

ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΕΝΤΥΠΟΣ, ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ

(Με βάση τα κείμενα που ακολουθούν να δώσετε απαντήσεις – όχι λεπτομερείς – στα παρακάτω ερωτήματα)

M.M.E

α) Είδη:

Τα είδη των M.M.E (media) ή αλλιώς καναλιών πληροφόρησης είναι τα ακόλουθα:

- **Τύπος:** Κυριαρχεί ο γραπτός λόγος – η εικόνα είναι βοηθητική
- **Ραδιόφωνο:** Κυριαρχεί ο προφορικός λόγος ενώ η εικόνα απουσιάζει τελείως. Αυτό οδηγεί στην ενεργοποίηση της σκέψης και την πριμοδότηση της φαντασίας.
- **Τηλεόραση:** Κυριαρχεί η εικόνα. Ο λόγος χρησιμοποιείται για σχολιασμό ή διευκρινήσεις.

β) Θετικά – Αρνητικά στοιχεία

Η θετική προσφορά των M.M.E:

- ◆ Λαοί που κατοικούσαν σε διαμετρικά αντίθετα σημεία του πλανήτη, ήρθαν, έστω και νοερά, πιο κοντά.
- ◆ Η πολιτική ενημέρωση γίνεται παγκόσμια. Διαμορφώνεται έτσι μια παγκόσμια κοινή γνώμη. Για πρώτη φορά ο άνθρωπος νιώθει να έχει κοινή μοίρα με τον συνάνθρωπό του.
- ◆ Η αλληλεπίδραση ανάμεσα στους λαούς δεν είναι μόνο πολιτική αλλά και πολιτιστική. Διαμορφώνεται έτσι ένας οικουμενικός πολιτισμός μέσα από την ισότιμη ανταλλαγή πολιτιστικών στοιχείων.
- ◆ Τα μέσα πληροφόρησης ενεργοποιούν την πολιτική φύση του ανθρώπου καθώς τον ενημερώνουν σχετικά με τα κοινωνικά και πολιτικά προβλήματα (ισχυροποίηση δημοκρατικού πολιτεύματος).
- ◆ Για ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού τα μέσα μαζικής ενημέρωσης συνιστούν τη βασική μορφωτική πηγή μετά την υποχρεωτική εκπαίδευση.
- ◆ Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν ψυχαγωγικό χαρακτήρα.

Η αρνητική δράση των M.M.E:

- ◆ Η υπερπληροφόρηση που υφίσταται καθημερινά ο άνθρωπος τείνει να μετατραπεί σε «αποπληροφόρηση». Πρόκειται ουσιαστικά για βομβαρδι-

σμό της σκέψης, η οποία κάμπτεται, δηλώνει αδυναμία να συλλάβει, να ιεραρχήσει, να ταξινομήσει όλες της πληροφορίες.

- ◆ Το περιεχόμενο των κειμένων, των εκπομπών, των διαφημίσεων (*τόσο των κρατικών όσο και των ιδιωτικών Μ.Μ.Ε*), απηχεί την κυρίαρχη ιδεολογία, τις αξίες και τον τρόπο ζωής των κατεστημένων ηγεμονικών ομάδων. Έτσι, οι ομάδες αυτές, διαμορφώνουν ευνοϊκά απέναντί τους την κοινή γνώμη αλλά και την αποπροσανατολίζουν από τη σαφή ερμηνεία και την κατανόηση της πολιτικής κατάστασης.
- ◆ Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις κατά τις οποίες μεταδίδονται σκόπιμα ψευδείς ειδήσεις και παραποιημένα μηνύματα. Η δημοσιογραφία έτσι μετατρέπεται σε θεραπεινίδα σκοπιμοτήτων και μηχανισμό προπαγάνδας, οικονομικών και πολιτικών κέντρων εξουσίας.
- ◆ Πολλές φορές τα Μ.Μ.Ε κατηγορούνται για τη διάδοση υποκουλτούρας και λαϊκιστικών κατασκευασμάτων που υπονομεύουν τα γνήσια πολιτιστικά πρότυπα και τις αξίες της αισθητικής (εμπορευματοποίηση της τέχνης). Επάλληλα, η μίμηση ξένων προτύπων διασπά την ταυτότητα της εγχώριας πολιτιστικής ζωής.
- ◆ Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προβάλλουν πρότυπα ζωής που στηρίζονται στην οικονομική ισχύ, τη γρήγορη και ακοπίαστη κοινωνική ανέλιξη. Το άτομο οργανώνει τη ζωή του με βάση τα πρότυπα αυτά και δρα αποκλειστικά για την εξυπηρέτηση του ατομικού συμφέροντος. Παράλληλα η μόδα, οι συνήθειες, ο τρόπος ζωής των ατόμων επιβάλλονται από τα Μ.Μ.Ε
- ◆ Τα μέσα πληροφόρησης εγκυμονούν τον κίνδυνο διάδοσης της καταναλωτικής νοοτροπίας. Η διαφήμιση διαμορφώνει πλασματικές ανάγκες, οι οποίες μετατρέπονται σε εσωτερικές εξαρτήσεις. Σήμερα, τα μικρά κράτη και αδύναμα οικονομικά και τεχνολογικά δεν έχουν δικό τους δίκτυο πληροφόρησης που να καλύπτει την παγκόσμια επικαιρότητα. Αναγκαστικά καταφεύγουν στη χρήση πληροφοριών που δέχονται από άλλα κράτη. Έτσι όμως γίνεται εύκολη η εξάρτηση στον τομέα αυτό με κίνδυνο χειραγώγησης της κοινής γνώμης.

γ) Προϋποθέσεις για την εξουδετέρωση των αρνητικών στοιχείων.

Για την άρτια λειτουργία των μέσων ενημέρωσης, απαραίτητες προϋποθέσεις είναι:

- Ελευθερία έκφρασης και λόγου.
- Θεσμική κατοχύρωση και ενθάρρυνση μιας πολυφωνικής και όχι μονοδιάστατης πληροφόρησης.
- Ανεξαρτησία των Μ.Μ.Ε από οικονομικά ή πολιτικά κέντρα εξουσίας.
- Σεβασμός των αρχών της δημοσιογραφικής δεοντολογίας, σεβασμός της ιδιωτικής ζωής και της αξιοπρέπειας του ανθρώπου.
- Αξιοκρατική επιλογή των ατόμων που κατέχουν τις υπεύθυνες θέσεις στα μέσα ενημέρωσης, με κριτήρια τις γνώσεις, την πνευματική καλλιέργεια, τις ηθικές αρχές, την επαγγελματική ακεραιότητα.
- Συστηματικός και μεθοδικός έλεγχος των πηγών πληροφοριοδότησης – διασταύρωση των πληροφοριών.

- Προτεραιότητα στην προβολή των άμεσων προβλημάτων.
- Από την πλευρά του δέκτη, απαιτείται η αφύπνιση της κριτικής ικανότητας που μπορεί να περιορίσει το φαινόμενο της παθητικοποίησης του πολίτη και να ενισχύσει την αντίσταση του ατόμου στα προβαλλόμενα πρότυπα σκέψης και συμπεριφοράς.
- Οφείλει, ακόμη, το άτομο να επεξεργάζεται συστηματικά τις ειδήσεις, να διασταυρώνει τις πληροφορίες, να ενημερώνεται διαρκώς, να αντιστέκεται στον ιδεολογικό δογματισμό και φανατισμό.

δ) Πως διαφοροποιείται η είδηση ανάλογα με το μέσο μετάδοσής της.

Κάποιος μπορεί να βρει μια είδηση σε κάποια εφημερίδα, να ακούσει ειδήσεις στο ραδιόφωνο ή να παρακολουθήσει ένα δελτίο ειδήσεων στην τηλεόραση. Η είδηση λοιπόν διαφοροποιείται ανάλογα με το μέσον από το οποίο παρουσιάζεται.

Η **εφημερίδα** επικοινωνεί με τυπωμένες λέξεις.

Οι ειδήσεις που διαβάζουμε στις διάφορες εφημερίδες μπορούν να απευθύνονται σε κάποιες περιπτώσεις και στη μειοψηφία αφού μπορεί να πραγματεύονται ένα θέμα που απαιτεί ειδικές γνώσεις για την κατανόηση του και την άσκηση κριτικής πάνω του.

Η έκταση μιας είδησης είναι συνήθως ενός Χ μεγέθους και από εκεί και πέρα αφήνεται στον αναγνώστη να επιλέξει τι θα διαβάσει.

Εφόσον η εφημερίδα αποτελείται από γραπτά κείμενα, ο αναγνώστης έχει τη δυνατότητα να τα διαβάσει πάνω από μια φορά και μάλιστα να επικεντρώσει την προσοχή του σε εκείνα τα σημεία που θεωρεί πιο σημαντικά.

Τα κείμενα που δημοσιεύονται στον ημερήσιο και περιοδικό τύπο, είναι γραμμένα και διορθωμένα, ώστε οι αναγνώστες να μην έχουν κανένα πρόβλημα στην κατανόηση του γεγονότος που περιγράφεται στο εκάστοτε φύλλο.

Η προσέλευση των αναγνωστών μιας εφημερίδας επιτυγχάνεται με την επιτυχημένη, εύστοχη και περιεκτική τιτλοφόρηση των άρθρων της.

Οι **ραδιοτηλεοπτικές ειδήσεις** απευθύνονται κυρίως στην πλειοψηφία.

Είναι συμπυκνωμένες και για αυτό πρέπει να τις διακρίνει η περιεκτικότητα και η σωστή επιλογή των γεγονότων τα οποία πρέπει να σχολιαστούν.

Τέτοιου είδους ειδήσεις δε δίνουν στον ακροατή τη δυνατότητα απομόνωσης ενός τμήματος της είδησης. Αν ο τελευταίος κρίνει ότι ο εκφωνητής (ή παρουσιαστής αντίστοιχα) πλατειάζει, ή δεν παρουσιάζει το θέμα με σοβαρότητα, μπορεί απλά να αλλάξει σταθμό (ή κανάλι αντίστοιχα).

Στις ραδιοτηλεοπτικές ειδήσεις υπάρχει η δυνατότητα περικοπής και μάλιστα σε έναν αρκετά μεγάλο βαθμό. Για παράδειγμα μία είδηση 150 περίπου λέξεων δημοσιεύθηκε σε μια εφημερίδα. Η ίδια είδηση υπέστη περικοπή για να παρουσιαστεί σε 50 μόνο λέξεις στην τηλεόραση. Τέλος η ίδια είδηση παρουσιάστηκε σε 30 μόνο λέξεις σε μια σύντομη αναφορά στο ραδιόφωνο.

Οι εκφωνητές οφείλουν να γράφουν ειδήσεις που να διαβάζονται εύκολα από τους ίδιους αλλά και να είναι κατανοητές από τους ακροατές. Αυτό επιτυγχάνεται κατά ένα μεγάλο βαθμό με την χρήση απλής και κατανοητής γλώσσας.

Στην ραδιοτηλεόραση, η εισαγωγή παίζει τον ρόλο των τίτλων σε μια εφημερίδα.

Ειδικά για την τηλεόραση μπορούμε να σημειώσουμε τα εξής:

- Επικοινωνεί με ομιλία και κινούμενες εικόνες.
- Η τηλεόραση είναι ένα όργανο με δύναμη όχι γιατί μεταδίδει τα γεγονότα αλλά γιατί μεταδίδει μια εμπειρία στους θεατές.
- Σε αντίθεση με τα άλλα μέσα μαζικής ενημέρωσης στην τηλεόραση μεγάλο ρόλο για την προσέλκυση των τηλεθεατών παίζει και ο παρουσιαστής.
- Η επεξεργασία μιας είδησης που θα προβληθεί στην τηλεόραση απαιτεί μεγαλύτερο χρόνο από ότι για το ραδιόφωνο γιατί πρέπει να γίνει σύνδεση του κειμένου της είδησης με εικόνες και ήχο.
- Το τελευταίο έχει σαν αποτέλεσμα στον χώρο της τηλεόρασης να χρειάζονται περισσότεροι ειδικοί.

Τελειώνοντας πρέπει να επισημάνουμε ότι η επικοινωνία στο ραδιόφωνο γίνεται μέσω της ομιλίας μόνο.

ε) Σύγκριση και επισήμανση των πλεονεκτημάτων – μειονεκτημάτων των διαφόρων Μ.Μ.Ε.

Ποιο είναι λοιπόν το καλύτερο μέσο επικοινωνίας; Όλα τα Μ.Μ.Ε έχουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους. Το θέμα είναι ποιο είναι εκείνο το μέσο που έχει τα περισσότερα και ποιο ουσιώδη πλεονεκτήματα.

Όσον αφορά τις εφημερίδες, τα πλεονεκτήματα τους είναι τα ακόλουθα:

- ✓ Έχουν ανεξαρτησία γνώμης, γόητρο και επιρροή.
- ✓ Σε μια εφημερίδα μπορείτε να διαβάσετε την είδηση και να ρίξετε μια ματιά στις φωτογραφίες της οποτεδήποτε θελήσετε και όποτε βρείτε την ευκαιρία.
- ✓ Ο έντυπος λόγος παραμένει, δεν εξαφανίζεται. Μπορείτε να ξαναδιαβάσετε την είδηση με την άνεσή σας, είτε για να την απολαύσετε, είτε για να την αντιληφθείτε καλύτερα.

Ωστόσο, μια εφημερίδα έχει και κάποια μειονεκτήματα:

- ✗ Η μετάδοση των γεγονότων δεν είναι άμεση (πρέπει να μεσολαβήσει κάποιος χρόνος μέχρι να αντιληφθούν και να συντάξουν την είδηση) και η ανάλυσή της είναι πολύ μεγάλη, ώστε να μην γίνεται πολλές φορές εστίαση στο σημαντικών γεγονότων.
- ✗ Το ίδιο συμβαίνει και με τις παρουσιάσεις βιβλίων, θεατρικών έργων ακόμη και αθλητικών γεγονότων. Η ανάλυση από πλευράς εφημερίδων είναι και εδώ πολύ μεγάλη και πολλές φορές κουράζει τον αναγνώστη.

Σχετικά με τον άλλο δίαυλο ενημέρωσης, την ραδιοτηλεόραση μπορούμε να επισημάνουμε τα εξής πλεονεκτήματα:

- ✓ Αυτό που κυρίως προσφέρει η τηλεόραση είναι η άμεση αναμετάδοση των ειδήσεων, των σημαντικών γεγονότων.

- ✓ Η τηλεόραση τις περισσότερες φορές δεν αναλύει σε βάθος την είδηση με αποτέλεσμα ο τηλεθεατής να μπορεί εύκολα να παρακολουθήσει το γεγονός χωρίς να κουραστεί ή να βαρεθεί.

Τα μειονεκτήματα όμως της ραδιοτηλεόρασης ξεπερνούν κατά πολύ τα πλεονεκτήματά της:

- ✗ Στην ραδιοτηλεόραση δεν υπάρχει δυνατότητα, ο ακροατής (ή τηλεθεατής), να ξανακούσει την είδηση και επομένως δεν μπορεί να ελέγξει την εγκυρότητά της. Η μετάδοσή της είναι στιγμιαία.
- ✗ Παρακολουθώντας τα διάφορα προγράμματα της τηλεόρασης, «μαθαίνουμε» χιλιάδες πράγματα χωρίς επιλογή, πολλές φορές χωρίς να τα έχουμε ανάγκη και χωρίς να το επιζητούμε και κυρίως χωρίς κόπο και πόνο από μέρους μας. Μας έρχεται δηλαδή το μήνυμα στα μούτρα απλώς πατώντας ένα κουμπί.
- ✗ Η εικόνα αφοπλίζει, είναι ένας συνεχής βομβαρδισμός και οι δυνατότητες αντίστασης απέναντί της είναι ελάχιστες. Οι άνθρωποι ως τηλεθεατές δεν εμπλουτίζονται περισσότερο· ασφυκτιούν από την υπερπληροφόρηση, οδηγούνται στη συμφόρηση και τη συμφορά της ανεπικοινωνίας.



ΚΟΜΙΞ

α) Ποια η επίδρασή τους στην κοινωνικοποίηση των νέων;

Η πολιτική κοινωνικοποίηση είναι, όπως είναι γνωστό, μια διαδικασία με την οποία το άτομο αποκτά ένα σύστημα προδιαθέσεων και γνώσεων, σχετικά με το πολιτικό φαινόμενο, μια διαδικασία που συμβάλλει στη δημιουργία στάσεων έμμεσα ή άμεσα πολιτικών.

Η πολιτική κοινωνικοποίηση, στην παιδική και εφηβική ηλικία έχει ιδιαίτερη βαρύτητα, αφού, όπως έχουν αποδείξει εμπειρικές έρευνες, σ' αυτές τις ηλικίες δημιουργούνται πολλές βασικές πολιτικές στάσεις των πολιτών. Έτσι, ενδιαφέρει άμεσα κάθε κοινωνία ο τρόπος με τον οποίο κοινωνικοποιούνται πολιτικά οι μελλοντικοί πολίτες, αφού στα αιτήματα που θα απευθυνθούν προς το πολιτικό σύστημα έχουν επιδράσει πρώιμες και συχνά φαινομενικά απολιτικές εμπειρίες.

Είναι γεγονός ότι τα παιδιά δέχονται πολλαπλές επιδράσεις και ερεθίσματα και δεν εντάσσονται αμετάκλητα σ' ένα συγκεκριμένο σύστημα αξιών από την επίδραση ενός και μόνο φορέα κοινωνικοποίησης.

Πολλοί φορείς συντρέχουν στη διαμόρφωση πολιτικών στάσεων των ενηλίκων και η κοινωνικοποιητική αποτελεσματικότητα ενός φορέα, όπως είναι το κόμικ, εξαρτάται και από την ομόλογη δράση και άλλων φορέων, γιατί, όπως ξέρουμε, τα μηνύματα γίνονται ευκολότερα αποδεκτά όταν βρίσκουν μνημικά ίχνη έτοιμα να τη δεχτούν.

Το ότι όμως η συμβολή των κόμικς στην πολιτική κοινωνικοποίηση των παιδιών δεν είναι απόλυτα καθοριστική για τις μετέπειτα πολιτικές στάσεις των πολιτών δεν αναιρεί ούτε τη μεγάλη κοινωνικοποιητική τους αποτελεσματικότητα ούτε το ότι τα μηνύματα που προβάλλουν δε συμβάλλουν προς την κατεύθυνση της δημιουργίας υπεύθυνων πολιτών, ανδρών και γυναικών, που προετοιμάζονται για να συμμετέχουν στην πολιτική διαδικασία και την προάσπιση της δημοκρατίας, της κοινωνικής δικαιοσύνης και της ισότητας.

Είναι φανερό ότι τα κόμικς δε νεωτερίζουν, αντίθετα αναπαράγουν στερεότυπες αντιλήψεις τόσο για τις σχέσεις των δύο φύλων, για τον κοινωνικό ρόλο των παιδιών.

Αυτές οι στερεότυπες αντιλήψεις, που μοιάζουν αιώνιες, φυσικές, αναπόσπαστες αλήθειες, έχουν μια ιδεολογική λειτουργία ιδιαίτερα κρυφή, που τις κάνει να φαίνονται αποτέλεσμα της κοινής λογικής και έτσι ο «μύθος βιώνεται σαν αθώος λόγος». Κι αυτά τα στερεότυπα που παρέχουν μια απλοποιημένη απεικόνιση της πραγματικότητας, παρεμβάλλονται ανάμεσα σ' αυτήν και στο παιδί και την κρύβουν τόσο καλύτερα, όσο πιο διάφανα, πιο «φυσικά» φαίνονται.

Το να διαπαιδαγωγείται το παιδί στο να δέχεται κάποιες αντιλήψεις ως αιώνιες, φυσικές αλήθειες, το να βλέπει την κοινωνική και πολιτική πραγματικότητα μέσα από «φίλτρο», με βάση παρατηρήσεις «εκτυφλωτικά προφανείς», έχει σίγουρα αρνητικές συνέπειες τόσο για την ανάπτυξη της προσωπικότητάς του, όσο και για τις εξελίξεις στο κοινωνικό και πολιτικό μας σύστημα.

β) Ποιοι οι λόγοι της επιρροής τους;

Τα κόμικς, παρουσιάζουν μια μεγάλη κοινωνικοποιητική αποτελεσματικό-τητα για μια σειρά λόγους:

- **Ως επικοινωνιακό μέσο:** Το περιγραμμικό σκίτσο παρουσιάζει μεγάλη κοινωνικοποιητική αποτελεσματικότητα. Είναι ένα «ψυχρό» επικοινωνιακό μέσο (σύμφωνα με τη θεωρία του M. McLuhan) που δεν αποκαλύπτει το σύνολο της πληροφορίας και που μπορεί να συμπληρωθεί από τον κάθε αναγνώστη ανάλογα με τις ανάγκες του.
- **Ως ύφος:** Το αστείο, το κωμικό κάνει το κεντρικό μήνυμα πιο ευπρόσδεκτο και ευχάριστα αποδεκτό, ενώ σε άλλη κατηγορία κόμικς το δραματικό στοιχείο απευθύνεται στις συγκινησιακές χορδές των παιδιών και διευκολύνει την ταύτιση με τον ήρωα.
- **Ως περιεχόμενο:** Οι αξίες που προβάλλει μοιάζουν σαν αιώνιες, αναντίρρητες αλήθειες, έχουν δηλαδή τη λειτουργία που έχουν και τα στερεότυπα, που μπορούν έτσι να παίζουν το ρόλο ενός φίλτρου μέσα από το οποίο βλέπουμε την πραγματικότητα.
- **Ως δομή:** Οι μικρές ιστορίες, που τελειώνουν σχετικά γρήγορα και που, ιδιαίτερα αυτές που απευθύνονται σε μικρά παιδιά έχουν ήρωες ζώα, λειτουργούν ψυχολογικά με εξαιρετική αποτελεσματικότητα.
- **Ως τύπος επικοινωνίας:** Οι πρωταγωνιστές μιλούν άμεσα, δε διηγούνται ιστορία, και τα μηνύματα περνούν με λανθάνοντα και όχι έκδηλο τρόπο, πράγμα που ενισχύει την αποτελεσματικότητά τους. Εξάλλου η εικόνα είναι κυρίαρχη, ο λόγος παίζει συμπληρωματικό ρόλο.
- **Ως γλώσσα:** Η γλώσσα είναι απλή και δε δημιουργεί προβλήματα, από αυτή την άποψη στο παιδί, όμως συχνά είναι μια γλώσσα φτωχή που δε συμβάλλει στη γλωσσική ανάπτυξη του αναγνώστη, ενώ μερικές μεταφράσεις είναι πολύ πρόχειρες.

γ) Ποιοι οι τρόποι της επιρροής τους;

Πιο συγκεκριμένα μπορούμε να πούμε ότι το περιεχόμενο των κόμικς συμβάλλει στην πολιτική κοινωνικοποίηση των παιδιών με δύο τρόπους, μέσω δύο τύπων μηνυμάτων.

- Με **λανθάνοντα τρόπο**, μέσω της μεταβίβασης γενικών εξουσιαστικών προτύπων που αναφέρονται στις σχέσεις των παιδιών με τους ενήλικους και στις σχέσεις ανάμεσα στα δύο φύλα και ανάμεσα στις κοινωνικές τάξεις, στο ρόλο του ήρωα κ.α.
- Με **έκδηλο τρόπο**, μέσω μηνυμάτων που είναι φορτισμένα περισσότερο ή λιγότερο με φανερή πολιτικότητα και που αναφέρονται στις σχέσεις των πολιτών με την πολιτική εξουσία, σε απόψεις σχετικά με τους πολιτικούς, στις σχέσεις αναπτυσσόμενων χωρών και χωρών του Τρίτου Κόσμου κ.α.



ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

α) Αρνητικές – Θετικές κρίσεις για την τηλεόραση

Οι αρνητικές κρίσεις για την τηλεόραση είναι οι ακόλουθες:

- ▣ Σημαντικός αριθμός των τηλεοπτικών εκπομπών χρησιμοποιεί τη βία ως ένα από τα ισχυρότερα όπλα για την αύξηση των ποσοστών θεαματικότητας. Οι έρευνες όμως έχουν δείξει ότι η υπερβολική προβολή βίας αμβλύνει την ευαισθησία του θεατή σε θέματα παρανομίας και βίας ή εθίζει στην διάπραξη βιαιοτήτων, μέσα από μια διαδικασία μάθησης και μιμητισμού, ιδιαίτερα όταν οι δέκτες των μηνυμάτων είναι έφηβοι ή παιδιά.
 - ▣ Τα δελτία ειδήσεων έγιναν δελτία ψυχαγωγίας. Δεν ενημερώνουν τον πολίτη ουσιαστικά για της εξελίξεις τονίζοντας τα αίτια αλλά και τις προεκτάσεις που έχουν τα γεγονότα στην ατομική και συλλογική ζωή. Απλά καταγράφουν το γεγονός δίνοντας έμφαση στον πόνο, στην οργισμένη αντίδραση των ανθρώπων που εμπλέκονται σε αυτό.
 - ▣ Εκπομπές κοινωνικού προβληματισμού ασχολούνται με ιδιωτικά ζητήματα ορισμένων ανθρώπων –που, αν όχι καθόλου, ελάχιστα ενδιαφέρουν το κοινωνικό σύνολο–. Μόλις συμβεί στη ζωή του ατόμου ένα ενδιαφέρον γεγονός, η τηλεόραση εισβάλλει στην ιδιωτική ζωή και ζητά να μάθει τα πάντα. Οι δημοσιογράφοι έτσι αποκτούν συμπεριφορά και ύφος ανακριτή, δικαστή παραβιάζοντας το δικαίωμα του ατόμου να κρατά τις ιδιωτικές του στιγμές μακριά από τα φώτα της δημοσιότητας.
 - ▣ Οι τηλεοπτικές σειρές και τα προγράμματα δεν προάγουν την αισθητική συγκίνηση του κοινού, δεν περνούν μηνύματα διαχρονικά αλλά είναι προϊόντα της μαζικής κουλτούρας και έχουν ημερομηνία λήξεως. Η τέχνη αυτού του είδους, έχοντας τεθεί σε ένα εμπορικό κύκλωμα, υπόκειται στο νόμο της προσφοράς και της ζήτησης. Προσφέρει στο κοινό αυτό που εκείνο επιθυμεί, ή υποβάλλει στο κοινό τι πρέπει να επιθυμεί.
 - ▣ Η τηλεόραση –μέσω των διαφημίσεων– ασκεί πλύση εγκεφάλου στο κοινό και του δημιουργεί συνεχώς πλασματικές ανάγκες. Το άτομο πιέζεται να προσαρμόσει τις δικές του επιδιώξεις σε μοντέλα ζωής που στηρίζονται στην κατανάλωση και υπόσχονται ότι εξασφαλίζουν την επιτυχία, την υλική ευημερία, την ασφάλεια, την απόλαυση.
 - ▣ Ο άνθρωπος μετατρέπεται σε παθητικό θεατή. Καθηλωμένος στην πολυθρόνα του, παραιτείται από το δικαίωμα να πρωταγωνιστεί στη ζωή του. Υιοθετεί το ρόλο του παρατηρητή, συγχέει το πραγματικό με το φανταστικό.
 - ▣ Η τηλεόραση έχει υποκαταστήσει το συνδετικό δεσμό που πρόσφερε το οικογενειακό τραπέζι, με αποτέλεσμα να υπάρχει έλλειψη επικοινωνίας.
 - ▣ Η τηλεόραση οδηγεί στη μαζοποίηση του ανθρώπου εφόσον επιβάλλει τη μόδα, τις συνήθειες τον τρόπο ζωής. Έτσι, και η σκέψη και ο λόγος του συρρικνώνονται.
- Η τηλεόραση όμως μπορεί να διαδραματίσει θετικό ρόλο...*
- ▣ Προσφέροντας έγκυρη και αντικειμενική ενημέρωση για τις εξελίξεις και διεθνές επίπεδο.

- Σχεδιάζοντας ποιοτικές τηλεοπτικές σειρές που ασχολούνται με καίρια ζητήματα της ατομικής και κοινωνικής ζωής.
- Προβάλλοντας ψυχαγωγικές εκπομπές με ποιοτικό τραγούδι, χορό, με παρουσίαση νέων καλλιτεχνών με τηλεπαιχνίδια που αυξάνουν τη γνώση και οξύνουν την κρίση
- Γνωστοποιώντας τα διάφορα δρώμενα στο χώρο του πολιτισμού και προβάλλοντας συστηματικά την παράδοση και την πολιτική κληρονομιά.
- Δίνοντας έμφαση στα προγράμματα της εκπαιδευτικής τηλεόρασης.

β) Τηλεόραση & Ιδιωτική Ζωή

Το δικαίωμα στην ιδιωτική ζωή αποτελεί ιστορική κατάκτηση της δημοκρατίας και του ανθρωπισμού. Η δημοκρατία είναι το μόνο πολίτευμα που σέβεται την επιθυμία –και την ανάγκη ταυτόχρονα– του ανθρώπου να κρατά τις ιδιωτικές του στιγμές μακριά από το φως της δημοσιότητας. Ωστόσο, σήμερα οι τηλεοπτικές εκπομπές «κοινωνικού προβληματισμού» και τα σκανδαλοθηρικά περιοδικά εισβάλλουν απροκάλυπτα στον ιδιωτικό χώρο επώνυμων αλλά και ανωνύμων πολιτών, ικανοποιώντας τη νοσηρή περιέργεια του κοινού. Χρησιμοποιώντας διάφορα προσχήματα καθιστούν την προσωπική ιστορία δημόσιο θέαμα.

Η έρευνα σχετικά με τις εκπομπές κοινωνικού περιεχομένου (reality shows) οδήγησε στα εξής συμπεράσματα:

- ♣ Σε τέτοιες εκπομπές δεν υπάρχει πραγματικότητα αλλά κατασκευή της. Κι αυτό συμβαίνει όχι μόνο γιατί ο λόγος των καλεσμένων είναι κατασκευασμένος, αλλά και γιατί χρησιμοποιούνται τηλεοπτικές τεχνικές ήχου και εικόνας που αλλοιώνουν ή διαστρεβλώνουν την πραγματική εικόνα.
- ♣ Η σχέση προσκεκλημένου και παρουσιαστή δεν είναι ισότιμη. Το υποκείμενο ωθείται άλλοτε έμμεσα και άλλοτε άμεσα σε «αποκαλύψεις» σχετικές με την ιδιωτική του ζωή. Όταν διστάζει ή αντιστέκεται η πίεση που του ασκείται είναι έντονη. Έτσι ο παρουσιαστής αναλαμβάνει το ρόλο του ανακριτή-κριτή.
- ♣ Η κυρίαρχη αντίληψη των εκπομπών αυτών μπορεί να συνοψιστεί στη φράση «εδώ τα λέμε όλα». Νομιμοποιείται έτσι η υπέρβαση των ορίων της διακριτικότητας και ανοίγει ο δρόμος στις προσβολές της προσωπικότητας και της υπόληψης παρόντων και απόντων αντικειμένων.
- ♣ Ο ρόλος του πρωταγωνιστή στην εκπομπή δεν είναι αυτόβουλος. Η οικειοθελής συμμετοχή του όμως σημαίνει και την απόλυτη ευθύνη του. Ως εκ τούτου, οι «αντικειμενικές» δυνατότητές του να αντιδράσει κατά τη διάρκεια της εκπομπής (ή και μετά) ακυρώνονται.
- ♣ Η τηλεόραση αναγορεύονται σε σημαντική «ηθική αρχή» που υποτίθεται ότι εξυπηρετεί υψηλούς «ανθρωπιστικούς» σκοπούς. Υποκαθιστά έτσι άλλους κοινωνικούς θεσμούς και φορείς σε σημαντικούς τομείς της ατομικής και κοινωνικής ζωής.
- ♣ Η παραβίαση της υπόληψης και των δικαιωμάτων τρίτων προσώπων, στους οποίους δεν δίνεται η δυνατότητα απάντησης ή λήψης επανορθωτικών μέτρων σε κατηγορίες που τους έχουν προσαφθεί. Τα πρόσωπα αυτά είναι οι σημαντικές απόντες.

- ♣ Οι εκπομπές αυτές φέρνουν στο προσκήνιο τη σύγκρουση μεταξύ δύο θεμελιωδών δικαιωμάτων, της ελευθερίας της έκφρασης και της προστασίας της προσωπικότητας του ατόμου.
- ♣ Όσο αφορά τη νομική υπόσταση του προβλήματος, στις εκπομπές κοινωνικού προβληματισμού οι επιστήμονες διαπιστώνουν θεαματοποίηση του ανθρώπινου πόνου, παραβίαση της προστασίας του ιδιωτικού βίου και της προσωπικότητας των πολιτών, και προτείνουν την ανάληψη δράσεων.

γ) Τηλεόραση & Δημοκρατία

Θέση: Η τηλεόραση υπηρετεί τη δημοκρατία...

Η τηλεόραση είναι δημοκρατική, θα πει η θέση, «γιατί όλος ο κόσμος τη βλέπει και όλος ο κόσμος μιλάει για αυτήν». Ισότητα στην πρόσβαση «αναγκαία για την άσκηση της δημοκρατίας».

«Ποτέ προηγούμενα τόσο πολίτες δεν συμμετείχαν στη δημόσια ζωή, δεν ήταν πληροφορημένοι, δεν εκφράζονταν και δεν ψήφισαν με τόσο εξισωτικό τρόπο» λέει ο Ντομινίκ Βολτον.

Όσοι υποστηρίζουν την θέση λένε ότι χωρίς τηλεόραση, ο μέσος εκλογέας, που διαβάσει ελάχιστα, δεν θα γνώριζε τίποτε για τα προγράμματα και τα ανταγωνιζόμενα κόμματα.

Εκθειάζουν επίσης τα αποτελέσματα μετριοπάθειας και ανοχής που παράγει η τηλεόραση. Αφαιρώντας τα πάθη από τις συλλογικές εχθρότητες, το τηλεοπτικό μέσο μειώνει το ποσοστό υστερίας, αντικαθιστά το μονόλογο με το διάλογο, το ανάθεμα με την επικοινωνία, τις γροθιές με τη ρητορική μονομαχία. Είναι επομένως το πιο «δημοκρατικό εργαλείο των δημοκρατικών κοινωνιών» και «ένα θαυμάσιο μέσο επικοινωνίας των ανθρώπων επισημαίνει ο Ντομινίκ Βολτον.

Η νίκη της τηλεοπτικής πληροφόρησης συνεπάγεται τον θρίαμβο της διαφάνειας πάνω στη μυστικότητα, της κοινωνίας πολιτών πάνω στους παραδοσιακά σκοτεινούς μηχανισμούς της εξουσίας, την όλο και μεγαλύτερη προσέγγιση κυβερνώντων και κυβερνωμένων.

Αντίθεση: Η τηλεόραση διαστρέφει τη δημοκρατία...

Δεν είναι δύσκολο να δείξουμε πως η τηλεόραση αποπολιτικοποιεί την πολιτική, αδρανοποιεί τον εκλογέα, καθιστά ανεύθυνο τον υπεύθυνο, και ενισχύει επικίνδυνα την προσωποποίηση της εξουσίας.

Σταθερό αξίωμα: «Να κυβερνάς σημαίνει να διαμορφώνεις πεποιθήσεις». Σήμερα η εικόνα είναι αυτή που δημιουργεί πεποίθηση. Αυτή καθορίζει τους δείκτες δημοτικότητας, τη σύνθεση των κυβερνήσεων, τις ιεραρχίες μέσα στο κράτος, την ημερήσια διάταξη και τα περιεχόμενα της δημόσιας συζήτησης. Το μισό τουλάχιστον του χρόνου ενός κρατικού και κομματικού ηγέτη αφιερώνεται στην «επικοινωνία». Από αποδεικτική η στρατηγική της εξουσίας γίνεται επιδεικτική. Η ρητορική χάνεται μετατρέπόμενη σε σκηνογραφία.

Αλλά καθώς «το μέσο είναι το μήνυμα» και η τηλεόραση είναι στην ουσία «διασκέδαση», αυτός που αποφασίζει και ο ηθοποιός, ο πολιτικός και ο τραγουδιστής, ο ρήτορας και ο σαλτιμπάγκος, καταλήγουν να συγχέονται όλο

και περισσότερο. Τα δημόσια πράγματα γίνονται ένα θέαμα ανάμεσα στα άλλα, το πολιτικό περιβάλλον γίνεται μια αποικία τον show – business.

Η τηλεόραση (που, σύμφωνα με τη θέση, κινητοποιούσε τους αδιάφορους), εξαιτίας του ότι σβήνει τις διαφορές ανάμεσα σε όλους τους πρωταγωνιστές της οπτικοακουστικής σκηνης, γίνεται παράγοντας πολιτικής αδιαφορίας.

Παρόμοια, το εργαλείο που υποτίθεται ότι θα διέδιδε την υπευθυνότητα, μεταστρέφεται εδώ σε παράγοντα ανευθυνότητας. Καθώς ενδιαφέρεται υπερβολικά για την προσωπική του εικόνα, αυτός που υποτίθεται ότι παίρνει αποφάσεις, δεν αποφασίζει πλέον και *“αφήνει τον γάμο και πάει για πουρνάρια”*.

Χτες, όπως και σήμερα, διάδοση της γραφής και εκδημοκρατισμός συνδέονται αδιάσπαστα. Θα πει κανείς ότι η εικόνα – ήχος είναι ακόμη πιο δημοκρατική, αφού και οι αναλφάβητοι έχουν πρόσβαση σε αυτήν. Αυτό σημαίνει πως ξεχνάμε ότι οι αριστοκρατικές κοινωνίες – βλέπε Σπάρτη – ευνοούσαν πάντα την προφορική έκφραση, που είναι το ίδιο ακατάλληλη όσο και η εικόνα για τον κανόνα του δικαίου.

Η βιντεόσφαιρα στηρίζεται στην αριστοκρατία του χρήματος και όχι στην αριστοκρατία της γνώσης. Η ταυτόχρονη εισβολή του χρήματος μέσα στην εικόνα και της εικόνας μέσα στη συλλογική πειθώ συμβάλλει στην απορρόφηση του πολιτικού πεδίου από το οικονομικό πεδίο, υποβαθμίζει ακόμη περισσότερο την ισότητα του δικαίου σε σχέση με τις πραγματικές ανισότητες και παραχωρεί στους πιο πλούσιους τις ηγετικές λειτουργίες. Το εντυπωσιακό κόστος των προεκλογικών εκστρατειών και της καθημερινής διατήρησης μιας καλής εικόνας οδηγεί στην παράνομη χρηματοδότηση, στην υπεξαίρεση των δημόσιων ταμείων και την ισχυρή επανεμφάνιση των απατεώ-
νων.



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ & ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

α) Τομείς προσφοράς τους

- **Στην εκπαίδευση:** Η κυριότερη συμβολή του Η/Υ είναι ότι καθιστά τη μάθηση ευχάριστη και ενδιαφέρουσα.
- **Στην επιστημονική έρευνα:** οι Η/Υ αποτελούν ανεκτίμητο εργαλείο.
- **Στην οικονομία:** οι Η/Υ οργανώνουν την παραγωγή και διευκολύνουν τον προγραμματισμό, τόσο στη δημόσια όσο και στις ιδιωτικές επιχειρήσεις.
- Οι Η/Υ χρησιμοποιούνται και στην **ψυχαγωγία**.

β) Κίνδυνοι από τη χρήση τους.

- Οι Η/Υ εγκλωβίζουν τους χρήστες σε μια εικονική πραγματικότητα (virtual reality). Τους αποξενώνουν από το κοινωνικό τους περιβάλλον και οξύνουν τα αισθήματα εξάρτησης από τις μηχανές.
- Η μυθοποίηση της τεχνολογίας είναι δυνατό να δημιουργήσει την εντύπωση ότι, όπως κάθε τεχνολογικό επίτευγμα έτσι και οι Η/Υ, ισοδυναμούν με την άνεση, την ανάπαυση και την ξεκούραση. Επομένως, δεν υπάρχει λόγος να κουραστούμε αφού «σκέπτονται» αυτοί για λογαριασμό μας.
- Με τις ραγδαίες εξελίξεις στο χώρο της πληροφορικής, ο σύγχρονος άνθρωπος τείνει να μετατρέψει την πληροφορία σε γνώση. Η πληροφορία αποδίδει στα δεδομένα άμεση χρησιμότητα, επειδή βασίζεται στη «γρήγορη» οδό της πρόσληψης, ενώ η γνώση ακολουθεί την «αργή» οδό, προϋποθέτει χρόνο, κριτική, μελέτη, προσωπικό μόχθο. Αυτονόητο όμως είναι ότι η απαίτηση του ατόμου να κατακτήσει τη γνώση χωρίς προσπάθεια είναι μια αυταπάτη. Επιπλέον, αν το πέρασμα του χρόνου διαβρώνει τη γνώση, την πληροφορία τείνει συνήθως να τη αχρηστεύει.
- Ένας από τους μεγαλύτερους κινδύνους είναι η λαχτάρα της αποτελεσματικότητας. Οι περισσότεροι μαθητές δε θα ενδιαφέρονται τόσο για τη σωστή διερεύνηση ενός προβλήματος και την επιλογή της πιο πρόσφορης μεθόδου για την επίλυσή του, όσο για το αποτέλεσμα και την ορθότητά του. Επιπλέον, η χρησιμοποίηση των Η/Υ στην εκπαίδευση είναι δυνατό να υποβιβάσει την επικοινωνία δάσκαλου και μαθητή σε ανούσια συνεργασία “τεχνικού επιπέδου”.

