

ΣΟΥΖΑΝΝΑ-ΜΑΡΙΑ ΝΙΚΟΛΑΟΥ

**ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΕΡΕΥΝΑ**

Ιωάννινα 2005

Σουζάννα-Μαρία Νικολάου*

Παιδί και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στη Διεθνή Έρευνα

Περίληψη

Αν εξετάσει κανείς τη διεθνή βιβλιογραφία ως προς το θέμα «Παιδί και ΜΜΕ» διαπιστώνει ένα πλήθος ερευνών και μελετών. Αντικείμενό τους είναι συνήθως το πραγματικό εύρος και η χρήση των Μέσων, τόσο από ποιοτική όσο και από ποσοτική άποψη, η καταγραφή των προγραμμάτων που προσφέρονται, οι στάσεις που διαμορφώνονται, η επίδραση που ασκούν τα Μέσα κυρίως ως προς την κοινωνικοποίηση και η αποκωδικοποίηση της γλώσσας που χρησιμοποιούν τα ΜΜΕ από τα παιδιά. Στην παρούσα εργασία θα παραθέσουμε τα βασικά στοιχεία αυτών των ερευνών που αφορούν ιδιαίτερα στα παιδιά.

Λέξεις κλειδιά: Διεθνής έρευνα, Παιδί, Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας

Das kind und die Medien in der internationalen Forschung

Zusammenfassung

Zum Thema Kinder und Medien liegen international tausende von Studien vor. Die Themenbereiche, die im Vordergrund liegen, sind wie folgt zu bestimmen: Die Reichweite und Nutzungserfassung in qualitativer und quantitativer Hinsicht, die Erfassung von Programmangeboten und Einstellungen gegenüber den Medienangeboten, die Wirkungsuntersuchungen besonders inwiefern es die Sozialisationswirkung von Medien angeht und die Erforschung spezieller formaler Aspekte, wie zum Beispiel diejenige, welche mit der Decodierung der Mediensprache durch Kinder befassen. In dieser Auffassung werden wir die Schwerpunkte dieser Forschungen beschreiben in Bezug vor allem auf die Kinder.

Schlüsselwörter: Internationale Forschung, Kinder, Massenmedien

* Λέκτορας Π.Τ.Δ.Ε. στο Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων

Παιδί και ΜΜΕ στη Διεθνή Έρευνα

*«Τα παιδιά γνωρίζουν τα πάντα,
πριν ακόμα μπορέσουν να τα
ζήσουν ως έφηβοι ή ως ενήλικες.
Ένα σημερινό παιδί ξέρει από
την τηλεόραση όλον τον κόσμο,
πριν μπορέσει να περάσει
μόνο του ένα δρόμο».*

1. Εισαγωγή

Στη διεθνή βιβλιογραφία συναντά κανείς χιλιάδες έρευνες και αναλύσεις σχετικά με το θέμα «Παιδί και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας». Τι εξετάζουν χρόνια τώρα αυτές οι έρευνες και τι διαπιστώνουν; Ο γερμανός ερευνητής Jo Groebel μελέτησε στο πλαίσιο της διεθνούς έρευνας για το Παιδί και τα ΜΜΕ τα αποτελέσματα της χρήσης των ΜΜΕ, τις διεργασίες που λαμβάνουν χώρα κατά την τηλεθέαση, τους λόγους τηλεθέασης από τα παιδιά, την κατανόηση και μάθηση των παραγώγων των ΜΜΕ από τα παιδιά και τις μετα-αναλύσεις για το θέμα «Παιδί και ΜΜΕ», οι οποίες μας δίνουν τη διεθνή ερευνητική θέση συστηματικά και κριτικά. Βασικά στοιχεία της έρευνάς του θα μας απασχολήσουν σε αυτή τη μελέτη¹.

Το κοινό σημείο των ευρημάτων των ερευνών που ανακαλύπτει κανείς αφορά σε βασικές θέσεις της εξελικτικής ψυχολογίας για την παρατηρητικότητα και την αντιληπτικότητα κατά την τηλεθέαση, ακόμα και όταν συγκρίνουμε διαφορετικούς πολιτισμούς. Ωστόσο ανάλογα με τις βασικές ιδεολογικές θέσεις για τη χρήση του κάθε μέσου και τα μοντέλα χρήσης σε κάθε χώρα παρατηρούνται ουσιαστικές διαφορές. Για παράδειγμα στις ΗΠΑ και την Ιαπωνία δεν είναι ασυνήθιστο φαινόμενο ακόμα και για τα παιδιά να παρακολουθούν κατά μέσο όρο επτά ή και περισσότερες ώρες καθημερινά τηλεόραση. Ο μέσος όρος τηλεθέασης, όμως, μειώνεται, όταν εξετάζει κανείς τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες². Επίσης, υπάρχει μια διαφορά που επισημαί-

1. Παρουσίαση του θέματος του Jo Groebel, "Kinder und Medien in der internationalen Forschung" στο: W. Klingler & K. Schöenberg, (1996), Hören, Lesen, Fernsehen – und sie spielen trotzdem, Beiträge zum Medienumgang von Kindern, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

2. Πρβλ. Κ. Χαλβατζάκης, (2001), Ποιες είναι οι αγαπημένες καθημερινές συνήθειες των νεαρών Ευρωπαίων σύμφωνα με έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, στο: Εφημ. ΤΟ ΒΗΜΑ 09.12.2001; 3rd World Summit on Media for Children / 3η Παγκόσμια Διάσκεψη για τα Παιδιά

νεται στις απόψεις των γονέων για τη χρήση των ΜΜΕ από τα παιδιά. Ενώ στις δυτικές χώρες κυριαρχεί ένας σκεπτικισμός για την πολύωρη τηλεθέαση και την παρακολούθηση μη ποιοτικών εκπομπών από τα παιδιά, στην Ιαπωνία είτε δεν υφίσταται καθόλου είτε σε πολύ μικρό βαθμό. Αυτή η κατάσταση επιδρά, επίσης, στη σχέση των παιδιών με τα Μέσα. Παρατηρείται δε διεθνώς οι νέες γενιές να είναι λιγότερο επιφυλακτικές, όσον αφορά στην ανεξέλεγκτη τηλεθέαση. Τα ΜΜΕ σήμερα και ιδιαίτερα η τηλεόραση είναι αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας: πολλές οικογένειες όμως δεν προβληματίζονται ως προς τις επιζήμιες επιδράσεις της π.χ. στις σχολικές επιδόσεις.

Η παιδική ηλικία υπό τις σημερινές συνθήκες είναι μια ηλικία που επηρεάζεται κυρίως από τα ΜΜΕ³, αφού οι δυνατότητες παιχνιδιού και κίνησης είναι ιδίως στις πόλεις ελάχιστες. Η τεχνολογική ανάπτυξη κάνει ιδιαίτερα προσιτή στα παιδιά και τους νέους τη χρήση ελκυστικών πολυμέσων (ηλεκτρονικά παιχνίδια, cd, βίντεο, καλωδιακή και δορυφορική τηλεόραση). Δράση και βία είναι τα στοιχεία που κυριαρχούν, αφού και τα δυο μπορούν να παραχθούν φτηνά και φαίνεται να ανταποκρίνονται στις συνθήκες της σημερινής παιδικής/εφηβικής πελατείας⁴. Κατ' αυτόν τον τρόπο ο έφηβος, όταν τελειώνει το λύκειο έχει ήδη περάσει διπλάσιο χρόνο μπροστά στην τηλεόραση απ' αυτόν που έχει περάσει μέσα στην τάξη⁵.

Στη συνέχεια θα παραθέσουμε μια εικόνα των θεματικών ενοτήτων που εξετάζει η διεθνής έρευνα τα τελευταία χρόνια, δηλ. ποιο από τα ΜΜΕ είναι περισσότερο επιθυμητό για τα παιδιά, κατά πόσο τα παράγωγα των ΜΜΕ για τα παιδιά διακρίνονται για την ποιότητά τους, ποια στοιχεία καταγράφουν συνήθως οι έρευνες, ποιες είναι οι επιδράσεις που ασκούν τα Μέσα και ποιες διεργασίες λαμβάνουν χώρα κατά την τηλεθέαση.

και τα Οπτικοακουστικά Μέσα, Θεσσαλονίκη 23-26 Μαρτίου 2001; Ζ. Φ. Τουσέν, (1998), Τηλεόραση Εγώ; Όχι Ευχαριστώ, μτφρ. Ε. Ψυχούλη, Αθήνα: Νέα Σύνορα; Κ. Χαλβατζάκης, (2003), Τι αποκαλύπτει μεγάλη έρευνα για το προφίλ του μέσου πολίτη-καταναλωτή των ΜΜΕ, στο: Εφημ. ΤΟ ΒΗΜΑ 06.07.2003.

3. Πρβλ. S. Aufenanger, (1991), Kindheit als Medienkindheit am Ausgang unseres Jahrhunderts: Konformität in der Individuierung, στο: Ulrich Heiner / Hamburger Franz, (Hrsg.), Kinder am Ende ihres Jahrhunderts, Langenau – Ulm: Armin Vass, σελ. 11-21; K. Neumann-Braun & J. R. Erichsen, (1995), Kommerzialiserte und mediatisierte Kindheit – eine aktuelle Bestandsaufnahme, στο: M. Charlton, et al., Fernsehwerbung und Kinder. Das Werbeangebot in der Bundesrepublik Deutschland und seine Verarbeitung durch Kinder, Bd. 1, Opladen: Leske & Budrich, σελ. 23 – 41.

4. Πρβλ. Στ. Παπαθανασόπουλος, (1997), Η δύναμη της τηλεόρασης, Αθήνα: Καστανιώτης, σελ. 336 κ.ε.

5. Πρβλ. M. Charlton & K. Neuman-Braun, (1992), Kinder, Jugendliche und Massenmedien, Fernuniversität Hagen; J. Brody, (2004), TV. Μέτρον Άριστον, στο: ΤΟ ΒΗΜΑ 31.10.2004.

2. ΜΜΕ και Παιδική Ζώνη: Το αντικείμενο των ερευνών

«Παιδιά που μεγαλοφέρουν και μεγάλοι που παλιμπαιδίζουν».

Η πλειονότητα των μελετών που ασχολούνται με το θέμα «ΜΜΕ και Παιδιά» έχουν ως αντικείμενό τους την τηλεόραση. Σε αυτό το Μέσο αναφέρονται περίπου το 60-70% όλων των δημοσιευμένων εργασιών. Μια σημαντική αύξηση επισημάνθηκε τα τελευταία χρόνια στις μελέτες που ασχολούνται με το θέμα «Νέα Μέσα» και αναφέρονται στους υπολογιστές, το διαδίκτυο και τα βιντεοπαιχνίδια⁶. Τα «Νέα Μέσα» γίνονται αντικείμενο έρευνας στο 20% περίπου των μελετών.

Στη δεκαετία του 1970 αναφέρονται οι μελέτες σε βιβλία ή περιοδικά ή άλλα έντυπα κείμενα προσδιορίζοντας ένα βασικό στοιχείο, αυτό της αναγνωστικής ικανότητας. Στη δεκαετία του 1980 περιορίζεται η διαπραγμάτευση τέτοιων θεμάτων σε ποσοστό λιγότερο από 10%. Εντυπωσιάζει, βέβαια, και το γεγονός ότι είναι ιδιαίτερα περιορισμένο το ενδιαφέρον για όλα τα άλλα Μέσα που χρησιμοποιούν τα παιδιά, όπως ραδιόφωνο, δίσκοι, κασέτες, εφημερίδες και παιδικές ταινίες. Στο ραδιόφωνο μάλιστα αναφέρονται μόνο λίγες μελέτες. Στις δεκαετίες του 1960 και 1970 χρησιμοποιείται το ραδιόφωνο πολύ συχνά για παιδικές εκπομπές, ενώ σήμερα η χρήση του για την εκπομπή ειδικών παιδικών προγραμμάτων έχει περιοριστεί κατά πολύ⁷. Αν αναλογιστεί όμως κανείς πόσο συχνά το ραδιόφωνο χρησιμοποιείται ως συνοδευτικό μέσο ιδιαίτερα στην περίπτωση προγραμμάτων με μουσική, θα μπορούσε να υποστηρίξει ότι υφίσταται σε αυτό το σημείο ένα κενό στην έρευνα. Ένα άλλο μέσο έντυπης μορφής που χρησιμοποιείται αρκετά είναι τα κόμικς, αν και δεν εμφανίζεται συχνά ως αντικείμενο έρευνας.

Στις μελέτες που αναφέρονται στα παιδιά σε σχέση με τα Μέσα κυριαρχεί, όπως προαναφέρθηκε, η τηλεόραση. Το βασικό στοιχείο που ερευνάται συνήθως είναι η τηλεοπτική βία. Στις δεκαετίες του 1980 και 1990 εμφανίζονται

6. Πρβλ. U. Krambrock, (1997), Computerspiel – Spielarten eines neuen Mediums und Spielverhalten jugendlicher Computerfans, Diss. Hagen, σελ. 1 – 14.

7. Πρβλ. U. Gleich, (1995), Hörfunkforschung in der Bundesrepublik, στο: Medien Perspektiven 11, σελ. 554-561; M. Keller & W. Klingler, (1995), Hörfunk behauptet sich im Wettbewerb - Media Analyse 1995, στο: Media Perspektiven 11, σελ. 522-534; U. Six & G. Roters, (1997), Hingehört – Das Radio als Informationsmedium für Jugendliche, Götersloh.

και ειδικές μελέτες με θέμα τις ταινίες τρόμου ιδιαίτερα στην Αγγλία και στις ΗΠΑ. Ακολουθούν μετα-αναλύσεις που θεματοποιούν και πάλι την τηλεοπτική βία. Ανάμεσα στα θέματα που προτιμούνται για ανάλυση είναι και η διαφήμιση και γενικά το όλο πρόγραμμα, συζητήσεις, μουσικές εκπομπές κ.ά. ως προς την επίδρασή τους στα παιδιά. Απουσιάζουν όμως αναλύσεις, που εξετάζουν τη σχέση των παιδιών με τις ειδήσεις. Επίσης, παρατηρείται ότι ελάχιστα έχουν ερευνηθεί οι επιδράσεις στα παιδιά συγκεκριμένων προγραμμάτων της τηλεόρασης, που δεν προβάλλουν βία και επιθετικότητα⁸.

Η διεθνής έρευνα για την πρόσβαση των παιδιών σε παιδικά προγράμματα των Μέσων αποδεικνύει την έλλειψη ποιότητας αλλά και τα μειονεκτήματα της σύγχρονης κοινωνίας των πολλών ταχυτήτων και του αποκλεισμού. Το Ίδρυμα Nordicom του σουηδικού πανεπιστημίου Gotenborg που συνέταξε τη σχετική μελέτη καταλήγει στα εξής απογοητευτικά στοιχεία:

- Τα τελευταία χρόνια μειώνονται διαρκώς οι τηλεοπτικές παραγωγές για παιδιά.
- Η ευρωπαϊκή συμμετοχή στις παραγωγές είναι χαμηλή. Σε σύνολο 62% οι παραγωγές είναι εισαγόμενες από τις ΗΠΑ και την Ιαπωνία. Μια ιδιαιτερότητα παρουσιάζουν οι χώρες της Βόρειας Ευρώπης που λόγω της παράδοσης της κρατικής τηλεόρασης είναι επιφυλακτικές στην «εισβολή» αμερικανικών παραγωγών.
- Στις ΗΠΑ, σύμφωνα με τους σουηδούς, ερευνητές διαπιστώθηκε ότι το 63% των παιδικών προγραμμάτων δεν ανταποκρίνεται πλήρως ή μερικώς στους κανόνες ποιότητας.
- Στη Λατινική Αμερική κατακλύζουν τα παιδικά προγράμματα ξένες παραγωγές χαμηλής ποιότητας.
- Η Αυστραλία παρουσιάζει την καλύτερη εικόνα με σεβασμό στην ποιότητα των παιδικών εκπομπών (κατά 80% υψηλής ποιότητας προγράμματα). Αυτή η νοοτροπία της Αυστραλίας σχετίζεται άμεσα με τα μέτρα που είχαν ληφθεί ήδη από τη δεκαετία του 1970 για την ψυχαγωγία των ανηλίκων. Κυρίαρχος είναι και ο ρόλος της ανεξάρτητης ραδιοτηλεοπτικής αρχής για την προώθηση ποιοτικού τηλεοπτικού προγράμματος για παιδιά.
- Στην Ασία η κατάσταση είναι ιδιαίτερα απογοητευτική: είτε κυριαρχούν καρτούν με προβολή υπερβολικής βίας είτε η συμμετοχή παιδικών εκ-

8. Πρβλ. S. Hiegemann & W. Swoboda, (Hrsg.) (1994). Die Wirkungen von Gewalt im Fernsehen. Eine qualitative und quantitative Studie mit einem Generationsvergleich 1975-1993. Opladen: Leske & Budrich.

πομπών στα προγράμματα είναι ελλιπής. Τα περισσότερα κανάλια είναι συνδρομητικά και δεν απευθύνονται στις κατώτερες κοινωνικές τάξεις.

- Όσον αφορά στην Αφρική ισχύει ο «τηλεοπτικός αποκλεισμός», εφόσον η τηλεόραση αποτελεί πολυτέλεια, εκεί όπου ο άνθρωπος ακόμα αγωνίζεται για την πρόσβαση στο φαγητό και το νερό.

**Διεθνής έρευνα (ίδρυμα Nordicom του σουηδικού Παν/μίου Goteborg)
για τις εκπομπές που απευθύνονται στις νεαρές ηλικίες (2001)⁹**

<u>ΧΩΡΑ</u>	<u>ΠΟΙΟΤΗΤΑ</u>	<u>ΥΨΗΛΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ</u>	<u>ΜΕΤΡΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑ</u>	<u>ΧΑΜΗΛΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ</u>
Ευρώπη	62% εισαγόμενες παραγωγές	37%	37%	26%
Βόρεια Αμερική				
Λατινική Αμερική		4%	84%	12%
Αυστραλία		80%	20%	-
Ασία	50% εισαγόμενες παραγωγές	Συνδρομητικά κανάλια (δεν απευθύνονται στις κατώτερες τάξεις)		
Αφρική	«τηλεοπτικός αποκλεισμός»	παιδικές εκπομπές «γυρισμένες» στις γλώσσες των περισσότερο πλούσιων εθνοτήτων		

Θα ήταν, ίσως, σημαντικό λόγω της περιορισμένης έρευνας να εξετάσει κανείς τι προσφέρει το ραδιόφωνο σήμερα στα παιδιά, αν δηλαδή οι παραγωγές προσανατολίζονται, όπως παλαιότερα, προς τη κλασική ραδιοφωνία ή λαμβάνουν υπόψη στοιχεία της παιδικής ηλικίας σε κάθε πρόγραμμα.

9. Πρβλ. C. von Feilitzen, & C. Buchl, (2001), Outlooks on Children and Media. Compiled for the 3rd World Summit on Media for Children, σε συνεργασία με την NORDICOM και το Ευρωπαϊκό Κέντρο Παιδικής Τηλεόρασης, E.C.T.C. Goteborg.

3. Έρευνες: «Παιδί και ΜΜΕ»

Στις μελέτες σχετικά με το θέμα «Παιδί και Μ.Μ.Ε.» εξετάζεται συνήθως το πραγματικό εύρος και η χρήση των Μέσων από ποιοτική και ποσοτική άποψη. Επίσης, σε σχέση με τα παραπάνω καταγράφονται τα προγράμματα που προσφέρονται και οι στάσεις που διαμορφώνονται ως προς την προσφορά των Μέσων. Πολυάριθμες είναι, επίσης, οι αναλύσεις για την επίδραση που ασκούν τα Μέσα ιδιαίτερα ως προς την κοινωνικοποίηση (έρευνες που απαιτούν και πολύ χρόνο). Ένας αριθμός σημαντικών μελετών ασχολείται με την αποκωδικοποίηση της γλώσσας των ΜΜΕ από τα παιδιά. Το ζήτημα που εδώ κυριαρχεί είναι πώς θα μπορούσαν να συνάγονται πιο εύκολα τα συμπεράσματα μετά από μια εκπομπή ή πώς θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί με κατάλληλο τρόπο η δραματολογία ανάλογα με την ηλικία. Τέτοιου είδους έρευνες έγιναν κυρίως στην Αμερική¹⁰.

α. Οι επιδράσεις των ΜΜΕ

Οι έρευνες και μελέτες που εξετάζουν τις επιδράσεις των ΜΜΕ επικεντρώνονται σε τρεις βασικούς τομείς επίδρασης: το γνωστικό επίπεδο, το ηθικό – συναισθηματικό και το κοινωνικό επίπεδο.

Όταν οποιοδήποτε μέσο χρησιμοποιείται ως παιδαγωγικό μέσο, τότε εξετάζεται η επίδραση του ως προς τη μάθηση και την ανάπτυξη γνωστικών ικανοτήτων. Οι πειραματικές ποσοτικές έρευνες διαπιστώνουν υψηλές επιδράσεις, ιδιαίτερα της τηλεόρασης, ως προς την επεξεργασία των πληροφοριών. Βασικό δεδομένο των περισσότερων ερευνών είναι ότι η επίδραση ή μη των Μέσων έχει σχέση με την ηλικία. Για την κατανόηση και τη μάθηση μέσω της τηλεόρασης σημαντικός παράγοντας είναι η ηλικία. Παιδιά ηλικίας τεσσάρων ως πέντε ετών δεν είναι σε θέση να διαχωρίσουν μεταξύ πραγματικότητας και φαντασίας. Γι' αυτήν την ηλικία αποτελεί ένα πρόγραμμα μια «πραγματικότητα», είτε είναι ειδήσεις είτε είναι διαφήμιση είτε είναι ντοκυμαντέρ. Σύμφωνα με τα στάδια ανάπτυξης του Πιαζέ, αναπτύσσεται η δυνατότητα του διαχωρισμού στην ηλικία των επτά μέχρι οκτώ χρόνων: τότε μόνο είναι όλα τα παιδιά σε θέση να ξεχωρίσουν το πραγματικό από το φανταστικό σε ό,τι προβάλλεται. Επίσης, δεν θα πρέπει να παραβλέψουμε το γεγονός ότι κάθε εκπομπή που προβάλλεται στην τηλεόραση είναι με τέτοιο τρόπο διαμορ-

10. Πρβλ. J. Groebel, (1996), *Kinder und Medien in der internationalen Forschung*, στο: W. Klingler & K. Schöenberg, (Hrsg), *Hören, Lesen, Fernsehen – und sie spielen trotzdem. Beiträge zum Medienumgang von Kindern*, Baden Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, σελ. 3-13.

φωμένη, ώστε μια σειρά ενεργειών να παρατίθεται σε διαφορετικά χρονικά πλαίσια. Στο μεταξύ έχει λάβει χώρα μια άλλη ενέργεια και ο θεατής είναι κατά κανόνα υποχρεωμένος να συμπληρώσει μόνος του τα ενδιάμεσα σημεία με περιεχόμενο και να φανταστεί τι συνέβη στο μεταξύ. Μερικά από τα στοιχεία που πρέπει να αποκωδικοποιήσει ο τηλεθεατής είναι οπτικά: ο διαχωρισμός της μιας εικόνας από την άλλη, κινηματογράφηση άλλοτε από κοντά και άλλοτε από μακριά, ο χωρισμός της οθόνης στα δυο. Σε μικρά παιδιά δεν έχει αναπτυχθεί ακόμα αυτή η ικανότητα. Τα μικρά παιδιά λαμβάνουν κάθε ξεχωριστή σκηνή, κάθε εικόνα ως μια ξεχωριστή ιστορία και κατανοούν ελάχιστα, όταν απαιτείται η παραπάνω διεργασία από το θεατή. Ένας λόγος που τα παιδιά παρερμηνεύουν αυτά που βλέπουν σε μια ταινία είναι ότι δεν γνωρίζουν πάντα πώς να εξηγήσουν τις σχέσεις ανάμεσα στις διάφορες εικόνες. Αυτό εξηγεί επίσης, για ποιο λόγο μεμονωμένες εικόνες έχουν μεγάλη απήχηση στα παιδιά. Καθώς ο ενήλικας προσθέτει την κάθε μεμονωμένη εικόνα σε όλο το σενάριο και σε μερικές περιπτώσεις μπορεί και να εκπλαγεί, είναι η κάθε εικόνα ξεχωριστά για το παιδί περισσότερο κατανοητή και έχει το δικό της χαρακτήρα. Επομένως, δεν μας εκπλήσσει, ότι ακόμα και διαφημίσεις, που προβάλλονται στη μεσημεριανή ζώνη, για εκπομπές που θα προβληθούν το βράδυ με αναφορά σε ενήλικες και περιεχόμενο ίσως βίαιο, προκαλούν στα παιδιά αντιδράσεις φόβου. Σε αυτήν την περίπτωση έχει ασκήσει επίδραση η μεμονωμένη εικόνα και όχι το όλο περιεχόμενο¹¹.

Η κατανόηση μόνη της, όμως, δεν σημαίνει τίποτα για τη διαδικασία της μάθησης. Πολλά προγράμματα που απευθύνονται στην προσχολική ηλικία έχουν σχεδιαστεί κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να προκαλούν τη μάθηση ή ακόμα και να τη βελτιώνουν. Πραγματικά όλες οι έρευνες επισημαίνουν ότι τα παιδιά που βλέπουν συχνά τηλεόραση, δείχνουν μεγαλύτερη γνώση ως προς τα γεγονότα από ό,τι οι συνομήλικοί τους, που βλέπουν λιγότερο τηλεόραση – δεδομένου ότι υπάρχουν και εξαιρέσεις. Αυτό σημαίνει ότι η πραγματική γνώση των γεγονότων, όπως για παράδειγμα ονόματα πολιτικών και ηθοποιών ή καθημερινά γεγονότα ή ακόμα και τα γράμματα της αλφαβήτου ή η αρίθμηση επηρεάζονται θετικά από την τηλεόραση¹². Διαφορετικά φαίνεται

11. Πρβλ. P. Palmer, (1986), *The Lively Audience: A Study of Children Around the TV Set*. Sydney: Allen and Unwin; C. G. Cupit, (1987), *The Child Audience: A Guide to the Developing Child for Television Writers and Producers*. Canderra: ABT.

12. Πρβλ. R. Maier & C. Micat & E. Zeitter, (1997), *Wenn die Kleinen fernsehen. Die Bedeutung des Fernsehens in der Lebenswelt von Vorschulkindern*, Berlin: Vistas; K. Popper, (1995), *Τηλεόραση: Κίνδυνος για τη Δημοκρατία*, Αθήνα: Ν. Σύνορα-Λιβάνη.

να είναι τα πράγματα όσον αφορά στην παραγωγική γνώση, δηλαδή τη γνώση για την επίλυση δύσκολων προβλημάτων ή επίσης για τη διαμόρφωση κοινωνικών διαδικασιών και διαντιδράσεων¹³. Εδώ υπάρχουν μόνο μεμονωμένες επιδράσεις από προγράμματα που έχουν συγκεκριμένους σκοπούς, όπως για παράδειγμα προγράμματα αγωγής σε προσχολικό επίπεδο. Η τηλεθέαση γενικά συνδέεται με μια περιορισμένη ικανότητα ως προς τη παραγωγική γνώση· εδώ ξεχωρίζουν με δυσκολία εκείνοι που βλέπουν πολύ τηλεόραση από τους συνομηλίκους που βλέπουν λιγότερο. Ακόμα και σε αυτό το επίπεδο μπορούν να βελτιωθούν οι επιδόσεις, αν γίνουν υποδείξεις από τους ίδιους τους γονείς σε μεμονωμένα περιεχόμενα με κάποιο σκοπό. Η έρευνα σχετικά με αυτό το θέμα έδειξε ότι τα πιο σημαντικά αποτελέσματα της μάθησης τα βρίσκουμε πιο εύκολα στο πεδίο της λανθάνουσας μάθησης. Η προσφορά του Μέσου γενικά έγκειται στο γεγονός ότι παράγει παραστάσεις για τον κόσμο, που σχετίζονται υποχρεωτικά με τον πραγματικό κόσμο. Έτσι, διαπιστώθηκε μεταξύ άλλων ότι κυρίως για τα κορίτσια οι εμπειρίες από την τηλεόραση εμπλέκονταν και αναμιγνύονταν με τις δικές τους εμπειρίες και ότι ασκούσαν μεγαλύτερη επίδραση τα απειλητικά περιεχόμενα της τηλεόρασης στις προσδοκίες τους σε σχέση με μελλοντικά περιστατικά, όπως για παράδειγμα αιφνιδιασμούς ή βιασμούς από ό,τι οι δικές τους κατά κανόνα θετικές εμπειρίες¹⁴. Με τη λανθάνουσα μάθηση συνδέεται επίσης και η λειτουργία της θεματοποίησης της τηλεόρασης. Αρκετές έρευνες δείχνουν ότι η τηλεόραση μπορεί να ασκήσει επίδραση και στις πεποιθήσεις. Είναι γεγονός ότι το βασικό αποτέλεσμα της μάθησης έγκειται στο να οριοθετηθούν συγκεκριμένα θέματα και να προαχθούν ως σημαντικά σε δημόσια συζήτηση. Αυτή η θεματοποίηση παρατηρείται και στα παιδιά. Ένα υψηλό ποσοστό αυτού που τα παιδιά ενδιαφέρει στις συζητήσεις με τους φίλους τους καθορίζεται από τα ΜΜΕ. Δηλαδή διαμορφώνουν τα παιδιά τον κόσμο τους και με τη βοήθεια των Μέσων ενσωματώνουν στοιχεία στην καθημερινότητά τους, αλλά και αντίστροφα τα περιεχόμενα των Μέσων «εντυπώνουν» την καθημερινότητα των παιδιών και ορίζουν τι τα ενδιαφέρει ιδιαίτερα π.χ. στο παιχνίδι. Εδώ,

13. Πρβλ. P. Klimsa, (1993), Lernpsychologische Perspektiven. Zu kognitions- und lernpsychologischen Voraussetzungen der Nutzung von neuen Medien, στο: P. Klimsa, Neue Medien und Weiterbildung. Anwendung und Nutzung in Lernprozessen der Weiterbildung, Kap. 4, Weinheim: Deutscher Studienverlag, σελ. 204 – 274.

14. Πρβλ. G. Gerbner & L. Gross, (1976), Living with Television: the Violence Profile, στο: J. Commun. 26, 173-99; B. Gunter, (1994), The Question of Media Violence, στο: J. Bryant, D. Zillman, (eds.), Media Effects: Advances in Theory and Research, Hillsdale, σελ. 163-212; H. J. Palme & A. Hedrich & G. Anfang, (Hrsg.) (1997), Geschlecht und Medien, München: KoPäd.

όπως επισημαίνεται και από τις έρευνες, είναι κανόνας, οι ήρωες της τηλεόρασης να γίνονται αντικείμενο μίμησης στο παιχνίδι και τα θέματα που προβάλλονται από την τηλεόραση να εμφανίζονται και στο παιχνίδι. Με τη θεματοποίηση συνδέεται και η παράσταση της συμμετοχής: τα παιδιά φαντάζονται πολύ εύκολα ότι βρίσκονται σε έναν τόπο, αυτόν που προβάλλει το πρόγραμμα της τηλεόρασης. Φαίνεται, λοιπόν, ότι υπάρχει και ένα είδος συμμετοχής σε ό,τι προβάλλει η τηλεόραση¹⁵. Πολλά μικρά παιδιά ούτε καν χρησιμοποιούν τη σειρά, με την οποία εμφανίστηκαν οι σκηνές, όταν θέλουν να διηγηθούν κάτι που είδαν. Η ικανότητα ανάγνωσης της τηλεόρασης, που αποκτάται και εξελίσσεται κατά ένα μέρος από την επαφή με την τηλεόραση και κατά ένα άλλο μέρος από την ανάπτυξη των παιδιών, κάνει δυνατή τη χρήση της τηλεόρασης ως μέσου μετάδοσης της γνώσης και διαφόρων ικανοτήτων στα μικρά παιδιά¹⁶.

Πώς μαθαίνει το παιδί μέσω της τηλεόρασης;

- Αυτό που τοποθετεί την τηλεόραση σε ξεχωριστή θέση από τα παλιότερα Μέσα Επικοινωνίας είναι η οπτική κίνηση. Η κίνηση μπορεί να βοηθήσει τα παιδιά να μάθουν, επειδή αρχικά τραβάει την προσοχή τους στην οθόνη, αλλά και επειδή καθιστά ευκολότερη την απομνημόνευση πληροφοριών σχετικά με τη δράση. Έχει παρατηρηθεί ότι τα παιδιά του Δημοτικού έχουν έντονες αναμνήσεις από μια τηλεοπτική ιστορία, που δεν θυμούνται αν την ακούσουν από κάποιο βιβλίο. Αυτό συμβαίνει γιατί η τηλεόραση καθιστά τις εικόνες οπτικά σαφείς.
- Οι ικανότητες οι σχετικές με την αντίληψη του χώρου είναι ένας άλλος τύπος μάθησης. Η τηλεόραση μπορεί να βοηθήσει ένα παιδί να μάθει δείχνοντάς του μια σχέση χώρου ή στο χώρο, που το παιδί δεν είναι σε θέση να συλλάβει ακόμη μόνο από τις προφορικές πληροφορίες που του δίνονται.

15. Πρβλ. W. Darschin & B. Frank, (1997), Tendenzen im Zuschauerverhalten, στο: Media Perspektiven 4, σελ. 174-185; S. Feierabend & T. Windgasse, (1997), Was Kinder sehen, στο: Media Perspektiven 4, σελ. 186-197; S. von Aufschnaiter & H.E. Fischer & H. Schwedes, (1992), Kinder konstruieren Welten, στο: S. J. Schmidt, (Hrsg.), Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2. Frankfurt am Main.

16. Πρβλ. R. Felson, (1996), Mass Media Effects on Violent Behavior, στο: Ann. Rev. Sociol. 22, 103-28; G. Gerbner & L. Gross & M. Morgan & N. Signorielli, (1994), Living with Television: the dynamics of the cultivation process, στο: J. Bryant & D. Zillmann (eds), Perspectives on Media Effects, N. Jersey: LEA, σελ. 17-48; S. Livingstone, (2001), Για το ανεπίλυτο πρόβλημα των επιδράσεων των Μέσων, στο: D. Curran & M. Guveritch, MME και Κοινωνία, μτφρ. Α. Κίκιζας, Αθήνα: Πατάκης, σελ. 427-454.

- Η τηλεόραση αν και μέσο επικοινωνίας μονής κατεύθυνσης μπορεί να χρησιμοποιηθεί, για να μάθει ένα παιδί να συμμετέχει ενεργά σε αυτό που βλέπει ή ακούει, όταν μιμείται λεκτικές ή σωματικές ασκήσεις που παρουσιάζονται σε μια εκπομπή¹⁷.
- Διάφορα εκπαιδευτικά τηλεοπτικά προγράμματα μπορούν να βοηθήσουν τα παιδιά να μάθουν να διαβάζουν ή να μετρούν αλλά και να συμβάλλουν στην ομαλή τους κοινωνικοποίηση, όταν τα διδάσκουν πώς να ελέγχουν τις παρορμήσεις τους. Συγκεκριμένες εκπομπές, όπως τα ντοκυμαντέρ της κρατικής τηλεόρασης, μπορούν να διδάξουν στα παιδιά το σεβασμό στο οικοσύστημα και στα πλάσματα που ζουν σε αυτό. Ακόμα και ενημερωτικές εκπομπές που αναφέρονται σε καταστροφές αλλά «καλύπτονται» σωστά από τηλεοπτικούς σταθμούς δεν προκαλούν ιδιαίτερα ψυχικά τραύματα σε νεαρούς τηλεθεατές¹⁸.

Τα αποτελέσματα των ερευνών υποδεικνύουν και τα αρνητικά στοιχεία της πολύωρης και ανεξέλεγκτης τηλεθέασης¹⁹. Ένα σημείο που τονίζεται ιδιαίτερα είναι η προσήλωση του παιδιού στην οθόνη άσχετα από το περιεχόμενο. Διαπιστώνεται ότι ένα παιδί που αρχικά κάθεται για λίγα λεπτά να παρακολουθήσει τηλεόραση, θα παραμείνει με αύξουσα πιθανότητα περισσότερο χρόνο από όσο υπολόγιζε μπροστά στον πομπό, δηλ. όσο και περισσότερο θα μειώνονται οι πιθανότητες να τραβήξει το βλέμμα του από την τηλεόραση. Κατά την καθοδηγούμενη τηλεθέαση, όμως, λαμβάνουν χώρα οι διαδικασίες της μάθησης και η ποιοτική επεξεργασία των πληροφοριών τελειώς διαφορετικά από ό,τι σε ανεξέλεγκτη καθημερινή τηλεθέαση. Άλλα δεδομένα ανάλο-

17. Πρβλ. P. Greenfield, (1988). Μέσα ενημέρωσης και παιδί, Αθήνα: Κουτσούμπος.

18. Πρβλ. J. Brody, όπ.π.

19. Πρβλ. ιδιαίτερα τις συστάσεις της Αμερικανικής Ακαδημίας Παιδικής και Εφηβικής Ψυχιατρικής που συγκέντρωσε, ανέλυσε και διασταύρωσε τα στοιχεία μελετών που έγιναν τα τελευταία δέκα χρόνια για την επίδραση των ηλεκτρονικών μέσων στον ψυχισμό και τη συμπεριφορά των παιδιών. Στην τρίτομη μελέτη «Μελέτη για τη βία στην τηλεόραση» διαπιστώθηκε ότι κατά μέσο όρο το 61% των διάφορων τηλεοπτικών εκπομπών (εκτός από ειδήσεις) περιείχε άμεσα ή έμμεσα βία. Σε μια προσπάθεια αφαιρετικής προσέγγισης του ζητήματος με συγκριτικά μοντέλα προσομοίωσης, που «κατασκεύασαν» επιστήμονες από διάφορες περιοχές του κόσμου, κατέδειξαν ότι στις ΗΠΑ θα γίνονταν 10000 λιγότερα αδικήματα κατά της ανθρώπινης ζωής, 70000 λιγότερες ληστείες και 700000 λιγότερα περιστατικά βίας κάθε χρόνο αν δεν είχε ανακαλυφθεί η τηλεόραση. Πρβλ. Κ. Χαλβατζάκης, Βία και Σεξ για ... παιδιά στην TV, στο: ΤΟ ΒΗΜΑ 16.12.2001; I. X. Καμαριανός, (2002), Εξουσία, ΜΜΕ και Εκπαίδευση, Αθήνα: Gutenberg, σελ. 289 κ.ε.

γων ερευνών αναφέρονται επίσης στον αρνητικό ρόλο της κατανάλωσης κατά την τηλεθέαση²⁰.

Ένας τομέας που εξετάζεται ιδιαίτερα συχνά είναι η επίδραση των Μέσων στην επιθετική συμπεριφορά και το φόβο των παιδιών²¹. Εδώ κυριαρχούν διεθνώς κυρίως μελέτες πεδίου, στις οποίες λαμβάνονται υπόψη πολλοί παράγοντες επιρροής²². Γενικά, φαίνεται ότι η οικογένεια εξακολουθεί να ασκεί το βασικό ρόλο στην κοινωνικοποίηση του ατόμου και ως προς τους επιθετικούς τρόπους συμπεριφοράς και τις μορφές φόβου. Οι περισσότερες έρευνες διαπιστώνουν ότι στην επιρροή που ασκεί η οικογένεια προστίθεται και η τηλεόραση με μια δυναμική ιδιαίτερη αλλά και μακροπρόθεσμη σημασία ως προς την εμφάνιση της επιθετικότητας και του άγχους²³. Πολλοί εμπειρικοί παράγοντες συνάδουν στην άποψη ότι μακροπρόθεσμα εντυπώνονται και επιθετικά και αγχωτικά πρότυπα²⁴.

Σπάνια βρισκόμαστε στη βιβλιογραφία έρευνες που εξετάζουν επιδράσεις γενικά στα συναισθήματα²⁵. Σε ορισμένες έρευνες αναλύονται ιδιαίτερα κα-

20. Πρβλ. M. Charlton et al., (1995), Werbekonsum und Werbekompetenz von 4-14-jährigen Kindern, στο: *Fernsehwerbung und Kinder. Das Werbeangebot in der Bundesrepublik Deutschland und seine Verarbeitung durch Kinder*, Bd. 2, Opladen: Leske & Budrich, σελ. 31-74; J. Cantor, (1994), Fright reactions to mass media, στο: J. Bryant & D. Zillmann, (eds.), *Media Effects, Advances in Theory and Research*, N. Jersey: LEA.

21. Πρβλ. R. Felson, (1996), Mass Media Effects on Violent Behavior, στο: *Ann. Rev. Sociol.* 22, 103-28; L. Friedrich-Cofer & AC. Huston, (1986), Television Violence and Aggression: the Debate Continues, στο: *Psychol. Bull.* 100, 364-71; BS. Centerwall, (1989), Exposure to Television as a Cause of Violence, στο: *Public Communication and Behavior*, ed. G. Comstock 2, 1-58, Orlando: Academic; R.M. Ogles, (1987), Cultivation Analysis: Theory, Methodology and Current Research on Television-Influenced constructions of Social Reality, στο: *Mass. Comm. Rev.* 14, 43-53; B. Gunter, όπ.π., σελ. 163-212; H. Theunert & B. Schorb, (Hrsg.) (1996), "Mordsbilder"-Kinder und Fernsehinformation: eine Untersuchung im Auftrag der Hamburgischen Anstalt für neue Medien und der Bayrischen Landeszentrale für Neue Medien, Berlin: Vistas.

22. Πρβλ. Στ. Παπαθανασόπουλος, (1997), Η δύναμη της τηλεόρασης, Αθήνα: Καστανιώτης, σελ. 344κ.ε.

23. Πρβλ. DJ. West & DP. Farrington, (1977), *The Delinquent Way of Life*, London: Heinemann; M. Gottfredson & T. Hirschi, (1990), *A General Theory of Crime*, Stanford; G. A. Comstock, & Haejung Paik, (1991), *Television and the American Child*, San Diego; M. Kunczik, & A. Zipfel, (1997), Wirkungen von Gewaltdarstellungen, στο: CD-ROM *Medienpädagogik SWF*; Dan Olweus, (1997), *Gewalt in der Schule – Was Lehrer und Eltern wissen sollten – und tun können*, 2. Aufl., Bern: Hans Huber Verlag; BS. Centerwall, (1989), όπ.π., σελ. 1-58.

24. Πρβλ. K. Popper & J. Condry, (1995), *Τηλεόραση: Κίνδυνος για τη Δημοκρατία*, μτφρ. Α. Φιλιππάτος, Αθήνα: Νέα Σύνορα, σελ. 12.

25. Πρβλ. R.W. Kubey & M. Csikszentmihalyi, (1990), *Television and the Quality of Life: How Viewing Shapes Everyday Experience*, Hillsdale NJ; H. Theunert & B. Schrob, (1995), *Zwischen Vermögen und Angst – Fernsehen im Alltag von Kindern*, Berlin: Vistas Verlag.

ταστάσεις εκνευρισμού, που προκύπτουν από την επίδραση των ΜΜΕ. Εδώ παρατηρείται ότι τα παιδιά επιλέγουν προγράμματα στην τηλεόραση ανάλογα με τη διάθεσή τους. Συγκεκριμένα, παιδιά που έχουν ανάγκη ερεθισμάτων επιλέγουν εκπομπές που εγείρουν συναισθήματα και είναι γρήγορες στην εναλλαγή εικόνων, ενώ παιδιά που έχουν ιδιαίτερα διεγερμένες αισθήσεις έχουν την τάση να παρακολουθούν καθησυχαστικές εκπομπές, χωρίς να μπορούν να εξηγήσουν τα ίδια για ποιο λόγο συμβαίνει αυτό.

Όσον αφορά στο χώρο της διαφήμισης και της επίδρασης που μπορεί να ασκεί στα παιδιά, τίθεται συνήθως υπό διερεύνηση το θέμα κατά πόσο τα παιδιά αναγνωρίζουν τη σκοπιμότητα της κάθε διαφήμισης ή κατά πόσο η τελευταία γίνεται αντικείμενο επεξεργασίας. Τα παιδιά που είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τη σκοπιμότητα της διαφήμισης, μπορούν να αντισταθούν στην επίδρασή της²⁶.

β. Τηλεθέαση και διεργασίες: βασικά σημεία της διεθνούς έρευνας

Μόνο στην Ιαπωνία έχει λειτουργήσει τηλεοπτικό πρόγραμμα που αφορά σε παιδιά ηλικίας 1 ½ ως 2 χρόνων. Σε ποια ηλικία όμως το παιδί γίνεται καταναλωτής των Μέσων; Σύμφωνα με τις έρευνες στην Ιαπωνία διαπιστώθηκε ότι προσκολλάται η ματιά ενός παιδιού στην οθόνη της τηλεόρασης ήδη στους πρώτους τέσσερις μήνες της ζωής του. Βέβαια, η τηλεθέαση στην περίπτωση αυτή δεν είναι συνειδητή αλλά θεωρείται ότι η τηλεόραση προκαλεί την παρατηρητικότητα και αποτελεί ένα κίνητρο παρακολούθησης, όπως κάθε άλλο Μέσο που προκαλεί την προσοχή του παιδιού. Διαπιστώθηκε, επίσης, ότι μωρά μόλις επτά μηνών παίζουν με το τηλεκοντρόλ και αντιδρούν, όταν αλλάζει το πρόγραμμα. Παιδιά μόλις οχτώ μηνών χτυπούν τα χέρια τους, όταν αλλάζει το πρόγραμμα. Ήδη στον πρώτο χρόνο μιμούνται διάφορα πρόσωπα και στον 1 ½ χρόνο της ηλικίας τους μπορούν τα παιδιά να τραγουδούν ένα μέρος των τραγουδιών επαναλαμβάνοντας σωστά το κείμενο²⁷.

26. Πρβλ. S. Aufenanger, (1995), Kindersendungen und Unterbrecherwerbung - ein kritischer Beitrag zur Definitionsproblematik, στο: M. Charlton et.al., Fernsehwerbung und Kinder. Das Werbeangebot in der Bundesrepublik Deutschland und seine Verarbeitung durch Kinder, Bd. 1, Opladen: Leske & Budrich, σελ. 183-200; R. Vollbrecht, (1996), Wie Kinder mit Werbung umgehen, στο: Media Perspektiven 6, σελ. 294 - 300; Μ. Χαυρετάκης, (1997), Τηλεόραση και διαφήμιση, Αθήνα: Σάκκουλα.

27. Πρβλ. E. Choat, (1988), Children, television and learning in nursery and infants schools, στο: Educational Studies 14, σελ. 9-21; S. Kodaira, (1990), The Development of Programs for Young People in Japan: a Report for NHK, Tokyo: NHK; R. Plomin & R. Cornley & J.C. de Fries & D.W. Fulker, (1990), Individual Differences in Television Viewing in early Childhood: nature as

Περαιτέρω στοιχεία αναφέρουν ότι το 75% των νοικοκυριών στην Ιαπωνία έχουν στο δωμάτιο των παιδιών ηλικίας δύο ως τριών χρόνων μια τηλεόραση. Διαπιστώθηκε, επίσης, ότι το 85% των παιδιών ηλικίας ενός ως τριών χρόνων βλέπουν τηλεόραση περισσότερο από δυο ώρες την ημέρα. Το 10% των παιδιών της ίδιας ηλικίας βλέπουν τηλεόραση πάνω από οχτώ ώρες την ημέρα! Υψηλά ποσοστά τηλεθέασης από παιδιά βρίσκουμε και στις ΗΠΑ²⁸. Το έτος 1990 ανακοινώθηκε από τους υπεύθυνους των προγραμμάτων, ότι ο αριθμός των νοικοκυριών και μέσα σε αυτόν και ο αριθμός των παιδιών που βλέπει καθημερινά τηλεόραση πάνω από οχτώ ώρες, έπεσε κάτω από το όριο του ποσοστού 35%. Πραγματικά πριν το 1990 στα νοικοκυριά σε ποσοστό πάνω από 40% η τηλεόραση ήταν ανοιχτή περισσότερες από οχτώ ώρες ημερησίως²⁹. Στην Ευρώπη τουλάχιστον είναι τα ποσοστά πολύ πιο χαμηλά. Ο μέσος όρος για τις ευρωπαϊκές χώρες είναι δύο ώρες την ημέρα³⁰.

Οι περισσότερες έρευνες εξετάζουν πώς λειτουργεί η τηλεθέαση στα παιδιά και ποια ερεθίσματα προκαλούν την παρατηρητικότητα τους. Έχει διαπιστωθεί ότι τα ακουστικά μηνύματα προκαλούν ένα δυναμικότερο ερεθισμό της παρατηρητικότητας από ό,τι τα οπτικά ερεθίσματα. Σε ένα χώρο που παίζουν τα παιδιά, ενώ στο βάθος είναι ανοιχτή η τηλεόραση, είναι πολύ πιο πιθανό να προκαλούν κάθε φορά την προσοχή ενός παιδιού διάφοροι θόρυβοι παρά η εναλλαγή των εικόνων. Ακόμα και όταν τα παιδιά συμπτωματικά βλέπουν τις εικόνες, η προσοχή τους είναι λιγότερο έντονη από ό,τι όταν ακούγεται πυροβολισμός ή άλλοι θόρυβοι. Αυτό αποδεικνύει ότι η τηλεόραση είναι για τα παιδιά ένα δυναμικό ακουστικό μέσο επίδρασης. Οι εικόνες παίζουν, επίσης, ένα ρόλο αλλά δεν είναι και το κυρίαρχο μέσο που ασκεί ισχυρή επίδραση στην προσοχή των παιδιών. Τα παιδιά παρακολουθούν προσηλωμένα μόνο σε πολύ δυναμικά ερεθίσματα της τηλεόρασης³¹.

well as nature. στο: *Psychological Science* 1, σελ. 371-377; P.A. Collins, (1991), *The Impact of Television on Preschoolers, perseverance, impulsively and restlessness*, στο: *Proceedings Society for Research on Child Development*, WA Seattle; A. N. Meltzoff, (1988), *Imitations of televised models by infants*, στο: *Child Development* 15, σελ. 1221-1229.

28. Πρβλ. A. C. Huston et. al., (1992), *Big World, Small Screen. The Role of Television in American Society*, London.

29. Πρβλ. G. A. Comstock & Haejung Paik, (1991), *Television and the American Child*, San Diego.

30. Πρβλ. Κ. Χαλβατζάκης, (2001), *Ποιες είναι οι αγαπημένες καθημερινές συνήθειες των νεαρών ευρωπαίων σύμφωνα με έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής*, στο: *ΤΟ ΒΗΜΑ* 09.12.2001.

31. Πρβλ. Μ. Κωστοπούλου, (2000), *Η προσοχή των ανηλίκων στα οπτικοακουστικά μέσα: συγκριτική μελέτη του θεσμικού πλαισίου στα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, Αθήνα: ΙΟΜ

Η προσοχή των παιδιών στο Μέσο μπορεί, επίσης, να αυξηθεί αν δοθούν κατάλληλες οδηγίες. Αν δηλαδή δοθεί στα παιδιά η οδηγία ότι πρέπει να παρακολουθήσουν ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα, τότε η προσοχή τους αυξάνεται. Αυτό το στοιχείο μπορεί να διαπιστωθεί και στις περιπτώσεις, που οι γονείς επιθυμούν να παρακολουθήσουν τα παιδιά τους συγκεκριμένα προγράμματα. Είναι ένα στοιχείο, το οποίο θα έπρεπε συστηματικά να χρησιμοποιηθεί για παιδαγωγικούς σκοπούς.

Το περιεχόμενο και μόνο μιας οποιασδήποτε εκπομπής δεν είναι αρκετό, για να προκαλέσει την προσοχή ενός παιδιού. Επιπρόσθετα στοιχεία τυπικών μέσων είναι απαραίτητα, όπως για παράδειγμα η παρουσίαση καρέ καρέ και η μουσική. Ένα ακόμα στοιχείο βασικό είναι η αντοχή παρακολούθησης. Σε αμερικανική έρευνα διαπιστώθηκε ότι ένα πρόγραμμα που κρατά προσηλωμένο ένα παιδί στα πρώτα δέκα δευτερόλεπτα, έχει περισσότερες πιθανότητες να συνεχίσει να το κρατά προσηλωμένο. Ακόμα και αν σταθεί το βλέμμα του κατά τη διαφήμιση του προγράμματος, τότε είναι επίσης περισσότερο πιθανό να διατηρήσει το βλέμμα του προσκολλημένο στο συγκεκριμένο πρόγραμμα, γεγονός που παρατηρείται και στους ενήλικες³². Από ένα συγκεκριμένο σημείο και μετά δεν μπορεί κάποιος να αλλάξει κανάλι, αλλά συνεχίζει να βλέπει το ίδιο πρόγραμμα, άσχετα με το περιεχόμενό του. Βέβαια, δεν μπορούμε να θεωρήσουμε ότι η τηλεόραση λειτουργεί ως ένα είδος νάρκωσης.

γ. Διεθνείς μετα- αναλύσεις στο θέμα «Παιδί και Μέσα»

Τα τελευταία χρόνια εμφανίστηκαν στη διεθνή βιβλιογραφία κριτικές μελέτες, που θέτουν κυρίως το ερώτημα, γιατί σε συγκεκριμένες περιόδους κυριαρχούν συγκεκριμένες ερευνητικές εργασίες, μέχρι και στατιστικές δευτερεύουσες αναλύσεις, που θέτουν κριτικά ζητήματα για τη δύναμη των αποφάσεων και τη γενικότητα μεμονωμένων δεδομένων και να φθάνουν εμπειρικά σε ασφαλή συμπεράσματα. Θα παραθέσουμε ως παράδειγμα την μετα-ανάλυση της Carmen Luke, που δείχνει κυρίως σύγχρονες τοποθετήσεις.

Η αυστραλιανή συγγραφέας Carmen Luke δημοσίευσε το 1990 μια κριτική μετα-ανάλυση για την αμερικανική έρευνα ως προς τη χρήση των Μέσων από τα παιδιά³³.

32. Πρβλ. K. Popper & J. Condry (1995), όπ.π., σελ. 49 κ.ε.; J. Condry, (1989), *The Psychology of Television*, Hillsdale, NJ; M. Ρήγου, (1999), *Μπροστά στην τηλεόραση*, Αθήνα: Πλέθρον; Σ. Ασλανίδου, (2000), *Ο μύθος του παθητικού τηλεθεατή*, Αθήνα: Δρομέας

33. Πρβλ. C. Luke, (1990), *Constructing the Child Viewer: A History of the American Discourse on Television and Children, 1950-1980*, New York.

Η συγγραφέας παραθέτει τις βασικότερες αμερικανικές έρευνες μεταξύ του 1950 και 1980 και θεωρεί ότι αυτές οι έρευνες παρουσιάζουν σημαντικά στοιχεία για κατασκευές της παιδικής ηλικίας, που εξαρτώνται από τη χρονική στιγμή που εξετάζονται. Με άλλα λόγια και η επιστημονική ενασχόληση με το θέμα «Παιδί και Μέσα» δεν είναι τίποτα άλλο παρά ένα παράγωγο των παραστάσεων που έχουμε κάθε φορά ως προς το παιδί και την παιδική ηλικία. Έτσι, εμφανίζεται το παιδί στις εκάστοτε περιόδους ανάλυσης πρώτα ως ένας καθαρά παθητικός παρατηρητής όσων προβάλλονται από τα Μέσα, μετά ως ενεργητικός κριτικός παρατηρητής και τελικά στις νέες έρευνες ως διαφωτισμένος χρήστης με μεγάλη συνέπεια στη γλώσσα των Μέσων.

Παράλληλα παρουσιάζονται σε διάφορες περιόδους διαφορετικές αναζητήσεις: στην προϊστορία των ερευνών για το Παιδί και τα Μέσα (1917-1953) εξετάζονται οι συνήθειες της χρήσης των Μέσων από τα παιδιά κυρίως από τις επισκέψεις τους στον κινηματογράφο, από τα ακούσματα στο ραδιόφωνο και τα διαβάσματα των κόμικς και των βιβλίων· μεταξύ του 1948 και 1959 ασχολούνται σχεδόν όλες οι έρευνες με την τηλεόραση και το παιδί ως παθητικό παρατηρητή. Τα παιδιά αντιμετωπίζονται λίγο ως πολύ ως ακούσιοι αποδέκτες διαφορετικών μηνυμάτων. Μεταξύ του 1960 και 1969 το θέμα της έρευνας είναι κυρίως η συμπεριφορά του παιδιού, η οποία εκλαμβάνεται ως συνέπεια των Μέσων και κυρίως της τηλεθέασης. Σε αυτό το πεδίο εμπίπτουν οι σημερινές κυρίαρχες θεωρίες κινήτρων της τηλεόρασης, όπως μεταξύ άλλων και η θεωρία μίμησης του Bandura και αργότερα οι κοινωνιο-γνωστικές θεωρίες μάθησης³⁴. Στο χρονικό διάστημα μεταξύ του 1970 και 1979 συμπληρώνεται ότι ένα παιδί συμμετέχει ενεργά σε διαδικασίες επικοινωνίας, άρα και κατά την τηλεθέαση. Εμφανίζεται, επίσης, η γνωστική και κριτική επεξεργασία των πληροφοριών και διατυπώνεται η ερώτηση ποια στοιχεία προσοχής, επιλογής και χρήσης κατά την τηλεθέαση παίζουν ένα ρόλο σημαντικό. Αντίστροφα διαπιστώνεται την ίδια εποχή ότι οι εικόνες του κόσμου μεταδίδονται και διαμορφώνονται από την τηλεόραση ακόμα και όταν λαμβάνει χώρα μια ενεργητική επεξεργασία των πληροφοριών. Στη δεκαετία του 1980 εμφανίζονται απόψεις που ορίζουν τα παιδιά κατά ένα μέρος ως διαφωτισμένους χρήστες των Μέσων, ως ενήλικες. Ένας γενικός όρος για την έρευνα αυτήν την εποχή είναι η ανάγνωση των Μέσων: τα παιδιά έχουν συνείδηση των Μέσων, αποκτούν γνώση για τα Μέσα ως συνέπεια επίσης των

34. Πρβλ. H.R. Maturana & F. J. Varela, (1987), *Der Baum der Erkenntnis. Die biologischen Wurzeln des menschlichen Erkennens*, Bern/München; B. Schorb, (Hrsg.), (1992), *Jugend auf der Datenautobahn. Sozial-, gesellschafts- und bildungspolitische Aspekte von Multimedia*, München: KoPäd.

απαιτήσεων της Παιδαγωγικής των Μέσων. Για τη δεκαετία του 1990, με βάση τη διεθνή έρευνα, θα μπορούσε κανείς να υποθέσει ότι παρά την πρόοδο εμφανίζονται κλασσικά ερωτήματα: ιδιαίτερα η ερώτηση για την κοινωνική λειτουργία των Μέσων, η εμφάνιση νέων Μέσων, η προώθηση των παιδιών σε αυτά, τα σύγχρονα βιντεοπαιχνίδια³⁵.

Γενικά, αυτή η μετα-ανάλυση δείχνει ότι μετά από μεγάλες χρονικές περιόδους επαναλαμβάνονται ομοιογενείς έρευνες, που καταλήγουν σε παρόμοια αποτελέσματα. Αυτά τα αποτελέσματα αναφέρονται στις συνέπειες που έχει η επίδραση των Μέσων από κοινωνική και πολιτική πλευρά³⁶. Όλες οι έρευνες εξετάζουν αρχικά το ρόλο της τηλεόρασης για τα παιδιά των Αμερικανών και δίνουν οδηγίες για την πρακτική, την πολιτική και την παιδαγωγική των Μέσων³⁷.

Η C. Luke διαπιστώνει ότι καμιά από αυτές τις έρευνες δεν περιλαμβάνει μια γενική αρνητική τοποθέτηση απέναντι στα Μέσα. Καταλήγουν με σαφήνεια στη θετική επίδραση των Μέσων, όπως για παράδειγμα ως προς το γνωστικό επίπεδο. Παράλληλα, όμως, συμφωνούν όλες οι έρευνες ως προς τη διαπίστωση, ότι η τηλεθέαση ιδιαίτερα για μικρά παιδιά προσχολικής ηλικίας κατά ένα μέρος κουράζει γνωστικά ή τουλάχιστον, όσον αφορά στην αμερικανική τηλεόραση, ότι προβάλλονται στερεότυπα και αντικοινωνικές παραστάσεις. Σε όλες τις έρευνες γίνεται κατανοητό ότι ποιοτικά προγράμματα, που λαμβάνουν υπόψη την ηλικία, μπορούν στην καλύτερη περίπτωση να προσφέρουν ουσιαστικές θετικές συμβολές στην ανάπτυξη του παιδιού. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον αποκτούν και γίνονται αντικείμενο έρευνας στις μελέτες τα καρτούν του Σαββάτου το πρωί, για τα οποία όλες οι έρευνες διαπιστώνουν ότι είναι ιδιαίτερα αγαπητά, αλλά επίσης μπορούν να αποτελέσουν και ισχυρά ψυχολογικά ερεθίσματα. Παράλληλα, γίνεται λόγος στις έρευνες και για το ρόλο της διαφήμισης³⁸. Αυτό που διαπιστώνεται είναι ότι μικρά

35. Πρβλ. Bertelsmann Stiftung & Heinz – Nixdorf – Stiftung (Hrsgs.), (1996), *Neue Medien in den Schulen. Projekte – Konzepte – Kompetenzen. Eine Bestandsaufnahme*, Gütersloh.

36. Πρβλ. J. Condry, (1989), *The Psychology of Television*, Hillsdale, NJ; G. A. Comstock & Haejung Paik, (1991), *Television and the American Child*, San Diego; R.W. Kubey & M. Csikszentmihalyi, (1990), *Television and the Quality of Life: How Viewing Shapes Everyday Experience*, Hillsdale NJ; A. C. Huston, et. al. (1992), *Big World. Small Screen. The Role of Television in American Society*, London.

37. Πρβλ. U. Six & G. Roters, (1997), *Zusammenfassung und Fazit für die Praxis in Medienpädagogik und Jugendwellen*, στο: U. Six & G. Roters, *Hingehört: Das Radio als Informations-medium für Jugendliche*, Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung, σελ. 103 – 117.

38. Πρβλ. *Τηλεοπτική Πολιτική Διαφήμιση – Μια ποσοτική Προσέγγιση για την Ελλάδα*, (2003), 4ο Τετράδιο Επικοινωνίας Ι.Ο.Μ., Αθήνα; N. Luhmann, (2001), *Η πραγματικότητα των ΜΜΕ*, μτφρ. Π. Ζέρη, Αθήνα: Μεταίχμιο, σελ. 97 κ.ε.

παιδιά προσχολικής ηλικίας (κάτω των πέντε χρόνων) δεν μπορούν να διακρίνουν με σαφήνεια τη σκοπιμότητα της διαφήμισης, αντιλαμβάνονται κατά λέξη τα μηνύματά της και επηρεάζονται από αυτά.

Ως προς την επίδραση της τηλεόρασης τουλάχιστον στη συμπεριφορά γίνεται αναφορά σε κάθε έρευνα. Τα παιδιά αντιδρούν σε ισχυρά πρότυπα με μίμηση και μακροπρόθεσμα μπορούμε να διαπιστώσουμε και όμοιες συμπεριφορές, με εκείνες που παρουσιάστηκαν στο πρόγραμμα³⁹. Μακροπρόθεσμα μπορούμε επίσης να διαπιστώσουμε και επιδράσεις στη διαμόρφωση της αντίληψης και της γνώμης των παιδιών. Εδώ φαίνεται ότι η τηλεόραση έχει τη δυνατότητα να «εντυπώνει» διαρκώς εικόνες του κόσμου στα παιδιά. Η επίδραση στη γνώση και στην επεξεργασία των πληροφοριών φαίνεται ιδιαίτερα συχνά ως προς τις επιδράσεις από σκηνές τρόμου αλλά με συνέπειες θετικές. Συχνά αναφερόμενη, αλλά όχι τόσο αρνητικά όσο θα περίμενε κανείς, είναι η επίδραση της τηλεόρασης και συγκεκριμένα της εντατικής τηλεθέασης στη μάθηση και στις επιδόσεις στο σχολείο⁴⁰. Εδώ φυσικά εμφανίζονται ως υπεύθυνοι και άλλοι παράγοντες, όπως η κοινωνικο-οικονομική κατάσταση της οικογένειας. Τονίζεται, όμως, ιδιαίτερα ότι η γνώση των γεγονότων είναι μεγαλύτερη για παιδιά που παρακολουθούν πολύ τηλεόραση. Μόλις την τελευταία πενταετία εμφανίζονται περισσότερες έρευνες, που εξετάζουν τον κίνδυνο για τα παιδιά από την τηλεόραση να παρουσιάσουν «διαταραχή ελλειμματικής προσοχής-υπερκινητικότητα» (ADHD), προβλήματα συγκέντρωσης, οργάνωσης και εμφάνιση παρορμητικότητας. Άλλες μελέτες σχετικά με την εγκεφαλική λειτουργία επισημαίνουν ότι παιδιά που παρακολουθούν τηλεόραση περισσότερο από δύο ώρες την εβδομάδα εμφανίζουν άμεσες εγκεφαλικές βλάβες. Συγκεκριμένα «η παρακολούθηση τηλεόρασης ευνοεί την ανάπτυξη συγκεκριμένων εγκεφαλικών κυκλωμάτων, που ευθύνονται

39. Πρβλ. J.L. Freedman, (1984), Effects of Television Violence on Aggressiveness, *Psychol. Bull.* 96, 227-46; K. Naughton & E. Thomas, (2000), Did Kayla have to die?, στο: *Newsweek* 13.03.2000; T. MacCarthy, (2001), Παιδιά εγκληματίες γεννά η απόρριψη, στο: *ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ* 25.02.2001.

40. Σε έρευνα που διεξήχθη από Έλληνα γιατρό στις ΗΠΑ (Παιδιατρικό Νοσοκομείο του Σιάτλ) διαπιστώθηκε ότι παιδιά κάτω των 3 ετών που βλέπουν TV έχουν δυσκολίες συγκέντρωσης στο σχολείο (Η έρευνα του Δημήτρη Χριστάκη και της ομάδας του αφορούσε 1.278 παιδιά ηλικίας 1 έτους και 1.345 παιδιά 3 ετών από όλες τις ΗΠΑ). Η έρευνα δημοσιεύθηκε στο αμερικανικό περιοδικό «*Pediatrics*» και έδειξε το εξής: Όσο περισσότερο τηλεόραση βλέπουν τα παιδιά κάτω των τριών ετών, τόσο περισσότερο κινδυνεύουν να αναπτύξουν αργότερα Σύνδρομο Ελλειμματικής Προσοχής/ Υπερκινητικότητας. Σε απλά ελληνικά, το «παρκάρισμα» των πολύ μικρών παιδιών μπροστά στην TV αυξάνει τον κίνδυνο προβλημάτων συγκέντρωσης όταν αυτά μεγαλώσουν και πάνε σχολείο! (<http://www.health.in.gr>).

για την αυξημένη επιθετικότητα, τη χαμηλότερη ανεκτικότητα και τη μειωμένη συγκέντρωση στη θέση των εγκεφαλικών κυκλωμάτων, τα οποία είναι υπεύθυνα για την ανάπτυξη της γλωσσικής λειτουργίας στο αριστερό ημισφαίριο»⁴¹.

Ένας άλλος τομέας ιδιαίτερα προσηγμένος στις ΗΠΑ είναι η σύνδεση μεταξύ τηλεόρασης και υγιούς συμπεριφοράς. Εδώ ασκείται κυρίως κριτική σε σειρές μαζικής παραγωγής, οι οποίες πολύ συχνά θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε συμπεριφορές που βλάπτουν την υγεία, όπως για παράδειγμα μέσω της τουλάχιστον μέχρι πριν λίγο καιρό κατανάλωσης αλκοόλ σε ταινίες⁴².

Από την παράθεση των ευρημάτων της διεθνούς έρευνας σχετικά με το Παιδί και τη χρήση των ΜΜΕ επισημαίνουμε, συνοψίζοντας, τα εξής:

- Η πλειονότητα των ερευνών καταλήγει πως τα ΜΜΕ πράγματι έχουν επιπτώσεις στη συμπεριφορά των παιδιών. Η επίδραση αυτή είναι όμως δύσκολο να καταμετρηθεί, αφού η διαδικασία είναι σταδιακή και συνυπάρχει με άλλες επιδράσεις στο ίδιο κοινωνικό περιβάλλον. Τα ΜΜΕ όμως έχουν την ίδια δυναμική επίδρασης όπως το σχολείο και η οικογένεια.
- Ένα σημαντικό κοινωνικό ζήτημα είναι το πρόβλημα της επιθετικής συ-

41. J. Brody, (2004), TV. Μέτρον άριστον. στο: Εφημ. Το ΒΗΜΑ, 31.10.2004 και στην ιστοσελίδα: <http://www.womanshealth.gr/showArticle.php?articleid=151>

42. Ερευνητική ομάδα του Πανεπιστημίου του Οτάγκο με επικεφαλής τον Δρ Ρομπερτ Ανκοξ μελέτησε 1.000 άτομα, τα οποία είχαν γεννηθεί στην πόλη Ντουνεντίν στις αρχές τις δεκαετίας του 1970 και με τακτικούς ελέγχους τα παρακολούθησε, ωστόσο συμπλήρωσαν το 26ο έτος της ηλικίας τους. Συγκεκριμένα, κατεγράφησαν στοιχεία σχετικά με την τηλεθέαση στις ηλικίες 5, 7, 9, 11, 13, 15 και 21 ετών. Η τηλεθέαση μεταξύ 5 και 15 ετών διαπιστώθηκε ότι αύξανε τον κίνδυνο υπερχοληστερολαιμίας, καπνίσματος, κακής διατροφής και παχυσαρκίας κατά την ενήλικη ζωή. Αντιθέτως δεν αύξανε τον κίνδυνο υπέρτασης. Μελετώντας το γενικό πληθυσμό, οι επιστήμονες κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι το 17% των περιπτώσεων παχυσαρκίας, το 15% των περιπτώσεων κακής σωματικής κατάστασης, το 15% των περιπτώσεων υψηλής χοληστερόλης και το 17% των καπνιστών στα άτομα 26 ετών μπορεί να αποδοθεί στην παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων για περισσότερες από δυο ώρες κατά τη διάρκεια της παιδικής και εφηβικής ηλικίας: Σ.-Μ. Νικολάου (2004). Οικογένεια, Σχολείο και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, Πανεπιστημιακές παραδόσεις, Π.Τ.Δ.Ε. Ιωάννινων, Ιωάννινα: Παν/κό Τυπογραφείο. Μελέτη του Κέντρου Επιπτώσεων Υγείας του Παιδιού στο Σαν Ντιέγκο το 2002 έδειξε ότι παιδιά ηλικίας 10-15 χρόνων, τα οποία παρακολουθούσαν τηλεόραση περισσότερες από πέντε ώρες την ημέρα είχαν έξι φορές μεγαλύτερη πιθανότητα να αρχίσουν το κάπνισμα από εκείνα που έβλεπαν λιγότερο από δύο ώρες τηλεόραση την ημέρα. Πρβλ. J. Brody, (2004), TV. Μέτρον άριστον, στο: Εφημ. Το ΒΗΜΑ, 31.10.2004.

μπεριφοράς. Πολλοί ερευνητές έχουν καταλήξει στη διαπίστωση ότι η προβολή και παρακολούθηση προγραμμάτων με βίαιο και επιθετικό περιεχόμενο είναι δυνατό να δημιουργήσει ή να αυξήσει τάσεις επιθετικότητας στην κοινωνική συμπεριφορά των αποδεκτών των συγκεκριμένων μηνυμάτων, ιδιαίτερα δε όταν η παρακολούθηση είναι μακροχρόνια και η απαρχή της βρίσκεται στην πρώιμη παιδική ηλικία. Οι πιο ευαίσθητες κατηγορίες τηλεθεατών στην προβολή βίας είναι τα παιδιά από 8-12 χρόνων. Τα αγόρια είναι περισσότερο ευάλωτα από τα κορίτσια και ιδιαίτερα όταν προέρχονται από τάξεις οικονομικά ασθενείς⁴³.

- Η ικανότητα αντίληψης και κρίσης του τηλεθεατή – ακροατή κινδυνεύει να ισοπεδωθεί από την ποικιλία και τη διάσταση των ερεθισμάτων, που προσφέρει ο κόσμος των ηλεκτρονικών μέσων. Τα ΜΜΕ δημιουργούν λειτουργούς αλλά και αποδέκτες απρόσωπους, στους οποίους έννοιες, όπως αυθορμητισμός, αυτονομία και φαντασία καταλήγουν δίχως αντίκρισμα. Τα ΜΜΕ αγγίζουν το άτομο στο σύνολο της κοινωνικής του δράσης, ελέγχοντας την πληροφόρηση, άρα ελέγχοντας κατά κάποιο τρόπο τη ζωή του.
- Από την άλλη πλευρά όταν λαμβάνει χώρα η διαδικασία ανάλυσης των ΜΜΕ και των μηνυμάτων, που αυτά κάθε φορά παράγουν, είναι δυνατό να αναπτυχθούν στο άτομο μεθοδολογικά εργαλεία κριτικής ανάλυσης της καθημερινότητας. Τα εργαλεία αυτά μπορεί να αποτελέσουν ιδιαίτερα πολύτιμα βοηθήματα στην προσπάθεια των παιδιών να αναπτύξουν τα δικά τους πλαίσια και θεωρίες, για να εξηγήσουν τις τηλεοπτικές αναπαραστάσεις της πραγματικότητας.
- Η κοινωνική ταυτότητα των νέων σήμερα συγκροτείται υπό την επίδραση των ΜΜΕ. Ο λόγος που εκπέμπεται από τα διάφορα Μέσα δεν επιτρέπει στον ακροατή – δέκτη καμιά παρέμβαση, καμιά αντίδραση σχετικά με την αλήθεια ή το ψεύδος των μηνυμάτων. Οι απαθείς μορφές συμπεριφοράς που διαμορφώνονται με αυτόν τον τρόπο περιορίζουν την κοινωνική δράση των νέων και παρεμποδίζουν εναλλακτικούς τρόπους σκέψης και δράσης.
- Όσο τα ΜΜΕ θα αντιλαμβάνονται το κοινό σαν ομοιόμορφο και ομοιογενές, σαν μια μάζα μέσω ανθρώπων, θα κινδυνεύει ο πολιτισμός μας να απολέσει κάθε κριτική διάσταση.

43. Πρβλ. Στ. Παπαθανασόπουλος, (1999), Η βία στην ελληνική τηλεόραση, Αθήνα: Καταναλωτής.

Από τις συστάσεις που κατά καιρούς προτείνονται κυρίως από την Αμερικανική Ακαδημία Παιδιατρικής προς τους γονείς σε σχέση με το χειρισμό της τηλεθέασης, επισημαίνουμε τα εξής⁴⁴:

- Να αναζητούνται εναλλακτικές λύσεις εκμετάλλευσης του ελεύθερου χρόνου των παιδιών, περιορίζοντας τις ώρες τηλεθέασης, θέτοντας ένα όριο, χωρίς παράλληλα να δίδεται το μήνυμα της απαγόρευσης της τηλεόρασης.
- Να μην αυξάνουν οι γονείς την αξία της τηλεόρασης χρησιμοποιώντας την ως μέσο τιμωρίας ή ανταμοιβής.
- Να μην χρησιμοποιείται η τηλεόραση ως «λειτουργός φύλαξης και απασχόλησης» για τα παιδιά.
- Να λαμβάνεται υπόψη το τηλεοπτικό πρόγραμμα και να γίνεται επιλογή των προγραμμάτων. Όταν το επιλεγόμενο πρόγραμμα τελειώνει, να κλείνει και η τηλεόραση.
- Να μην παρακολουθούν τα παιδιά τηλεόραση μόνα τους αλλά πάντα υπό τον έλεγχο των γονέων, οι οποίοι θα ερμηνεύουν σκηνές και γεγονότα που τα παιδιά δεν κατανοούν.
- Να μην παρακολουθούν τα παιδιά παιδικές εκπομπές που περιλαμβάνουν σκηνές σεξουαλικότητας ή βίας.
- Να ερμηνεύουν οι γονείς το σκοπό των διαφημίσεων, για να αποτρέψουν να γίνει το παιδί παθητικός καταναλωτής. Εξάλλου όσα προβάλλονται στις διαφημίσεις δεν είναι αγαθά, τα οποία χρειάζεται απαραίτητα ο κάθε άνθρωπος.
- Οι ίδιοι οι γονείς να επηρεάζουν τα παιδιά δίνοντας το καλό παράδειγμα. Ας επιλέξουν μια ημέρα την εβδομάδα, όπου η τηλεόραση θα μένει κλειστή.

44. Πρβλ. L. Sheldon, (1998), *The middle years: Children and Television – cool or just plain boring*, στο: S. Howard, (ed.), *Wired – up, Young People and the Electronic Media*, London: UCL Press, σελ. 82-83; G. Gerbner & L. Gross & M. Morgan & N. Signorielli, (1994), *Growing up with Television: The Cultivation perspective*, στο: J. Bryant & D. Zillmann, (eds.), *Media Effects, Advances in Theory and Research*, N. Jersey: LEA, σελ. 17-41; T.M. MacBeth (ed.), (1996), *Tuning in to Young Viewers: Social Science Perspectives on Television*, London: Sage.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αναστασιάδης, Π., (2000), Στον αιώνα της πληροφόρησης, Αθήνα: Νέα Σύνορα-Λιβάνη.
- Ανδρεάδης, Γ., (1998), Η κατασκευή της πραγματικότητας, Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Anfang, G. & Hedrich, A. & Palme, H. J., (Hrsg.) (1997), Hauptsache: Interaktiv. Ein Fall für die Medienpädagogik, München: KoPäd.
- Anfang, G. et. al., (1999), Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln, München: KoPäd.
- Ανθόπουλος, Χ., (2000), Προστασία του ρατσισμού και ελευθερία της πληροφόρησης, Αθήνα: Παπαζήση.
- Ασλανίδου, Σ., (2000), Ο μύθος του παθητικού τηλεθεατή, Αθήνα: Δρομέας.
- Aufenanger, S., (1995), Kindersendungen und Unterbrecherwerbung: ein kritischer Beitrag zur Definitionsproblematik, στο: M. Charlton et.al., Fernsehwerbung und Kinder. Das Werbeangebot in der Bundesrepublik Deutschland und seine Verarbeitung durch Kinder, Bd. 1, Opladen: Leske & Budrich, σελ. 183-200.
- Aufenanger, S., (1991), Kindheit als Medienkindheit am Ausgang unseres Jahrhunderts: Konformität in der Individuierung, στο: Ulrich Heiner & Hamburger Franz, (Hrsg.), Kinder am Ende ihres Jahrhunderts, Langenau – Ulm: Armin Vass, σελ. 11-21.
- Aufschnaiter, von S. & Fischer, H.E. & Schwedes, H., (1992), Kinder konstruieren Welten, στο: S. J. Schmidt, (Hrsg.), Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2, Frankfurt am Main.
- Baacke, D., (1997), Medienpädagogik, Tübingen: Niemeyer.
- Βενιζέλος, Ε., (1996), Μέσα Ενημέρωσης, Δημοκρατία και Εξωτερική Πολιτική: Το τρίγωνο της έντασης, Αθήνα: Νέα Σύνορα – Λιβάνη.
- Bertelsmann Stiftung & Heinz – Nixdorf – Stiftung, (Hrsg.) (1996), Neue Medien in den Schulen. Projekte – Konzepte – Kompetenzen. Eine Bestandsaufnahme, Gütersloh.
- Brody, J., (2004), TV. Μέτρον άριστον, στο: Εφημ. ΤΟ ΒΗΜΑ, 31.10.2004.
- Βρύζας, Κ., (1997), Μέσα επικοινωνίας και παιδική ηλικία, Θεσσαλονίκη: Βάνιας.
- Βουιδάσκη, Β. (1992), Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και τους νέους, Αθήνα: Γρηγόρη.

- Γκότοβος, Θ., (1988), Τηλεοπτική γλωσσική αγωγή: η παιδαγωγική διάσταση μιας τελετουργίας, στο: Κ. Ναυρίδης & Γ. Δημητρακόπουλος & Γ. Πασχαλίδης, Τηλεόραση και επικοινωνία, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής, σελ. 387-408.
- Cantor, J., (1994), Fright reactions to mass media, στο: J. Bryant & D. Zillmann, (eds.), *Media Effects, Advances in Theory and Research*, N. Jersey: LEA.
- Centerwall, BS., (1989), Exposure to Television as a Cause of Violence, στο: *Public Communication and Behavior*, ed. G. Comstock 2, 1-58, Orlando: Academic.
- Charlton, M. & Neuman – Braun, K., (1992), *Kinder, Jugendliche und Massenmedien*, Fernuniversität Hagen.
- Charlton, M. et al., (1995), Werbekonsum und Werbekompetenz von 4-14jährigen Kindern, στο: *Fernsehwerbung und Kinder. Das Werbeangebot in der Bundesrepublik Deutschland und seine Verarbeitung durch Kinder*, Bd. 2, Opladen: Leske & Budrich, σελ. 31-74.
- Choat, E., (1988), Children, television and learning in nursery and infants schools, στο: *Educational Studies* 14, σελ. 9-21.
- Collins, P.A., (1991), The Impact of Television on Preschoolers, perseverance, impulsively and restlessness, στο: *Proceedings Society for Research on Child Development*, WA Seattle.
- Comstock, G. A. & Haejung Paik, (1991), *Television and the American Child*, San Diego.
- Condry, J., (1989), *The Psychology of Television*, Hillsdale, NJ.
- Cupit, C. G., (1987), *The Child Audience: A Guide to the Developing Child for Television Writers and Producers*, Canderra: ABT.
- Darschin, W. & Frank, B., (1997), Tendenzen im Zuschauerverhalten, στο: *Media Perspektiven* 4, σελ. 174-185.
- Δουλκέρη, Τ., (1990), Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Ισότητα των δύο Φύλων, Αθήνα: Παπαζήση.
- Feierabend, S. & Windgasse, T., (1997), Was Kinder sehen, στο: *Media Perspektiven* 4, σελ. 186-197.
- Feilitzen, C. von & Bucht, C., (2001), *Outlooks on Children and Media. Compiled for the 3rd World Summit on Media for Children*, σε συνεργασία με την NORDICOM και το Ευρωπαϊκό Κέντρο Παιδικής Τηλεόρασης, E.C.T.C, Goteborg.
- Felson, R., (1996), Mass Media Effects on Violent Behaviour, στο: *Ann. Rev. Sociol.* 22, σελ. 103-28.
- Freedman, JL., (1984), Effects of Television Violence on Aggressiveness, στο: *Psychol. Bull.* 96, σελ. 227-46.

- Friedrich-Cofer, L. & Huston, A.C., (1986), Television Violence and Aggression: the Debate Continues, στο: *Psychol. Bull.* 100, σελ. 364-71.
- Gleich, U., (1995), Hörfunkforschung in der Bundesrepublik, στο: *Medien Perspektiven* 11, σελ. 554-561.
- Gerbner, G. & Gross, L., (1976), Living with Television: the Violence Profile, στο: *J. Commun.* 26, 173-99.
- Gerbner, G. & Gross, L. & Morgan, M. & Signorielli, N., (1994), Growing up with Television: The Cultivation perspective, στο: J. Bryant & D. Zillmann, (eds.), *Media Effects, Advances in Theory and Research*, N. Jersey: LEA, σελ. 17-41.
- Gottfredson, M. & Hirschi, T., (1990), *A General Theory of Crime*, Stanford.
- Greenfield, P., (1988), Μέσα ενημέρωσης και παιδιά. εκδ. Κουτσούμπος, Αθήνα.
- Groebel, J., (1996), Kinder und Medien in der internationalen Forschung, στο: W. Klingler & K. Schöenberg (Hrsg), *Hören, Lesen, Fernsehen – und sie spielen trotzdem. Beiträge zum Medieumgang von Kindern*, Baden Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, σελ. 3-13.
- Gunter, B., (1994), The Question of Media Violence, στο: *Media Effects: Advances in Theory and Research*, ed. J. Bryant, D. Zillman, 163-212, Hillsdale.
- Habermas, J., (1997), Αλλαγή δομής της δημοσιότητας, μτφρ. Α. Αναγνώστου, Αθήνα: νήσος.
- Hiegemann, S. & Swoboda, W., (Hrsg.) (1994), *Die Wirkungen von Gewalt im Fernsehen. Eine qualitative und quantitative Studie mit einem Generationsvergleich 1975-1993*, Opladen: Leske & Budrich.
- Huston, A. C., et. al., (1992), *Big World, Small Screen. The Role of Television in American Society*, London.
- Ζέρη, Π., (1996), *Θεσμοί εποπτείας στο Ραδιοτηλεοπτικό σύστημα*, Αθήνα: Οδυσσέας.
- Θεοφιλίδης, Χρ., (1998), Τα Μ.Μ.Ε. ως μέσο εκπαίδευσης, *Παιδαγωγικός Λόγος*, τ. 2, σελ. 31.
- Καμαριανός, Ι., (2002), *Εξουσία, Μ.Μ.Ε. και Εκπαίδευση*, Αθήνα: Gutenberg.
- Keller, M. & Klingler, W., (1995), Hörfunk behauptet sich im Wettbewerb - Media Analyse 1995, στο: *Media Perspektiven* 11, σελ. 522-534.
- Klimsa, P., (1993), Lernpsychologische Perspektiven. Zu kognitions- und lernpsychologischen Voraussetzungen der Nutzung von neuen Medien, στο: P. Klimsa, *Neue Medien und Weiterbildung. Anwendung und Nut-*

- zung in Lernprozessen der Weiterbildung, Kap. 4, Weinheim: Deutscher Studienverlag, σελ. 204 – 274.
- Kodaira, S. (1990), *The Development of Programs for Young People in Japan: a Report for NHK*, Tokyo: NHK.
- Κορωναίου, Α., (2001), *Εκπαιδύοντας εκτός σχολείου*, Αθήνα: Μεταίχμιο.
- Κορωναίου Α., (1996), *Κοινωνιολογία του ελεύθερου χρόνου*, Αθήνα: νήσος.
- Krambrock, U., (1997), *Computerspiel – Spielarten eines neuen Mediums und Spielverhalten jugendlicher Computerfans*, Diss. Hagen.
- Kubey, R.W. & Csikszentmihalyi, M., (1990), *Television and the Quality of Life: How Viewing Shapes Everyday Experience*, Hillsdale NJ.
- Kunczik, M. & Zipfel, A., (1997), *Wirkungen von Gewaltdarstellungen*, στο: CD-ROM Medienpädagogik SWF.
- Κωστοπούλου, Μ., (2000), *Η προστασία των ανηλίκων στα οπτικοακουστικά μέσα: συγκριτική μελέτη του θεσμικού πλαισίου στα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, Αθήνα: ΙΟΜ
- Λαμπροπούλου, Ε., (1999), *Η κατασκευή της κοινωνικής πραγματικότητας και τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*, Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Λιβεριάτος, Κ. & Φραγκούλης, Τ., (επιμ.) (1991), *Η κουλτούρα των Μέσων. Μαζική κοινωνία και πολιτιστική βιομηχανία*, Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Livingstone, S., (2001), *Για το ανεπίλυτο πρόβλημα των επιδράσεων των Μέσων*, στο: D. Curran & M. Guveritch, *MME και Κοινωνία*, μτφρ. Δ. Κίκιζας, Αθήνα: Πατάκης, σελ. 427-454.
- Luhmann, N., (2001), *Η πραγματικότητα των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας*, μτφρ. Π. Ζέρη, Αθήνα: Μεταίχμιο.
- Luke, C., (1990), *Constructing the Child Viewer: A History of the American Discourse on Television and Children, 1950-1980*, New York.
- MacCarthy, T., (2001), *Παιδιά εγκληματίες γεννά η απόρριψη*, στο: ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ 25.02.2001.
- Maier, R. & Micat, C. & Zeitter, E., (1997), *Wenn die Kleinen fernsehen. Die Bedeutung des Fernsehens in der Lebenswelt von Vorschulkindern*, Berlin: Vistas.
- Maturana, H.R. & Varela, F. J., (1987), *Der Baum der Erkenntnis. Die biologischen Wurzeln des menschlichen Erkennens*, Bern/München.
- Meltzoff, A. N., (1988), *Imitations of televised models by infants*, στο: *Child Development* 15, σελ. 1221-1229.
- Moser, H., (2000), *Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter*, Opladen: Leske & Budrich Verlag.
- Naughton, K. & Thomas, E., (2000), *Did Kayla have to die?*, στο: *Newsweek* 13.03.2000.

- Neumann-Braun, K. & Erichsen, J. R., (1995), *Kommerzialisierte und mediatisierte Kindheit – eine aktuelle Bestandsaufnahme*, στο: M. Charlton, et al., *Fernsehwerbung und Kinder. Das Werbeangebot in der Bundesrepublik Deutschland und seine Verarbeitung durch Kinder*, Bd. 1, Opladen: Leske & Budrich, σελ. 23 – 41.
- Νικολάου, Σ.-Μ., (2004), *Οικογένεια, Σχολείο και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*, Πανεπιστημιακές παραδόσεις, Π.Τ.Δ.Ε. Ιωάννινων, Ιωάννινα: Παν/κό Τυπογραφείο.
- Νικολάου, Σ.-Μ., (2000), *Φιλοσοφία των νέων τεχνολογιών. Πολυμέσα στην εκπαιδευτική διαδικασία. Πρακτικά του Β΄ Πανελλήνιου Συνεδρίου με διεθνή συμμετοχή του Πανεπιστημίου Αθηνών*, Αθήνα, σελ. 69-78.
- Ντάβου, Ντ., (2000), *Οι διεργασίες της σκέψης στην εποχή της πληροφορίας*, Αθήνα: Παπαζήση.
- Ogles, R.M., (1987), *Cultivation Analysis: Theory, Methodology and Current Research on Television-Influenced constructions of Social Reality*, στο: *Mass. Comm. Rev.* 14, 43-53.
- Olweus, Dan, (1997), *Gewalt in der Schule – Was Lehrer und Eltern wissen sollten – und tun können*, 2. Aufl., Bern: Hans Huber Verlag.
- Paik, H., Comstock, G., (1994), *The Effects of Television Violence on Anti-social Behavior: a Meta-analysis*, στο: *Comm. Res.* 21: 516-45.
- Palme, H. J. & Hedrich, A. & Anfang, G., (Hrsg.) (1997), *Geschlecht und Medien*, München: KoPäd.
- Palmer, P., (1986), *The Lively Audience: A Study of Children Around the TV Set*, Sydney: Allen and Unwinn.
- Παπαθανασόπουλος, Στ., (1999), *Η βία στην ελληνική τηλεόραση*, Αθήνα: Κατσανιώτης.
- Παπαθανασόπουλος, Στ., (1997), *Η δύναμη της τηλεόρασης, η λογική του μέσου και η αγορά*, Αθήνα: Κατσανιώτης.
- Παπαθανασόπουλος, Στ., (2000), *Η τηλεόραση και το κοινό της*, Αθήνα: Κατσανιώτης.
- Πλειός, Γ., (2001), *Ο Λόγος της Εικόνας: Ιδεολογία και Πολιτική*, Αθήνα: Παπαζήσης.
- Plomin, R. & Cornley, R. & de Fries, J.C. & Fulker, D.W., (1990), *Individual Differences in Television Viewing in early Childhood: nature as well as nature*, στο: *Psychological Science* 1, σελ. 371-377.
- Popper, K. & Condry, J., (1995), *Τηλεόραση: Κίνδυνος για τη Δημοκρατία*, μτφρ. Α. Φιλιππάτος, Αθήνα: Νέα Σύνορα.
- Ράπτης, Αρ. & Ράπτη, Αθ., (1997), *Πληροφορική και Εκπαίδευση*, Αθήνα: (χ.ό).

- Ράπτης, Αρ. & Ράπτη, Αθ., (2001), Μάθηση και Διδασκαλία στην εποχή της Πληροφορίας. Ολική Προσέγγιση, Τ. Α΄ και Β΄, Αθήνα: (χ.ό.).
- Ρέππας, Δ., (1999), Πρόσωπο με πρόσωπο με τα ΜΜΕ, Αθήνα: Καστανιώτης.
- Ρήγου, Μ., (1999), Μπροστά στην τηλεόραση, Αθήνα: Πλέθρον.
- Sheldon, L., (1998), The middle years: Children and Television – cool or just plain boring, στο: S. Howard, (ed.), Wired – up, Young People and the Electronic Media, London: UCL Press, σελ. 82-83.
- Schorb, B., (Hrsg.) (1992), Jugend auf der Datenautobahn. Sozial-, gesellschafts- und bildungspolitische Aspekte von Multimedia, München: KoPäd.
- Σεραφετινίδου, Μ., (2003), Κοινωνιολογία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, Αθήνα: Gutenberg.
- Six, U. & Roters, G., (1997), Hingehört – Das Radio als Informationsmedium für Jugendliche, Götersloh.
- Six, U. & Roters, G., (1997), Zusammenfassung und Fazit für die Praxis in Medienpädagogik und Jugendwellen, στο: U. Six & G. Roters, Hingehört: Das Radio als Informations-medium für Jugendliche, Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung, σελ. 103 – 117.
- Textor, M.R., (1990), Kindheit in der Familie, στο: Aus Politik und Zeitgeschichte B 40-41, σελ. 14-20.
- Theunert, H. & Schrob, B., (1995), Zwischen Vermögen und Angst – Fernsehen im Alltag von Kindern, Berlin: Vistas Verlag.
- Τηλεοπτική Πολιτική Διαφήμιση – Μια ποσοτική προσέγγιση για την Ελλάδα, (2003), 4ο Τετράδιο Επικοινωνίας Ι.Ο.Μ., Αθήνα.
- Τουσέν, Ζ. Φ., (1998), Τηλεόραση Εγώ; Όχι Ευχαριστώ, μτφρ. Ε. Ψυχούλη, Αθήνα: Νέα Σύνορα.
- Χαιρετάκης, Μ., (1997), Τηλεόραση και διαφήμιση, Αθήνα: Σάκκουλα.
- Χαλβατζάκης, Κ., (2001), Βία και Σεξ για ... παιδιά στην TV, στο: Εφημ. ΤΟ ΒΗΜΑ 16.12.2001.
- Χαλβατζάκης, Κ. (2003), Τι αποκαλύπτει μεγάλη έρευνα για το προφίλ του μέσου πολίτη-καταναλωτή των ΜΜΕ, στο: Εφημ. ΤΟ ΒΗΜΑ 06.07.2003.
- Χαλβατζάκης, Κ., (2001), Ποιες είναι οι αγαπημένες καθημερινές συνήθειες των νεαρών Ευρωπαίων, σύμφωνα με έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, στο: Εφημ. ΤΟ ΒΗΜΑ 09.12.2001
- Vollbrecht, R., (1996), Wie Kinder mit Werbung umgehen, στο: Media Perspektiven 6, σελ. 294 – 300.
- West, DJ & Farrington, DP., (1977), The Delinquent Way of Life, London: Heinemann

Διεθνείς Συναντήσεις για τα Οπτικοακουστικά

- 3rd World Summit on Media for Children / 3^η Παγκόσμια Διάσκεψη για τα Παιδιά και τα Οπτικοακουστικά Μέσα*, Θεσσαλονίκη 23-26 Μαρτίου 2001
- Ετήσιο Συνέδριο ESOMAR*. 19-22 Σεπτεμβρίου 2004, Λισσαβόνα, Πορτογαλία <http://www.esomar.org/index.php>
- 15^ο Διεθνές Συνέδριο Αρχείων*. International Council on Archives (ICA). 23-29 Αυγούστου 2004, Βιέννη, Αυστρία «Archives, Memory and Knowledge» <http://www.wien2004.ica.org/fo/index.php?ctNv1=&ctNv2=&ctLang=1>
- Ετήσιο Συνέδριο IASA – IAML*. 8-13 Αυγούστου 2004. Όσλο, Νορβηγία «Music and Multimedia», <http://www.iaml-iasa-2004.musikk.no>
- Joint Technical Symposium on Audiovisual Archives*. IASA, UNESCO, AMIA, FIAT, FIAF, ICA, IFLA, SEAPAVAA, Τορόντο, Καναδάς, 24-26 Ιουνίου 2004 http://www.jts2004.org/english/index_en.htm
- Olympic AGORA 2004*. 18-21 Ιουνίου 2004, Αθήνα. <http://www.agormed.gr/introduction.htm>
- Ετήσιο Συνέδριο COPEAM*. 1-3 Μαΐου 2004. Perpignan, Γαλλία <http://www.copeam.org>