπήθηκαν και ήθελαν να τους δώσουν μια ευκαιρία να συνεχίζουν να παίζουν.

«Ναι, έχω βοηθήσει [...] Στο Fortnite [...]Γιατί δεν είχε όπλα και τον λυπήθηκα» (Χρήστος, 13 ετών)

Εντύπωση σε αυτές τις περιπτώσεις προκαλεί, δε, το ότι η βοήθεια που δίνουν σε παίκτες-ανταγωνιστές σε κάποια βιντεοπαιχνίδια, όπως στο *Fortnite*, είναι ενάντια στους κανόνες του παιχνιδιού, κάτι που γνωρίζουν. Ένας λόγος ενδεχομένως που βοηθάνε άλλους παίκτες, αν και αντιβαίνει στους κανόνες του παιχνιδιού, είναι ότι και οι ίδιοι οι έφηβοι είχαν δεχτεί βοήθεια από άγνωστους παίκτες στο παρελθόν, όταν είχαν αρχίσει να πρωτοπαίζουν. Ίσως πάλι επειδή είχαν δει άλλους παίκτες να το κάνουν, τους άρεσε ως πράξη, και τους μιμήθηκαν μόλις τους δόθηκε η ευκαιρία.

«Συνεντεύκτρια: Εντωμεταξύ, μου είπαν ότι δεν επιτρέπεται, λέει, να βοηθάς άλλους παίκτες, ότι είναι ενάντια στους κανόνες;

Κώστας: Γιατί θα σου απαγορεύει να παίζεις απ' αυτόν τον λογαριασμό.

Ελπίδα: Αλλά παρόλα αυτά βοήθησες (γέλιο)

Κώστας: Ε, ναι (γέλιο)

Συνεντεύκτρια: Έχει τύχει να βοηθήσουν και σένα;

Κώστας: Ε, ναι, όταν άρχισα να πρωτοπαίζω» (Κώστας, 15 ετών)

«Σε μένα πάντως έχει τύχει και να βοηθήσω στο *Freefire*, και ας είναι αντίπαλος, και να με βοηθήσουν. Αν δεν έχει, ξέρω 'γω, ο άλλος όπλα και έχει λίγη ζωή, να δώσω μέτκι, να δώσω σφαίρες [...] Κυρίως, γιατί είχα δει και άλλους να το κάνουν και λέω, εντάξει, ας το δοκιμάσω για την πλάκα, και όντως έπιασε και είχε πλάκα» (Ζέτα, 15 ετών)

Τα παιδιά, όπως διαπιστώνεται, δημιουργούν τους δικούς τους άγραφους κανόνες, οι οποίοι μπορεί να αντιβαίνουν εν γνώση τους στους κανόνες του βιντεοπαιχνιδιού, και οι οποίοι μπορεί να βασίζονται σε συναισθηματικούς λόγους ή σε μιμητικές ενέργειες. Ανάμεσα στους άγραφους κανόνες, συναντήσαμε και εκείνον της αυτοθυσίας, της υπέρτατης μορφής αλτροισμού. Όπως ανέφερε ένας δωδεκάχρονος, υπάρχουν φορές που ο παίκτης αντιλαμβάνεται ότι σύντομα πρόκειται να 'πεθάνει' στο παιχνίδι, και σε αυτή την περίπτωση ανοίγει τον δρόμο για έναν ανταγωνιστή παίκτη και προσπαθεί να τον βοηθήσει.

«Στο *Need for speed*, όπως λέγαμε πριν για τη συνεργασία, πολλές φορές, όταν είσαι σε περιπολία και καταδιώκονται δύο αγωνιστικά αυτοκίνητα, ε, κάποιος από τους δύο, συνήθως αυτός που έχει τη λιγότερη ζωή και είναι σίγουρο ότι θα 'ρθει το τέλος που έρχεται και θα σκοτωθεί από τους αστυνομικούς, ε, τρέχει όσο πιο μακριά μπορεί από τον άλλον με το αγωνιστικό αμάξι, με σκοπό να οδηγήσει τους αστυνομικούς σε άλλους δρόμους και να χάσουν το άλλο αγωνιστικό [...] μου 'χει τύχει να το κάνω τρεις φορές και μου 'χει τύχει άλλες τόσες περίπου από ένα συγκεκριμένο αγωνιστικό αμάξι [...] με κυνηγούσαν με δύο περιπολικά και την ώρα που έφυγα και συνέχισαν από πίσω μου τα περιπολικά, μπήκε το αμάξι του, ε, κάθετα στον δρόμο, έκλεισε τη δίοδο από τους αστυνομικούς. Αυτοί αναγκάστηκαν να τον χτυπήσουν στα πλάγια. Ε, αυτός δεν ξέρω αν πέθανε, αλλά σίγουρα θα είχε σημαντική ζημιά, και οι αστυνομικοί άργησαν αρκετά. Και σώθηκα στο τέλος» (Μάριος, 12 ετών)

B. Επιθετικότητα/βιαιότητα παικτών και αντιδράσεις

Ένα 69,04% των έφηβων (29 στους 42) δήλωσε ότι βλέπει συχνά άλλους παίκτες να παραφέρονται και να συμπεριφέρονται επιθετικά, ειδικά σε κάποια βιντεοπαιχνίδια, όπως το *GTA online*, το *Fortnite* και το *LOL*. Οι λόγοι τέτοιων συμπεριφορών μπορεί να είναι διάφοροι, σύμφωνα με τους συνεντευξιαζόμενους. Κάποιοι παίκτες αντιμετωπίζουν το παιχνίδι πολύ σοβαρά, η νίκη γίνεται εμμονή, και κάπου εκεί είναι που η κατάσταση βγαίνει εκτός ελέγχου. Προκειμένου να κερδίσουν, ορισμένοι παίκτες γίνονται αδίστακτοι και αδιαφορούν για το τι είναι σωστό και τι λάθος.

«Κάποιοι το παίρνουν τελείως στα σοβαρά το παιχνίδι και αρχίζουν και θέλουν παραπάνω. Δεν θα πάνε να παίζουν για πλάκα, θα πάνε μόνο για να νικήσουν» (Κώστας, 15 ετών)

Υπάρχουν παίκτες που δεν έχουν μάθει να χάνουν και όταν βιώνουν την αίσθηση της ήττας, παρεκτρέπονται, επιρρίπτοντας ευθύνες σε άλλα άτομα της ίδιας ομάδας, βρίζοντας άτομα εντός ή εκτός ομάδας ή σκοτώνοντας συμπαίκτες χωρίς λόγο, κάτι που συμβαίνει συχνά στο *GTA online*.

«Είμαστε σε ένα σημείο το οποίο χάνει η ομάδα. Θα βγούνε να κατηγορήσουν πάντα ένα συγκεκριμένο άτομο ή δύο γι' αυτό, για το ότι χάνει η ομάδα. Εμένα αυτό δεν μ' αρέσει» (Δημήτρης, 17 ετών)

« Η μια φορά που είχα κάνει εγώ χαζομάρα στο παιχνίδι, εντάξει, είχα φάει το βρίσιμο από αυτά τα παιδιά, και, οπότε δεν ξανακάναμε παρέα με αυτά τα παιδιά» (Νίκος, 13 ετών)

Τρεις-τέσσερις έφηβοι με τους οποίους μιλήσαμε, παραδέχτηκαν πως και οι ίδιοι έχουν εκδηλώσει επιθετική συμπεριφορά απέναντι σε συμπαίκτες, σκοτώνοντας, παραδείγματος χάριν, άλλους παίκτες για να πάρουν τα υλικά τους ή χρησιμοποιώντας υβριστική γλώσσα (είτε επειδή έχασαν είτε επειδή άλλοι παίκτες τους μιλούσαν άσχημα). Πρόκειται, ωστόσο, για αντιδράσεις φυσιολογικές εντός του παιχνιδιού, σύμφωνα με τους συγκεκριμένους έφηβους, ενώ επιπλέον, βρίσκουν διασκεδαστική την όλη φάση, χωρίς να δίνουν και τόση σημασία στα όσα έκτροπα διαδραματίζονται. Πρόκειται, άλλωστε, όπως πιστεύουν, για ένα παιχνίδι, και στο πλαίσιο του παιχνιδιού θα υπάρξουν και παρεκτροπές μερικές φορές.

«Ναι, έχει τύχει σε gameboard, σε δεύτερο επί τέσσερα, επειδή σκότωνα ανά τέσσερα και έβλεπαν ότι είχαν χάσει, και έβριζαν, και εγώ τους κορόιδευα περισσότερο. Και έβριζαν περισσότερο, και μετά ήρθαν και οι συμπαίκτες μου και τους βρίζαμε όλοι» (Σταμάτης, 13 ετών)

«Θοδωής: Ε, στο Fortnite παίζαμε ένα παιχνίδι με κάποιον φίλο μου και, ξέρω 'γω, σκοτώναμε έναν και έβριζε, ξέρω 'γω. Και σε άλλα παιχνίδια έχει γίνει. Στο Fifa κιόλας, στο, ε, στο Minecraft. Αυτό στην τελική [...] Στο Minecraft, πήγε, ξέρω 'γω, κάποιος, επειδή σκοτώναμε, επειδή χρειαζόμασταν τα υλικά τους, έμπαιναν στο, στη συνομιλία και έγραφαν βρισιές, ξέρω 'γω, ναι. Συνεντεύκτρια: Τους σκοτώνετε στα καλά καθούμενα, δηλαδή, για να τους πάρετε τα υλικά; (γέλιο) Θοδωής: Ναι (γέλιο)» (Θοδωής, 13 ετών)

Οι περισσότεροι έφηβοι, πάντως, αποδοκιμάζουν τέτοιου είδους συμπεριφορές, εκφράζοντας εκνευρισμό, θυμό, απογοήτευση, λύπη και κούραση, όταν κάτι τέτοιο συμβαίνει επανειλημμένα. Συμπεριφορές αρνητικές που, υποθέτουμε, λειτουργούν ως πρότυπα αποφυγής. Οι περισσότεροι δήλωσαν, επίσης, ότι έχουν δει άλλους παίκτες να επεμβαίνουν, όταν κάποιος παίκτης βγαίνει εκτός εαυτού κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού, αν και μια συνηθισμένη τακτική που εφαρμόζεται είναι η αδιαφορία, κυρίως όταν το 'θύμα' δεν ανήκει στον κύκλο των φίλων, περιμένοντας είτε ο 'κακός' παίκτης να έρθει σε αυτούς και να τους ενοχλήσει για να αντιδράσουν είτε να βαρεθεί και να αποχωρήσει από το παιχνίδι μόνος του.

«Οι περισσότεροι δεν ασχολούνται μέχρι να έρθει αυτός ο παίκτης σε αυτούς» (Στέφανος, 13 ετών)

Γ. Παρατήρηση παικτών να επεμβαίνουν, όταν συμπαίκτες παρεκτρέπονται, ή επέμβαση των ίδιων των συνεντευξιαζόμενων

Οι τρόποι με τους οποίους μπορεί ένας παίκτης να επέμβει, όταν μια κατάσταση ξεφεύγει από τον έλεγχο, είναι διάφοροι, λιγότερο ή περισσότερο ενεργητικοί:

- μπλοκάροντας τον τρόπο έκφρασης των επιθετικών παικτών, ανάλογα με το βιντεοπαιχνίδι. Για παράδειγμα, μπλοκάροντας τα e-modes («στο *Clash royale* [...] υπάρχει ένα πολύ χρήσιμο κουμπί που τα μπλοκάρει όλα τα e-modes. Δεν μπορείς ούτε εσύ να στείλεις αλλά ούτε ο άλλος», Αχιλλέας, 16 ετών) ή βάζοντας σε σίγαση τα μικρόφωνα των παικτών («Στο *Call of Duty* πολύ συχνά [...] να κλείνεις τα μικρόφωνα απ' τους άλλους παίκτες. Μπορείς να κάνεις αυτό για να μην σε ενοχλεί τι λέει ο άλλος», Μίλτος 16 ετών)
- κάνοντας report, ατομικά ή συλλογικά, οπότε σε αυτή την περίπτωση έρχεται η τιμωρία από άτομα αρμόδια του παιχνιδιού («τις πιο πολλές φορές δεν μιλάμε, δεν του μιλάμε, και απλώς πηγαίνουμε και τον κάνουμε αναφορά ώστε να αποκλειστεί απ' το παιχνίδι», Θεοδωρής, 13 ετών)
- αναλαμβάνοντας δράση ο ίδιος ο παίκτης.

Σχηματικά, η ανάληψη δράσης από τον ίδιο τον παίκτη μπορεί να γίνει με τρεις τρόπους:

- μέσω συνομιλίας, παραδείγματος χάριν, στο chatbox που υπάρχει στο βιντεοπαιχνίδι, με τον παίκτη να ζητάει από τον επιθετικό παίκτη να σταματήσει, ή δια ζώσης, μέσω συζήτησης, όταν παίζει στον ίδιο χώρο με άλλους: «Στο *League of Legends* γίνεται πάρα πολύ αυτό, γιατί όταν, ξέρω 'γω, είμαστε στο παιχνίδι, υπάρχει chat και συνήθως όποιος δεν παίζει καλά, του στέλνουν πάρα πολλά μηνύματα, τα οποία έχουν πάρα πολύ harmful περιεχόμενο, το οποίο, εντάξει, δεν είναι σωστό, γιατί δεν γεννιέται κανένας να παίζει τέλεια, ξέρω 'γω [...] ήτανε ένα άτομο στην ομάδα, το οποίο δεν έπαιζε καλά, ήταν καινούργιο άτομο στο παιχνίδι. Όλοι άρχισαν, ξέρω 'γω, να του λένε 'α, δεν παίζεις καλά' και 'βγες, δεν σε χρειαζόμαστε'. Οπότε λέω 'αφήστε τον άνθρωπο στην ησυχία του, δεν έκανε κάτι κακό, γιατί, ξέρω 'γω, όλο αυτό;» (Αντιγόνη, 15 ετών)
- μέσω της επιλογής ειδικών ρόλων στο παιχνίδι, σκοπός των οποίων είναι η επιτήρηση και η επιβολή της τάξης: «Αυτό που κάνω εγώ λέγεται σταφ, ωραία; Εγώ, εκείνη την ώρα που

μου έκαναν το report, πήγα πάνω σε αυτόν τον παίκτη που έκανε το report, μίλησα, είδα τι έγινε, και αποφάσισα, ξέρω 'γω, ότι αυτό που έκανε ο άλλος παίκτης ήταν λάθος, και αυτό. Και του έβαλα την τιμωρία του [...] μπαίνεις σε κάτι τέλεπορτς, σε ένα άλλο μέρος στον χάρτη [...] που μένεις εκεί, ξέρω 'γω, για κάποια ώρα χωρίς να κάνεις τίποτα, δεν μπορείς να κάνεις τίποτα. Λέγεται jail, σαν φυλακή» (Θάνος, 16 ετών)

- μέσω επίθεσης. Σε αυτή την περίπτωση, οι παίκτες δημιουργούν, υπό μια έννοια, τους δικούς τους κανόνες, προκειμένου να αποκαταστήσουν την τάξη, και η επίθεση μπορεί να γίνει ατομικά ή συλλογικά: «Στο Fortnite [...] πολλές φορές ήταν ένας, ο οποίος πυροβολούσε ασταμάτητα και χωρίς να πετυχαίνει τον αντίπαλο, απλώς πυροβολούσε στους τοίχους και όλα αυτά, και ερχόντουσαν όλοι οι άλλοι και σκοτώναν αυτόν που πυροβολούσε» (Κώστας, 15 ετών).

Το 73,9% των εφήβων (17 στους 24) που ανέφερε ότι βλέπει άλλους παίκτες να επεμβαίνουν, προκειμένου να επαναφέρουν την τάξη, δήλωσε ότι έχει επέμβει και το ίδιο, με διάφορους τρόπους, σε τέτοια συμβάντα. Ενδεχομένως το να παρατηρεί ο έφηβος άλλους παίκτες-‘ήρωες’ να επεμβαίνουν ενεργητικά για να αναχαιτίσουν άσχημες συμπεριφορές, να ενθαρρύνει τέτοιου είδους μιμητικές πράξεις. Ο θαυμασμός αυτών των παικτών-δικαστών φανερώνεται και στην περιγραφή που έκανε ένας δεκαεξάχρονος, αναφερόμενος στη δράση youtubers-παικτών, οι οποίοι είναι για τους έφηβους κάτι σαν είδωλα ή διασημότητες, τους οποίους θαυμάζουν για την ικανότητά τους να παίζουν ή/και να διασκεδάζουν τους θεατές (Carter et al. 2020: 458).

«Κυρίως στο GTA γίνεται αυτό το πράγμα [...] Έχω δει και πολλούς youtubers στο GTA να το κάνουν αυτό εκεί πέρα, και **κάνουν απίστευτη δουλειά**. Ε, ναι, αυτό [...] Υπάρχει, ξέρω 'γω, ένας πολύ επιθετικός τύπος που πηγαίνει γύρω στο χατ και σκοτώνει παίκτες για απολύτως κανέναν λόγο [...] Μπαίνει αυτός ο youtuber μέσα στο lobby και αρχίζει και τον κνηγάει αυτόν τον τύπο μέχρι να φύγει από το lobby» (Ηρακλής, 16 ετών)

Δ. Κοινωνικοπολιτικά θέματα – Ηθικός προβληματισμός

Με ένα 28,6% των εφήβων (12 στους 42) συζητήσαμε για τα διάφορα κοινωνικοπολιτικά θέματα που έμαθε μέσα από τα βιντεοπαιχνίδια που παίζει και με ένα 45,2% (19 στους 42) για τους ηθικούς προβληματισμούς του γύρω από πτυχές ήδη γνωστών ζητημάτων, τις οποίες δεν είχε

σκεφτεί αναλυτικά πριν το παιχνίδι. Μιλήσαμε για θέματα που τους προβληματίσαν και τους ευαισθητοποίησαν, θέματα τα οποία συζήτησαν με άλλους. (Παρενθετικά, να αναφερθεί σε αυτό το σημείο, πως τα συγκεκριμένα παιδιά, όταν ρωτήθηκαν για το αν πιστεύουν ότι θα μπορούσαν να κάνουν τη διαφορά στο μέλλον, απάντησαν θετικά).

Ένα από τα ζητήματα που τους απασχόλησε είναι εκείνο του ρατσισμού, των διακρίσεων κάθε είδους. Οι έφηβοι αναφέρθηκαν σε διάφορες διακρίσεις που παρατήρησαν στα βιντεοπαιχνίδια, όπως αυτές του χρώματος, του φύλου, της κοινωνικής θέσης, και μεγαλύτερη πηγή αυτών των προβληματισμών ήταν το βιντεοπαιχνίδι *Grand Theft Auto online* (το οποίο θα εξεταστεί στη συνέχεια). Ένας έφηβος μίλησε, ανάμεσα σε άλλα, για την ομοφοβία και τις αρνητικές αντιδράσεις των παικτών στο *Genshin Impact* απέναντι στο γεγονός ότι ένας χαρακτήρας στο βιντεοπαιχνίδι έχει δύο μπαμπάδες. Σχολίασε, μάλιστα, πως το συγκεκριμένο παιχνίδι υπήρξε αφορμή για να μάθει και να αναστοχαστεί πάνω στο θέμα των διακρίσεων.

«Στο Genshin γενικά (γέλιο), να πω την αλήθεια, δεν υπάρχουν τόσο straight ζευγάρια όσον αφορά τους χαρακτήρες. Θα ζιπάρεις μια γυναίκα με μια γυναίκα, έναν άντρα με έναν άντρα, ένα παιδάκι, ένα αγοράκι με ένα αγοράκι. Αυτό. Αλλά και στην κοινωνία, τέτοιο, πολλοί έχουν τις αντιλήψεις 'αρρωστημένοι', 'δεν υπάρχει το ένα, τ' άλλο. Όχι, όλοι είμαστε παιδιά του θεού, ανεξαρτήτως αν οι άλλοι είναι της υπέρβασης και κάνουν ό,τι θέλουν. [...] Και αυτοί καταπιεσμένοι άνθρωποι είναι [...]ένας χαρακτήρας είχε δύο μπαμπάδες. Τους πείραζε [...] Μέσω, δηλαδή, τικ τοκ, το ένα, το άλλο, 'Γιατί να έχει δύο μπαμπάδες; Δεν είναι αυτό το φυσιολογικό!'. Αν οι γονείς του πέθαναν και τα σχετικά, δηλαδή, να μεγαλώσει μόνο του; Η άμα το παράτησαν; Γιατί να μεγαλώσει μόνο του; Γιατί να μη μεγαλώσει με δυο μπαμπάδες ή με δυο μαμάδες ή με έναν έστω; Δηλαδή, αυτό συμβαίνει και στις κοινωνίες [...]

(σχετικά με το τι έμαθε από τα βιντεοπαιχνίδια). *«Προς το ότι όλοι οι άνθρωποι είναι ίσοι, στο Genshin πάλι, όλοι οι άνθρωποι είναι ίσοι ανεξαρτήτως φύλου, θρησκείας, πιστεύω, σεξουαλικότητας, και όλα αυτά»* (Αρης, 17 ετών)

Οι διακρίσεις και η περιθωριοποίηση στην οποία οδηγούν, αποτέλεσαν εστία προβληματισμού και σε βιντεοπαιχνίδια που πραγματεύονται φανταστικές, μελλοντικές καταστάσεις. Ένας δεκαεξάχρονος αναφέρθηκε στα διλήμματα που θέτει το βιντεοπαιχνίδι *Detroit Become Human*. Πρόκειται για μια ιστορία που διαδραματίζεται σε έναν κόσμο όπου οι

άνθρωποι ζούνε μαζί με τα ανδροειδή, τα οποία βιώνουν καταστάσεις ρατσιστικής συμπεριφοράς. Ο ρόλος του παίκτη είναι να αποφασίσει για την πορεία τριών ανδροειδών, αντιμετωπίζοντας ένα πλήθος διλημμάτων που του θέτει το βιντεοπαιχνίδι προκειμένου να προχωρήσει, και φέρνοντάς τον συχνά, όπως αναφέρει ο συγκεκριμένος έφηβος, στο να πάρει δύσκολες αποφάσεις.

«Ναι. Ε, είναι, ξέρω 'γω, στο Detroit σε, πολλά χρόνια μετά, ξέρω 'γω, όπου έχουν ανακαλυφθεί τα ανδροειδές και, αλλά σιγά σιγά, ξέρω 'γω, τα ανδροειδές αποκτούν ελεύθερη βούληση, ξέρω 'γω [...] Και στο παιχνίδι αυτό εμείς, πώς το λένε, χρησιμοποιούμε τα τρία, τρία από αυτά. Που οι μεταξύ τους ιστορίες συνδέονται κάπως περίεργα [...] Μπορεί, ξέρω 'γω, κάποιος να θέλει να τα σκοτώσει όλα [...] Μπορεί, ξέρω 'γω, κάποιος να θέλει να τα ενώσει, γιατί αυτά, ξέρω 'γω, κάνουν μια επανάσταση για να γίνουν αυτόνομα. Μπορεί κάποιος να θέλει να τα ενώσει όλα αυτά και να κάνει την επανάσταση, ξέρω 'γω [...] Εγώ είχα, κατά λάθος βασικά, είχα σκοτώσει το ένα, αλλά έκανα μαζί με τα άλλα δύο την επανάσταση [...] Τα κακομεταχειρίζονται βασικά πολύ [...] Πιο πολύ στο Detroit Become Human είχε γίνει αυτό, που σε βάζει να αποφασίσεις γενικά για το πώς να προχωρήσεις και έχω έρθει πολλές, πολλές φορές σε δίλημμα για το τι είναι σωστό και τι όχι ή για το τι θα έκανα εγώ» (Θάνος, 16 ετών)

Ακόμα, οι έφηβοι μέσα από τα βιντεοπαιχνίδια προβληματίστηκαν αλλά και έμαθαν περισσότερα για τη ρύπανση του περιβάλλοντος ή για τα αρνητικά αποτελέσματα της βίας, που παίρνει τη μορφή του πολέμου ή της παράνομης δράσης, οδηγώντας στην καταστροφή. Η φτώχεια, επίσης, αποτέλεσε ένα άλλο κοινωνικοπολιτικό ζήτημα για το οποίο τα παιδιά είπαν ότι έμαθαν σχετικά μέσω του *Grand Theft Auto* και του *The Sims*. Μια δεκατετράχρονη που έπαιζε παλιότερα το *The Sims*, μας είπε ότι το συγκεκριμένο βιντεοπαιχνίδι αποτέλεσε αφορμή για να μάθει περισσότερα για τη φτώχεια στις τριτοκοσμικές χώρες (και συγκεκριμένα για τα παιδιά που υποσιτίζονται στην Αφρική), ενώ ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός ότι η συγκεκριμένη έφηβη προσδοκά όταν ενηλικιωθεί να ταξιδέψει για ένα διάστημα στην Αφρική, μαζί με τους Γιατρούς χωρίς σύνορα, προκειμένου να βοηθήσει τα παιδιά που βρίσκονται εκεί.

«Ναι. Κυρίως στο παλιό παιχνίδι που σας έλεγα, στο *Sims*, είχε ας πούμε διάφορες επιλογές [...] μπορούσα να στείλω ας πούμε λεφτά στην Αφρική για τα παιδάκια που υποσιτίζονται»

(σχετικά με το αν θα κάνει τη διαφορά στο μέλλον) «Ναι, γιατί όχι; Ναι [...] έχω βάλει ως στόχο να περάσω στην ιατρική και μετά τις σπουδές μου, θα ήθελα να πάω έξι μήνες στην Αφρική, στους Γιατρούς χωρίς σύνορα, και να προσφέρω εκεί» (Γιώτα, 14 ετών)

E. Οργάνωση ομάδων/Λήψη αποφάσεων

Οι έφηβοι μέσα στο παιχνίδι δραστηριοποιούνται ποικιλοτρόπως. Ένα 38,1% (16 στους 42) έχει οργανώσει ομάδες σε διάφορα παιχνίδια (για παράδειγμα στο *Minecraft*, στο *Fortnite*, στο *GTA* ή στο *Roblox*), και εντός του πλαισίου αυτού, μπορεί να έχει εκφράσει τις απόψεις του μπροστά στους συμπαίκτες του, να έχει προτείνει λύσεις για διάφορα προβλήματα και να έχει λάβει αποφάσεις για το πώς πρέπει να προχωρήσουν και ποιες κινήσεις πρέπει να κάνουν κάθε φορά, εξετάζοντας τις συνέπειες που θα έχει η κάθε τους απόφαση (ειδικά με το κομμάτι της λήψης αποφάσεων έχει ασχοληθεί ένα 54,8% των συμμετεχόντων (23 στους 42)). Ένας δεκατριάχρονος, παραδείγματος χάριν, αναφέρθηκε στο *City Skylines*, στο οποίο ο παίκτης αναλαμβάνει τον ρόλο του Δημάρχου μιας πόλης, την οποία πρέπει να αναπτύξει από την αρχή, και καλείται να πάρει διάφορες αποφάσεις με μεθοδικότητα και προσοχή.

«Το *City Skylines* είναι ένα παιχνίδι, στο οποίο είσαι ο Δήμαρχος μιας πόλης και την ξεκινάς από την αρχή. Έχει πάρα πολλές πληροφορίες για το πώς φτιάχνεται μια πόλη. Ακόμα, έχει και πολλές λεπτομέρειες, και προσπαθείς να φτιάξεις μια ισχυρή οικονομία και μια όσο πιο μεγάλη πόλη γίνεται με διάφορα. Μπορείς να χτίσεις ζώνες με σπίτια, εργοστάσια, μαγαζιά, γραφεία, αλλά επίσης μπορείς να χτίσεις και άλλου είδους σπίτια, κτήρια, όπως νοσοκομεία, ε, παιδικές χαρές, πάρκα κυρίως και ό,τι άλλο θες. Και υπάρχουν σε, σε ορισμένες περιοχές, υπάρχουν και κυρίως όσον αφορά τα εργοστάσια, περιοχή που έχει κάτι το, κάτι το πλούσιο ας πούμε, είναι πλούσιο σε πετρέλαιο, υπάρχουν ορυκτά εκεί και βάζεις εκεί, ουσιαστικά χωρίζεις περιοχές στην πόλη σου και ξέρω 'γω, αυτή η περιοχή, τα εργοστάσια της θέλω να είναι χωράφια π.χ., αλλά πρέπει να υπάρχει γόνιμη γη εκεί. Η διυλιστήρια πετρελαίου [...] μπορεί να δυσκολευτείς λίγο, επειδή στην αρχή δεν υπάρχει τίποτα και πρέπει να προσέχεις λίγο την οικονομία, επειδή δεν έχεις ένα απεριόριστο μπάτζετ. Οπότε θα υπάρχουν, θα υπάρχει μια αρχική μείωση στην οικονομία, οπότε πρέπει να φροντίσεις να μην είναι τόσο μεγάλη, έτσι ώστε να καταρρεύσει η οικονομία» (Γιώργος, 12 ετών).

Αναφορές πολλές υπήρξαν στο *Minecraft*. Το *Minecraft* είναι ένας κόσμος μέσα στον οποίο ο παίκτης βιώνει τις εμπειρίες της συνεργασίας, της οργάνωσης, της δημιουργίας, της μάθησης, και όλα αυτά διασκεδάζοντας · ένας κόσμος, μέσα στον οποίον μαθαίνει να κατασκευάζει διάφορα αντικείμενα, να ανταλλάσσει προϊόντα με άλλους, να φροντίζει για στέγαση και τροφή και να αποφασίζει για το τι πρέπει να κάνει κάθε φορά προκειμένου να επιβιώσει από τα τέρατα που εξορμούν το βράδυ, τα οποία, επιπλέον, όπως ανέφερε μια δεκαπεντάχρονη, μπορούν να παραλληλιστούν με τους κινδύνους στην πραγματική ζωή.

«Ε, ίσως τα τέρατα θα μπορούσαμε να τα παρομοιάσουμε με κάποιους κινδύνους, γιατί έρχονται και σου επιτίθενται [...] στο Minecraft, παράδειγμα, επειδή είναι επιβίωση, θα πεις, ξέρω ‘γω, πρώτα θα κάνω αυτό, θα μαζέψω λίγο φαγητό και λίγα υλικά, μετά, ξέρω ‘γω, θα χτίσω σπίτι. Μετά θα κάνω το ένα. Ή παίρνεις αποφάσεις, όπως, ξέρω ‘γω, θα χτίσω μια πύλη για να πάμε κάπως σε έναν άλλον κόσμο για να πάρουμε υλικά» (Ισμήνη, 15 ετών)

Τόσο τα παιδιά του Γυμνασίου όσο και του Λυκείου παίρνουν διάφορες αποφάσεις κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού και προσπαθούν να δρουν με προσοχή και υπευθυνότητα, τηρώντας τους ισχύοντες κανόνες και σκεπτόμενα τις συνέπειες των επιλογών τους. Ο κόσμος των βιντεοπαιχνιδιών είναι ένας παράλληλος κόσμος, όπου τα παιδιά εκπαιδεύονται και ωριμάζουν, κάνοντας πράγματα που τα ευχαριστούν. Ένας κόσμος πιο φιλικός, πιο ασφαλής και πιο ανθρώπινος από τον πραγματικό, όπως σχολίασε μια δεκαπεντάχρονη αναφερόμενη, μάλιστα, στα βιντεοπαιχνίδια επιβίωσης: *«τα survival παιχνίδια είναι παιχνίδια συνεργασίας, λογικής, στρατηγικής και αρκετής σκέψης. Πλέον, στρατηγική στη χώρα μας δεν υπάρχει. Στον πλανήτη, γενικότερα, στρατηγική δεν υπάρχει. Λογική δεν υπάρχει. Και υπάρχει μια γενική αδιαφορία [...] μέσα στο παιχνίδι, πολεμάς για τη ζωή σου και πρέπει να κάνεις κάποια πράγματα, κάποιος θα σε βοηθήσει, κάτι θα βρεις να σε βοηθήσει. Εδώ πέρα, για να βρεις κάποιον να σε βοηθήσει, είναι κάτι πολύ δύσκολο με την αδιαφορία που υπάρχει και γενικά με το κράτος» (Αφροδίτη, 15 ετών)*

Σύνοψη – Συμπεράσματα

Ανακεφαλαιώνοντας, διαπιστώσαμε ότι οι έφηβοι βλέπουν συχνά άλλους παίκτες να βοηθούν κάποιον που χρειάζεται βοήθεια ή/και να επεμβαίνουν, προκειμένου να αποκαταστήσουν την τάξη όταν κάποιος επιθετικός παίκτης τη διασαλεύει, εκφράζοντας, συγχρόνως, την αποδοκιμασία τους για τέτοιες άσχημες συμπεριφορές. Επιπλέον, βοηθάνε και επεμβαίνουν και οι ίδιοι. Η, δε, συνεργασία είναι κάτι που επιζητούν και συμβαίνει σε μεγάλο βαθμό. Ο έφηβος, έτσι, μέσω των βιντεοπαιχνιδιών, βιώνει ξανά και ξανά συγκεκριμένες κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες. Αν λάβουμε υπόψη, την ίδια στιγμή, το γεγονός ότι η μάθηση μέσα από τις εμπειρίες και η μορφοποίηση έξεων (δηλαδή η ανάπτυξη οριστικών προδιαθέσεων που αυτή συνεπάγεται) είναι, όπως υποστηρίζει ο Dewey, βασική προϋπόθεση της ανάπτυξης (Ντιούι 2016: 106-107), όπως και ότι κάθε εμπειρία που βιώνει ο έφηβος τον μεταβάλλει (Ντιούι 1980: 17, 24), μπορούμε ενδεχομένως να κατανοήσουμε/ερμηνεύσουμε τα στατιστικώς σημαντικά αποτελέσματα του πρώτου μέρους της έρευνας, όταν διαπιστώναμε, δηλαδή, ότι οι έφηβοι που παρατηρούν συχνά άλλους παίκτες να βοηθούν συμπαίκτες ή/και να επεμβαίνουν, όταν κάποιος στο παιχνίδι συμπεριφέρεται επιθετικά ή βίαια, είναι, επίσης, έφηβοι που εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην πραγματική τους ζωή.

Ακόμα, μετά από τις συζητήσεις που είχαμε με το εφηβικό κοινό, θα υποστηρίξαμε πως τα βιντεοπαιχνίδια είναι μέρη δημοκρατικά, καθώς προϋποθέτουν συμμετοχή, λήψη αποφάσεων, εμπνέουν εμπιστοσύνη και δέσμευση (Lerner 2014: 16), ενθαρρύνουν το αίσθημα της δικαιοσύνης και την υπευθυνότητας και προάγουν την κοινωνικοπολιτική εκπαίδευση, βοηθώντας τους παίκτες να αναπτύξουν γνώσεις, δεξιότητες και τάσεις, τις οποίες μπορούν να εφαρμόσουν και στη δημόσια ζωή (Raphael et al. 2010: 204).

12.4.4. Κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες στο *Grand Theft Auto*

Στο πρώτο μέρος της έρευνας βρήκαμε ότι οι έφηβοι που παίζουν *Grand Theft Auto (GTA)*, συζητούν στην πραγματική τους ζωή για πολιτικά θέματα, ενημερώνονται για τα τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα, ψάχνουν διαδικτυακά πληροφορίες για αυτά και μιλούν με τους γονείς τους σε μεγαλύτερο βαθμό συγκριτικά με εκείνους που δεν παίζουν *GTA*. Έτσι, στο δεύτερο μέρος της έρευνας επιδιώξαμε να διερευνήσουμε τις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες που βιώνουν οι έφηβοι στο συγκεκριμένο βιντεοπαιχνίδι. Δεκαοκτώ από τους έφηβους με τους οποίους μιλήσαμε συνολικά, είχαν παίξει ή παίζουν *GTA*⁵⁷.

Επιχειρώντας να κατανοήσουμε τη στατιστικά σημαντική σχέση που βρήκαμε μεταξύ του γενικού ενδιαφέροντος των εφήβων για την πολιτική και το παίξιμο του *GTA*, αναρωτηθήκαμε για τα κοινωνικοπολιτικά θέματα που ενδεχομένως θίγει το παιχνίδι, και για τους ηθικούς προβληματισμούς που εγείρει. Όπως διαπιστώθηκε, το 50% των εφήβων που παίζει *GTA* έχει αποκτήσει περισσότερες γνώσεις για ορισμένα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα ή/και έχει προβληματιστεί για αυτά. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκαν προβληματισμοί για τα εξής θέματα: α) τις διακρίσεις με βάση το χρώμα και το φύλο που λαμβάνουν χώρα στο βιντεοπαιχνίδι, β) τη φτώχεια και τις κοινωνικές ανισότητες, γ) την περιθωριοποίηση και την παρανομία, δ) τον τρόπο συμπεριφοράς των παικτών στο παιχνίδι. Ας δούμε τα παραπάνω πιο αναλυτικά.

Αρχικά, στο ζήτημα του φυλετικού ρατσισμού αναφέρθηκαν δύο παιδιά. Όπως σχολίασε ένας δεκαπεντάχρονος που παίζει το *GTA 5 storymode* και το *GTA online*, όταν στο βιντεοπαιχνίδι συμβαίνει ένα ατύχημα ή μια επίθεση όπου εμπλέκεται ο Φράνκλιν, ο οποίος είναι Αфро-Άμερικανός και ένας εκ των τριών βασικών χαρακτήρων, η αστυνομία σπεύδει στον τόπο άμεσα. Αντιθέτως, όταν σε κάποιο ατύχημα εμπλέκεται ένας από τους άλλους δύο βασικούς χαρακτήρες, δηλαδή ο Μάικλ ή ο Τρέβορ, δεν υπάρχει η ίδια άμεση ανταπόκριση από τα όργανα της τάξης: «Όταν σκοτώνεις με τον Φράνκλιν, που είναι μαύρος, κάποιον, όχι όταν τον σκοτώνεις, όταν χτυπάς κάποιον άνθρωπο, κάποιον πεζό, έρχεται η αστυνομία κατευθείαν, ενώ άμα χτυπήσεις κάποιον πεζό με τον Μάικλ, που δεν είναι μαύρος, δεν έρχεται κατευθείαν. Πρέπει να σκοτώσεις άνθρωπο για να 'ρθει». Για να ενισχύσει, επιπλέον, τη βαρύτητα της άποψής του αναφέρθηκε και σε σχετικά

⁵⁷ Διαπιστώθηκε, ακόμα, ότι τα παιδιά που παίζουν το *GTA 5* της ιστορίας, παίζουν συνήθως και το *GTA online*. Το *GTA online* ηρ επιλέγεται σε μικρότερο βαθμό από τον εφηβικό πληθυσμό, λόγω δυσκολιών στο να το κατεβάσουν στον υπολογιστή.

βίντεο που εντόπισε στο διαδίκτυο, τα οποία σχολίαζαν το συγκεκριμένο ζήτημα: «*Το 'χω, το 'χω δει εγώ, και σε βίντεο που το λένε πολλοί*» (Χρήστος, 15 ετών).

Στο θέμα του σεξισμού αναφέρθηκε μια δεκαπεντάχρονη, η οποία σχολίασε με αγανάκτηση τον σεξιστικό σχεδιασμό του βιντεοπαιχνιδιού και συγκεκριμένα την εκμετάλλευση της γυναίκας, η οποία αντιμετωπίζεται ως σεξουαλικό αντικείμενο. Κατά την άποψή της, το *GTA online* διαιωνίζει στερεοτυπικές αντιλήψεις, και ο χώρος της δημιουργίας βιντεοπαιχνιδιών αντροκρατείται. Πράγματι, από το 2014 ως το 2021, σύμφωνα με τη διαδικτυακή πύλη statista, οι άντρες που απασχολούνται στον χώρο της βιομηχανίας των βιντεοπαιχνιδιών είναι πάνω από το 60%, αν και σταδιακά οι διαφορές αυτές μικραίνουν (το 2014 οι άντρες εργαζόμενοι έφταναν το 76%, ενώ το 2021 το 61%) (Clement, 2023). Ακόμα, ευθύνες απέδωσε και στους ίδιους τους παίκτες-φίλους της, που επιλέγουν συνειδητά να αντιμετωπίζουν τη γυναίκα ως αντικείμενο ηδονής μέσω των επιλογών που κάνουν εντός του παιχνιδιού: «*Ναι, στο GTA μ' ενοχλεί απίστευτα το ότι, λογικά δεν ξέρω, αλλά όταν είσαι, πας, ας πούμε, στην παραλία και εκεί πέρα υπάρχουν κάποιες κοπέλες, οι οποίες τις παίρνεις στο αμάξι και, ξέρω 'γω, κάνετε ό,τι κάνετε εκεί πέρα, και μετά την πληρώνεις και φεύγει. Δηλαδή, γιατί να το κάνεις αυτό; Γιατί να υπάρχει αυτό το πράγμα στο παιχνίδι; Αυτό δεν είναι σεξιστικό; Δεν είναι μόνο για άντρες; Δηλαδή, υπάρχουν και κορίτσια που παίζουν GTA [...] το βλέπουν και κορίτσια και θίγονται με αυτό το πράγμα [...] προφανέστατα και το έχει δημιουργήσει αυτό το πράγμα άντρας[...] Π.χ., εμένα μ' αρέσουν τα αμάξια, μ' αρέσει να οδηγώ αμάξια και θα παίζω παιχνίδια με αμάξια. Άλλα βλέπω τον φίλο μου που πάει στην παραλία και κάνει αυτό το πράγμα. Γιατί το κάνεις αυτό; Γιατί; Υπάρχει λόγος; Υπάρχει λόγος να υπάρχει αυτό το πράγμα;» (Αθανασία, 15 ετών). Τον προβληματισμό της για το συγκεκριμένο θέμα τον συζήτησε και με τους φίλους της: «*Ναι, αυτά τα σεξιστικά γενικά δεν τα καταλαβαίνω και το 'χω πει και στους φίλους μου αυτό, 'Γιατί το κάνετε αυτό;'* 'Έλα μωρέ', μου λέει. 'Τι έλα μωρέ! Μπες εσύ, γυναίκα, κάτσε να σε πληρώσουν, και κάνεις ό,τι κάνεις μέσα στο παιχνίδι'. Υποτίθεται ότι αυτό στην κοινωνία μας είναι κάτι που κατακράζεται, είναι κάτι που το κράζουν πολλοί άνθρωποι, που δεν το χωνεύουνε και υπάρχει και σε παιχνίδι; Για ποιον λόγο; Δεν είναι, δεν είναι εκμετάλλευση της γυναίκας αυτό;» (Αφροδίτη, 15 ετών)*

Άλλο ζήτημα για το οποίο έμαθαν περισσότερα και προβληματίστηκαν ήταν εκείνο της φτώχειας, όπως δήλωσαν δύο έφηβοι. Η απεικόνιση της σκληρής ζωής στις αχανείς μεγαλουπόλεις της Αμερικής, με τους άστεγους και τους τρελούς 'προφήτες' που τριγυρνούν

χαμένοι στους δρόμους, μόνοι και αβοήθητοι, οδήγησε δύο έφηβους να αναστοχαστούν πάνω στο συγκεκριμένο πρόβλημα. Ένας δεκατετράχρονος μίλησε για το ζήτημα της φτώχειας, όπως απεικονίζεται στο *GTA online*.

Συνεντεύτρια: «Έχεις μάθει από τα διάφορα παιχνίδια για κάποιο κοινωνικό ζήτημα; Να έχεις ενημερωθεί, να έχεις πληροφορηθεί για κάποιο κοινωνικό θέμα;

Πάνος: Ναι, ναι.

Συνεντεύτρια: Ναι;

Πάνος: Η φτώχεια είναι ένα απ' αυτά;

Συνεντεύτρια: Πως δεν είναι;

Πάνος: Είναι πιο πολύ, επειδή είναι σαν κανονικός κόσμος, βλέ, βλέπεις ανθρώπους που είναι ζητιάνοι, άνθρωποι που είναι τρελοί στον δρόμο και κάποιος νομίζει ότι είναι ο Χριστός, ε, και βέβαια δεν μπορείς να τον βοηθήσεις τον άνθρωπο αυτόν που είναι άστεγος και σου ζητιανεύει λεφτά, απλά τον βλέπεις που ζητιανεύει. Και να ήθελες να δώσεις λεφτά, δεν μπορείς» (Πάνος, 14 ετών)

Και μια δεκαεπτάχρονη φάνηκε να προβληματίζεται για τις κοινωνικές συνθήκες που διαμορφώνουν τις ζωές των ανθρώπων, 'κατανοώντας' τους ανθρώπους εκείνους – τύπου Ρασκόλνικωφ – που στρέφονται στην παρανομία προκειμένου να επιβιώσουν, όταν δεν βλέπουν άλλη διέξοδο: «Με το *GTA*, ότι μερικά άτομα δεν έχουν την πολυτέλεια, βασικά αυτά τα άτομα δεν μπορούν να τα καταφέρουν κάπως στη ζωή τους και έτσι στρέφονται προς την παρανομία για να έχουν μια αξιοπρεπή ζωή» (Αριάδνη, 17 ετών)

Η έντονη παρουσία του στοιχείου της παρανομίας σε συνδυασμό με τη βία που υπάρχει στο *GTA*, αποτελούν μηνύματα για τα καταστροφικά αποτελέσματα που έχουν οι επιλογές που κάνουμε στις ζωές μας, μάς είπε ένας δωδεκάχρονος. Συγκεκριμένα, αναφέρθηκε στον χαρακτήρα του Μάικλ, σχολιάζοντας πως η επιλογή του να στραφεί σε παράνομες δραστηριότητες, τον οδήγησε στη διάλυση της οικογένειάς του: «Για παράδειγμα, το *GTA*, πιστεύω ότι περνάει, ε, πώς να το πω...ε, περνάει τη βία, όχι απαραίτητα με τον κακό τον τρόπο [...] Θα πω τον Μάικλ, ότι για παράδειγμα δεν ήταν τόσο καλά στην οικογένειά του, και η γυναίκα του τον απατούσε, και τα παιδιά του δεν ασχολούνταν καν μαζί του» (Μάρκος, 12 ετών).

Το ζήτημα της περιθωριοποίησης – είτε το περιθώριο αφορά τον χώρο της παρανομίας είτε έχει να κάνει με τη φτώχεια γενικότερα – απασχολεί τα παιδιά της εφηβείας, τα οποία βρίσκουν ομοιότητες μεταξύ του εικονικού κόσμου του *GTA* και της πραγματικής ζωής, ενώ επιπλέον, εκφράζουν ενίοτε έναν κυνισμό απέναντι στον τρόπο που λειτουργούν τα πράγματα και στους δύο κόσμους: *«Δηλαδή και στην πραγματική ζωή κανείς δεν θα 'ρθει να σε βοηθήσει άμα σε δει έξω στους δρόμους που υποφέρεις, κανείς δεν θα 'ρθει να σου πει 'έλα λίγο σπίτι μου να σου δώσω νερό, να φας λίγο, κάτι'. Κανένας δεν θα το κάνει αυτό»* (Πάνος, 14 ετών). Ειδικά η κοινωνία στο *GTA 5 storymode* και στο *GTA online* μπορεί, σύμφωνα με τη γνώμη των εφήβων, να ιδωθεί ως προσομοίωση της σκοτεινής πλευράς της πραγματικής κοινωνίας (Το *GTA online roleplay*, παρουσιάζει έναν κόσμο ακόμα πιο κοντά στον πραγματικό, καθώς έχει τα πάντα. Ο παίκτης βρίσκει δουλειά, βγάζει χρήματα, αγοράζει αυτοκίνητο και ζει μια ζωή κανονική. Όπως ανέφερε ένας δεκατετράχρονος: *«Μπαίνεις στην ουσία σε έναν server και φτιάχνεις έναν χαρακτήρα που μπορεί να μιλάς κιόλας, δηλαδή με άλλους αληθινούς ανθρώπους, της γειτονιάς. Μπορεί να είναι ή απ' όλον τον κόσμο. Μπαίνεις σε servers ελληνικούς ή οποιασδήποτε άλλης χώρας, και παίζεις σαν κανονική ζωή. Δηλαδή, φανταστείτε έχει και νοσοκομεία όπου μπορεί να χτυπήσεις, έχει ρεαλιστικά γραφικά και έχει και δουλειές να δουλέψεις και να βγάλεις κανονικά χρήματα. Έχει βέβαια και τον βρώμικο τομέα στις δουλειές, ναρκωτικά...»*).

Το *GTA* προσφέρει στον παίκτη έναν ανοικτό κόσμο όπου μπορεί να κάνει ό,τι θέλει – στοιχείο που τον γοητεύει. Μπορεί να οργανώσει αγώνες με αυτοκίνητα ή μηχανές, να φτιάξει αμάξια ή να διασχίζει, χωρίς κανέναν σκοπό, τους δρόμους της εικονικής μεγαλούπολης (*«Στο GTA μπορείς να πας να ρολάρεις και να κάνεις απλά τη βόλτα σου. Δεν υπάρχει αναγκαστικά να κάνεις αποστολή»*, Κώστας, 15 ετών). Αν ο παίκτης θελήσει, ωστόσο, να προχωρήσει στο παιχνίδι (στο *GTA 5* της ιστορίας ή στο *GTA online*), αναγκαστικά θα στραφεί στον κόσμο της παρανομίας – εκεί τον οδηγεί ο τρόπος που είναι δομημένο το *gameplay* –, και θα πρέπει να εκτελέσει διάφορες αποστολές εντός μιας άτακτης πόλης, με παίκτες που οδηγούν με φρενήρεις ρυθμούς και παίκτες που φέρονται επιθετικά και βίαια απέναντι σε άλλους παίκτες, αγνοώντας τους κανόνες του βιντεοπαιχνιδιού ζάμικοδοπα υποψιασάτακ 'ουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα, και οι οποίες, επιπλέον, καταστρέφουν την ψυχαγωγική αξία του παιχνιδιού. Δεν είναι οι παράνομες αποστολές που πρέπει να εκτελέσει που ενοχλούν το παιδί της εφηβείας – έτσι είναι άλλωστε, το παιχνίδι. Θα μπορούσαμε ενδεχομένως να το χαρακτηρίσουμε ως έναν πιο μοντέρνο τύπο του παιχνιδιού 'κλέφτη-αστυνόμου' που παίζαμε παλιότερα στις γειτονιές –, αλλά οι

ανεξέλεγκτες συμπεριφορές των άλλων παικτών που διαλύουν την χαρά του να παίζεις. Συμπεριφορές που, συγχρόνως, εγείρουν προβληματισμούς αναφορικά με τους τρόπους δράσης και το ήθος συμπαικτών, λειτουργώντας ως συμπεριφορικά πρότυπα αποφυγής. Όπως είπε ένας δεκαεξάχρονος, το *GTA* σου μαθαίνει πώς να συμπεριφέρεσαι.

Με έξι από τους έφηβους που παίζουν *GTA*, συζητήσαμε την επιθετικότητα συμπαικτών στο παιχνίδι. Πρόκειται, άλλωστε, για ένα από τα βιντεοπαιχνίδια που φημίζεται για την τοξική του κοινότητα, εξαιτίας παικτών που σκοτώνουν τους άλλους χωρίς κανέναν λόγο. Τα παιδιά μίλησαν επικριτικά για τους παίκτες που έρχονται ξαφνικά από το πουθενά, οι λεγόμενοι ‘γκρίφερς’ ή ‘rangers’, και εξολοθρεύουν όποιον βρύνει μπροστά, έτσι για πλάκα ή απλά για να χαλάσουν το παιχνίδι. Αν και αποτελεί μια συνηθισμένη τακτική, δεν παύει να κουράζει και να αποκαρδιώνει τα παιδιά, προκαλώντας ένα αρνητικό κλίμα.

«Στο online δεν είναι και τόσο διασκεδαστικό, γιατί έχεις και αυτούς τους griefters που σου κλέβουν τα πάντα, σε σκοτώνουν οποτεδήποτε, οτιδήποτε ώρα για απολύτως κανένα λόγο [...] έρχεται με μια ιπτάμενη μηχανή, μου ρίχνει μια ρουκέτα και μπαμ!» (Ηρακλής, 17 ετών)

*«Ναι, κόμπλεξ [...] (στο *GTA online*) Γιατί εκεί που κάθεσαι κάπου με την παρέα σου, ήμασταν μια μέρα εγώ και ένα ακόμα παιδί και κάναμε βόλτες με τη μηχανή και ήρθε ένας άλλος online player με ελικόπτερο και πέταξε ρουκέτα, παράδειγμα, και πάει η μηχανή. Και μετά ξαναερχόταν και σκότωνε, που συνήθως πέθαινες»* (Ισμήνη, 15 ετών)

Οι ίδιοι, όμως, έφηβοι δήλωσαν, την ίδια στιγμή, ότι έχουν δει και άλλους παίκτες να επεμβαίνουν, όταν γίνονται τέτοια ξεσπάσματα βίας ή και επεμβαίνουν οι ίδιοι. Οι ίδιοι αντιδρούν, συνήθως, μέσω reports, ατομικά ή συλλογικά (*«έπαιξα την άλλη φορά με τον ξάδερφό μου και ήταν αυτό, ένα παιδί που μάς έκανε ‘μπουμ!’ όλη την ώρα, μας ανατίναζε τα αυτοκίνητα, και ήμασταν όλοι μαζί μέσα στο σέρβερ και τον κάναμε report και έφαγε ban»* (Μανώλης, 14 ετών)), ή, κάποιες ελάχιστες φορές, μέσω αντεπίθεσης, προκειμένου να επαναφέρουν τις ισορροπίες και να συνεχιστεί το παιχνίδι όπως πρέπει (*«κάποιες φορές με τον βίαιο και κάποιες φορές με τον καλό τρόπο, λόγω άμα κάποιος είναι αστυνόμος, επεμβαίνει με καλό τρόπο [...] υπάρχει μια ομάδα που είναι χούλιγκανς και κάθονται στη μέση του δρόμου και δεν αφήνουν κανέναν να περάσει. Αλλά*

όταν, για παράδειγμα, εμείς είχαμε σταματήσει μπροστά τους και μας έλεγαν ‘Γυρίστε πίσω, δεν περνάτε’, χρησιμοποιήσαμε τον κακό τρόπο και είχαν κακό τελειωμό αυτοί», Αλέξανδρος, 15 ετών).

Στην περίπτωση που κάνουν report, η τιμωρία έρχεται από άτομα αρμόδια, όπως είδαμε και προηγουμένως με τον έφηβο που ανέλαβε τον ρόλο του σταφ στο παιχνίδι: «υπάρχουν κάποιοι που πρέπει να ελέγχουν αν οι κανόνες τηρούνται [...] Και εγώ πάω και τους βοηθάω, ξέρω ‘γω, στο τι έχουν θέμα [...] Π.χ., ξέρω ‘γω, είναι ένα σκηνικό που ο άλλος, είναι δύο άτομα με όπλο και σημαδεύουν τον άλλον, και ο άλλος από το πουθενά βγάζει όπλο και τους σκοτώνει. Αυτό είναι λάθος, ξέρω ‘γω, γιατί δεν, πώς να το εξηγήσω, είναι σαν να μην τον νοιάζει η ζωή του, ξέρω ‘γω [...] Και αυτός είναι κανόνας, ότι απαγορεύεται, ξέρω ‘γω. Και πήγα. Σ’ αυτές τις περιπτώσεις επιβάλλονται κάποιες τιμωρίες», Θάνος, 16 ετών).

Παράλληλα, ωστόσο, με την επιθετικότητα κάποιων παικτών, στο παιχνίδι επικρατεί και ένα πλαίσιο αλληλεγγύης, όπου ο ένας βοηθάει τον άλλον, γνωστό ή άγνωστο. Πέντε έφηβοι αναφέρθηκαν σε τέτοιου είδους εμπειρίες εντός του παιχνιδιού, που είτε βοήθησαν οι ίδιοι άλλους παίκτες είτε οι άλλοι βοήθησαν τους ίδιους. Παραδείγματος χάριν, ένας δεκατετράχρονος μίλησε για την οικονομική βοήθεια (με εικονικά χρήματα του παιχνιδιού) που δέχτηκε από έναν παίκτη που δεν γνώριζε προσωπικά, και που του έδωσε έτσι την ευκαιρία να μπορέσει να κάνει κάποια πράγματα γρηγορότερα στο παιχνίδι. Ή ένας δεκαπεντάχρονος αναφέρθηκε σε (εικονικό) εξοπλισμό που του χαρίστηκε από άγνωστο – ενέργεια που οδήγησε, στη συνέχεια, στην ένταξη του ‘ευεργέτη’ στην ομάδα του πρώτου.

«Όταν άρχισα να πρωτοπαίζω το GTA online στην κονσόλα, ε, ήταν ένας που δεν τον ήξερα καν, που άρχισε να μου δίνει χρήματα. Δεν μπορούσα να τον ευχαριστήσω κάπως, γιατί δεν μπορούσα να του μιλήσω. Αλλά εγώ στην αρχή, επειδή με ακολουθούσε συνέχεια, έτρεχα να προσπαθήσω να τον σκοτώσω, και αυτός μετά μου έδωσε χρήματα, και λέω ‘εγώ πήγα να τον σκοτώσω, αυτός μου δίνει χρήματα’. Και απλά έκατσα, και μου έδωσε τα χρήματα, και μετά τον ακολουθούσα λίγο για να καταλάβει ότι τον ευχαριστώ και μετά έφυγα» (Πάνος, 14 ετών)

«Στο GTA, όταν είχαμε μαζευτεί ομάδα να κάνουμε τη ληστεία, που σας είχα πει, δεν, εγώ είχα ξεκινήσει τότε. Δεν είχα ούτε όπλα, ούτε αμάξια, ούτε τίποτα. Μου τα ‘δωσε ένα άτομο. Ένα άτομο, και μετά η ομάδα τον βοήθησε. Και έγινα, και γίναμε ομάδα μαζί» (Αλέξανδρος, 15 ετών)

Σύνοψη – Συμπεράσματα

Ο κόσμος του *GTA* είναι ένας μικρόκοσμος, στον οποίον οι έφηβοι έρχονται αντιμέτωποι με διάφορα ζητήματα κοινωνικοπολιτικά, όπως αυτό των ανισοτήτων, και μπαίνουν στη διαδικασία να αναστοχαστούν, παίζοντας. Η ζωή στο *GTA* αποτελεί αντανάκλαση των συνθηκών της πραγματικής ζωής, με το στοιχείο της παρανομίας να είναι υπέρ-τονισμένο στο *GTA 5* και το *GTA online*. Η παρανομία είναι ενσωματωμένη σε αυτά τα παιχνίδια, αλλά ενδιαφέρον προκαλεί η κριτική αντιμετώπισή της από τα παιδιά. Η ληστεία μιας τράπεζας, για παράδειγμα, αντιμετωπίζεται περισσότερο ως μια αποστολή που δημιουργεί χαβαλέ, τους διασκεδάζει και ενδεχομένως τους αποφορτίζει συναισθηματικά από άγχη της πραγματικής ζωής. Όταν, όμως, τα παιδιά έρχονται αντιμέτωπα με άσχημες συμπεριφορές παικτών, εκεί αλλάζουν τα πράγματα, καθώς στο παιχνίδι εισάγεται ένα κομμάτι της πραγματικότητας. Οι έφηβοι αποδέχονται τη βία της πλοκής του παιχνιδιού, αποδέχονται το φανταστικό. Αλλά αποδοκιμάζουν τη βία συμπαικτών που δεν τηρούν τους κανόνες και χαλάνε την όλη ατμόσφαιρα του παίξιν· αποδοκιμάζουν το πραγματικό. Αυτές οι συμπεριφορές τους προβληματίζουν, τους επηρεάζουν συναισθηματικά, τους ευαισθητοποιούν, και τους οδηγούν σε συζητήσεις με άλλους, ενώ σε κάποιες σπάνιες περιπτώσεις οδηγούν και σε αυτοδικία εντός του παιχνιδιού.

Ανακεφαλαιώνοντας, το *GTA* φαίνεται να αποτελεί μια αρένα ‘δημιουργίας υπεύθυνων πολιτών’ μέσω: α) της ελευθερίας που παρέχει στο παιδί της εφηβείας να κάνει ό,τι θέλει αλλά να πρέπει να τηρεί, συγχρόνως, τους βασικούς κανόνες του παιχνιδιού, β) του σχεδιασμού του που ‘χωλαίνει’, κατά τη γνώμη των παιδιών, καθώς αναπαράγει κάποιες στερεότυπες αντιλήψεις (αναφερθήκαμε στους σχολιασμούς περί φυλετικών διακρίσεων και σεξισμού), και που οδηγεί σε ηθικούς προβληματισμούς και συζητήσεις, γ) των διάφορων κοινωνικών θεμάτων που θίγει, τα οποία ο έφηβος μπορεί να γνώριζε εκ των προτέρων αλλά δεν είχε μπει έως τότε σε διαδικασίες ιδιαίτερης περισυλλογής γι’ αυτά. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η απεικόνιση του περιθωρίου και της φτώχειας που (όπως φάνηκε) ενθαρρύνει τον αναστοχασμό σχετικά με τις αιτίες και τις συνέπειες αυτών, δ) της δυνατότητας αποτροπής άσχημων συμπεριφορών, κάτι που ενισχύει το αίσθημα της δικαιοσύνης και της υπευθυνότητας. Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, φωτίζεται, εν μέρει, η στατιστικά σημαντική σχέση που βρέθηκε να υπάρχει μεταξύ του παιζίματος του *GTA* και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών των έφηβων παικτών στην πραγματική τους ζωή.

12.4.5. Κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες στο *Roblox*

Στο πρώτο μέρος της έρευνας βρήκαμε στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ του παιχνιδιού στην πλατφόρμα *Roblox* και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή. Όπως διαπιστώθηκε, οι έφηβοι που παίζουν παιχνίδια εντός *Roblox*, συγκριτικά με εκείνους που δεν παίζουν, φαίνεται να είναι πιο ευαισθητοποιημένοι σε κοινωνικοπολιτικά θέματα στην πραγματική τους ζωή. Για παράδειγμα: α) προσπαθούν να βοηθούν σε μεγαλύτερο βαθμό τους άλλους και είναι θετικά προσκείμενοι απέναντι στον εθελοντισμό, β) θεωρούν σημαντική την τήρηση των κανόνων, γ) αντιλαμβάνονται τη σημασία της συνεργασίας, και δ) πιστεύουν στην ικανότητά τους να αντιμετωπίσουν κάποιο πρόβλημα, όπως το να επικοινωνήσουν με τον αρμόδιο φορέα, να εκφράσουν τις απόψεις τους μπροστά σε άλλους και να πείσουν τους μεγαλύτερους να ενδιαφερθούν γι' αυτό. Μέσω του δεύτερου μέρους της έρευνας επιδιώξαμε να βρούμε τα στοιχεία εκείνα των παιχνιδιών που μπορεί να ενθαρρύνουν τις παραπάνω στάσεις και συμπεριφορές. Πέντε από τα παιδιά με τα οποία συζητήσαμε, παίζουν παιχνίδια μέσω *Roblox*.

Αναφορικά με το κομμάτι της βοήθειας, αυτό είναι κάτι που γίνεται συχνά στα περισσότερα παιχνίδια στο *Roblox*. Οι περισσότεροι εφήβοι (ένα 80%) που παίζουν μέσω *Roblox*, δήλωσαν ότι βλέπουν συχνά άλλους παίκτες να βοηθούν όποιον έχει ανάγκη, καθώς επίσης βοηθούν και οι ίδιοι όσο μπορούν, αντλώντας ευχαρίστηση από αυτό («*Ναι, φυσικά προσπαθώ και να βοηθάω και μ' αρέσει να κάνω το στυλ role play, και καλά να κάνω πώς είμαι όντως στην πραγματικότητα εκεί και να κάνω chat με διάφορους παίκτες εκεί*», Νικόλας, 13 ετών). Επιπλέον, ακούστηκε από πάνω από τους μισούς εφήβους (60%) ότι βλέπουν άλλους παίκτες να επεμβαίνουν, όταν κάποιος παίκτης γίνεται επιθετικός, ή/και επεμβαίνουν και οι ίδιοι, προκειμένου να αποκατασταθεί η τάξη, άλλοτε επιτυχώς άλλοτε ανεπιτυχώς.

Η σημασία της τήρησης των κανόνων και της διατήρησης της τάξης σχολιάστηκε, περισσότερο ή λιγότερο άμεσα, από το 60% των εφήβων που παίζει μέσω *Roblox*. Για παράδειγμα, μια δωδεκάχρονη αναφερόμενη στο παιχνίδι *Chain Break*, μίλησε για τη σπουδαιότητα του να τηρούνται οι κανόνες γενικά. Όπως είπε, μέσω του συγκεκριμένου παιχνιδιού έμαθε για τη ζωή των φυλακισμένων και αναστοχάστηκε σχετικά με τις συνέπειες της παραβίασης των νόμων.

«*το λένε Chain Break, ξέρω 'γω, είναι αυτοί που είναι μέσα στη φυλακή και οι αστυνομικοί απ' έξω [...] Απλά αυτό το παιχνίδι με έκανε να μάθω πώς ζούνε οι φυλακισμένοι γενικά [...] αυτοί που*

είναι στη φυλακή, έχουν κάνει κάτι πολύ κακό, οπότε τώρα αξίζουν που ζούν μια, ε, όχι καλή ζωή»
(Νίκη, 12 ετών)

Ηθικούς συλλογισμούς βρήκαμε και στην περίπτωση της δωδεκάχρονης Λιάνας, η οποία επέλεξε να δημιουργήσει έναν κάδο σκουπιδιών σε ένα παιχνίδι που έπαιζε μέσω του *Roblox*, προσπαθώντας να μεταδώσει οικολογικά μηνύματα στους συμπαίκτες της.

«Έχω φτιάξει, απλά έχω φτιάξει έναν κάδο σκουπιδιών, και όλοι πετάνε, κάνουν ότι πετάνε τα σκουπίδια [...] Γιατί να τα πετάνε κάτω δηλαδή; Να μάθουνε να μην πετάνε σκουπίδια κάτω. Απλά στον κάδο. Γι' αυτό τους έχουμε τους κάδους» (Λιάνα, 12 ετών)

Ζωτικό είναι, επίσης, το στοιχείο της συνεργασίας στα διάφορα παιχνίδια του *Roblox*. Όλοι οι έφηβοι αναφέρθηκαν στις συνεργατικές συνθήκες των παιχνιδιών, αναγνωρίζοντας τη συνεργασία ως απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία γενικότερα στη ζωή. Μέσω της συνεργασίας, κατά τη γνώμη τους, γίνονται όλα καλύτερα και γρηγορότερα, ενώ επιπλέον, ο άνθρωπος μαθαίνει να συμβιβάζεται, να συνυπάρχει αρμονικά με τους άλλους και να πραγματοποιεί δύσκολους στόχους.

«Η συνεργασία είναι ένα απ' τα πιο καλύτερα κομμάτια που υπάρχει στη ζωή. Πρέπει όλοι να συνεργαστούμε με κάποιον και πάλι και πάλι [...] και στην πραγματική ζωή και στο βιντεοπαιχνίδι»
(Αλέξανδρος, 15 ετών)

«Ναι, συμβιβάζομαι πολλές φορές, αν και δεν μου είναι απαραίτητο πολλές φορές, γιατί δεν έχουν απαιτήσεις οι άλλοι παίκτες από μένα όταν είμαι εγώ αρχηγός. Αλλά ναι, πολλές φορές θα συμβιβαστώ [...] Πιστεύω ότι η συνεργασία είναι πάρα πολύ σημαντική, γιατί μαθαίνεις πώς να συμπεριφέρεσαι κυρίως με άλλους, με άλλα άτομα της κοινωνίας, μαθαίνεις πώς να συμβιβάζεσαι. Διορθώνεται ο χαρακτήρας σου, πιστεύω, έτσι, γιατί μαθαίνεις ότι δεν είσαι μόνο εσύ, δεν είναι μόνο η δικιά σου άποψη, η δικιά σου η γνώμη. Υπάρχουν και άλλοι άνθρωποι που έχουν τις δικές τους απόψεις και τις δικές τους γνώμες» (Γρηγόρης, 13 ετών)

Τέλος, σχετικά με το ζήτημα της πίστης των εφήβων περί επιτυχούς αντιμετώπισης κάποιου προβλήματος στην πραγματική ζωή, διαπιστώθηκε ότι το 80% των εφήβων που παίζει μέσω

Roblox, εκφράζει τις απόψεις του στα διάφορα παιχνίδια, λαμβάνει διάφορες αποφάσεις ή/και πείθει τους συμπαίκτες του για τον τρόπο δράσης στα εκάστοτε ζητήματα που αντιμετωπίζουν. Παραδείγματος χάριν, η δωδεκάχρονη Νίκη αναφέρθηκε σε ένα συμβάν, συγκεκριμένα σε μια κλοπή που έλαβε χώρα στον φανταστικό κόσμο του παιχνιδιού *Brookhaven*, και στο γεγονός ότι έπεισε τους συμπαίκτες της, έχοντας τον ρόλο της αστυνομικού, για το πώς να δράσουν. Ή ο δεκατριάχρονος Γρηγόρης συνηθίζει να καθοδηγεί τους άλλους, όταν αισθάνεται ότι γνωρίζει καλά το παιχνίδι.

«κάποιος έκλεψε το σπίτι κάποιου, και πρέπει να βρούμε ποιος το 'κανε [...] τους έλεγα στο chatbox τι να κάνουν και πώς να τον βρούνε» (Νίκη, 12 ετών)

«Όταν ξέρω καλά το παιχνίδι και μ' αρέσει, προσπαθώ να το κάνω – (εννοώντας να πείσει τους άλλους) –, και οι υπόλοιποι μ' ακολουθούν| (Γρηγόρης, 13 ετών)

Σύνοψη – Συμπεράσματα

Οι Raphael, Bachen, Lynn, Baldwin-Phillip και Mckee, διέκριναν τρεις τάσεις στα βιντεοπαιχνίδια που διαμορφώνουν ευκαιρίες για κοινωνικοπολιτική εκπαίδευση. Οι τάσεις αυτές εντοπίζονται στα παιχνίδια μέσω *Roblox* και αφορούν τους ηθικούς συλλογισμούς του παίκτη (χαρακτηριστικό παράδειγμα οι σκέψεις της Μαρίας περί παραβιάσεων των κανόνων/νόμων και επιβολής ποινών), τις δράσεις του μέσω του άβατάρ του στο πλαίσιο μιας ιστορίας (όπως είδαμε τη Νίκη να δρα ως αστυνομικός σε ένα σενάριο με νόημα) και τη δυνατότητά του να αλλάξει τις πολιτικές, κοινωνικές ή οικονομικές δομές του κόσμου του παιχνιδιού (για παράδειγμα, η Λάουρα, που δημιούργησε ένα κάδο σκουπιδιών, επιθυμώντας να μεταφέρει οικολογικά μηνύματα στους συμπαίκτες της) (Raphael et al. 2010: 206-212).

Επίσης, διαπιστώθηκε ότι οι στάσεις και οι εμπειρίες που έχουν οι έφηβοι παίζοντας παιχνίδια μέσω *Roblox*, όπως είναι η συνεργασία, η παροχή βοήθειας σε άλλους, η επίλυση προβλημάτων, η ηθική σκέψη και η τήρηση ή η έμμεση ‘ενθάρρυνση’ τήρησης κανόνων, συνιστούν στάσεις και συμπεριφορές που έχουν και στην πραγματική ζωή.

13. Περιορισμοί της παρούσας έρευνας – Προτάσεις μελλοντικής έρευνας

- Το πρώτο μέρος της έρευνας οδήγησε σε μια σειρά στατιστικά σημαντικών σχέσεων ανάμεσα στην εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών των εφήβων στην πραγματική τους ζωή και σε διάφορες παραμέτρους που αφορούν την ενασχόλησή τους με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Η συσχέτιση, ωστόσο, δεν συνιστά αιτιώδη σχέση και δεν αποδεικνύει ότι συγκεκριμένα βιντεοπαιχνίδια, για παράδειγμα, ή συγκεκριμένες κοινωνικοπολιτικές παιχνιδιώδεις εμπειρίες, οδηγούν τους έφηβους στο να εκδηλώνουν, λιγότερο ή περισσότερο, κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην καθημερινότητά τους. Μπορεί, παραδείγματος χάριν, τα διάφορα βιντεοπαιχνίδια μέσω *Roblox* να ενθαρρύνουν τους έφηβους σε υιοθέτηση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική τους ζωή, μπορεί, όμως, και έφηβοι που είναι κοινωνικοπολιτικά ευαισθητοποιημένοι στην καθημερινότητά τους να αναζητούν και να επιλέγουν τέτοιου είδους βιντεοπαιχνίδια. Μέσω των συνεντεύξεων, στο δεύτερο μέρος της έρευνας, επιχειρήθηκε η κατανόηση των συσχετίσεων αυτών και μια ερμηνεία, καθώς η ερευνητική επεξήγηση σχέσεων αιτίας-αποτελέσματος απαιτεί άλλου είδους μελέτες, όπως είναι οι πειραματικές έρευνες.
- Οι συμμετέχοντες της έρευνας, αν και έφτασαν στους 527 συνολικά (485 συμμετέχοντες στο ποσοτικό μέρος της έρευνας, και 42 στο ποιοτικό), προέρχονταν όλοι από το γεωγραφικό διαμέρισμα της Θεσσαλίας, κάτι που περιορίζει, εν μέρει, τη γενίκευση των αποτελεσμάτων της έρευνας, αν και η Θεσσαλία αποτελεί ένα μεγάλο κομμάτι της Ελλάδας. Ωστόσο, εξαιτίας της καθολικότητας των παιχνιδιών και των κοινών προτύπων, στερεοτύπων και στάσεων, θεωρούμε ότι σε μεγάλο βαθμό μπορούν να εξαχθούν συμπεράσματα που να αφορούν συνολικά το ελληνικό εφηβικό κοινό.
- Ενδιαφέρουσα ήταν η εύρεση στατιστικά σημαντικής σχέσης μεταξύ του παιξίματος του *Grand Theft Auto* και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική ζωή. Αν και αναζητήσαμε τις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες των παικτών στο συγκεκριμένο βιντεοπαιχνίδι μέσω του ποιοτικού μέρους της έρευνας, εντούτοις, απαιτείται περαιτέρω έρευνα (ανθρωπολογική έρευνα με συμμετοχική παρατήρηση) που

να εμβαθύνει στις εμπειρίες αυτές, καθώς επίσης, και ένας μεγαλύτερος αριθμός παικτών, προκειμένου να ενδυναμωθεί η εγκυρότητα των αποτελεσμάτων.

Οι περισσότερες έρευνες που έχουν γίνει έως σήμερα πάνω στις κοινωνικές επιδράσεις των βιντεοπαιχνιδιών ταξινομούσαν τα βιντεοπαιχνίδια σε βίαια και φιλοκοινωνικά, ανάλογα με το περιεχόμενό τους, με αποτέλεσμα τα βίαια παιχνίδια να εξετάζονται με βάση βίαια πιθανά αποτελέσματα, και τα φιλοκοινωνικά με βάση πιθανά θετικά κοινωνικά αποτελέσματα. Αυτό οδήγησε στο να υπάρχει απουσία ερευνών πάνω στα αποτελέσματα που έχουν τα βιντεοπαιχνίδια συνεργατικού στυλ γενικότερα, και να είναι ασαφές αν τα συνεργατικά διαδικτυακά παιχνίδια πολλών χρηστών μπορούν να ενεργοποιήσουν φιλοκοινωνικές δεσμεύσεις. Η εξέταση, ωστόσο, των κοινωνικών όψεων των βιντεοπαιχνιδιών είναι ιδιαίτερα σημαντική για να κατανοήσουμε τα αποτελέσματα των βιντεοπαιχνιδιών γενικότερα (Shoshani & Krauskopf 2021: 2).

- Περαιτέρω έρευνα προτείνεται, ακόμα, αναφορικά με το στοιχείο της επιβίωσης που γοητεύει τον εφηβικό πληθυσμό. Στο πρώτο μέρος της έρευνας διαπιστώθηκε ότι το στοιχείο της ‘επιβίωσης’ είναι κάτι που δίνει αξία σε ένα βιντεοπαιχνίδι, σύμφωνα με ένα ποσοστό των εφήβων. Στο δεύτερο μέρος, διαπιστώθηκε ότι πρόκειται για ένα χαρακτηριστικό που προσελκύει για διάφορους λόγους, τους οποίους και κατηγοριοποιήσαμε. Το συγκεκριμένο εύρημα δεν έχει διερευνηθεί έως και σήμερα σε προηγούμενες ελληνικές εμπειρικές έρευνες σχετικές με τα χαρακτηριστικά που προσελκύουν τους εφήβους στα βιντεοπαιχνίδια (από όσο γνωρίζουμε έως και σήμερα). Επιπρόσθετα, τα ευρήματά μας χρειάζονται να επιβεβαιωθούν από έναν μεγαλύτερο αριθμό παικτών των συγκεκριμένων ηλικιακών ομάδων, και μια ποσοτική έρευνα για αρχή κρίνεται αναγκαία.
- Στατιστικά σημαντική σχέση βρέθηκε, ακόμα, μεταξύ της προτίμησης για βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με άλλα μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας και της εκδήλωσης κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική ζωή. Σκόπιμη κρίνεται, λοιπόν, η διεξαγωγή εθνογραφικής έρευνας επικεντρωμένης σε έφηβους παίκτες (ηλικίας 12-17 ετών) συγκεκριμένων βιντεοπαιχνιδιών, που να αφορούν διαμεσικούς κόσμους (όπως είναι το *Spider-Man: Miles Morales*), προκειμένου να εντοπιστούν και να αναλυθούν τα διάφορα κοινωνικοπολιτικά μηνύματα που δίνουν τα συγκεκριμένα παιχνίδια και το πώς γίνονται αντιληπτά από τους παίκτες, όπως σκόπιμη κρίνεται και η

διεξαγωγή πειραματικών, διαχρονικών μελετών, προκειμένου να εξεταστούν μακροπρόθεσμα πιθανές κοινωνικοπολιτικές επιδράσεις αυτών των βιντεοπαιχνιδιών στους παίκτες τους.

- Στην παρούσα έρευνα διερευνήσαμε, επίσης, τις αναπαραστάσεις των εφήβων για τη σχέση των βιντεοπαιχνιδιών με την τέχνη. Θα είχε ενδιαφέρον να επεκταθεί η εξέταση του συγκεκριμένου θέματος και σε άλλα γεωγραφικά διαμερίσματα της Ελλάδας, ειδικά από τη στιγμή που δεν έχουν υπάρξει σχετικές έρευνες στην Ελλάδα, και ενδεχομένως να διερευνηθούν και οι μεταμορφωτικές δυνατότητες των βιντεοπαιχνιδιών εκείνων που θα αξιολογηθούν από τους έφηβους ως έργα τέχνης. Τα αποτελέσματα της έρευνας των Borr, Vornhagen & Melner (2021: 7-11), για παράδειγμα, σε 174 ενήλικες παίκτες έδειξαν ότι τα βιντεοπαιχνίδια ως εμπειρίες τέχνης φαίνεται να διαθέτουν μεταμορφωτικές δυνατότητες. Οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες της έρευνάς τους που βίωσαν εμπειρίες τέχνης στα βιντεοπαιχνίδια, άρχισαν να βλέπουν διαφορετικά τα πράγματα, να καταλαβαίνουν καλύτερα τα συναισθήματά τους και τον εαυτό τους, και να αντιμετωπίζουν διαφορετικά το ίδιο το παιχνίδι

14. Επίλογος – Τελικά συμπεράσματα

«Τα βιντεοπαιχνίδια είναι χάσιμο χρόνου για άτομα που δεν έχουν τίποτα άλλο να κάνουν. Τα αληθινά μυαλά δεν το κάνουν αυτό».

Η παραπάνω άποψη είναι του σημαντικού συγγραφέα Ray Bradbury, η οποία έχει χρησιμοποιηθεί κατά καιρούς από τα διάφορα μέσα μαζικής ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης, εντείνοντας το δυσοίωνα κλίμα που επικρατεί γύρω από τις αρνητικές συνέπειες των ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Ωστόσο, η άποψη του Bradbury δεν ολοκληρώνεται εκεί, αλλά συνεχίζει:

« Περιστασιακά; Ασφαλώς. Ως χαλάρωση; Υπέροχα. Αλλά όχι όλη την ώρα».

Ο Bradbury επικεντρώνεται στον χρόνο που αφιερώνει κάποιος στα βιντεοπαιχνίδια, και όχι στον αποκλεισμό τους από την καθημερινότητά μας. Αναρωτιέται, λοιπόν, κανείς για τους λόγους της τμηματικής αυτής επιλογής της άποψής του, πράγμα που συμβαίνει με πολλές ρήσεις που κυκλοφορούν στον χώρο των ΜΜΕ, η οποία οδηγεί σε διαστρέβλωση του νοήματος του λόγου του. Επιπρόσθετα, ποιος μπορεί να αρνηθεί το γεγονός ότι γονείς, πολιτικοί, δημοσιογράφοι και ερευνητές χρεώνουν ανά διαστήματα στο ηλεκτρονικό παιχνίδι διάφορα ‘κακά’ του καιρού μας (όπως κοινωνική απομόνωση, μαθησιακές δυσκολίες, βίαιες συμπεριφορές, ακόμα και αυτοκτονίες) (Markey et al. 2020: 87), με το βιντεοπαιχνίδι να γίνεται αποδιοπομπαίος τράγος.

Βιντεοπαιχνίδια παίζουν σχεδόν τα δύο τρίτα των συμμετεχόντων (86,2%), ενώ επιπλέον, για πάνω από τους μισούς έφηβους, η ενασχόληση με αυτά στον ελεύθερό τους χρόνο αποτελεί συνήθεια. Τα αγόρια που παίζουν είναι περισσότερα από τα κορίτσια – αν και ο αριθμός των κοριτσιών παικτριών δεν είναι χαμηλός –, παίζουν συχνότερα και για μεγαλύτερη διάρκεια. Τα βιντεοπαιχνίδια που παίζουν είναι ποικίλλα, με το 10,5% των τίτλων των βιντεοπαιχνιδιών που καταγράφηκαν να φέρουν αξιολόγηση καταλληλότητας M, και οι τρόποι που παίζουν είναι διάφοροι (με γνωστούς, με άγνωστους διαδικτυακά, μόνοι κ.α.), αν και το παιχνίδι μαζί με άλλους έχει υψηλή θέση στα προτιμήσεις τους. Η πιο αγαπημένη, εντούτοις, συνήθεια των εφήβων σε καθημερινή βάση – από τους εξεταζόμενους τρόπους ψυχαγωγίας –, είναι η μουσική, την οποία συνδυάζουν, συνήθως, με άλλες ασχολίες. Αντιθέτως, η ανάγνωση των κόμικς δεν εντάσσεται

στις συνήθειές τους, αν και οι ήρωες των κόμικς και οι ιστορίες τους γοητεύουν το εφηβικό κοινό όταν ζωντανεύουν σε ταινίες, σειρές ή βιντεοπαιχνίδια.

Είναι λίγοι οι έφηβοι του σήμερα που διαβάζουν κόμικς, σε αντίθεση με παλαιότερες εποχές, με την πλειοψηφία να τα θεωρεί μια μορφή ψυχαγωγίας υποδεέστερη (παιδική, ανούσια, ανάλαφρη), ενώ επιπλέον, η σύνδεσή τους με την πράξη του διαβάσματος 'επιβαρύνει' ακόμα περισσότερο τη θέση τους στις προτιμήσεις τους. Μορφές δημοφιλούς κουλτούρας συνδυάζονται, εξάλλου, διαφορετικά ανά εποχές. Οι σημερινοί έφηβοι είναι οι έφηβοι της οθόνης, με τον έφηβο να περνάει καθημερινά 3 ώρες και 50 λεπτά μπροστά σε μια οθόνη, χωρίς να υπολογίζεται ο χρόνος που αφιερώνεται στα σχολικά καθήκοντα. Οι έφηβοι, επίσης, που παίζουν βιντεοπαιχνίδια συνηθίζουν να περνούν περισσότερο χρόνο μπροστά στην οθόνη συγκριτικά με τους έφηβους που δεν παίζουν, πηγαίνουν συχνότερα κινηματογράφο, βλέπουν σε μεγαλύτερο βαθμό τηλεόραση και διαβάζουν περισσότερο κόμικς. Οι παίκτες βιντεοπαιχνιδιών είναι, με άλλα λόγια, μεγαλύτεροι καταναλωτές της δημοφιλούς κουλτούρας.

Τηλεόραση συνηθίζουν να παρακαλουθούν περισσότεροι από τους μισούς έφηβους. Η παρακολούθηση τηλεόρασης, αν και ανήκει στις συνηθισμένες ενασχολήσεις των εφήβων, δεν συνιστά, εντούτοις, αγαπημένη δραστηριότητα, με τους περισσότερους έφηβους να προτιμούν να παίζουν βιντεοπαιχνίδια παρά να παρακαλουθούν τηλεόραση. Όπως διαπιστώθηκε από το δεύτερο μέρος της έρευνας, οι περισσότεροι συνεντευξιζόμενοι δεν επιλέγουν την τηλεόραση, διότι δεν καλύπτει τα ενδιαφέροντά τους, παρέχει μια άνευ ουσίας διασκέδαση, συν του ότι παραπληροφορεί. Είναι θετικοί, εντούτοις, απέναντι στα συνδρομητικά κανάλια. Πιο θετική στάση είχαν οι έφηβοι απέναντι στον κινηματογράφο, αν και όταν κλήθηκαν να επιλέξουν ανάμεσα στο σινεμά και στα βιντεοπαιχνίδια, προτίμησαν τα δεύτερα.

Οι έφηβοι, γενικά, δεν πηγαίνουν συχνά κινηματογράφο, με την υγειονομική κρίση να έχει συμβάλει σε αυτή την αποστασιοποίηση από τη μεγάλη οθόνη. Η πανδημία δεν είναι, όμως, ο μοναδικός λόγος αυτής της απομάκρυνσης. Η προηγούμενη οικονομική κρίση και το ακριβό εισιτήριο, η απουσία κινηματογραφικών αιθουσών σε κάποιες περιοχές, η παραγωγή/προβολή ταινιών που δεν καλύπτει τα ενδιαφέροντά τους, καθώς και η δυσκολία εύρεσης παράας και συντονισμού (λόγω διαφορετικών ωραρίων και μαθημάτων), συντελούν, με τη σειρά τους, στην παραγκώνιση του κινηματογράφου στις προτιμήσεις τους. Στα παραπάνω, ας προστεθεί και η αλλαγή της αντιμετώπισης του σινεμά ως του απόλυτου τελετουργικού σε σχέση με παλαιότερες εποχές.

Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, από την άλλη, βρίσκονται παντού: μέσα στα δωμάτια των εφήβων, στα κινητά τους, στα σπίτια των φίλων. Αποτελούν έναν σύγχρονο τρόπο για να διασκεδάζουν τα παιδιά, να συνευρίσκονται μεταξύ τους, να περνούν ωραία την ώρα τους, να μεταμορφώνονται σε (αγαπημένους) χαρακτήρες ή να δημιουργούν τους δικούς τους όπως ακριβώς τους θέλουν, να ξεχνούν για λίγο τα άγχη της καθημερινότητας, να βελτιώνονται, να νιώθουν ότι ανήκουν σε κάποια ομάδα ξεχωριστή. Για ένα μέρος των εφήβων, επιπλέον, το βιντεοπαιχνίδι αποτελεί κάτι παραπάνω, αντιμετωπίζοντάς το ως ένα δημιούργημα ίδιας αξίας με μια ταινία, ένα μουσικό κομμάτι ή ακόμα και με ένα έργο ζωγραφικής. Συγκεκριμένα, το 39,4%⁵⁸ των συμμετεχόντων του πρώτου μέρους και το 41,5% του δεύτερου μέρους, υποστηρίζουν ότι ένα βιντεοπαιχνίδι είναι μια μορφή τέχνης, με τα αγόρια να είναι πιο θετικά προσκείμενα. Όταν ζητήθηκε, μάλιστα, από τους έφηβους, στο δεύτερο μέρος της έρευνας, να αιτιολογήσουν τους λόγους για τους οποίους ένα βιντεοπαιχνίδι είναι έργο τέχνης, ακούστηκαν διάφορα επιχειρήματα: στυλ, καινοτομία, φαντασία, δημιουργικότητα, αισθητική αρτιότητα, ρεαλισμός, εντατική εργασία, διαχρονικότητα, μετάδοση μηνυμάτων και συναισθημάτων.

Από την άλλη, ένα 36,3% των εφήβων στο πρώτο μέρος της έρευνάς μας και ένα 53,7% των συνεντευξιαζόμενων στο δεύτερο μέρος, υιοθέτησαν μια στάση απόλυτα αρνητική, θεωρώντας ότι ένα βιντεοπαιχνίδι δεν μπορεί να είναι έργο τέχνης (χωρίς η άρνηση αυτή να ισοδυναμεί με την αμφισβήτηση των καλλιτεχνικών χαρακτηριστικών του). Αυτό το μέρος των εφήβων πιστεύει ότι από τη στιγμή που ένα βιντεοπαιχνίδι ανήκει στην κατηγορία του παιχνιδιού, και κατ' επέκταση στον χώρο της διασκέδασης, δεν μπορεί εκ των πραγμάτων να αντιμετωπιστεί ως έργο τέχνης. Υποστηρίζει, ακόμα, ότι χαρακτηρίζεται από μια ελαφρότητα στο περιεχόμενο, δεν προβληματίζει και δεν πρόκειται να μείνει στην ιστορία (δεν είναι διαχρονικό) · όλες ιδιότητες που διαθέτει ένα αντικείμενο τέχνης. Δεν είναι τυχαίο, επιπλέον, ότι η ίδια η έννοια της τέχνης συνδέθηκε από την πλειοψηφία αυτών των εφήβων με τις καλές τέχνες, όπως είναι η ζωγραφική ή η μουσική. Πιθανώς, αρκετοί έφηβοι είναι διαποτισμένοι με τις αντιλήψεις περί τέχνης ως κάτι του απόλυτα 'υψηλού', ιερού και απρόσιτου.

Η σχέση του βιντεοπαιχνιδιού με τις τέχνες είναι κάτι που δίνει αξία σε ένα βιντεοπαιχνίδι, για ένα μέρος των εφήβων. Άλλοι λόγοι που ακούστηκαν από τους έφηβους, σύμφωνα με τους οποίους ένα βιντεοπαιχνίδι έχει αξία, είναι οι αισθητικές του ιδιότητες (όπως τα γραφικά, το

⁵⁸ Το συγκεκριμένο ποσοστό εξάχθηκε από τη συγχώνευση των απαντήσεων 'πάρα πολύ', 'πολύ' και 'αρκετά' στη σχετική ερώτηση.

σενάριο, η μουσική), η δημοφιλία, η εντατική εργασία που απαιτεί, το κέρδος που συνεπάγεται, η διδαχή μαθημάτων ζωής, όπως είναι τα μαθήματα επιβίωσης, η κάλυψη διάφορων αναγκών (όπως η διασκέδαση, η χαλάρωση, η μάθηση, οι προσκλήσεις, η κοινωνική αλληλεπίδραση) και η αληθοφάνειά του που οφείλει πολλά στα ρεαλιστικά γραφικά.

Τα γραφικά, οι χαρακτήρες, η μουσική, η πλοκή και οι προκλήσεις σε ένα βιντεοπαιχνίδι αποτελούν τα πέντε δημοφιλέστερα χαρακτηριστικά που προσελκύουν τον εφηβικό πληθυσμό. Τα γραφικά αναδεικνύουν ένα βιντεοπαιχνίδι και όσο πιο ρεαλιστικά είναι τόσο πιο πολύ αρέσουν στον έφηβο, συμβάλλοντας στην εμπύθισή του στον κόσμο του παιχνιδιού. Οι χαρακτήρες σε συνδυασμό με την πλοκή είναι στοιχεία που κρατούν, σε σημαντικό βαθμό, το ενδιαφέρον των εφήβων. Τα παιδιά της πρώιμης εφηβικής περιόδου προτιμούν χαρακτήρες με ωραία εμφάνιση, υπερ-δυνάμεις ή ειδικές ικανότητες και γενναιότητα, που μάχονται για την επικράτηση του ‘καλού’. Στους χαρακτήρες που επιλέγουν και αγαπούν, εντάσσονται και γνωστοί ήρωες κόμικς, με ιδιαίτερη προτίμηση στον Spider-Man. Ενδεχομένως, η προβολή σχετικών ταινιών από το 2017 ως το 2022 έχει συμβάλει στη δημοτικότητα του συγκεκριμένου υπέρ-ήρωα. Επιπλέον, η δυνατότητα που έχουν να ελέγχουν τις κινήσεις γνωστών χαρακτήρων, και κατ’ επέκταση την εξέλιξη της πλοκής, τους σαγηλεύει. Η διαδραστική δυνατότητα, άλλωστε, να επέμβουν στην ιστορία του παιχνιδιού (ένα στοιχείο ιδιαίτερα σημαντικό, διότι το σινεμά και οι άλλες μορφές ψυχαγωγίας δεν προσφέρουν τη συγκεκριμένη δυνατότητα) είναι ένα από τα χαρακτηριστικά που γοητεύει το εφηβικό κοινό σε ένα βιντεοπαιχνίδι, όπως έδειξε το πρώτο μέρος της έρευνας.

Οι χαρακτήρες που επιλέγουν τα παιδιά της μέσης εφηβικής περιόδου, από την άλλη, είναι τύποι πιο αμφιλεγόμενοι, σκοτεινοί, ‘θύτες και θύματα’, με παρελθόν και αδυναμίες. Χαρακτήρες σκληροί και, συγχρόνως, ευάλωτοι, εμφανίσημοι αλλά και αποκρουστικοί, με τους οποίους οι μεγαλύτεροι έφηβοι νιώθουν πιο οικεία. Δεν ερχόμαστε, πλέον, αντιμέτωποι με την προτίμηση για χαρακτήρες ‘καλούς’, ούτε με τον διαχωρισμό σε χαρακτήρες απόλυτα καλούς και απόλυτα κακούς. Και από αυτή την ηλικιακή ομάδα ακούστηκε ο Spider-Man, αλλά η αγάπη της για τον συγκεκριμένο χαρακτήρα σχετίστηκε τώρα και με το παρελθόν του και τα συναισθήματά του.

Ο χαρακτήρας που επιλέγει ο έφηβος, το άβατάρ του, θα μπορούσε να συμβολίζει το Ιδεώδες Εγώ, καθώς σχετίζεται και με τη φαντασιακή ταύτιση, το τι θα ήθελε να είναι. Ο έφηβος, ωστόσο, κατά τη διάρκεια του περάσμάτος του από το Γυμνάσιο στο Λύκειο, χειρίζεται/υποδύεται διάφορους χαρακτήρες, κάτι που μπορεί να παταπέμψει στο ευρύτερο πλαίσιο των ταυτοτικών αναζητήσεων της εφηβείας. Είναι, εξάλλου, χάρη στην κατοπρική του εικόνα, που γνωρίζουμε

από το στάδιο του καθρέφτη του Lacan και που είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με το φαντασιακό, που συγκροτείται το Εγώ του. Το Εγώ του δεν μπορεί να κατανοηθεί παρά μόνο μέσα από τη φαντασιακή δομή του που προσδιορίζεται από την εξέλιξη μιας σειράς ιδεωδών ταυτίσεων και πάντα υπό το βλέμμα του Ιδεώδες του Εγώ. Το ιδεώδες του Εγώ είναι η εσωτερικευμένη μορφή του νόμου που καθοδηγεί το άτομο στο να βρει τη θέση του στη συμβολική τάξη, και που στην προκείμενη περίπτωση συνίσταται από τους συμπαίκτες του, τους youtubers, τον κόσμο του βιντεοπαιχνιδιού γενικότερα, αλλά και τους γονείς του. Μέσω των διάφορων φαντασιακών ταυτίσεων και υπό τη διαρκή παρουσία του Ιδεώδες του Εγώ, ο έφηβος θα μπορέσει σταδιακά να εκφράσει τα δικά του θέλω και τη δική του ταυτότητα στη σφαίρα του Συμβολικού (Zizek 2006 · Κυβέλλου 2009).

Ό,τι κι αν παίζουν, πάντως, οι έφηβοι, όποιο βιντεοπαιχνίδι κι αν επιλέγουν, οι προκλήσεις που εμπεριέχει το κάνουν πιο ελκυστικό. Μέσω των διάφορων προκλήσεων δοκιμάζουν τις ικανότητές τους, αναπτύσσουν τις δεξιότητές τους, βρίσκονται σε εγρήγορση χωρίς να αισθάνονται ανία, και νιώθουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση και ευχαρίστηση όταν πετυχαίνουν τους στόχους τους. Επιπλέον, η μουσική που διαχέεται στο βιντεοπαιχνίδι, όταν είναι προσεγμένη, το κάνει ακόμα πιο σαγηνευτικό και συμβάλλει με τη σειρά της στην εμπύθιση του παίκτη.

Ανάμεσα στα χαρακτηριστικά που προσελκύουν τον έφηβο σε ένα βιντεοπαιχνίδι είναι και η σχέση του με ταινίες, τηλεοπτικές σειρές και κόμικς. Γενικότερα, οι έφηβοι που παίζουν βιντεοπαιχνίδια, και ειδικά οι έμπειροι παίκτες, αντιμετωπίζουν πιο θετικά τις συγκλίσεις των διάφορων μέσων δημοφιλούς ψυχαγωγίας, ενώ επιπλέον, το στοιχείο της διαμεσικής αφήγησης αρέσει τόσο στους έφηβους που παίζουν βιντεοπαιχνίδια όσο και στους έφηβους που δεν παίζουν. Η διαμεσική αφήγηση γοητεύει το ένα τέταρτο περίπου των εφήβων και αρέσει, διότι έτσι η όποια γνωστή ιστορία αποκτά μια συνέχεια, ένα πιο μεστό και πλήρες νόημα, και ο έφηβος έρχεται πιο κοντά στους αγαπημένους του χαρακτήρες, αντλώντας περισσότερες πληροφορίες γι' αυτούς. Η επέκταση, ωστόσο, ή ο εμπλουτισμός μια γνωστής ιστορίας θα πρέπει να γίνεται με προσοχή και σεβασμό απέναντι στον μυθοπλαστικό κόσμο, όπως πιστεύει ο έφηβος, χωρίς να διαβρώνει τον θεματικό πυρήνα του.

Τα βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με ταινίες, σειρές ή/και κόμικς, ακόμα και αν αποτελούν απλή προσαρμογή μίας γνωστής ιστορίας, θέλγουν για διάφορους λόγους. Αρχικά, πρόκειται τις περισσότερες φορές για παιχνίδια καλοδομημένα, με ωραία γραφικά, μουσική και πλοκή. Αποτελούν, επίσης, πρόκληση για τον έφηβο, καθώς μπορεί να μπει σε διαδικασίες συγκρίσεων

(να συγκρίνει, για παράδειγμα, το βιντεοπαιχνίδι με την αντίστοιχη ταινία που είχε κυκλοφορήσει). Επιπλέον, ο έφηβος απολαμβάνει τη δυνατότητα να ελέγχει τους αγαπημένους του χαρακτήρες. Καθώς το φανταστικό σύμπαν διευρύνεται σε μεγαλύτερο βαθμό, τα στοιχεία που αφορούν τους χαρακτήρες πληθαίνουν, και κατανοεί καλύτερα την εξέλιξή τους. Συν του ότι ξαναζει από την αρχή αγαπημένες ιστορίες ή/και τις τροποποιεί, αναλαμβάνοντας (συνήθως) ο ίδιος τον ρόλο του κεντρικού χαρακτήρα και εξερευνώντας τα διάφορα αποτελέσματα που έχουν οι επιλογές του κάθε φορά.

Έλξη ασκεί και το στοιχείο της επιβίωσης που υπάρχει σε πολλά βιντεοπαιχνίδια, όπως διαπιστώθηκε στο δεύτερο μέρος της έρευνας. Η ‘επιβίωση’ γοητεύει τους έφηβους για διάφορους λόγους. Βιώνουν συναισθηματική ένταση, κάτι που τους εξιτάρει και τους κάνει να νιώθουν ‘ζωντανοί’. Συμφιλιώνονται με το μη κατανοητό, καθώς αντιμετωπίζουν διάφορες εκφάνσεις του ‘θανάτου’ που τους προβληματίζουν (ο ‘θάνατος’ στα βιντεοπαιχνίδια παίρνει τη μορφή επιδημιών, σεναρίων καταστροφής και μαχών μέχρι εσχάτων). Δοκιμάζουν διάφορους τρόπους επίλυσης των προβλημάτων, και μέσω των διάφορων πειραματισμών γίνονται πιο εφευρετικοί και πιο ικανοί, κάτι που, με τη σειρά του γεννά μια θετικότερη αντίληψη για τον εαυτό τους και την ικανότητά τους να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες στην πραγματική τους ζωή. Συναντούν διάφορα τέρατα και ζόμπι, αναπτύσσουν στρατηγικές επιβίωσης και επιδιώκουν να ανασυστήσουν, κατά κάποιον τρόπο, μια νέα κοινωνία, να την επαναεπινοήσουν. Όταν ακούν, εξάλλου, τη λέξη ‘κοινωνία’, έρχεται στον νου τους μια ενότητα ανθρώπων διαφορετικών που επικοινωνούν και συνεργάζονται αρμονικά μεταξύ τους · εικόνα που υποδεικνύει μια σκέψη ρομαντική, χαρακτηριστικό γνώρισμα της εφηβείας, και μέσω του βιντεοπαιχνιδιού, που αποτελεί, όπως γράφει ο Rushkoff (2009: 180), μια αναγεννησιακή προοπτική του κόσμου στον οποίον ζούμε, πειραματίζονται και αναστοχάζονται.

Τα βιντεοπαιχνίδια λειτουργούν ως ασφαλή εργαστήρια, στα οποία ο παίκτης διενεργεί ποικίλες δραστηριότητες, ριψοκίνδυνες ή μη, που δεν θα μπορούσε ενδεχομένως να κάνει στην πραγματική ζωή, και συνδιαλάσσεται με διάφορα συναισθήματα (Jansz 2015: 267, 277). Ο έφηβος που παίζει βιντεοπαιχνίδια βρίσκεται σε έναν δυναμικό χώρο, όπως τον αποκαλεί ο Winnicott (2019) · έναν χώρο δημιουργικότητας, μεταξύ φαντασίας και πραγματικότητας, όπου παίζει με το πραγματικό και διερευνά θέματα που τον προβληματίζουν · έναν χώρο συμβόλων (Winnicott 2019: 257-273), μέσω των οποίων πολλαπλασιάζει τους ‘εαυτούς’ του και ανακαλύπτει κόσμους φανταστικούς (imagined: που έχουν επινοηθεί από τους δημιουργούς των βιντεοπαιχνιδιών αλλά

και από τους ίδιους) και φαντασιακούς (imaginary: που υπάρχουν, προς το παρόν, μόνο στη φαντασία) (Godelier 2020: xvi). Η συμβολική λειτουργία, εξάλλου, είναι ενσωματωμένη σε όλες τις μορφές σκέψης και δράσης που έχει δημιουργήσει έως σήμερα ο άνθρωπος και θα συνεχίσει να δημιουργεί, υπάρχει σε ό,τι έχει νόημα, και ένα μεγάλο μέρος της κοινωνικής πραγματικότητας οφείλεται στο φαντασιακό, που μεταμορφώθηκε σε κοινωνική πραγματικότητα (Godelier 2020: 21-29, 125).

Το ηλεκτρονικό παιχνίδι, ως φανταστικό φαντασιακό, δηλαδή ως μια ψηφιακή ή μη πραγματική πραγματικότητα (όπως αναφέρει ο Godelier 2020: 125), είναι μια εφευρετική πλατφόρμα για να αλλάξει ο κόσμος, υποστηρίζει η Jane McGonigal (2010), σχεδιάστρια ηλεκτρονικών παιχνιδιών, και συνεπώς, πιστεύει, πρέπει να κάνουμε τον πραγματικό κόσμο περισσότερο σαν ένα παιχνίδι. Σύμφωνα με υπολογισμούς της McGonigal, ένας μέσος νεαρός παίκτης σε μια κοινωνία με μια δυνατή κουλτούρα παιχνιδιού μπορεί να έχει αφιερώσει 10000 ώρες παιχνιδιού μέχρι την ηλικία των 21 ετών – ώρες που αντιστοιχούν σε ώρες μαθημάτων από την 5^η τάξη, όταν το παιδί είναι 10-11 ετών, μέχρι την αποφοίτησή του από το Λύκειο. Καταλήγει, λοιπόν, σε τρεις ενδιαφέροντες συλλογισμούς. Πρώτον, η ενασχόληση με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια αποτελεί έναν παράλληλο κόσμο. Το παιδί αναπτύσσει μια θετική και δημιουργική στάση, όταν αντιμετωπίζει δυσκολίες σε ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι, σε αντίθεση με τα συναισθήματα που το κατακλύζουν στην πραγματική ζωή όταν έρχεται αντιμέτωπο με προβλήματα. Δεύτερον, εντός του παιχνιδιού το παιδί γίνεται η καλύτερη εκδοχή του εαυτού του, αντλώντας, παράλληλα, τέσσερα βασικά μαθήματα: α) ακραία αισιοδοξία (urgent optimism), να ενεργεί, δηλαδή, άμεσα προκειμένου να ξεπεράσει εμπόδια, νιώθοντας αισιοδοξία ότι θα τα καταφέρει, β) κοινωνικός ιστός (social fabric), όταν μέσω του παιχνιδιού δομείται η εμπιστοσύνη, η συνεργασία, οι δυνατές και καλές σχέσεις, γ) ευδαιμονική παραγωγικότητα (blissful productivity), η ευχαρίστηση, με άλλα λόγια, που νιώθει κανείς κάνοντας δραστηριότητες με νόημα στο παιχνίδι, η ευτυχία που τον καταλαμβάνει όταν εργάζεται για την κατάλληλη δουλειά, δ) επικό νόημα (epic meaning), όταν πιστεύει ότι κάνει κάτι αξιοσημείωτο, κάτι που αξίζει. Τρίτον, μέσω των κατάλληλων παιχνιδιών, δημιουργούνται άτομα που πιστεύουν ότι μπορούν να αλλάξουν τον κόσμο, τον ψηφιακό, έστω, για αρχή.

Τα αποτελέσματα της έρευνάς μας ενισχύουν τους συλλογισμούς της Jane McGonigal. Όπως διαπίστωσαμε, ο κόσμος των βιντεοπαιχνιδιών αποτελεί έναν κόσμο παράλληλο. Είναι ένας δεύτερος κόσμος, όπου ο έφηβος αναλαμβάνει έναν άλλον ρόλο και (αν το βιντεοπαιχνίδι είναι

ελεύθερου κόσμου, διαδικτυακό, με πολλούς παίκτες) δημιουργεί μία δεύτερη ζωή. Στον κόσμο αυτόν, ο έφηβος αποτελεί μέλος μιας ομάδας ή μιας κοινωνίας, στην οποία επενδύει και την οποία εμπιστεύεται. Εκεί, έρχεται αντιμέτωπος με προκλήσεις και προβλήματα, τα οποία προσπαθεί και προσδοκά να επιλύσει, κατά κύριο λόγο, μέσω συνεργασίας. Δραστηριοποιείται σε έναν χώρο σαγηνευτικό, στον οποίον βρίσκει ένα πλήθος πληροφοριών, τις οποίες καλείται να χρησιμοποιήσει/συναρμολογήσει. Προβαίνει σε διάφορες ενέργειες, από τις οποίες αντλεί ευχαρίστηση – όπως το να καθοδηγεί/βοηθάει άλλους συμπαίκτες, είτε παίζει ομαδικά είτε ατομικά –, πόσο μάλλον όταν η πλοκή της ιστορίας έχει ενδιαφέρον ή βασίζεται σε κάποια γνωστή ιστορία που αγαπά από ταινίες, σειρές ή κόμικς. Δημιουργεί ή/και προσπαθεί να βελτιώσει πράγματα και καταστάσεις μέσω του ψηφιακού χαρακτήρα του, κάτι που δίνει νόημα στις πράξεις του. Αγαπά την ουτοπία, όντας ιδεολόγος, αν και ενίοτε δείχνει κυνικός, και βιώνει, συνειδητά ή μη, διάφορες κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού που συμβάλλουν στην ωρίμανσή του, και τον ενθαρρύνουν να αλλάξει τα πράγματα προς το καλύτερο. Οι εμπειρίες κοινωνικοπολιτικής φύσεως που έχει στο παιχνίδι – όπως η λήψη αποφάσεων, η οργάνωση ομάδων, η συνεργασία, η καθοδήγηση άλλων παικτών, ο προβληματισμός και ο αναστοχασμός πάνω σε διάφορα ζητήματα – σχετίστηκαν, εξάλλου, στατιστικά σημαντικά με την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην πραγματική ζωή. Αποτέλεσμα που με τη σειρά του κατεύθυνε τη σκέψη μας στον Dewey (2016: 273), σύμφωνα με τον οποίον οι εμπειρίες εκπαιδευτικής φύσεως που επαναλαμβάνονται – φαινόμενο κυρίαρχο στα βιντεοπαιχνίδια – οδηγούν σε μάθηση, και κατ'επέκταση στη δημιουργία υπεύθυνων πολιτών του κόσμου.

Αλλά και άλλου είδους κοινωνικές εμπειρίες που λαμβάνουν χώρα εντός του κόσμου του βιντεοπαιχνιδιού σχετίστηκαν στατιστικώς σημαντικά με την εκδήλωση κοινωνικοπολιτικών στάσεων και συμπεριφορών στην καθημερινότητα του εφήβου, όπως η συχνή παρατήρηση παικτών που συμπεριφέρονται με γενναιοδωρία, λειτουργώντας ενδεχομένως ως πρότυπα μίμησης ή παικτών που επεμβαίνουν για να επαναφέρουν την τάξη εντός του παιχνιδιού. Η μίμηση, άλλωστε, αποτελεί ανεπίσημη στρατηγική μάθησης, όπως έδειξαν έρευνες σε έφηβους (Quintana & Osuno-Asedo 2020: 12-13, 1, 4 · Scolari et al. 2018: 809), πόσο μάλλον όταν οι παίκτες που αποτρέπουν τοξικές συμπεριφορές είναι γνωστοί youtubers, τα νέα είδωλα των εφήβων που αντιμετωπίζονται σαν μικροί θεοί. Η κοινωνική σύγκριση, εξάλλου, αποκτά μεγάλη σημασία κατά τη διάρκεια της εφηβείας. Σε αυτή την περίοδο, το παιδί επιχειρεί να βρει τον εαυτό του, και η αναζήτηση αυτή λαμβάνει χώρα σε ένα πλαίσιο συγκρίσεων με άλλους, κυρίως

συνομιλήκους. Οι έφηβοι μαθαίνουν από φίλους και συνομιλήκους τους τρόπους συμπεριφοράς που επιβραβεύονται από την κοινωνία και τους ρόλους που τους ταιριάζουν περισσότερο (Cole & Cole 2002: 57). Ωστόσο, διαπιστώθηκε και το αντίστροφο: έφηβοι που βλέπουν συχνά άλλους παίκτες να φέρονται τοξικά, είναι έφηβοι που εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην πραγματική τους ζωή σε σχέση με εκείνους που δεν έχουν τέτοιες εμπειρίες, με τους τοξικούς παίκτες να λειτουργούν πιθανόν ως πρότυπα αποφυγής.

Ο Lacan είχε πει ότι η επιθυμία του ανθρώπου είναι η επιθυμία του Άλλου. Μία από τις ερμηνείες της παραπάνω πρότασης, όπως μας δίνεται από την Κυβέλλου (2009), είναι ότι η επιθυμία είναι η επιθυμία της επιθυμίας του Άλλου. Δηλαδή, το άτομο επιθυμεί να είναι αντικείμενο της επιθυμίας κάποιου άλλου και να αναγνωρίζεται από αυτόν τον άλλον. Στην περίπτωση της κοινότητας των βιντεοπαιχνιδιών – του Ιδεώδους του Εγώ, του βλέμματος ή αλλιώς του σημείου εκείνου από όπου παρατηρείται ο έφηβος και από όπου κοιτάζει τον εαυτό του ώστε να φαίνεται αρεστός (Žižek 2006: 180) –, ο έφηβος παίκτης επιθυμεί ενδεχομένως να είναι το αντικείμενο επιθυμίας και αναγνώρισης των συμπαικτών του. Καθώς παρατηρεί την επιδοκιμασία και την αποδοκιμασία της κοινωνίας του παιχνιδιού απέναντι σε παίκτες που συμπεριφέρονται γενναιόδωρα και σε παίκτες που αντιδρούν άσχημα αντιστοίχως, και επιθυμώντας ο ίδιος να είναι αποδεκτός και αγαπητός από τους άλλους, προσαρμόζει αναλόγως τη συμπεριφορά του στον φανταστικό κόσμο αρχικά, και στον πραγματικό κόσμο στη συνέχεια. Έτσι, και ο ίδιος συμπεριφέρεται γενναιόδωρα στο παιχνίδι, βοηθώντας και καθοδηγώντας τους συμπαίκτες του ή/και επεμβαίνει για να αποκαταστήσει τις ισορροπίες, ενώ επιπλέον, η κοινωνικοπολιτική ευαισθητοποίησή του μεταφέρεται και στην καθημερινότητά του.

Στις συναντήσεις με τους έφηβους, συζητήθηκε αρκετά ο προβληματισμός που προκαλεί η τοξικότητα ορισμένων παικτών. Οι έφηβοι εκδήλωσαν έντονα την αποδοκιμασία τους απέναντι σε τέτοιες συμπεριφορές, κάτι που συζητούν και με άλλους. Οι τοξικές συμπεριφορές παικτών παρατηρούνται σε διάφορα παιχνίδια, αλλά σε ορισμένα είναι πιο συνηθισμένες. Ένα από αυτά είναι το *Grand Theft Auto online*. Ο κόσμος του *Grand Theft Auto (GTA)* φαίνεται να είναι στα μάτια των εφήβων μια μικρογραφία του πραγματικού κόσμου ή μάλλον περισσότερο της σκοτεινής πλευράς του. Οι έφηβοι που παίζουν *GTA*, το αντιμετωπίζουν ως ένα βιντεοπαιχνίδι διασκεδαστικό, ενώ επιπλέον, ο ανοικτός κόσμος του παιχνιδιού τους εξιτάρει. Αυτό που τους ενοχλεί δεν είναι η βία του περιεχομένου του παιχνιδιού – πρόκειται, άλλωστε, απλώς για ένα

παιχνίδι, ενώ επιπλέον, η βία υπάρχει παντού, από τα ειδησεογραφικά δελτία της μεσημβρινής ζώνης μέχρι τα καρτούνς ή τα παραμύθια –, αλλά οι τοξικές συμπεριφορές των παικτών που χαλούν τη χαρά του παιχνιδιού, προβληματίζουν, εκνευρίζουν και ενθαρρύνουν, εντέλει, την αντίδραση των ίδιων, προκειμένου να εξαλείψουν την τοξικότητα με διάφορους τρόπους. Παραδείγματος χάριν, κάνουν αναφορές (reports), προσπαθούν να συζητήσουν με τους τοξικούς παίκτες, μπορεί να τους τιμωρήσουν αν έχουν ειδικούς ρόλους στο παιχνίδι (βάζοντάς τους σε ένα είδος ‘εξορίας’ για ένα χρονικό διάστημα, κατά το οποίο δεν τους επιτρέπεται να παίζουν), ενώ σε λίγες περιπτώσεις μπορεί να φτάσουν στην αυτοδικία, χρίζοντας τους εαυτούς τους ‘δικαστές’ και ακολουθώντας τους δικούς τους άγραφους κανόνες, έτσι ώστε να αποκατασταθεί η τάξη και να ‘αποβληθούν’ τα βέβηλα στοιχεία.

Όπως γράφει ο Baudrillard (2016: 179), είναι το πάθος του κανόνα και η δύναμη που απορρέει από το εθιμοτυπικό του που κάνουν το παιχνίδι σαγηνευτικό, και όταν πάει να διασαλευτεί η τήρηση των κανόνων του παιχνιδιού, οι έφηβοι επινοούν τους δικούς τους, προκειμένου να επέλθει η ισορροπία και να συνεχιστεί η σαγήνευση. Η τοξική συμπεριφορά κάποιων παικτών χαλάει τον ‘μαγικό κύκλο’ του Huizinga. Με τον όρο ‘μαγικό κύκλο’, ο Huizinga αναφερόταν στη λειτουργία ενός παιχνιδότοπου με ειδικούς κανόνες · ενός προσωρινού κόσμου εντός του συνηθισμένου, στον οποίον κυριαρχεί μια ιδιαίτερη τάξη. Η οποιαδήποτε απόκλιση από την τάξη αυτή, γράφει, καταστρέφει το παιχνίδι και αφαιρεί την αξία του. Όταν κάποιος παραβιάζει τους κανόνες, είναι σαν να προσπαθεί να επιβάλλει την ατομική του θέληση πάνω στους άλλους, παραβλέποντας τον συμφωνημένο κώδικα συμπεριφοράς (Ντιούι 1980: 39-40). Ο παίκτης που καταπατά τους κανόνες ή τους αγνοεί είναι ένας κακός παίκτης – ένας spoilsport, όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Huizinga –, διότι κλέβει την ψευδαίσθηση του παιχνιδιού και απειλεί την ύπαρξη της κοινότητας. Γι’ αυτό και πρέπει να εξοβελιστεί. Όπως και εξοβελίζεται – κάτι που διαπιστώθηκε μέσω των συνεντεύξεων στο δεύτερο μέρος της έρευνας. (Huizinga 1980: 10-11).

Θα μπορούσε να υποστηριχτεί ότι το *GTA* είναι μια κοινότητα, η δύναμη της οποίας οφείλεται στην ανάπτυξη κοινών αξιών που οδηγούν, ενίοτε, στη δημιουργία μετα-κανόνων, ενθαρρύνοντας την αυτοδιαχείριση. Η αυτοδιαχείριση είναι ένας γόνιμος τρόπος κοινωνικοπολιτικής ευαισθητοποίησης. Αρκεί να θυμηθούμε τον Piaget και το παιδαγωγικό πείραμα αυτοδιαχείρισης που είχε δει από κοντά σε ένα αναμορφωτήριο της Ανατολικής Ευρώπης μεταξύ 1930-1935. Ο διευθυντής του συγκεκριμένου σχολείου είχε αναθέσει στα ίδια τα παιδιά και στους έφηβους την

ευθύνη για την πειθαρχία του ιδρύματος, με τον κάθε νεοφερμένο έφηβο να συναντά, αντί για ένα καθεστώς αυστηρότητας και ποινών, ομάδες νεαρών παιδιών σε φάση αναμόρφωσης που είχαν συγκροτήσει μια οργανωμένη κοινότητα και οι οποίοι τον υποδέχονταν αναθέτοντάς του διάφορα καθήκοντα. Τα όποια λάθη ή παραβιάσεις του νεοφερμένου κρίνονταν από ένα δικαστήριο που απαρτιζόταν από έφηβους δικαστές, και όπως αναφέρει ο Piaget, είχε την τύχη να διαβάσει τα πρακτικά και τις αποφάσεις του ‘δικαστηρίου’ αυτού και να συγκινηθεί από τον ανθρωπισμό, την κατανόηση και την κρίση αυτών των εφήβων-πρώην εγκληματιών (Piaget 1979: 91-92).

Το *GTA* ήταν από τα πιο δημοφιλή παιχνίδια και στην έρευνα του Olson (2010: 180, 184), και ιδιαίτερο ενδιαφέρον είχε προκαλέσει η πεποίθηση μέρους των τότε εφήβων (που ανήκαν στην πρώιμη εφηβική περίοδο) ότι τα βίαια παιχνίδια μπορούν να διδάξουν ηθικά μαθήματα. Επιπρόσθετα, οι Markey, Ferguson και Hopkins (2020: 88,99), οι οποίοι εξέτασαν τις τελευταίες επιστημονικές αποδείξεις γύρω από τα οφέλη των βιντεοπαιχνιδιών, κατέρριψαν, συγχρόνως, τους διάφορους μύθους γύρω από τις αρνητικές συνέπειες αυτών, όπως ότι τα βιντεοπαιχνίδια αποευαισθητοποιούν, αυξάνουν την επιθετικότητα, συμβάλλουν στην αύξηση της βίας στον πραγματικό κόσμο και οδηγούν σε κοινωνική απομόνωση. Αντί τα μέσα δημοφιλούς ψυχαγωγίας να αντιμετωπίζονται γενικότερα ως απειλή, λέει ο Jenkins, θα έπρεπε να αντιμετωπίζονται ως βοηθήματα, και αντί να επικεντρωνόμαστε στα αρνητικά τους στοιχεία, θα πρέπει να στρέψουμε την προσοχή μας στις θετικές δυνατότητές τους (Jenkins 2006: 250). Είναι ο τρόπος, άλλωστε, έγραφε η Greenfield (1984: 2), που χρησιμοποιούνται τα μέσα, και όχι τα ίδια μέσα, που μπορεί να έχουν αρνητικές συνέπειες για τα παιδιά (κάτι που ισχύει και για την τεχνολογία εν γένει), και όσοι κριτικάρουν αρνητικά τα βιντεοπαιχνίδια, δεν έχουν καταλάβει ενδεχομένως το περιεχόμενο αυτών, ούτε πιθανότατα θα μπορούσαν να τα παίξουν.

Η δημοφιλής κουλτούρα, σημαντικό μέρος της οποίας είναι τα βιντεοπαιχνίδια, συνιστά δύναμη και χώρο έκφρασης για τον καθέναν. Ο Johnson (2005: 142-146), στο βιβλίο του *Everything bad is good for you*, αναφέρεται στην αύξηση του Δείκτη Νοημοσύνης IQ τις τελευταίες δεκαετίες (με μέσο όρο 3 βαθμούς ανά δεκαετία) και στην τάση να γινόμαστε όλο και καλύτεροι στην επίλυση προβλημάτων, κάτι που αποδίδει στην όλο και πιο πολυσύνθετη δημοφιλή κουλτούρα, όπως στα βιντεοπαιχνίδια, στο σινεμά, στην τηλεόραση. Το IQ επηρεάζεται από τις περιβαλλοντικές συνθήκες, και τις τελευταίες δεκαετίες δεν είναι η διατροφή μας που έχει αλλάξει ούτε το σύστημα εκπαίδευσης, αλλά η κυριαρχία της τεχνολογίας των μέσων σε αυτές. Η δημοφιλής κουλτούρα είναι το μέρος όπου κατασκευάζονται οι ερμηνείες του κόσμου, τις οποίες

λαμβάνουμε ως δεδομένες. Ό,τι γνωρίζουμε για τον κόσμο, διαμορφώνεται σε μεγάλο βαθμό μέσα από τις αλληλοεπιδράσεις μας με τη δημοφιλή κουλτούρα (Dolby 2003: 15). Η ζωή όλων μας, οι ιδέες μας, οι πεποιθήσεις μας, οι συνήθειές μας, επηρεάζονται από τη δημοφιλή κουλτούρα, η οποία έχει τη δύναμη, εκτός της συναίνεσης με το *status quo* που χαρακτηρίζει μεγάλο μέρος της δημοφιλούς και λαϊκής κουλτούρας, να αλλάξει κοινωνικές καταστάσεις, και η μελέτη της μπορεί να συμβάλλει στο να κατανοηθούν καλύτερα οι σύγχρονες ανησυχίες, ειδικά αν δούμε τα αποκυήματα της φαντασίας που γεννάει ως μορφές αντίστασης σε προσταγές της καθημερινότητας (Mano et al. 2018: 84).

Εξάλλου, δεν είναι τυχαίο το ότι βρήκαμε ότι οι έφηβοι που παίζουν βιντεοπαιχνίδια που συγκλίνουν με ταινίες, σειρές ή κόμικς εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην πραγματική τους ζωή συγκριτικά με εκείνους που δεν τα προτιμούν. Ένας έφηβος, για παράδειγμα, που παίζει ένα βιντεοπαιχνίδι που έχει βασιστεί στο κόμικ *Spider-Man* – κόμικ που θίγει διάφορα κοινωνικά ζητήματα, όπως εκείνα της κατάχρησης εξουσίας – και ‘γίνεται’ ο *Spider-Man*, ή που παίζει ένα βιντεοπαιχνίδι που έχει εμπνευστεί από τη σειρά ταινιών *Star Wars* – ταινίες με αναφορές σε πολιτικά συστήματα και σε έννοιες όπως εκείνες της δικαιοσύνης και της ελευθερίας –, δέχεται περισσότερα ερεθίσματα κοινωνικοπολιτικά σε σχέση με έναν έφηβο που παίζει, λόγου χάρη, ένα απλό βιντεοπαιχνίδι πάλης. Προκειμένου, ωστόσο, τα όποια μηνύματα να γίνουν αντιληπτά και κατανοητά, σημαντική κρίνεται η συμβολή του κοινωνικού πλαισίου. Η μεσολάβηση ενός κοινωνικού περιβάλλοντος ως βάση οργανωμένων διανοητικών συναλλαγών, ικανό να διαμορφώνει την ηθική προσωπικότητα (Πιαζέ 1979: 81) τόσο εντός του κόσμου του παιχνιδιού όσο και εκτός, κρίνεται σημαντική προϋπόθεση για μια γόνιμη ερμηνεία. Πράγματι, είδαμε, για παράδειγμα, ότι οι έφηβοι που παίζουν συχνά με τους γονείς τους, εκδηλώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές σε σχέση με εκείνους που δεν παίζουν συχνά μαζί τους. Ο έφηβος βρίσκεται σε μια φάση εξάρτησης και απεξάρτησης την ίδια στιγμή από τους γονείς του, και όταν η σχέση του μαζί τους βασίζεται σε σταθερά θεμέλια, η επιρροή που του ασκείται είναι σημαντική, ειδικά σε χρονικές στιγμές ταυτοτικής αναζήτησης και άντλησης στοιχείων από τους Σημαντικούς Άλλους.

Στο τρίτο βιβλίο του, στο *Emile*, ο Rousseau, μιλάει για το παιδί 12-15 ετών. Γράφει πως στον έφηβο πρέπει όχι μόνο να γίνονται ερωτήσεις που να μπορεί να κατανοήσει αλλά και να ενθαρρύνεται στο να αναζητήσει τις απαντήσεις ο ίδιος, ενώ επιπλέον, υποστηρίζει ότι: «*Το θέμα*

δεν είναι να του διδάξουμε τη γνώση, αλλά να του δώσουμε μια αγάπη γι' αυτή και μια καλή μέθοδο να την αποκτήσει όταν η αγάπη του γι' αυτή γίνει δυνατότερη. Με βεβαιότητα, αυτή είναι μια θεμελιώδη αρχή σε κάθε καλή εκπαίδευση»⁵⁹ (Rousseau 1889: 121, 131). Τα βιντεοπαιχνίδια φαίνεται πως συνιστούν μια τέτοια μέθοδο, η οποία δύναται να ενισχύσει την αγάπη τους για τη γνώση. Οι εκπαιδευτικοί και οι γονείς πρέπει πρώτα να αντιληφθούν τη δύναμη των μέσων αυτών στο εφηβικό (και όχι μόνο) κοινό, για να μπορέσουν, στη συνέχεια, να αξιοποιήσουν γόνιμα τα νέα αυτά εργαλεία διδασκαλίας και μάθησης (Wan & Gut 2008: 30). Άλλωστε, το πώς θα προσεγγιστεί κάτι, όπως το βιντεοπαιχνίδι στην προκειμένη περίπτωση, εξαρτάται από το πώς θα ερμηνευτεί (Μπαρτ 1979: 225-229). Επιπλέον, προϋπόθεση του να είναι κάποιος εγγράματος στον 21^ο αιώνα, είναι να κατανοεί/αντιλαμβάνεται την επιρροή των δημοφιλών μέσων ψυχαγωγίας στην κοινωνία. Η ψηφιακή εποχή συνεπάγεται μια διαφορετική αντίληψη των πραγμάτων και τη συνειδητοποίηση του περάσματος από μια κοινότητα κοινωνικά και γεωγραφικά συγκεκριμένη σε μια κοινότητα παγκόσμια (Σταθη 2018: 117), καθώς τα 'τεχνολογικά επιτεύγματα έχουν μετατρέψει τη σύγχρονη ζωή σε μια περιδινούμενη θάλασσα κοινωνικών σχέσεων', όπως γράφει ο Gergen (1997: 128).

Τα τελευταία χρόνια, η μαθητοκεντρική διδασκαλία βρίσκεται στο επίκεντρο των θεωριών μάθησης. Η εκπαίδευση στρέφεται σε μεθόδους ολοένα και πιο διαδραστικές και βιωματικές, με τα βιντεοπαιχνίδια να αποτελούν βασικό εργαλείο σε διάφορους γνωστικούς τομείς, που στοχεύουν στην κινητοποίηση των μαθητών και στο ζύπνημα των συναισθημάτων τους προκειμένου να εμπλακούν στην όλη μαθησιακή διαδικασία (Anskima & Vakimento 2015: 476). Τα συναισθήματα συμμετοχής σε κάποια δραστηριότητα κατανοούνται καλύτερα ως μια διαδικασία που ξεδιπλώνεται σταδιακά – αρχικά, ο έφηβος εκτιμά γνωστικά μια συγκεκριμένη κατάσταση, κατόπιν αξιολογεί συνειδητά το περιεχόμενό της (σκέφτεται σχετικά με τα συναισθήματα που του προκάλεσε η κατάσταση και σχεδιάζει τρόπους χειρισμού) και τέλος, δρα, με τα συναισθήματά του να μετατρέπονται σε πράξεις (Jeroen 2015: 273-274) –, ενώ επιπρόσθετα, η διαδραστική φύση των βιντεοπαιχνιδιών προάγει μεγαλύτερη ευχαρίστηση στην ενασχόληση με την εκάστοτε δραστηριότητα σε σχέση με τα πιο παθητικά μέσα δημοφιλούς ψυχαγωγίας που έχουν χρησιμοποιηθεί και χρησιμοποιούνται στην εκπαιδευτική διαδικασία,

⁵⁹“The thing is, not to teach him knowledge, but to give him a love for it, and a good method of acquiring it when this love has grown stronger. Certainly this is a fundamental principle in all good education” (Rousseau 1889: 131).

όπως είναι ο κινηματογράφος ή η τηλεόραση, και η ευχαρίστηση αυτή οφείλεται εν μέρει στη ‘ροή’.

Τα βιντεοπαιχνίδια ενισχύουν τη ‘ροή’, την απορρόφηση του παιδιού σε μια συγκεκριμένη δραστηριότητα, και, σε αντίθεση με τα παραδοσιακά μέσα δημοφιλούς ψυχαγωγίας, απαιτούν από τον έφηβο να δεσμευτεί φυσικά (ελέγχοντας, για παράδειγμα, το joystick) και γνωστικά (επιλύοντας, παραδείγματος χάριν, γρίφους ή ολοκληρώνοντας διάφορες αποστολές) στη διαδραματιζόμενη ιστορία (Banks & Wasserman 2019: 73 · Markey, Ferguson & Hopkins 2020: 91). Ο έφηβος πρέπει να ανταποκριθεί στις διάφορες καταστάσεις, επηρεάζοντας μ’ αυτόν τον τρόπο τα όσα συμβαίνουν στην οθόνη, κάτι που δεν απαιτεί, για παράδειγμα, η παρακολούθηση ταινιών ή η ανάγνωση κόμικς (Krzyszewski 2002: 146).

Ο Paul Valery, το 1931, έγραφε στο *Regards sur le monde actuel* ότι ίσως στο μέλλον να μπορεί κάποιος να αλλάξει την ψυχή και το μυαλό των ανθρώπων από έξω. Πως ένας άγνωστος και απομακρυσμένος χειριστής θα μπορούσε ίσως να διεγείρει τις πηγές και τα συστήματα της πνευματικής και συναισθηματικής ζωής μας (Valery 1931: 83-89). Διαβάζοντας τα παραπάνω σήμερα, και μεταβαίνοντας στον χώρο των βιντεοπαιχνιδιών, μπορούμε να αντικαταστήσουμε τον ‘άγνωστο χειριστή’ με ‘τον έφηβο παίκτη’, και το ‘ζωής μας’ με το ‘ζωή του’, χωρίς να χρειαστεί να παρέμβουμε περισσότερο. Ο ίδιος ο έφηβος μπορεί, μέσω του ψηφιακού alter ego, να αλλάξει την πνευματική και συναισθηματική του ζωή, εμβυθιζόμενος στους μυθοπλαστικούς κόσμους των βιντεοπαιχνιδιών, εκθέτοντας τον εαυτό σου σε επιθυμίες και πειραματισμούς μέσα σε ένα πλαίσιο συγκρίσεων με άλλους συνομηλικούς αλλά και συζητήσεων με Σημαντικούς Άλλους, και να αναδυθεί ως μια βελτιωμένη εκδοχή του εαυτού του. Πόσο μάλλον από τη στιγμή που ο έφηβος, ειδικά από τα 14 έτη και μετά, ενδιαφέρεται περισσότερο για κοινωνικά, πολιτικά και ηθικά ζητήματα και δομεί τις δικές του πεποιθήσεις για το πολιτικό σύστημα (Cole & Cole 2002: 57). Η κατάσταση του έφηβου είναι, άλλωστε, η κατάσταση ενός ατόμου που γίνεται κάποιος (Selton-Green 2003: 2), εμπεριέχοντας την ιδέα μιας ζωής ιδανικής και συγχρόνως ημιτελούς (Χρηστάκης 2002: 51)

Εν κατακλείδι, και ανακαλώντας τον MacLuhan (1990: 288-297), ο οποίος χαρακτήριζε το παιχνίδι ως ένα είδος τεχνητού παραδείσου, το οποίο μπορεί να δώσει πολλές μορφές ικανοποίησης, θα υποστηρίζαμε ότι το βιντεοπαιχνίδι έχει φτάσει να αποτελεί για το παιδί της εφηβείας μια ολιστική διαδραστική μορφή ψυχαγωγίας που συνδυάζει στοιχεία από τους τομείς του κινηματογράφου, της τηλεόρασης, των κόμικς και της μουσικής, καλύπτοντας, συγχρόνως,

πολλές του ανάγκες. Την ίδια στιγμή, όπως έδειξε η έρευνά μας, οι έφηβοι που παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια (και οι οποίοι αποτελούν την πλειοψηφία της έρευνας), το προτιμούν σε σχέση με άλλα δημοφιλή μέσα, όπως είναι η τηλεόραση, ο κινηματογράφος και τα κόμικς. Αρκεί να σκεφτεί κανείς ότι από το 2015 ως το 2019, ο τομέας των βιντεοπαιχνιδιών είχε τη μεγαλύτερη αύξηση εσόδων συγκριτικά με τα υπόλοιπα μέσα δημοφιλούς ψυχαγωγίας. Συγκεκριμένα, σημείωσε αύξηση κατά 19,2%, τη στιγμή που η παραγωγή ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων είχε αύξηση 5,1%, η μουσική κατά 4,9%, ενώ τα βιβλία και περιοδικά (στα οποία συμπεριλαμβάνονται τα κόμικς) είχαν μείωση κάπου στο 2% με 3% (Granados & Zwagetman 2020: 4-5).

Τα βιντεοπαιχνίδια είναι πολιτισμικές φόρμες που ανταποκρίνονται σε ανθρώπινες επιθυμίες και ανάγκες, και κατ'επέκταση αντανακλούν στοιχεία της κουλτούρας από την οποία προέρχονται (Looy 2010: 251). Αποτελούν, επίσης, εξαιρετικά εκπαιδευτικά εργαλεία, εμπεριέχοντας διάφορα στοιχεία Διδακτικής, όπως είναι η ανατροφοδότηση, η εσωτερική και η εξωτερική ενίσχυση, οι προκλήσεις, η φαντασία, η περιέργεια (Χρήστου 2007: 127). Ο Raphael και οι συνεργάτες του (2010: 203) υποστήριξαν, επιπρόσθετα, ότι τα βιντεοπαιχνίδια προωθούν την κοινωνικοπολιτική μάθηση όταν βοηθούν τους παίκτες να αναπτύξουν γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις που οι παίκτες μπορούν να εφαρμόσουν στα δημόσια πράγματα στον πραγματικό κόσμο (Raphael, Bachen, Lyan 2010: 203).

Για τον εφηβικό πληθυσμό, το βιντεοπαιχνίδι είναι κάτι το μάγικο, κάτι σαν το κίτρινο βαλιτσάκι του Sport Billy, μέσα στο οποίο έβρισκε κάποιος σχεδόν τα πάντα. Συνιστά ένα είδος πολυχώρου. Εκεί θα βρεθεί ο έφηβος με τους φίλους του, θα γελάσει, θα χαλαρώσει, θα υποδυθεί τους αγαπημένους του χαρακτήρες ή θα δημιουργήσει το ψηφιακό alter ego του, θα 'ζήσει' τις αγαπημένες του ιστορίες από ταινίες, σειρές ή κόμικς, θα ακούσει την αγαπημένη του μουσική, θα παρακολουθήσει συναυλίες, θα αποκτήσει γνώσεις, θα αντλήσει μαθήματα ζωής, θα αφεθεί στη μαγεία των γραφικών που θυμίζουν πίνακες ζωγραφικής, θα ενημερωθεί για κοινωνικοπολιτικά θέματα, θα προβληματιστεί και θα συζητήσει για τα όσα τον απασχολούν, θα αντιδράσει απέναντι σε κοινωνικά ζητήματα που προκύπτουν στον εκεί κόσμο και θα βυθιστεί σε αυτόν, συγκεντρώνοντας την απόλυτη προσοχή του στην ολοκλήρωση των στόχων του. Θα βιώσει τη ροή, την ολαισθητική αυτή αίσθηση που είναι παρούσα όταν κάποιος ενεργεί με ολόψυχη συμμετοχή, επενδύοντας την προσοχή του στην επίτευξη των στόχων του. (Και τα άτομα που βιώνουν τακτικά ροή, δίνουν μεγάλη προσοχή στις λεπτομέρειες του περιβάλλοντός τους,

ανακαλύπτουν κρυμμένες πληροφορίες για δράσεις, θέτουν στόχους, παρακολουθούν την πρόοδο χρησιμοποιώντας την ανατροφοδότηση και θέτουν όλο και μεγαλύτερους στόχους) (Csikszentmihalyi 1990: 3-6 · Turner 2015: 117-121). Ο παίκτης ‘εν ροή’ ελέγχει τις πράξεις και το περιβάλλον του ακόμα και αν δεν το ξέρει αυτό τη στιγμή της ‘ροής’, και αυτό συμβάλλει στο να αναπτύξει μια θετική αυτοαντίληψη (Turner 2015: 117-121).

‘Εκπαιδεύω’, έγραφε ο Piaget (1979: 163), σημαίνει ‘προσαρμόζω το άτομο στον περιβάλλοντα κοινωνικό χώρο’. Μέσω των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, δύναται ο έφηβος να προβάλλει τον εαυτό του στις δραστηριότητες των ενηλίκων σε ένα συγκεκριμένο πολιτισμικό πλαίσιο, πειραματιζόμενος με διάφορους ρόλους και ενισχύοντας τις απαραίτητες εκείνες δεξιότητες και στάσεις για τους μελλοντικούς του ρόλους στην κοινωνία (Craig & Baucum 2008: 4-5). Αλλά μπορεί, επιπλέον, να αναστοχαστεί γύρω από διάφορα κοινωνικοπολιτικά θέματα, να αποκρυπτογραφήσει τα όσα συμβαίνουν γύρω του σε μια κοινωνία που αλλάζει με ραγδαίους ρυθμούς, να της ασκήσει κριτική και να τη ‘ζωγραφίσει’ με τον δικό του τρόπο. Λειτουργώντας ως ένας ‘flaneur’ του Baudelaire, ως ένας περιπλανητής σε έναν φανταστικό κόσμο, το παιδί της εφηβείας μπορεί να εξελιχθεί σταδιακά σε έναν ψυχογεωγραφικό⁶⁰ δρώντα, επανακαθορίζοντας τα στοιχεία που το περιβάλλουν, με τον νέο αυτό τρόπο συμπεριφοράς του να μεταφέρεται αργότερα από το περιβάλλον του ηλεκτρονικού παιχνιδιού στην πραγματική ζωή. Να εξελιχθεί σε *sapiens sapiens*, σε εκείνον που ξέρει ότι σκέφτεται, καθώς μόνο έτσι θα μπορέσει να επινοήσει έναν διαφορετικό (καλύτερο) τρόπο να είναι μέσα στον κόσμο και να έχει δικαίωμα στην ουτοπία, (Barus-Michel 2011: 28). Ενδεχομένως, η ενασχόληση με το ηλεκτρονικό παιχνίδι, τοποθετημένη σε ορθό πλαίσιο, να μπορέσει να οδηγήσει τον έφηβο, λιγότερο ή περισσότερο, στο να κάνει την κοινωνία καθρέφτη της φαντασίας του, επαναεπινοώντας την, αλλά και δημιουργώντας, συγχρόνως, νέες πλευρές του εαυτού του και αναπτύσσοντας πιο προχωρημένα σχήματα συλλογιστικής για κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα (Debord 2006: 23 · Lyons 2017 · Πετρίδη 2014).

«Ο άνθρωπος θα πρέπει να εκπαιδευτεί προς την κατεύθυνση του καλού», έγραφε ο Καντ (2008: 115). «Η καλή εκπαίδευση πρέπει να είναι καλή διασκέδαση», υποστήριξε ο N. Negroponte (2005). Και ο Dewey συνέδεσε την επαναλαμβανόμενη εμπειρία – βασικό χαρακτηριστικό του βιντεοπαιχνιδιού – με τη μάθηση, πιστεύοντας σε μια εκπαίδευση εμπειρικής και πειραματικής

⁶⁰ Η ψυχογεωγραφία είναι όρος που επινοήθηκε από τον Debord και αναφέρεται στη μελέτη των ακριβών νόμων και αποτελεσμάτων του γεωγραφικού περιβάλλοντος, συνειδητά ή μη οργανωμένου, πάνω στα συναισθήματα και τη συμπεριφορά των ατόμων (Debord 1955: 8 · Πετρίδη 2014).

φιλοσοφίας, ικανής να ενεργοποιεί την κριτική ικανότητα των παιδιών και την επινόηση έξυπνων τρόπων δράσης, προκαλώντας, συγχρόνως, ευχαρίστηση, η οποία με τη σειρά της θα δημιουργεί την προϋπόθεση για άλλες μελλοντικές εμπειρίες (Ντιούι 1980: 15-17). Επιπρόσθετα, ο Piaget (1979: 68-71) υποστήριζε ότι η εκπαίδευση που παρέχεται πρέπει να δίνει εκείνα τα εφόδια που απαιτούνται για τη διαμόρφωση ενός ενεργητικού και ανεξάρτητου νου και μιας δυναμικής ηθικής συνείδησης, από τη στιγμή που σκοπός της εκπαίδευσης είναι η πλήρης ανάπτυξη της ανθρώπινης προσωπικότητας (όπως αναφέρεται στο άρθρο 26 της Παγκόσμιας Διακήρυξης των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου). Εμείς θα κλείσουμε δίνοντας τον λόγο στον ίδιο τον έφηβο, από τη στιγμή που οι έφηβοι αποτελούν τους πρωταγωνιστές της παρούσας έρευνας:

«Κρατάνε, επίσης, σε μια εγρήγορση τον εγκέφαλο. Μπορεί, δηλαδή, να θεωρούν πολλοί ότι είναι χάσιμο χρόνου, αλλά ακόμα και οι πιο απλοί γιατροί, νομίζω, ξεκίνησαν από κάτι τέτοιο. Γιατί πλέον είναι το 2022. Αύριο-μεθαύριο, θα είναι όλα με ένα χειριστήριο» (Άρης, 17 ετών)

«Δεν ξέρω. Μου φέρνουν ένα αίσθημα χαράς όταν παίζω και μια ανακούφιση. Και με κάνει να νιώθω ωραία, γιατί κάθομαι και παίζω με τους φίλους μου, και περνάμε μια χαρά. Περνάμε τέλεια!» (Μίλτος, 16 ετών)

«Τα βιντεοπαιχνίδια είναι κάτι το δημιουργικό [...] GTA δεν έχω παίξει, επειδή δεν μ' άφησε ο πατέρας μου να πάρω παιχνίδι [...] αλλά θα μ' άρεσε, γιατί είναι ουσιαστικά μια κοινωνία, είναι πιο εγκληματική κοινωνία θα μπορούσαμε να πούμε [...] αλλά κατά τη γνώμη μου, θα ήταν πολύ ωραίο, θα μπορούσες ξέρω 'γω να δημιουργήσεις μια ήσυχη κοινωνία» (Γρηγόρης, 13 ετών)

«Υπάρχουν κάποια παιχνίδια που σου διδάσκουν πώς να γίνεις καλύτερος άνθρωπος» (Ναυσικά, 13 ετών)

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αναγνώστου, Κ. (2009). *Βιντεοπαιχνίδια. Βιομηχανία και ανάπτυξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος

Αναγνώστου, Λ. (2000). «Πρόλογος», στο: Theodor Adorno. Σύνοψη της πολιτιστικής βιομηχανίας. Δίγλωσση Έκδοση. Αθήνα: Αλεξάνδρεια

Adorno, Th. (2000). *Σύνοψη της πολιτιστικής βιομηχανίας*. Μτφ. Λ. Αναγνώστου. Αθήνα: Αλεξάνδρεια

Αντόρνο, Τ. (1954). «Η τηλεόραση και η διαμόρφωση της μαζικής κουλτούρας», στο: (Επιμ.). Κ. Λιβιεράτος & Τ. Φραγκούλης. *Η κουλτούρα των μέσων. Μαζική κοινωνία και πολιτιστική βιομηχανία*. Μτφ Αμ. Λυκιαρδοπούλου. Αθήνα: Αλεξάνδρεια (89-116)

Αντόρνο, Τ. Β. & Χορκχάιμερ, Μ. (1996). *Διαλεκτική Διαφωτισμού. Φιλοσοφικά αποσπάσματα*. Εταιρία Μελέτης των Επιστημών του Ανθρώπου. Μτφ. Λ. Αναγνώστου. Αθήνα: Νήσος

Αντωνίου Π., Στόϊκου Σ. (2009). Διερεύνηση παραγόντων της ενασχόλησης παιδιών με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Πρακτικά 6ου πανελληνίου Συνεδρίου ΕΕΕΠ-ΔΤΠΕ «Σχολείο 2.0». Αθήνα 17 -18 Οκτωβρίου 2009. (134-140)

Αρβανίτης, Π., Κακλαμανίδου, Δ. (2005). Από το joystick και την Lara Croft στην Angelina Jolie και το Tomb Raider. Πρακτικά του 1ου Πανελληνίου Συνεδρίου (με διεθνή συμμετοχή), “Εικόνα και παιδί”. Θεσ/νίκη (267-278)

Άρεντ, Χ. (1960), «Κοινωνία και κουλτούρα», στο: (Επιμ.). Κ. Λιβιεράτος & Τ. Φραγκούλης. *Η κουλτούρα των μέσων. Μαζική κοινωνία και πολιτιστική βιομηχανία*. Μτφ Αμ. Λυκιαρδοπούλου. Αθήνα: Αλεξάνδρεια (121-136)

Άριες, Φ. (1990). *Αιώνες παιδικής ηλικίας*. Μτφ. Γ. Αναστοπούλου. Αθήνα: Γλάρος

Αριστοτέλης. (1993). *Ηθικά Νικομάχεια. Άπαντα*. Μτφ. Ομάδα Κάκτου. 7^{ος} Τόμος. Αθήνα: Κάκτος

- Αρμενιάκης, Αντ., Δεμερτζής, Ν., Σταυρακάκης, Γ., Χρηστάκης, Ν. (2008). «Ο σχεδιασμός της εμπειρικής διερεύνησης: οι δύο μεθοδολογικές προσεγγίσεις», στο: (Επιμ.) Ειρ. Γιαννακάκου. Νεολαία. Ο αστάθμητος παράγοντας. Αθήνα: Πολύτροπον (53-71)
- Αστρινάκης, Αντ. Ε. (1991). *Νεανικές υποκοουλτούρες. Παρεκκλίνουσες υποκοουλτούρες της νεολαίας της εργατικής τάξης. Η βρετανική θεωρία και η ελληνική εμπειρία*. Αθήνα: Παπαζήση
- Βαρουφάκης, Γ. (2002). «Οι κοινωνικές επιστήμες μετά τον John F. Nash, Jr: μια αποτίμηση», στο: (Επιμ.). Κ. Κοτταρίδη & Γρ. Σιουρούνης. Αφιέρωμα στον John Nash. Θεωρία παιγνίων. Αθήνα: Ευρασία (21-82)
- Barthes, R. (1988). *Εικόνα-Μουσική-Κείμενο*. Μτφ.: Γιώργος Σπανός. Αθήνα: Πλέθρον
- Barus-Mitchel, J. (2011). «Οι συνθήκες κρίσης στις σύγχρονες κοινωνίες», στο: (Επιμ.). Κλ. Ναυρίδης & Ν. Χρηστάκης. Κοινωνίες σε κρίση και αναζήτηση νοήματος. Αθήνα: Πεδίο (21-29)
- Baudrillard, J. (2005). *Η καταναλωτική κοινωνία*. Μτφ. Β. Τομανάς. Αθήνα: Νησίδες
- Baudrillard, J. (2016). *Περί σαγήνης*. Μτφ. Ε. Γραμματικοπούλου. Αθήνα: Εξάντας Εκδοτική Α.Ε.
- Baudrillard, J. (2019). *Ομοιώματα και προσομοίωση*. Μτφ. Στ. Ρέγκας. Αθήνα: Πλέθρον
- Bauman, Z. (2017). *Ρευστοί καιροί. Η ζωή την εποχή της αβεβαιότητας*. Μτφ. Κ. Δ. Γεώργας. Αθήνα: Μεταίχμιο
- Benjamin, W. (1978). *Δοκίμια για την τέχνη*. Μτφ. Δ. Κούρτοβικ. Αθήνα: Κάλβος
- Berne, Er. (2015). *Παιχνίδια που παίζουν οι άνθρωποι. Το βασικό εγχειρίδιο της συναλλακτικής ανάλυσης*. Μτφ. Α. Εκκεκάκη. Αθήνα: Μεταίχμιο
- Bettelheim, Br. (2001). «Φόβοι σε σχέση με τη φαντασία», στο: (Επιμ.). Αν. Βιδάλη. Αφήγηση και φαντασίωση. Μτφ. Ν. Γεωργούλη. Αθήνα: Νήσος (127-175)
- Βούλγαρη, Η. (2019). «Μαθαίνοντας από τα ψηφιακά παιχνίδια: Επισκόπηση της μάθησης που βασίζεται στο ψηφιακό παιχνίδι», στο: (Επιμ.). Ελ. Ροϊνιώτη, Ελ. Πανδιά, Γ. Σκαρπέλος. Ψηφιακά παιχνίδια. Φιλοσοφικές, κοινωνικές και πολιτισμικές αναζητήσεις. Αθήνα: OASIS (55-78)

- Bourdieu, P. (2020). *Η διάκριση. Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*. Μτφ. Κ. Καψαμπέλη. Αθήνα: Πατάκη
- Μπαρτ, Ρ. 1979. *Μυθολογίες. Μάθημα*. Μτφ. Κ. Χατζηδήμου - Ι. Ράλλη. Αθήνα: Ράππα
- Βρύζας, Κ. Τσιτουρίδου, Μ. (2002). Τα παιδιά και οι έφηβοι απέναντι στα 'παλιά' και τα 'νέα' μέσα. «*Οι ΤΠΕ στην Εκπαίδευση*», Τόμος Β', Πρακτικά 3ου Συνεδρίου ΕΤΠΕ, 26-29/9/2002, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Ρόδος. Αθήνα: Καστανιώτη
- Γαλανάκη, Ε. (2001). Το 'φανταστικό ακροατήριο' και ο 'προσωπικός μύθος' των εφήβων σε σχέση με τη ρινοκίνδυνη συμπεριφορά και την αντίληψη του κινδύνου. *Ψυχολογία*, 8(4), 411-430. Ανακτήθηκε από <http://www.elpse.gr/index/php/el/katalogos-teyxn.html>
- Γαλάνης, Π. (2013). Εγκυρότητα και αξιοπιστία των ερωτηματολογίων στις επιδημιολογικές μελέτες. *Αρχεία Ελληνικής Ιατρικής*, 30 (1): 97-110. Athens Medical Society
- Γερακοπούλου, Χρ. Κλ. (2007). Ανάγνωση υπερ-ηρωικών κόμικς και συγκρότηση της ψυχοκοινωνικής ταυτότητας στην ύστερη νεωτερικότητα. Διδακτορική Διατριβή. Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών
- Γερακοπούλου, Π. (2009). *Παιδιά του Σούπερμαν. Ιστορίες φανατικής ανάγνωσης υπερ-ηρωικών κόμικς*. Αθήνα: Πολύτροπον
- Γεωργούδη, Στ. (1986). *Νέοι, νέες και ζωικός κόσμος*. Ιστορικό Αρχείο Ελληνικής Νεολαίας. Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς. Αθήνα
- Γεωργιάδης, Κ. (2015). Cities: skylines. Ο Σκανδιναβικός απόγονος του Sim city. *Gameworld*. Ανακτήθηκε από <https://www.gameworld.gr/reviews/22682-cities-skylines>
- Christensen, B.L. (2007). *Η πειραματική μέθοδος στην επιστημονική έρευνα*. Μτφ. Α. Γιαννακούλου & Ν. Παπασταύρου. Αθήνα: Παπαζήσης
- Chomsky, N. (2012). Ο σκοπός της εκπαίδευσης. Ανακτήθηκε από <https://www.youtube.com/watch?v=L2G-hAMLWK4>

Γιαννοπούλου, Α. & Παναγιωτακόπουλος, Χ. (2011). Το ηλεκτρονικό παιχνίδι και το παιδί: επιδράσεις και προοπτικές. Ένταξη και χρήση των ΤΠΕ στην εκπαιδευτική διαδικασία. 2^ο Πανελλήνιο Συνέδριο-Πάτρα 28. Πρακτικά Συνεδρίου

Γκουγκούλη, Κλ. (2000). «Παιδί και βιομηχανικό παιχνίδι: χρήσεις και χρήστες. Μια ανθρωπολογική προσέγγιση», στο: (Επιμ.). Κλ. Γκουγκούλη. Παιδί και παιχνίδι στη νεοελληνική κοινωνία. 19^ο-20^ο αιώνας. Αθήνα: Καστανιώτη (371-416)

Cole, M., & Cole, S. (2001). *Η ανάπτυξη των παιδιών. Εφηβεία*. Μτφ. Μ. Σόλμαν. Τομ. Β. Αθήνα: Εκδόσεις Τυπωθήτω-Δάρδανος

Cole, M., & Cole, S. (2002). *Η ανάπτυξη των παιδιών. Εφηβεία*. Μτφ. Μ. Σόλμαν. Τομ. Γ. Αθήνα: Εκδόσεις Τυπωθήτω-Δάρδανος

Craig, J. G. & Baucun, D. (2007). *Η ανάπτυξη του ανθρώπου*. Μτφ. Αν. Ιωαννίδου. Τόμ. Α. Αθήνα: Παπαζήσης

Craig, J. G. & Baucun, D. (2008). *Η ανάπτυξη του ανθρώπου*. Μτφ. Αν. Ιωαννίδου. Τόμ. Β. Αθήνα: Παπαζήσης

Creswell, W. J. (2011). *Η έρευνα στην εκπαίδευση. Σχεδιασμός, διεξαγωγή και αξιολόγηση της ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας*. Μτφ. Ν. Κουβουράκου. Αθήνα: Εκδόσεις 'ΕΛΛΗΝ' Γ. Παρίκος & ΣΙΑ Ε.Ε

Danto, Arth. C. (2013). *Τι είναι αυτό που το λένε τέχνη*. Μτφ. Ανδρ. Παππάς. Αθήνα: Μεταίχμιο

Δαφέρμος, Β. (2011). *Κοινωνική στατιστική και μεθοδολογία έρευνας με το SPSS*. Θεσσαλονίκη: Ζήτη

Δερμεντζόπουλος, Χρ. (2020, 12 Απριλίου). Πολιτισμός σε εποχές κορονο-κρίσης. *Κύριος Τύπος*. Ανακτήθηκε από: <https://typos-i.gr/article/politismos-se-epoxes-korono-krishs>

Δεμερτζής, Ν. (1989). *Κουλτούρα. Νεωτερικότητα. Πολιτική κουλτούρα*. Αθήνα: Παπαζήση

Δεμερτζής, Ν., Μπουμπάρης, Ν. & Σταυρακάκης, Γ. (2008). «Περί «νεολαίας»: σημασίες και συγκυρίες», στο: (Επιμ.). Ν. Δεμερτζής, Γ. Σταυρακάκης, Μπ. Ντάβου, Αντ. Αρμενάκης, Ν.

Χρηστάκης, Ν. Γεωργαράκης & Ν. Μπουμπάρης. Νεολαία. Ο αστάθμητος παράγοντας. Αθήνα: Πολύτροπον (31-52)

Δερβίσης, Ερμ. (2021). NieR replicant ver 1.22474487139...Το αλλόκοτο μέλλον της ανθρωπότητας. *Gameworld*. Ανακτήθηκε από <https://www.gameworld.gr/reviews/44874-nier-replicant-ver-1-22474487139>

Δραγώνα, Θ. (1992). Αντίληψη εαυτού και ψυχοκοινωνικό πλαίσιο. Στο : (Επιμ.) Θ. Δραγώνα & Μπ. Ντάβου. Εφηβεία. Προσδοκίες και αναζητήσεις. Ίδρυμα ερευνών για το παιδί. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση

Έκο, Ουμπ. (1987). *Κήνσορες και θεράποντες*. Μτφ. Έφ. Καλλιφατίδη. Αθήνα: Γνώση

Eliot, T. S. (1980). *Σημειώσεις για τον ορισμό της κουλτούρας. Θεωρία λογοτεχνίας και κριτικής*. Μτφ: Νανά Ησαία. Αθήνα: Πλέθρον

Ελληνικό Κέντρο Ασφαλούς Διαδικτύου. (2019). Έρευνα σε 14000 μαθητές ηλικίας 10-17 ετών για τις διαδικτυακές συνήθειες. saferInternet4Kids. Gr.

ΕΛΣΤΑΤ. (2020). Εκπαίδευση. Ανακτήθηκε από <https://www.statistics.gr/el/statistics/pop>

ΕΛΣΤΑΤ. (2020). Δελτίο τύπου. Έρευνες Δευτεροβάθμιας Γενικής και Επαγγελματικής Εκπαίδευσης. Λήξη σχολικού έτους 2020/2021. Ανακτήθηκε από <https://www.statistics.gr/documents/20181/effd4eb8-1c0f-0451-8625-9b6c513a2bc4>

Εμβαλωτής, Α., Κατσή, Α. & Σιδερίδης, Γ. (2006). *Στατιστική μεθοδολογία εκπαιδευτικής έρευνας*. Ιωάννινα

Εξπρές, (1971, 07 Μαρτίου). «Σαλβαντόρ Νταλί. Συνέντευξη» στο: (Επιμ.). Γ. Η. Παπιάς. *Κείμενα για την τέχνη*. 1993 Αθήνα: Νεφέλη

Εφόπουλος, Β., Παλάζη, Χρ. (2017). Διαδίκτυο και παιχνίδια: ερευνητικά δεδομένα στο πλαίσιο εκπαιδευτικών παρεμβάσεων στου ‘Θεματικού δικτύου για την Ασφάλεια στο Διαδίκτυο’. *Πρακτικά Εργασιών 11ου Πανελληνίου Συνεδρίου Καθηγητών Πληροφορικής, Χαλκίδα 5-7*

- Θεοδοσίου, Ασπ. & Παπαδάκη, Ειρ. (2018). «Εισαγωγή», στο: (Επιμ.). Ασπ. Θεοδοσίου & Ειρ. Παπαδάκη. Πολιτιστικές βιομηχανίες και τεχνοπολιτισμός. Πρακτικές και προκλήσεις. Αθήνα: Νήσος (13-58)
- Gergen, K. J. (1997). *Ο κορεσμένος εαυτός*. Μτφ. Αλ. Ζώτος. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα
- Hall, Ed. (2019). *Αριστοτέλης. Η αρχαία σοφία στη σύγχρονη ζωή*. Μτφ. Β. Ζώκη. Αθήνα: Διόπτρα
- Hebdige, D. (1985). *Υποκουλτούρα: Το νόημα του στυλ*. Μτφ. Έφ. Καλλιφατίδη. Αθήνα: Γνώση
- Hobbes, Th. (2013). *Περί της φύσης του ανθρώπου*. Μτφ. Δ. Σταυρίδου. Αθήνα: Printa
- Hobsbawm, Er. (2013). *Θρυμματισμένοι καιροί. Κουλτούρα και κοινωνία στον 20^ο αιώνα*. Μτφ: Ν. Κούρκουλος. Αθήνα: Θεμέλιο
- Horkheimer, M. (1938). «Αυτός ο άλλος κόσμος ήταν εκείνος της τέχνης», στο: (Επιμ.). Κ. Λιβιεράτος, Τ. Φραγκούλης. *Η κουλτούρα των μέσων. Μαζική κοινωνία και πολιτιστική βιομηχανία*. 1991. Αθήνα: Αλεξάνδρεια (117-120)
- Ιωαννίδης, Α. (1992). «Σχέσεις με οικογένεια και συνομηλίκους», στο (Επιμ.). Θ. Δραγώνα & Μπ. Ντάβου. *Εφηβεία. Προσδοκίες και αναζητήσεις*. Ίδρυμα ερευνών για το παιδί. Αθήνα: Παπαζήση
- Ιωσηφίδης, Θ. (2003). *Εισαγωγή στην ανάλυση δεδομένων ποιοτικής κοινωνικής έρευνας*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μυτιλήνη. Ανακτήθηκε από <http://www.cultural-representation.com/files/SIMEIOSEISiosifidis.doc>
- Καντ, Ιμ. (2008). *Ιμμανουέλ Καντ. Επιλογή από το έργο του*. Μτφ.-Επιλογή: Κ. Ανδρουλιδάκης. Αθήνα: Στιγμή
- Καστοριάδης, Κ. (1982). *Η φαντασιακή θέσμιση της κοινωνίας*. Μτφ. Σ. Χαλικιάς & Γ. Σπαντιδάκης, Κ. Σπαντιδάκης. Αθήνα: Ράππα
- Κατερέλος, Ι., Τέκερης, Χ., Λάβδας, Μ., Δημητρίου, Κ. (2010). Ερευνητικά δεδομένα για τα διαδικτυακά παιχνίδια. *Ιατρικά Θέματα: Τριμηνιαία έκδοση του Ιατρικού Συλλόγου Θεσσαλονίκης*, 59: 13-17

Κάουα, Αβρ. (2005). «Even better than the real thing: Ψηφιακά εφέ και βιο-μηχανικός κινηματογράφος», στο: (Επιμ.). Ν. Βερνίκος, Σ. Δασκαλοπούλου, Φ. Μπαντιμαρούδης, Ν. Μπουμπάρης, Δ. Παπαγεωργίου. Πολιτιστικές βιομηχανίες. Διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά. Αθήνα: Κριτική (149-171)

Κολομπόβα, Κ. Μ. & Οξερετσκάια, Ε. Λ. (1988). *Η καθημερινή ζωή στην αρχαία Ελλάδα*. Μτφ. Γ. Ζωΐδη. Αθήνα: Παπαδήμα

Κοκκέβη, Α., Σταύρου, Μ., Κανανού, Ε., Φωτίου, Α. (2015). Εξαρτητικές συμπεριφορές στην εφηβεία: Μέρος Β. Άλλες εξαρτήσεις. *Σειρά θεματικών τευχών: Έφηβοι, συμπεριφορές και υγεία. ΕΠΙΨΥ*. Αθήνα.

Κοκκέβη, Α., Φωτίου, Α., Ξανθάκη, Μ., Καναβού, Ε. (2010). Ο ελεύθερος χρόνος των εφήβων. Πανελλήνια έρευνα στους μαθητές-2010. *Σειρά θεματικών τευχών: Έφηβοι, συμπεριφορές και υγεία. ΕΠΙΨΥ*. Αθήνα

Κοκκώνης, Μ. (2010). «Ψηφιακή τεχνολογία: παιχνίδια υπολογιστών και βιντεοπαιχνίδια», στο: (Επιμ.). Μ. Κοκκώνης, Γρ. Πασχαλίδης, Φ. Μπαντιμαρούδης. Ψηφιακά μέσα. Ο πολιτισμός του ήχου και του θεάματος. Αθήνα: Κριτική (339-399)

Κόνγκερ, Τ. (1980). *Η εφηβική ηλικία. Μία καταπιεσμένη γενιά. Ο κύκλος της ζωής*. Μτφ. Μ. Σόλμαν. Αθήνα: Ψυχογιός

Κουτρομάνος, Γ. & Νικολοπούλου, Κ. (2010). Διερεύνηση χρήσης ψηφιακών παιχνιδιών από μαθητές/τριες πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. *Θέματα Επιστημών και Τεχνολογίας στην Εκπαίδευση*, 3(2), 97-112

Κυβέλου, Ε. (2009). Η έννοια της επιθυμίας στην λακανική θεωρία. *Τετράδια Ψυχιατρικής*, 105: 54-62

Κυρκίνη- Κούτουλα, Α. (2001). «Ο ιδιωτικός βίος των Ελλήνων κατά τη διάρκεια της οθωμανικής κυριαρχίας», στο: (Επιμ.). Δ. Κωνσταντοπούλου. Δημόσιος και ιδιωτικός βίος στην Ελλάδα Ι: Από την αρχαιότητα έως και τα μεταβυζαντινά χρόνια. Τόμ. Β. Πάτρα: ΕΑΠ (275-363)

Κωνσταντοπούλου, Χρ.(2020). *Σύμβολα, αρχέτυπα και φοβίες. Εισαγωγή στην κοινωνιολογία του φαντασιακού*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση

- Λεονταρή, Α. (1998). *Αυτοαντίληψη*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα
- Levi-Strauss, Cl. (1977). *Άγρια σκέψη*. Μτφ. Ε. Καλπουρτζή. Αθήνα: Παπαζήση
- Lipovetsky, J. (2012). *Παγκοσμιοποίηση και υπερ-νεωτερικότητα. Κοσμοπολιτισμός και δυτική κουλτούρα*. Μτφ. Β. Τομανάς. Αθήνα: Νησίδες
- Macdonald, Dw. (1991). «Μια θεωρία για τη μαζική κουλτούρα», στο: (Επιμ.). Κ. Λιβιεράτος & Τ. Φραγκούλης. *Η κουλτούρα των μέσων. Μαζική κοινωνία και πολιτιστική βιομηχανία*. Μτφ. Α, Λυκιαρδοπούλου. Αθήνα: Αλεξάνδρεια. (56-92)
- Μαλκέζη, Μ. (2021, Δεκέμβριος 4). Roblox. *Gameworld*. Ανακτήθηκε από <https://gameworld.gr/reviews/46821-roblox>
- Μακλούαν, Μ. (1990). *Media. Οι προεκτάσεις του ανθρώπου*. Μτφ. Σπ. Μάνδρος. Αθήνα: Κάκτος
- Μάνδρος, Σπ. (1990). «Αντίο, Γουτεμβέργιε. Πρόλογος του μεταφραστή», στο: Μ. Μακλούαν. *Media. Οι προεκτάσεις του ανθρώπου*. Αθήνα: Κάλβος
- Maletzke, G. (1991). *Θεωρίες της μαζικής επικοινωνίας*. Μτφ. Π. Ζερη. Αθήνα: Παπαζήση
- Μαλκέζη, Μ. (2021b). Roblox. Φτιάξτε τις δικές σας δημιουργίες και περιηγηθείτε στις δημιουργίες των άλλων. *Gameworld*. Ανακτήθηκε από <https://gameworld.gr/reviews/46821-roblox>
- Markuse, H. (1971). *Ο μονοδιάστατος άνθρωπος*. Επιστήμη και κοινωνία. Μτφ. Μπ. Λυκούδη. Αθήνα: Παπαζήση
- Mason, J. (2011). *Η διεξαγωγή της ποιοτικής έρευνας*. Μτφ. Ε. Δημητριάδου. Αθήνα: Πεδίο
- Μητσάκη, Α. & Σολομωνίδου, Χ. (2008). *Τι κάνουν τα αγόρια και τα κορίτσια στα internetcafes; Μία έρευνα πεδίου*. 6^ο Συνέδριο ΕΤΠΕ «Οι ΤΠΕ στην εκπαίδευση». ΕΤΠΕ. Ανακτήθηκε από: <http://docplayer.gr/6008834-Ti-kanoun-ta-agoria-kai-ta-koritsia-sta-internet-cafes-mia-ereyna-pedioy.html>

- Μορέν, Εντγκ. (1991). «Το πνεύμα των καιρών», στο: (Επιμ.). Κ. Λιβιεράτος & Τ. Φραγκούλης. Η κουλτούρα των μέσων. Μαζική κοινωνία και πολιτιστική βιομηχανία. Μτφ. Αμ. Λυκαρδοπούλου. Αθήνα: Αλεξανδρεία (237-261)
- Μορέν, Εντγκ. (2000). *Το καλοφτιαγμένο κεφάλι*. Μτφ. Δ. Δημουλάς. Αθήνα: Εκδόσεις του Εικοστού Πρώτου
- Μορέν, Εντγκ. (2011). *Οι σταρ*. Μτφ. Ρ. Κολαΐτη. Αθήνα: Κίχλη
- Μοσχονάς, Γ. (2015). Undertale. Retro RPG nerdgasm! *Gameworld*. Ανακτήθηκε από <https://www.gameworld.gr/reviews/23398-undertale>
- Μοσχονάς, Γ. (2018). Frostpunk. Ο χειμώνας έφτασε και είναι ανελέητος. *Gameworld*. Ανακτήθηκε από <https://www.gameworld.gr/reviews/31786-frostpunk>
- Μοσχονάς, Γ. (2020). Assassin's creed Valhalla. Ο δρόμος προς τη Βαλχάλα είναι στρωμένος με χιλιάδες πρόματα. *Gameworld*. Ανακτήθηκε από <https://www.gameworld.gr/reviews/41913-assassin%E2%80%99s-creed-valhalla>
- Μουκαρόφσκι, Γ. 1979. «Η αισθητική λειτουργία, ο αισθητικός κανόνας και η αισθητική αξία ως κοινωνικά γεγονότα», στο: (Επιμ.). Κ. Μ. Newton. 2014. *Η λογοτεχνική θεωρία του 20ου αιώνα*. Μτφ. Αθ. Κατσικερός & Κ. Σπαθαράκης. Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης (25-31)
- Μπαντιμαρούδης, Φ. & Πιτσάκη, Ε. (2005). «Η ελληνική βιομηχανία του βιβλίου», στο: (Επιμ.). Ν. Βερνίκος, Σ. Δασκαλοπούλου, Φ. Μπαντιμαρούδης, Ν. Μπουμπάρης, Δ, Παπαγεωργίου. *Πολιτιστικές βιομηχανίες. Διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά*. Αθήνα: Κριτική (109-125)
- Μπαρτ, Ρ. 1979. *Μυθολογίες. Μάθημα*. Μτφ. Κ. Χατζηδήμου & Ι. Ράλλη. Αθήνα: Ράππα
- Μπαρτ. Ρ. 2007. «Ο θάνατος του συγγραφέα», στο: (Επιμ.). Κ. Μ. Newton. 2014. *Η λογοτεχνική θεωρία του 20^{ου} αιώνα*. Μτφ. Αθ. Κατσικερός & Κ. Σπαθαράκης Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης (206-212)
- Μπέργκερ, Τζ. (2009). *Η εικόνα και το βλέμμα*. Μτφ. Ειρ. Σταματοπούλου. Αθήνα: Μεταίχμιο

- Μπερδέκλης, Φ., Γιαννοπούλου, Α., & Παναγιωτόπουλος, Χ. (2009). «Διερεύνηση της σχέσης μαθητών του δημοτικού σχολείου με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια». (Επιμ.). Φ. Γουσιάς Πρακτικά 6ου Πανελληνίου Συνεδρίου ΕΕΕΠ-ΑΤΠΕ, (141-153)
- Μπότσαρη Μακρή, Ε. (2002). «Η ανάπτυξη στην εφηβεία», στο (Επιμ.). Χρ. Νόβα-Καλτσούνη, Ευ. Μακρή-Μπότσαρη, Α. Τσιμπουκλή. Εξέλιξη του παιδιού στο κοινωνικό περιβάλλον. Θέματα εφηβείας. ΕΑΠ: Πάτρα (1-58)
- Μπουμπάρης, Ν. (2000). Νεανική κουλτούρα και επικοινωνία στην ύστερη νεωτερικότητα. Διδακτορική διατριβή, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Μπουμπάρης, Ν. (2006). Εισαγωγή στην ελληνική έκδοση, στο: (Επιμ.). Ν. Μπουμπάρης. *Πολιτισμική θεωρία. Μια εισαγωγή*. Μτφ. Αθ. Κατσικέρος. Αθήνα: Κριτική ΑΕ
- Μπουμπάρης, Ν. (2018). «Διαδραστικότητα και πολιτισμική παραγωγή», στο: (Επιμ.). Ασπ. Θεοδοσίου & Ειρ. Παπαδάκη. Πολιτιστικές βιομηχανίες και τεχνοπολιτισμός. Αθήνα: Νήσος (61-82)
- Μπούνια, Αλ. (2005). «Τα μουσεία ως πολιτιστικές βιομηχανίες: θέματα και προβληματισμοί - Μια προκαταρκτική συζήτηση», στο: (Επιμ.). Ν. Βερνίκος, Σ. Δασκαλοπούλου, Φ. Μπαντιμαρούδης, Ν. Μπούμπαρας, Δ. Παπαγεωργίου. Πολιτιστικές βιομηχανίες. Διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά. Αθήνα: Κριτική (39-58)
- Μυσιρλάκη, Σ. & Παρασκευά, Φ. (2010). Ηλεκτρονικά παιχνίδια, κίνητρα και μάθηση: Διερευνώντας το πεδίο των MMOGs. (Επιμ.). Τζιμογιάννης. Πρακτικά εργασιών 7ου Πανελληνίου Συνεδρίου. Ανακτήθηκε από: <http://korinthos.uop.gr/~hcicte10/proceedings/107.pdf>
- Ναυρίδης, Κλ. (2000). «Το παιχνίδι ως εμπόρευμα», στο: (Επιμ.). Κλ. Γκουγκουλή. Παιδί και παιχνίδι στη νεοελληνική κοινωνία. 19^{ος}-20^{ος} αιώνας. Αθήνα: Καστανιώτης (347-370)
- Negroponte, N. (2005). «Η δημιουργία μιας κουλτούρας ιδεών», στο: (Επιμ.). Ν. Βερνίκος, Σ. Δασκαλοπούλου, Φ. Μπαντιμαρούδης, Ν. Μπουμπάρης, Δ. Παπαγεωργίου. Πολιτιστικές βιομηχανίες. Διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά. Αθήνα: Κριτική (15-19)

Νικολάου, Σ. & Μ., Μπαρμπαρούσης Χ. (2012). Η αξιοποίηση του ηλεκτρονικού εκπαιδευτικού παιχνιδιού στη διδασκαλία του μαθήματος της κοινωνιολογίας, στο: *Social Media στην τάξη. I teacher*, 4: 12-21

Ντάβου, Μπ. (2007). «Περί μεθόδου στην επιστημονική έρευνα», στο: L. B. Christensen. Η πειραματική μέθοδος στην επιστημονική έρευνα. Αθήνα: Παπαζήσης (23-38)

Ντιούι, Τζ. (1980). *Εμπειρία και εκπαίδευση*. Μτφ. Λ. Πολενάκης. Αθήνα: Γλάρος

Ντιούι, Τζ. (2016). *Δημοκρατία και εκπαίδευση*. Μτφ. Φ. Τερζάκης. Αθήνα: Ηριδανός

Ξενίδου-Schild, Β. (2001). *Οι γυναίκες στην ελληνική αρχαιότητα*. Αθήνα: Ερμής

Οικονόμου, Χρ. (2014). Edutainment και συνεργατική μάθηση σε εικονικό περιβάλλον. *I teacher*, 7: 14-23

Ουάντσογυερθ, Μπ. (2001). *Η θεωρία του Ζαν Πιαζέ για τη γνωστική και τη συναισθηματική ανάπτυξη*. Μτφ. Σ. Κανελλάκη, Σ. Παπαδόπουλος & Σ. Γιατρά. Αθήνα: Καστανιώτη

Πανδιά, Ελ. (2019). «Το φύλο και τα avatars του στη βιομηχανία των video games», στο: (Επιμ.). Ελ. Ροϊνιώτη, Ελ. Πανδιά & Γ. Σκαρπέλος. Ψηφιακά παιχνίδια. Φιλοσοφικές, κοινωνικές και πολιτισμικές αναζητήσεις. Αθήνα: Oasis (79-101)

Παντελίδου-Μαλούτα, Μ. (2015). *Πολιτισμικές συνιστώσες της πολιτικής διαδικασίας*. Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο

Παρασκευοπούλου-Κόλλια, Ε. (2008). Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες και συνεντεύξεις. *Open education- The journal for open and distance education and educational technology*, 4 (1). Ανακτήθηκε από <http://openworkshop.pbworks.com/w/file/fetch/64390800/poiotikh-ereyna-ekpaideysh.pdf>

Πασχαλίδης, Γρ. (1999). «Εισαγωγή στην έννοια του πολιτισμού», στο: (Επιμ.). Κ. Σμπόνιας. Εισαγωγή στον ελληνικό πολιτισμό. Η έννοια του πολιτισμού. Όψεις του ελληνικού πολιτισμού. Τομ. Α. Πάτρα: ΕΑΠ (21-102)

Πατσαλίδης, Σ. 2010α. *Θέατρο, κοινωνία, έθνος. Από την «Αμερική» στις Ηνωμένες Πολιτείες 1620-1960*. Τόμος Α΄. University Studio Press

Πατσαλίδης, Σ. 2010β. *Θέατρο, κοινωνία, έθνος. Από την «Αμερική» στις Ηνωμένες Πολιτείες 1960-2009*. Τόμος Β΄. University Studio Press

Παπαγεωργίου, Γ. (1986). «Η μαθητεία στις συντεχνίες κατά τη διάρκεια της Τουρκοκρατίας», στο: *Ιστορικότητα της παιδικής ηλικίας και της νεότητας: πρακτικά του διεθνούς συμποσίου*, Αθήνα, 1-5 Οκτωβρίου 1984. Τόμ. Β. Αθήνα: Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς

Πετρίδη, Χλ. (2014). Ψυχογεωγραφία. Animartists. Ανακτήθηκε από <https://www.animartists.com/2014/11/14/%CF%88%CF%85%CF%87%CE%BF%CE%B3%CE%B5%CF%89%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AF%CE%B1/>

Πετρίδης, Π. (2018). «Ροκ και βιντεοπαιχνίδι», στο: (Επιμ.). Γ. Ν. Κολοβός & Ν. Χρηστάκης. «Το ροκ πέθανε...Ζήτω το ροκ!». Αθήνα: Εκδόσεις Απρόβλεπτες (234-259)

Πετρίδης, Π. (2019). «Η παιχνιδοποίηση στα πλαίσια της εκπαίδευσης, της υγείας, των επιχειρήσεων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης: ερμηνείες, παραδείγματα και κριτικές», στο: (Επιμ.). Ελ. Ροϊνιώτη, Ελ. Πανδιά, Γ. Σκαρπέλος Ψηφιακά παιχνίδια. Αθήνα: OASIS (125-141)

Piaget, J., & Inhelder, B. (1967). *Η ψυχολογία του παιδιού*. Μτφ. Κ. Κίτσου. Αθήνα: Ι. Ν. Ζαχαρόπουλος

Πιαζέ, Ζ. (1979). *Το μέλλον της εκπαίδευσης*. Μτφ. Αρ. Κάντας. Αθήνα: Υποδομή

Πιαζέ Ζ. (1979). *Προβλήματα γενετικής ψυχολογίας*. Μτφ. Φ. Ψελλός, Αθήνα: Υποδομή

Πιαζέ Ζ. (1979). *Ψυχολογία και παιδαγωγική*. Μτφ. Απ. Βερβερίδης. Αθήνα: Νέα Σύνορα

Piaget, J. (2000). *Περί παιδαγωγικής*. Μτφ. Στ. Σαμαρτζή. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα

Ρήγα, Α,-Β. (2000). «Περιγραφική αναπαράσταση της καθημερινής κοινωνικής πρακτικής στην κατασκίνωση μιας ομάδας παιδιών σχολικής ηλικίας. Η παρατήρηση του ενδο-ομαδικού φέρεσθαι στο ελεύθερο ομαδικό παιχνίδι», στο: (Επιμ.). Κλ. Γκουγκούλη. Παιδί και παιχνίδι στη νεοελληνική κοινωνία. Αθήνα: Καστανιώτης (475-532)

Ρηγίνος, Μ. (1986). «Μορφές παιδικής εργασίας στην ελληνική βιομηχανία-βιοτεχνία», στο: *Ιστορικότητα της παιδικής ηλικίας και της νεότητας: πρακτικά του διεθνούς συμποσίου*, Αθήνα, 1-5 Οκτωβρίου 1984. Τόμ. Β. Αθήνα: Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς

- Robson, C. (2010). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*. Μτφ. Β. Νταλάκου & Κ. Βασιλικού. Αθήνα: Gutenberg
- Ρούσος, Π. (2011). Ο έλεγχος μηδενικών υποθέσεων: διαδικασία, παρανοήσεις και μερικές προτάσεις για καλύτερες πρακτικές. *Ψυχολογία*, 18 (2): 224-239
- Ρούσος, Π. (2015). Διαδικασία ελέγχου μηδενικών υποθέσεων. Διάλεξη. 28/03/2015. Τμήμα Ψυχολογίας ΕΚΠΑ
- Σακαλάκης, Π. (2017, 30 Νοεμβρίου). [Τι είναι το Twitch; Οτι χρειάζεται να ξέρεις για τη streaming υπηρεσία \(inkstory.gr\)](http://inkstory.gr)
- Sageng, J. R. (2019). Φιλοσοφικά ζητήματα και βιντεοπαιχνίδια, στο: (Επιμ.). Ελ. Ροϊνιώτη, Ελ. Πανδιά, Γ. Σκαρπέλος. Ψηφιακά παιχνίδια. Φιλοσοφικές, κοινωνικές και πολιτισμικές αναζητήσεις. Αθήνα: Oasis (15-37)
- Σαμπανίκου, Ε. & Βλαχάκης, Β. (2005). «Τέχνη και τεχνολογία», στο: (Επιμ.). Ν. Βερνίκος, Σ. Δασκαλοπούλου, Φ. Μπαντιμαρούδης, Ν. Μπουμπάρης, Δ. Παπαγεωργίου. Πολιτιστικές βιομηχανίες. Διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά. Αθήνα: Κριτική (249-276)
- Σαμπανίκου, Ε. (2010). «Από το ψηφιακό στο εικονικό: Τέχνη και τεχνολογία στις αρχές του 21^{ου} αιώνα», στο: (Επιμ.). Μ. Κοκκώνης, Γρ. Πασχαλίδης, Φ. Μπαντιμαρούδης. Ψηφιακά μέσα. Ο πολιτισμός του ήχου και του θεάματος. Αθήνα: Κριτική (401-428)
- Σεραφετινίδου, Μ. (1999). *Κοινωνιολογία των μέσων μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα: Gutenberg
- Schechner, R. (2011). *Η θεωρία της επιτέλεσης*. Μτφ. Ν. Κουβαράκου. Αθήνα: Τελέθριο
- Shakespeare. (1988). *Άμλετ*. Μτφ. Γ. Χειμωνάς. Αθήνα: Κέδρος
- Σιδηρόπουλος, Γ. (2019). Death stranding. Η μεγάλη επιστροφή του Hideo Kojima. *Gameworld*. Ανακτήθηκε από: <https://www.gameworld.gr/reviews/37224-death-stranding>
- Σιλς, Εντ. (1960). «Η μαζική κοινωνία και η κουλτούρα της», στο: (Επιμ.). Κ. Λιβιεράτος & Τ. Φραγκούλης. Η κουλτούρα των μέσων. Μαζική κοινωνία και πολιτιστική βιομηχανία. Μτφ. Αμ. Λυκαρδοπούλου. Αθήνα: Αλεξανδρεία (137-174)

- Σκαρπέλος, Γ. (1999). *Terra virtualis. Η κατασκευή του κυβερνοχώρου*. Αθήνα: Νεφέλη
- Σκλόφσκι, Β. (1965). «Η τέχνη ως τεχνική», στο: (Επιμ.). Κ. Μ. Newton. 2014. Η λογοτεχνική θεωρία του 20ου αιώνα. Μτφ. Αθ. Κατσικερός & Κ. Σπαθαράκης. Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης (5-9)
- Σκορδούλης, Μ. (2022). *Ποσοτική έρευνα και SPSS*. Learn Inn, ΕΚΠΑ
- Σκουζές, Π. (1948). *Χρονικό της σκλαβωμένης Αθήνας. Τα χρόνια της τυρανίας του Χατζαλή*. Αθήνα: Εκδόσεις Α. Κολολού
- Smith, Ph. (2006). *Πολιτισμική θεωρία. Μια εισαγωγή*. Μτφ. Αθ. Κατσικερός. Αθήνα: Κριτική
- Σόπενχάουερ, Αρθ. (2013). *Η τέχνη να επιβιώνεις*. Μτφ. Λ. Καρατζάς. Αθήνα: Γνώση
- Σοφός, Αλ., Παντελή, Αργ. (2010). «Ηλεκτρονικά παιχνίδια: Μια έρευνα στο βίοκοσμο των νέων», στο: (Επιμ.). Αθανασιάδης, Η. *Νέες Τεχνολογίες-Διαστάσεις Έρευνας στο Χώρο της Εκπαίδευσης και της Παιδαγωγικής*. Αθήνα: Νέες Τεχνολογίες (155-162).
- Στάθη, Ε. (2018). «Το έργο τέχνης στην εποχή της ψηφιακής του αναπαραγωγιμότητας», στο: (Επιμ.). Ασπ. Θεοδοσίου & Ειρ. Παπαδάκη. *Πολιτιστικές βιομηχανίες και τεχνοπολιτισμός. Πρακτικές και προκλήσεις*. Αθήνα: Νήσος (109-124)
- Τόφλερ, Αλβ. (1992). *Κατανάλωση και κουλτούρα*. Μτφ. Χρ. Σακελλαροπούλου. Αθήνα: Κάκτος
- Τσαλίκη, Λ., Χρονάκη, Δ. & Κοντογιάννη, Σ. (2012). Παιδιά και διαδίκτυο στην Ελλάδα. *ΕΚΠΑ. GRKGO*. Ανακτήθηκε από: <http://www2.media.uoa.gr/people/tsaliki/wp-content/uploads/2010/07/Tsaliki Kids and Internet in Greece.pdf>
- Turner, V. 2015. *Από την τελετουργία στο θέατρο. Η ανθρώπινη βαρύτητα του παιχνιδιού*. Μτφ. Φ. Τερζάκης. Αθήνα: Ηριδανός
- Van Genner, A. 2016. *Τελετουργίες διάβασης. Συστηματική μελέτη των τελετών*. Μτφ. Θ. Παραδέλλης. Αθήνα: Ηριδανός
- Vygotsky, L. S. (2000). *Νους στην κοινωνία. Η ανάπτυξη των ανώτερων ψυχολογικών διαδικασιών*. Μτφ. Αν. Μπίμπου & Στ. Βοσνιάδου. Αθήνα: Gutenberg

- Φρόνυτ, Σ. (1994). *Ψυχανάλυση και λογοτεχνία. Μελέτες*. Μτφ. Λ. Αναγνώστου. Αθήνα: Επίκουρος
- Freud, S. (2011). *Ο πολιτισμός πηγή δυστυχίας*. Μτφ. Ν. Μυλωνά. Αθήνα: Ελληνική Παιδεία ΑΕ
- Freud, S. (2016). *Ψυχολογία των μαζών και ανάλυση του εγώ*. Μτφ. Β. Πατσογιάννης. Αθήνα: Πλέθρον
- Winnicott, D. W. (2019). *Το παιχνίδι και η πραγματικότητα*. Μτφ. Γ. Καλομοίρης. Αθήνα: Αρμός
- Χάντφελντ, Τζ. Αρθ. (1979). *Παιδικότητα και εφηβεία*. Μτφ. Μ. Λώμη. Αθήνα: Θυμάρι
- Χατζούδης, Δ. Α., Αυλωνίτης, Κ. Ν., Σαρηγιαννίδης, Λ. Ι., Μαδυτινός, Δ. Ι. (2010). Παράγοντες που επηρεάζουν την συμμετοχή σε διαδικτυακά παιχνίδια: μια εμπειρική έρευνα. *Practical research in innovative management & entrepreneurship (PRIME International Journal)*, 3: 83-98. ΕΣΔΟ
- Χάτσιον, Λ. (1988). «Θεωρητικοποιώντας το μεταμοντέρνο», στο: (Επιμ.). Κ. Μ. Newton. 2014. *Η λογοτεχνική θεωρία του 20^{ου} αιώνα*. Μτφ. Αθ. Κατσικερός & Κ. Σπαθαράκης. Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης (477-488)
- Χορκχάιμερ, Μ. & Αντόρνο, Τ. (2005). «Η βιομηχανία της κουλτούρας: Ο Διαφωτισμός ως εξαπάτηση των μαζών», στο: Τέχνη και μαζική κουλτούρα. Χ. Μαρκούζε, Β. Τ. Αντόρνο, Μ. Χορκχάιμερ, Λόουεντάλλιο. Μτφ. Ζ. Σαρίκας. Αθήνα: Ύψιλον (69-121)
- Χρηστάκης, Ν. (1990). Νεανική κουλτούρα: τάσεις και εντάσεις στην έρευνα. *Ψυχολογικά Θέματα*, 3 (1): 26-34. Σύλλογος Ελλήνων Ψυχολόγων
- Χρηστάκης, Ν. (1993-4). Για μια ανθρωπολογία της νεότητας. *Νέα Κοινωνιολογία 18. Κοινωνιολογική Επιθεώρηση της Νέας Ελλάδας*, 22-30. Αθήνα: Παπαζήση
- Χρηστάκης Ν. (1995). Επεξεργασία της εφηβικής αλλαγής και συγκρότηση της ταυτότητας μέσα από τη μουσική δραστηριότητα. *The Greek Review of Social Research*, 86: 129–144
- Χρηστάκης, Ν. (2002). Ο ερευνητής, οι νέοι και οι άλλοι: ερωτήματα με αφορμή μια έρευνα για τους νέους. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 107: 47-60

Χρηστάκης, Ν. (2010). *Το πρόσωπο και οι άλλοι. Θέματα επικοινωνίας και κοινωνικής ψυχολογίας*. Αθήνα: Παπαζήση

Χρηστακης, Ν. (2011). «Η επιστήμη κάνει θαύματα! Περί ιεροποίησης της επιστήμης», στο: (Επιμ.). Κλ. Ναυρίδης & Ν. Χρηστάκης. *Κοινωνίες σε κρίση και αναζήτηση νοήματος*. Αθήνα: Πεδίο (105-118)

Χρήστου, Ι. (2005). *Στάση των παιδιών Ε' και Στ' Δημοτικού απέναντι στο ηλεκτρονικό παιχνίδι και Κοινωνική Συμπεριφορά*. Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων. Διδακτορική διατριβή

Χρήστου, Ι. (2007). *Παιδί και ηλεκτρονικό παιχνίδι*. Αθήνα: Ταξιδευτής

Χριστοφορίδου, Ε. (2015). *Αναπαραστάσεις εφήβων αναφορικά με την απόδοση ευθυνών για τη σημερινή οικονομικό-κοινωνική κρίση*. 5^ο Πανελλήνιο Συνέδριο. «Η ελληνική κοινωνία στο σταυροδρόμι της κρίσης. Έξι χρόνια μετά». Ελληνική Κοινωνιολογική Εταιρεία (ΕΚΕ)

Zizek, Sl. (2006). *Το υψηλό αντικείμενο της ιδεολογίας*. Μτφ. Β. Ιακώβου. Αθήνα: Scripta

Zizek, Sl. (2016). *Λακάν*. Μτφ. Δημ. Καγιαλάρης & Κων/νος Παπαδάκης. Αθήνα: Πατάκη

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Achterbosch, L., Pierce, R., & Simmons, G. (2008). Massively multiplayer online role-playing games: The past, present, and future. *ACM Computers in Entertainment*, 5 (4): 1-33. DOI =10.1145/1324198.1324207

Adelson, J. (1971). The political imagination of the young adolescent. *Daedalus*, 100 (4): 1013-1050. DOI: 0.4324/9780203788202-14

Allaby, M. & Shannon-McCallum, Ch. S. (2020) “I just want to keep in touch”: Adolescents’ experiences with leisure-related smartphone use. *Journal of Leisure Research*, 51 (1): 1-19. Routledge. DOI: 10.1080/00222216.2019.1672506

Alberts, A., Elkind, D., & Ginsberg, S. (2007). The personal fable and risk-taking in early adolescence. *Youth Adolescence*, 36:71-76. Springer. Doi:10.1007/s10964-006-9144-4

Alvis, L. M., Metzger, A. (2020). Dimensions of adolescent civic reasoning: An examination of individual differences. *Journal of Adolescent Research*, 35 (3): 309-340. Sage. DOI: 10.1177/0743558419862485

Anderson, C. A., & Dill, K. E. (2000). Video games and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 772–790. DOI: 10.1037//0022-3514.78.4.772

Anderson, M., Jiang, J. (2018). Teens, social media, and technology 2018. *Pew Research Center*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>

Anderson, C. A., Shibuya, A., Ihori, N., Swing, E. L., Bushman, B. J., Sakamoto, A., Saleem, M. (2010). Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in eastern and western countries: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 136 (2): 151-173. Doi:10.1037/a0018251

Anikima, Oks. V. & Vakimenko, El. V. (2015). Edutainment as a modern technology of education. International conference on research paradigms transformations in social sciences., 1666: 475-479. Elsevier.

- Antonelli, P. & Galloway, P. (2022, 3 Nov). Video Games: 14 in the Collection, for Starters. *MOMA*. Retrieved from <https://www.moma.org/magazine/articles/798>
- Arnold, M. (1869). *Culture and anarchy: An essay in political and social criticism*. E text produced by Alfred J. Drake
- Ashworth, Em., Hunt, An., Chopra, J., Eames, C., Patwain, D. W., Dulfy, K., Kirkby, J., McLonglin, Sh., Saini, P. (2021). Adolescents' lockdown induced coping experience (ALICE) study: A qualitative exploration of early adolescents' experiences of lockdown and reintegration. *Journal of Early Adolescence*, 42(4): 514-541. Sage. <https://doi.org/10.1177/02724316211052088>
- Avedon, E. M. 1971. "Games as structure", in: (Edit). E. M. Avedon & B. Sutton-Smith. (1971). *The study of games*. New York, NY: JohnWiley (419-427)
- Backe, H. J. (2021). "Game-comics and comic games. Against the concept of hybrids", in: (Edit) Andr. Rauscher, D. Stein, J. N. Thon. *Comics and video games. From hybrid medialities to transmedia expansions*. Routledge (60-83)
- Balteiro, Is. (2021). "Lexical and morphological devices in gamer language in for a", in: (Edit). Astr. Ensslin & Is. Balteiro. *Approaches to videogame discourse*. Bloomsbury Academic (39-57)
- Banks, J., Wassrman, J. A. (2019). The big screen tratment: Gartifications sought in game-to-film transmedia consumption. *Poetics* 73: 72-83. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2019.01.004>
- Bartle, R. (1996). "Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDS." *Journal of MUD Research*, 1 (19): 1-28
- Bartle, R. (2009). "Understanding the Limits of Theory", in (Edit). Chr. Bateman. *Beyond Game Design: Nine Steps to Creating Better Videogames*. Delmar
- Batson, C. D. (2010). Empathy-induced altruistic motivation. In: (Edit). M. Mikulincer & P. R. Shaver. *Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature* (15–34). *American Psychological Association*. <https://doi.org/10.1037/12061-001>

Beil, B. & Schmodt, Chr. (2015). The world of The walking dead-Transmediality and transmedial intermediality. *Film and Media Studies*, 10: 73-88. Acta Univ. Sapientiae. DOI: 10.1515/ausfm-2015-0027

Beltron-Carillo, V. J., Beltran-Carillo, J. I., Gonzalez-Cutre, D. & Biddle, St. J. H. (2016). Are active videogames associated with less screen media or conventional physical activity? *Games and Culture*, 11 (6): 608-624. <http://dx.doi.org/10.1177/1555412015574941>

Bers, M. Um. (2001). Identity construction environments: developing personal and moral values through the design of a virtual city. *The Journal of the Learning Sciences*, 10 (4): 365-415. NJ: Lawrence Erlbaum

Bers, M. Um. (2010). Let the games begin: Civic playing on high-techconsoles. Review of General Psychology. *American Psychological Association*, 14 (2): 147-153. DOI: 10.1037/a0019490

Blake, M. (1985). *Comparative youth culture. The sociology of youth cultures and subcultures in America*. Routledge: Britain

BLS (Bureau of Labor Statistics) (2014). *American time use survey - 2014 results*. News Release. Retrieved from <http://www.bls.gov/tus/database/htm>

Bolter, J. D. & Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding new media*. The MIT Press

Boluk, St. & Lenz, W. (2011). "Introduction: Generation Z, the age of apocalypse", in: (Edit). St. Boluk & W. Lenz. *Generation zombie. Essays on the living dead in modern culture*. McFarland & company, Inc. (1-17)

Bond, M. & Beale, R. (2009). What makes a good game? Using reviews to inform design. Conference. People and Computers XXIII – Celebrating people and technology. DOI: 10.1145/1671011.1671065

Bopp, J. A., Vornhagen, J. B. & Mekler, El. D. (2021, September). "My Soul Got a Little Bit Cleaner": Art Experience in Videogames. *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.* CHI PLAY, 5 (237): 1-19. <https://doi.org/10.1145/3474664>

Bourgonjon, J., Valcke, M., Soetaert, R. & Schellens, T. (2010). Students' perceptions about the use of video games in the classroom. *Computers and education*, 54: 1145-1156. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.10.022>

Bourgonjon, J. & Soetaert, R. (2013). Video games and citizenship. *CLSWeb: Comparative literature and culture*, 15 (3): 1-10. University Press. <https://doi.org/10.7771/1481-4374.2245>

Bourgonjon, J., Vandermeersche, G., Rutten, Kr., Quinten, N. (2017). Perspectives on video games as art. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 19 (4):1-11. <https://doi.org/10.7771/1481-4374.3024>

Brockmyer, J. H., Fox, Chr. M., Curtiss, K. A., McBroom, Ev., Burkhart, K. M. & Pidruzny, J. N. (2009). The development of the game engagement questionnaire: a measure of engagement in game-playing. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45: 624–634. doi:10.1016/j.jesp.2009.02.016

Brooks, F.M., Chester, K.L., Smeeton, N.C. & Spencer, N. (2015). Video gaming in adolescence: factors associated with leisure time use. *Journal of Youth Studies*, 19 (1): 36–54. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.1080/13676261.2015.1048200>

Brumfiel, G. (2017). Total failure: the world's worst video game. *Npr*. Retrieved from <https://www.npr.org/2017/05/31/530235165/total-failure-the-worlds-worst-video-game>

Buzz Staff (2020, July 30). Was Subway Surfers really designed to honour memory of its creator's deceased child? *News18*. Retrieved from <https://www.news18.com/news/buzz/was-subway-surfers-really-designed-to-honour-memory-of-its-creators-deceased-child-2744767.html>

Cailois, R. (1958). *Les jeux et les hommes. (Le masque et le vertige)*. 5th Edition. Paris: Gallimard

Carter, M., Moore, K., Mavoja, J., Horst, H. & Gaspard, L. (2020). Situating the appeal of Fortnite within children's changing play cultures. *Games and Culture*, 15 (4): 453-471. Sage. DOI: 10.1177/1555412020913771

Castronova, Edw. (2005). *Synthetic worlds. The business and culture of online games*. University of Chicago Press

- Cassell, L. & Jenkins, H. (1998). *From Barbie to Mortal Kombat. Gender and computer games.* The MIT Press
- Cassi, Am. (2012). Worldwide TV Trends Equipment, offer, content: already connected. *Eurodata TV Worldwide.* mipcom. France, Cannes
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: the experience of optimal experience.* Harper
- Cemalcilar, Z. (2009). Understanding individual characteristics of adolescents who volunteer. *Personality and Individual Differences*, 46 (4): 432-436. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.11.009>
- Chen, C. H., Sun, C.T. & Hsieh, J. (2008). Player guild dynamics and evolution in massively multiplayer online games. *CyberPsychology and Behavior*, 11(3): 293-301. Doi:10.1089/cpb.2007.0066
- Chen, Ch.-Y. (2013). Is the video game a cultural vehicle? *Games and Culture*, 8 (6): 408-427. Sage. DOI: 10.1177/1555412013493349
- Chu, Y.-K.(n.d.). The octalysis framework for gamification and behavioral design. Retrieved (2021, October 15) from <https://yukaichou.com/blog/>
- Chu, Ch. & Tsai, M.-J. (2007). Gender differences in Taiwan high school students' computer game playing. *Computers in Human Behavior*, 23 (1): 812-824. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.11.011>
- Clarke, J. (2003). "Style", in: (Edit). St. Hall & T. Jefferson. Resistance through rituals. Youth subculture in post-war Britain. Taylor & Francis e-Library (175-191)
- Clarke, J. Hall, St., Jefferson, T. & Roberts, Br. (2003). "Subcultures, cultures and class: A theoretical overview", in: (Edit). St. Hall & T. Jefferson. Resistance through rituals. Youth subcultures in post-war Britain. Taylor & Francis e-library (9-79)
- Clark, C. (2012). Children's and young people's readings in 2012. Findings from the 2012 National Trust's Annual Survey. National Literacy Trust, London

- Clark, C. (2013). Children's and young people's readings in 2013. Findings from the 2013 National Trust's Annual Survey. National Literacy Trust, London
- Clement, J. (2023). Distribution of game developers worldwide from 2014 to 2021, by gender. *Statista*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/453634/game-developer-gender-distribution-worldwide/>
- Clement, J. (2024). Video game industry – Statistics and facts. Retrieved from <https://www.statista.com/topics/868/video-games/>
- Coates, N. (2008). Sound studies: Missing the (popular) music for the screens? *Cinema Journal*, 48 (1): 123-130. University of Texas Press on behalf of the society for cinema and media studies
- Cohen, E. E. (1945). A Teen age bill of rights. *New York Times*. Retrieved from https://graphics8.nytimes.com/packages/pdf/opinion/TeenageBillofRights_final.pdf
- Cohen, J. (2001). Defining identification: a theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication and Society*, 4 (3): 245-264. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0403_01
- Cole, H. & Griffiths, M.D. (2007). Social interactions in massively multiplayer online role-playing gamers. *CyberPsychology and Behavior*, 10 (4): 575-583. Doi: 10.1089/cpb.2007.9988
- Coleman, J. (1960). The adolescent subculture and academic achievement. *The American Journal of Sociology*, 65 (4): 337-347
- Collins, K. (2008). Grand Theft Audio? Popular music and intellectual property in video games. *Music and the Moving Image*, 1 (1): 35-48. University of Illinois Press
- Coltrain, J. & Ramsay St. (2019). "Can video games be humanities scholarship?" in: (Edit). M. K. Gold & L. F. Klein. *Debates in the digital humanities*. University of Minnesota Press, (36-45)
- Condis, M. Amp. (2016). Playing the Game of Literature: Ready Player One, the Ludic Novel, and the Geeky "Canon" of White Masculinity. *Journal of Modern Literature*, 39 (2): pp. 1-19. DOI 10.2979/jmodelite.39.2.01

Connor3d (2020, 14 November). FULL LIL NAS X ROBLOX CONCERT EVENT | Roblox. [Video].. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=tKkFE79Rtu8>

Coyne, S. M., Warburton, W. A., Essig, L. & Stockdale, L. A. (2018). Violent video games, externalizing behavior and prosocial behavior: a five year longitudinal study during adolescence. *Developmental Psychology*, 54 (10): 1868-1880. DOI: 10.1037/dev0000574

Cough, Chr. (2023). Annual cumulative Fortnite tournament prize pool worldwide from 2018 to 2021. *Statista*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1107482/fortnite-tournament-prize-pool/>

Crawford, Chr. (2014). *The art of computer game design. Reflections of a master game designer*. Osborne/McGraw-Hill, Berkeley, California. Internet Archive

Curry, D. (2023). Candy crash revenue and usage statistics (2023). *Business of Apps*. Retrieved from <https://www.businessofapps.com/data/candy-crush-statistics/>

Dale, G., Kattner, F., Bavelier, D., & Green, C. S. (2020). Cognitive abilities of action video game and role-playing video game players: Data from a massive open online course. *Psychology of Popular Media*, 9 (3), 347–358. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/ppm0000237>

Davis, St. (2004). The cluster theory of art. *The British Journal of Aesthetics*, 44: 1-9. DOI: 10.1093/bjaesthetics/44.3.297

Da Silva, M. Fr. (2020). ‘Videogametism’: Consolidating the recognition of video games as an art form. *International Journal of Film and Media Arts*, 5 (1): 24-34. doi: 10.24140/ijfma.v5.n1.03

D’ Angelo, W. (2013). Top 10 in sales – Sonic the hedgehog – News. *VGChartz*. Retrieved from <https://www.vgchartz.com/article/250994/top-10-in-sales-sonic-the-hedgehog/>

Debord, G. (2006). Introduction to a critique of urban geography. *Les levres nues*, 5: 23-27

Delwiche, A. (2006). Massively multiplayer online games (MMOs) in the new media classroom. *Educational Technology & Society*, 9 (3), 160-172

Dolby, N. (2003). Popular culture and democratic practice. *Harvard Educational Review*, 73 (3): 1-25. <http://dx.doi.org/10.17763/haer.73.3.1225466106204076>

- De Grove, Fr., Cauberghe, V. & Van Looy, J. (2014). Development and validation of an instrument for measuring individual motives for playing digital games. *Media Psychology*, 00: 1-25. DOI: 10.1080/15213269.2014.902318
- De Lange, M. (2019). “The playful city: citizens making the smart city”, in: (Edit). R. Glas, S. Lammes, M. de Lange. *The playful citizen*. Amsterdam University Press B.V. (349-369)
- De Mul J. (2009). “The work of art in the age of digital recombination”, in: (Edit). J. Raessens, M. Schäfer, M. v. d. Boomen, Lehmann and S. A.-S. & Lammes. *Digital Material: Anchoring New Media in Daily Life and Technology*. Amsterdam: Amsterdam University Press (95-106)
- Ducheneaut, N., Moore, R. J. (2005). More than just ‘XP’: learning social skills in massively multiplayer online games. *Interactive Technology & Smart Education*, 2: 89–100. Troubador Publishing Ltd. DOI: 10.1108/17415650580000035
- Ducheneaut, N., Yee, N., Nickell, E. & Moore, R. G. (2006). “Alone together?”. Exploring the social dynamics of massively multiplayer online games. Conference: Proceedings of the 2006 Conference on Human Factors in Computing Systems, CHI 2006, Montréal, Québec, Canada. DOI: 10.1145/1124772.1124834
- Dutton, D. (2006). A naturalist definition of art. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 64 (3): 367-377.
- Durkin, K. & Barber, B. (2002). Not so doomed: computer game play and positive adolescent development. *Applied Developmental Psychology*, 162: 1-21. Elsevier. DOI: 10.1016/S0193-3973(02)00124-7
- Ebert, R. (2007). Games vs art: Ebert vs Barker. *RogerEbert.com*. Retrieved from <https://www.rogerebert.com/roger-ebert/games-vs-art-ebert-vs-barker>
- Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J. H. & Tosca, S. P. (2013). *Understanding video games. The essential introduction*. 2nd Edition. New York & London: Routledge
- Elkin, Fr. & Westley, W. A. (1955). The myth of adolescent culture. *American Sociological Review*, 20 (6): 680-684. American Sociological Association. <https://doi.org/10.2307/2088673>

Ellisson, N. B. & Wohn, D. Y. (2011). Facebook as a toolkit: a uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior*, 27 (6): 2322-2329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.07.011>

Erikson, Er. (1988). Youth: fidelity and diversity. Youth: Change and Challenge. *Daedalus*, 117 (3): 1-24

Erikson, Er. (1994). *Identity youth and crisis*. Norton: New York & London

ESA-Entertainment Software Association (2015). Sales, demographic and usage data. Essential facts about the video game industry <https://studylib.net/doc/8175060/essential-facts-about-the-computer-and-video-game-industry>

ESA-Entertainment Software Association (2020). Essential facts about the video game industry. Retrieved from https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2021/03/Final-Edited-2020-ESA_Essential_facts.pdf

ESA-Entertainment Software Association (2021). Essential facts about the video game industry. Retrieved from <https://www.theesa.com/resource/2021-essential-facts-about-the-video-game-industry/>

ESRB (2024). Ratings guide. Entertainment Software Rating Board (ESRB). Retrieved from <https://www.esrb.org/ratings-guide/>

Ewans, El. (2009). Character, audience agency and transmedia drama. *Media, culture and society*, 30 (2): 1-32. Sage Publications. DOI: 10.1177/0163443707086861

Ewoldsen, D. R., Eno, C.A., Okdie, Br. M., Velez, J. A., Guadagno, R. E., DeCoster, J. (2012). Effect of playing video games cooperatively or competitively on subsequent cooperative behavior *CyberPsychology Behavior, and Social Networking*, 15 (5): 277-280. Mary Ann Liebert, Inc. DOI: 10.1089/cyber.2011.0308

Farca, G., Ladeveze, Ch. (2016). The journey to nature: the Last of Us as critical dystopia. Proceedings of 1st International Joint Conference of DiGRA and FDG

Fawcett, L. M. (2007). School's out: Adolescent 'leisure time' activities, influences and Consequences. Thessis. ECU. Resarch online. Institutional repository. Retrieved from <https://ro.ecu.edu.au/theses/31>

Feldman, Br. (2018). The most important video game on the planet. How Fortnite became the Instagram of gaming. *Intelligencer*. Retrieved from <https://nymag.com/intelligencer/2018/07/how-fortnite-became-the-most-popular-video-game-on-earth.html>

Ferguson, Chr. J. (2010). Blazing angels or resident evil? Can violent video games be a force for good? *American Psychological Association*, 14 (2): 68-81. DOI: 10.1037/a0018941

Ferguson, Chr. J. & Garza, A. (2010). Call of (civic) duty: action games and civic behavior in a large sample of youth. *Computers in Human Behavior*. 27 (2011): 770-775. Elsevier. Doi: 10.1016/j.chb.2010.10.026

Ferguson, Chr. J., Barr, H., Figueroa, G., Foley, K., Gallimore, A., Laquea, R. & Garza, A. (2015). Digital poison? Three studies examining the influence of violent video games on youth. *Computers in Human Behavior*, 50, 399-410. doi: 10.1016/j.chb.2015.04.021

Ferguson, Chr. J., Miguel, C. S., Garza, A., & Jerabeck, J. M. (2012). A longitudinal test of video game violence influences on dating and aggression: A 3-year longitudinal study of adolescents. *Journal of Psychiatric Research*, 46 (2), 141-146. doi: 10.1016/j.jpsychires.2011.10.014

Ferguson, C. J., & Wang, J. C. (2019). Aggressive video games are not a risk factor for future aggression in youth: A longitudinal study. *Journal of Youth and Adolescence*, 48: 1439–1451. <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01069-0>

Ferguson, Chr. (2020). Aggressive video game research emerges from its replication crisis. *Current Opinion in Psychology*, 36: 1-6. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.01.002>

File, Th. (2013). Computer and internet use in the United States. Population characteristics. United States Census Bureau

File, Th. & Ryan, C. (2014). Computer and internet use in the United States. *American community service reports*. United States Census Bureau

- Fiske, J. (1991). *Understanding popular culture*. Routledge: London, New York
- Flanagan, C. A., Syvertsen, Em., & Stout, M. D. (2007). Civic Measurement Models: Tapping Adolescents' Civic Engagement. CIRCLE Working Paper 55
- Fleury, J. (2021). "The road to Arkham Asylum: Batman: Dark tomorrow and transmedial transmedia", in: (Edit) Andr. Rauscher, D. Stein, J. N. Thon. Comics and video games. From hybrid medialities to transmedia expansions. Routledge (164-185)
- Flitouris, L. & Dermentzopoulos, Chr. (2020). « Le pas suspendu de la modernité: Le passage de la culture populaire à une culture de masse dans l'Europe de Sud-Est », *Belphegor [Online]*, 18, 1. URL: <http://journals.openedition.org/belphegor/242> DOI: 10.4000/belphegor.2426
- Fiorelli, G. (2013). Transmedia storytelling: building worlds for and with fans. *The MOZ blog*. Retrieved from <https://moz.com/blog/transmedia-storytelling-building-worlds-for-and-with-fans>
- Freeman, M. (2017). "From sequel to quasi-novelization. Splinter of the mind's eye and the 1970s culture of transmedia contingency", in: (Edit). S. Guynes & D. Hassler-Forest. Star Wars and the history of transmedia storytelling. Amsterdam University Press (61-72)
- Freud, S. (1910). Three contributions to the sexual theory. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 7. Retrieved from <https://www.gutenberg.org/files/14969/14969-h/14969-h.htm>
- Fromme, J. (2003). Computer games as a part of childrens' culture. Game studies. *The International Journal of Computer Game Research*, (3) 1: 1-23
- Funk, John (2011). "Games Now Legally Considered an Art Form (in the USA)". *Escapist*. Retrieved from <https://www.escapistmagazine.com/games-now-legally-considered-an-art-form-in-the-usa/>
- Fuster, H, Oberst, Urs., Griffiths, M., Carbonell, X., Chamarro, Andr., Talar, Andr. (2012). Psychological motivation in online role-playing games: A study of Spanish World of Warcraft players. *Anales de psicología*, 28 (1): 274-280. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia. Murcia (España)
- Gaines, El. (2010). *Media literacy and semiotics*. Palgrave MacMillan

- Galanaki, P.E., & Christopoulos, A. (2011). The imaginary audience and the personal fable in relation to the separation-individuation process during adolescence. *Psychology, the Journal of the Hellenic Psychological Society*, 18 (1), 85-103. DOI: https://doi.org/10.12681/psy_hps.23710
- Galston, W. A. (2001). Political knowledge, political engagement, and civic education. *Annual Review of Political Science*, 4, 217-234. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.4.1.217>
- Gambarato, R. R. (2013). Transmedia project design: Theoretical and analytical considerations. *Baltic Screen Media Review*, 1: 80-100. De Gruyter Open. DOI: 10.1515/bsmr-2015-0006
- Games Developpers Choice Awards (2024). Archive-11nth annual game developpers choice awards. Retrieved from https://gamechoiceawards.com/archive/gdca_11th
- Gans, H. J. (1999). *Popular culture and high culture. An analysis and evaluation of taste*. Revised Edition. New York: Basic books
- Ganti, Akh. (2020). How does Fortnite make money? *Investopedia*. Retrieved from <https://www.investopedia.com/tech/how-does-fortnite-make-money/>
- Garton, Al. F., Harvey, R. A. & Price C. (2004). Influence of perceived family environment on adolescent leisure participation. *Australian Journal of Adolescence*, 56 (1): 18-24. The Australian Psychological Association. DOI: 10.1080/00049530410001688083
- Gazzart, Al. & Peacock, Al. (2011). Repetition and ritual logic in video games. *Games and Cutlure*, 6 (6): 499-512. Sage Publications. DOI: 10.1177/1555412011431359
- Gault, M. (2019). The 10 best video games of the 2010s. *TIME*. Retrieved from <https://time.com/5752663/best-video-games-2010s-decade/>
- Gaut, B. (2000). "Art" as a Cluster Concept," in: (Edit). N. Carroll. *Theories of Art Today*. Madison: University of Wisconsin Press (25-44)
- Gee, J. P. (2003). *Learning about learning from a video game. Rise of nations*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/228749759_Learning_about_learning_from_a_video_game_Rise_of_nations
- Gee, J. P. (2005). Good video games and good learning. *Phi Kappa Phi Forum*, 85 (2): 33-37

Gee, J. P. (2008). Video games and embodiment. *Games and Culture*, 3 (3-4): 253-263. Sage Publications

Geertz, Cl. (1975). *The interpretation of cultures. Selected essays*. New York: Basic Books, Inc, Publishers

Gelder, K. (2006). *Subcultures. Cultural histories and social practice*. Taylor & Francis e library. Master e-book

Gentile, D. A., Lynch, P. J., Linder, J. R., & Walsh, D. A. (2004). The effects of violent video game habits on adolescent hostility, aggressive behaviors and school performance. *Journal of Adolescence*, 27, 5-22. NIH. DOI: 10.1016/j.adolescence.2003.10.002

Gentile, D. A., Anderson, Cr., A., Saleem, M. & Lim, K. M. (2009). The effects of prosocial video games on prosocial behaviors: international evidence from correlational, longitudinal, and experimental studies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35 (6): 752-763. doi:10.1177/0146167209333045

Geraki, R. M., Recine, N. (2014). Enlightening the galaxy: How players experience political philosophy in Star Wars: The Old Republic. *Games and Culture*, Vol. 9 (4) 255-276. Sage Publications. DOI: 10.1177/1555412014538810

Giovagnoli, M. (2022). *Transmedia storytelling: Imagery, shapes and techniques*. Feedbooks

Gough, Chr. 2020 (Sept 17). Leading gaming markets world widein 2019, by gaming revenue. *Statista*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/308454/gaming-revenue-countries/https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023/>

Goubrey, D. M. (2021). "Game comics: theory and design", in: (Edit) Andr. Rauscher, D. Stein, J. N. Thon. Comics and video games. From hybrid medialities to transmedia expansions. Routledge (45-59)

Green, C. S., & Bavelier, D. (2006). Effect of action video games on the spatial distribution of visuospatial attention. *Journal of Experimental Psychology*, 32, 1465-1478. doi:10.1037/0096-1523.32.6.1465

Greenfield, P. M. (1984). *Mind and media. The effects of television, video games and computer.* Harvard University Press

Greitemeyer, T., & Mügge, D. O. (2014). Video games do affect social outcomes: a meta-analytic review of the effects of violent and prosocial video game play. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 40 (5), 578–589. <https://doi.org/10.1177/0146167213520459>

Gibbons, W. (2009). Blip, bloop, Bach? Some uses of classical music on the Nintendo Entertainment System. *Music and the Moving Image*, 2 (1): 40-52. University of Illinois Press

Gitter, A. A., Ewell, P. J., Guadagno, R. E., Stillman, T. F. & Baumeister, R. F. (2013). Virtually justifiable homicide: the effects of prosocial video games, aggression, and prosocial and hostile cognition. *Aggressive Behavior*, 39: 246-354. DOI: 10.1002/ab.21487

Giloth, C. & Pocock-Williams, L. (1990). A selected chronology of computer art: exhibitions, publications, and technology. *Art Journal*, 49 (3): 283-297. Computers and art: issues of content. CAA. DOI: 10.1080/00043249.1990.10792704

Girard, R. (1974). The plague in literature and myth. *Texas Studies in Literature and Language*, 15 (5): 833-850. University of Texas Press

Godelier, M. (2020). *The imagined, the imaginary and the symbolic.* London & New York: Verso

Gordon, M. M. (1947). “The concept of the subculture and its application”, in: (Edit). K. Gelder & S. Thornton. *The subcultures reader.* (1997). Routledge: London & New York (40-42)

Gough, Chr. (2024). Annual cumulative Fortnite tournament prize pool worldwide from 2018 to 2023. *Statista.* Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1107482/fortnite-tournament-prize-pool/>

Granados, F. N. & Zwagerman, AM. (2020) "The MEDIA Report: Media & entertainment data in America 2015 to 2020" (2020). Pepperdine University, Graziadio Working Paper Series. Paper 27. <https://digitalcommons.pepperdine.edu/graziadiowps/27>

Greitemeyer, T., Brauer, M. & Ossward, S. (2010). Playing prosocial video games increases empathy and decreases schaden freude. *American Psychological Association*, 10 (6): 796-802. DOI: 10.1037/a0020194

Greitemeyer, T., & Mügge, D. O. (2014). Video games do affect social outcomes: a meta-analytic review of the effects of violent and prosocial video game play. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40 (5), 578-589. doi:10.1177/0146167213520459

Griffiths, M. D., Davies, M. N. O. & Chappell, D. (2003). Breaking the stereotype: The case of online gaming. *CyberPsychology and Behavior*, 6 (1): 81-91. Mary Ann Liebert, Inc. DOI: 10.1089/109493103321167992

Guerrero, T. (2007, Jul 7). Sonic makes the Guinness book of records. *Comic Vine*. Retrieved from <https://comicvine.gamespot.com/articles/sonic-makes-the-guinness-book-of-records/1100-133371/>

Hall, St. (1980). "Encoding/decoding", in (Edit.). Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe and Paul Tillis (eds). *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies*. London: Hutchinson, 1980

Hall, St. (2017). "Franchising Empire Parker Brothers, Atari, and the Rise of LucasArts", in: (Edit). S. Guynes & D. Hassler-Forest. *Star Wars and the History of Transmedia Storytelling*. Amsterdam University Press

Hamari, J., Malik, Aqd., Koski, J. & Johri, Ad. (2018). Uses and gratifications of Pokémon Go: Why do people play mobile location-based augmented reality games? *International Journal of Human – Computer Interaction*, 35 (3): 1-16. DOI: 10.1080/10447318.2018.1497115

Hamayon, R. (2016). *Why we play. An anthropological study*. Chicago: HAU Books

Han, B.-Ch. (2021, April 21). The tiredness virus. *The nation*. Retrieved from <https://www.thenation.com/article/society/pandemic-burnout-society/>

Hancock, B. (1992). An introduction to qualitative research. *Trent focus for research and development in primary health care*. Trent focus group

- Harrington, Br. & O Connell, M. (2016). Video games as virtual teachers: prosocial video game use by children and adolescents from different socioeconomic groups is associated with increased empathy and prosocial behavior. *Computers in Human Behavior*, 63: 650-658. DOI: 10.1016/j.chb.2016.05.062
- Harris, D. (2002). *The new media book*. London: BFL Pub
- Harris, Bl. J. & Tulis, J. (Directors). (2020). *Console wars*. Documentary
- Harris, Er. & D. Klebold's videotapes 23/02/2006. Basement Tapes-quotes and transcripts
- Herrick, K. A., Fakhouri, T. H. I., Carlson, S. A. & Fulton, J. E. (2014). Tv watching and computer use in U.S. Youth aged 12-15, 2012. *NCHS Data Brief*, 157: 1-8. U.S. Department of health and human services
- Hilgard, J., Engelhardt, C. R., Rouder, J. N., Segert, I. L., & Bartholow, B. D. (2019). Null effects of game violence, game difficulty, and 2D:4D digit ratio on aggressive behavior. *Psychological Science*, 30, 606–616. <https://doi.org/10.1177/0956797619829688>
- Howarth, J. (2023). *Fortnite user and growth stats 2023. Exploring topics*. Retrieved from <https://explodingtopics.com/blog/fortnite-stats>
- Hsu, H. (2015). How video games changed popular music. *The New Yorker*. Retrieved from <https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/how-video-games-changed-popular-music>
- Hunt, N. (2015). “A utilitarian antagonist: the zombie in popular video games”, in: (Edit). L. Hubner, M. Leaning, P. Manning. *The Zombie renaissance in popular culture*. Palgrave Macmillan (107-123)
- Huizinga, J. (1980). *Homo ludens. A study of the play-element in culture*. London, Boston & Henley: Routledge & Kegan Paul
- Inhelder, B. & Piaget, J. (1958). The growth of logical thinking from childhood to adolescence. *The International Library of Psychology*. Routledge: London & New York

- Inman, Chr., Wright, V. H. & Hartman, J. A. (2010). Use of Second life in K-12 and higher education: A review of research. *Journal of Interactive Online Learning*, 9 (1): 44-63. The University of Alabama
- Irwin, J. (1970). “Notes on the status of the concept subculture”, in: (Edit). K. Gelder & S. Thornton. *The subcultures reader* (1997). Routledge: London & New York (74-75)
- Ivory, J. D. (2015). “A Brief History of Video Games”, in: (Edit). R. Kowert. & T. Quandt. *The Video Game Debate: Unravelling the Physical, Social, and Psychological Effects of Video Games*. Νέα Υόρκη: Routledge (1-21)
- Jang, Sh. & Park, M. (2016). Do new media substitute for old media?: a panel analysis of daily media use. *Journal of Media Economics*, 29 (2), 73-91, DOI:10.1080/08997764.2016.1170021
- Jansz, J. (2015). “Playing out identities and emotions”, in: (Edit). V. Frissen, S. Lammes, M. de Lange, J. de Mul & J. Raessens. *Playful identities*. Amsterdam University Press (267-280)
- Jenkins, H. (2000). Art form for the digital age. *MIT Technology Review*. Retrieved from <https://www.technologyreview.com/2000/09/01/236230/art-form-for-the-digital-age/>
- Jenkins, H. (2001). “Strangers no more, we sing: filking and the social construction of the science fiction fan community”, in: (Edit). L. a. Lewis. *The adoring audience*. London: Routledge. (208-236)
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. Where old and new media collide*. New York University Press
- Jenkins, H. (2012). The art of video games: Interview with Henry Jenkins. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=cBOhr1vTk0>
- Jenkins, H. (2014). Participatory culture: from co creating brand meaning to changing the world. *Participatory culture*, 6 (2): 24-39. Gfkmir. doi 10.2478 / gfkmir-2014-0096
- Jenks, J. (2019). Theme report. A comprehensive analysis and survey of the theatrical and home/mobile entertainmentmarket environment for 2019. MPA

Jones, J. (2012, 30/11). «Sorry MoMA, video games are not art». *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2012/nov/30/moma-video-games-art>

Johnson, D., Gardner, J. & Sweetier, P. (2016). Motivations for videogames play: Predictors of time spent playing. *Computers in Human Behavior*, 63: 805-812. Elsevier

Johnson, St. (2005). *Everything bad is good for you*. England: Penguin books

Jolly, J. (2016). In ‘Screenagers’, What to do about too much screen time. *The New York Times*. Retrieved from <https://archive.nytimes.com/well.blogs.nytimes.com/2016/03/15/in-screenagers-what-to-do-about-too-much-screen-time/>

Kagan, J. (1971). A conception of early adolescence. Twelve to sixteen: early adolescence. *Daedalus*, 100 (4): 997-1072

Kahila, J., Valtonen, T., Tedrel, M., Makitalo, K. & Saarikoski, Ol. (2019). Children’s experiences on learning the 21st-century skills with digital games. *Games and Culture*, XX (X):1-22. Sage. DOI: 10.1177/1555412019845592

Kahne, J., & Middaugh, E. (2008, February). Democracy for some: The civic opportunity gap in high school. *CIRCLE Working Paper 59*. Medford, MA: Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement

Kahne, J., Middaugh, E. & Evans, C. (2009). The civic potential of civic games. The John D. and Catherine T. *Civic Engagement Research Group at Mils College*. MacArthur foundation reports on digital media and learning

Kahne, J., Lee, N.-J., Feezall, J. T. (2013). The civic and political significance of online participatory cultures among youth transitioning to adulthood. *Journal of Information Technology & Politics*, 10 (1): 1-20. <http://dx.doi.org/10.1080/19331681.2012.701109>

Kalogeras, St. (2019). *The practice of transmedia storytelling edutainment in media rich-learning environments*. DOI: 10.4018/978-1-5225-5915-3.ch008

- Katz, El. & Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *The public Opinion Quarterly*, 37 (4): 509-523. Oxford University Press on behalf of the American Association for Public Opinion Research. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1086/268109>
- Kent, St. L. (1995, 17 Sept.). ‘Phantasmagoria’ banned due to game’s violence. *The Seattle Times*. Retrieved from <https://archive.seattletimes.com/archive/?date=19950917&slug=2142084>
- King, G. & Krzywinska, T. (2002). “Computer games/ Cinema/ Interfaces”, in: (Edit). Fr. Mayra. *Proceedings of Computer Games and Digital Cultures Conference*. Tampere University Press (141-153)
- Klimmt, Chr., Hefner, D., Vordere, P. (2009). The video game experience as ‘true’ identification: A theory of enjoyable alterations of players’ self-perception. *Communication Theory*, 19: 351-373. International Communication Association. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2885.2009.01347.x>
- Knezek, G. & Christensen, Rh. (1996). Validating the Computer Attitude Questionnaire (CAQ). Presented to the Southwest Educational Research Association Annual Conference, New Orleans, Louisiana
- Knobel, M. & Lankshear, C. (2008). Remix: The art and craft of endless hybridization. *Journal of Adolescents & Adult Literacy*, 52 (1): 22-33. DOI: 10.1598/JAAL.52.1.3
- Koehler, M. J., Arnold, Br., Greenhalgh, Sp. P. & Bolz, L. Ow. (2017). A taxonomy approach to studying how gamers review games. *Simulation and Gaming*, 48 (3): 363-380. Sage. DOI: 10.1177/1046878117703680
- Kohlberg, L. & Gilligan, C. (1971). The Adolescent as a Philosopher: The Discovery of the Self in a Postconventional World. *Daedalus*, 100 (4): 1051-1086, Twelve to Sixteen: Early Adolescence. The MIT Press
- Kohlberg, L (1975). The cognitive developmental approach to moral education. *The Phi Delta Kappan*, 56 (10): 67-677
- Kohlberg, L. & Hersh, R. H. (1977). Moral development: a review of the theory. *Theory Into Practice*, 16 (2), 53–59. <https://doi.org/10.1080/00405847709542675>

- Kolo, C. & Baur, T. (2004). Living a virtual life: social dynamics of online gaming. *Game Studies The International Journey of Computer Game Research*, 4 (1): 1-30
- Krajewski, P. (2019). «Comment savoir si c'est de l'art? Le cas des jeux vidéo », *Appareil. Open Edition Journals*. <https://doi.org/10.4000/appareil.3301>
- Kristiadi, D. P., Hasanudin, M., Sutrisno, & Suwanto. (2019). The Effect of Adventure Video Games on The Development of Student's Character and Behavior. *International Journal for Educational and Vocational Studies*, 1 (4), 330-334
- Kurt, S. (2020). Kolb's experiential learning theory and learning styles. *Educational Technology*. Retrieved from <https://educationaltechnology.net/kolbs-experiential-learning-theory-learning-styles/>
- Labarre, N. (2021). "Of Pac-men and star raiders: early mutual representations between comics and videogames (1981-1983)", in: (Edit). Andr. Rauscher, D. Stein, J. N. Thon. Comics and videogames. From hybrid medialities to transmedia expansions. Routledge (17-28)
- Lacasa, P., Garcia- Pernia, M.-R. & Nunez, P. (2014, Jan.). *Journal of Education and Training Studies*, 2 (1): 103-116. Red Fame Publishing
- Lamerichs, N. 2018. *Productice fandom: Intermediality and affective reception in fan cultures*. Amsterdam University Press
- Langley, Edw., Fuller, K. (2020). Children's media use. BSA. Colmar Brunton. A Kantar Company
- Laricchia, F. (2023). Devices available to children in the home in the United Kingdom (UK) from 2015 to 2020. *Statista*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/274415/devices-available-to-children-in-the-home-in-the-uk/>
- Larsen, L. J. (2019). Play and gameful movies: The ludification of modern cinema. *Games and Culture*, 14 (5): 455-477. Sage. DOI: 10.1177/1555412017700601
- Latorre, Ol. P. (2013). The European videogame: an introduction to its history and creative traits. *European Journal of Communication*, 28 (2): 136-151. Sage. DOI: 10.1177/0267323113477365

League of legends wiki (n.d.). Retrieved (15 February 2021) from https://leagueoflegends.fandom.com/wiki/League_of_Legends_Wiki

Leavis, F. R. (1930). *Mass civilization and minority culture*. Cambridge

Leggett, S. & Ehren, J. (2015). Childwise report: Trends in media use. *Research Highlights for Children's Online Safety*. CHILDWISE. UKCCIS

Leggett, S. & Ehren, J. (2017). Childwise report: Trends in media use. *Research Highlights for Children's Online Safety*. CHILDWISE. UKCCIS

Lenhart, A., Madden, M., Hitlin, P. (2005). Teens and technology. Youth are leading the transition to a fully wired and mobile nation. *PEW Internet and American Life Project*

Lenhart, A., Kahne, J. Middangh, E., Maggill, A., Evans, C. & Vitak, J. (2008). Teens, videogames and civics. *PEW Internet and American Life Project*

Lenhart, A., Ling, R., Cambell, Sc. & Purcell, Kr. (2010). Teens and mobile phones. M. Communication studies. *PEW Internet and American Life Project*

Len-Rios, M. E., Hughes, H. E., McKee, L. C. & Young, H. N. (2015). Early adolescents as publics: a national survey of teens with social media accounts, their media use preferences, parental mediation, and perceived Internet literacy. *Public Relations Review*, 42 (1): 101-108. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.10.003>

Lerner, J. A. (2014). *Making Democracy Fun: how game design can empower citizens and transform politics*. MIT Press, 2014. ProQuest Ebook Central

Levinson, M. (2007, January). The civic achievement gap. *CIRCLE Working Paper 51*. Medford, MA: Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement

Levy, P. (2005). Collective intelligence, a civilisation: towards a method of positive interpretation. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 18 (3/4): 189-198. Springer. DOI: 10.1007/s10767-006-9003-z

- Lim S. & Lee J. (2009). When playing together feels different: effects of task types and social contexts on physiological arousal in multiplayer online gaming contexts. *Cyberpsychology & Behavior*, 12 (1): 59–61. DOI: 10.1089/cpb.2008.0054
- Lin, X.-L., Lin, H.-W. & Yang, Y. T. (2017). Players' value structure in digital games. *Games and Culture*, 12 (1): 72-99. DOI: 10.1177/1555412015581710
- Livingstone, S. & Bovill, M. (2002). Young people and new media: childhood and the changing media environment. *Summary report of the research project Children, Young People and the Changing Media Environment*. London School of Economics and Political Science
- Looy, J. V. (2010). *Understanding computer game culture: the cultural shaping of a new medium*. Lambert Academic Pub
- Lopez-Fernandez, Fr. J., Mezquita, L., Griffiths, M. D., Ortet, G. & Ibañez, M. I. (2020). The development and validation of the Videogaming Motives Questionnaire (VMQ). *Plos one*, 15 (10): e0240726. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0240726>
- Lopes, P. (2006). Culture and stigma: popular culture and the case of comic books. *Sociological Forum*, 21 (3): 387-414. Springer. DOI: 10.1007/s11206-006-9022-6
- Lule, J. (2016). *Understanding media culture: an introduction to mass communication*. This text was adapted by The Saylor Foundation under a Creative Commons Attribution – Non Commercial – Share Alike 3.0 License without attribution as requested by the work's original creator or licensee
- Lyons, S. (2017). Psychogeography: a way to delve into the soul of a city. *The conversation*. Retrieved from <https://theconversation.com/psychogeography-a-way-to-delve-into-the-soul-of-a-city-78032>
- MacGonigal, J. (2010). *Gaming can make a better world*. Retrieved from https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world
- Madigan, J. (2016). *Getting gamers. The psychology of video games and their impact on the people who play them*. Rowman & Littlefield

Makuch, Ed. (2013). Guinness claims GTA V day-one sales total 11.2 million copies. *G*. Retrieved from <https://www.gamespot.com/articles/guinness-claims-gtav-day-one-sales-total-112-million-copies/1100-6415455/>

Mano, G., Corso, M. De Oliveira Weinmann, Am. (2018). Psychoanalysis and pop culture: myths in the contemporary era. *Psicologia USP*, 29 (1): 78-86. <http://dx.doi.org/10.1590/0103-656420160115>

Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3 (5): 551-558. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0023281>

Markey, P. M., Ferguson, Chr. J. & Hopkins, L. I. (2020). Video game play. Myths and benefits. *American Journal of Play*, 13 (1): 87-106

Marshmello. (2019, 2 February). Marshmello Holds First Ever Fortnite Concert Live at Pleasant Park. [Video]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=NBsCzN-jfvA>

Mäyrä, F., 2008. *An Introduction to Game Studies*. London: SAGE Publications Ltd.

Maxwell, J. (2008). "Designing a qualitative research", in: L. Bickman & D. J. Rog (Edit.) *The SAGE handbook of applied social research methods*. Sage Publications (p.214-253). Doi 10.4135/9781483348858.n7. (214-253)

Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative research design. An interactive approach. Applied social research methods series*. Sage Publications

McIntosh, H., Hart, D. & Youniss, J. (2007). The influence of family political discussion on youth civic development: which parent qualities matter? *PS: Political Science and Politics*, 40 (3): 495-499. Cambridge University Press. doi:10.1017/S1049096507070758

McMillan, D.W. & Chavis, D. (1986, January). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14 (1): 6-23. DOI: 10.1002/1520-6629(198601)14:13.0.CO;2-I

McQuail, D. (2010). *Mass communication theory*. 6th Edition. Sage Publications Ltd.

Mead, M. (1928). *Coming of age in Samoa. A psychological study of primitive youth for western civilization*. New York: W. Morrow and Company. On openlibrary.org.

Moriarty Br. (2013, 07/03). A designer's take: MoMA is wrong to pretend video games are art. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2013/mar/07/designer-says-moma-wrong-on-video-games-art>

Morley, Al. (2023). 10 most complex npc characters in video games. *Whatculture*. Retrieved from <https://whatculture.com/gaming/10-most-complex-npcs-in-video-games>

Mullan, K. (2018). Technology and children's screen-based activities in the UK: the story of the millennium so far. *Child Indicator Research*, 11 (6): 1781-1800. Springer: The International Society of Child Indicators (ISCI). DOI: 10.1007/s12187-017-9509-0

Murray, S. (2005). High art/low life: The art of playing Grand Theft Auto. *PAJ. A Journal of Performance and Art*, 27 (2): 91-98. The MIT Press. DOI: 10.1162/1520281053850866

Muriel, D. & Crawford, G. (2020). Video games and agency in contemporary society. *Games and Culture*, 15 (2): 138-157. University of Salford, Manchester. DOI: 10.1177/1555412017750448

Mysirlaki, S. (2019). Investigating virtual teams in massively multiplayer online games (MMOGs): an integrated model for virtual team effectiveness. Thesis. University of Piraeus

Nardone, R. (2017). Videogames between ethics and politics. *Journal of Theories and Research in Education*, 12 (2): 41-55. <https://doi.org/10.6092/issn.1970-2221/7072>

Nagorsnick, M. & Marten, Al. (2015). Music as active information resource for players in video games. 12th International Conference on Cognition and Exploratory Learning in Digital Age (CELDA 2015)

Ndalianis, Ang. (2012). *The horror sensorium. Media and the senses*. McFarland and company, Inc.

Nebel, St., Scheider, S. & Rey, G.T. (2016). Mining learning and crafting scientific experiments: a literature review on the use of Minecraft in education and research. *Educational Technology & Society*, 19 (2), 355–366

Neys, J., Jansz, J. (2019). “Engagement in play, engagement in politics: playing political video games”, in: (Edit). Glas, R., S. Lammes, M. de Lange, J. Raessens, and I. de Vries. *The Playful Citizen. Civic Engagement in a Mediatized Culture*. Amsterdam: Amsterdam University Press.doi: 10.5117/9789462984523/ch02 (36-55)

Oldenbury, R. (1989). *Great good place. Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons and other hangouts at the heart of a community*. N.Y.: Marlowe and Company

Olson, Ch., Kutner, L. (2008). The role of violent video game content in adolescent development: boys’ perspectives. *Journal of Adolescent Research*, 23 (1): 66-75. Sage Publications. DOI: 10.1177/0743558407310713

Olson, Ch. (2010). Children’s motivations for video game play in the context of normal development. *Review of General Psychology*, 2 (14): 180–187. American Psychological Association. DOI: 10.1037/a0018984

Ofcom (2014). Children and parents: Media use and attitudes report. Retrieved from http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/media-use-attitudes-14/Childrens_2014_Report.pdf

Ofcom (2019). Children and parents: Media use and attitudes report. Retrieved from https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0027/134892/Children-and-Parents-Media-Use-and-Attitudes-Annex-1.pdf

Ofcom (2020).Children’s media lives in life in lockdown. Retrieved from https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0024/200976/cml-life-in-lockdown-report.pdf

O Philippe, Al. (2013). Why pop culture? TEDxMileHigh. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=u_3UYncNwz4

Padilla-Walker, L. M., Coyne, S. M., Fraser, Ashl. M. (2012). Getting a high-speed family connection: associations between family media use and family connection. *Family Relations*, 61 (3): 426-440. Ncfr. National Council on Family Relations. DOI: 10.1111/j.1741-3729.20

Pagnotti, J. Ch. (2012). The effects of civics-based video games on middle school students' civic engagement. Electronic Theses and Dissertations, 2004-2019. 2231. University of Central Florida. Stars

Patriarca, Al. di Giuseppe, G., Albano, L. Marinelli, P., Angelillo, F. (2009). Use of television, videogames and computer among children and adolescents in Italy. *BMC Public Health*, 9 (139): 1-10. Doi:10.1186/1471-2458-9-139

Pearson, R. (2017). "World-building logics and copyright. The dark knight and the great detective", in: (Edit.). M., Boni. World-building, transmedia, fans, industries. Amsterdam University Press (109-128)

Pedrovay2003. (2009). Expanded universes: Sonic the hedgehog comics and cartoon. *deconstructoid*. Retrieved from <https://www.deconstructoid.com/expanded-universes-sonic-the-hedgehog-comics-and-cartoon/>

Pense, H. I. (2012). Teaching with transmedia. *Journal of Educational Technology Systems*, 40 (2): 131-140. DOI: 10.2190/ET.40.2.d

Perron, B. (2015). *Silent Hill. The terror engine*. University of Michigan Press. Digitalculturebooks

Piaget, J. (1960). *The psychology of intelligence*. Littlefield, Adams & Co.

Piaget, J. (2004). *The moral judgement of the child*. Glencoe, Illinois: The Free Press. Digital Publication

Picard, M. (2008). "Video games and their relation to other media", in: (Edit). M. J. P. Wolf. The video game explosion: a history from Pong to playstation and beyond. USA: Greenwood Press (1-9)

Piter, W., Loeneto, B. A., Jaya, H. P. (2018). Corellation between students' preferences on their teachers' code-switching and reading comprehension performance. *The Journal of English Literacy Education*, 5 (2): 182-193. <https://doi.org/10.36706/jele.v5i2.7249>

Poels, Y., deKort, Yv., Ijsselsteijn, W. (2012). Identification and categorization of digital game experiences: A qualitative study integrating theoretical insights and player perspectives. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 9 (1):107-129. DOI: 10.16997/wpcc.153

Poole, Sy. (2007). *Trigger happy. Videogames and the entertainment revolution*. Download edition from [http:// stevenpoole.net/](http://stevenpoole.net/)

Pratt, Ch. J. (2010). The art history... of games? Games as art may be a lost cause. *Game Developper. Informa*. Retrieved from <https://www.gamedeveloper.com/pc/the-art-history-of-games-games-as-art-may-be-a-lost-cause>

Prescott, A. T., Sargent, J. D., & Hull, J. G. (2018). Metaanalysis of the relationship between violent video game play and physical aggression over time. Proceedings of the National Academy of Sciences. *Psychological and Cognitive Sciences*, 115 (40): 9882-9888. <https://doi.org/10.1073/pnas.1611617114>

Przybylski, Andr. K., Rigby, C. Sc., Ryan, R. M. (2010). A motivational model of video game engagement. *Review of General Psychology*, 14 (2): 156-166. American Psychological Association. DOI: 10.1037/a0019440

Przybylski, A. (2014). Electronic gaming and psychosocial adjustment. *Pediatrics*, 134 (3). Doi: 10.1542/peds.2013-4021

Putman, R. D. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. N. Y.: Simon & Schuster Paperbacks

Qin, H., Rau, P.-L., P., & Salvendy, G. (2009) Measuring player immersion in the computer game narrative. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 25 (2): 107-133, DOI: 10.1080/10447310802546732

Quintana, J. G., Osuna-Acedo, S. (2020). Transmedia Practices and Collaborative Strategies in Informal Learning of Adolescents. *Social sciences*, 9 (92): 1-17. doi:10.3390/socsci9060092

- Raessens, J. (2019). “Collapsus, or how to make players become ecological citizens”, in: (Edit). Glas, R., S. Lammes, M. de Lange, J. Raessens, and I. de Vries. *The Playful Citizen. Civic Engagement in a Mediatized Culture*. Amsterdam: Amsterdam University Press. doi: 10.5117/9789462984523/ch02 (92-120)
- Raphael, Ch. Bachen, Chr., Lynn, K. M., Baldwin-Philippi, J. & McKee, Kr., A. (2010). Games for civic learning: a conceptual framework and agenda for research and design. *Games and Culture*, 5 (2): 199-235. Sage. DOI: 10.1177/1555412009354728
- Rauscher, Andr., Stein, D. & Thon, J.-N. (2021). “Introduction”, in: (Edit.). Andr. Rauscher, D. Stein & J-N. Thon. *Comics and videogames. From hybrid medialities to transmedia expansions*. London & New York: Routledge (1-14)
- Rausche, P., Schlomann, Ann., Mertens, Al. (2017). Who Is Still Playing Pokémon Go? A Web-Based Survey. *JMIR Serious Games*, 5 (2):e7. <https://doi.org/10.2196/games.7197>
- Re, V. (2017). “The monster at the end of this book”, in: (Edit.). M. Boni *World building, transmedia, fans, industries*. Edit. M. Boni. Amsterdam University Press. (321-342)
- Rideout, V. J., (2015). *The Common Sense Census: Media use by tweens and teens*. THRIVE Foundation for Youth
- Rideout, V.J., Foehr, U.G. & Roberts, D.F. (2010). *Generation M. Media in the lives of 8-to18-Year-Olds. A Kaiser Family Foundation Study*. The Henry Kaiser Family Foundation
- Riot games (2024). *League of legends*. Riot Games. Retrieved from <https://www.leagueoflegends.com/el-gr/champions/>
- Ritzer, G. (2010). *The McDonaldization of society*. Pine Forge Press: USA. Digitized by the Internet Archive
- Roberts, F. R. & Foehr, Ul. (2008). Trends in media use. *Future Child*, 18 (1):11-37. doi: 10.1353/foc.0.0000. PMID: 21338004
- Roberts, K. (2019). *Youth and leisure*. Rouldege library editions: Leisure Studies. Taylor and Francis Group: London & New York

- Roeder, K. (2008). Looking high at low and comic art. *American Art*, 22 (1): 2-9. The University of Chicago Press on behalf of the Smithsonian American Art Museum
- Romualdo, S. (2015). Videogame art and the legitimation of videogames by the art world. xCoAx 2015 *Computation, Communication, Aesthetics and X*. 25-26 June, Glasgow
- Romualdo, S. (n.d.). Playable Art: Towards the Legitimization of Videogames as an Art Form. Fine Arts College at the University of Porto, PORTUGAL. Retrieved from https://www.academia.edu/9203896/Playable_Art_Towards_the_Legitimization_of_Videogames_as_an_Art_Form
- Rosenberg, R. S., Baughman, S. L., Bailenson, J. N. (2013). Virtual superheroes: using superpowers in virtual reality to encourage prosocial behavior. *PLoS ONE* 8(1): e55003. doi:10.1371/journal.pone.0055003
- Rousseau, Z. Z. (1889). *Emile; Or, concerning education*. Boston: D.C. Heath and Company
- Rousse III, R. (2009). "Approaching the genre. Match made in hell: the inevitable success of the horror genre in video games", in B. Perron (Edit.). *Horror video games. Essays on the fusion of fear and play*. McFarland Company (13-25)
- Rushkoff, D. (2009). "Renaissance now! The gamers' perspective", in: (Edit.). J. Raessens, M. van den Boomen, S. Lammes, An.-S. Lehmann, M.T. Schafer. *Digital material. Tracing new media in everyday life and technology*. Amsterdam University Press (173-184)
- Ruxton, M. M. (2017, April). Femina sacra beyond borders: Agamben in the 21st century. *Theory & Event*, 20 (2): 450-470. John Hopkins University Press
- Ryan, R. M., Rigby, C. Sc. & Przybylski, Andr. (2006). The motivational pull of video games: a self-determination theory approach. *Motivation and Emotion*, 30 (4): 344-360. DOI 10.1007/s11031-006-9051-8
- Ryan, M.-L. (2015). Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience?. *Storyworlds: A Journal of Narrative Studies*, 7 (2): 1-19. Transmedial Worlds in Convergent Media Culture University of Nebraska Press

- Saez-Lopez, J.-M., Miller, J., Varquez-Cano, Est., Dominguez-Garrid, M.-C. (2015). Exploring application, attitudes and integration of video games: MinecraftEdu in middle school. *Educational Technology and Society*, 18 (3): 114-128
- Salen, K. & Zimmerman, Er. (2004). *Rules of play – Game design fundamentals*. USA: MIT
- Sandell, L. (2016). Television viewing in Finland 2015. Finnpanel
- Sanders, B., Atkinson, S., Dowland, P. Furnell, S. & Papadaki, M. (2011). Emerging opportunities and risks in massively multiplayer online role playing games. EU kids. Online 2 Final Conference
- Savage, J. (2007). Teenage. *The creation of youth 1875-1945*. Published by Chatto and Windus: Great Britain
- Schell, J. (2008). *The art of game design. A book of lences*. Elsevier: USA
- Schiller, M. (2018). “Transmedia storytelling: New practices and audiences”, in: (Edit). I. Christie & An. Van den Oever. *Stories*. Amsterdam University Press
- Schmitt, St. (2007). Half a century of digital gaming: ‘Game on’, at the science museum, 21 October 2006-25. *Technology and Culture*, 48 (3): 582-588. The Johns Hopkins University Press
- Scolari, C. A., Masanet, M.-J., Guerrero-Pico, M., Establés, M.-J. (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: Teens’ transmedia skills and informal learning strategies. *El Profesional de la Información*, 27 (4): 801-812. DOI: 10.3145/epi.2018.jul.09
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3: 586-606. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477/336>
- Scott, Travis. (2020, 26 April). Travis Scott and Fortnite Present: Astronomical [Full Event Video]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=wYeFA1VC8qU>
- Seay, A. F., Jerome, W. J., Lee, K. S. & Kraut, R. E. (2004). Project massive: a study of online gaming communities. Late breaking result paper. Human Computer Interaction Institute. *CHI*. Vienna, Austria

Sedman, D., Clark, R. (2013). New screen order: how video games are changing cinema interiority. *The Cine-Files*, 5: 1-12

Servideo, Z. (2016). Gamemakers spent nearly \$630M on tv ads in 2015. *GamesBeat*. Retrieved from <https://venturebeat.com/games/gamemakers-spent-nearly-630m-on-tv-ads-in-2015/>

Sefton-Green, J. (2006). Youth, technology and media cultures. Special issue on rethinking learning: What counts as learning and what learning counts. *Review of Research in Education*, 30: 279-306. American educational research association. DOI: 10.3102/0091732X030001279

Shadowfrax (2018, August 11). Why do we love survival games? An analysis [Video]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Gn2YeRX00ZA>

Shaffer, D. W. & Bagley, El. A. S (2011). "Promoting civic thinking through epistemic game play", in: (Edit.). Ferdig, R. Discoveries in gaming and computer-mediated situation: new interdisciplinary applications. DOI:[10.4018/978-1-60960-565-0.ch007](https://doi.org/10.4018/978-1-60960-565-0.ch007) (112-127)

Shaw, Adr. (2010). What is video game culture? Cultural studies and game studies. *Games and Culture*, 5 (4): 403-424. Sage. DOI: 10.1177/1555412009360414

Sherrod, L. R., Flanagan, C., & Youniss, J. (2002). Dimensions on citizenship and opportunities for youth development: The what, why, when, where, and who of citizenship development. *Applied Developmental Science*, 6, 264-272

Sherry, J. L., Greenberg, Br., S., Lucas, Kr., Lachlan, K.A. (2006). "Video game uses and gratifications as predictors of use and game preference", in: (Edit). P. Vorderer & J. Bryant Playing video games: motives, responses and consequences. LEA. Roulledge. <https://doi.org/10.4324/9780203873700> (213-224)

Shoshani, An., Barverman, Sh. & Marow, G. (2021). Video games and close relations: attachment and empathy as predictors of children's and adolescent's video game social play and socio-emotional functioning. *Computes in Human Behavior*, 114: 1-12. Elsevier

Shoshani, An. & Krauskopf, M. (2021). The fortnite social paradox: the effects of violent cooperative multi-player video games on children's basic psychological needs and prosocial behavior. *Computers in Human Behavior*, 166: 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106641>

Silver Entertainment. (2018, 27 March). Ariana Grande Concert! | Roblox. [Video]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=86ZF_Z1WGlw

Simkins, D. W. & Steinkuehler, C. (2008). Critical ethical reasoning and role-play. *Games and Culture*, 3 (3-4): 1-23. <https://doi.org/10.1177/1555412008317313>

Siwek, St. E. (2014). Video games in the 21th century. The 2014 report. ESA. Retrieved from https://www.igea.net/wp-content/uploads/2014/11/VideoGames21stCentury_2014.pdf

Southern, M. (2001). The cultural study of games: more than just games. IGDE lecture during the Game Developers Conference Europe

Smithsonian American Art Museum, «The Art of Video Games», SAAM. Retrieved from: <https://americanart.si.edu/exhibitions/games>.

Snell, P. (2010). Emerging adult civic and political disengagement: A longitudinal analysis of lack of involvement with politics. *Journal of Adolescent Research*, 25 (2): 258–287. Sage Publications. <https://doi.org/10.1177/0743558409357238>

Sharp, Cr. (2017). *Geeks in vogue: Top ten cinematic nerds*. Retrieved from <https://www.imdb.com/news/ni2221027/>

Sony Interactive Entertainment (2024). Business, data and sales. Playstation. Hardware. Sony Interactive Entertainment. Retrieved from <https://sonyinteractive.com/en/our-company/business-data-sales/>

Statista. (2023). Video games-worldwide. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/worldwide>

Stevens, Reed, Tom Satwicz, and Laurie McCarthy. (2008). "In-Game, In-Room, In-World: Reconnecting Video Game Play to the Rest of Kids' Lives", In: (Edit.). K. Salen. *The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press. doi: 10.1162/dmal.9780262693646.04 (41-66)

Strokes, B. & Williams, Dm. (2018). Gamers who protest: small group play and social resources for civic action. *Games and Culture*, 13 (4): 327-348. Sage. <https://doi.org/10.1177/1555412015615770>

Squire, K. (2008). "Open-ended video games: A model for developing learning for the interactive age", in: (Edit.). K. Salen. *The ecology of games: Connecting youth, games, and learning*. Cambridge, MA: MIT Press (167-198)

Spiers, J. Rubin, R. (2012). The eight worst tv shows inspired by videogames in television history

Steinkuehler, D., & Duncan, S. (2008). Scientific habits of mind in virtual worlds. *Journal of Science Education and Technology*, 17, 530–543. doi:10.1007/s10956-008-9120-8

Stenros, J. (2017). The game definition game: a review. *Games and Culture*, 12 (6): 499-520. Sage. DOI: 10.1177/1555412016655679

Strokes, B., Williams, Dm. (2018). Gamers who protest: Small - group play and social resources for civic action. *Games and Culture*, 13(4): 327-348). Sage Publications. <https://doi.org/10.1177/1555412015615770>

Stuart, K. (2020). More than 12m players watch Travis Scott concert in Fortnite. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/games/2020/apr/24/travis-scott-concert-fortnite-more-than-12m-players-watch>

Skorik, M. M. & Kwan, G. (2011). Do facebook and videogames promote political participation among youth? *GeDEM - eJournal of eDemocracy and Open Government*, 3 (1): 70-79. DOI: 10.29379/jedem.v3i1.49

Suits, B. H. (1978). *The grasshopper: games, life and utopia*. Toronto, Buffalo: University of Toronto Press

Sundar, Sh. & Limperos, Ant. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57 (4): 504-525, DOI:10.1080/08838151.2013.845827

Suter, L., Waller, G., Bernath, J., Kulling, C., Willemse, I., & Suss, D. (2018). *JAMES-Jugend, Aktivitäten, Medien-Erhebung Schweiz*. Zurich. Zurcher Hochschule fur Angewandte Wissenschaften

Taber, K. S. (2018). The use of Cronbach's Alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Res Sci Educ*, 48:1273-1296. CrossMark. DOI 10.1007/s11165-016-9602-2

Tamborini, R. Grizzard, M., Bowman, N. D., Reinecke, L. Lewis, R. J. & Eden, Al. (2011). Media enjoyment as need satisfaction: the contribution of hedonic and nonhedonic needs. *Journal of Communication*, 61 (2011): 1025–1042. International Communication Association. doi:10.1111/j.1460-2466.2011.01593.x

Tavinor, Gr. (2008). Definition of videogames. *Contemporary Aesthetics*, 6 (16): 1-21

Tavinor, Gr. (2011). Video games as mass art. *Contemporary Aesthetics*, 9 (9): 1-16

Tavinor, Gr. (2009). *The art of videogames*. Willey-Blackwell Publications

Teng, Zh., Nie, Q., Liu, Q., Guo, Ch. (2018). Is prosocial video game exposure related to prosociality? An ERP study based on a prosocial help need decision task. *Computers in Human Behavior*, 78:30-39. DOI: 10.1016/j.chb.2017.10.014

The arcade blogger. (2021). *Anatomy of arcade high score tables*. Retrieved from <https://arcadeblogger.com/2021/01/31/anatomy-of-arcade-high-score-tables/>

Therry, J. L. (2007). Violent video games and aggression: Why can't we find links? In (Edit.). R. Preiss, B. Gayle, N. Burrell, M. Allen, & J. Bryant. *Mass media effects research: Advances through meta-analysis*. Mahwah, NJ: Erlbaum (231-248)

TNS-PUBLIC OPINION MONITORING UNIT (2014, April). Flash eurobarometer of the European Parliament (EP EB 395). European youth in 2014. Analytical Synthesis

Tsakiridou, E., Kakalopoulou, G., Karamanidou, A., Papadopoulou, O., & Tziouvara, M. (2014). Economic crisis and Education in Greece. *MENON. Journal of Educational Research*, (3): 5-25. University of Western Macedonia

Turkle, Sh. (2005). *The second self: Computers and the human spirit*. The MIT Press. London

Turner, V. 1969. *The ritual process: Structure and anti-structure*. Chicago: Aldine Publishing

Twenge, J. M. Martin, G. N., Spitzberg, BR. H. (2019). Trends in U.S. Adolescents Media Use, 1976-2016. The rise of digital media, the decline of tv, and the (near) demise of print. American Psychological Association

Van Elferen, Is. (2011). ¡Un forastero! Issues of virtuality and diegesis in videogame music. *Music and the Moving Image*, 4 (2): 30-39. University of Illinois Press. <https://doi.org/10.5406/musimoviimag.4.2.0030>

Valery, P. (1931). *Regards sur le monde actuel*. Librairie stock. Paris: Delamain et Boutelleau

Veerapen, M. (2013). Where do virtual worlds come from? A genealogy of Second Life. *Games and Culture*, 8 (2): 98-116. Sage. DOI: 10.1177/1555412013478683

Vella, K., Johnson, D., Cheng, V. W. Sh., Davenport, Tr., Mitchell, J., Klarkowski, Philips, C. (2019). A sense of belonging: Pokemon Go and social connectedness, *Games and Culture*, 14 (6): 583-603. Sage. DOI: 10.1177/1555412017719973

VGChartz (2006-2024). Sonic the Hedgehog. VGChartz. <https://www.vgchartz.com/game/6427/sonic-the-hedgehog/sales>

Vogels, E. A., Gelles-Watnick, R., & Massarat, N. (2022). Teens, social media and technology. Pew Resaarch Center

Vygotsky, L. S. (2016). Play and its role in the mental development of the child. *International Research in Early Childhood Education*, 7 (2): 3-25

Wadsworth, N. D. (2017). Awakening the ‘walking dead’: zombie pedagogy for millennials. *Radical Teacher. A socialist, feminist, and anti-racist journal on the theory and practice of teaching*, 107: 4-13. DOI 10.5195/rt.2017.260

Wall, T. (2003). *Studying popular music culture. Studying the media*. New York: Oxford University Press

- Wan, G. & Gut, D. (2008). Roles of media and media literacy education: lives of Chinese and American adolescents. *New horizons in education*, 56 (2): 28-42
- Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Suter, L., Oppliger, S., Huber, A-L. & Suss, D. (2014). *JAMES-Jugend, Aktivitäten, Medien-Erhebung Schweiz*. Zurich. Zurcher Hochschule fur Angewandte Wissenschaften
- Williams, R. (1998). "The analysis of culture", in: (Edit.). J. Storey. Culture theory and popular culture. The University of Georgia Press (48-56)
- Williams, D., Yee, N., Caplan, S. E. (2008). Who plays, how much, and why? Debunking the stereotypical gamer profile. *Journal of Computer-mediated Communication*, 13 (4): 993-1018. DOI:10.1111/j.1083-6101.2008.00428-
- Williams, J., Kirschner, D. & Suhaimi-Broder, Z. (2014). Structural roles in massively multiplayer online games: A case study of guild and raid leaders in World of Warcraft. *Studies in Symbolic Interaction*, 43: 121-142. DOI. 10.1108/S0163-239620140000043016
- Williams, Dm. (2005). A brief social history of game play. Conference: Digital Games Research Conference
- Wolf, M. J. P., & Perron, B. (2003). An introduction to the video game theory. *Formats. Revista de Comunicacio Audiovisual*, 1-25. Universitat Pompeu Fabra
- Wolf, M. J. P. (2017), "Beyond immersion. Absorption, saturation, and overflow in the building of imaginary worlds", in: (Edit.). M. Boni. World building. Transmedia, fans, industries. Amsterdam University Press
- Wood, R. T. A., Griffiths, M. D., Chappell, D. Davies, M. N. O. (2004). The structural characteristics of video games: a psycho structural analysis. *CyberPsychology and Behavior*, 7 (1): 1-10. Mary Ann Liebert, Inc. DOI: 10.1089/109493104322820057
- Wulf, T. & Schneider, Fr. M., Beckert, St. (2020). Watching players: an exploration of media enjoyment on Twitch. *Games and Culture*, 15 (2): 328-346. Sage. DOI: 10.1177/1555412018788161

Wymann, A. (2014.) “He was a psychiatrist, so people listened”. Fredric Werthman’s psychopathology of comic books-Leading the anti-comics movement of the late 1940s. *Thought Ballon*. Retrieved from <http://www.wymann.info/comics/025-Wertham1940s.html>

Yahoda, M. & Warren, N. (1965). The myths of youth. *Sociology of Education*, 38 (2): 138-149. American Sociological Association. <https://doi.org/10.2307/2112196>

Yang, Y.-T. C. (2012). Building virtual cities, inspiring intelligent citizens: Digital games for developing students’ problem solving and learning motivation. *Computers and Education*, 59: 365- 377. Elsevier. doi:10.1016/j.compedu.2012.01.012

Yeates, R. (2021). *American cities in post-apocalyptic science fiction*. UCL Press

Yee, N. (2006). The psychology of massively multi-user online role-playing games: motivations, emotional investment, relationships and problematic usage, in (Edit.). R. Schroeber & A. Axelsson. *Avatars at work and play: collaboration and interaction in shared virtual environments*. London., Springer. *Computer Supported Cooperative Work*, 34. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/1-4020-3898-4_9 (187-207)

Yee, N. (2007). Motivations of play in online games. *Journal of CyberPsychology and Behavior*, 9: 772-775. DOI: 10.1089/cpb.2006.9.772

Ziwei, P. (2020). Travis Scott reportedly earned \$20 million from ‘Fortnite’ event.*NME*. Retrieved from <https://www.nme.com/news/gaming-news/travis-scott-earned-20million-fortnite-concert-event-2829792>

Παράρτημα

A.



Ο Δημήτρης με περικεφαλαία (1952), Νίκη Καραγάτση



Ο σαλίγκαρος (1930), Δήμος Μπραέσας



Know your roots (2011), Jasinsky



Λαϊκά παιχνίδια (1937), Νίκος Χατζηκυριάκος-Γκίκας



Gamer (2016), Michael Greese

B.



Γ.

Γεια σας, παιδιά! Κάνω μία έρευνα για να μάθω πώς περνάτε τον ελεύθερο χρόνο σας και τι σας αρέσει. Με ενδιαφέρουν, ακόμα, ιδιαίτερα τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και οι εμπειρίες που αυτά σας προσφέρουν.

A. Μέρος

1. Συμπλήρωσε την ηλικία σου:

Βάλε V στην απάντηση που σου ταιριάζει

2. Φύλο: Κορίτσι Αγόρι

3. Περιοχή: Αστική Αγροτική

4. Έχεις αδέρφια; Ναι Όχι

5. Ο πατέρας σου έχει ολοκληρώσει: Γυμνάσιο Λύκειο
 Πανεπιστήμιο Κανένας δεν συμπληρώνει
 Τεχνική Σχολή τον ρόλο του πατέρα στην οικογένεια

6. Η μητέρα σου έχει ολοκληρώσει: Γυμνάσιο Λύκειο
 Πανεπιστήμιο Καμία δεν συμπληρώνει
 Τεχνική Σχολή τον ρόλο της μητέρας στην οικογένεια

7. Σημείωσε τι από τα ακόλουθα έχεις
; Κονσόλα παιχνιδιού Dvd player
 Η/Υ (laptop ή σταθερό) Cd player
 Ραδιόφωνο Τηλεόραση
 Κινητό τηλέφωνο Συνδρομητική τηλεόραση
(τύπου smartphone, iphone) (π.χ. Netflix)

B. Μέρος

Βάλε V στην απάντηση που σου ταιριάζει

8. Στον ελεύθερο χρόνο σου, τι συνηθίζεις να κάνεις από τα ακόλουθα;

Παίζω ηλεκτρονικά παιχνίδια ΝΑΙ ΌΧΙ

Πηγαίνω κινηματογράφο ΝΑΙ ΌΧΙ

Ακούω μουσική
Διαβάζω κόμικς
Βλέπω τηλεόραση

<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ

9. Τι προτιμάς να κάνεις από τα ακόλουθα;

- να βλέπεις τηλεόραση ____ ή να παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια ____
- να παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια ____ ή να πηγαίνεις κινηματογράφο ____
- να διαβάζεις κόμικς ____ ή να παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια ____
- να ακούς μουσική ____ ή να παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια ____
- να βλέπεις τηλεόραση ____ ή να πηγαίνεις κινηματογράφο ____
- να πηγαίνεις κινηματογράφο ____ ή να διαβάζεις κόμικς ____
- να διαβάζεις κόμικς ____ ή να ακούς μουσική ____
- να βλέπεις τηλεόραση ____ ή να διαβάζεις κόμικς ____
- να βλέπεις τηλεόραση ____ ή να ακούς μουσική ____
- να πηγαίνεις κινηματογράφο ____ ή να ακούς μουσική ____

10.α. Πόσο συχνά βλέπεις τηλεόραση;

<input type="checkbox"/>	Το Σαβ/κο	<input type="checkbox"/>	2-3 φορές την εβδομάδα
<input type="checkbox"/>	Κάθε μέρα	<input type="checkbox"/>	2-3 φορές τον μήνα
<input type="checkbox"/>	Δεν βλέπω	<input type="checkbox"/>	Άλλο

Διευκρίνισε _____

10.β. Όταν βλέπεις τηλεόραση, πόση ώρα βλέπεις συνήθως;

<input type="checkbox"/>	05 με 30 λεπτά	<input type="checkbox"/>	Μισή με μία ώρα
<input type="checkbox"/>	Μία με δύο ώρες	<input type="checkbox"/>	Πάνω από δύο ώρες

10.γ. Όταν σου αρέσει μια ταινία, αναζητάς μετά:

Το αντίστοιχο βιντεοπαιχνίδι ΝΑΙ ΌΧΙ

11.α. Πόσο συχνά ακούς μουσική;

<input type="checkbox"/>	Το Σαβ/κο	<input type="checkbox"/>	2-3 φορές την εβδομάδα
<input type="checkbox"/>	Κάθε μέρα	<input type="checkbox"/>	2-3 φορές τον μήνα
<input type="checkbox"/>	Δεν ακούω	<input type="checkbox"/>	Άλλο

Διευκρίνισε _____

11.β. Όταν ακούς μουσική, πόση ώρα ακούς συνήθως;

<input type="checkbox"/>	05 με 30 λεπτά	<input type="checkbox"/>	Μισή με μία ώρα
<input type="checkbox"/>	Μία με δύο ώρες	<input type="checkbox"/>	Πάνω από δύο ώρες

11.γ. Γράψε μου τι μουσική προτιμάς (π.χ. ραπ, ποπ, ηλεκτρονική, χιπ χοπ): _____

12.α. Πόσο συχνά πήγαινες κινηματογράφο πριν από την πανδημία;

<input type="checkbox"/>	Το Σαβ/κο	<input type="checkbox"/>	1 φορά την εβδομάδα
<input type="checkbox"/>	1 φορά τον μήνα	<input type="checkbox"/>	2-3 φορές τον μήνα
<input type="checkbox"/>	Δεν πήγαινα	<input type="checkbox"/>	Άλλο

Διευκρίνισε _____

12.β. Πόσο συχνά βλέπεις ταινίες;

<input type="checkbox"/>	Το Σαβ/κο	<input type="checkbox"/>	2-3 φορές την εβδομάδα
<input type="checkbox"/>	Κάθε μέρα	<input type="checkbox"/>	2-3 φορές τον μήνα
<input type="checkbox"/>	Δεν βλέπω	<input type="checkbox"/>	Άλλο

Διευκρίνισε _____

12.γ. Γράψε μου τι ταινίες προτιμάς να παρακολουθείς (π.χ. περιπέτειες, φαντασίας)

12.δ. «Μου αρέσει να βλέπω ταινίες σε...»: (Επίλεξε όσες απαντήσεις θες)

<input type="checkbox"/>	κινηματογράφο	<input type="checkbox"/>	υπολογιστή
<input type="checkbox"/>	τηλεόραση	<input type="checkbox"/>	τάμπλετ
<input type="checkbox"/>	κινητό	<input type="checkbox"/>	Άλλο

Διευκρίνισε _____

12.ε. Χωρίς να υπολογίζεις τον χρόνο για το σχολείο και για τα σχολικά μαθήματα, πόση ώρα ήσουν μπροστά σε μια οθόνη (π.χ. σε υπολογιστή, τηλεόραση, τάμπλετ, κινητό) χτες;

Συμπλήρωσε: «Χτες ήμουν _____ ώρες μπροστά σε μια οθόνη».

13.α. Πόσο συχνά διαβάζεις κόμικς, σε έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή;

<input type="checkbox"/>	Το Σαβ/κο	<input type="checkbox"/>	2-3 φορές την εβδομάδα
<input type="checkbox"/>	Κάθε μέρα	<input type="checkbox"/>	2-3 φορές τον μήνα
<input type="checkbox"/>	Δεν διαβάζω	<input type="checkbox"/>	Άλλο

Διευκρίνισε _____

13.β. Όταν διαβάζεις κόμικς, πόση ώρα διαβάζεις συνήθως;

<input type="checkbox"/>	05 με 30 λεπτά	<input type="checkbox"/>	Μισή με μία ώρα
<input type="checkbox"/>	Μία με δύο ώρες	<input type="checkbox"/>	Πάνω από δύο ώρες

13.γ. Γράψε μου τον αγαπημένο σου κόμικ ήρωα _____

14.α. Πόσο συχνά παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια;

<input type="checkbox"/>	Το Σαβ/κο	<input type="checkbox"/>	2-3 φορές την εβδομάδα
<input type="checkbox"/>	Κάθε μέρα	<input type="checkbox"/>	2-3 φορές τον μήνα

Δεν παίζω Άλλο
Διευκρίνισε _____

14.β. Όταν παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια, πόση ώρα παίζεις συνήθως;

05 με 30 λεπτά Μισή με μία ώρα
 Μία με δύο ώρες Πάνω από δύο ώρες

14.γ. Ποιο είναι το αγαπημένο σου ηλεκτρονικό παιχνίδι; _____

15. Δώσε την απάντηση που σου ταιριάζει στην κάθε ερώτηση

- Μου αρέσουν τα κόμικς που σχετίζονται με γνωστά ηλεκτρονικά παιχνίδια (π.χ. Spider-Man)
___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ
- Μου αρέσουν οι ταινίες που σχετίζονται με γνωστά ηλεκτρονικά παιχνίδια (π.χ. Tomb Raider)
___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ
- Μου αρέσει να ακούω μουσική που σχετίζεται με γνωστά ηλεκτρονικά παιχνίδια ή τη μουσική που έχει το ηλεκτρονικό παιχνίδι που παίζω
___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ
- Μου αρέσουν τηλεοπτικές σειρές που σχετίζονται με ηλεκτρονικά παιχνίδια
___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ
- Μου αρέσει να παρακολουθώ την επέκταση ή τον εμπλουτισμό μίας γνωστής ιστορίας μέσα από διαφορετικές πλατφόρμες (π.χ. την ιστορία του Άρχοντα των δαχτυλιδιών σε ταινίες, κόμικς τηλεοπτικές σειρές ή ηλεκτρονικά παιχνίδια)
___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ

16. Πόσο διασκεδάζεις με τις ακόλουθες δραστηριότητες;

- Να πηγαίνεις κινηματογράφο
___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ
- Να παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια;
___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ
- Να βλέπεις τηλεόραση
___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ
- Να ακούς μουσική
___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ
- Να διαβάζεις κόμικς
___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ

17.α. Ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι μπορεί να έχει την ίδια αξία με ένα έργο τέχνης, όπως είναι μια ταινία, ένα έργο ζωγραφικής ή ένα μουσικό κομμάτι;

___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ

17.β. Μπορείς να αναφέρεις τον τίτλο ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού, το οποίο θεωρείς ότι είναι καλλιτεχνικό και έχει αξία ; _____

Γιατί έχει αξία; _____

Γ' Μέρος

Χρησιμοποιώντας την παρακάτω κλίμακα 1 έως 5 (η οποία ξεκινάει με το '1' που σημαίνει 'καθόλου' και φτάνει μέχρι το '5' που σημαίνει 'πάρα πολύ'), δήλωσε τον βαθμό συμφωνίας σου με τις ακόλουθες δηλώσεις, υπογραμμίζοντας τον αντίστοιχο αριθμό

<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Καθόλου	Ελάχιστα	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

18. Μου αρέσει να μιλάω για την πολιτική και για πολιτικά ζητήματα

1 2 3 4 5

19.α. Ψάχνω διαδικτυακά πληροφορίες για τρέχοντα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα

1 2 3 4 5

19.β. Ενημερώνομαι για την πολιτική ή για διάφορα κοινωνικά ζητήματα τον τελευταίο χρόνο

1 2 3 4 5

20. Αν μάθαινες για κάποιο πρόβλημα στην κοινότητά σου για το οποίο θα ήθελες να κάνεις κάτι (π.χ. ότι διακινούνται ναρκωτικά δίπλα στο σχολείο σου), πόσο καλά θα μπορούσες να κάνεις τα ακόλουθα:

- Να δημιουργήσεις ένα πλάνο για να αντιμετωπίσεις το πρόβλημα

1 2 3 4 5

- Να πείσεις άλλους ανθρώπους να ενδιαφερθούν για το πρόβλημα

1 2 3 4 5

- Να επικοινωνήσεις με τον αρμόδιο επίσημο φορέα

1 2 3 4 5

- Να οργανώσεις και να διαχειριστείς μια συνάντηση

1 2 3 4 5

- Να εκφράσεις τις απόψεις σου μπροστά σε μια ομάδα ανθρώπων

1 2 3 4 5

21.α. Είναι ευθύνη μου να αναμειγνύομαι ενεργά στα ζητήματα της κοινότητάς μου

1 2 3 4 5

21. β. Νομίζω ότι μπορώ να κάνω τη διαφορά για την κοινότητά μου

1 2 3 4 5

21. γ. Με το να συνεργάζομαι με άλλους στην κοινότητά μου, μπορώ να βελτιώσω τα πράγματα

1 2 3 4 5

22.α. Νομίζω ότι όλοι μας πρέπει να βοηθάμε εκείνους που έχουν ανάγκη

1 2 3 4 5

22.β. Είναι σημαντικό οι άνθρωποι να ακολουθούν κανόνες και νόμους

1 2 3 4 5

22.γ. Προσπαθώ να βοηθώ τα άτομα που βρίσκονται σε ανάγκη

1 2 3 4 5

22.δ. Είμαι πρόθυμος/η να βοηθάω τους άλλους χωρίς να πληρώνομαι

1 2 3 4 5

23.α. Νομίζω ότι είναι σημαντικό να διαμαρτύρεσαι, όταν κάτι στην κοινωνία χρειάζεται αλλαγή

1 2 3 4 5

23. β. Νομίζω ότι είναι σημαντικό να εναντιώνεσαι στις κοινωνικές ανισότητες

1 2 3 4 5

23.γ. Νομίζω ότι είναι σημαντικό να αγοράζεις προϊόντα από εταιρείες που προσέχουν το περιβάλλον

1 2 3 4 5

24.α. Μιλώ με τους κηδεμόνες/γονείς μου για την πολιτική

1 2 3 4 5

24.β Ενδιαφέρομαι για τις απόψεις των γονέων/κηδεμόνων μου για την πολιτική

1 2 3 4 5

25. Όταν σκέφτεσαι τη ζωή σου μετά το Λύκειο, πόσο πιθανό είναι να κάνεις κάποιο από τα ακόλουθα;

- Εθελοντική εργασία για να βοηθήσεις άτομα σε ανάγκη

1 2 3 4 5

- Να εργαστείς σε μία ομάδα για να λύσεις κάποιο πρόβλημα της κοινότητάς σου

1 2 3 4 5

Δ. Μέρος

Μόνο για όσους/ες παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια

Βάλε V στην απάντηση που σου ταιριάζει

26.. Πού παίζεις συνήθως ηλεκτρονικά παιχνίδια; (Δώσε μέχρι δύο επιλογές)

<input type="checkbox"/>	Σε υπολογιστή	<input type="checkbox"/>	Σε smart tv
<input type="checkbox"/>	Σε παιχνιδιομηχανή / κονσόλα	<input type="checkbox"/>	Σε αίθουσα ψυχαγωγίας
<input type="checkbox"/>	Σε κινητό	<input type="checkbox"/>	Άλλού

Διευκρίνισε _____

27.α. Θα χαρακτήριζες τον εαυτό σου έμπειρο/η παίκτη/τρια; ___ Ναι ___ Όχι

27.β. Συμπλήρωσε: «Παίζω ηλεκτρονικά παιχνίδια εδώ και ___ χρόνια»

28.Με ποιους τρόπους παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια;

-Με φίλους στον ίδιο χώρο	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
-Με γονείς στον ίδιο χώρο	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
-Με αδέρφια στον ίδιο χώρο	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
-Με γνωστούς, διαδικτυακά	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
-Με άτομα που δεν έχω συναντήσει ποτέ, διαδικτυακά	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
-Μόνος/η	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ

29.Γιατί παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια;(Μπορείς να επιλέξεις όσες απαντήσεις θέλεις)

<input type="checkbox"/>	Τα βρίσκω διασκεδαστικά	<input type="checkbox"/>	Περνάει η ώρα, όταν βαριέμαι
<input type="checkbox"/>	Μπορώ να γίνω όποιος ήρωας θέλω	<input type="checkbox"/>	Για να παίζω με φίλους, ή να γνωρίζω άλλους
<input type="checkbox"/>	Μαθαίνω πράγματα και ενημερώνομαι	<input type="checkbox"/>	Νιώθω ότι ανήκω σε κάποια ομάδα
<input type="checkbox"/>	Μ' αρέσουν οι προκλήσεις	<input type="checkbox"/>	Γίνομαι καλύτερος/ η - Βελτιώνομαι
<input type="checkbox"/>	Τα βρίσκω χαλαρωτικά	<input type="checkbox"/>	Άλλο

Διευκρίνισε _____

30.α.Γράψε μου τους τίτλους από τρία παιχνίδια που προτιμάς αυτή την περίοδο (από το πιο αγαπημένο στο λιγότερο αγαπημένο)

- _____
- _____
- _____

30.β. Τι σου αρέσει στα συγκεκριμένα παιχνίδια; (Μπορείς να επιλέξεις όσες απαντήσεις θέλεις)

<input type="checkbox"/>	Γραφικά/εφέ	<input type="checkbox"/>	Μουσική
--------------------------	-------------	--------------------------	---------

<input type="checkbox"/>	Πλοκή	<input type="checkbox"/>	Χαρακτήρες
<input type="checkbox"/>	Ενημερώνομαι για διάφορα θέματα	<input type="checkbox"/>	Πληροφορούμαι για κοινωνικά προβλήματα
<input type="checkbox"/>	Προκλήσεις	<input type="checkbox"/>	Μεγάλος κόσμος για να εξερευνήσω
<input type="checkbox"/>	Μέρος αλυσίδας (π.χ. σχέση με ταινίες, κόμικς)	<input type="checkbox"/>	Υπάρχει πλήθος από επιλογές σε δεξιότητες
<input type="checkbox"/>	Αλληλεπιδρώ με άλλους/Κοινωνικοποιούμαι	<input type="checkbox"/>	Παρουσιάζουν διαφορετικές οπτικές και νέες πτυχές σε μια γνωστή ιστορία
<input type="checkbox"/>	Ότι μπορώ να επηρεάσω την ιστορία ή διάφορες καταστάσεις	<input type="checkbox"/>	Άλλο

Διευκρίνισε _____

30.γ. Γράψε μου ποιο χαρακτηριστικό από τα παραπάνω σε ενθουσιάζει περισσότερο στο αγαπημένο σου παιχνίδι: _____

31.α. Γράψε μου ποιος χαρακτήρας στα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζεις σου αρέσει ιδιαίτερα: _____

31.β. Γράψε μου τι σου αρέσει σε αυτόν: _____

32. Σημείωσε με **V** τον βαθμό προτίμησής σου για τα ακόλουθα

- Μου αρέσουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, στα οποία ακούω διάφορα μουσικά κομμάτια ή στα οποία εμφανίζονται διάφοροι γνωστοί μουσικοί (π.χ. springy remote, Travis Scott)
 Καθόλου Ελάχιστα Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ
- Μου αρέσουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με κόμικς (π.χ. Batman, X Men, Avengers)
 Καθόλου Ελάχιστα Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ
- Μου αρέσουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με ταινίες (π.χ. Star Wars, Indiana Jones, Tekken, Jurassic world)
 Καθόλου Ελάχιστα Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ
- Μου αρέσουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που σχετίζονται με τηλεοπτικές σειρές (π.χ. Cobra Kai)
 Καθόλου Ελάχιστα Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ
- Μου αρέσουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια στα οποία επεκτείνεται ή εμπλουτίζεται μια γνωστή ιστορία (π.χ. Ο άρχοντας των δαχτυλιδιών)
 Καθόλου Ελάχιστα Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

33. Από πού μαθαίνεις για κάποιο ηλεκτρονικό παιχνίδι; (Μπορείς να δώσεις όσες απαντήσεις θες)

<input type="checkbox"/>	Από την τηλεόραση	<input type="checkbox"/>	Από ταινίες
<input type="checkbox"/>	Από youtubers	<input type="checkbox"/>	Από περιοδικά
<input type="checkbox"/>	Από φίλους	<input type="checkbox"/>	Από αδέρφια

Από διαφημίσεις Από αλλού
 Διευκρίνισε _____

34. Επιλέγεις ένα ηλεκτρονικό παιχνίδι για κάποιον/ους απ' τους παρακάτω λόγους;

Είναι δημοφιλές	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
Ο χαρακτήρας είναι γνωστός ήρωας	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
Είναι δωρεάν	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
Έχει σχέση με ταινία, τηλεοπτική σειρά ή κόμικς (franchise)	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
Γνωρίζω τη μουσική του	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
Το παίζουν οι φίλοι μου	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ
Το πρότειναν οι γονείς μου	<input type="checkbox"/>	ΝΑΙ	<input type="checkbox"/>	ΌΧΙ

35.α. Οι γονείς σου παίζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια;

___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ

35.β. Πόσο συχνά παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια μαζί τους;

___ Καθόλου ___ Ελάχιστα ___ Αρκετά ___ Πολύ ___ Πάρα πολύ

36. Συχνότερα παίζεις με ποιον από τους ακόλουθους τρόπους;

(Επίλεξε **ΜΙΑ** μόνο απάντηση)

<input type="checkbox"/>	Με φίλους στον ίδιο χώρο	<input type="checkbox"/>	Με αδέρφια στον ίδιο χώρο
<input type="checkbox"/>	Με γνωστούς, διαδικτυακά	<input type="checkbox"/>	Με άτομα που δεν έχω συναντήσει ποτέ, διαδικτυακά
<input type="checkbox"/>	Μόνος/η	<input type="checkbox"/>	Με γονείς στον ίδιο χώρο
<input type="checkbox"/>	Άλλο		

Χρησιμοποιώντας την παρακάτω κλίμακα 1 έως 5 (η οποία ξεκινάει με το '1' που σημαίνει 'καθόλου' και φτάνει μέχρι το '5' που σημαίνει 'πάρα πολύ'), δήλωσε τον βαθμό συμφωνίας σου με τις ακόλουθες δηλώσεις, υπογραμμίζοντας τον αντίστοιχο αριθμό

<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
Καθόλου	Ελάχιστα	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

37. Όταν παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια, πόσο συχνά βοηθάς/καθοδηγείς άλλους παίκτες;

1 2 3 4 5

38. Όταν παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια, πόσο συχνά σκέφτεσαι για ηθικά ζητήματα;

1 2 3 4 5

39. Όταν παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια, πόσο συχνά μαθαίνεις για ένα πρόβλημα στην κοινωνία;

- 1 2 3 4 5
40. Όταν παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια, πόσο συχνά μαθαίνεις για κοινωνικά θέματα;
- 1 2 3 4 5
41. Όταν παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια, πόσο συχνά οργανώνεις ή διαχειρίζεσαι ομάδες ή αδελφότητες;
- 1 2 3 4 5
42. Όταν παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια, πόσο συχνά συμβάλεις στη λήψη αποφάσεων ή αποφασίζεις για τον τρόπο διαχείρισης μιας κοινότητας/πόλης/έθνους;
- 1 2 3 4 5
43. Όταν παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια, πόσο συχνά βλέπεις ή ακούς άλλους παίκτες να γίνονται επιθετικοί, κακοί, ρατσιστές, σεξιστές;
- 1 2 3 4 5
44. Όταν οι παίκτες αντιδρούν έτσι άσχημα, πόσο συχνά βλέπεις ή ακούς άλλους παίκτες να επεμβαίνουν ζητώντας τους να σταματήσουν;
- 1 2 3 4 5
45. Όταν παίζεις ηλεκτρονικά παιχνίδια, πόσο συχνά βλέπεις ή ακούς άλλους παίκτες να είναι γενναιόδωροι και να βοηθάνε τους άλλους;
- 1 2 3 4 5
46. Πόσο συχνά επισκέπτεσαι ιστοσελίδες που έχουν σχέση με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια που παίζεις ή συμμετέχεις σε διαδικτυακές συζητήσεις γι' αυτά;
- 1 2 3 4 5

**Παρακαλώ ελέγξτε αν έχετε αφήσει κάποια ερώτηση αναπάντητη!
Σας ευχαριστώ πάρα πολύ για τη συμμετοχή σας!**

Δ.

Α. Κοινωνικοπολιτικές στάσεις-συμπεριφορές

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	472	97,3
	Excluded ^a	13	2,7
	Total	485	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,907	22

Β. Παιχνιδιώδεις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	375	77,3
	Excluded ^a	110	22,7
	Total	485	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	6

Γ. Άλληλοσυσχετίσεις μέσω δημοφιλούς ψυχαγωγίας

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	375	77,3
	Excluded ^a	110	22,7
	Total	485	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
1,000	5

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	475	97,9
	Excluded ^a	10	2,1
	Total	485	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,730	5

E.**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Φύλο	Συχνότητα παιξίματος ηλ. παιχνιδιών
N		418	418
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1,5718	6,4426
	Std. Deviation	,49542	2,02095
Most Extreme Differences	Absolute	,378	,255
	Positive	,304	,199
	Negative	-,378	-,255
Test Statistic		,378	,255
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<,001	<,001
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,000	,000
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,000
		Upper Bound	,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Φύλο	Χρόνος παιξίματος ηλ. παιχνιδιών
N		418	418
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1,5718	5,1531
	Std. Deviation	,49542	11,38767
Most Extreme Differences	Absolute	,378	,491
	Positive	,304	,491
	Negative	-,378	-,391
Test Statistic		,378	,491
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<,001	<,001
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,000	,000
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,000
		Upper Bound	,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 957002199.

Z

Test Statistics^{a,b}

Συχνότητα παιξίματος ηλ. παιχνιδιών

Kruskal-Wallis H	12,045
df	3
Asymp. Sig.	,007

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Μόρφωση πατέρα

Test Statistics^{a,b}

Χρόνος παιξίματος ηλ. παιχνιδιών

Kruskal-Wallis H	24,073
df	3

Asymp. Sig. <,001

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Τύπος σχολείου

Test Statistics^{a,b}

Ωρες μπροστά σε οθόνη

Kruskal-Wallis H	16,317
df	3
Asymp. Sig.	<,001

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Μόρφωση πατέρα

Test Statistics^{a,b}

Ωρες μπροστά σε οθόνη

Kruskal-Wallis H	21,341
df	4
Asymp. Sig.	<,001

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Μόρφωση μητέρας

H**Test Statistics^a**

	Λεπτά μπροστά σε οθόνη
Mann-Whitney U	14779,500
Wilcoxon W	21220,500
Z	-2,083
Asymp. Sig. (2-tailed)	,037

a. Grouping Variable: Έξοδος για κινηματογράφο

Test Statistics^a

	Λεπτά μπροστά σε οθόνη
Mann-Whitney U	14637,500
Wilcoxon W	22018,500
Z	-2,829
Asymp. Sig. (2-tailed)	,005

a. Grouping Variable: Παίξιμο ηλεκτρονικών παιχνιδιών

Θ

Πρωτόκολλο Συνέντευξης

Θέμα:

Ημ/νία, τόπος:

Συνεντεύκτρια:

Συνεντευξιζόμενος/η (όνομα και ηλικία):

Μέρος που λαμβάνει χώρα η συνέντευξη:

Ερωτήσεις

1. Συζήτηση σχετικά με τις προτιμήσεις για τα εξεταζόμενα μέσα της δημοφιλούς κουλτούρας. Διερεύνηση σχετικά με τις συγκλίσεις των εξεταζόμενων μέσων. Γιατί αρέσουν, αν αρέσουν. Τίτλοι βιντεοπαιχνιδιών – Άντληση πληροφοριών
2. Αναπαραστάσεις για τη σχέση των βιντεοπαιχνιδιών με την τέχνη. Είναι έργο τέχνης; Δεν είναι; Γιατί; Τίτλοι. Τι είναι τέχνη; Τι τους έρχεται στον νου; Ποια είναι η αξία των βιντεοπαιχνιδιών;
3. Βιντεοπαιχνίδια που παίζουν την τρέχουσα περίοδο. Τι πλοκή έχουν; Χαρακτήρες; Γιατί προτιμούν συγκεκριμένους χαρακτήρες;
Στοιχείο επιβίωσης στα βιντεοπαιχνίδια. Αρέσει; Γιατί;
Σύγκριση βιντεοπαιχνιδιών με την πραγματική ζωή.
4. Τι εμπειρίες κοινωνικοπολιτικές έχουν στα βιντεοπαιχνίδια; Ποιοι παίζουν *GTA*, *Roblox*, *Minecraft*, *CoD*; Συζήτηση για τις συμπεριφορές συμπαικτών. Στάσεις και συμπεριφορές των ίδιων στο παιχνίδι. Συναισθήματα. Τι σημαίνει κοινωνία;
Κοινωνικοπολιτικές στάσεις και συμπεριφορές στην πραγματική τους ζωή.

I

Έντυπο συναίνεσης για τους/ις συμμετέχοντες/ουσες

Προς κάθε ενδιαφερόμενο,

Σκοπός της έρευνας είναι να καταγραφούν οι προτιμήσεις σας για συγκεκριμένους τρόπους ψυχαγωγίας, όπως είναι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, η τηλεόραση, ο κινηματογράφος, η μουσική και η ανάγνωση κόμικς. Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στην ενασχόλησή σας με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια και στις εμπειρίες που αυτά σας προσφέρουν.

Η μελέτη διεξάγεται στα πλαίσια της διδακτορικής μου διατριβής, με υπεύθυνο τον κ. Χρήστο Δερμεντζόπουλο, καθηγητή του Τμήματος Εικαστικών Τεχνών και Επιστημών της Τέχνης στο Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων.

Η συμμετοχή σας σε αυτή την έρευνα είναι εθελοντική και είστε ελεύθεροι να αποχωρήσετε, αν και όποτε το θελήσετε. Η ανωνυμία σας είναι διασφαλισμένη και τα δεδομένα που θα παραχωρήσετε θα είναι εμπιστευτικά. Δεν περιλαμβάνονται ερωτήσεις που μπορεί να σας κάνουν να αισθανθείτε άβολα και δεν υπάρχει κανένα είδος κινδύνου που να σχετίζεται με αυτή τη μελέτη.

Θα σας παρακαλέσω, λοιπόν, να υπογράψετε αυτό το έντυπο συναίνεσης, προκειμένου να δηλώσετε ότι έχετε πλήρη γνώση του χαρακτήρα και του σκοπού των διαδικασιών της έρευνας.

Η συμμετοχή σας στη συγκεκριμένη μελέτη είναι πολύτιμη. Μετά την ολοκλήρωση της έρευνας, θα χαιρόμουν να μοιραστώ τα αποτελέσματα μαζί σας.

Σας ευχαριστώ πολύ εκ των προτέρων για τον χρόνο σας και τη συνεργασία σας.

Ελπίδα Χριστοφορίδου

(Υποψήφια διδακτορίσα στο Τμήμα Εικαστικών Τεχνών και Επιστημών της Τέχνης – Τηλέφωνο επικοινωνίας: 6948454042)

Υπογραφή

Ημερομηνία

Έντυπο συναίνεσης για τους κηδεμόνες

Αγαπητέ κηδεμόνα,

Σκοπός της έρευνας είναι να καταγραφούν οι προτιμήσεις των παιδιών σας για δημοφιλείς τρόπους ψυχαγωγίας, όπως είναι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, η τηλεόραση, ο κινηματογράφος, η μουσική και η ανάγνωση κόμικς. Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στην ενασχόλησή τους με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, τα οποία γνωρίζουν μεγάλη άνοδο τις τελευταίες δεκαετίες. Το πώς βλέπουν και αντιμετωπίζουν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, θα με βοηθούσε στο κατανοήσω καλύτερα τα ενδιαφέροντα των εφήβων σήμερα.

Έρευνες που έγιναν, επίσης, έχουν δείξει ότι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια μπορούν να παρέχουν ευκαιρίες για την ανάπτυξη κοινωνικοπολιτικών στάσεων των παιδιών στην πραγματική ζωή. Η συμμετοχή τους στη συγκεκριμένη μελέτη θα ήταν, επιπλέον, ιδιαίτερα πολύτιμη, αν ληφθεί υπόψη η γενικότερη απογοήτευση και απουσία ενδιαφέροντος των παιδιών αναφορικά με την πολιτική σήμερα. Μετά την ολοκλήρωση της έρευνας, θα χαιρόμουν να μοιραστώ τα αποτελέσματα μαζί σας, αν το επιθυμείτε.

Η μελέτη διεξάγεται στα πλαίσια της διδακτορικής μου διατριβής, με υπεύθυνο τον κ. Χρήστο Δερμεντζόπουλο, καθηγητή του Τμήματος Εικαστικών Τεχνών και Επιστημών της Τέχνης στο Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων.

Η συμμετοχή των παιδιών σας σε αυτή την έρευνα είναι εθελοντική και είναι ελεύθερα να αποχωρήσουν, αν και όποτε το θελήσουν. Η ανωνυμία τους είναι διασφαλισμένη και τα δεδομένα που θα παραχωρήσουν είναι εμπιστευτικά. Δεν περιλαμβάνονται ερωτήσεις με ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα και δεν υπάρχουν κίνδυνοι που να σχετίζονται με αυτή τη μελέτη.

Παρακαλώ, υπογράψτε αυτό το έντυπο συναίνεσης για να δηλώσετε ότι έχετε πλήρη γνώση του χαρακτήρα και του σκοπού των διαδικασιών της έρευνας.

Για οποιοδήποτε προβληματισμό σας, μη διστάσετε να επικοινωνήσετε μαζί μου.

Σας ευχαριστώ πολύ εκ των προτέρων για τον χρόνο σας και τη συνεργασία σας.

Ελπίδα Χριστοφορίδου

(Υποψήφια διδακτόρισα στο Τμήμα Εικαστικών Τεχνών και Επιστημών της Τέχνης –
Τηλέφωνο επικοινωνίας: 6948454042)

Υπογραφή

Ημερομηνία

