

Τ.Ε.Ι ΗΠΕΙΡΟΥ
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
Σ.Ε.Υ.Π
ΤΜΗΜΑ ΒΡΕΦΟΝΗΠΙΟΚΟΜΙΑΣ
ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ: ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ ΝΟΥΣΙΑ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ: 2012

**<< Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης
ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ>>**



ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΠΕΤΚΟΥ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΑ

ΧΑΪΝΤΟΥΤΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Με την πάροδο των χρόνων, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν εδραιώσει τη θέση τους στην σύγχρονη κοινωνία και αποτελούν ένα από τα κύρια ζητήματα συζήτησης και ανταλλαγής απόψεων. Με την σύγχρονη μορφή και λειτουργία τους έχουν καθιερωθεί ως έναν από τους κυριότερους διαμορφωτές της προσωπικότητας των παιδιών, αφού ασκούν καταλυτικό ρόλο στη διαπαιδαγώγηση τους και συμβάλλουν τόσο στη γνωστική, όσο και στην κοινωνικοσυναισθηματική τους ανάπτυξη. Στη σημερινή εποχή υφίστανται πολλές αντικρουόμενες απόψεις σχετικά με τον ρόλο που ασκούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή τον ρόλο που θα έπρεπε να ασκούν για να συμβάλλουν θετικά στην ανάπτυξη του παιδιού.

Τα Μέσα Μαζικής ενημέρωσης αποτελούν ένα κέντρο διάδοσης πληροφοριών, γνώσης και ψυχαγωγίας. Καθένα από τα μέσα αυτά θέλγει εξίσου όλες τις ηλικίες, από τα μικρά παιδιά του παιδικού σταθμού και του νηπιαγωγείου μέχρι τα μεγαλύτερα παιδιά, δηλαδή τους εφήβους. Τα παιδιά έλκονται από τα μέσα αυτά, ανεξαρτήτως κοινωνικό-οικονομικής θέσης και μορφωτικού επιπέδου του οικογενειακού πλαισίου.

Είναι φυσικά αξιοσημείωτο ότι τα μέσα σήμερα ασκούν τεράστια επίδραση, διαπαιδαγωγούν, διαπλάθουν χαρακτήρες, ελέγχουν, διαμορφώνουν απόψεις, στάσεις και συμπεριφορές, τις οποίες οι γονείς και οι εκπαιδευτικοί θα πρέπει να ελέγχουν και να αντιμετωπίσουν όλες τις αρνητικές επιδράσεις που δέχονται τα παιδιά.

Οι συνήθειες σχετικά με τη χρήση των μέσων αποκτώνται πολύ νωρίς από τη παιδική ηλικία. Οπότε, οι γονείς αρχικά και έπειτα οι εκπαιδευτικοί πρέπει να αναγνωρίσουν τη σπουδαιότητα της χρήσης των ΜΜΕ και να πράξουν τις απαραίτητες ενέργειες στο να εισάγουν και να αξιοποιήσουν τα ΜΜΕ στο τομέα της εκπαίδευσης τόσο στο σπίτι όσο και στο σχολικό περιβάλλον.

Το αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι η συνεισφορά των ΜΜΕ στην ανάπτυξη των παιδιών προσχολικής ηλικίας και ειδικότερα, των πιο εύχρηστων και αποδοτικών

μέσων για τη συγκεκριμένη ηλικία. Τα μέσα αυτά είναι η τηλεόραση, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής, τα βίντεο σύγχρονης τεχνολογίας, ο έντυπος τύπος και το ραδιόφωνο. Στόχος, λοιπόν, αυτής της εργασίας είναι η διαπίστωση και η παρουσίαση των θετικών και αρνητικών επιδράσεων του κάθε μέσου που επηρεάζει τόσο τη νοητική, όσο και τη συναισθηματική ανάπτυξη των παιδιών. Θα εξηγήσουμε τι περιλαμβάνει ο κάθε τομέας ανάπτυξης και θα παρουσιάσουμε τις λύσεις αντιμετώπισης που αφορούν τους γονείς και τους εκπαιδευτικούς.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

1. ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΧΟΛΙΚΗ ΗΛΙΚΙΑ

1.1. Ιστορική Αναδρομή

1.2. Ορισμός και είδη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

2. ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ

2.1. Ορισμός της ανάπτυξης και τα είδη της

2.2 Θετικές και αρνητικές επιδράσεις της τηλεόρασης στη νοητική και κοινωνικο-συναισθηματική ανάπτυξη του παιδιού

2.3. Ο ρόλος του DVD στην κοινωνικοσυναισθηματική και στη νοητική ανάπτυξη του παιδιού

2.4. Οι επιδράσεις του ηλεκτρονικού υπολογιστή στη νοητική, στην ψυχοκινητική και στην κοινωνικοσυναισθηματική ανάπτυξη του παιδιού

2.5. Η συμβολή του έντυπου τύπου στη νοητική, στη γλωσσική και στην κοινωνικοσυναισθηματική ανάπτυξη του παιδιού

2.6. Η επιρροή του ραδιοφώνου στη γλωσσική, στη νοητική και στην κοινωνικοσυναισθηματική ανάπτυξη του παιδιού

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

3. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΣΤΗ ΣΩΜΑΤΙΚΗ ΚΑΙ ΚΙΗΝΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ

3.1. Ο ρόλος της διαφήμισης στην ανάπτυξη του παιδιού

3.2. Οι επιπτώσεις των τηλεοπτικών διαφημίσεων στη σωματική και κινητική υγεία του παιδιού

3.2.1. Παχυσαρκία

3.3. Η στάση των γονέων απέναντι στις διαφημίσεις

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

4. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ

4.1. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στον χώρο του παιδικού σταθμού και στο πρόγραμμα δραστηριοτήτων

4.2. Η επιμόρφωση των παιδαγωγών σχετικά με την χρήση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης

4.3. Ο ρόλος της οικογένειας με τη βοήθεια των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στην ανάπτυξη του παιδιού

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ζούμε στην εποχή των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Η ραγδαία πορεία εξέλιξης των μέσων ασκεί μεγάλες επιδράσεις στην ανάπτυξη των μικρών παιδιών. Τα συναντάμε καθημερινά σε πολλούς και διάφορους χώρους και κατέχουν μεγάλο μέρος του ελεύθερου χρόνου των παιδιών.

Η παρούσα εργασία αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια που το καθένα περιέχει αναλυτικά: Στο πρώτο κεφάλαιο δίνεται η ιστορική αναδρομή του κάθε μέσου μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας ξεχωριστά. Δίνεται ο ορισμός των μέσων μαζικής ενημέρωσης και γίνεται αναφορά στα είδη των μέσων αυτών και μια σύντομη ανάλυσή τους. Το πρώτο κεφάλαιο κλείνει με τον ορισμό της ανάπτυξης και τους τομείς ανάπτυξης του παιδιού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρονται τα θετικά και αρνητικά χαρακτηριστικά του κάθε μέσου, της τηλεόρασης, του ηλεκτρονικού υπολογιστή, του έντυπου τύπου, του DVD και του ραδιοφώνου ως προς τη νοητική και τη κοινωνικοσυναισθηματική ανάπτυξη του παιδιού.

Στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζουμε το ρόλο που διαδραματίζει η διαφήμιση στην ανάπτυξη του μικρού παιδιού και συγκεκριμένα ποιες είναι οι επιπτώσεις της στη σωματική υγεία και την κινητική ανάπτυξη του παιδιού. Επιπλέον, γίνεται αναφορά για το πρόβλημα της παχυσαρκίας και πως αυτό συνδέεται με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Τέλος, βλέπουμε πως διαμορφώνεται η στάση των γονέων ως προς τις διαφημίσεις και συγκεκριμένα, κατά πόσο γνωρίζουν πως θα αντιμετωπίσουν τις αρνητικές συνέπειες των διαφημίσεων αυτών.

Στο τέταρτο κεφάλαιο δίνεται η δυνατότητα να εξετάσουμε τη συμβολή της / του παιδαγωγού και τις γνώσεις που πρέπει να κατέχει για να εκμεταλλευτεί τα μέσα προς όφελος των μικρών παιδιών. Έπειτα, γίνεται αναφορά για τον ρόλο των γονέων ως

προς τις αρνητικές επιδράσεις που μπορούν να προκαλέσουν τα μέσα και κατά πόσο αυτοί μπορούν να προστατεύσουν τα παιδιά τους. Κλείνοντας, διαπραγματευόμαστε το ρόλο των ΜΜΕ στο χώρο του παιδικού σταθμού και πως μπορούμε να τα χρησιμοποιήσουμε στο χώρο αυτό με τη βοήθεια εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

Στη συνέχεια καταλήξαμε σε κάποια συμπεράσματα με βάση το θέμα που διαπραγματευτήκαμε. Συνοψίσαμε τα αρνητικά και τα θετικά των μέσων μαζικής ενημέρωσης και την επιρροή που αυτά ασκούν στην ολόπλευρη ανάπτυξη του παιδιού.

1^ο Κεφάλαιο : Τα Μ.Μ.Ε. στην προσχολική ηλικία.

Το πρώτο κεφάλαιο αυτής της εργασίας αναφέρεται στο ξεκίνημα του κάθε μέσου ξεχωριστά. Δηλαδή μας δίνει πληροφορίες σχετικές με τη δημιουργία τους και την εξέλιξη τους με την πάροδο των χρόνων. Τέλος, μας δίνεται ο όρος των μέσων μαζικής ενημέρωσης και ο διαχωρισμός τους.

1.1.Ιστορική αναδρομή.

Τηλεόραση

Από το 1928 έως το 1935 κάνει δειλά την εμφάνισή της η τηλεόραση με τις πρώτες πειραματικές εκπομπές της. Από το 1935 έως το 1945 στις περισσότερες χώρες πραγματοποιείται η μετάδοση τακτικών προγραμμάτων. Η εξάπλωση αυτή της τηλεόρασης που μόλις είχε αρχίσει, ανακόπηκε με το ξέσπασμα του Δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου. Έτσι λοιπόν η μεγάλη ανάπτυξη και εξάπλωση της τηλεόρασης πραγματοποιήθηκε όπως ήταν φυσικό μετά το τέλος του πολέμου αυτού.

Οι πλούσιες και βιομηχανικά αναπτυγμένες χώρες ήταν οι πρώτες στις οποίες γνώρισε ανάπτυξη η τηλεόραση λόγω της δυνατότητας ανταπόκρισης στις απαιτήσεις του μεγάλου κόστους του εξοπλισμού. Ωστόσο, όμως ανάμεσα και σε αυτές τις πλούσιες χώρες δημιουργήθηκαν ανισόχρονες εξελίξεις της τηλεόρασης. Οι Η.Π.Α. αποτελούν το κράτος που ξεπέρασε κάθε άλλο κράτος και προχώρησε στη ραγδαία εξάπλωση των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Η αρχή λειτουργίας της τηλεόρασης στην Ελλάδα ξεκίνησε κάτω από άσχημες κοινωνικές συνθήκες οι οποίες σηματοδοτούσαν και συνοδεύουν ακόμα και σήμερα την όλη πορεία και εξέλιξή της.

Στις αρχές της δεκαετίας του '60 ξεκινά η πειραματική μετάδοση τηλεοπτικών εκπομπών στη Θεσσαλονίκη. Ο πρώτος πειραματικός σταθμός Ελληνικής τηλεόρασης λειτούργησε το 1961 στη Θεσσαλονίκη από τη ΔΕΗ στα πλαίσια της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης. Η επίσημη όμως έναρξη της Ελληνικής κρατικής τηλεόρασης έγινε στις 23 Φεβρουαρίου 1966, με πρώτη παρουσιάστρια την Ελένη Κυπραίου και συντονιστή το δημοσιογράφο Γεώργιο Κάρτερ.

Το 1970 το Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοτηλεόρασης μετεξελίσσεται σε Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας και Τηλεόρασης (Ε.Ι.Ρ.Τ). Το 1975, με τη μεταπολίτευση, το Ε.Ι.Ρ.Τ μετατρέπεται σε Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση (Ε.Ρ.Τ) με σκοπό την «ενημέρωση, την επιμόρφωση και την ψυχαγωγία του Ελληνικού λαού». (Στεργίου, Λ. (2011) Η ιστορία της τηλεόρασης, www.kathimerini.gr)

Η τηλεόραση στα πρώτα χρόνια της λειτουργίας της αποτελούσε αποκλειστικό όργανο του κράτους. Όμως, εδώ και λίγα χρόνια αναπτύχθηκε και η ιδιωτική τηλεόραση που μαζί με την κρατική αποτελούν από τότε μέχρι σήμερα τις δύο βασικές μορφές τηλεόρασης.

Προς το τέλος του 1989 εμφανίζονται στις τηλεοπτικές συχνότητες τα δύο πρώτα ιδιωτικά κανάλια, το Mega Channel και ο Antenna TV, γεγονός που σηματοδοτεί την ουσιαστική αναδιάρθρωση του επικοινωνιακού πεδίου της χώρας. Με την πάροδο λίγων μηνών το ένα τηλεοπτικό κανάλι μετά το άλλο εμφανίζονται σε ολόκληρη την Ελληνική επικράτεια, εκπέμποντας είτε πανελλαδικά είτε τοπικά.

Το 1994 εμφανίζεται το πρώτο συνδρομητικό κανάλι, το Filmnet, που προσέφερε εμπορικές ταινίες και ζωντανούς αγώνες ποδοσφαίρου. Το 1997 η ΕΡΤ 2 μετεξελίσσεται σε NET με ενημερωτικό κυρίως προφίλ και η ΕΤ1 σε ψυχαγωγικό κανάλι ενώ πλέον από κρατική αποκαλείται δημόσια τηλεόραση. Το 1999 παρέχεται επίσημη άδεια λειτουργίας ψηφιακής δορυφορικής τηλεόρασης στο Nova αλλά η σύμβαση με το Ελληνικό δημόσιο και την Multichoice Hellas υπογράφεται στην εκπνοή του έτους.

Η σημερινή εικόνα του Ελληνικού τηλεοπτικού πεδίου χαρακτηρίζεται από πολυμέρεια, πολυσυλλεκτικότητα και δυναμισμό. Παράλληλα προς τους κρατικούς τηλεοπτικούς σταθμούς που προσφέρουν υψηλές πληροφοριακές και ψυχαγωγικές υπηρεσίες, λειτουργούν πολλοί ιδιωτικοί τηλεοπτικοί σταθμοί, πανελλαδικής ή τοπικής εμβέλειας. (Στεργίου, 2011, *Η ιστορία της τηλεόρασης*, www.kathimerini.gr)

Ηλεκτρονικός Υπολογιστής

Αρχικά, έχουμε την πρώτη γενιά των υπολογιστών που ξεκινά από το 1946 έως 1956. Το 1946, μετά το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, οι Ηνωμένες Πολιτείες

χρειάζονταν μια συσκευή, η οποία να βοηθά τους στρατιωτικούς στους υπολογισμούς για να βρίσκουν τα όπλα τους το στόχο με μεγαλύτερη ακρίβεια. Για πρώτη φορά δημιουργήθηκε ένα τεράστιο μηχάνημα που αντί για μηχανικά μέρη χρησιμοποιούσε ηλεκτρονικές λυχνίες, κατασκευασμένες από τον Λι Ντε Φορέ (Lee DeForest). Ο πρώτος ηλεκτρονικός υπολογιστής εμπονομάστηκε ENIAC.

Ο ENIAC ήταν τεράστιος σε μέγεθος, καταλάμβανε έναν ολόκληρο όροφο και έπρεπε να τον ελέγχουν συνεχώς ειδικοί επιστήμονες. Συχνά, επίσης, καίγονταν οι λυχνίες του και έπρεπε να τις αντικαθιστούν. Ακόμα και ο πιο ταπεινός σημερινός υπολογιστής είναι χιλιάδες φορές καλύτερος από τον ENIAC ως προς τις δυνατότητες. Ήταν, όμως, η πρώτη σοβαρή προσπάθεια δημιουργίας υπολογιστικής μηχανής.

Έπειτα, ακολούθησε η δεύτερη γενιά υπολογιστών από το 1956 έως 1963. Την περίοδο αυτή οι λυχνίες αντικαθίστανται από τρανζίστορς. Οι ηλεκτρονικές αυτές κατασκευές ή αλλιώς κρυσταλλοτρίοδοι, όπως τις ονομάζουν οι ηλεκτρονικοί, επιτρέπουν τη δημιουργία μικρότερων και ταχύτερων υπολογιστών. Το 1956 στο Τεχνολογικό Ινστιτούτο Μασαχουσέτης (M.I.T.) κατασκευάστηκε ο πρώτος Ηλεκτρονικός Υπολογιστής που λειτουργούσε με τρανζίστορς, ο TX-0.

Στη συνέχεια, υπήρξε η Τρίτη γενιά υπολογιστών που διήρκησε από το 1964 έως 1971. Το 1958, ο Τζακ Κίλμπυ της εταιρείας Texas Instruments κατάφερε να δημιουργήσει κάτι που θα άλλαζε τον κόσμο των ηλεκτρονικών για πάντα. Κατασκεύασε το πρώτο Ολοκληρωμένο Κύκλωμα συνδυάζοντας τρανζίστορς, πυκνωτές, αντιστάτες και άλλα ηλεκτρονικά εξαρτήματα όλα τοποθετημένα στο ίδιο κομμάτι από πυρίτιο. Το δημιούργημα του Κίλμπυ επέτρεψε στους επιστήμονες να κατασκευάσουν υπολογιστές τόσο μικρούς ώστε να μπορούμε ακόμη και να τους μεταφέρουμε. Χρησιμοποιείται, επίσης, σε μια πληθώρα άλλων εφαρμογών, όπως τηλεπικοινωνίες, πολυμέσα, ακόμη και παιχνίδια.

Τέλος, οι υπολογιστές που έχουμε σήμερα ανήκουν στην Τέταρτη Γενιά, η οποία ξεκινά από το 1971. Ο κάθε ένας από αυτούς είναι εφοδιασμένος με Επεξεργαστή CPU, έχει τη δική του Μνήμη, μονάδα αποθήκευσης πληροφοριών, οθόνη, και κάποιο είδος μέσου για να δίνουμε πληροφορίες στον υπολογιστή. Επιπλέον, αποτελείται από το πληκτρολόγιο, το ποντίκι και λοιπά.

Σύμφωνα με το νόμο του Moore, κάθε 18 περίπου μήνες η ισχύς των παραγόμενων υπολογιστών διπλασιάζεται. Έτσι, γίνεται αντιληπτό γιατί ένας υπολογιστής που αγοράζεται σήμερα είναι περίπου δύο φορές ταχύτερος από έναν υπολογιστή της ίδιας «κατηγορίας» που αγοράστηκε πριν ενάμιση χρόνο. (www.wikipedia.org)

Έντυπος τύπος

Μετά την ανακάλυψη της τυπογραφίας από τον Γουτεμβέργιο το 1447, άρχισαν να τυπώνονται διάφορα έντυπα στη Γερμανία και στη συνέχεια στην υπόλοιπη Ευρώπη, που θα μπορούσαμε να πούμε ότι έμοιαζαν με εφημερίδες, αφού περιείχαν νέα και αναφορές από όλο τον τότε κόσμο. Η πρώτη όμως εφημερίδα που ήταν παρόμοια με τις σημερινές, κυκλοφόρησε στην Αγγλία το 1666. Ήταν η London Gazette και για αρκετό καιρό ήταν η μόνη νόμιμη εφημερίδα της Μεγάλης Βρετανίας, αφού οι μονάρχες πίστευαν ότι η ελεύθερη διακίνηση των πληροφοριών θα ήταν καταστροφική για την εξουσία τους. Ήταν, λοιπόν, απόλυτα ελεγχόμενη από τον βασιλιά και παρουσίαζε τα πράγματα έτσι όπως βόλευαν σ' αυτόν. Ανάλογες εφημερίδες εμφανίστηκαν αργότερα και στη Γαλλία και Γερμανία, με ανάλογη ποιότητα αναφορών και ανάλογη λογοκρισία.

Από εκείνη την εποχή φάνηκε λοιπόν η χρήση των Μ.Μ.Ε, ως προς την παραπληροφόρηση. Η παραπληροφόρηση δεν είναι αναγκαστικά η δημοσίευση ψεύτικων ειδήσεων, αλλά και η παρουσίαση των γεγονότων με τέτοιο τρόπο, ώστε να προκαλούν ελεγχόμενες και συγκεκριμένες αντιδράσεις στους αποδέκτες της πληροφορίας, και να εξυπηρετούνται τα εκάστοτε συμφέροντα των ελεγκτών των Μ.Μ.Ε.

Στην Αμερική, η πρώτη εφημερίδα, η Publick Occurrences, κυκλοφόρησε το 1690, αλλά απέτυχε παταγωδώς να προσελκύσει το ενδιαφέρον του κοινού. Χρειάστηκαν περίπου 90 χρόνια και η Αμερικανική Επανάσταση, για να ξεκινήσει η έκρηξη του Τύπου στις Η.Π.Α. και να γίνουν οι εφημερίδες θεμέλιος θεσμός του νέου κράτους που δημιουργήθηκε εκεί. Τη νομική κατοχύρωση της «ελευθερίας του Τύπου» την έκανε πρώτη η Σουηδία το 1766. Οι Η.Π.Α. την κατοχύρωσαν το 1791, στην περίφημη πρώτη τροποποίηση του συντάγματός τους. Όμως, η ελευθερία του Τύπου στις Η.Π.Α. υπαναχώρησε άμεσα, το 1798, όταν ψηφίστηκε από το Κογκρέσο και τον πρόεδρο Τζον Ανταμς ο νόμος «Sedition Act» .

Με άλλα λόγια, η περίφημη ελευθερία του Τύπου ήταν ανύπαρκτη εκείνη την εποχή, όπως ήταν βέβαια ανύπαρκτη και στις εποχές που ακολούθησαν. Ακόμη και όταν διαφημιζόταν από τις εκάστοτε κυβερνήσεις, δεν άλλαζε κάτι, γιατί οι εφημερίδες, όπως και όλα τα Μ.Μ.Ε., προωθούσαν πάντοτε τα συμφέροντα και τις πολιτικές επιδιώξεις των εκδοτών τους, και οι δημοσιογράφοι έγραφαν ότι τους επιτρεπόταν να γράφουν ή ότι αγόραζαν οι εκδότες. Με τη δημιουργία λοιπόν των πρώτων εφημερίδων έχουμε και τη γέννηση των Μ.Μ.Ε. που κατεύθυναν την κοινωνική συνείδηση. Και τα Μ.Μ.Ε. επεκτάθηκαν απίστευτα στα χρόνια που ακολούθησαν. Φυσικά, δεν ήταν μονάχα οι δυνάμεις της εξουσίας που χρησιμοποιούσαν με αυτό τον τρόπο τα Μ.Μ.Ε., αλλά και οι διάφοροι «επαναστάτες». Έτσι, αρκετές εφημερίδες χρησιμοποιήθηκαν ως εργαλεία πολιτικής και επαναστατικής προπαγάνδας σε αρκετά μέρη του πλανήτη. (www.antidogma.gr)

Ο Ελληνικός Τύπος γεννήθηκε στα τέλη του 18^{ου} αιώνα στο χώρο της Ελληνικής διασποράς και στο πλαίσιο ιδιαίτερα ευνοϊκών ιστορικών και κοινωνικών συγκυριών. Η πρώτη Ελληνική εφημερίδα εκδόθηκε το 1784 στη Βιέννη, σημαντικό κέντρο Ελληνικού εμπορίου και λίκνο της Ελληνικής δημοσιογραφίας, από τον Ζακυνθινό τυπογράφο και εκδότη Γεώργιο Βεντότη. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας 1811-1821 στα τυπογραφεία της Βιέννης και του Παρισιού εκδίδονται πολλά έντυπα. Το 1811 ο κληρικός Άνθιμος Γαζής εκδίδει την δεκαπενθήμερη εφημερίδα "Λόγιος Ερμής" με την άδεια της αυστριακής κυβέρνησης. Στο Παρίσι εκδίδεται η "Αθηνά", η "Μέλισσα" και το "Μουσείον". Στο Λονδίνο εκδίδεται η "Ιριδα". Όσον αφορά τις εκδόσεις σε Ελληνικό έδαφος, το 1812 εκδίδεται στα Επτάνησα η "Ιονική".

Ως πρώτη επίσημη Ελληνική εφημερίδα χαρακτηρίζεται η "Σάλπιγξ Ελληνική" του Ιωάννη Τόμπρου με διευθυντή τον Θεόκλητο Φαρμακίδη η οποία εκδόθηκε την 1η Αυγούστου του 1821 στην Καλαμάτα. Το 1822 εκδίδεται στη Στερεά Ελλάδα η χειρόγραφη εφημερίδα "Αιτωλική" ενώ το 1824 ο Ελβετός φιλέλληνας Ιάκωβος Μάγερ εκδίδει την εφημερίδα "Ελληνικά Χρονικά" στο Μεσολόγγι.

Η πρώτη εφημερίδα στην Αθήνα ήταν η "Εφημερίς των Αθηνών" που εκδόθηκε το 1824 από το Γεώργιο Ψύλλα και η οποία γράφεται στη δημοτική και δημοσιεύει σειρά κειμένων για την πνευματική δραστηριότητα της εποχής. Το 1825 εκδίδεται

στο Ναύπλιο με διευθυντή τον Θεόκλητο Φαρμακίδη η "Γενική Εφημερίς της Ελλάδας", που στη συνέχεια μετονομάστηκε σε "Εφημερίς της Κυβερνήσεως" και εκδίδεται μέχρι σήμερα. Στα επόμενα χρόνια εκδίδονται πολλοί τίτλοι εφημερίδων μεταξύ των οποίων συγκαταλέγεται και η "Εστία" που εκδόθηκε από τους αδελφούς Κύρου και εξακολουθεί να εκδίδεται μέχρι και σήμερα. Η πρώτη δεκαετία του 20ου αιώνα θεωρήθηκε η "χρυσή εποχή" των εφημερίδων. Η ραγδαία εξέλιξη των τεχνικών μέσων, η πρόοδος των μέσων επικοινωνίας και η οικονομική ενίσχυση των εφημερίδων επηρεάζει ριζικά την ύλη και εμφάνισή τους. Οι κυκλοφορίες αυξάνονται εκθετικά και τα πρώτα σωματεία δημοσιογράφων και διευθυντών εφημερίδων εμφανίζονται. Από το 1935 μετά την ψήφιση του "νόμου περί Δημοσιογραφικών Συλλόγων" στην Αθήνα παρέμεινε μόνο η Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Σ.Η.Ε.Α).

Κατά τη διάρκεια του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου και αμέσως μετά εκδόθηκαν στην Αθήνα οι εξής εφημερίδες: Έθνος, Ελευθεροτυπία, Ελεύθερος Τύπος, Βαλκανικός Ταχυδρόμος, Πολιτεία, Καθημερινή, Βραδυνή, Αθηναϊκή, Χρονικά, Ελεύθερον Βήμα, Ελεύθερος Λόγος, Δημοκρατία, Εφημερίς της Ελλάδας, Πρόοδος, Ριζοσπάστης. Κατά τη διάρκεια της επταετίας (1967-1974) διακυβέρνησης της χώρας από τη στρατιωτική χούντα λειτουργούν οι εφημερίδες "Βραδυνή", "Απογευματινή", "Βήμα", και "Τα Νέα" ενώ διακόπτουν την έκδοσή τους το "Έθνος" η "Καθημερινή" η "Μεσημβρινή", η "Αυγή" και η "Αθηναϊκή". Μετά τη μεταπολίτευση οι εφημερίδες αυτές επανεκδόθηκαν, ενώ στην περίοδο 1974-1988 πρωτοεκδόθηκαν οι ημερήσιες εφημερίδες "Αυριανή", "Ελεύθερη Ώρα", "24Ώρες", "Πρώτη" και "Δημοκρατικός Λόγος".(www.users.sch.gr)

Τέλος, στη σημερινή εποχή ο τύπος βρίσκει ανταπόκριση καθώς μέσω αυτού, οι άνθρωποι αναπτύσσουν την κριτική τους ικανότητα, αφού τους δίνει το πλεονέκτημα να αποσαφηνίσουν με τον καλύτερο τρόπο τα γεγονότα και τις ειδήσεις που λαμβάνουν χώρα.

Ραδιόφωνο

Πριν από εκατό περίπου χρόνια, το 1895, ο πατέρας του ραδιοφώνου [Γουλιέλμος Μαρκόνι](#) κατόρθωσε να μεταδώσει ηχητικά [σήματα Μορς](#) διαμέσου [ερτζιανών κυμάτων](#). Οι επιτυχίες του Μαρκόνι και άλλων ερευνητών όπως του Ρέτζιναλντ Φέσεντεν και

του [Λη ντε Φόρεστ](#) αποτελούν την απαρχή της ανάπτυξης της ραδιοφωνίας. Η ραδιοφωνία, η οποία συνίσταται στη μετάδοση ομιλιών, μουσικής και λόγου σε μεγάλες αποστάσεις χωρίς τη μεσολάβηση αγωγών, αλλά με ηλεκτρομαγνητικά κύματα, και στη λήψη τους από ειδικούς δέκτες, αποτελεί πρακτική εφαρμογή της εφεύρεσης των ηλεκτρονικών λυχνιών. Άρχισε να αναπτύσσεται τη δεκαετία του 1910 στις [ΗΠΑ](#).

Γύρω στα [1873](#) ο Μάξγουελ πρότεινε την θεωρία του [ηλεκτρομαγνητισμού](#), σύμφωνα με την οποία ένα ηλεκτρομαγνητικό κύμα μπορεί να μεταδοθεί χωρίς να μεσολαβεί κάποιο φυσικό μέσο. Το [1883](#) ο Χερτς επαλήθευσε τη θεωρία του Μάξγουελ για τον ηλεκτρομαγνητισμό και ανακάλυψε τα [ραδιοκύματα](#). Γύρω στα [1897](#), ο Μαρκόνι επαληθεύει τα πειράματα του Χερτς και στέλνει ασύρματο σήμα σε απόσταση 3km. Με τη συσκευή αυτή ο Ιταλός Μαρκόνι πηγαίνει στην [Αγγλία](#) που ήταν η μεγαλύτερη ναυτική δύναμη της εποχής και ιδρύει την εταιρεία 'Marconi Wireless telegraph', η οποία προσφέρει υπηρεσίες στη ναυσιπλοΐα. Τα ραδιοκύματά του δεν μετέδιδαν φωνή αλλά σήματα Μορς

Τα Χριστούγεννα του [1906](#) στην [Νέα Υόρκη](#) ο Φάσεντεν μετέδωσε για πρώτη φορά φωνή και μουσική μέσω ραδιοκυμάτων. Αργότερα ήρθε ο ντε Φορέ για να εφεύρει την ηλεκτρονική λυχνία, η οποία ήταν η μόνη "μορφή" ραδιοφώνου για τα επόμενα 50-60 χρόνια. Μέχρι τον [Α' Παγκόσμιο Πόλεμο](#) το ραδιόφωνο είναι ένα μέσο χρησιμοποιούμενο σε ερασιτεχνική βάση και δεν είναι καθόλου ανεπτυγμένο ούτε διαδεδομένο

Σταθμός στην ιστορία του ραδιοφώνου αποτελεί η έμπνευση ενός Αμερικανού, του Φρανκ Κόνραντ, ο οποίος εργαζόταν ως μηχανικός και ερασιτεχνικά ασχολείτο με το ραδιόφωνο και τον αθλητισμό. Ο Κόνραντ τυχαία "βγήκε στον αέρα" με το ραδιόφωνο για να μεταδώσει τα αποτελέσματα των αγώνων. Απέκτησε φανατικό κοινό. Τότε μεταδόθηκε η πρώτη ραδιοφωνική διαφήμιση, ενός καταστήματος στη γειτονιά του Κόνραντ. Την εκπομπή του Κόνραντ, που ουσιαστικά θεωρείται ο πατέρας του ραδιοφώνου, πήρε η εταιρεία Westinghouse, την υποστήριξε τεχνικά και την επαύξησε. Στις [20 Νοεμβρίου 1920](#) λειτούργησε ο πρώτος ραδιοφωνικός σταθμός, ο K.D.K.A., που λειτουργεί ακόμη και σήμερα. Το [1926](#) εμφανίζεται στην αγορά ραδιοφωνικός δέκτης αρκετά εύχρηστος, ποιοτικός και φθηνός. Έτσι το ραδιόφωνο κατακτά πολύ ευρύ κοινό. Στην πορεία εμφανίζεται και η σύσταση σχετικής

νομοθεσίας για την οργάνωση τόσο των σταθμών όσο και των συχνοτήτων εκπομπής. Η εδραίωση του ραδιοφώνου έρχεται μετά το [1930](#). Σε αυτή την περίοδο δημιουργείται το καλά οργανωμένο δίκτυο σταθμών (κρατικών και ιδιωτικών) τόσο στην [Αμερική](#) όσο και στην [Ευρώπη](#).

Κατά τη διάρκεια του [Β' παγκοσμίου πολέμου](#) το ραδιόφωνο και ο Τύπος γίνονται δύο μέσα ανταγωνιστικά μεταξύ τους, γιατί το ραδιόφωνο αποκτά μεγάλο ειδησεογραφικό περιεχόμενο. Η λήξη του πολέμου φέρνει το ραδιόφωνο στην αρχική του ιδιότητα και γίνεται ξανά ένα μέσο κυρίως ψυχαγωγικό. Στα τέλη της δεκαετίας του '40 με αρχές της δεκαετίας του '50 το ραδιόφωνο αποκτά ένα νέο ανταγωνιστή, την τηλεόραση. Η ακροαματικότητα του ραδιοφώνου πέφτει κατακόρυφα και οι ραδιοφωνικοί σταθμοί ψάχνουν λύσεις. Η λύση έρχεται το '50-'60 και την εμφάνιση της δημοφιλέστατης μουσικής [Rock 'n Roll](#). Η κρίση ξεπερνιέται και το ραδιόφωνο καθιερώνεται ως αποκλειστικά ψυχαγωγικό-μουσικό μέσο.

Μετά από αυτό ακολουθεί η απορρύθμιση της δεκαετίας του '70 και ουσιαστικά το ραδιόφωνο εισέρχεται στην τελευταία φάση της ωριμότητάς του. Τις λυχνίες αντικαθιστούν τα μικρά [τρανζίστορ](#). Το ραδιόφωνο και το [κασετόφωνο](#) συνδυάζονται σε μια συσκευή. Η ραδιομετάδοση εμφανίζεται την περίοδο [1921-1922](#) σχεδόν συγχρόνως σε όλα τα βιομηχανικά κράτη. Γεννιέται από τις αλλαγές της τεχνολογίας των ραδιοεπικοινωνιών και από την ανάγκη των μεγάλων εταιρειών ραδιοηλεκτρικού υλικού, που αύξησαν κατακόρυφα την παραγωγή τους κατά τη διάρκεια του πολέμου, να ανοιχτούν προς την ιδιωτική αγορά, ακόμη και αν ορισμένοι από τους μεγαλύτερους ομίλους, στις [ΗΠΑ](#) κυρίως, αντιλαμβάνονται με καθυστέρηση την σημασία της ραδιομετάδοσης.

Στις αρχές του [1920](#) η μη επαγγελματική χρήση της ασύρματης επικοινωνίας περιορίζεται σε μερικούς ερασιτέχνες. Λίγο πριν από τον πόλεμο, η ραδιοεπικοινωνία στρέφεται προς το μοντέλο της ραδιομετάδοσης. Πριν από το [1914](#) δημιουργούνται σε όλες τις χώρες πειραματικές ραδιοφωνικές εκπομπές, όπως στις [ΗΠΑ](#), στο Βέλγιο, στη Γαλλία και στην Νέα Υόρκη. Όλες αυτές οι εκπομπές διακόπτονται, όμως, κατά τη διάρκεια του πολέμου από τις στρατιωτικές αρχές.

Το συμβατικό ραδιόφωνο περιλαμβάνει δύο κατηγορίες τρόπου μετάδοσης τα AM (διαμόρφωση κατά πλάτος) και τα FM (διαμόρφωση κατά συχνότητα). Στις

συχνότητες αυτές χρησιμοποιούνται συγκεκριμένα μήκη κύματος ανάλογα με το σκοπό. Άλλες συχνότητες χρησιμοποιούνται για άλλους σκοπούς όπως παραδείγματος χάρη από την [Αστυνομία](#) και την Πυροσβεστική Υπηρεσία. Εκτός από το συμβατικό ραδιόφωνο υπάρχει και το ραδιόφωνο του Διαδικτύου, που εκπέμπει "stream audio" και, τέλος, το Podcasting που εκπέμπει μαγνητοφωνημένα.

Στην Ελλάδα ήδη από το 1923 άρχισε μια προσπάθεια εγκατάστασης ραδιοφωνικού πομπού. Οι πειραματισμοί κράτησαν αρκετά χρόνια. Ο πρώτος ραδιοφωνικός σταθμός εξέπεμψε στη Θεσσαλονίκη με ιδιωτική πρωτοβουλία από το ραδιοηλεκτρολόγο Χρίστο Τσιγγιρίδη το 1926 και για 20 ολόκληρα χρόνια λειτούργησε στην πόλη, μεταδίδοντας τακτικά εκπομπές. Ο πρώτος εθνικός ραδιοφωνικός σταθμός ιδρύθηκε και λειτούργησε στην Αθήνα, αφού στις 25 Μαρτίου του 1938 εγκαινιάστηκε από τον τότε βασιλιά Γεώργιο Β΄, ενώ το 1945 ιδρύθηκε το Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας (Ε.Ι.Ρ.) που ανέλαβε την ευθύνη λειτουργίας του σταθμού. Αμέσως, μετά την απελευθέρωση άρχισαν να ιδρύονται κι άλλοι σταθμοί σε διάφορες πόλεις της χώρας που υπάγονταν στη δικαιοδοσία του Ε.Ι.Ρ., καθώς και πολλοί στρατιωτικοί σταθμοί, υπό τη δικαιοδοσία των ενόπλων δυνάμεων. Από τα τέλη της δεκαετίας του '70, αρχικά η μάντα των μεσαίων και στη συνέχεια η ζώνη των FM κατακλύζεται από εκατοντάδες ερασιτέχνες (οι επονομαζόμενοι και "πειρατές"), που εκπέμπουν πολυποίκιλα προγράμματα, αμφισβητώντας ανοιχτά το ραδιοφωνικό μονοπώλιο της κρατικής ραδιοφωνίας. Ραδιοσταθμό κατασκεύασαν, επίσης, οι φοιτητές του ΕΜΠ κατά τη διάρκεια της εξέγερσης του Πολυτεχνείου κατά της Χούντας το 1973.

Στα πλαίσια τη γενικής εκσυγχρονιστικής προσπάθειας και προσαρμογής των δομών στις προδιαγραφές της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, την τελευταία εικοσαετία μόλις, εκσυγχρονίστηκε και ο θεσμός της ραδιοφωνίας. Με το νόμο 1730/1987 ιδρύθηκε νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου για τη ραδιοφωνία και την τηλεόραση, που λειτουργεί με τη μορφή ανώνυμης εταιρίας με έδρα την Αθήνα. Με την Υπουργική απόφαση 14631/Ζ2/2691/29.5.87 καθορίστηκαν οι προϋποθέσεις και οι όροι ίδρυσης ραδιοσταθμών τοπικής ισχύος, από Δήμους και κοινότητες. Τέλος, με το προεδρικό διάταγμα 25/1988 έχουμε την "απελευθέρωση" της ιδιωτικής ραδιοφωνίας, καθώς τέθηκαν οι όροι ίδρυσης τοπικών ραδιοφωνικών σταθμών και από φυσικά ή νομικά

πρόσωπα. Σήμερα, η κατανομή των ραδιοφωνικών συχνοτήτων γίνεται από το [Εθνικό Ραδιοτηλεοπτικό Συμβούλιο](#) (ΕΣΡ). (www.wikipedia.org)

DVD-VIDEO

Ο Charles Ginsburg ήταν επικεφαλής της ερευνητικής ομάδας στο Ampex Corporation με σκοπό την ανάπτυξη του πρώτου πρακτικού μαγνητοσκοπίου (VTR). Το 1951, το πρώτο βίντεο (VTR) αναπαράγει ζωντανά εικόνες από τηλεοπτικές κάμερες μετατρέποντας τις πληροφορίες που λαμβάνει σε ηλεκτρικά σήματα και αποθηκεύει αυτές πάνω στη μαγνητική ταινία.

Ο Charles Ginsburg ισχυρίστηκε ότι ανέπτυξε μια νέα μηχανή που θα μπορούσε να τρέξει την ταινία με πολύ βραδύτερο ρυθμό, επειδή οι κεφαλές εγγραφής περιστρέφονταν με μεγάλη ταχύτητα, επιτρέποντας έτσι την αναγκαία απάντηση υψηλής συχνότητας. Ο Charles Paulson Ginsburg, χαρακτηρίστηκε ως ο «πατέρας του βίντεο».

Το DVD είναι μια συγχώνευση του [Super Disc](#) που αναπτύχθηκε από τις εταιρείες Matsushita Electric, Toshiba και του [Multimedia CD](#) και από τις εταιρείες Sony και Philips. Το 1995 αποφασίστηκε κατόπιν πιέσεων των εταιριών Microsoft, Intel, Apple και IBM να καταλήξουν σε μία μορφή, αυτή του γνωστού μας DVD. Το 1996 εμφανίζονται τα πρώτα DVD-Video με κύριο χαρακτηριστικό τους την αντιγραφική τεχνολογία Content Scrambling System, η οποία αποδείχθηκε λίγο αργότερα αρκετά αδύναμη. (www.wikipedia.org)

Οι δίσκοι DVD-Video είναι δίσκοι DVD που αποθηκεύουν βίντεο. Για να λειτουργήσουν χρειάζονται έναν αναγνώστη DVD, γνωστό ως DVD-player για την τηλεόραση ή DVD-drive για τον υπολογιστή. Το DVD παρά την μεγάλη του χωρητικότητα και το μικρό του μέγεθος ορίζει πόσες ταινίες πρέπει να συμπιεστούν για να χωρέσουν σε αυτό. Το DVD έχει εξαιρετική ποιότητα εικόνας σε σχέση με τα video παλαιάς τεχνολογίας. Χάρη στην κωδικοποίηση σπανίως η εικόνα ενός DVD φαίνεται να έχει κακή ποιότητα στον θεατή.

1.2. Ορισμός και Είδη των ΜΜΕ.

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας της ζωής των ανθρώπων και αναμφισβήτητα των μικρών παιδιών. Στη σύγχρονη κοινωνία υπάρχουν πολλές και ποικίλες προσεγγίσεις για το ρόλο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Αυτές οι προσεγγίσεις σχετίζονται τόσο με την ονομασία τους, όσο και με το βαθμό επίδρασης τους. *«Πολλοί άνθρωποι χρησιμοποιούν τον όρο "Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης", αντίθετα άλλοι τον όρο "Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας". Η χρήση του όρου Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης είναι η «στενή» προσέγγιση του ζητήματος της λειτουργίας των μέσων. Με τον όρο ενημέρωση προσδιορίζεται η μονόδρομη ροή από τον πομπό προς το δέκτη. Ενώ με τον όρο επικοινωνία εννοείται ένας ευρύτερος όρος, ο οποίος περιλαμβάνει την ενημέρωση, την πληροφόρηση, την ψυχαγωγία, την εκπαίδευση και τα λοιπά. Ο όρος Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης τείνει να αντικατασταθεί από τον όρο «μαζική επικοινωνία» για να τονισθεί, ότι τα «μέσα» είναι θεσμοί μέσω των οποίων πραγματοποιείται η επικοινωνία, όπου οι μοναδικές εμπειρίες, μετατρέπονται σε κοινές εμπειρίες».* (Κουμέντος Γ., 2006, σ.19)

Γενικότερα για την επικοινωνία και ειδικότερα για τα ΜΜΕ υπάρχουν πολλές και εκ διαμέτρου αντίθετες θεωρήσεις. Κατά καιρούς κυριάρχησαν κάποιες θεωρίες, όμως καμιά θεωρία αυτοτελής δεν μπόρεσε να εξηγήσει συνολικά το φαινόμενο της μαζικής επικοινωνίας.

Τα ΜΜΕ αποτελούν ένα θεσμό, ο οποίος δημιουργήθηκε από τη σημερινή τεχνολογικά εξελιγμένη κοινωνία και αποτελεί στοιχείο των κοινωνικών υποσυστημάτων. Παράλληλα με την κοινωνία και τα ΜΜΕ βρίσκονται σε έναν διαρκή μετασχηματισμό. Επιπλέον, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης έχουν τη δυνατότητα να μεταδίδουν τις απαραίτητες ειδήσεις, γεγονότα, πληροφορίες και γνώσεις στον άνθρωπο. Με τον όρο Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ή Επικοινωνίας εννοούνται όλα εκείνα τα μέσα, με τα οποία μπορεί να πληροφορηθούν οι άνθρωποι σχετικά με επίκαιρα ή παλαιότερα γεγονότα.

«Οι παράγοντες που επηρεάζουν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης είναι η δομή, η οργάνωση, το περιεχόμενο, η λειτουργία τους αλλά και οι παράγοντες αυτοί επηρεάζονται από τα μέσα. Τα ΜΜΕ ενδιαφέρονται για την οικονομία, γιατί είναι επιχειρήσεις, είτε δημόσιες, είτε ιδιωτικές και λειτουργούν με τους κανόνες της αγοράς. Επιπρόσθετα, είναι αξιολημείωτη και η συμβολή τους στην πολιτική. Τα ΜΜΕ δρουν στο δημόσιο χώρο, καθώς με την σωστή ενημέρωση οι άνθρωποι αποκτούν κριτική σκέψη μέσω της ποικιλομορφίας των ΜΜΕ και αναμφισβήτητα για το λόγο αυτό, αποτελούν την τέταρτη εξουσία, η οποία ελέγχει και τις άλλες τρεις. Επιπλέον, τα ΜΜΕ έχουν πολυπολιτισμικό χαρακτήρα, καθώς περιλαμβάνουν ποικίλους πολιτισμούς, ήθη και έθιμα αλλά και αξίες. Τέλος, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης είναι αναπόσπαστα δεμένα με την τεχνολογική εξέλιξη. Είναι «γέννημα» της σύγχρονης τεχνολογίας. Η ανάπτυξη τους στηρίχθηκε στην ανάπτυξη της επικοινωνιακής τεχνολογίας. Η πρόοδος της τεχνολογίας έχει μετατοπίσει την επικοινωνία από τον κόσμο της κοινωνίας προς τον κόσμο της τεχνολογίας. Έτσι, η επικοινωνία έχει κερδίσει σε πλάτος, αλλά έχει χάσει σε βάθος. Ποτέ άλλοτε, όμως, τόσο πολλοί άνθρωποι δεν επικοινωνούσαν με τόσους πολλούς, με τόση άνεση, τόση ευκολία και τόσο μικρό οικονομικό κόστος. Τα ΜΜΕ αποτελούν απαραίτητους θεσμούς της σύγχρονης «ανοιχτής» πολυμηνηματικής κοινωνίας, τα οποία έχουν διαμορφώσει συνήθειες και συμπεριφορές στους σύγχρονους ανθρώπους. Αυτοί οι άνθρωποι που έχουν μεγαλώσει «μαζί με τα ΜΜΕ» θεωρούν αναγκαία την ύπαρξη τους.» (Κουμέντος Γ., 2006, σ.22)

Ο σύγχρονος άνθρωπος ζει μαζί με τα Μέσα Επικοινωνίας, τα οποία χωρίζονται σε Σύγχρονα Μέσα και σε Ασύγχρονα. Ως Σύγχρονα Μέσα είναι η τηλεόραση και το ραδιόφωνο, καθώς οι άνθρωποι μαζικά λαμβάνουν τις διάφορες πληροφορίες συγχρόνως, ενώ τα Ασύγχρονα Μέσα είναι το διαδίκτυο ή αλλιώς ο ηλεκτρονικός τύπος και ο έντυπος τύπος, εφόσον οι πληροφορίες τους μεταδίδονται σε διαφορετικές χρονικές στιγμές για κάθε άνθρωπο ξεχωριστά. Είναι αξιόλογο το γεγονός ότι τα ΜΜΕ αποτελούν το κέντρο του ενδιαφέροντος για πολλούς ανθρώπους. Τι είναι τα ΜΜΕ; Αποτελούν μια πολιτιστική βιομηχανία; Είναι μία βιομηχανία συνείδησης; Είναι ένας ιδεολογικός μηχανισμός; Είναι συντελεστές και διαμορφωτές ιδεολογίας; Τα ΜΜΕ είναι όλα τα παραπάνω. Κλείνοντας, είναι τα ΜΜΕ ένα πολύ σημαντικό δημιούργημα της σύγχρονης τεχνολογικά ανεπτυγμένης κοινωνίας και αποτελούν από μόνα τους ένα διαπλεκόμενο υποσύστημα, το οποίο

πλέον έχει τη δική του «σχετική αυτονομία» ως γνήσιος θεσμός του επικοινωνιακού.(Κουμέντος, 2006)

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης έχουν πολλά θετικά χαρακτηριστικά αλλά και πολλές αρνητικές επιδράσεις ως μέσα επικοινωνίας και μάθησης. Χωρίς αμφιβολία, οι άνθρωποι στη σημερινή κοινωνία θα πρέπει να έχουν την απαραίτητη μόρφωση και ωριμότητα για να χρησιμοποιήσουν τα μέσα αυτά με προσοχή με μοναδικό σκοπό το κοινό όφελος.



2^ο Κεφάλαιο : Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Ανάπτυξη του παιδιού.

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί, αναφέρονται ο ορισμός της ανάπτυξης και τα είδη της. Γίνεται ακόμα αναφορά στα θετικά και τα αρνητικά χαρακτηριστικά της τηλεόρασης, του DVD-Video, του ηλεκτρονικού υπολογιστή, του έντυπου τύπου και του ραδιοφώνου που μπορεί να επηρεάσουν το μικρό παιδί. Το παιδί είναι ο άμεσος στόχος των μέσων για την επίτευξη της αναγνωρισιμότητας και πιθανότατα του κέρδους.

2.1. Ορισμός της Ανάπτυξης και τα είδη της.

Η μελέτη της ανάπτυξης είναι έργο της ψυχολογίας του αναπτυσσόμενου ανθρώπου, της συστηματικής ψυχολογικής εξέτασης του ψυχισμού από την αρχή της ζωής ως τη στιγμή της ενηλικίωσης. Στρέφει το ενδιαφέρον της στις προοδευτικές μεταβολές του παιδιού σε ενήλικα, τα στάδια που περνά η πορεία αυτή και τη λειτουργική τους σημασία.

Η ανάπτυξη ορίζεται ως οι μεταβολές που συντελούνται στις φυσικές και νευρολογικές δομές, τη συμπεριφορά και τα χαρακτηριστικά ενός ανθρώπου. Πρόκειται για τις αλλαγές διάρκειας που γίνονται προοδευτικά, με τρόπο συστηματικό και καθορισμένο και τείνουν προς έναν ορισμένο σκοπό.

Στα πρώτα είκοσι χρόνια της ζωής οι αλλαγές αυτές έχουν ως αποτέλεσμα καινούργιους, πιο προχωρημένους τρόπους αντίδρασης, συμπεριφορά που είναι καλύτερα οργανωμένη, πιο πολύ πολύπλοκη, σταθερότερη, επαρκέστερη και αποδοτικότερη.

Είναι κοινώς αποδεκτό, ότι οι αλλαγές που συντελούνται στα πρώτα πέντε χρόνια της ζωής του ανθρώπου είναι όχι μόνο εντυπωσιακές αλλά και βαρυσήμαντες. Για το λόγο αυτό υπάρχει μια λεπτομερής ασχολία με την πρώτη φάση της εξέλιξης, την ανάπτυξη και ειδικότερα την πορεία ανάπτυξης του ανθρώπου στα έξι πρώτα χρόνια της ζωής του.

Η ανθρώπινη ανάπτυξη μπορεί να χωριστεί σε τρεις τομείς: α) το βιοσωματικό-ψυχοκινητικό, β) το γνωστικό και γ) τον ψυχοκοινωνικό-συναισθηματικό τομέα.

Ο σωματικός-κινητικός τομέας ασχολείται με την φυσική ή βιολογική ανάπτυξη. Μελετά από την μια πλευρά τις μεταβολές στο σώμα και τα όργανα του (τον εγκέφαλο, το νευρικό σύστημα, το μυϊκό σύστημα και τα λοιπά) και από την άλλη τους τρόπους με τους οποίους ο αναπτυσσόμενος άνθρωπος χρησιμοποιεί το σώμα του (παραδείγματος χάρη κινητικές δεξιότητες). Διαπιστώνει επίσης σε ποιες ηλικίες συμβαίνουν οι διάφορες μεταβολές δίνοντας απαντήσεις σε ερωτήματα όπως “πότε αρχίζει το παιδί να κάθεται μόνο του” ή “σε ποια ηλικία μπορεί να κρατήσει το μολύβι και να ζωγραφίζει” και άλλα.

Ο γνωστικός τομέας περιλαμβάνει τις μεταβολές στη λογική και την σκέψη, την απόκτηση της γλώσσας και τους τρόπους με τους οποίους επέρχεται η μάθηση. Μελετά πως οι άνθρωποι απορροφούν και επεξεργάζονται πληροφορίες από το περιβάλλον τους, τη δημιουργικότητα, την ευφυΐα και την απόκτηση της γλώσσας. Η μελέτη στον τομέα αυτό δίνει απαντήσεις σε ερωτήματα όπως “πως αλλάζει ο τρόπος σκέψης του παιδιού με την πάροδο της ηλικίας”, “σε ποια ηλικία αρχίζει το παιδί να μιλά”, “σε ποια ηλικία σχηματίζονται οι πρώτες έννοιες” και άλλα.

Ο ψυχοκοινωνικός-συναισθηματικός τομέας επικεντρώνει το ενδιαφέρον του στις αλλαγές, στα συναισθήματα και στους τρόπους, με τους οποίους το παιδί αποκτά σχέσεις με άλλους ανθρώπους, την κοινωνική του ανάπτυξη και περιλαμβάνει θέματα όπως οι σχέσεις με την οικογένεια, τους συνομηλίκους, η ανάπτυξη της ταυτότητας και τα λοιπά.

Δίνει με τη σειρά του απαντήσεις σε ερωτήματα, όπως “πως διαφοροποιούνται οι σχέσεις με τους συνομηλίκους σε κάθε ηλικία”, “πως εκδηλώνεται η επιθετικότητα στις διάφορες ηλικίες” ή ακόμη “σε ποια ηλικία παρουσιάζονται τα διάφορα αρνητικά συναισθήματα (φόβος, ζήλεια, θυμός)”.

Καθένας από τους τομείς αυτούς έχει έμμεση σχέση με τους άλλους και υπάρχει μια συνεχής αλληλεπίδραση μεταξύ όλων των τομέων.

2.2. Θετικές και αρνητικές επιδράσεις της τηλεόρασης στη νοητική και κοινωνικοσυναισθηματική ανάπτυξη του παιδιού.

Αναμφισβήτητα, από το σύνολο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης η τηλεόραση είναι το πιο δημοφιλές και το πιο διαδεδομένο μέσο τα τελευταία χρόνια. Ελάχιστα σπίτια και στη χώρα μας δεν διαθέτουν τηλεοπτική συσκευή, πολλά διαθέτουν περισσότερες από μία, ενώ διαθέτουν τηλεοπτική συσκευή και όλα τα μέσα μεταφοράς, όπως τα λεωφορεία των υπεραστικών γραμμών, τα αεροπλάνα ακόμα και τα πλοία.

Για πολλούς μελετητές των ηλεκτρονικών μέσων μαζικής επικοινωνίας, ο λόγος ύπαρξης και ο γενικός σκοπός της τηλεόρασης συνοψίζονται στο τρίπτυχο: 'Ενημέρωση- επιμόρφωση- ψυχαγωγία'. Η Ενημέρωση, η Επιμόρφωση και η Ψυχαγωγία διαμορφώνουν τα τρία βασικά είδη των προγραμμάτων της τηλεόρασης. Τόσο ο προγραμματιστής, όσο και ο τηλεθεατής έχουν απόλυτη συνείδηση της ανάγκης να συνυπάρχουν και τα τρία είδη μέσα στο πρόγραμμα.

Μέσα από το χαρακτηρισμό της τηλεόρασης ως μέσο μαζικής ενημέρωσης αποδεικνύεται η αποστολή της που είναι η ενημέρωση. Η συλλογή και η διάδοση πληροφοριών συγκαταλέγεται ανάμεσα στις βασικές λειτουργίες της τηλεόρασης. Ένα μεγάλο μέρος του προγράμματος της τηλεόρασης καλύπτεται από ενημερωτικές εκπομπές, οι οποίες κρατούν ενήμερους τους τηλεθεατές σχετικά με τα διάφορα τοπικά, εθνικά και διεθνή γεγονότα. Η πληθώρα ειδήσεων που εισέρχεται στο σπίτι του κάθε τηλεθεατή από κάθε μέρος της γης, δημιουργεί την αίσθηση ότι το σπίτι του μετατρέπεται σε παγκόσμιο χωριό. Αντίθετα, η συνεισφορά της τηλεόρασης και στο μορφωτικό τομέα έχει επισημανθεί τις τελευταίες δεκαετίες. Με τις τεράστιες δυνατότητες της η τηλεόραση μπορεί να μεταδώσει γνώσεις από όλο τον κόσμο και να διευρύνει τον πνευματικό ορίζοντα των παιδιών και των ενηλίκων. Με θαυμαστό τρόπο είναι σε θέση να ταξιδέψει τον τηλεθεατή. Έτσι, ο τηλεθεατής μεταφέρεται μέσα σε φυσικούς, επιστημονικούς, πνευματικούς, κοινωνικούς, πολιτικούς, ιστορικούς χώρους και άλλους, τους οποίους δεν θα μπορούσε να εξερευνήσει αν δεν υπήρχε το μέσο που λέγεται τηλεόραση. Βλέποντας ο τηλεθεατής την ποικιλομορφία που υπάρχει, με τη βοήθεια της εικόνας διευρύνει το κομμάτι της φαντασίας του και ασυνείδητα αυτοεκπληρώνει τους στόχους του.

Η σημασία της κοινωνικοποιητικής μαθησιακής διαδικασίας της τηλεόρασης φαίνεται ιδιαίτερα στο ρόλο που παίζει ως εκπαιδευτικό μαθησιακό όργανο με τις εκπαιδευτικές εκπομπές. Η εκπαιδευτική τηλεόραση είναι ο φορέας γνώσης που εγκαινιάζει έναν νέο τρόπο μάθησης και καλύπτει ανάγκες της σημερινής εκπαίδευσης. Βοηθάει το μαθητή στη σπουδή του, στηρίζει τον εκπαιδευτικό στο έργο του, ανεβάζει το γενικό επίπεδο διδασκαλίας και καλύπτει το αίτημα για περισσότερη μόρφωση. Λόγω μιας γενικότερης παγκοσμιοποίησης ανοίγονται νέοι δρόμοι, στους οποίους η εκπαιδευτική τηλεόραση μπορεί να θεωρηθεί ως σημαντικός παράγοντας ίσων ευκαιριών στην εκπαίδευση. Γίνονται, έτσι, ευρέως γνωστές παιδαγωγικές πρακτικές από όλον τον κόσμο που μπορεί ίσως να οδηγήσουν στη μείωση των εκπαιδευτικών ανισοτήτων και στον εκδημοκρατισμό της διδασκαλίας και της γνώσης.

Χωρίς αμφιβολία, δεν υπάρχει κανένα άλλο μέσο μαζικής επικοινωνίας, το οποίο να προσφέρει στο κοινό τόσες ποικίλες δυνατότητες για διασκέδαση και ψυχαγωγία. Ακόμα και οι πιο δύσπιστοι τηλεθεατές αναγνωρίζουν την ανάγκη των ανθρώπων, πόσο μάλλον και των παιδιών για αυτή την διαφυγή από τον πραγματικό κόσμο σε έναν κόσμο που κυρίαρχα χαρακτηριστικά του είναι η χαρά, η ανακούφιση ότι όλα θα πετύχουν αλλά και η απόλυτη σιγουριά ότι κλείνοντας το οποιοδήποτε πρόγραμμα θα νιώθουν αυτοί πρωταγωνιστές, αφού θα έχουν εισχωρήσει στον κόσμο της φαντασίας. Η διασκέδαση αυτή είναι μια από τις σπουδαιότερες προσφορές της τηλεόρασης, η οποία ασκεί ιδιαίτερα στα παιδιά μια ξεχωριστή γοητεία και έλξη». (Παπαθανασίου, Πιάνου, 1993)

«Είναι γεγονός ότι η τηλεόραση υποδαυλίζει τη γενική περιέργεια και διευρύνει τις εμπειρίες του παιδιού. Η παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων διεγείρει τη φαντασία του παιδιού, εφόσον δεν οδηγείται στην υπερβολή, αποτελεί θετικό στοιχείο για την ομαλή ανάπτυξη της προσωπικότητας του». (Κασσωτάκη, Μ., 1978, σ. 16)

Η τηλεόραση σε συνεργασία με την οικογένεια και τον παιδικό σταθμό συμβάλλει σημαντικά στη γλωσσικοκινητική ανάπτυξη του παιδιού. Τα παιδιά, όταν πηγαίνουν στο νηπιαγωγείο, έχουν ένα ευρύτερο λεξιλόγιο που οδηγεί στην ταχύτερη διαπροσωπική λεκτική τους επικοινωνία και έχουν καλύτερη αντίληψη για το τι γίνεται γύρω τους σε σχέση με το τι συνέβαινε στο παρελθόν. Κι αυτό εν μέρει οφείλεται στην επίδραση των τηλεοπτικών διαλόγων. Η τηλεόραση μπορεί να

διευρύνει τα ενδιαφέροντα των παιδιών, την κατανόησή τους και να τους δημιουργήσει καινούργια χόμπι. Επιπλέον, η χρήση και η κατανόηση του τηλεοπτικού περιεχομένου εξαρτάται από την διανοητική ανάπτυξη του παιδιού και από τις ικανότητες που έχει αναπτύξει ανάλογα με την ηλικία του. Η παρακολούθηση του τηλεοπτικού περιεχομένου μπορεί να επηρεάσει την προφορική έκφραση και τη δόμηση του προφορικού λόγου. (Καμαριανός, 2002)

«Το σπουδαιότερο όμως θετικό στοιχείο της εμπειρίας που προέρχεται από την τηλεόραση είναι η αμεσότητά της με την καθημερινή και ζωντανή πραγματικότητα. Η αμεσότητα αποτελεί στοιχείο που δεν υπάρχει συχνά στις γνώσεις και τις εμπειρίες που προσφέρει το σχολικό πρόγραμμα, καθώς είναι αναχρονιστικό και ξεπερασμένο σε πολλά σημεία του. Τα παιδιά βλέποντας τηλεόραση αποκτούν ευρύτερες εμπειρίες για έναν κόσμο πολύ πιο πλατύ από εκείνο που γνωρίζουν καθημερινά γύρω τους, έναν κόσμο που τους προσφέρεται με τρόπο πολύ παραστατικό και με τη γοητεία της φωτεινής εικόνας. Η φράση μία εικόνα χίλιες λέξεις απαντά σε όλα τα ερωτήματα που μπορεί να θέσει κάποιος για την αιτία που η εικόνα είναι τόσο δημοφιλής στα παιδιά. Για παράδειγμα, ένα παιδί που ζει στη πόλη μπορεί να δει πως ακριβώς είναι να ζεις σε αγρόκτημα, ενώ ένα παιδί που ζει σε αγροτική περιοχή, μπορεί να δει πως είναι ένας ουρανοξύστης. Το στοιχείο αυτό μπορεί να μεταβάλλει την τηλεόραση σε άριστο παιδαγωγικό, μορφωτικό και πολιτιστικό μέσο». (Κασσωτάκη, Μ., 1978, σ. 17)

Επιπρόσθετα, η τηλεόραση αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα κοινωνικοποίησης των παιδιών και των νέων. Με τον όρο "κοινωνικοποίηση" εννοούμε τη διαδικασία μέσα από την οποία οι άνθρωποι και στη συγκεκριμένη περίπτωση, τα παιδιά γίνονται αποδεκτά μέλη του κοινωνικού συνόλου, στο οποίο ανήκουν μαθαίνοντας τις αξίες, τα πιστεύω, τα ήθη και τους κανόνες συμπεριφοράς της εν λόγω κοινωνίας. Η τηλεόραση ως κοινωνικοποιητικός παράγοντας, με τις τεράστιες δυνατότητες που διαθέτει, καταφέρνει να διδάσκει και να μεταφέρει όλα τα πολιτισμικά στοιχεία των προτύπων συμπεριφοράς στους αποδέκτες της και προπάντων στους μικρούς τηλεθεατές.

«Το χαρακτηριστικό που τοποθετεί την τηλεόραση σε ξεχωριστό χώρο από τα άλλα μέσα επικοινωνίας είναι η οπτική κίνηση. Η κίνηση μπορεί να βοηθήσει τα παιδιά να μάθουν, επειδή, αρχικά, ελκύει την προσοχή τους στην οθόνη. Επιπλέον, η οπτική

κίνηση συντελεί στην ευκολότερη απομνημόνευση πληροφοριών σχετικά με τη δράση. Για παράδειγμα, τα παιδιά νηπιακής ηλικίας μπορούν να ανακαλέσουν με μεγαλύτερη ευκολία πληροφορίες που θα ακούσουν από μια τηλεοπτική ιστορία, παρά πληροφορίες που θα ακούσουν από μια ιστορία διαβασμένη από κάποιο βιβλίο. Αυτό γίνεται, διότι η τηλεόραση κάνει τις εικόνες οπτικά σαφείς, ενώ το βιβλίο τις αφήνει να εννοηθούν. Η ικανότητα των παιδιών να μαθαίνουν ή να καταλαβαίνουν τις διαδικασίες της μεταβολής, δηλαδή της διαδοχής στοιχείων είναι περιορισμένη μέχρι να φτάσουν σε ορισμένο στάδιο γνωστικής ανάπτυξης. Για αυτό, η κίνηση βοηθάει το παιδί στην κατανόηση αυτών των διαδικασιών». (Greenfield, P.M., 1988, σ. 38-39)

Η δύναμη που έχει η τηλεόραση να αλλάζει την κοινωνική στάση των παιδιών και τα πιστεύω τους σχετικά με τους τρόπους που συμπεριφέρονται οι άνθρωποι στον πραγματικό κόσμο, προκαλεί το ερώτημα, πώς αυτές οι αλλαγές στην κοινωνική στάση επηρεάζουν την πραγματική συμπεριφορά των παιδιών. Ένα είδος επίδρασης είναι πολύ εύκολο να ανιχνευτεί, καθώς τα παιδιά συχνά θεωρούν διάσημους τηλεοπτικούς ήρωες σαν παραδείγματα για μίμηση. Αύτη η μίμηση των παιδιών σχετίζεται είτε με την υιοθέτηση λεξιλογίου την οποία τα παιδιά αργότερα θα χρησιμοποιήσουν στη επαφή που θα έχουν με συνομήλικους ή ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας είτε με την υιοθέτηση της κινητικής συμπεριφοράς του ήρωα και γενικότερα τα χαρακτηριστικά του. Για παράδειγμα, ένα πρόγραμμα που ο βασικός ήρωας είναι κάποιος που αφιερώνει τη ζωή του ή τη ζωή της για να βοηθήσει τους άλλους είναι ένα πρότυπο που δείχνει στα παιδιά ότι ο κόσμος που ζούμε μπορεί να γίνει καλύτερος με λίγη προσπάθεια.

Η σχέση ανάμεσα στην τηλεόραση και στη συμπεριφορά είναι πολύπλοκη και επηρεάζεται από πολλά στοιχεία άσχετα με τη γνώση και τις απόψεις που αποκτώνται από την τηλεόραση. Πολλές ερευνητικές μελέτες βρήκαν σχέσεις ανάμεσα στην παρακολούθηση τηλεόρασης από τα παιδιά αντικοινωνικής συμπεριφοράς και στη δική τους μεταγενέστερη συμπεριφορά. Όμως, κάποια άλλη ομάδα ενδείξεων υποστηρίζει ότι η παρακολούθηση θετικής κοινωνικής συμπεριφοράς στην τηλεόραση, όπως η βοήθεια και η συνεργασία, μπορεί να επηρεάσει τα παιδιά στο να ενεργούν με πιο κοινωνικούς τρόπους. Τα παιδιά σαφώς επηρεάζονται από συμπεριφορές που προβάλλονται στην τηλεόραση, όμως δεν έχουν σωστή κρίση να διακρίνουν την κοινωνική από την αντικοινωνική συμπεριφορά. Με αποτέλεσμα τα

παιδιά να λειτουργούν ελεύθερα χωρίς την πίεση που τους ασκείται από το μέσο ή από τον κοινωνικό περίγυρο. Όπως συμβαίνει με την κοινωνική γνώση, η τηλεόραση σαν μοντέλο συμπεριφοράς μπορεί να οδηγήσει σε αντίθετες κατευθύνσεις, ανάλογα με το περιεχόμενο της εκπομπής.

«Οι μακροπρόθεσμες επιδράσεις της τηλεόρασης πάνω στη συμπεριφορά είναι δυσκολότερο να καθοριστούν από ότι οι μακροπρόθεσμες επιδράσεις πάνω στη γνώση και τη στάση. Όμως, η γνώση και η στάση απέναντι στη ζωή συχνά επηρεάζουν πραγματικά τις ενέργειες μας. Για παράδειγμα, η στάση ενός παιδιού απέναντι σε μια μειοψηφία και η γνώση του για αυτήν θα επηρεάσει το πώς το παιδί θα αντιδράσει αν συναντήσει ένα μέλος αυτής της μειοψηφίας.» (Greenfield, P.M., 1988, σ. 61)

Μερικές φορές τα συναισθήματα είναι ο συνδετικός κρίκος ανάμεσα στην τηλεόραση, στη γνώση και στη συμπεριφορά. Ένα παράδειγμα είναι η χρήση της τηλεόρασης στην καταστολή του παιδικού φόβου απέναντι στις εγχειρίσεις. Παιδιά ηλικίας τεσσάρων χρόνων που επρόκειτο να υποβληθούν σε κάποιον τύπο εγχείρισης παρακολούθησαν ταινίες με θέμα ένα παιδί που νοσηλευόταν και είχε υποβληθεί σε εγχείριση. Σε σύγκριση με μια άλλη ομάδα παιδιών που είχε παρακολουθήσει μια άσχετη ταινία, αυτά τα παιδιά φοβόντουσαν λιγότερο, τόσο πριν όσο και μετά από την εγχείριση και είχαν λιγότερα προβλήματα συμπεριφοράς μετεγχειρητικά. Αυτό μας δείχνει τη δύναμη που έχει αυτό το μέσο για τον περιορισμό των παιδικών προκαταλήψεων μέσω της ορθής χρήσης του από την οικογένεια και τους παιδαγωγούς.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν και τα αρνητικά στοιχεία της τηλεόρασης. Μέσα από την παντοδυναμία της, η τηλεόραση δείχνει καθαρά και την αδυναμία της στην κοινωνικοποιητική διαδικασία, επειδή για να έχει θετικά αποτελέσματα στο παιδί πρέπει να συνεργαστεί και να συντονιστεί πλήρως με την οικογένεια και το σχολείο.

Στην τηλεόραση υπάρχει μια συνεχής μονόδρομη και μονόπλευρη ροή πληροφοριών. Οι πληροφορίες αυτές μπορούν να περιέχουν κάθε μορφή βίας και επιθετικότητας, πέρα φυσικά από όλα τα άλλα μηνύματα που στέλνει, τα οποία δέχεται παθητικά και σχεδόν αγόγγυστα ο μικρός αποδέκτης. Το παιδί προσχολικής ηλικίας, ως ο πιο ευαίσθητος δέκτης, δεν έχει εμπειρίες και αναπτυγμένη κρίση και έτσι, βρίσκεται ανυπεράσπιστο μπροστά σε όλα όσα του προσφέρει η τηλεόραση. Επιπλέον, οι

μορφωτικές γνώσεις και εμπειρίες που έχουν σκοπό να διευρύνουν τον ορίζοντα μάθησης του παιδιού, δεν φτάνουν φιλτραρισμένες και απαλλαγμένες από τη βίαιη «ακτινοβολία». Όσο αθόρυβα και ανεπαίσθητα και αν συμβαίνει αυτός ο καταγισμός, έστω και αν δεν φαίνεται αμέσως η ζημιά που προξενεί, μπορεί ωστόσο να έχει καθοριστικές επιδράσεις στη διαμόρφωση της παιδικής συμπεριφοράς. (Βουιδάσκη, 1992)

Δεν είναι τυχαίο το γεγονός, ότι πολλοί άνθρωποι αποκαλούν την τηλεόραση ένα «χαζοκούτι». Με την γνώμη αυτή συμφωνούν και πολλοί ειδικοί, οι οποίοι τονίζουν την πνευματική αυτή απονάρκωση και συμπληρώνουν πως η τηλεόραση δημιουργεί στο παιδί την ψευδαίσθηση ότι κάπου βρίσκεται, κάτι βλέπει, κάτι ακούει, ενώ στην πραγματικότητα κάθεται στην πολυθρόνα του σπιτιού του.

Το παιδί, καθώς μένει προσηλωμένο μπροστά στην μικρή οθόνη, κολυμπά κυριολεκτικά σε έναν κινηματογραφικό κόσμο. Η εικόνα γίνεται για αυτό η πιο ζωντανή έκφραση της πραγματικότητας και μη έχοντας την κριτική δύναμη δεν μπορεί να αντιδιαστέλλει τον ψεύτικο κόσμο της εικόνας. Έτσι, το παιδί σιγά-σιγά γίνεται δυσπροσάρμοστο στην καθημερινή ζωή, όπου αναζητά την ποικιλία της αλλαγής που βλέπει στον κόσμο των εικόνων και την οποία βέβαια δεν βρίσκει. Η καθημερινή του εργασία του φαίνεται μονότονη και καταντά ρουτίνα. Όλη αυτή η κατάσταση έχει άμεσο αντίκτυπο στο σχολείο, καθώς τα παιδιά εθίζονται στο να καταβάλλουν όλο και μικρότερη προσπάθεια. Κατά συνέπεια, όταν μαθαίνουν κάτι καινούργιο και πρέπει να το κάνουν μόνοι τους, τότε δυσανασχετούν, καθώς τα θέλουν όλα εύκολα, όπως τα βλέπουν στην τηλεόραση.

Οι διαπιστώσεις γενικά των ψυχολόγων που ασπάζονται τη θεωρία της κοινωνικής μάθησης επέστησαν την προσοχή μας στο ρόλο της τηλεόρασης και γενικά των μέσων μαζική ενημέρωσης στη διαμόρφωση της συμπεριφοράς των ανθρώπων και ειδικότερα, των μικρών παιδιών. Κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει ότι η τηλεόραση είναι άμεση πηγή εκμάθησης θετικών και αρνητικών συμπεριφορών. Η τηλεόραση δεν επηρεάζει μόνο άμεσα αλλά και έμμεσα τη συμπεριφορά του παιδιού. Έμμεσα επηρεάζεται τόσο η νοητική όσο και η κοινωνική ανάπτυξη του παιδιού. (Δημητρίου- Χατζηνεοφύτου, 2001)

Όσον αφορά, την κοινωνική ανάπτυξη του παιδιού, η τηλεόραση ασκεί καταλυτική επίδραση στην ανάπτυξη στενών οικογενειακών δεσμών, τους οποίους το παιδί έχει ανάγκη για την ανάπτυξη της προσωπικότητάς του. Πριν από την εισβολή της μικρής οθόνης στα παιδιά, οι κοινωνικές επαφές ανάμεσα στα παιδιά ήταν πιο συχνές, καθώς η ψυχαγωγία τους επιτυγχάνονταν με τις επισκέψεις του ενός παιδιού στο σπίτι του άλλου για παιχνίδι και λοιπές δραστηριότητες. Σήμερα, όμως, τα κοινωνικά αυτά φαινόμενα παρουσιάζουν μειωτική τάση. Τα παιδιά μαζί με τις οικογένειές τους κλείνονται στο σπίτι μπροστά από τη μικρή οθόνη και σε ακόμη χειρότερες περιπτώσεις κάθε μέλος της οικογένειας αποσύρεται σε ένα δικό του χώρο, για να παρακολουθήσει ένα πρόγραμμα της επιλογής του. Έτσι, οι δυνατότητες για διάλογο μέσα στην οικογένεια και για επαφή με τον κοινωνικό περίγυρο έχουν λιγοστέψει αισθητά. Τα παιδιά έχουν λιγότερες ευκαιρίες κοινωνικοποίησης μέσα από την παρατήρηση και τη μίμηση προτύπων ορθής συμπεριφοράς και υιοθέτησης των αξιών, στάσεων και συμπεριφορών της κοινωνικής ομάδας στην οποία ανήκουν.

Η τηλεόραση διαδραματίζει άμεσο ρόλο στην εκδήλωση βίαιης και επιθετικής συμπεριφοράς από τα παιδιά, ιδιαίτερα όταν αυτά έχουν κάποιο λόγο να αισθάνονται θυμωμένα ή έχουν κάποια προδιάθεση σε επιθετικούς τρόπους έκφρασης. Σε πολλές περιπτώσεις οι επιθετικοί τηλεοπτικοί ήρωες λαμβάνουν κάποιου είδους ενισχύσεις για τη συμπεριφορά τους, πράγμα που δίνει στα παιδιά ένα ισχυρό κίνητρο για μίμηση. Επιπλέον, η παρακολούθηση βίας στην τηλεόραση φαίνεται εκτός των άλλων να ελευθερώνει μέσα από το άτομο τη βίαιη συμπεριφορά και να μετακινεί τις οποιεσδήποτε αναστολές που μπορεί να έχει, βγάζοντας έτσι μέσα από το παιδί λανθάνουσα ή απωθημένη επιθετικότητα. Ως τηλεοπτική βία εννοούμε τα επεισόδια βίας, στα οποία προβάλλεται ενεργά η βία. Για παράδειγμα, κτυπήματα, γρονθοκοπήματα ή κλοτσιές. Επιπρόσθετα, αν υπολογίζονταν και τα επεισόδια φραστικής επιθετικότητας, τότε τα ποσοστά τηλεοπτικής βίας θα ήταν υψηλότερα. Οι "καλοί" ήρωες είναι εξίσου επιθετικοί με τους "κακούς". Στα περισσότερα προγράμματα η βίαιη συμπεριφορά ενισχύεται. Τα βίαια άτομα καταφέρνουν να επιτύχουν τους στόχους τους, ενώ αυτό που φαίνεται είναι ότι η βία είναι ο πιο επιτυχημένος τρόπος επίλυσης προβλημάτων.

Χωριστά πρέπει να υπογραμμιστεί η ανάγκη του παιδιού για ταύτιση με κάποιο τύπο ενήλικα και ο σπουδαιότερος ρόλος που διαδραματίζει η ταύτιση αυτή στην όλη

εξέλιξη και διαμόρφωση της προσωπικότητας του. Τα παιδιά που έχουν μέσα τους καταπιεσμένες παρωθήσεις βρίσκουν άμεση ικανοποίηση στην ταύτιση τους με τους διάφορους ήρωες μυθιστορημάτων κινηματογραφικών και θεατρικών έργων που ανταποκρίνονται στις παρωθήσεις τους. Στην περίπτωση αυτή οι ήρωες δεν είναι απαραίτητως σωστά πρότυπα μίμησης για τα παιδιά και τα ωθούν σε λάθος κατευθύνσεις. Για παράδειγμα, υπάρχουν πολλά περιστατικά που κατά καιρούς έχουν συμβεί που ξεπερνούν κάθε όριο μιμητισμού στις μικρές ηλικίες, όπως η αυτοκτονία ενός παιδιού, επειδή νόμιζε πως είναι σαν τον αγαπημένο του ήρωα και μπορεί να πετάξει από το μπαλκόνι του και άλλα περιστατικά που είναι καταγεγραμμένα. Το κακό δεν φαίνεται πάντα αμέσως μετά το τέλος μιας ακατάλληλης εκπομπής ή στο τέλος του πρώτου μήνα ή στο τέλος του πρώτου χρόνου με αφετηρία την εισαγωγή της τηλεόρασης στο σπίτι. Το κακό φαίνεται πολύ αργά, όταν πια έχει γίνει, με αποτέλεσμα, όταν το συνειδητοποιούμε να είναι πια αργά. (Τσαρδάκης, 1998)

«Κάποιοι φιλόσοφοι υποστηρίζουν ότι η τηλεόραση εκπαιδεύει τα παιδιά στη βία και το σεξ, απόψεις που διατυπώθηκαν για πρώτη φορά στη δεκαετία του '70 και από Αμερικανούς κοινωνικούς ψυχολόγους. Επιπλέον, επισημαίνουν ότι «η βία, το σεξ, ο εντυπωσιασμός είναι τα μέσα, στα οποία οι παραγωγοί της τηλεόρασης καταφεύγουν με μεγαλύτερη ευκολία. Αυτά αποτελούν μια σίγουρη συνταγή, πάντα ικανή να γοητεύσει το κοινό και αν αυτό κουραστεί, αρκεί να αυξηθεί η δόση. Από τη στιγμή που η τηλεόραση παράγει βία, την εισάγει και σε οικογένειες που δεν θα την γνώριζαν.» (Τσαρδάκης, Δ., 1998, σ. 68)

Πάνω στο ρόλο της τηλεόρασης, κάποιοι ειδικοί πιστεύουν πως η παρακολούθηση της τηλεόρασης δεν ευνοεί τη γλωσσική ανάπτυξη, γιατί δεν απαιτεί καμιά λεκτική συμμετοχή από μέρους του παιδιού παρά μόνο μια παθητική δεκτικότητα. Ακόμη, υποστηρίζουν πως η ανάγκη του παιδιού για φαντασία ικανοποιείται καλύτερα μέσα από τις παιδικές δραστηριότητες του παιδιού, παρά μέσα από τις φαντασιώσεις των μεγάλων. Επίσης, στα προγράμματα της τηλεόρασης το φανταστικό και το πραγματικό συγχέονται, δημιουργώντας στο παιδί ψεύτικες εικόνες για τον εαυτό του και για τη ζωή.

«Αναμφισβήτητα, η τηλεόραση είναι καλύτερη στην παρουσίαση των ορατών συναισθημάτων ενός χαρακτήρα, καθώς όπως λέει και η φράση «μια εικόνα αξίζει όσο χίλιες λέξεις». Αυτή η δύναμη της τηλεόρασης να μεταβιβάζει συναισθήματα μπορεί να

είναι τόσο επικίνδυνη, όσο και ωφέλιμη. Η διέγερση ενός συναισθήματος στην τηλεόραση, στην οποία δεν υφίστανται οι συνέπειες του πραγματικού κόσμου, μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα την απευαισθητοποίηση ενός συναισθήματος. Για παράδειγμα, ερευνητές ανακάλυψαν ότι η τηλεοπτική βία κάνει τα παιδιά πιο ανεκτικά στην επιθετικότητα άλλων παιδιών ή λιγότερο αρνητικά απέναντι στη βία. Ακόμη, μπορεί να φοβούνται περισσότερο τον κόσμο που τα περιβάλλει και μπορεί να συμπεριφέρονται επιθετικά και βίαια προς τους άλλους». (Greenfield, P.M., 1988, σ. 62)

Ένα εύλογο ερώτημα που προκύπτει είναι κατά πόσο το παιδί και ιδιαίτερα εκείνο της προσχολικής ηλικίας έχει την νοητική ωριμότητα για να αντιληφθεί τη διαφορά μεταξύ "φανταστικού" και πραγματικού. Εξάλλου, το παιδί της προσχολικής ηλικίας συχνά δεν καταλαβαίνει τι ακριβώς συμβαίνει στο σενάριο που βλέπει. Η γρήγορη διαδοχή των σκηνών δημιουργεί για το νεαρό παιδί ακόμη μεγαλύτερη σύγχυση σε σχέση με τα κίνητρα πίσω από τις διάφορες επιθετικές πράξεις ή τις συνέπειες τους. Με τέσσερις και πέντε ώρες ημερήσιας θέασης γρήγορων εναλλασσόμενων εικόνων καταπονείται με τον καιρό το κατώτερο τμήμα του εγκεφάλου προκαλώντας υπεραφύπνιση των περιοχών του. Ωα αποτέλεσμα αυτού είναι η υπερκινητικότητα και οι μειωμένες ικανότητες των εγκεφαλικών λοβών αλλά και η μείωση των ικανοτήτων υψηλότερου επιπέδου σκέψης. Στην πραγματικότητα ο εγκέφαλος του παιδιού εκπαιδεύεται για να μην επικεντρώνεται ή να μην δίνει προσοχή και ίσως, να μην έχει την δυνατότητα της άσκησης του συνειδητού ελέγχου της προσοχής του.

Τα παιδιά, από τη στιγμή που αναπτύσσουν αφηρημένο συλλογισμό, βελτιώνουν τις μεταγνωστικές τους ικανότητες, δηλαδή δημιουργούν έναν εσωτερικό διάλογο. Αυτές οι μεταγνωστικές ικανότητες αναπτύσσονται κυρίως με το διάβασμα. Όμως, το παιδί απομακρύνεται από το βιβλίο, επειδή προσκολλάται στην τηλεόραση και έτσι, έχουμε αναστολή της ανάπτυξης του αφηρημένου συλλογισμού.

Διάφοροι μελετητές υποστηρίζουν ότι η αίσθηση της αυτοεκτίμησης του ανθρώπου και κατά συνέπεια, του παιδιού μειώνεται ανάλογα με τον βαθμό της τηλεθέασης. Όταν ο άνθρωπος κάθεται μπροστά στην τηλεόραση, ίσως νιώθει χειρότερα, από ότι όταν άρχισε να βλέπει. Όσο περισσότερο διάστημα μένει μπροστά στην τηλεόραση, τόσο πιο λυπημένοι, πιο μοναχικοί και πιο οξύθυμοι γίνονται. Αν, λοιπόν, η τηλεόραση μπορεί να αλλάξει τόσο δραστικά την διάθεση των ενηλίκων, τι επίδραση

έχει στην αίσθηση ενός παιδιού για την καλή του ψυχική διάθεση και την εικόνα του εαυτού του.

Η τηλεόραση ‘‘κλέβει’’ πολλές από τις πολύτιμες ώρες του ελεύθερου χρόνου του παιδιού, με αποτέλεσμα τον περιορισμό πολλών δραστηριοτήτων, όπως του παιχνιδιού, που αποτελεί τη βάση για την ολόπλευρη ανάπτυξη του. Τα παιδιά μιμούνται δράσεις και σενάρια από προγράμματα της τηλεόρασης, αντί να δημιουργούν δικές τους ιδέες για παιχνίδι. Έτσι, τα παιδιά δεν αναπτύσσουν την φαντασία και την εφευρετικότητα τους και βαλτώνουν σε μία κατάσταση που τους προσφέρεται έτοιμη, χωρίς καμία προσπάθεια για εξέλιξη. Ακόμα και τα βρέφη από ενός έτους μαθαίνουν συμπεριφορές από την τηλεόραση. Με αποτέλεσμα τα παιχνίδια να συνδέονται με βίαια μέσα αναλόγως τον εκάστοτε σκοπό και να παίρνουν τη θέση του ευφάνταστου και δημιουργικού παιχνιδιού. Επιπρόσθετα, η πολύωρη παρακολούθηση συγκεκριμένα της τηλεόρασης επηρεάζει και αναστατώνει, κατά κάποιο τρόπο, τις φυσιολογικές διαδικασίες της κοινωνικής ανάπτυξης των παιδιών. Δηλαδή με την αφοσίωση των παιδιών στην τηλεόραση μειώνεται η διάθεση για επικοινωνία και συνεργασία, όχι μόνο με τους γονείς, αλλά και με τους συνομηλίκους, άρα τα παιδιά οδηγούνται στην κοινωνική απομόνωση. (Παπαθανασίου, Πιάνου, 1993)

«Τέλος, ο ατελείωτος βομβαρδισμός των τηλεοπτικών διαφημίσεων ασκεί επιρροή στην καταναλωτική συμπεριφορά του παιδιού και στη διαμόρφωση της εικόνας ενός ευτυχισμένου υλικού κόσμου. Στο γεγονός αυτό στηρίζεται και όλη η πρακτική της διαφήμισης. Η επανάληψη ενός μηνύματος έχει ως αποτέλεσμα την τροποποίηση της συμπεριφοράς του παιδιού. Όσο καλές αντιστάσεις και να διαθέτει κάποιος, είναι θέμα ποσότητας, έντασης και κατάλληλων συνειρμών, ώστε να τροποποιηθεί η συμπεριφορά του, από συγκεκριμένο μήνυμα. Στα παιδιά απαιτείται πολύ μικρότερη ποσότητα, αρκεί βέβαια να μπορούν να προσλάβουν και να αποκωδικοποιήσουν το μήνυμα.» (Παπαθανασίου, Α., Πιάνου, Α., 1993, σ. 163)

Όλες οι παραπάνω θετικές και αρνητικές επιπτώσεις της τηλεόρασης εξαρτώνται βέβαια από την καλή και την κακή χρήση της, η οποία βρίσκεται στα χέρια προγραμματιστών. Ισχυρά οικονομικά συμφέροντα έχουν σαν αποτέλεσμα την παραγωγή χαμηλών ποιοτικά προγραμμάτων. Ευθύνη για την καλή ή κακή χρήση της

τηλεόρασης φέρουν και οι γονείς, που δυστυχώς πολλές φορές αφήνουν μόνα τους τα παιδιά κατά τη διάρκεια της παρακολούθησης.



2.3. Ο ρόλος του DVD στην κοινωνικοσυναισθηματική και στη νοητική ανάπτυξη του παιδιού.

Η εμφάνιση της νέας τεχνολογίας βίντεο για την εγγραφή τηλεοπτικών προγραμμάτων και την προβολή τους από την αρχή, ανάλογα με τη θέληση του παιδιού, κάνει εφικτή τη χρησιμοποίηση των τηλεοπτικών εκπομπών, τόσο στο σπίτι, όσο και κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του σχολείου. Αυτή η τεχνολογία υπερνικά τα εμπόδια των καθορισμένων μεταδόσεων της τηλεόρασης, καθώς το παιδί έχει τη δυνατότητα να βλέπει μια τηλεοπτική εκπομπή σε άλλη χρονική στιγμή από αυτήν που προβάλλεται.

Αρχικά το DVD μαζί με την τηλεόραση αποτελεί ένα εξαιρετικά σημαντικό οπτικοακουστικό μέσο επικοινωνίας του παιδιού. Αναμφισβήτητα, μία από τις θετικές επιδράσεις που ασκεί το DVD-Video στα παιδιά είναι η παροχή πληροφοριών, εικόνων και ήχων μέσα από μια ταινία ή ένα ντοκιμαντέρ που μεταφέρει το παιδί σε ένα άλλο κόσμο, τον κόσμο της φαντασίας και της ξεγνοιασιάς. Η οπτική κίνηση,

δηλαδή η εναλλαγή εικόνας και ήχου προσελκύει το ενδιαφέρον των παιδιών και έτσι μπορούν να συγκρατήσουν στη μνήμη τους καλύτερα τις πληροφορίες που λαμβάνουν από αυτή τη δράση. Επιπλέον η χρήση των εικόνων προσδίδει ζωντάνια και παραστατικότητα, η οποία συμβάλλει στην ανάπτυξη της αντίληψης του παιδιού. (Jan-Uwe, 2007)

Βασική προϋπόθεση της χρήσης του DVD είναι η ύπαρξη τηλεόρασης. Οι γονείς ή οι παιδαγωγοί έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν το είδος της ταινίας ή του ντοκιμαντέρ, με σκοπό να προστατεύσουν τα παιδιά τους από κάθε είδους μορφής βίας. Τα παιδιά, έτσι λαμβάνουν μόνο τις απαραίτητες πληροφορίες και τις γνώσεις που θα τα βοηθήσουν στην διεύρυνση των εμπειριών τους.

Τα παιδιά μπορούν να ξαναδούν πολλές φορές κάποια σημεία του DVD που τους έκαναν εντύπωση, μπορούν να απομονώσουν κάποια θέματα και να τα επεξεργαστούν ξεχωριστά. Μερικά παιδιά χρησιμοποιούν το DVD σαν βιβλίο, έτσι βλέπουν μόνο ορισμένα αποσπάσματα ξανά και ξανά, μέχρι να τα χορτάσουν. Τέλος, τα παιδιά μπορούν να επιλέξουν τον τόπο, τον χρόνο και τον τρόπο που θα παρακολουθήσουν την ταινία ή το ντοκιμαντέρ, ανάλογα με τον ελεύθερο χρόνο που διαθέτουν.

Επιπρόσθετα, η τιμή του DVD είναι σχετικά χαμηλή. Σε κάποιες περιπτώσεις τις αντιγράφει ο γονιός μόνος του ή τις δανείζεται από φίλους ή από καταστήματα που ενοικιάζουν τα DVD. Μερικά παιδιά μπορούν να φτιάξουν μια μικρή συλλογή από DVD και να είναι αποκλειστικά δική τους. Κάποιες οικογένειες αφήνουν τα παιδιά να βλέπουν ότι θέλουν. Ορισμένοι γονείς έχουν την τάση να αγοράζουν ποιοτικές ταινίες για τα παιδιά τους, ώστε τα παιδιά να παρακολουθούν την ταινία και να τους αφήνουν αυτούς στην ησυχία τους.

«Τα παιδιά προτιμούν τις πολυδιαφημισμένες ταινίες που ξέρουν από την τηλεόραση, από άλλα MME, από περιοδικά ή από διάφορα προϊόντα που ενσωματώνουν και μια ταινία. Το DVD είναι κι αυτό μέρος της καταναλωτικής κουλτούρας των παιδιών». (Jan-Uwe, R., 2007, σελ.240)

Η παρακολούθηση ενός DVD του παιδιού με φίλους γίνεται αφορμή για συζητήσεις, επιβεβαιώνει ότι τα παιδιά έχουν τις ίδιες προτιμήσεις, αλλά είναι κι ένας τρόπος αποκλεισμού των ενηλίκων.

Όσον αφορά τις αρνητικές επιδράσεις του DVD στα παιδιά είναι, ότι το παιδί δέχεται με αδράνεια τις πληροφορίες και τις γνώσεις που λαμβάνει από τις ταινίες ή τα ντοκιμαντέρ, δηλαδή δεν μπορεί να αντιδράσει και να κάνει αντίλογο με τους ήρωες ή τις καταστάσεις αυτού. Τα DVD με τη χρήση της εικόνας και του ήχου προσπαθούν μόνο να προσελκύσουν και να εντυπωσιάσουν τα παιδιά χωρίς να τους προσφέρουν ουσιαστικά τα απαραίτητα εφόδια, ώστε να αναπτύξουν τη κρίση τους. (Jan-Uwe, 2007)

Πολλές φορές ο ρόλος του DVD είναι να αναπληρώσει τη μοναξιά και τη κοινωνική απομόνωση των παιδιών και έτσι δημιουργούνται προβλήματα. Η κοινωνική απομόνωση μέσω του DVD δεν είναι μόνο ένα πρόβλημα που οφείλεται στο ίδιο το μέσο αλλά στις κοινωνικές και οικογενειακές συνθήκες. Είναι τελείως αδιάφορο ποια DVD βλέπουν τα παιδιά. Ακόμα και οι πιο ποιοτικές ταινίες γίνονται προβληματικές, εφόσον χρησιμοποιούνται σαν μέσο για να απαλύνεται το αίσθημα εγκατάλειψης που νιώθουν τα παιδιά.

Στη χρήση του DVD πρέπει να μπαίνουν κάποια χρονικά και θεματολογικά όρια από τους γονείς. Η απουσία θέσπισης ορίων από πλευράς των γονιών ερμηνεύεται από τα παιδιά ως αδιαφορία και έλλειψη σχέσεων. Τα DVD με μεγάλη διάρκεια μπορεί να αποτελέσουν ανασταλτικό παράγοντα στην ανάπτυξη της μνήμης και της αντίληψης των παιδιών. Οι γονείς αποτελούν αρνητικό πρότυπο για τα παιδιά τους, όταν χρησιμοποιούν οι ίδιοι το DVD χωρίς περιορισμούς και έτσι τα παιδιά εύκολα θα ακολουθήσουν το παράδειγμά τους, όπως στην περίπτωση της τηλεόρασης και του υπολογιστή. Η ψαλίδα ανάμεσα σε εκείνους που χρησιμοποιούν το DVD συνειδητά και σε εκείνους που χάνονται μέσα στον κατακλυσμό των DVD, ανοίγει όλο και πιο πολύ.

Κλείνοντας, η επιμονή ενός παιδιού να βλέπει DVD μπορεί να ευνοείται και από δύο άλλους παράγοντες. Πρώτα, γιατί τα παιδιά λόγω ηλικίας έχουν πνευματική και σωματική ανάπτυξη, άρα περνούν μια μεταβατική φάση και δεύτερον, γιατί η επιθυμία τους να βλέπουν DVD είναι συχνά εντονότερη, λόγω της επιρροής των συνομηλίκων τους είτε από το σχολικό είτε από το οικογενειακό περιβάλλον. Η επιμονή αυτή μπορεί να είναι και ένδειξη ανικανοποίητων ψυχολογικών ή συναισθηματικών αναγκών του παιδιού. Η απομόνωση και η δύσκολη συναισθηματική κατάσταση που βιώνει ένα παιδί, το κάνει να χρησιμοποιεί το DVD

ως υποκατάστατο της συζήτησης. Ένα τέτοιο υποκατάστατο οδηγεί όμως σε μεγαλύτερη απομόνωση από το περιβάλλον. Οπότε, με αυτόν τον τρόπο, δημιουργείται ένας φαύλος κύκλος που αναπαράγει τα αρνητικά στοιχεία του DVD.

2.4. Οι επιδράσεις του ηλεκτρονικού υπολογιστή στη νοητική, στην ψυχοκινητική και στην κοινωνικοσυναισθηματική ανάπτυξη του παιδιού.

Ζούμε στην εποχή του ηλεκτρονικού υπολογιστή, ο οποίος ασκεί μεγάλη επίδραση στη ζωή μας. Τον συναντάμε καθημερινά σε διάφορους χώρους να προσφέρει πολύτιμη βοήθεια στους ανθρώπους που τον χρειάζονται και να τους εξοικονομεί χρόνο, ώστε να γίνουν πιο παραγωγικοί. Στις μέρες μας πλέον, κάθε οικογένεια μπορεί να αποκτήσει και έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή, καθώς το κόστος του έχει μειωθεί σημαντικά. Αναπόφευκτα, λοιπόν, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής έχει εισχωρήσει και στην εκπαίδευση με ολοένα και αυξανόμενο ενδιαφέρον. Υπάρχουν, σίγουρα, θετικές επιδράσεις στα παιδιά, αλλά και αρνητικές που σαφώς θα πρέπει να αντιμετωπιστούν. Εξάλλου, αν για τους ενήλικες υπάρχει πρόβλημα προσέγγισης και προσαρμογής, δεν συμβαίνει το ίδιο και στα παιδιά. Η προσχολική ηλικία είναι εκείνη, στην οποία δεν έχουν ακόμα αποκρυσταλλωθεί οι λειτουργικές δομές της νόησης.

Η χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή διασκεδάζει και ευχαριστεί το παιδί, διότι καταφέρνει να "συνομιλήσει" μαζί του, να προσαρμοστεί με έναν συγκεκριμένο κώδικα επαφής με τη γνώση και τη μάθηση. Χειριζόμενο το παιδί τον ηλεκτρονικό υπολογιστή κατά βάθος παίζει με τον ίδιο του τον εαυτό, αφού δοκιμάζει, πειραματίζεται, ανακαλύπτει τη λύση και επομένως, κατανοεί καλύτερα το αντικείμενο του στόχου του. Περιμένει με αγωνία τα αποτελέσματα των κινήσεων του στην οθόνη και νιώθει χαρά και ικανοποίηση, όταν δέχεται επιβράβευση από τον υπολογιστή. (Πετρινώλη, 1992)

«Γύρω στην ηλικία των τεσσάρων ετών το παιδί ερχόμενο σε επαφή με τον υπολογιστή και παίζοντας με τα κατάλληλα για την ηλικία του προγράμματα, μπορεί να ανακαλύψει ότι κάποια σύμβολα, όταν συνδυαστούν μεταξύ τους μπορούν να δώσουν κάποια έννοια. Το παιδί θα αρχίσει να γράφει χρησιμοποιώντας το πληκτρολόγιο του υπολογιστή και με ανάλογο τρόπο, θα αρχίσει να μνείται στην ανάγνωση,

κωδικοποιώντας αυτό που φαίνεται στην οθόνη. Συνεπώς, τα παιδιά της προσχολικής ηλικίας μπορούν με τη χρήση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, να αναπτύξουν ικανότητες και να εμπεδώσουν δύσκολες έννοιες με αποτελεσματικό τρόπο και ταυτόχρονα, να ψυχαγωγηθούν». (Σουσοπούλου, 2009, σ.16)

Ένα άλλο σημαντικό προνόμιο του υπολογιστή είναι η απεριόριστη υπομονή που δείχνει, επιτρέποντας σε κάθε παιδί να προχωρά το πρόγραμμα που χειρίζεται με το δικό του ρυθμό. Ο υπολογιστής δίνει τη δυνατότητα στο παιδί να τον απενεργοποιήσει όποια στιγμή θελήσει ώστε να ασχοληθεί με κάποια άλλη δραστηριότητα και να επιστρέψει σε αυτόν όποτε εκείνο το επιθυμεί. Το παιδί μπορεί να χειρίζεται τα εκπαιδευτικά προγράμματα χωρίς την παρουσία κάποιου ενήλικα οποίος θα τον επιβλέπει και ασυνείδητα θα του προκαλεί άγχος με στόχο την επιτυχία του προγράμματος που χρησιμοποιεί. Όλα τα παραπάνω για να επιτευχθούν απαιτούνται ανάλογα διαμορφωμένα προγράμματα με γραφικά, χρώματα, ήχο, κίνηση και τα λοιπά.

Φυσικά, ένας υπολογιστής δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να αντικαταστήσει την ανθρώπινη παρουσία του παιδαγωγού, αλλά να συμπληρώσει και να ολοκληρώσει από μια άλλη εκπαιδευτική σκοπιά, την εκπαιδευτική διαδικασία. Επιπλέον, ο υπολογιστής μπορεί να καθοδηγήσει τον παιδαγωγό προς τη σωστή παιδαγωγική κατεύθυνση και να μειώσει τις πιθανότητες λάθους στο ελάχιστο δυνατό. Σε αυτήν την ηλικία, βασικός στόχος δεν είναι να χρησιμοποιηθεί ο ηλεκτρονικός υπολογιστής ως αντικείμενο μάθησης, αλλά ως μέσο για τον εμπλουτισμό των γνώσεων του παιδιού. (Σουσοπούλου, 2009)

Το παιδί ερχόμενο σε επικοινωνία με τον υπολογιστή αναπτύσσει αυτονομία, γιατί έχει την ευκαιρία να δουλεύει μόνο του. Η ανταπόκριση του υπολογιστή εκτός από άμεση και απρόσωπη, χαρακτηρίζεται και από υπομονή, καθώς διαθέτει στο παιδί χρόνο να σκεφτεί. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία από ψυχολογική άποψη, γιατί το λάθος μετατρέπεται σε μέσο μάθησης και όχι σε ένα γεγονός, που μπορεί να δημιουργήσει φοβίες και άγχος στο παιδί, για τις αποδοκimasίες της παιδαγωγού ή των συμμαθητών του που πιθανόν θα δεχτεί. Όπως είπε και ένα εξάχρονο παιδί. Το κομπιούτερ δεν σου βάζει τις φωνές. Η θετική ενίσχυση του υπολογιστή, λόγω χάρη ένα αρκουδάκι που χοροπηδάει, ενθουσιάζει τα παιδιά και έτσι, τα ωθεί να ξαναπροσπαθήσουν. Αν τυχόν υπάρχει αρνητική ενίσχυση από τον υπολογιστή, για

παράδειγμα το αρκουδάκι που είναι στενοχωρημένο, δεν λειτουργεί ανασταλτικά για τα παιδιά, αλλά αντίθετα τα παροτρύνει για να ξαναδοκιμάσουν. (Πετρινώλη, 1992).

Ένα, ακόμη, βασικό πλεονέκτημα του υπολογιστή και πιθανόν, ένας από τους λόγους της μεγάλης διάδοσης του, είναι η δυνατότητα του να προσφέρει πολλές διαφορετικές εμπειρίες, δίνοντας την ευκαιρία σε παιδιά από διαφορετικά κοινωνικά, οικονομικά επίπεδα να αποκτήσουν γνώσεις και να εκφραστούν με πολλαπλούς τρόπους. Φυσικά, αυτό μπορεί να επιτευχθεί με οποιοδήποτε υλικό ή εργαλείο που προσφέρει πολλές δυνατότητες στα παιδιά, όπως το νερό, η άμμος ή κάποιο οικοδομικό υλικό και ούτω κάθε εξής.

Στην προσχολική αγωγή, αυτό το νέο εργαλείο μάθησης έχει χρησιμοποιηθεί για μικρό χρονικό διάστημα, αλλά έχουν πραγματοποιηθεί ήδη αρκετές έρευνες σχετικές με τη χρήση και την αποτελεσματικότητά του. Τα συμπεράσματα από αυτές έχουν δείξει ότι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής μπορεί να συνεισφέρει στην προσχολική αγωγή και να έχει εξίσου θετικά αποτελέσματα με οποιονδήποτε άλλο τρόπο διδασκαλίας. Αυτό που δεν είναι ακόμη γνωστό, είναι αν ο ηλεκτρονικός υπολογιστής μπορεί να "διδάξει" καλύτερα τα παιδιά από τους άλλους τρόπους "διδασκαλίας".

Από όσα προκύπτουν μέχρι στιγμής, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής είναι ένα μηχάνημα, το οποίο με τα κατάλληλα προγράμματα και με εκπαιδευμένους παιδαγωγούς, μπορεί να αποβεί ένα αποτελεσματικό εργαλείο μάθησης για μικρά παιδιά.

Οι δραστηριότητες του ηλεκτρονικού υπολογιστή συμβάλλουν στο νοητικό τομέα ως εξής. Αρχικά, το παιδί εξοικειώνεται με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή ή γενικά, με τις νέες τεχνολογίες και τον προγραμματισμό. Έπειτα, το παιδί μαθαίνει νέες έννοιες και αποκτά περισσότερες γνώσεις. Το λεξιλόγιο του παιδιού αυξάνεται αισθητά, καθώς ο υπολογιστής προσφέρει οπτική και ακουστική αναγνώριση λέξεων ή πως ακριβώς γίνεται η ονομασία ονομάτων. Επιπλέον, το παιδί εξοικειώνεται και με τη γραφή, αφού γράφει στο πληκτρολόγιο και μπορεί να εκφράσει νέες ιδέες γραφής. Χωρίς αμφιβολία, το παιδί κατανοεί μαθηματικές έννοιες ταχύτερα σε σύγκριση με άλλα μέσα με τη βοήθεια προγραμμάτων προσαρμοσμένα σε παιδιά, για παράδειγμα παιχνίδια με ταξινόμηση, με αντιστοίχιση, αναγνώριση σχημάτων ή αρίθμηση. Άλλα χαρακτηριστικά που αναπτύσσει το παιδί είναι η βελτίωση της παρατηρητικότητας,

της μνήμης, της προσοχής και της αντίληψης του μικρού παιδιού. Για παράδειγμα, οι εικόνες και τα περίεργα χαρακτηριστικά του υπολογιστή μπορεί να κεντρίσουν το ενδιαφέρον του παιδιού και να μπορέσουν να κρατήσουν για περισσότερη ώρα την προσοχή του στραμμένη σε κάτι σημαντικό. Έτσι, οι δραστηριότητες του ηλεκτρονικού υπολογιστή συμβάλλουν και στην αύξηση της περιέργειας, που κάθε παιδί έχει από τη φύση του. Σίγουρα, όμως, αυτές οι δραστηριότητες του υπολογιστή αναπτύσσουν την κριτική σκέψη του παιδιού και του δίνουν τη δυνατότητα να λάβει μόνο του αποφάσεις και να κάνει επιλογές που δεν θα είχε την ευκαιρία να κάνει με άλλα μέσα, καθώς ήταν απλά ένας παθητικός δέκτης. Ευπρόσδεκτη είναι η λειτουργία του υπολογιστή που συμβάλλει στην ελάττωση του χρόνου που χρειάζεται το παιδί πάνω στα διάφορα θέματα εκπαίδευσης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα και την βαθύτερη κατανόηση των διάφορων θεμάτων από το παιδί.

Ο κοινωνικο-συναισθηματικός τομέας είναι εξίσου ένας αξιόλογος τομέας ανάπτυξης του παιδιού και σε αυτόν οι δραστηριότητες του ηλεκτρονικού υπολογιστή συμβάλλουν ουσιαστικά στην ανάπτυξη του. Το παιδί σιγά-σιγά από την αρχή της ζωής του εισέρχεται στην κοινωνία μέσω της διαδικασίας της κοινωνικοποίησης, έτσι το παιδί αναπτύσσει τις κοινωνικές του συναναστροφές με άλλα παιδιά με τη βοήθεια του υπολογιστή, μόνο αν η ενασχόληση τους με αυτό είναι ομαδική, καθώς έτσι υπάρχει πλούσια λεκτική επικοινωνία μεταξύ τους. Το παιδί από μικρό λέει τη φράση "μόνο μου" και αυτό, γιατί θέλει να δείξει, ότι έχει πλέον αυτονομία και ότι μόνο του έχει τη δύναμη να ελέγξει τις πράξεις του. Ο υπολογιστής προωθεί αυτήν την ενέργεια μέσα από δραστηριότητες που απευθύνονται ατομικά σε κάθε παιδί και έτσι, γίνονται ικανά να ανταπεξέλθουν μόνα τους χωρίς τη βοήθεια κάποιου ενήλικα. (Σουσοπούλου, 2009)

Επιπλέον, το παιδί μαθαίνει κάποιους κανόνες, όπως η αναμονή της σειράς του ή να μην πειράζει τίποτα άλλο στην οθόνη του υπολογιστή, εκτός και αν το κάνει με την παρότρυνση της παιδαγωγού. Ο υπολογιστής βοηθά το παιδί στο να αναπτύξει το αίσθημα της συνεργασίας, της αλληλοβοήθειας, αλλά και της ευγενούς άμιλλας μέσα από τις διάφορες δραστηριότητες του. Παίζοντας με τον υπολογιστή τα παιδιά δοκιμάζουν τις δυνατότητες τους και κατανοούν καλύτερα τον εαυτό τους, δηλαδή αναπτύσσουν την αυτογνωσία τους, αλλά και διευρύνουν τις γνώσεις τους για τους άλλους και για τον κόσμο που περιβάλλει τα ίδια. Ύστερα από πολλές προσπάθειες,

κυρίως επιτυχημένες, τα παιδιά αναπτύσσουν την εμπιστοσύνη προς τον εαυτό τους και την αυτοεκτίμηση τους. Τέλος, οι δραστηριότητες του υπολογιστή συμβάλλουν στη θετική προδιάθεση προς τη μάθηση, καθώς τα παιδιά δείχνουν ενθουσιασμό, ικανοποίηση και χαρά, όταν δουλεύουν με τον υπολογιστή.

Στον ψυχοκινητικό τομέα, οι δραστηριότητες στον ηλεκτρονικό υπολογιστή μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη των λεπτών χειρισμών και το συντονισμό χεριού-ματιού. Τέλος, οι δραστηριότητες με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή μπορούν να καλλιεργήσουν τη φαντασία και τη δημιουργικότητα των μικρών παιδιών, ενώ παράλληλα τα ξεκουράζουν και τα ψυχαγωγούν. Έτσι, δεν αντικαθιστάται το παιχνίδι από τον υπολογιστή, αλλά το συμπληρώνει και μάλιστα, μπορεί να προκαλέσει ένα ερέθισμα για συμβολικό παιχνίδι. Αν περιοριστεί η δημιουργικότητα του παιδιού, αυτό οφείλεται στην ακαταλληλότητα του προγράμματος για το συγκεκριμένο παιδί, ανάλογα με την ηλικία του, τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα του και όχι στον ίδιο τον υπολογιστή.

Ο υπολογιστής ως ένα βασικό οπτικοακουστικό μέσο πλεονεκτεί στα γραφικά που είναι ρεαλιστικά και ενδιαφέροντα, καθώς μπορούν να τα συνδυάσουν με κίνηση και ήχο, δίνοντας έτσι ένα ξεχωριστό τύπο παρουσίασης. Επίσης, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής απαιτεί την ενεργό συμμετοχή του παιδιού. Τα παιδιά έχουν την δυνατότητα να μάθουν να ζωγραφίζουν ή να χρησιμοποιούν άλλα προγράμματα για την απόκτηση γνώσεων. Ο παιδαγωγός δεν αντικαθιστάται από τον υπολογιστή, αλλά ο μαθητής καθοδηγείται από αυτόν για την εκτέλεση συγκεκριμένου προγράμματος, το οποίο έχει προγραμματιστεί από τον παιδαγωγό.

Υποστηρικτές της χρήσης του ηλεκτρονικού υπολογιστή ισχυρίζονται, ότι όσο νωρίτερα ασχοληθούν τα παιδιά και των δύο φύλων με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή τόσο μειώνονται οι πιθανότητες δημιουργίας κοινωνικών στερεοτύπων, τα οποία ενθαρρύνουν κυρίως τα αγόρια στη χρήση του υπολογιστή. Πολλές μελέτες σχετικές με τη χρήση του υπολογιστή από τα μικρά παιδιά δείχνουν, ότι δεν υπάρχουν σημαντικές διαφορές ανάμεσα στα δύο φύλα, ενώ επιπλέον, αποδεικνύουν ότι αγόρια και κορίτσια, απολαμβάνουν εξίσου την ενασχόληση τους με αυτόν.

Μελέτες έχουν δείξει πως ο υπολογιστής συμβάλλει σημαντικά στην ειδική αγωγή, καθώς τα άτομα αυτά είχαν έλλειψη επαφής με το περιβάλλον και δυσκολεύονταν να

λάβουν σωστές πληροφορίες. Η εξοικείωση των παιδιών αυτών με τη συσκευή του υπολογιστή συμβάλλει σημαντικά στην αυτοεξυπηρέτηση τους, καθώς και στην επανένταξη τους στην κοινωνία και στην παραγωγική διαδικασία. Οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές που απευθύνονται σε παιδιά με ιδιαιτερότητες είναι σχεδιασμένοι με τα κατάλληλα προγράμματα, με σκοπό να συμβάλλουν όχι μόνο στη διαδικασία ξεπεράσματος των μαθησιακών δυσκολιών που δημιουργεί η ιδιαιτερότητα που έχουν, αλλά και να ανακαλύψουν την έκταση των ικανοτήτων τους.

Τέλος, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής ωφελεί την τηλεμάθηση ή αλλιώς μάθηση από απόσταση. Τα παιδιά, που οι κατοικίες τους είναι σε μακρινή απόσταση από τα κέντρα μάθησης, έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν ένα είδος ηλεκτρονικού σχολείου. Ακόμη, λόγω του μεγάλου κόστους μετακίνησης ή της ανυπαρξίας μεταφορικού μέσου για τη μετακίνηση των παιδιών ο υπολογιστής αποτελεί την πιο εύκολη λύση.

Όλα τα παραπάνω επιτυγχάνονται κυρίως με ποιοτικά και αναπτυξιακά κατάλληλα προγράμματα. Αυτό συμβαίνει, διότι ο υπολογιστής μπορεί να χρησιμοποιηθεί με κατάλληλους ή με ακατάλληλους τρόπους. Η αποτελεσματικότητα εξαρτάται από την ποιότητα των προγραμμάτων, το χρόνο που χρησιμοποιείται κάθε πρόγραμμα και τον τρόπο που χρησιμοποιείται. Επομένως, οι καθοριστικοί παράγοντες για τη λειτουργία του υπολογιστή στην προσχολική τάξη είναι τα προγράμματα και η/ο παιδαγωγός.

Ένα από τα βασικά του μειονεκτήματα είναι ότι ο υπολογιστής εκφράζει τον αρχέγονο φόβο μπροστά σε καθετί νέο και άγνωστο. Ωστόσο, υπάρχουν κάποιες επιφυλάξεις μπροστά στην "εισβολή" αυτής της νέας τεχνολογίας στο χώρο των παιδιών. Πολλές από αυτές έχουν τη ρίζα τους στην περιορισμένη και λανθασμένη πληροφόρηση γύρω από το αντικείμενο. Ο υπολογιστής είναι τόσο πολύπλοκος σε σχέση με κάποιο άλλο μέσο και έτσι, δεν είναι τόσο εύκολα προσιτός στα μικρά παιδιά. Κάθε νέο τεχνολογικό βήμα σημαίνει την αύξηση αυτής της πολυπλοκότητας και στη μορφή και στη λειτουργία. Αύξηση της πολυπλοκότητας σημαίνει ότι απαιτείται μεγαλύτερη ευελιξία και αφομοιωτική ικανότητα της παιδικής σκέψης. Ο υπολογιστής θεωρείται από πολλούς ένα μόνο μηχάνημα που δεν προσφέρει τα απαραίτητα εφόδια στα παιδιά τόσο στην καθημερινότητα τους, όσο και στη μετέπειτα τους ζωή. Είναι πολύ δύσκολο, ένας μόνο υπολογιστής να απευθύνεται σε

περισσότερα από δύο παιδιά και το καλύτερο που μπορεί να γίνει, είναι το κάθε παιδί να έχει ξεχωριστά τον δικό του υπολογιστή.

«Είναι κάποιιοι που είναι κατά της χρήσης του ηλεκτρονικού υπολογιστή στην προσχολική ηλικία, επειδή πιστεύουν ότι τα παιδιά πρέπει να έχουν φτάσει στο τρίτο στάδιο του Piaget, δηλαδή αυτό των συγκεκριμένων ενεργειών, για να ασχοληθούν με κάτι συμβολικό και αφηρημένο, όπως είναι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής. Υποστηρίζουν, ότι μέχρι τότε τα παιδιά θα πρέπει να έχουν εμπειρίες μόνο με συγκεκριμένα αντικείμενα. Κι αυτό διότι, αν δεν προηγηθούν οι εμπειρίες αυτές "βιάζουμε" το παιδί να περάσει στο επόμενο στάδιο ανάπτυξης του, χωρίς απαραίτητα αυτή η ταχύτητα να αποτελεί και την καλύτερη λύση. Άλλη ανησυχία που έχει εκφραστεί, είναι ότι στις δραστηριότητες με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή, τα παιδιά απλώς βλέπουν τα αντικείμενα χωρίς να μπορούν να τα πιάσουν και να έρθουν σε πραγματική επαφή. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, τα παιδιά να μην ασκούν κάποιες άλλες από τις βασικές τους αισθήσεις, όπως είναι η αφή, η όσφρηση ή η γεύση και έτσι, δεν αναπτύσσονται οι απαραίτητες για αυτά λειτουργικές τους δομές. Επιπλέον, περιορίζεται η κινητικότητα τους, με αποτέλεσμα να επιβραδύνεται η σωματική τους ανάπτυξη, ή να αυξάνεται το σωματικό τους βάρος». (Ντολιοπούλου, Ε., 1997, σ. Π-346 - 347)

Άλλο επιχείρημα των πολεμίων της χρήσης του υπολογιστή κατά την προσχολική ηλικία είναι ότι περιορίζει τη δημιουργικότητα του παιδιού και τη δυνατότητα του να παίρνει αποφάσεις. Το παιδί δεν αναπτύσσει τη φαντασία του και έτσι, χάνει πολύτιμο χρόνο από το δημιουργικό και συμβολικό παιχνίδι, αλλά και τις άλλες κοινωνικές εκδηλώσεις που παίζουν μεγάλο ρόλο στην κοινωνική ανάπτυξη του.

Άρα, τα παιδιά έρχονται σε επαφή περισσότερο με ένα μηχάνημα, παρά με τον άνθρωπο. Σιγά-σιγά τα παιδιά οδηγούνται στην κατάργηση της σκέψης, αλλά και των συναισθημάτων. Στη συνέχεια, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής αποξενώνει το παιδί από το περιβάλλον του και κατά συνέπεια, το οδηγεί στη μοναξιά.

«Ακόμα, όσοι είναι αντίθετοι στη χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή στην προσχολική ηλικία ισχυρίζονται ότι η ενίσχυση που δέχεται το παιδί από αυτόν δεν συγκρίνεται με ένα "μπράβο" ή ένα χάδι την/τον παιδαγωγό. Το παιδί σε αυτήν την ηλικία που βρίσκεται χρειάζεται την ενθάρρυνση και την συναισθηματική επιβεβαίωση από τον ανθρώπινο παράγοντα. Κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει, όταν το παιδί ασχολείται με την

συσκευή του υπολογιστή, αφού είναι απέναντι σε ένα μηχάνημα απρόσωπο και χωρίς συναισθήματα». (Ντολιοπούλου, Ε., 1997, σ. ΙΙ-347)

Επιπλέον, σε αυτά που δεν συνιστούν τη χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή κατά την προσχολική ηλικία προστίθενται και τα εξής. Πρώτα, δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί χωρίς την βοήθεια της/του παιδαγωγού, γιατί τα παιδιά μπορούν να εκδηλώσουν κάποια επιθετική συμπεριφορά μεταξύ τους. Παρόλη, τη βοήθεια που είναι εφικτή από την πλευρά της/του παιδαγωγού, δεν είναι κατάλληλα εκπαιδευμένος/η, ώστε να αξιοποιήσουν την τεχνολογία αυτή αποδοτικά και αποτελεσματικά μέσα στην τάξη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελεί η έλλειψη γνώσεων πάνω σε εκπαιδευτικά προγράμματα.

Τέλος, ένας βασικός ισχυρισμός των πολεμίων της χρήσης του υπολογιστή στην προσχολική ηλικία είναι ότι τα παιδιά δεν γνωρίζουν τον τρόπο, με τον οποίο πρέπει να χειρίζονται τον υπολογιστή. Για παράδειγμα, πόσες ώρες μπορούν να κάθονται σε αυτόν, τι απόσταση πρέπει να έχουν από αυτόν και ποια πρέπει να είναι η σωστή στάση του σώματος τους. Ως αποτέλεσμα, το μηχάνημα αυτό βλάπτει την όραση των παιδιών και τα εκθέτει σε ραδιενέργεια.



2.5. Η συμβολή του έντυπου τύπου στη νοητική, στη γλωσσική και στην κοινωνικοσυναισθηματική ανάπτυξη του παιδιού.

Όπως όλοι γνωρίζουν, τα έντυπα μέσα επικοινωνίας είναι η εφημερίδα, το περιοδικό αλλά και το βιβλίο. Ο έντυπος τύπος λειτουργεί ως ένα τεχνικό εργαλείο, με το οποίο δίνεται κάθε είδος μηνύματος από τον πομπό στον δέκτη και στη συγκεκριμένη περίπτωση, ο δέκτης είναι το μικρό παιδί. Αυτό το μέσο προσφέρει ένα είδος επικοινωνίας, η οποία δίνεται υπό την μορφή μονόλογου και θεωρείται μονόπλευρη και έμμεση. Ο έντυπος τύπος δεν αντιμετωπίζει το παιδί άμεσα ή προσωπικά και δεν υφίσταται καμία επανατροφοδότηση. Οποιαδήποτε επικοινωνία έχει το παιδί με αυτό, γίνεται με την μορφή αλληλογραφίας. Σε όλα τα έντυπα μέσα το εκφώνημα μεταδίδεται οπτικά. Το παιδί είναι χρονικά και χωρικά ελεύθερο για αυτό και δεν δεσμεύεται στον ελεύθερο χρόνο του. (Δουλκέρη, 2004)

Μεταξύ των εντύπων, οι εφημερίδες και τα περιοδικά είναι αυτά, τα οποία προσφέρουν τις περισσότερες πληροφορίες. Αντίθετα, το βιβλίο προσφέρει πληροφορίες σε σχέση με την ζωή άλλων ανθρώπων, λαών, και γενικότερα, πολιτισμών. Επιπλέον, δίνει τη δυνατότητα στα παιδιά να ταυτιστούν με τους ήρωες του βιβλίου και αυτό έχει ως αποτέλεσμα, το παιδί να νιώθει ευχαρίστηση και να θέλει να ξαναδιαβάσει για να ζήσει ξανά την εμπειρία της διασκέδασης.

Ο έντυπος τύπος που είναι οι εφημερίδες και τα περιοδικά είναι περιοδικός, καθώς εκδίδεται σε τακτά χρονικά διαστήματα και βασίζεται στην ταχεία επεξεργασία και μετάδοση δημοσιογραφικού υλικού. Με το δημοσιογραφικό υλικό εννοούνται τα επίκαιρα νέα, τα ψυχαγωγικά κείμενα, οι αγγελίες αλλά και η διαφήμιση. Χαρακτηριστικά του τύπου είναι η έκδοση του με την βοήθεια εικόνων και κειμένου που προσφέρεται στο παιδί μέσω της εκτύπωσης. Η διαφοροποίηση του βιβλίου από τον τύπο βρίσκεται στο είδος "καθορισμού", δηλαδή το βιβλίο καθορίζεται από τον

συγγραφέα και το περιεχόμενο, ενώ ο τύπος από τον εκδότη αλλά και από το περιεχόμενο του, όπως εικόνες και κείμενο. Άρα, ο σκοπός του τύπου δεν είναι να εντυπωσιάσει τα παιδιά, αφού δεν διαθέτει οπτική κίνηση ή μουσική ή εναλλασσόμενες εικόνες, παρά μόνο συγκεκριμένες εικόνες που απορροφούνται από το μυαλό του παιδιού, αντί το παιδί να χρησιμοποιεί τη γλώσσα. Η εικόνα θεωρείται στον τύπο ένα ασαφές περίγραμμα που μπορεί κάποιος να το συμπληρώσει με την φαντασία του.

Κατά την ανάγνωση μιας εφημερίδας ή ενός βιβλίου, το παιδί δεν χρειάζεται τη χρήση κάποιου μηχανήματος, σε αντίθεση με άλλα μέσα, όπως η τηλεόραση, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής και το ραδιόφωνο. Το παιδί έχει την δυνατότητα να αφήσει για λίγο το διάβασμα και να επανέλθει, όποτε αυτό το θελήσει είτε διαβάζοντας μια πρόταση ή ένα κεφάλαιο ή ένα άρθρο περισσότερο από μία φορά και χωρίς πίεση. Επιπλέον, το παιδί δεν δεσμεύεται από το χώρο, στον οποίο πρέπει να βρίσκεται. Στην ανάγνωση αυτού το κάθε παιδί λαμβάνει τις πληροφορίες ξεχωριστά. Όμως μπορεί να γίνουν συζητήσεις σχετικές με την ανάγνωση ή ακόμα, μπορεί το παιδί να διαβάσει μαζί με άλλα παιδιά.

Πολλές μελέτες που έχουν γίνει, δείχνουν ότι ο έντυπος τύπος ωφελεί το παιδί, ώστε να αναπτύξει ένα πλούσιο και πολιτιστικά διευρυμένο λεξιλόγιο. Αυτό συμβαίνει, γιατί ο λόγος που χρησιμοποιεί είναι προσεγμένος και περιλαμβάνει πολλές άγνωστες λέξεις και εκφράσεις για το παιδί. Έτσι, διευκολύνονται οι συνομιλίες του παιδιού τόσο με τους ενήλικες όσο και με τους συνομηλίκους του. (Δουλκέρη, 2004)

Ένα, επιπλέον, θετικό χαρακτηριστικό του τύπου είναι ότι εκθέτει τις πληροφορίες ή τις ειδήσεις με ακρίβεια, σαφήνεια και επαρκέστατη τεκμηρίωση. Το γεγονός αυτό συμβάλλει στην έγκυρη ενημέρωση του παιδιού, καθώς δίνει τα γεγονότα έτσι, όπως πραγματικά συνέβησαν. Μέσα από την ποικιλομορφία των θεμάτων του τύπου, το παιδί αναπτύσσει την κριτική του ικανότητα, καθώς αυξάνονται οι εμπειρίες και οι γνώσεις του παιδιού και έτσι, το παιδί κατανοεί καλύτερα τον κόσμο που το περιβάλλει.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν κάποιοι που κατακρίνουν τον τύπο, πως δεν συμβάλλει στην ανάπτυξη του παιδιού. Αυτοί υποστηρίζουν ότι το λεξιλόγιο που χρησιμοποιούν οι εφημερίδες ή τα βιβλία δεν απευθύνεται στην ηλικία των παιδιών

προσχολικής αγωγής. Αυτό συμβαίνει γιατί ο έντυπος τύπος χαρακτηρίζεται από επιστημονικό και σαφώς, δυσκολότερο λεξιλόγιο για τα μικρά παιδιά, γεγονός που δεν ευνοεί την ανάγνωση από αυτά.

Επιπλέον, μελέτες δείχνουν πως το παιδί χρειάζεται περισσότερο ελεύθερο χρόνο για να διαβάσει και να κατανοήσει βαθύτερα τις πληροφορίες που λαμβάνει από ένα κείμενο. Και αυτό έχει ως αποτέλεσμα το παιδί πολλές φορές να επιλέγει ένα άλλο μέσο για να ενημερωθεί ή να ψυχαγωγηθεί, όπως η τηλεόραση που προσφέρει αμεσότητα και απαιτεί λιγότερο χρόνο. (Δουλκέρη, 2004)

Κλείνοντας, μία άλλη αρνητική επίδραση του έντυπου τύπου είναι ότι απαιτεί μεγαλύτερη προσήλωση από τα παιδιά, κάτι που δεν μπορεί να επιτευχθεί λόγω της μικρής ηλικίας του παιδιού. Είναι αποδεκτό ότι χαρακτηριστικό των παιδιών αυτής της ηλικίας, είναι η διάσπαση της προσοχής τους σε μεγαλύτερο βαθμό και αυτό δεν μπορεί να συγκρατήσει τα παιδιά στο να αφαιρούνται και να μεταφέρονται σε έναν φανταστικό κόσμο που έχουν κατασκευάσει.



2.6. Η επιρροή του ραδιοφώνου στη γλωσσική, στη νοητική και στην κοινωνικοσυναισθηματική ανάπτυξη του παιδιού.

Πριν από την εμφάνιση της τηλεόρασης, το ραδιόφωνο αποτελούσε την κύρια μορφή μαζικής ψυχαγωγίας, ενημέρωσης και επιμόρφωσης για όλη την οικογένεια. Ήταν εκείνο το μέσο μαζικής επικοινωνίας, όπου τα μέλη της οικογένειας συγκεντρώνονταν γύρω του για να ακούσουν τις διάφορες εκπομπές που μετέδιδε. Το ραδιόφωνο αποτέλεσε ένα συναρπαστικό δημιούργημα ενός κόσμου γεμάτο με ήχους, φωνές και μουσική.

Ως ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα του ραδιοφώνου είναι η εκμηδένιση των αποστάσεων, εννοώντας κατά κύριο λόγο την επικοινωνία. Το ραδιόφωνο παρέχει μέσω της επικοινωνίας δυνατότητες στην πολιτιστική ανάπτυξη, καθώς το παιδί ενημερώνεται για τα γεγονότα που τον ενδιαφέρουν και θέλει να παρευρίσκεται σε αυτά. Με αποτέλεσμα, να αναπτύξει κοινωνικές συναναστροφές τόσο με ενήλικες όσο και με συνομηλίκους του. (www.wikipedia.gr)

Επιπρόσθετα, το ραδιόφωνο προσφέρει άμεση και έγκαιρη ενημέρωση, καθώς λειτουργεί όλο το εικοσιτετράωρο και έτσι, το παιδί μπορεί να επιλέξει οποιαδήποτε ώρα της ημέρας αυτό το μέσο για να ενημερωθεί και παράλληλα, να ψυχαγωγηθεί. Το παιδί έχει περιορισμένο χρόνο να αξιοποιήσει, λόγω των πολλών δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί. Άρα, το ραδιόφωνο δεν απαιτεί προσήλωση από τα παιδιά, καθώς μπορούν να δραστηριοποιούνται σε άλλα ενδιαφέροντα τους παράλληλα με αυτό. Για αυτό και το ραδιόφωνο είναι μια άμεση λύση, καθώς προσφέρει την ψυχαγωγία, μέσω της μουσικής και την ενημέρωση σε πολύ σύντομο χρόνο. Χαρακτηριστικό του

ραδιοφώνου είναι η ποικιλία θεμάτων που διαθέτει και έτσι, καλύπτει ένα μεγάλο εύρος πληροφοριών και ενδιαφερόντων του παιδιού.

Ο σύντομος και εύληπτος λόγος του ραδιοφώνου συμβάλλει στην ευρεία ανάπτυξη του λεξιλογίου του παιδιού. Εξαιτίας της ανάπτυξης αυτής το παιδί έχει την δυνατότητα να εκφράσει καλύτερα τις προσωπικές του ανάγκες, τα ενδιαφέροντα του και κυρίως, τα συναισθήματα που τον κατακλύζουν. Ο προφορικός λόγος του ραδιοφώνου προσελκύει τα μικρά παιδιά, αφού είναι ευχάριστος και συνεχιζόμενος και τα κάνει να θέλουν να ξανακούσουν το συγκεκριμένο πρόγραμμα του ραδιοφωνικού σταθμού.

Ένα θεμελιώδη στοιχείο του ραδιοφώνου είναι το χαμηλό κόστος της συσκευής αυτής, η οποία βρίσκεται σε σχεδόν όλα τα σπίτια, με αποτέλεσμα το παιδί να έχει ευκολότερη πρόσβαση σε αυτό. Επιπλέον, το παιδί δεν αποτελεί έναν παθητικό δέκτη, όπως συμβαίνει με άλλα μέσα, για παράδειγμα την τηλεόραση, αλλά μπορεί να ασκήσει έναν άμεσο διάλογο μέσω της ζωντανής μετάδοσης των πληροφοριών και των γνώσεων που προσφέρει από όλο τον κόσμο.

Τέλος, μέσα από την προφορική περιγραφή μιας εικόνας το παιδί δημιουργεί στο μυαλό του αυτήν την εικόνα προσαρμοσμένη, ίσως, ανάλογα με τα ενδιαφέροντα του. Ως αποτέλεσμα αυτού, το παιδί αναπτύσσει την δημιουργική του φαντασία και πλάθει νέες εικόνες που το βοηθούν στην κατανόηση των πληροφοριών που λαμβάνει.

Το βασικότερο, ίσως, αρνητικό στοιχείο του ραδιοφώνου αποτελεί η απουσία εικόνας. Από την στιγμή που δεν υπάρχει εικόνα, το παιδί δεν εντυπωσιάζεται τόσο εύκολα μόνο από τον ήχο που προσφέρει. Αντίθετα, η τηλεόραση διευκολύνει αυτόν τον εύκολο και γρήγορο εντυπωσιασμό και έτσι, καθίσταται ως ένα πιο ανταγωνιστικό μέσο, σε σύγκριση με το πιο ανιαρό περιεχόμενο του ραδιοφώνου. Ως ένα επιπρόσθετο χαρακτηριστικό του ραδιοφώνου είναι ο γρήγορος και σύντομος λόγος του ομιλητή. Οπότε το παιδί δεν είναι σε θέση να προλαβαίνει και να κατανοεί το θέμα και το περιεχόμενο των πληροφοριών που λαμβάνει. Από την "οπτική γωνία" της τηλεόρασης, το παιδί βλέποντας μόνο και μόνο τις εικόνες αντιλαμβάνεται πολύ καλύτερα το θέμα που παρακολουθεί. Αν όμως ο λόγος που χρησιμοποιείται στο ραδιόφωνο είναι αργός, τότε το παιδί κουράζεται πιο εύκολα, καθώς είναι πολύ ενεργητικό για να αναμένει κάτι ενδιαφέρον. Κλείνοντας, το ραδιόφωνο μπορεί να

προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες και ποικιλομορφίες που μπορεί να επηρεάσουν την ολόπλευρη ανάπτυξη των παιδιών. (www.babyradio.gr)

3^ο Κεφάλαιο : Η επίδραση των τηλεοπτικών διαφημίσεων στη σωματική και κινητική ανάπτυξη του παιδιού.

Στο τρίτο κεφάλαιο της εργασίας διαπραγματευόμαστε το θέμα των διαφημίσεων. Συγκεκριμένα, ποια είναι τα χαρακτηριστικά των παιδικών διαφημίσεων, τι μηνύματα περνούν στα παιδιά, καθώς και ποιο ρόλο παίζει η διαφήμιση στην ανάπτυξη των παιδιών. Επιπλέον αναφερόμαστε στις επιπτώσεις που μπορεί να έχουν οι τηλεοπτικές διαφημίσεις στη σωματική και κινητική υγεία του μικρού παιδιού και εξετάζουμε το φαινόμενο της παχυσαρκίας. Δηλαδή πως συνδέονται οι διαφημίσεις με την παχυσαρκία, καθώς και για ποιους λόγους αυξάνεται η επιθυμία μας για πρόσληψη τροφής όταν παρακολουθούμε διαφημίσεις. Τελειώνουμε το κεφάλαιο, με την στάση που θα πρέπει να έχουν οι γονείς απέναντι στις διαφημίσεις, καθώς και απέναντι στην επιθυμία του παιδιού να αποκτήσει ένα διαφημιζόμενο προϊόν.

3.1. Ο ρόλος της διαφήμισης στην ανάπτυξη του παιδιού.

Στη σύγχρονη κοινωνία ο άνθρωπος αποτελεί μέλος ενός καταναλωτικού κόσμου, λεγόμενου και ως κόσμος της αφθονίας. Ο καταναλωτισμός περιλαμβάνει στις ρίζες του την διαφήμιση, η οποία λειτουργεί όχι μόνο ως ένα οικονομικό εργαλείο προώθησης των ποικίλων προϊόντων, αλλά και ως μέσο χειραγώγησης του ανθρώπου στο να καλύψει συγκεκριμένες ανάγκες. Άρα, η διαφήμιση αποτελεί, ταυτόχρονα, ένα μέσο επικοινωνίας μεταξύ του καταναλωτή και των προϊόντων, αλλά και ένα σύνολο τεχνικών πειθούς. Τελικός σκοπός της διαφήμισης είναι η παρακίνηση του αποδέκτη να αγοράσει το διαφημιζόμενο προϊόν, αξιοποιώντας την επιστήμη της ψυχολογίας,

αλλά και τις δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογική της εξέλιξη. Τέλος, η συνολική εμπορική διαφήμιση περιλαμβάνει την παιδική τηλεοπτική διαφήμιση, η οποία απευθύνεται σε παιδιά και σε γονείς, καθώς αυτοί είναι που καθορίζουν την τελική αγορά του προϊόντος, έχοντας την αγοραστική δύναμη που δεν έχει το παιδί.

«Η διαφήμιση έχει διπλά χαρακτηριστικά, τα έκδηλα που είναι τα οικονομικά και τα λανθάνοντα που είναι τα πολιτιστικά. Εκτός από την προώθηση των εμπορικών αντικειμένων η διαφήμιση λειτουργεί ως μηχανισμός κοινωνικοποίησης και ενσωμάτωσης των παιδιών στα κυρίαρχα πρότυπα και τρόπο ζωής του καταναλωτικού συστήματος. Η διαφήμιση είναι η δημιουργία πρωτότυπου μηνύματος, η οποία χαρακτηρίζεται από αμεσότητα, χωρίς προλόγους και επεξηγήσεις. Τα τηλεοπτικά διαφημιστικά μηνύματα αποτελούνται από την εικόνα, τον ήχο, αλλά και το λεξιλόγιο. Οι εικόνες στην τηλεόραση προσελκύουν την προσοχή των θεατών, κατανοούνται ευκολότερα, διεγείρουν το συναίσθημα, τη φαντασία και κατασκευάζουν επιθυμίες. Η αληθοφάνεια της τηλεοπτικής εικόνας διατηρεί μια σχέση αναλογίας με το πραγματικό, όμως δεν είναι η ίδια η πραγματικότητα. Ιδιαίτερα στην διαφήμιση η εικόνα είναι σκόπιμα προκατασκευασμένη και ασφαλώς, μη αληθής». (Κουμέντος, Γ., 2006, σ 144)

Η διαφήμιση προσπαθεί με όλα τα μέσα να προκαλέσει την επιθυμία του προϊόντος. Στη διαφημιστική αναπαράσταση, το απλό, εμπορευματικό αντικείμενο μετατρέπεται σε είδωλο. Στις διαφημίσεις, που απευθύνονται σε παιδιά, η διαφήμιση προσαρμόζεται στον κόσμο του παιδιού μέσω της γλώσσας, των εικόνων και των παραστάσεων. Στο κομμάτι της γλώσσας μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι παρομοιώσεις, οι μεταφορές, οι ομοιοκαταληξίες, τα λογοπαίγνια, οι σπάνιες λέξεις ή οι εντυπωσιακές, οι συναισθηματικά φορτισμένες (απίθανο, πανίσχυρο, ακατανίκητο), το χιούμορ και σε ορισμένες περιπτώσεις οι εκπλήξεις ή ακόμα και η υπερβολή. Επιπλέον, ο προφορικός λόγος του μηνύματος που χρησιμοποιούν οι διαφημίσεις είναι σύντομος, περιεκτικός, απλός, κατανοητός και πολλές φορές συνθηματολογικός. Με αποτέλεσμα, τα συνθήματα να εντυπώνονται στην μνήμη του παιδιού. (Κουμέντος, 2006)

Εξαιτίας της επιδέξιας χρήσης του φωτισμού και του ήχου, καθώς και της συνήθως χαρούμενης ατμόσφαιρας που έχουν, οι διαφημίσεις τραβούν ιδιαίτερα την προσοχή του παιδιού και το γοητεύουν. Ως αφορμή, λαμβάνονται στοιχεία οικεία στο παιδί, όπως σκηνές από την καθημερινή ζωή, στοιχεία από το παιχνίδι, το παραμύθι, ώστε

να δημιουργηθούν σχέσεις κατανόησης, οικειότητας, ταύτισης ανάμεσα στο μήνυμα και στο δέκτη. Με αυτόν τον τρόπο, προσωποποιείται το μήνυμα και δημιουργείται η αίσθηση, ότι η διαφήμιση είναι προορισμένη για το κάθε παιδί αποκλειστικά. Αφού λοιπόν, η διαφήμιση, προκαλέσει τη συναισθηματική ταύτιση του παιδιού με το προϊόν, συνδέεται με μια έκδηλη ή λανθάνουσα ανάγκη του. Τα αντικείμενα της διαφήμισης επενδύονται με «μαγικές», «υπερφυσικές» δυνάμεις, οι οποίες μεταβιβάζονται στον κάτοχο του προϊόντος. Οι δυνάμεις αυτές μπορεί να είναι ομορφιά, χάρη, ζωντάνια, τρυφερότητα, γλυκύτητα, αθωότητα, υγεία, δύναμη, εξυπνάδα και κοινωνικότητα. Κατά αυτόν τον τρόπο, η διαφήμιση κολακεύει και ερεθίζει τις ναρκισσιστικές τάσεις των παιδιών. Στις περισσότερες διαφημίσεις, τα πρόσωπα της διαφήμισης είναι παιδιά, χαρακτήρες από κινούμενα σχέδια ή είδωλα και δημοφιλή πρόσωπα, τα οποία ταυτίζονται με τους ρόλους που παίζουν.

Τα πρόσωπα νεαρής ηλικίας που επιλέγονται να πρωταγωνιστήσουν σε μια διαφήμιση, εμφανίζονται χωρίς την παρουσία κάποιου ενήλικα, προβάλλοντας έτσι την εικόνα ενός μη εξαρτημένου παιδιού. Τόσο τα αγόρια όσο και τα κορίτσια είναι ξανθά με γαλανά μάτια, με ωραία χαρακτηριστικά προσώπου και φυσικά, φοράνε όμορφα και κομψά ρούχα.

«Επιπρόσθετα, είναι εμφανέστερες οι διακρίσεις των φύλων ανάμεσα στα αγόρια και στα κορίτσια. Η δράση, η βία, η επιθετικότητα, τα ηχητικά εφέ χαρακτηρίζουν τις διαφημίσεις που προορίζονται για αγόρια και αντίθετα η τρυφερότητα, ο ρομαντισμός, τα απαλά χρώματα δίνουν την παρουσία τους στις διαφημίσεις που προορίζονται για κορίτσι. Αντίστοιχα, τα κορίτσια μέσω των μηνυμάτων από τη διαφήμιση μαθαίνουν ότι πρέπει να εστιάσουν το ενδιαφέρον τους στην εξωτερική τους εμφάνιση, ενώ τα αγόρια μαθαίνουν ότι για τη ζωή χρειάζεται ο άνδρας να είναι πολυμήχανος, δυνατός, δραστήριος, χωρίς αισθήματα». (Δουλκέρη, Τ., 2004, σ. 113)

Τα παιδιά αποτελούν έναν ιδιαίτερο στόχο των διαφημιστικών εταιρειών, καθώς εκτός από τα διαφημιστικά μηνύματα, υπάρχουν και εκπομπές που από μόνες τους είναι διαφημίσεις. Για παράδειγμα, τα Pokemon, τα Digimon, το Dragon Ball, ο Winnie το αρκουδάκι και πολλά άλλα, γύρω από τις οποίες αναπτύσσεται μια ολόκληρη βιομηχανία από αξεσουάρ. Οι χαρακτήρες αυτοί υπάρχουν στα κουτιά τροφίμων των παιδιών, στα ρούχα και στα σχολικά τους είδη. Αυτή η ενέργεια έχει ως αποτέλεσμα να κάνει τα παιδιά πιο ευάλωτα και να τα ωθεί στο να αναζητούν και

να καταναλώνουν όλο και περισσότερο προϊόντα που περιέχουν ή διαφημίζουν οι αγαπημένοι τους ήρωες. Γίνεται αντιληπτό, ότι η διαφήμιση διεισδύει ακόμη και σε προγράμματα που καλύπτονται πίσω από το προσωπείο του παιχνιδιού. Όσον αφορά στα παιδιά, οι διαφημίσεις εστιάζουν κυρίως το ενδιαφέρον τους στην προβολή προϊόντων ζαχαροπλαστικής και παιχνιδιών. (Δουλκέρη, 2004)

Συγκεκριμένα, η διαφήμιση προβάλλει πως με την απόκτηση του προϊόντος δίνεται λύση σε κάθε πρόβλημα. Με αυτό τον τρόπο, το παιδί πείθεται και αισθάνεται σιγουριά, ενώ ταυτόχρονα η επανάληψη του διαφημιστικού μηνύματος προκαλεί χαρά και ευχαρίστηση στο παιδί.

«Σκοπός της διαφήμισης είναι να μεταδίδει την πληροφορία με τρόπο, που θα κάνει το προϊόν αναγνωρίσιμο, γοητευτικό και απαραίτητο. Για αυτό προβάλλει μόνο ορισμένες πλευρές της χρήσης του προϊόντος. Ιδιαίτερα σε ένα περιβάλλον υπέρ-παραγωγής και υπέρ-προσφοράς προϊόντων οφείλει να ξεχωρίσει, άρα να δράσει συναισθηματικά και μνημονικά. Η διαφήμιση απευθύνεται προς το παιδί κυρίως δια μέσου του συναισθήματος και όχι της λογικής, δια μέσου της επιθυμίας και όχι της σκέψης, δια μέσου του ασυνείδητου και όχι της συνείδησης. Βεβαίως οι περισσότερες διαφημίσεις συνδυάζουν την γοητεία, τον εντυπωσιασμό και την πληροφορία. Σαηηνεύουν, αλλά και διαβεβαιώνουν. Ενεργοποιούν ασυνείδητες ψυχολογικές τάσεις των παιδιών, αλλά και αιτιολογούν την αγορά του προϊόντος από τους γονείς. Συνδυάζουν ασυνείδητες, συμβολικές ικανοποιήσεις αλλά και λογικές δικαιολογίες. Στη διαφήμιση λοιπόν η συγκινησιακή της διάσταση υπερτερεί της γνωστικής της διάστασης». (Κουμέντος, Γ., 2006, σ. 147)

«Για την εμπέδωση και απομνημόνευση του μηνύματος της διαφήμισης ακολουθείται η γνωστή διαδικασία της επανάληψης. Πολλές διαφημίσεις μέσα στην ίδια την διαφήμιση εμπεριέχουν την επανάληψη του μηνύματος. Η επανάληψη και άρα η υπενθύμιση ή η απομνημόνευση της διαφήμισης δεν σημαίνει και αποδοχή του μηνύματος, όμως με την επανάληψη αυξάνονται οι πιθανότητες ο δέκτης να προσέξει, να συγκρατήσει και να αποκωδικοποιήσει το διαφημιστικό μήνυμα. Για το παιδί η επανάληψη αποτελεί πηγή ευχαρίστησης είτε έχει αποκτήσει το προϊόν, είτε όχι. Βεβαίως οι πολλές διαφημίσεις δημιουργούν κορεσμό και πολλές φορές, σε παραπλήσια προϊόντα με ανταγωνιστικά διαφημιστικά μηνύματα, σύγχυση. Για αυτό το λόγο οι διαφημιστικές εταιρίες

χρησιμοποιούν ως προς τον αριθμό επανάληψης του μηνύματος ένα μέτρο ισορροπίας, ώστε να μην χαθεί η γοητεία και ο εντυπωσιασμός». (Κουμέντος, Γ., 2006, σ. 149)

Η διαφήμιση επηρεάζει το πολιτιστικό περιβάλλον μέσα στο οποίο ζει το παιδί γιατί και αυτή συμβάλλει στη διαμόρφωση προτύπων, που η καταναλωτική κοινωνία έχει ανάγκη να λειτουργήσει. Η διαφήμιση είναι η επαναλαμβανόμενη υπόσχεση ενός τρόπου ζωής, τον οποίο πρέπει να ακολουθήσει το παιδί, για να μπορέσει να ενταχθεί στην κοινωνία. Στην κοινωνία της αφθονίας των καταναλωτικών αντικειμένων η επωνυμία-μάρκα των προϊόντων παρέχει γόητρο, εγγυάται ποιότητα και εξασφαλίζει μια τάξη μέσα στην πλημμύρα των αντικειμένων. Η επωνυμία-μάρκα-φίρμα εξασφαλίζει, όταν αυτή είναι ξενική και πολυεθνική, μια ιδιαίτερη υπεροχή απέναντι στους καταναλωτές εγχώριων προϊόντων. Η διαφήμιση αντικατοπτρίζει την υπάρχουσα πολιτιστική πραγματικότητα.

Στα παιδιά κυρίως, περισσότερο από όσο στους ενήλικες, η διαφήμιση προκαλεί έντονο αίσθημα απογοήτευσης, επειδή τους παρουσιάζει μια χαρούμενη πραγματικότητα, γεμάτη ενθουσιασμό, αρμονία και καλοπέραση, που όμως αποδεικνύεται στην πράξη ανέφικτη.

Το παιδί, στην προσπάθεια του να ταυτιστεί με αυτή την εικονική πραγματικότητα, τρέφει ουτοπικές προσδοκίες, πλάθοντας ιδεατά πρότυπα για τον εαυτό του και για τη ζωή. Η αναμέτρηση του με αυτά τα ιδεατά πρότυπα γεννά μέσα στο παιδί το αίσθημα της απογοήτευσης, το οποίο προέρχεται από την επίγνωση της απόστασης ανάμεσα στην πραγματικότητα και στα προτεινόμενα τηλεοπτικά πρότυπα. Συγκρινόμενη με την τηλεοπτική, η καθημερινή πραγματικότητα του παιδιού φαντάζει στα μάτια του φτωχή και άχρωμη.

Η απογοήτευση μπορεί να προκαλέσει, ή τουλάχιστον, να εντείνει την επιθετικότητα, ωθώντας το απογοητευμένο παιδί να επιτεθεί εναντίον της γενεσιουργού αιτίας της δυσαρέσκειας του. Σε περίπτωση, όμως, που το παιδί δεν βρει ανταπόκριση, ώστε να ικανοποιήσει την ανάγκη της αγοράς του προϊόντος που επιθυμεί, τότε επιτίθεται στην αιτία που του το στέρησε. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι συγκρούσεις ανάμεσα στα παιδιά και στους γονείς, όταν οι δεύτεροι αρνούνται να αγοράσουν το προϊόν που θέλει το παιδί τους. Επιπλέον, η απογοήτευση αυτή μπορεί να προκαλέσει απάθεια, αδιαφορία και εσωστρέφεια. Τέλος, το παιδί βλέποντας τους συνομηλίκους

του να έχουν το προϊόν που το ίδιο ποθεί, αποκτά το συναίσθημα της ζήλειας, και αυτό το κατευθύνει σε μια αποκλίνουσα συμπεριφορά.

Είναι κατανοητό, ότι στις προσχολικές ηλικίες το παιδί δεν μπορεί να διακρίνει ξεκάθαρα το φανταστικό από το πραγματικό, με αποτέλεσμα η επίδραση της διαφήμισης να είναι μεγαλύτερη. Ωστόσο, η σωστή εκπαίδευση των παιδιών είναι απαραίτητη στο να κατανοήσουν τον σκοπό και το πλαίσιο του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας. Άρα, η διαφήμιση ως μέσο κοινωνικοποίησης των παιδιών συμβάλλει στην απόκτηση των σωστών καταναλωτικών στάσεων. Αναμφίβολα, σύμφωνα με τα παραπάνω, προστίθενται και το μορφωτικό επίπεδο του γονέα, καθώς επηρεάζει τη στάση του παιδιού απέναντι στον καταναλωτισμό.

<<Συνοψίζοντας, πρώτα οι γονείς, έπειτα, οι παιδαγωγοί και το κράτος θα πρέπει να είναι ενημερωμένοι και ιδιαίτερα προσεκτικοί στις αρνητικές επιδράσεις που ασκεί η διαφήμιση στο παιδί, καθώς είναι οι βασικοί φορείς κοινωνικοποίησης. Για παράδειγμα, η Σουηδία από το 1991 έχει απαγορεύσει όλες τις διαφημίσεις κατά τη διάρκεια της υψηλής ζώνης τηλεθέασης στα παιδιά. Επιπλέον και η Ελλάδα δεν έμεινε άπρακτη στο θέμα της διαφήμισης, έλαβε μέτρα που τελικά δεν εφαρμόζονται ακόμη και σήμερα. Σύμφωνα με τον νόμο (Ν. 2328/1995), τα διαφημιστικά μηνύματα δεν πρέπει να παρακινούν ευθέως τα παιδιά, ώστε να πείθουν τους γονείς τους ή άλλα πρόσωπα να τους αγοράζουν τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες. Επίσης, σύμφωνα με την Κοινοτική Οδηγία 97/55/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8/10/1997 απαγορεύεται η παραπλανητική διαφήμιση και στον τομέα των παιχνιδιών, όμως οι παραβιάσεις είναι συχνό φαινόμενο. Όλα αυτά τα μέτρα είναι απαραίτητα για την προετοιμασία των παιδιών στην αλληλεπίδραση με την πραγματικότητα ενός κόσμου γεμάτου με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης>>.(Δουλκέρη, Τ., 2004, σ. 114-115)



3.2. Οι επιπτώσεις των τηλεοπτικών διαφημίσεων στην ψυχοκινητική υγεία του παιδιού.

Είναι γεγονός ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν εισβάλλει και έχουν κατακλύσει για τα καλά τη ζωή μας. Δεν υπάρχει σπίτι που να μην διαθέτει τηλεόραση. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, να γινόμαστε όλοι δέκτες όλων αυτών των προϊόντων ή απόψεων που προβάλλει αυτό το μέσο. Τα παιδιά, όμως, είναι αυτά που είναι πιο επιρρεπή, καθώς λόγω της ηλικίας τους δεν έχουν την ικανότητα να διακρίνουν τις αρνητικές επιδράσεις της διαφήμισης στη σωματική και κινητική τους ανάπτυξη.

Χωρίς αμφιβολία, τα παιδιά στις μέρες μας παρακολουθούν πολλές ώρες τηλεόραση. Έρευνες έχουν δείξει ότι ο χρόνος που αφιερώνουν τα παιδιά και οι έφηβοι για να βλέπουν τηλεόραση, ξεπερνάει ακόμα και το χρόνο που περνούν στο σχολείο. Με αποτέλεσμα, να επιβραδύνεται η σχολική τους επίδοση και να μειώνεται η κινητική και σωματική τους ανάπτυξη. (www.medlook.net)

Επιπρόσθετα, έρευνες έχουν δείξει, ότι οι πολλές ώρες παρακολούθησης τηλεοπτικών διαφημίσεων δεν έχουν μόνο αρνητικές συνέπειες για την σωματική υγεία των παιδιών, αλλά είναι και αιτία κακών συνηθειών. Για παράδειγμα, είναι η βίαιη

συμπεριφορά, το κάπνισμα και η χρήση εθιστικών ουσιών, όπως το αλκοόλ και τα ναρκωτικά. Αυτό συμβαίνει, γιατί τα παιδιά εκτίθενται σε διαφημίσεις που κατά κύριο λόγο, απευθύνονται σε ενήλικες και έτσι, συμβιβάζονται με κάτι που το θεωρούν φυσιολογικό, ενώ στην πραγματικότητα, τα επηρεάζει στο να αποκτούν βλαβερές συνήθειες.

Πέρα από τις παραπάνω ανησυχίες που μπορεί να προκαλέσει η πολύωρη παρακολούθηση διαφημίσεων από την τηλεόραση, είναι και τα προβλήματα όρασης, όπως η μυωπία ή ο στραβισμός ή ακόμα και η ξηρότητα στα μάτια. Για παράδειγμα, το παιδί δεν γνωρίζει το σωστό τρόπο που πρέπει να βλέπει τηλεόραση, δηλαδή αν η τηλεόραση βρίσκεται στο ίδιο ύψος με τα μάτια του παιδιού και αν το παιδί έχει την κατάλληλη απόσταση από αυτή. Επιπλέον, το παιδί δεν είναι ενημερωμένο ποια πρέπει να είναι η σωστή στάση του σώματος. Αυτή συνδέεται με διαταραχές, όπως η πίεση στο νευρικό ή αγγειακό ιστό, η "φτωχή" ανταποδοτικότητα, το μικρότερο περιθώριο της κίνησης των παιδιών και η μονοτονία της στάσης τους, με αποτέλεσμα την μυϊκή κούραση. Οι διαταραχές του ύπνου αλλά και οι αλλαγές στο ωράριο του ύπνου, καθώς και η ελλιπής φροντίδα θεμάτων προσωπικής υγιεινής, για παράδειγμα η εμφάνιση της τερηδόνας αποτελούν σωματικά συμπτώματα που μπορεί να εμφανίσουν τα παιδιά από την πολύωρη παρακολούθηση. (Χρήστου, Ι., 2007)

Πολλοί είναι οι ερευνητές που υποστηρίζουν ότι η παρακολούθηση των διαφημίσεων από την τηλεόραση κατά την παιδική και εφηβική ηλικία έχει μακροπρόθεσμες επιπτώσεις στην υγεία των παιδιών κατά την ενήλικη ζωή. Συγκεκριμένα, υποστηρίζουν, ότι ο αριθμός των ωρών που τα παιδιά παρακολουθούν διαφημίσεις σχετίζεται στην ενήλικη ζωή με το υπερβολικό βάρος σώματος, την κακή φυσική κατάσταση, το κάπνισμα, την υψηλή χοληστερόλη αίματος και άλλα πολλά. (www.medlook.net)

Τέλος, διαπιστώνουμε, ότι η παρακολούθηση τηλεόρασης από πολύ μικρή ηλικία και για πολλές ώρες μπορεί να γίνει η αιτία για την κακή σωματική υγεία των παιδιών. Μπορεί να προκαλέσει διαταραχές και ασθένειες, τα αποτελέσματα των οποίων μπορεί να είναι εμφανή στο παρόν ή το μέλλον. Η ενημέρωση από ειδικούς, η παρακίνηση και η συμπαράσταση των γονιών είναι κάποιοι παράγοντες που θα συμβάλλουν στο να αλλάξει η μέχρι τώρα κατάσταση.



3.2.1. Παχυσαρκία.

Η επιδημική έκρηξη της παχυσαρκίας παγκοσμίως σε αναπτυγμένες αλλά και σε αναπτυσσόμενες χώρες είναι μια ανησυχητική πραγματικότητα τόσο σε παιδιά, όσο και σε ενήλικες, λόγω του παθητικού τρόπου ζωής, της μείωσης της σωματικής και συστηματικής άσκησης. Αυτό που εντυπωσιάζει είναι το γεγονός, ότι τα τελευταία χρόνια το πρόβλημα έχει επεκταθεί και στις παιδικές ηλικίες, εξαιτίας της έλλειψης σωματικής άσκησης και της κακής διατροφής, με αποτέλεσμα σήμερα να μιλάμε για παιδική παχυσαρκία.

Το γεγονός της αυξημένης επίπτωσης της παχυσαρκίας της παιδικής και εφηβικής ηλικίας είναι που 'σοκάρει'. Διότι, σύμφωνα με επιδημιολογικά δεδομένα, η παχυσαρκία μεταξύ των ετών 1963-2004 διπλασιάστηκε στα παιδιά ηλικίας 2-5 ετών (από 5% σε 14%). Τετραπλασιάστηκε στα παιδιά ηλικίας 6-11 ετών (από 4% σε 19%), τριπλασιάστηκε στους εφήβους (από 5% σε 17%) ενώ και το 12% των βρεφών ηλικίας 6-23 μηνών είναι υπέρβαρα. (www.iatronet.gr)

Και στην χώρα μας πάντως το φαινόμενο έχει γίνει έντονο τα τελευταία χρόνια, όπως φαίνεται από διάφορες μελέτες που πραγματοποιήθηκαν από τα επιστημονικά κέντρα των Αθηνών ή της περιφέρειας. Οι γενιές της τελευταίας 30ετίας έχουν παχύνει σημαντικά και ανησυχητικά, όπως προκύπτει από μελέτη στην ευρύτερη περιοχή των

Αθηνών από Ενδοκρινολογική Μονάδα της Α΄ Παιδιατρικής Κλινικής του Πανεπιστημίου Αθηνών. Τα αποτελέσματα της μελέτης αυτής συγκρίθηκαν με αντίστοιχη αμερικανική και έδειξαν ότι ο 18χρονος Έλληνας και Ελληνίδα είναι πιο παχύσαρκος από τους αντίστοιχης ηλικίας Αμερικανούς. (www.healthierworld.gr)

Ο ορισμός της παιδικής παχυσαρκίας γίνεται με βάση τις εκατοστιαίες θέσεις ή σταθερές αποκλίσεις του BMI (Body Mass Index ή δείκτης μάζας σώματος), σε ειδικά διαγράμματα που φτιάχνονται λαμβάνοντας υπό όψιν το βάρος, το ύψος, την ηλικία και το φύλο σε μεγάλες πληθυσμιακές ομάδες. Στην Ελλάδα χρησιμοποιούμε το διάγραμμα της Α΄ Παιδιατρικής Κλινικής του Πανεπιστημίου Αθηνών (Καθηγητή Κ. Δάκου) που δημιουργήθηκαν το 2001 με βάση δεδομένα από τη μελέτη μεγάλου αριθμού βρεφών και παιδιών. Παιδιά με BMI 95^η Εκατοστιαία Θέση (ΕΘ) θεωρούνται παχύσαρκα, με BMI μεταξύ της 85^{ης} και 95^{ης} ΕΘ υπέρβαρα και με BMI < 85^{ης} ΕΘ φυσιολογικά. (www.iatronet.gr)

Άλλοι δείκτες παχυσαρκίας όπως είναι η περιφέρεια μέσης και η αναλογία περιφέρειας μέσης/ περιφέρεια ισχίων, που στους ενήλικες ορίζουν την κοιλιακή παχυσαρκία, έχουν προγνωστική αξία και θα πρέπει να συνεκτιμώνται και στα παιδιά.

Για την εμφάνιση της παιδικής παχυσαρκίας παίζουν πολλοί παράγοντες ρόλο. Συγκεκριμένα, η παχυσαρκία μπορεί να οφείλεται σε γενετική προδιάθεση, δηλαδή σε κάποιο γονίδιο, με αποτέλεσμα να κληρονομείται από γενιά σε γενιά. Σε λανθασμένη διατροφή, και αυτό γιατί να γεύματα των παιδιών σήμερα είναι 'φτωχά' σε βιταμίνες (που περιέχουν τα φρούτα και τα λαχανικά) και 'πλούσια' σε λίπη. Με αποτέλεσμα, τα παιδιά να προσλαμβάνουν ολοένα και περισσότερο τροφές που δεν ευνοούν την ομαλή ανάπτυξη τους. Επίσης, η ελαττωματική κινητικότητα παίζει σημαντικό ρόλο στην εμφάνιση της παχυσαρκίας. Οι γρήγοροι ρυθμοί ζωής και τα ανύπαρκτα σχεδόν μέρη που ευνοούν τις δραστηριότητες, έχουν αφανίσει εντελώς από το πρόγραμμα των παιδιών κάθε μορφή κινητικής άσκησης. Με αποτέλεσμα, το κυνηγητό και το τρέξιμο να έχουν αντικατασταθεί με την τηλεόραση ή το playstation. Άλλη μια αιτία μπορεί να είναι η ορμονική διαταραχή αν και σπάνια, εμφανίζεται. Γενικά, το άγχος και τα ψυχολογικά προβλήματα μπορεί να οδηγήσουν το άτομο στη πρόσληψη μεγαλύτερων ποσοτήτων φαγητού, γεγονός που έχει ως συνέπεια την παχυσαρκία. Σημαντικό ρόλο στην εμφάνιση και ανάπτυξη της παχυσαρκίας παίζει το μορφωτικό και οικονομικό επίπεδο της οικογένειας. Δηλαδή, τα παιδιά οικογενειών

χαμηλού μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου συχνά καταλήγουν να καταναλώνουν τροφές χαμηλού κόστους, συχνά ανθυγιεινές, με ιδιαίτερα μεγάλη περιεκτικότητα λίπους, ενώ δεν είναι λίγες οι φορές που παραλείπονται ακόμα και γεύματα.

Όμως και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης παίζουν σημαντικό ρόλο στην εμφάνιση και ανάπτυξη της παχυσαρκίας. Συγκεκριμένα, η επίδραση της τηλεόρασης και ειδικότερα, της διαφήμισης φαίνεται μέσα από έρευνες να αποτελεί προδιαθεσικό παράγοντα για την ανάπτυξη της παχυσαρκίας, καθώς και επιβαρυντικό παράγοντα για την ανάπτυξη σφαλμάτων στο διατροφικό πρόγραμμα των παιδιών.

Η παρακολούθηση τηλεόρασης συμβάλλει στην αύξηση του σωματικού βάρους, αφού αντικαθιστά τον χρόνο που το παιδί θα κατανάλωνε σε κάποια μορφή σωματικής δραστηριότητας, προωθεί την κατανάλωση σνακ μεταξύ των κυρίως γευμάτων, ενώ μέσα από την παρακολούθηση διαφημίσεων επηρεάζονται και τροποποιούνται οι διατροφικές επιλογές, με αποτέλεσμα, να μειώνεται ο μεταβολικός ρυθμός.

Επίσης, η παρακολούθηση της τηλεόρασης είναι άμεσα συνδεδεμένη με την κατανάλωση μικρών γευμάτων, ανάμεσα από τα κυρίως γεύματα. Όσο, δηλαδή καθόμαστε μπροστά από την τηλεόραση και παρακολουθούμε στις διαφημίσεις γλυκά, πατατάκια και αναψυκτικά, τόσο πιο επιρρεπείς είμαστε στο να αναζητήσουμε και να καταναλώσουμε τέτοιες βλαβερές για τον οργανισμό τροφές. Οι οποίες έχουν ως αποτέλεσμα να μας επιβαρύνουν με έξτρα θερμίδες, αλλά και με άκρως <<εθιστικά>> συστατικά, όπως είναι το αλάτι, η ζάχαρη και τα συντηρητικά.

Σύμφωνα με επιστημονικά δεδομένα, ο αριθμός των διαφημίσεων τροφίμων που είναι πλούσια σε ζάχαρη και λίπος φαίνεται να σχετίζεται με τη συχνότητα εμφάνισης παιδικής παχυσαρκίας, με υψηλότερα ποσοστά σε χώρες, όπου η νομοθεσία σχετικά με τις διαφημίσεις είναι ελαστικότερη. Παιδιά που βλέπουν τηλεόραση περισσότερες από δύο ώρες την ημέρα, έχουν διπλάσια πιθανότητα να αποτελέσουν συχνούς καταναλωτές αναψυκτικών, χάμπουργκερ και τηγανιτής πατάτας από όσα βλέπουν τηλεόραση λιγότερο από μία ώρα την ημέρα.

Ερευνητές υποστηρίζουν πως η παρακολούθηση τηλεόρασης σε παιδιά 5-14 ετών έχει θετική επίδραση στην κατανάλωση αναψυκτικών, χάμπουργκερ, τσιπς, σοκολατένιων γλυκισμάτων, μπισκότων και τηγανιτής πατάτας και αρνητική στην κατανάλωση

φρούτων και λαχανικών. Άλλωστε, σε μετρήσεις, για παράδειγμα στην Νέα Ζηλανδία, αλλά ίσως κάτι αντίστοιχο να ισχύει και στη χώρα μας, καθώς το 30% των διαφημίσεων αφορούσαν γλυκά και σνακ, 20% αναψυκτικά και ροφήματα με σοκολάτα, 15% αλυσίδες fast- food και μόνο το 5% φρούτα, χυμούς και λιγότερο από 5% γαλακτοκομικά προϊόντα. (www.iatronet.gr)

Ένα, ακόμη, στοιχείο που αποτελεί επιβαρυντικό παράγοντα για την αύξηση της πιθανότητας εμφάνισης παχυσαρκίας, αποτελεί η παρουσία συσκευής τηλεόρασης στο παιδικό δωμάτιο. Μελέτες έχουν δείξει, ότι τα παιδιά που έχουν τηλεόραση στο υπνοδωμάτιο τους παρακολουθούν 4,8 ώρες παραπάνω τηλεόραση από τα παιδιά που δεν έχουν με αποτέλεσμα να γίνονται δέκτες περισσότερων διαφημίσεων και των προϊόντων αυτών.

Ερευνητές έχουν καταδείξει, ότι η παιδική παχυσαρκία δεν έχει μόνο σχέση με τις διαφημίσεις αυτές καθαυτές, αλλά κυρίως με την τηλεθέαση. Δηλαδή, το παιδί καταναλώνει ασυναίσθητα τροφή κατά τη διάρκεια παρακολούθησης τηλεόρασης, τρώγοντας έτσι μεγαλύτερες ποσότητες φαγητού. Το γεγονός αυτό στηρίζεται στο ότι η παρακολούθηση της τηλεόρασης είναι συχνά συνυφασμένη με την κατανάλωση ανθυγιεινών τροφών, αλλά και στην μειωμένη σωματική δραστηριότητα των παιδιών.

Η παρακολούθηση της τηλεόρασης συνοδεύεται με τη συχνότερη κατανάλωση σνακ υψηλών σε λίπος και θερμίδες, για παράδειγμα πίτσα ή μακαρόνια, περισσότερο από την απλή ακρόαση μουσικής, ίσως γιατί <<δεσμεύει>> περισσότερες από τις αισθήσεις μας. Επίσης, η παρακολούθηση της τηλεόρασης για πολλές ώρες βρέθηκε να επηρεάζει ακόμα και το μέγεθος των μερίδων του φαγητού που τρώμε.

Το μέγεθος της μερίδας (meal size) που καταναλώνουμε δεν καθορίζεται μόνο από εσωτερικούς παράγοντες, όπως γαστρικούς και ορμονικούς, οι οποίοι αντανακλούν στη διατροφική κατάσταση του οργανισμού. Αλλά, επίσης, καθορίζεται από περιβαλλοντικούς παράγοντες, όπως είναι η ίδια η τηλεόραση και οι διαφημίσεις. Έτσι, η διάθεση για κατανάλωση φαγητού που νιώθει το άτομο μέσω των αισθήσεων, όπως η οσμή και η όψη, επηρεάζει σημαντικά την ποσότητα φαγητού που θα καταναλώσει ανεξάρτητα από το πόσο πεινάει. Μελέτες δείχνουν, πως όταν τρώμε μπροστά από την τηλεόραση και είμαστε αφοσιωμένοι στο πρόγραμμα που

παρακολουθούμε χάνουμε εντελώς την αίσθηση της ποιότητας, της ποσότητας, και του τρόπου του οποίου τρώμε.

Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της παχυσαρκίας παίζει και η <<μνήμη>>. Καθώς μελέτες δείχνουν, πως όταν ένα άτομο παρακολουθεί κάποιο πρόγραμμα στη τηλεόραση και τις αντίστοιχες διαφημίσεις, μειώνει την ιδιότητα της μνήμης, που σχετίζεται με την πρόσληψη φαγητού, με αποτέλεσμα να οδηγείται στην υπερκατανάλωση θερμίδων, οι οποίες επιβαρύνουν την υγεία.
(www.academyhealthy.org)

Συνοψίζοντας διαπιστώνουμε, ότι η παχυσαρκία και συγκεκριμένα η παιδική παχυσαρκία είναι μια ασθένεια που θα μας απασχολήσει αρκετά για τα επόμενα χρόνια. Αντιμετώπιση και πρόληψη υπάρχει, αρκεί τόσο οι γονείς όσο και οι εκπαιδευτικοί να είναι προσεκτικοί με τα παιδιά. Να είναι υπεύθυνοι για την ανατροφή και το μέγιστο των παιδιών τους, και να μην αφήνουν αυτό το έργο στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Διότι, η δύναμη των μέσων είναι μεγάλη και η επιρροή που μπορεί να ασκήσει στα παιδιά ακόμα μεγαλύτερη με αρνητικές πολλές φορές συνέπειες.



3.3. Η στάση των γονέων απέναντι στις διαφημίσεις.

Όπως είναι γνωστό, τόσο το περιεχόμενο των διαφημίσεων όσο και η δομή τους, μπορεί να επηρεάσουν σημαντικά την σωματική ανάπτυξη των παιδιών καθώς και την εξέλιξη της προσωπικότητάς τους. Οι γονείς είναι αυτοί που μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην αντιμετώπιση και στην μείωση του προβλήματος της διαφήμισης. Από τη στιγμή που τα παιδιά δεν έχουν ούτε την εμπειρία ούτε την ωριμότητα να διακρίνουν τις αρνητικές επιδράσεις των διαφημίσεων, αυτό έχει ως αποτέλεσμα να γίνονται παθητικοί δέκτες όλων αυτών που προβάλλουν να μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Συγκεκριμένα, οι γονείς θα πρέπει να αφιερώνουν χρόνο στα παιδιά τους ακόμα και την στιγμή που διακόπτεται το πρόγραμμα που παρακολουθούν και όταν προβάλλονται οι διαφημίσεις σε οποιοδήποτε μέσο επικοινωνίας, είτε στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο, στο ίντερνετ, στα περιοδικά ή στις εφημερίδες. Μετά το τέλος των διαφημίσεων, το ιδανικό θα ήταν να συζητάνε με τα παιδιά τους για τα προϊόντα που τους τράβηξαν την προσοχή, και αν αυτά αποτελούν ανάγκες τόσο για τα ίδια όσο και για την οικογένειά τους. (Κασσωτάκη, 1978)

Όταν οι γονείς παρακολουθούν τηλεόραση μαζί με το παιδί τους και το πρόγραμμα διακόπτεται για διαφημίσεις, τότε πρέπει να διευκρινίζουν ότι <<Αυτά που βλέπουμε τώρα είναι διαφημίσεις>>. Όστε τα παιδιά να διακρίνουν το πρόγραμμα που παρακολουθούν από τις διαφημίσεις που σκοπό έχουν να πουλήσουν κάποια προϊόντα. Μελέτες έχουν δείξει ότι τα παιδιά προσχολικής ηλικίας δεν μπορούν να διακρίνουν τον πραγματικό με το φανταστικό, με αποτέλεσμα να θεωρούν, ότι ο κόσμος και οι αξίες που προβάλλουν οι διαφημίσεις ανταποκρίνονται στην πραγματική ζωή.

Οι γονείς μπορούν να εξηγήσουν στο παιδί τους ποιος είναι ο σκοπός της διαφήμισης καθώς και το πώς λειτουργεί το μάρκετινγκ. Δηλαδή, μπορούν να εξηγήσουν, ότι ο βασικός σκοπός της διαφήμισης είναι να πουλήσει όσο περισσότερα προϊόντα γίνεται. Για να το αντιληφθεί το παιδί καλύτερα μπορεί ο γονιός να πάρει την αφορμή από μια διαφήμιση που παρακολουθεί εκείνη την ώρα με το παιδί του, ή από κάποια διαφήμιση που του έκανε εντύπωση. Χαρακτηριστικό παράδειγμα διαφήμισης είναι η κούκλα Barbie, με την οποία τα κοριτσάκια της διαφήμισης προβάλλουν το πόσο επιθυμητή μπορείς να γίνεις από τους άλλους, αν αποκτήσεις το συγκεκριμένο παιχνίδι. Σε αυτό το σημείο, ο γονιός πρέπει να εξηγήσει στο παιδί, ότι αυτό δεν είναι εφικτό με την αγορά του παιχνιδιού. Όλα αυτά είναι δημιούργημα των διαφημιστικών εταιριών που σκοπό έχουν την αύξηση των κερδών μέσω των πωλήσεων. (Τσιμπούκης, 1991)

Επιπλέον, οι γονείς θα πρέπει να εξηγήσουν στα παιδιά τι δουλειά κάνει ένας ηθοποιός και ποιος είναι ο ρόλος του στη διαφήμιση. Έτσι, ώστε τα παιδιά να συνειδητοποιήσουν ότι τα χαρούμενα, όμορφα και δυνατά πρόσωπα που βλέπουν στην διαφήμιση δεν είναι αποτέλεσμα των παιχνιδιών ή των προϊόντων που έχουν στα χέρια τους, αλλά είναι ένας ρόλος που υποδύονται οι ηθοποιοί. Με άλλα λόγια, οι γονείς μπορούν να μάθουν το παιδί να βλέπει τις διαφημίσεις με κριτικό μάτι. Συγκεκριμένα, μπορούν να πάνε σε ένα κατάστημα, για παράδειγμα παιχνιδιών, ώστε τα παιδιά να δουν από κοντά τα παιχνίδια που προβάλλονται στην τηλεόραση. Τότε θα συνειδητοποιήσουν, ότι το μέγεθος και η εμφάνιση κάποιων παιχνιδιών απέχουν από την πραγματικότητα και εδώ, παρεμβαίνει ο γονιός λέγοντας ότι η λάμψη και το μέγεθος αυτό οφείλονται στα κοντινά πλάνα και τον ειδικό φωτισμό. Μέσα από την συζήτηση που θα ακολουθήσει να του εξηγήσει τη "γλώσσα" που χρησιμοποιεί η

τηλεόραση και συγκεκριμένα, οι διαφημίσεις. Παράλληλα, πρέπει εξηγήσουν στα παιδιά πως πρέπει να αντιλαμβάνονται τη χαρά και την ευχαρίστηση μέσω της διασκέδασης αλλά και τη φιλία και ότι οι διαφημιστές χρησιμοποιούν τις επιθυμίες αυτές για να πουλήσουν τα προϊόντα τους. (Τσιμπούκης, 1991)

Τέλος, αν το παιδί επιμένει πως θέλει να αποκτήσει κάποιο προϊόν που είδε στις διαφημίσεις, τότε ο γονιός θα πρέπει να μείνει συνεπής στις δικές του αξίες και κανόνες. Να μην παρασυρθεί από την επιμονή του παιδιού του, καθώς όσο πιο σταθεροί μείνουν οι γονείς σε αυτές τις αξίες, τόσο μειώνεται το κύρος, η σημασία και οι επιπτώσεις της διαφήμισης. Αλλά αν από την άλλη το παιδί ενδιαφέρεται επίμονα για κάποιο συγκεκριμένο προϊόν, ο γονιός μπορεί να συγκεντρώσει περισσότερες πληροφορίες για το προϊόν, ώστε να βοηθήσει το παιδί να καταλάβει αν πραγματικά του αρέσει και το επιθυμεί.

4^ο Κεφάλαιο : Ο ρόλος των φορέων κοινωνικοποίησης.

Στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο αναφερόμαστε στο ρόλο και την επιμόρφωση τόσο των παιδαγωγών, όσο και των γονιών σχετικά με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, καθώς και την θέση που θα πρέπει να έχουν αυτά στο χώρο του παιδικού σταθμού. Συγκεκριμένα ποια θέση θα πρέπει να έχουν όλα τα μέσα στην τάξη, καθώς και ποια χαρακτηριστικά θα πρέπει να έχουν τα εκπαιδευτικά προγράμματα ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των παιδιών. Οι γονείς και οι παιδαγωγοί είναι αυτοί που είναι υπεύθυνοι για την αγωγή ενός παιδιού, για αυτό το λόγο τόσο οι μεν όσο και οι δε, θα πρέπει να μάθουν πώς να χρησιμοποιούν τα μέσα ώστε να έχουν το επιθυμητό αποτέλεσμα. Δηλαδή αναφέρουμε πως θα πρέπει να γίνεται η σωστή χρήση των μέσων, καθώς και ποιος είναι ο ρόλος των φορέων αυτών τη στιγμή που το παιδί επιλέγει κάποιο μέσο για την ψυχαγωγία- ενημέρωση του.

4.1. Τα Μ.Μ.Ε. στον χώρο του Παιδικού Σταθμού και στο πρόγραμμα δραστηριοτήτων.

«Η είσοδος των Μ.Μ.Ε στον χώρο του παιδικού σταθμού μπορεί να συμβάλλει αποφασιστικά στην καλύτερευση της διαπαιδαγώγησης. Αφού μέσα από την χρήση τους τα παιδιά έχουν την δυνατότητα να πειραματιστούν, να εξερευνήσουν με σκοπό να εμπεδώσουν ή να ανακαλύψουν καινούργιες έννοιες, Επίσης, τους δίνετε η ευκαιρία να ασχοληθούν με οπτικοακουστικά προγράμματα ανάλογα με την ηλικία τους, έτσι ώστε να εμπεδώσουν καλύτερα θέματα που συζητήθηκαν μέσα στην τάξη.» (Σουσοπούλου Α., 2009, σ. 25)

Είναι κοινά αποδεκτό, πως η διαπαιδαγώγηση του παιδιού ξεκινάει από πάρα πολύ μικρή ηλικία μέσα από το σπίτι και συνεχίζεται στις τάξεις του παιδικού σταθμού. Η τεχνολογία γενικά και τα Μ.Μ.Ε ειδικά, όταν χρησιμοποιούνται από παιδιά προσχολικής αγωγής θα πρέπει να είναι διασκεδαστικά και συγχρόνως, εκπαιδευτικά.

«Τα σημερινά παιδιά απλά έτυχε να γεννηθούν αυτή την εποχή που αποκαλείται “Εποχή της Ηλεκτρονικής Επανάστασης”. Έτσι, αντιμετωπίζουν τα Μ.Μ.Ε σαν μέσα που έχουν στην διάθεση τους για παιχνίδι και για μάθηση. Θα πρέπει να διευκρινιστεί, ότι τα Μ.Μ.Ε δεν έχουν σκοπό να καταργήσουν τον/την παιδαγωγό, αλλά αντίθετα, πρέπει να αντιμετωπιστούν σαν μέσα που συμπληρώνουν και συμβάλλουν και αυτά με τον δικό τους τρόπο στην όλη διαδικασία της διδασκαλίας και της μάθησης. Οι υπολογιστές, η τηλεόραση και το DVD, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την διδασκαλία πολλών εννοιών, σχημάτων, χρωμάτων, καθώς και για την διδασκαλία της γλώσσας και των αριθμών στον παιδικό σταθμό.» (Σουσοπούλου Α., 2009, σ. 26)

Γενικά, η διδασκαλία εννοιών στον παιδικό σταθμό μπορεί να γίνει είτε με το έντυπο υλικό, για παράδειγμα, τα βιβλία, είτε με τον υπολογιστή, την τηλεόραση, το ραδιόφωνο και τέλος, το DVD. Για να προετοιμαστούν τα παιδιά στην χρήση των Μ.Μ.Ε. είναι απαραίτητο να διαρρυθμιστούν από τον παιδαγωγό κατάλληλοι χώροι μέσα στην τάξη που θα ονομαστούν ως “Η γωνιά του υπολογιστή” ή “ Η γωνιά της τηλεόρασης” ή “ Η γωνιά του DVD”, οι οποίοι θα υπάρχουν μαζί με τις υπόλοιπες γωνιές στην τάξη.

Τα ΜΜΕ θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν από την παιδαγωγό όπως ακριβώς και οι άλλες καθημερινές δραστηριότητες των παιδιών. Με αυτόν τον τρόπο τα παιδιά εξοικειώνονται με την παρουσία των ΜΜΕ στο δικό τους χώρο, καθώς τα ΜΜΕ αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι των δραστηριοτήτων τους. Μία από τις

προϋποθέσεις που θα πρέπει να εισάγει στην τάξη η παιδαγωγός θα πρέπει να είναι η σωστή τοποθέτηση των μέσων στο χώρο αυτό. Για παράδειγμα, τα ΜΜΕ θα πρέπει να είναι τοποθετημένα σε προσαρμοσμένο χώρο μέσα στην τάξη από την παιδαγωγό, με σκοπό τα παιδιά να μην διατρέχουν κάποιον κίνδυνο τραυματισμού ή να μην προκαλέσουν κατά λάθος κάποια φθορά στα μέσα. Ταυτόχρονα όμως τα μέσα θα πρέπει να είναι τοποθετημένα στο χώρο, με τέτοιο τρόπο, έτσι ώστε όλα τα παιδιά να έχουν άμεση επαφή μαζί τους και να διευκολύνεται η χρήση των μέσων ανάλογα με τον αριθμό των παιδιών. (Μακρής, Παγγέ, 2002).

Η χρήση εκπαιδευτικών προγραμμάτων από τα Μ.Μ.Ε. σε παιδιά προσχολικής αγωγής, θα πρέπει να ενταχθεί μέσα στη διδακτέα ύλη που καθορίζεται στις αρχές κάθε νέας σχολικής χρονιάς. Έτσι, ώστε η εξοικείωση των παιδιών με τα μέσα να γίνεται οργανωμένα, προγραμματισμένα, όπως προγραμματισμένες θα πρέπει να είναι και οι δραστηριότητες των προγραμμάτων που θα επιλέξουν να υλοποιήσουν στην τάξη του παιδικού σταθμού. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα που θα επιλέξουν θα πρέπει να έχουν ορισμένα χαρακτηριστικά, ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των παιδιών.

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα δεν θα πρέπει να είναι τυχαία, αλλά θα πρέπει να τηρούν κάποιες προϋποθέσεις, ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των παιδιών. Συγκεκριμένα, προγράμματα με απλότητα χειρισμού συμβάλλουν στην ανεξαρτητοποίηση του παιδιού, καθώς αυτό μπορεί να το χειριστεί μόνο του χωρίς να χρειάζεται τη βοήθεια κάποιου ενήλικα. Τα προγράμματα που χαρακτηρίζονται από επίπεδα δυσκολίας συμβάλλουν στην καθολική συμμετοχή της τάξης, αφού μπορούν να συμμετάσχουν όλα τα παιδιά ανεξάρτητα με τις δυνατότητες και τους ρυθμούς που έχει το καθένα. Επίσης προγράμματα με πλούσιες γραφικές παραστάσεις, όπως ήχοι, χρώματα και ειδικά εφέ κρατάνε το ενδιαφέρον των παιδιών και δεν τα κάνουν να βαριούνται. Τέλος, δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι τα προγράμματα καλό θα ήταν να προωθούν τη δημιουργία ενός φιλικού περιβάλλοντος το οποίο απευθύνεται σε παιδιά προσχολικής αγωγής και όχι σε ενήλικες.

Θα πρέπει οι γονείς και οι παιδαγωγοί να έχουν στο μυαλό τους πως τόσο η εξοικείωση του παιδιού με τα Μ.Μ.Ε., όσο και η διαπαιδαγώγηση του με την χρήση εκπαιδευτικών προγραμμάτων θα πρέπει να έχει την μορφή παιχνιδιού. Η μάθηση

μέσα από το παιχνίδι θεωρούνταν πάντα η πιο αποτελεσματική μέθοδος διδασκαλίας από όλους τους παιδαγωγούς. (Σουσοπούλου, 2009)

Συνοψίζοντας, είναι φανερό πως η τεχνολογία και συγκεκριμένα, τα Μ.Μ.Ε. έχουν εισβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην καθημερινότητα του παιδιού. Για αυτό το λόγο, ο άνθρωπος και συγκεκριμένα το παιδί έρχεται από νωρίς σε επαφή μαζί τους. Η επαφή αυτή ξεκινάει από τις τάξεις του παιδικού σταθμού και έχει σκοπό τόσο την εξοικείωση του παιδιού με τα μέσα σαν εφόδια για την μετέπειτα ζωή του, όσο και την διδασκαλία εννοιών μέσα από τα κατάλληλα προγράμματα. Η σωστή αξιοποίηση των μέσων από τους παιδαγωγούς σε παιδιά προσχολικής ηλικίας, καθώς και η επιλογή εκπαιδευτικών προγραμμάτων με βάση ορισμένων χαρακτηριστικών, μπορεί να γίνει ο πιο εύκολος, γρήγορος και διασκεδαστικός τρόπος διδασκαλίας και εμπέδωσης διάφορων θεμάτων στον παιδικό σταθμό.

4.2. Η επιμόρφωση των παιδαγωγών σχετικά με την χρήση των Μ.Μ.Ε.

Είναι κοινά αποδεκτό ότι μετά τους γονείς, τα άτομα που έρχονται σε μεγαλύτερη επαφή και επιδρούν θετικά ή αρνητικά στο παιδί είναι οι παιδαγωγοί. Αυτοί παρακολουθούν το παιδί στα πρώτα χρόνια της ζωής του, που είναι και τα πιο κρίσιμα για τη διάπλαση της προσωπικότητας του, και για αυτό ο ρόλος τους είναι καθοριστικός και η ευθύνη τους μεγάλη και συνεχώς, μεγαλώνει με την ραγδαία εξέλιξη που σημειώνει η κοινωνία σήμερα.

Έτσι λοιπόν με την εισβολή των Μ.Μ.Ε. στη ζωή όλων μας και στη ζωή των παιδιών, έρχεται να προστεθεί στο ρόλο της/του παιδαγωγού μια επιπλέον ευθύνη. Βασική προϋπόθεση για να ανταπεξέλθει στην ευθύνη αυτή ο/η παιδαγωγός είναι η **γνώση** και η **ενημέρωση** που πρέπει να έχει γύρω από το χώρο των Μ.Μ.Ε. και ειδικότερα για τις επιδράσεις που αυτά ασκούν στο παιδί. Οι επιδράσεις παρουσιάζονται στους

τομείς, όπως νοητικής, κοινωνικοσυναισθηματικής, κινητικής και σωματικής ανάπτυξης του παιδιού.

Για αυτό το λόγο πριν από την έναρξη κάθε σχολικής χρονιάς θα έπρεπε να διοργανώνονται από την πολιτεία διάφορα επιμορφωτικά σεμινάρια. Αυτά τα σεμινάρια θα έπρεπε να τα παρακολουθούν όλοι οι παιδαγωγοί ώστε να λαμβάνουν τη σωστή και έγκυρη ενημέρωση πάνω στα Μ.Μ.Ε. Η ενημέρωση θα γίνεται με τη μορφή ομιλίας από ανθρώπους οι οποίοι προέρχονται από διαφορετικούς χώρους, αλλά είναι ειδικοί στον τομέα τους όπως είναι για παράδειγμα ψυχολόγοι, κοινωνιολόγοι, προγραμματιστές υπολογιστών. Έτσι, με αυτό τον τρόπο οι παιδαγωγοί θα μπορούν να εκφράζουν τις απορίες τους ελεύθερα, για να παίρνουν τη σωστή απάντηση από τον ειδικό. (Καζάζη, 1995)

Όσον αφορά την γνώση οι παιδαγωγοί θα έπρεπε να λαμβάνουν μια λίστα με προτεινόμενη βιβλιογραφία. Δηλαδή μια λίστα, η οποία θα περιέχει προτεινόμενα βιβλία σχετικά με την χρήση των Μ.Μ.Ε., με προτάσεις που μπορεί να εφαρμόσει ο/η παιδαγωγός σε παιδιά προσχολικής αγωγής, με προτεινόμενα προγράμματα από την Ευρωπαϊκή Ένωση ή άλλων παιδαγωγών, με οδηγίες για την κατάλληλη διαμόρφωση του χώρου και τέλος προγράμματα που θα συμβάλλουν στην ολόπλευρη ανάπτυξη του παιδιού.

Η γνώση που θα λάβει θα βοηθήσει τον/την παιδαγωγό να συζητήσει με τα παιδιά τα υπέρ και τα κατά των Μ.Μ.Ε. Μέσα από τις συζητήσεις αυτές μπορεί να προτείνει στα παιδιά και στους γονείς να παρακολουθούν, για παράδειγμα λίγες ώρες τηλεόρασης με δημιουργικά και επιμορφωτικά προγράμματα που ταιριάζουν στην ηλικία των παιδιών πάντα βέβαια μαζί με τους γονείς τους (Κασσωτάκη, 1978) .

Όταν ο/η παιδαγωγός έχει στη διάθεσή του τηλεόραση, DVD ή ηλεκτρονικό υπολογιστή θα πρέπει να χρησιμοποιήσει τα τρία αυτά μέσα με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, ώστε να δώσει την ευκαιρία στα παιδιά να παρακολουθήσουν ή να επεξεργαστούν διάφορα παιδικά προγράμματα. Τα παιδικά αυτά προγράμματα θα περιλαμβάνουν κινούμενα σχέδια, παιδικά παραμύθια, κουκλοθέατρο, καθώς και ντοκιμαντέρ με περιεχόμενο σχετικό με τα ζώα, με τη φύση και άλλα., που προβάλλει η τηλεόραση, το πρόγραμμα του υπολογιστή ή το περιεχόμενο του DVD.

Κατά την παρακολούθηση των προγραμμάτων αυτών η παρουσία του/της παιδαγωγού είναι απαραίτητη, για να συζητάει και να εξηγεί απορίες των παιδιών, οι οποίες προκύπτουν εκείνη την ώρα και δεν εκφράζονται αργότερα μετά το πέρας του προγράμματος. Είναι λάθος τα παιδιά να μένουν μόνα τους όταν παρακολουθούν κάποιο πρόγραμμα, ενώ ο/η παιδαγωγός ασχολείται με κάτι άλλο. Η παρουσία του/της παιδαγωγού προσφέρει στα παιδιά ένα αίσθημα ασφάλειας και σιγουριάς.

Μετά την προβολή των παραπάνω προγραμμάτων ο/η παιδαγωγός πρέπει να συζητάει με τα παιδιά για αυτά που είδαν στην τηλεόραση, στο DVD, ή στον υπολογιστή, για παράδειγμα για τα ζώα του ντοκιμαντέρ, για τους ήρωες του παραμυθιού και τα λοιπά. Για την καλύτερη κατανόηση αυτών που είδαν μπορεί να γίνει μετά μια δραματοποίηση από τα παιδιά με την βοήθεια του/της παιδαγωγού. (Κασσωτάκη, 1978)

Συνοψίζοντας όλα τα παραπάνω, καταλαβαίνουμε ότι ο ρόλος του/ της παιδαγωγού είναι δύσκολος και με πολλές ευθύνες, γιατί θα πρέπει να χρησιμοποιήσει σωστά τα Μ.Μ.Ε., ώστε αυτά να γίνουν ένα μέσο επικοινωνιακό. Έτσι λοιπόν η πολιτεία θα πρέπει να μεριμνεί για την κατάλληλη κατάρτιση των παιδαγωγών, ώστε να είναι σε θέση να ανταπεξέλθουν στις διάφορες απαιτήσεις του επαγγέλματος.

4.3. Ο ρόλος της οικογένειας με τη βοήθεια των Μ.Μ.Ε. στην ανάπτυξη του παιδιού.

Όπως όλοι ξέρουμε η ανατροφή του κάθε ανθρώπου ξεκινάει μέσα από το σπίτι του και σε αυτό σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η οικογένεια. Η οικογένεια είναι αυτή που είναι υπεύθυνη για την φροντίδα, την αγωγή, την μόρφωση και γενικά, την ολόπλευρη ανάπτυξη του κάθε παιδιού. Όταν έρθει η ώρα που το παιδί θα πάει σχολείο, τα θεμέλια αυτά που έβαλε η οικογένεια στην ανάπτυξη του, τα συμπληρώνει ο/η παιδαγωγός. Έτσι, αναγνωρίζοντας πως τα παιδιά σήμερα περνάνε το μεγαλύτερο μέρος της ημέρας τους μπροστά από την οθόνη της τηλεόρασης ή του υπολογιστή, αμέσως γίνεται αντιληπτό ο δύσκολος ρόλος που καλείται να παίξει η οικογένεια, όσον αφορά την ανάπτυξη του παιδιού με την βοήθεια των Μ.Μ.Ε.

Η οικογένεια, λοιπόν, και ιδιαίτερα οι γονείς είναι αυτοί που θα μάθουν το παιδί πώς να χρησιμοποιεί τα Μ.Μ.Ε. Δηλαδή, πέρα από την διασκέδαση και την ψυχαγωγία που μπορεί να τους προσφέρει μια ταινία ή ένα περιοδικό, οι γονείς μπορούν να μάθουν τα παιδιά να βλέπουν ντοκιμαντέρ ή να ξεφυλλίζουν παραμύθια. Με την βοήθεια, των οποίων θα αναπτύξουν την φαντασία τους, ή θα πάρουν πληροφορίες. Ο ρόλος της οικογένειας εδώ είναι κατευθυνόμενος. Συγκεκριμένα, η οικογένεια θα πρέπει να κατευθύνει το παιδί προς τις παιδικές εκπομπές, ταινίες, παραμύθια, ντοκιμαντέρ, παιδικά βιβλία, αφηγήσεις ιστοριών και προγράμματα, τα οποία θα επηρεάσουν θετικά το παιδί. Θα το βοηθήσουν να αναπτύξει κάποιες δεξιότητες, για παράδειγμα, θα συμβάλλουν στην γλωσσική ανάπτυξη, στην ανάπτυξη της δημιουργικότητας και της φαντασίας ή στην διαμόρφωση κάποιων αξιών, όπως είναι η φιλία.

Για να μπορέσει η οικογένεια να κατευθύνει το παιδί σε προγράμματα των Μ.Μ.Ε, τα οποία θα επιδράσουν θετικά το παιδί, πρώτα από όλα θα πρέπει να είναι ενήμερη. Τόσο η ενημέρωση, όσο και η γνώση, είναι δύο παράμετροι που θα βοηθήσουν σημαντικά τους γονείς στο να επιλέξουν εκπαιδευτικό υλικό, όπως είναι οι ταινίες, τα προγράμματα, τα βιβλία, τα CD, το DVD και τα παραμύθια κατάλληλα για την ανάπτυξη του παιδιού. Η ενημέρωση αυτή μπορεί να γίνεται με την ανάγνωση κατάλληλων βιβλίων, την παρακολούθηση σεμιναρίων σχετικά με το θέμα ή την ενημέρωση των γονιών, σχετικά με το νέο υλικό που κυκλοφορεί στην αγορά και ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του παιδιού τους.

«Είναι κοινά αποδεκτό, πως η οικογένεια είναι ο πρώτος και σημαντικότερος φορέας διαπαιδαγώγησης του παιδιού. Τόσο οι γονείς, όσο και τα μεγαλύτερα αδέρφια, αν αυτά υπάρχουν, αποτελούν πρότυπα για τα μικρά παιδιά. Δεν είναι λίγες οι φορές που τα παιδιά πάνω στο παιχνίδι τους μιμούνται την συμπεριφορά, την ομιλία ή τις αντιδράσεις των γονιών τους. Για αυτό το λόγο, η οικογένεια θα πρέπει να αποτελεί ένα σωστό πρότυπο, όσον αφορά την χρήση της στα Μ.Μ.Ε. Δεν είναι δυνατόν οι γονείς να λένε στο παιδί να βλέπει λίγες ώρες τηλεόραση ή να βλέπει μόνο ποιοτικά προγράμματα από την στιγμή που οι ίδιοι κάνουν αλόγιστη χρήση της τηλεόρασης και επιλέγουν να δούνε φτηνές παραγωγές. Δεν είναι δυνατόν να ζητούν από το παιδί τους να κάνει κάτι από την στιγμή που αυτοί οι ίδιοι δεν το τηρούνε. Έτσι, λοιπόν, ο ρόλος της οικογένειας εδώ είναι να αποφεύγει την αλόγιστη χρήση των μέσων μαζικής ενημέρωσης και να

αποτελεί ένα σταθερό πρότυπο μίμησης για τα παιδιά. Αλλιώς, το μόνο που θα καταφέρει θα είναι να οδηγήσει τα παιδιά να κάνουν κατάχρηση της τηλεόρασης ή του υπολογιστή, για παράδειγμα αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα τις αρνητικές επιδράσεις στην ανάπτυξη του παιδιού.» (Κασσωτάκη Μ., 1978, σ. 43)

Είναι σημαντικό η οικογένεια να έχει ένα εβδομαδιαίο όριο παρακολούθησης της τηλεόρασης. Πρέπει να βάλει το παιδί να επιλέξει προγράμματα που αυτοί θα ενέκριναν στην αρχή της εβδομάδας. Επιπλέον οι γονείς θα πρέπει να ενθαρρύνουν όλη την οικογένεια να ανοίγει την τηλεόραση για να δει ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα και να την κλείνει, όταν το πρόγραμμα, που είχε σχεδιάσει να δει, έχει τελειώσει. Οι γονείς θα πρέπει να τοποθετούν την τηλεόραση όχι στο δωμάτιο του παιδιού αλλά σε έναν πιο εύχρηστο χώρο, έτσι ώστε να μπορούν να ελέγχουν τόσο τις ώρες όσο και τα προγράμματα που παρακολουθεί το παιδί

Ευθύνη της οικογένειας είναι να μάθει το παιδί να βλέπει τηλεόραση με «κριτικό μάτι». Δηλαδή, όσο το παιδί μεγαλώνει η οικογένεια μπορεί να του μάθει τον τρόπο που θα χρησιμοποιεί την τηλεόραση και τα υπόλοιπα μέσα, καθώς και τα κριτήρια με τα οποία θα επιλέγει τα προγράμματα για να τα εφαρμόσει στη μετέπειτα ζωή του. Όσο δύσκολο και αν είναι αυτό, με υπομονή και χρόνο μπορεί να γίνει. Έτσι, ώστε να είναι σε θέση ένα παιδί να κάνει σωστή χρήση των μέσων. Τότε, η οικογένεια έχει βάλει τα θεμέλια για μια ομαλή ανάπτυξη. (Τσιμπούκης, 1991)

«Το σημαντικότερο, όμως, που μπορεί να κάνει μια οικογένεια για το παιδί της, όσον αφορά τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, είναι να παρακολουθεί μαζί του τα διάφορα προγράμματα που επιλέγει, καθώς και να συζητάει μαζί του στο τέλος κάθε φορά. Σύμφωνα με ειδικούς ψυχολόγους, είναι ιδιαίτερα βλαβερό για τα παιδιά η παρακολούθηση χωρίς καμία συντροφιά. Για αυτό το λόγο, καλό θα ήταν κάθε φορά που το παιδί παρακολουθεί κάτι, να έχει συντροφιά του τουλάχιστον τον ένα από τους δύο γονείς. Έτσι, το παιδί δεν νιώθει ούτε ανασφάλεια, ούτε μοναξιά. Και με το τέλος του κάθε προγράμματος, της ανάγνωσης ή της αφήγησης, οι γονείς μπορούν μέσα σε ένα ήρεμο κλίμα να συζητάνε με τα παιδιά τους. Μέσα από την συζήτηση να τα βοηθάνε να εκφράζουν απορίες, συναισθήματα, φόβους και εντυπώσεις. Να βρίσκουν μόνα τους τα καλά και τα κακά στοιχεία αυτού που παρακολουθήσαν, μέσα από τον διάλογο. Οι γονείς να είναι εκεί για να ακούσουν τα παιδιά τους και να μην αρκεστούν σε μια αυθαίρετη επιβολή των δικών τους απόψεων.» (Κασσωτάκη Μ., 1978, σ. 44)

Τέλος, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ο ρόλος της οικογένειας είναι πολύ σημαντικός και έχει πολλές ευθύνες. Οι γονείς πρέπει να είναι πολύ προσεκτικοί και ενήμεροι σχετικά με τα προγράμματα που παρακολουθεί το παιδί τους. Βέβαια, δεν θα πρέπει σε καμία περίπτωση να ξεχνάμε ότι έχουμε να κάνουμε με παιδιά και ότι όλο αυτό θα πρέπει να γίνεται μέσα σε ένα ευχάριστο και διασκεδαστικό κλίμα.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σύμφωνα με την εμπειρική μας επαφή από τους παιδικούς σταθμούς, διαπιστώσαμε πως υπάρχουν αντικρουόμενες απόψεις ανάμεσα στους γονείς και στην επιρροή των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Υπάρχει πρώτα από όλα μια αρνητική και αμυντική στάση μερικών γονέων, καθώς αισθάνονται πως η τεχνολογική εξέλιξη της σημερινής εποχής δεν έχει τέλος. Είναι πεπεισμένοι πως δεν μπορούν να παρακολουθήσουν τους ταχείς ρυθμούς των μέσων μαζικής ενημέρωσης και πως βρίσκονται στο έλεος τους. Το αποτέλεσμα αυτής της κατάστασης είναι οι προστριβές των γονιών αυτών με τα παιδιά τους για την επικράτηση της χρήσης των μέσων. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν γονείς που αντιμετωπίζουν θετικά τα μέσα, γνωρίζοντας τις πιθανές αρνητικές επιπτώσεις τους στα παιδιά. Σκοπός των δεύτερων είναι να προσαρμοστούν στην παρούσα κατάσταση και να αντιστρέψουν τις αρνητικές συνέπειες των μέσων προς όφελος των παιδιών.

Η κριτική στάση εξετάζει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των μέσων ιδιαίτερα από την άποψη της γνωστικής, κοινωνικής και συναισθηματικής ανάπτυξης των παιδιών. Συμπεράναμε ότι οι γονείς που έχουν θετική στάση απέναντι στα μέσα περνούν πολύ χρόνο με τα παιδιά τους και αντιμετωπίζουν με κριτικό πνεύμα τη χρήση αυτών. Δεν είναι απαραίτητα εξοικειωμένοι με ορισμένα από αυτά και αυτό εξαρτάται από την επαγγελματική και την κοινωνική τους θέση. Κάποιοι από αυτούς δεν έχουν ιδέα από νέες τεχνολογίες, όμως δεν αποφεύγουν να εκφράζουν την προσωπική τους άποψη και να συζητούν με τα παιδιά τους αυτά τα θέματα.

Όσο πιο ενταγμένα σε ένα επικοινωνιακό περιβάλλον, όπως η οικογένεια και οι φίλοι, είναι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τόσο πιο απαραίτητη είναι η χρήση τους. Με τα κατάλληλα εκπαιδευτικά προγράμματα, τα παιδιά έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να αναπτύξουν δημιουργικές και επικοινωνιακές δυνατότητες που αυτά προσφέρουν. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας μεγαλώνουν το χάσμα ανάμεσα στις γενιές. Τα παιδιά γίνονται πολύ πιο έμπειροι από τους γονείς τους στη χρήση των νέων τεχνολογιών. Έτσι αναπτύσσουν μια κουλτούρα που υψώνει ένα τεράστιο τείχος ανάμεσα στη σύγχρονη και την παλαιότερη γενιά.

Χωρίς αμφιβολία, η τηλεόραση 'έξισώνει' τα παιδιά με τους ενήλικες με τη μη γλωσσική φύση της. Για το λόγο αυτό απαιτεί ελάχιστη αναλυτική αποκωδικοποίηση

χωρίς να προϋποθέτει ούτε ιδιαίτερη ωρίμανση των βιολογικών δομών, όπως είναι η κατάρκτηση του λόγου, ούτε ιδιαίτερη κατεύθυνση ή μάθηση, όπως η διδασκαλία της ανάγνωσης. Αντίθετα, η πρόσθεση δυναμικών και εντυπωσιακών οπτικών εικόνων κάνει πιο εύκολη την απομνημόνευση πληροφοριών από το παιδί, καθώς αυτές έχουν παρουσιαστεί οπτικά πολλές φορές σε συνδυασμό με τον αντίστοιχο ήχο.

Ένα φανερό χαρακτηριστικό του έντυπου τύπου είναι ότι το παιδί είναι ελεύθερο να επιλέξει τον χρόνο που θα διαθέσει στην ανάγνωση του τύπου, καθώς μπορεί να επανέλθει σε αυτό οποιαδήποτε στιγμή το θελήσει. Επιπλέον, το παιδί δεν δεσμεύεται από τον τόπο, αφού μπορεί να διαβάσει, όπου αυτό θέλει. Τέλος, μπορεί να επιλέξει να διαβάσει με την βοήθεια κάποιου τρίτου προσώπου ή μόνο του. Από την άλλη πλευρά, το παιδί πρέπει να αφιερώσει πολύ περισσότερο χρόνο στην κατανόηση και στην εμβάθυνση του κειμένου που διαβάζει, καθώς ο έντυπος τύπος περιλαμβάνει κυρίως πιο δύσκολο και επιστημονικό λεξιλόγιο, λίγο ακατανόητο από μικρά παιδιά.

Όσον αφορά το ραδιόφωνο αποτελεί ένα μέσο, το οποίο βρίσκεται σε κάθε σπίτι, με αποτέλεσμα το παιδί να μπορεί να το επιλέξει για την ψυχαγωγία ή την ενημέρωση του οποιαδήποτε ώρα της ημέρας. Αντίθετα, το ραδιόφωνο είναι και το μέσο που υστερεί στην εικόνα, καθώς περιορίζεται μόνο στην περιγραφή της και όχι στην παρουσίαση της. Με αποτέλεσμα, τα παιδιά να μην είναι απόλυτα προσηλωμένα σε αυτό, πολλές φορές χάνουν την ροή της παρουσίασης, αφού είναι γρήγορη και συνεχόμενη.

Ένα ακόμη μέσο μαζικής ενημέρωσης είναι και ο ηλεκτρονικός υπολογιστής, ο οποίος βοηθά να αναπτύξει το παιδί αυτονομία, καθώς το παιδί μπορεί να το χρησιμοποιήσει και μόνο του. Ο ηλεκτρονικός υπολογιστής είναι άμεσος και απρόσωπος και έτσι, το παιδί δεν φοβάται το λάθος του. Από την άλλη πλευρά, ίσως δεν υφίστανται τα κατάλληλα εκπαιδευτικά προγράμματα και ακόμη η ελλιπής γνώση από τους γονείς και τους εκπαιδευτικούς. Τα παιδιά δυσκολεύονται σε ένα νέο τεχνολογικό περιβάλλον χωρίς τη βοήθεια των γονιών ή των εκπαιδευτικών.

Έχουμε συνειδητοποιήσει ότι και το DVD έχει θετικές και αρνητικές επιδράσεις στα μικρά παιδιά. Αρχικά οι γονείς και οι εκπαιδευτικοί έχουν τη δυνατότητα επιλογής του κατάλληλου DVD, σύμφωνα με την προσωπική τους άποψη και με αυτά που θέλουν να μάθουν στο παιδί. Αντίθετα όταν γίνεται αλόγιστη χρήση του μέσου τα

παιδιά λειτουργούν ως παθητικοί δέκτες. Βλέποντας τους πρωταγωνιστές, ζώντας παρόμοιες καταστάσεις, μένουν αδρανείς χωρίς να μπορούν να εκφράζουν την αρέσκεια ή τη δυσαρέσκεια τους.

Μετά από τη συνοπτική παρουσίαση των χαρακτηριστικών του κάθε μέσου μπορούμε να καταλήξουμε σε ορισμένα γενικά συμπεράσματα. Είναι γεγονός, ότι τα μέσα ασκούν έμμεσα ή άμεσα, βραχυπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα επιδράσεις στους τηλεθεατές και προπάντων, στα παιδιά. Τα μέσα προσφέρουν πρότυπα, που λειτουργούν ως τρόποι εκδήλωσης ενός συγκεκριμένου τρόπου συμπεριφοράς. Πολλές φορές παρουσιάζουν μια λανθασμένη εικόνα της κοινωνικής πραγματικότητας και παράλληλα, διαμορφώνουν την αντίληψη του τηλεθεατή-παιδιού. Έτσι, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης παίζουν καθοριστικό ρόλο στην εκδήλωση της βίας και της επιθετικής συμπεριφοράς. Υπάρχουν παράγοντες που επηρεάζουν την εκδήλωση αυτή. Για παράδειγμα, η ηλικία, το φύλο, η προσωπικότητα του κάθε παιδιού, η νοημοσύνη, η κοινωνική προέλευση των γονιών, αλλά και ο κοινωνικο-πολιτισμικός περίγυρος του παιδιού.

Κάθε μέσο έχει το δικό του μήνυμα. Για παράδειγμα το γνωστικό μήνυμα του έντυπου τύπου είναι η ευκαιρία για σκέψη. Ο έντυπος τύπος και το ραδιόφωνο μοιράζονται ταυτόχρονα τα μηνύματα της φαντασίας, της άρθρωσης και των διαδοχικών διαδικασιών. Επιπλέον τα μηνύματα της τηλεόρασης και του DVD αποτελούν ένα οπτικοακουστικό μέσο επικοινωνίας, παρόμοιο με αυτό της επικοινωνίας πρόσωπο με πρόσωπο, καθώς και αποτελούν μια ικανότητα ερμηνείας της δισδιάστατης παρουσίασης της κίνησης και του χώρου.

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ενεπλάκησαν σταδιακά στη ζωή μας, έως ότου έφτασαν να αποτελούν αδιάσπαστο κομμάτι τόσο της διαδικασίας κατασκευής της κοινωνικής πραγματικότητας, όσο και της διαδικασίας συγκρότησης της ψυχικής πραγματικότητας. Ας προσθέσουμε το γεγονός ότι, από τη στιγμή της γέννησης του, το παιδί έρχεται σε επαφή με το σύνολο των μέσων επικοινωνίας που υπάρχουν σε ένα σπίτι. Όπως οι υπολογιστές, η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και ο έντυπος τύπος. Αυτά εμπλέκονται όχι μόνο στη δυναμική των οικογενειακών σχέσεων αλλά δρουν και ως κοινωνικοποιητικοί παράγοντες, διαφορετικοί από τους παραδοσιακούς.

Απαραίτητη προϋπόθεση για να υλοποιηθούν όλες οι προτάσεις για τη βελτίωση και τη συμβολή τους στην ολόπλευρη ανάπτυξη των παιδιών πρέπει να συνεργαστούν οι γονείς, οι παιδαγωγοί και όλοι οι κρατικοί φορείς. Πρέπει όλοι μας να αντιληφθούμε ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι ένα αξιόλογο εργαλείο στα ανθρώπινα χέρια και από τη θετική και από την αρνητική τους χρησιμοποίηση. Τα αποτελέσματα των οποίων εξαρτώνται καθαρά από την προσωπική μας επιλογή.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Αναμφίβολα, τα παιδιά μεγαλώνουν σε μια κοινωνία, η οποία, συγκριτικά με παλαιότερες εποχές, μεταβάλλεται με ρυθμούς ταχύτερους από τις δυνατότητες που έχουν οι ενήλικοι να τους διαχειριστούν. Σήμερα, η ατομική ανάπτυξη και συμπεριφορά του παιδιού συντελείται στο πλαίσιο μιας κοινωνίας, στην οποία τα μέσα επικοινωνίας έχουν μια ολοένα και περισσότερο καθοριστική θέση. Ο λεπτός χειρισμός των μέσων μαζικής ενημέρωσης πρέπει να γίνεται από την πλευρά της οικογένειας και των παιδαγωγών. Οι δύο αυτοί παράγοντες μπορούν να μεταβάλλουν την αρνητική επιρροή σε θετική των μέσων που ασκείται στα παιδιά. Με τη βοήθεια χρήσιμων και κατάλληλων πληροφοριών οι παιδαγωγοί και οι γονείς μπορούν να συμβάλλουν θετικά στη χρήση των μέσων, εμποδίζοντας με κάθε τρόπο τις αρνητικές συνέπειες αυτών.

Συνοψίζοντας, διαπιστώνουμε πως οι νέες τεχνολογίες εξελίσσονται, προσπερνώντας την εκπαίδευση. Ένα πρόβλημα των σύγχρονων κοινωνιών είναι ότι η τεχνολογία και η εκπαίδευση δεν μπορούν να συμβαδίσουν μαζί, εξαιτίας της ανεπαρκούς κατάρτισης των εκπαιδευτικών στον τομέα της τεχνολογίας και στην έλλειψη οικονομικών πόρων. Η εισαγωγή των μέσων μαζικής ενημέρωσης στη καθημερινότητα των μικρών παιδιών προκαλεί πληθώρα αντιδράσεων. Το ζητούμενο είναι το ξεπέρασμα των αντιδράσεων αυτών και η συμβολή των μέσων στην ολόπλευρη ανάπτυξη του παιδιού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βουϊδάσκη, Β. (1992). Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους, Αθήνα. Μ.Π. Γρηγόρης
- Βρύζας, Κ. (1977). Μέσα επικοινωνίας και παιδική ηλικία, Αθήνα. Βάνιας
- Bgdikian, B. (2000). The Media Monopoly (Sixth Edition), *Beacon Press*, p. xxxvi
- Γκίτζα, Ε. (2009). Διδακτικές σημειώσεις : Παιδαγωγική και Μ.Μ.Ε., Ιωάννινα
- Γουίν, Μ. (1991). Τηλεόραση ένας ξένος στο σπίτι: Ο ρόλος της τηλεόρασης στη ζωή του παιδιού (Μτφρ. Τσαλίκη, Π.), Αθήνα. Ακρίτας
- Dr. Kunkel (2004). Television Advertising Leads to Unhealthy Habits in Children, *Psychological American Association (APA)*, www.globalissues.org
- Δημητρίου- Χατζηνεοφύτου, Λ. (2001). Τα 6 πρώτα χρόνια της ζωής, Αθήνα. Ελληνικά Γράμματα
- Δημόπουλου, Σ. (1998). Μέσα μαζικής επικοινωνίας και ενημέρωσης, Αθήνα. Ελληνικά Γράμματα
- Δουλκέρη, Τ. (2004). Η εικόνα του παιδιού στην ελληνική τηλεόραση και των ελληνικό τύπο, Αθήνα. Gutenberg
- Δούλκερη, Τ. (1991). Παιδικά μέσα επικοινωνίας και σεξισμός: εμπειρική έρευνα, Αθήνα. Παπαζήσης
- Greenfield, P.M. (1988). Μέσα ενημέρωσης και παιδιά: Οι επιπτώσεις της τηλεόρασης, των βιντεοπαιχνιδιών και των κομπιούτερ, (μτφρ. Σταυροπούλου), Αθήνα. Κουτσούμπος
- Ιωάννου, Ν. Παρασκευοπούλου. (1985). Εξελικτική ψυχολογία. Η ψυχική ζωή από τη σύλληψη ως την ενηλικίωση, Τόμος Α' και Β', Αθήνα. Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Jan- Uwe, R. (2007). Τα Παιδιά Επιτρέπεται να Βλέπουν Τηλεόραση, (Οι ανησυχίες των γονιών και η πραγματικότητα), Αθήνα. Θυμάρι

- Καζάζη, Μ. (1995). Ανθρώπινες Σχέσεις και Επικοινωνία, Αθήνα. Έλλην
- Κακιδώνη, Β. (1979). Η επίδραση της τηλεόραση στο παιδί, Άρτα. Γκούβελος Καραγιάννη
- Καμαριανός, Ι. (2002). Εξουσία, ΜΜΕ και Εκπαίδευση, Αθήνα. Gutenberg
- Καρζής, Θ. (1979). Τηλεόραση και παιδεία (Η Ελλάδα στον αστερισμό της οπτικοακουστικής διδασκαλίας), Αθήνα. Καρζής
- Κατσίκη, Α., Κοσσυβάκη, Φ., Μικρόπουλος, Α., Σαβρανίδης, Χ. (1997). Εκπαίδευση στην προσχολική αγωγή και με τη βοήθεια Η/Υ, στο : Αναλυτικά προγράμματα προσχολικής αγωγής, επιμέλεια : Χρυσάφιδης, Κ., Καλδρημίδου, Μ., Τόμος Β΄, σελ. 331-353
- Κασσωτάκη, Μ. (1978). Τηλεόραση και Αγωγή, Αθήνα. Σύλλογος γονέων και κηδεμόνων των μαθητών πειραματικού σχολείου, πανεπιστήμιο Αθηνών
- Κονδύλη, Μ. (1997). Προβλήματα της γλωσσικής διδασκαλίας στο Νηπιαγωγείο : Οι περιορισμοί του αναλυτικού προγράμματος, στο : Αναλυτικά προγράμματα προσχολικής αγωγής, επιμέλεια : Χρυσάφιδης, Κ., Καλδρημίδου, Μ., Τόμος Β΄, σελ. 39-239
- Κουμέντος, Γ. (2006). Τηλεόραση, παιδί και σχολείο, Αθήνα. Διηλεκές
- Κουτσουβάνου, Ε. (1991). Η γλωσσική ανάπτυξη του παιδιού της προσχολικής ηλικίας και η τηλεόραση, Αθήνα. Οδυσσεάς
- Λαμπροπούλου, Ε. (1999). Η κατασκευή της κοινωνικής πραγματικότητας και τα μέσα μαζικής επικοινωνίας, Αθήνα. Ελληνικά Γράμματα
- Μακρή, Π., Παγγέ, Τ. (2002). Πληροφορική για νηπιαγωγούς, Ιωάννινα. Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων
- Μαλλικέντζου, Ε. (1982). Τηλεόραση και Παιδί, Αθήνα. Ίδρυμα σχολής Μωραΐτη
- Μάραντος, Π. (2001). Εκπαίδευση και μέσα μαζικής επικοινωνίας : Εκπαιδευτική τεχνολογία, Αθήνα. Πατάκη

- Ναυρίδης, Κ., Δημητρακόπουλος, Γ., Κοντοπούλου-Κοκκινάκη, Α., Κωστελένου, Ι., Πάνζου, Π., Κατσουγιάννη, Κ. (1987). Ερευνητικό Πρόγραμμα : Παιδί και τηλεόραση (Τελική Έκθεση), Ιωάννινα. Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων
- Ντάβου, Μ. (2005). Η παιδική ηλικία και τα μαζικά μέσα επικοινωνίας (Μετατροπές της παιδικής κατάστασης), Αθήνα. Παπαζήση
- Ντολιοπούλου, Ε. (2002). Σύγχρονες Τάσεις της Προσχολικής Αγωγής, Αθήνα. Τυπωθήτω
- Ντολιοπούλου, Ε. (1997). Οι δραστηριότητες με ηλεκτρονικό υπολογιστή έχουν θέση στο πρόγραμμα του ελληνικού νηπιαγωγείου;, στο : Αναλυτικά προγράμματα προσχολικής αγωγής, επιμέλεια : Χρυσάφιδης, Κ.- Καλδρυμίδου, Μ., Τόμος Β΄, σελ.Π345- 354
- Παναγιωτοπούλου, Ρ., Ρηγοπούλου, Π., Ρήγου, Μ., Νοτάρης, Σ. (1996). Η "κατασκευή" της πραγματικότητας και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, Αθήνα. Αλεξάνδρεια
- Παπαθανασίου, Α., Πιάνου, Α. (1993). Παιδαγωγικές Πρακτικές στον Παιδικό Σταθμό, Ιωάννινα. Έντυπο Ε.Π.Ε
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (1993). Απελευθερώνοντας την τηλεόραση, επικοινωνία και κοινωνία, Αθήνα. Καστανιώτη
- Σουσοπούλου, Α. (2009). Διδακτικές σημειώσεις : Προσχολική Αγωγή και Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές, Ιωάννινα
- Τσαρδάκης, Δ. (1998). Εξορκίζοντας τα Μ.Μ.Ε., Αθήνα. Παπαζήση
- Τσιμπούκης, Κ. (1991). Παιδιά και η τηλεόραση, Αθήνα. Έρευνα
- Χρήστου, Ι. (2007). Παιδί και ηλεκτρονικό παιχνίδι, Αθήνα. Ταξιδευτής

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ :

- www.iatronet.gr

- www.healthacademy.gr
- www.babyradio.gr
- www.healthierworld.gr
- www.medlook.net
- www.globalissues.org
- www.kathimerini.gr
- www.wikipedia.gr
- www.paidorama.com
- www.antidogma.gr
- www.vatopaidi.wordpress.com