

**Παιδιά και ΜΜΕ**

**Οι ανήλικοι στον κόσμο  
της επικοινωνίας**



**Β' ΕΚΔΟΣΗ  
ΑΘΗΝΑ 2009**

---

## ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ

### ΤΟΥ ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ κ. Κωνσταντίνου Γκιουλέκα

Αναλαμβάνοντας τα νέα καθήκοντα μου διαπίστωσα πολύ πιο έντονα, για άλλη μια φορά, την ανάγκη να δραστηριοποιηθούμε άμεσα και με αίσθηση ευθύνης να φροντίσουμε ώστε να εφοδιαστούν οι νέοι μας - και ιδιαίτερα τα παιδιά των μικρότερων ηλικιών - με τις αντιστάσεις που χρειάζονται για να έχουν τη δυνατότητα να καλλιεργήσουν κριτικό πνεύμα απέναντι στα εκπεμπόμενα μηνύματα από τα ΜΜΕ.

Η παρούσα έκδοση αποτελεί ανατύπωση μιας πολύ καλής προσπάθειας, που έγινε παλαιότερα, επί υπουργίας Θ. Ρουσόπουλου, προς την κατεύθυνση αυτή. Συγκεντρώνει τις εισηγήσεις των συμμετεχόντων σε σχετική ημερίδα, με θέμα «Παιδιά και ΜΜΕ- Οι ανήλικοι στον κόσμο της επικοινωνίας» που πραγματοποιήθηκε τον Απρίλιο του 2008. Η ημερίδα αυτή απετέλεσε αναμφίβολα εφελκτήριο δημόσιου διαλόγου, με στόχο την προστασία των ανηλίκων από κάποια, ενδεχομένως επιβλαβή περιεχόμενα των ΜΜΕ και των νέων τεχνολογιών. Ένα διάλογο, τον οποίο προτιθέμεθα να ενισχύσουμε με ποικίλες δημιουργικές δράσεις και να αναβαθμίσουμε, εντατικοποιώντας και διευρύνοντας την συνεργασία μας σε διάφορα επίπεδα με το Υπουργείο Παιδείας, ως φορέα άμεσα εμπλεκόμενο σε θέματα διαπαιδαγώγησης των νέων μας.

Συνεχίζοντας, λοιπόν, αυτή την αρχική προσπάθεια θεωρήσαμε σκόπιμο να ανατυπωθεί ο παρών τόμος καθώς συνοψίζει, στα τέσσερα μέρη του, με μεστό και κατανοητό λόγο, την επικρατούσα κατάσταση στον ευρύτερο χώρο των ΜΜΕ, όπως τη βιώνει ο κάθε νέος καθώς και το θεσμικό πλαίσιο που υπάρχει για την προστασία των ανηλίκων από τα ΜΜΕ.

Έγκριτοι πανεπιστημιακοί δάσκαλοι, οι οποίοι ασχολούνται επί δεκαετίες με την επιρροή των ΜΜΕ στην ψυχοσύνθεση του ανθρώπου, κατέθεσαν τους προβληματισμούς, τα αποτελέσματα των ερευνών τους και τις απόψεις τους, προτείνοντας πιθανές λύσεις για το θέμα της προφύλαξης των νέων από το επιβλαβές υλικό των ΜΜΕ. Ασχολήθηκαν με την έννοια «δικαίωμα» και την διερεύνηση κατά πόσον αυτό διευρύνεται στις σύγχρονες κοινωνίες και συντελεί στην εξέλιξη και πρόοδο των παιδιών. Αλλά και κατά πόσο η έννοια του δικαιώματος αυτού παραποιείται και τείνει να γίνεται αντικείμενο κατάχρησης και παραπληροφόρησης της κοινής γνώμης.

Ένα από τα θέματα που προβληματίζει τη σημερινή κοινωνία είναι η πρόκληση των νέων τεχνολογιών και, κυρίως, του διαδικτύου και των εφαρμογών του. Ένα εργαλείο, που, με την κατάλληλη χρήση μπορεί να αξιοποιηθεί στα χέρια του χρήστη, αλλά, με μια λανθασμένη επιλογή, μπορεί να αποβεί καταστροφικό, ιδίως για την τρυφερή παιδική και εφηβική ηλικία.

Η δυσκολία που αντιμετωπίζουμε είναι διπλή: από τη μια προσπαθούμε όλοι να διασφαλίσουμε την ελευθερία της έκφρασης, του λόγου και να αποφύγουμε την λογοκρισία και από την άλλη να προστατεύσουμε την παιδική και εφηβική ηλικία από τυχόν κινδύνους που ελλοχεύουν στους κόλπους των ΜΜΕ.

Ωστόσο, με τη γνώση και την εμπειρία των ειδημόνων, γίνονται σημαντικά βήματα για την ενημέρωση, πρώτα από όλα, των πολιτών σχετικά με τη χρήση των Μέσων και την προστασία από την

αρνητική επιρροή τους. Ακόμη και για την έναρξη ενός πολυεπίπεδου και παραγωγικού διαλόγου, ο οποίος θα οδηγήσει σε συλλογικές δράσεις για την επίλυση των όποιων προβλημάτων έχουν προκύψει και προκύπτουν καθημερινά.

Τέλος, πρέπει να κάνουμε σαφές ότι, πάνω από όλα, αυτό που κάθε δημοκρατικό κράτος επιδιώκει, είναι να αναπτύσσονται μέσα σε αυτό ελεύθεροι πολίτες με ανοικτό μυαλό και διευρυμένους ορίζοντες, μακριά από το φόβο και την παραπληροφόρηση που γεννούν τον φανατισμό και την μισαλλοδοξία. Και αυτό θα το πετύχουμε ανοίγοντας τη συζήτηση για την επικοινωνία, την ενημέρωση, την ανταλλαγή απόψεων μέσα σε ένα πλαίσιο διασφάλισης των ανθρωπίνων αξιών.

*Αθήνα, Απρίλιος 2009*

**Κωνσταντίνος Π. Γκιουλέκας**

*Κωνσταντίνος Π. Γκιουλέκας*

---

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο παρών τόμος συγκεντρώνει τις εισηγήσεις των συμμετεχόντων στην ημερίδα με θέμα «Παιδιά και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης-Οι ανήλικοι στον κόσμο της επικοινωνίας» που πραγματοποιήθηκε στις 14 Απριλίου 2008. Η εκδήλωση αποτέλεσε την αφετηρία του δημόσιου διαλόγου για την προστασία των ανηλίκων από επιβλαβές περιεχόμενο στα Μέσα και στις νέες τεχνολογίες που είχε ήδη ανακοινώσει ο Υπουργός Επικρατείας κ. Θεόδωρος Ρουσόπουλος.

Η Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας - Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης με τις οδηγίες του κ. Υπουργού, έχει εδώ και τρία χρόνια καθιερώσει μια σειρά δράσεων που απευθύνονται σε παιδιά, όπως είναι το Πρόγραμμα Οπτικοακουστικής Παιδείας για παιδιά που υλοποιείται σε συνεργασία με την ΕΡΤ και με το Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, και τα Βραβεία για Οπτικοακουστικά Έργα που απευθύνονται σε παιδιά με στόχο την ενθάρρυνση της παραγωγής και την εξασφάλιση κινήτρων σε δημιουργούς παιδικού έργου.

Αυτή τη θεματική έρχεται να εμπλουτίσει αποφασιστικά αναδεικνύοντας το στόχο της η σημερινή ημερίδα. Κοινή συνισταμένη των τοποθετήσεων είναι ότι οι κίνδυνοι είναι υπαρκτοί και η δημιουργία δικλίδων ασφαλείας και προστασίας των ανηλίκων επιβεβλημένη. Ο Υπουργός Επικρατείας στο καιρισμό του έδωσε ιδιαίτερη έμφαση στην αυτορύθμιση γιατί «μόνον όταν ο δημοσιογράφος και γενικότερα ο άνθρωπος των μέσων επικοινωνίας ενστερνίζεται κανόνες στη διαμόρφωση των οποίων έχει ο ίδιος συμβάλει, θα τους τηρήσει όχι μόνο κατά γράμμα, αλλά και στο πνεύμα τους».

Το πρώτο μέρος του τόμου εστιάζει στη θεματική «Τηλεόραση και παιδιά». Ο καθηγητής Στέλιος Παπαθανασόπουλος αναφέρεται στο «τέλος της αθωότητας» που δημιουργεί το τηλεοπτικό περιβάλλον και που δημιουργείται ένα νέο είδος ανθρώπου, αυτό του «ενήλικου παιδιού». Η καθηγήτρια Μπετίνα Ντάβου αναφέρεται στην ανάγκη ύπαρξης ενός προγράμματος εκπαίδευσης στα Μέσα Επικοινωνίας, μια συστηματική εκπαίδευση που πρέπει να ξεκινά ήδη από το νηπιαγωγείο. Δε πρέπει να δαιμονοποιούμε την τηλεόραση υποστηρίζει η καθηγήτρια Φωτεινή Τσαλίκογλου, ωστόσο η δημιουργία φοβισμένων πολιτών είναι μια από τις παρενέργειές της. Ο παραγωγός παιδικών εκπομπών Νίκος Πιλάβιος επισημαίνει ότι για την προστασία των παιδιών ευθύνονται και οι γονείς. Ο πρόεδρος της ΕΡΤ Χρήστος Παναγόπουλος αναφέρθηκε στις ποικίλες δράσεις της δημόσιας τηλεόρασης και τη φιλοσοφία που διέπει το παιδικό της πρόγραμμα ενώ η Αρχοντούλα Παπαναγιώτου, εκπρόσωπος της Ένωσης Ιδιωτικών Τηλεοπτικών Σταθμών Εθνικής Εμβέλειας, έδωσε έμφαση στη λύση της αυτορύθμισης και όχι στις νομοθετικές κυρώσεις.

Στο δεύτερο μέρος, οι εισηγητές ασχολούνται με «εξαιρετικά λεπτό και ευαίσθητο θέμα», όπως τονίζει ο καθηγητής Δημήτρης Ποταμιάνος: με τα «Παιδιά και τη διαφήμιση». Ο Μανώλης Παπαπολύζος, πρόεδρος της Ένωσης Εταιρειών Διαφήμισης-Επικοινωνίας, υποστηρίζει ότι τα παιδιά θα έχουν τα επόμενα χρόνια τη δυνατότητα, μέσα από το κινητό τους τηλέφωνο, να παρακολουθούν τηλεοπτικά προγράμματα και να σερφάρουν στο διαδίκτυο. Από τη πλευρά των γονέων, ο εκπρόσωπος της Ανωτάτης Συνομοσπονδίας Γονέων Μαθητών Ελλάδας, Γιώργος Νικολόπουλος τόνισε πως η διαφήμιση, με τις επιστημονικές μεθόδους που χρησιμοποιεί, δρα καταλυτικά στη παιδική ψυχосύνθεση, κάτι που οι γονείς αδυνατούν να ελέγξουν, ενώ ο Γρηγόρης Αντωνιάδης του Συνδέσμου Διαφημιζομένων

Ελλάδας τόνισε πως, όσον αφορά τον ΣΔΕ, η αυτοδέσμευση λειτουργεί στην πράξη και τηρείται ο Κώδικας Δεοντολογίας της διαφήμισης. Τέλος, η επίκουρη καθηγήτρια Μπέτυ Τσακαρέστου αναφέρει ότι τα παιδιά δεν είναι οι αυριανοί, αλλά οι σημερινοί καταναλωτές και αποκτούν καταναλωτικά πρότυπα από τα μέσα επικοινωνίας, το διαδίκτυο, την κοινωνία και την αγορά.

Το τρίτο μέρος του παρόντος τόμου εστιάζει στη θεματική: «Νέα Μέσα και παιδιά». Ο πρόεδρος του Ινστιτούτου Οπτικοακουστικών Μέσων Ροδόλφος Μορώνης παρουσιάζει τα στοιχεία πανελλαδικής έρευνας που εκπόνησε το ΙΟΜ με τίτλο «Δημιουργική και ασφαλής χρήση του Διαδικτύου από νέους και νέες ως 18 ετών». Ο καθηγητής Γιάννης Πανούσης αναφέρεται στην εμπλοκή των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του διαδικτύου στην εγκληματικότητα, καθώς δράσεις παράνομες, συμπεριφορές ανήθικες, χωρίς συναίνεση, που δεν εντοπίζονται εύκολα, αφού κινούνται δικτυακά δίχως φυσική μετακίνηση, που τελούνται με μεγάλη ταχύτητα και δυνάμεις, και που όλοι μπορούν να τις επιχειρήσουν μ' επιτυχία.

Ο καθηγητής Μιχάλης Μειμάρης, αναφερόμενος στα ηλεκτρονικά παιχνίδια, τόνισε ότι γίνεται προσπάθεια τα ψηφιακά παιχνίδια να χρησιμοποιηθούν και για εκπαιδευτικούς σκοπούς. Στη συνέχεια η Κωνσταντίνα Νικήτα, καθηγήτρια του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου παρουσίασε έρευνα για την επίδραση της χρήσης των κινητών τηλεφώνων στα παιδιά, ειδικά όσον αφορά την ακτινοβολία.

Στο τέταρτο μέρος εξετάζεται το «Θεσμικό Πλαίσιο». Ο πρόεδρος του ΕΣΡ Ι. Λασκαρίδης αναφέρεται στο νομοθετικό πλαίσιο αναφορικά με τη προστασία των ανηλίκων από επιβλαβές οπτικοακουστικό υλικό στα μέσα ενημέρωσης, ενώ από την πλευρά του Συνήγορου του Πολίτη, η νομικός Άννα Ρούτση αναφέρεται στις πρωτοβουλίες της Ανεξάρτητης Αρχής για την προστασία των παιδιών από τα μέσα ενημέρωσης. Ο Νικ. Κουλούρης, αντιπρόεδρος της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων, εξηγεί ότι η ΕΕΤΤ έχει ως αρμοδιότητα τη ρύθμιση της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, ενώ το ΕΣΡ έχει ως αρμοδιότητα το περιεχόμενο και τόνισε πως δεν υπάρχουν ρυθμιστικά εργαλεία προστασίας των ανηλίκων από το διαδίκτυο και την τηλεφωνία.

Στις συμπερασματικές παρατηρήσεις ο Υπουργός Επικρατείας κ. Θεόδωρος Ρουσόπουλος επισημαίνει ότι το Συνέδριο αποτέλεσε μια αρχή και ότι επόμενο βήμα θα είναι η επεξεργασία των προτάσεων που θα κατατεθούν στον ειδικό δικτυακό τόπο που δημιουργήθηκε. Σε αυτόν, Φορείς αλλά και απλοί πολίτες μπορούν να καταθέσουν απόψεις και προτάσεις για την προστασία των ανηλίκων από επιβλαβές περιεχόμενο στα μέσα ενημέρωσης. Σημειώνεται ότι στον εν λόγω δικτυακό τόπο [www.dialogos.gov.gr](http://www.dialogos.gov.gr) που ενεργοποιήθηκε τον Απρίλιο, ταυτόχρονα με τη λήξη του συνεδρίου, έχουν ήδη κατατεθεί προτάσεις, στοιχεία ερευνών και σχετικό υλικό. Η ΓΓΕ-ΓΓΕ θα προχωρήσει στην αξιολόγηση και αξιοποίησή του, μέσω επιστημονικής επιτροπής, που θα συσταθεί με αυτόν το σκοπό. Το υλικό που περιλαμβάνεται σε αυτόν τον τόμο είναι η επεξεργασμένη, σε δοκιμαϊκή μορφή, απόδοση των εισηγήσεων που εκφωνήθηκαν στο συνέδριο. Την έκδοση επιμελήθηκαν στελέχη του Γραφείου της Γενικής Γραμματέως Επικοινωνίας. Οι ίδιοι οι εισηγητές έχουν επεξεργαστεί το τελικό περιεχόμενο των τοποθετήσεων τους.

**Μαργαρίτα Παπαδά - Χειμών**  
*Γενική Γραμματέας Επικοινωνίας*

**ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ**  
**«ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΑ»**



---

## ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ

### ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΟΥ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ κ. Θεόδωρου Ρουσόπουλου

Κυρίες και κύριοι,

Θα ήθελα πρώτα απ' όλα να ευχαριστήσω για την ανταπόκριση, όλους όσοι μετέχετε σ' αυτή την ημερίδα, η οποία σηματοδοτεί την έναρξη ενός ευρέως και ελπίζω παραγωγικού διαλόγου, πάνω σ' ένα εξαιρετικά ευαίσθητο, αλλά πάντα επίκαιρο ζήτημα: Την προστασία των ανηλίκων από τα Μέσα Ενημέρωσης ή στα Μέσα Ενημέρωσης -χρησιμοποιώ και τους δύο όρους- την υπεύθυνη απάντησή μας ως πολίτες, ως κοινωνία, ως συντεταγμένη Πολιτεία στα πολλαπλά ζητήματα που εγείρονται και, δυστυχώς, παρακολουθούμε καθημερινά στα Μέσα.

Θέλω να είμαι εξ αρχής ξεκάθαρος: Αν για πολλά θέματα μπορούμε να ελπίζουμε σε μια οριστική, βέλτιστη λύση τους, η προστασία των δικαιωμάτων - και ιδιαίτερα των δικαιωμάτων ευαίσθητων ομάδων του πληθυσμού όπως κατ' εξοχήν είναι τα παιδιά και οι έφηβοι - είναι ένας αγώνας εξ ορισμού διαρκής και δύσκολος. Κι αυτό για δύο λόγους:

- Γιατί το περιεχόμενο της έννοιας «δικαίωμα» διαρκώς διευρύνεται και ευτυχώς που διευρύνεται, καθώς προοδεύουν οι κοινωνίες μας,
- και γιατί η πρόοδος αυτή δημιουργεί νέες προκλήσεις που οφείλουμε αποτελεσματικά να αντιμετωπίσουμε.

Έτσι λοιπόν, βρισκόμαστε σήμερα ενώπιον μιας διπλής, πιεστικής ανάγκης. Έχουμε βεβαίως να βρούμε λύσεις στις γνωστές εδώ και χρόνια προκλήσεις που αφορούν τα δικαιώματα των ανηλίκων σε σχέση με τα παραδοσιακά Μέσα Ενημέρωσης, δηλαδή τις εφημερίδες και τον περιοδικό Τύπο, το ραδιόφωνο και την τηλεόραση, όπου πρέπει να παραδεχθούμε ότι, με ευθύνη όλων μας, ο δρόμος που έχουμε να διανύσουμε είναι μακρύς.

Έχουμε όμως να απαντήσουμε στις προκλήσεις των νέων Μέσων Ενημέρωσης και Επικοινωνίας της ψηφιακής εποχής, του διαδικτύου και των εφαρμογών του. Και μάλιστα, θα προσέθετα, να προσπαθήσουμε να προβλέψουμε τις ανάγκες που θα δημιουργηθούν στο άμεσο μέλλον και να σκεφτούμε αρχές δράσης και δομές για την αντιμετώπισή τους.

Πόσο μάλλον όταν ο χαρακτηρισμός «Μαζικά» που ως ένα βαθμό εύλογα χαρακτηρίζει τα παραδοσιακά Μέσα Ενημέρωσης, φαίνεται ολοένα και περισσότερο παρωχημένος στα Νέα Μέσα. Εκεί όπου ο δέκτης είναι και παραγωγός και πομπός του μηνύματος που θέλει. Όπου η επικοινωνία είναι άμεση και συχνά ανώνυμη. Όπου μαζί με τις τεράστιες δυνατότητες που δίνονται στους νέους μας για πληροφόρηση, για ψυχαγωγία, για επικοινωνία με ανθρώπους από όλο τον κόσμο, ελλοχεύουν πολλοί και μεγάλοι κίνδυνοι.

Το καθήκον, λοιπόν, δύσκολο. Όμως, όλοι οφείλουμε να δράσουμε με αποτελεσματικότητα, με σοβαρότητα, με αίσθημα ευθύνης. Η ανάγκη αυτή είναι πιεστική, πειστική και υπαρκτή. Όσοι από μας σ' αυτή την αίθουσα έχουμε παιδιά ή εφήβους στην οικογένειά μας ή στο στενό μας περιβάλλον το γνωρίζουμε καλά.

Η προστασία των ανηλίκων στα Μέσα Ενημέρωσης είναι ένα σοβαρό και ευαίσθητο ζήτημα και για

έναν ακόμη λόγο. Γιατί μας ζητά να σταθμίσουμε δύο θεμελιώδη δικαιώματα: Της ελευθερίας και της έκφρασης του λόγου από τη μια πλευρά, και της προστασίας της παιδικής και εφηβικής ηλικίας από την άλλη. Μια κοινωνία όμως, αποδεικνύει στην πράξη την ωριμότητά της όταν τέτοιες σταθμίσεις δεν τις φοβάται και δεν τις αποφεύγει εκεί όπου είναι απαραίτητες. Όταν καταφέρνει να μετατρέπει τέτοιες φαινομενικές συγκρούσεις σε συνθέσεις. Όταν με διάλογο δημιουργεί μια ευρεία συναίνεση ως προς το τι πρέπει να γίνει. Ένα ευρύ κίνημα που διεκδικεί και υπαγορεύει σε όλους την ηθική, πέραν της νομικής υποχρέωσης, να σέβονται γραπούς και άγραφους νόμους.

Θέλω να είμαι απόλυτα ειλικρινής: Πιστεύω ότι στη συντριπτική πλειονότητα των περιπτώσεων όπου πλήττονται τα δικαιώματα των παιδιών και των εφήβων στα Μέσα Ενημέρωσης, αυτό δεν γίνεται εσκεμμένα. Βεβαίως, υπάρχει συχνά ένας υπερβάλλον ζήλος για όσο το δυνατόν μεγαλύτερα ποσοστά τηλεθέασης, αναγνωσιμότητας ή ακρόασης που πολλές φορές οδηγεί σε ακραίες και συχνά επιλήψιμες επιλογές. Όμως, δεν πιστεύω ότι πολλοί δημοσιογράφοι, αρχισυντάκτες, παραγωγοί και υπεύθυνοι ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών προγραμμάτων θα έπαιρναν μια απόφαση που θα γνώριζαν με βεβαιότητα ότι πρόκειται να βλάψει ανηλίκους.

Και από τους λίγους που θα το έκαναν, ακόμη λιγότεροι θα επέμεναν σ' αυτή την απόφαση αν ήξεραν ότι θα αποτελούσαν μια δακτυλοδεικτούμενη εξαίρεση σε έναν γενικό κανόνα σεβασμού των ανηλίκων.

Τι χρειάζεται λοιπόν;

Πρώτα απ' όλα ενημέρωση σε όλους τους ενδιαφερόμενους - πολιτικούς και ανθρώπους των Μέσων, γονείς και δασκάλους, τους ίδιους τους ανηλίκους. Ενημέρωση για τη σχέση των ανηλίκων με τα Μέσα Ενημέρωσης. Πώς τα χρησιμοποιούν, τι σημασία έχουν στη ζωή τους, πόσο και πώς τους επηρεάζουν, τι θετικά και τι αρνητικά μπορούν να αποκομίσουν από αυτή τη σχέση. Σήμερα, ούτε ο δάσκαλος που απαγορεύει στους μαθητές του να διαβάσουν κόμικς γιατί δήθεν διαφθείρουν, όπως τουλάχιστον μας έλεγαν οι δικοί μας δάσκαλοι στη δική μου εποχή, ούτε ο γονέας που αφήνει τα παιδιά του μπροστά σε μια ανοιχτή τηλεόραση για να μην τον ενοχλούν, ούτε ο δημοσιογράφος που δεν γνωρίζει ποιες είναι οι θεμελιώδεις υποχρεώσεις του, παίζουν το ρόλο που τους αντιστοιχεί. Πρώτα απ' όλα λοιπόν, ενημέρωση για τα πραγματικά δεδομένα, ώστε να μπορούμε να συζητάμε σε μια έγκυρη και επίκαιρη βάση.

Δεύτερον, η ανοιχτή, απροκατάληπτη, πολυεπίπεδη και παραγωγική συζήτηση. Ο διάλογος που θα θέσει το ζήτημα, να εντοπίσει τα πεδία της συλλογικής μας δράσης, να προτείνει λύσεις στα υπαρκτά προβλήματα. Ο διάλογος που ξεκινάμε σήμερα, αυτό το ρόλο φιλοδοξούμε να διαδραματίσει. Ξεκινά από εδώ, και θα συνεχιστεί σε ειδικό δικτυακό τόπο ώστε να αγκαλιάσει όλες τις πτυχές του ζητήματος, ώστε να καταλήξουμε σε μια κοινή θεώρησή του και σε λύσεις στα προβλήματα που ενέχει.

Τρίτον, η εφαρμογή των προτάσεων που θα προκύψουν, μέσω των κατάλληλων θεσμικών ρυθμίσεων, αν βεβαίως αυτό κριθεί απαραίτητο, αλλά –πάνω απ' όλα, όπως προσωπικά πιστεύω- της αυτορύθμισης. Και δίνω ιδιαίτερη έμφαση στην αυτορύθμιση, γιατί μόνο όταν ο δημοσιογράφος και γενικότερα ο άνθρωπος των Μέσων ενστερνίζεται κανόνες στη διαμόρφωση των οποίων έχει ο ίδιος συμβάλει στη διαμόρφωσή τους, θα τους τηρήσει όχι μόνο κατά το γράμμα, αλλά και στο πνεύμα τους. Ένας από τους στόχους αυτής της πρωτοβουλίας είναι να οδηγηθούμε τελικά στη διατύπωση με τη συμμετοχή όλων των εμπλεκομένων ενός «οδικού χάρτη» ή ενός κώδικα δεοντολογίας στον οποίο θα συμ-



---

φωνήσουμε ως δεσμευτικό. Ένα κώδικα για ειδησεογραφικές και μη ειδησεογραφικές εκπομπές, την κατάταξή τους ως προς την καταλληλότητά τους για ανηλίκους, την παρουσίαση και τη συμμετοχή ανηλίκων σε αυτές, για τα ζητήματα του διαδικτύου, για τους φορείς που θα ελέγχουν τη συμμόρφωση σ' αυτούς τους κανόνες, για τη συνεχή αναθεώρησή τους καθώς θα εξελίσσεται η τεχνολογία.

Ακούστηκαν σε αυτό το διάστημα φωνές –είχα και ερωτήσεις στη Βουλή από συναδέλφους βουλευτές, τους οποίους μάλιστα έχουμε καλέσει να μετέχουν στην ημερίδα- ότι θα πρέπει να προχωρήσουμε σε νέες νομοθετικές ρυθμίσεις. Δεν είμαι απολύτως βέβαιος. Θα κριθεί στην πορεία. Και λέω ότι δεν είμαι απολύτως βέβαιος, γιατί τα πράγματα στην εποχή μας αλλάζουν με τόσο ραγδαίο ρυθμό, ώστε νομίζω ότι οι νόμοι πολύ γρήγορα ξεπερνώνται. Οι κώδικες δεοντολογίας είναι αυτοί που έχουν μεγαλύτερη διάρκεια σε βάθος χρόνου.

Σε όλους αυτούς τους άξονες, που προανέφερα, δεν προχωράμε στα τυφλά, ούτε ανακαλύπτουμε την πυρίτιδα. Συνεχίζοντας το επιχειρήμά μου, θέλω να σημειώσω ότι τόσο στο Σύνταγμά μας όσο και στους ήδη ισχύοντες εκτελεστικούς νόμους, προσδιορίζεται ένα πλαίσιο εντός του οποίου μπορούμε να κινηθούμε. Επιπροσθέτως όμως, η Ελλάδα ως κράτος – μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης συμμετέχει στη χάραξη ευρωπαϊκής πολιτικής για τους ανηλίκους και τα ΜΜΕ. Κατά τη διάρκεια της θητείας μου είχα την ευκαιρία να συμμετάσχω ενεργά κατά τη διαπραγμάτευση και την υιοθέτηση βασικών κειμένων χάραξης πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Αναφέρω χαρακτηριστικά τη Σύσταση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 20ης Δεκεμβρίου 2006 για την προστασία των ανηλίκων και της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, όπου διατυπώνεται μια σειρά από διατάξεις για την ανάπτυξη βέλτιστων πρακτικών και την υιοθέτηση μέτρων για την προστασία των ανηλίκων στα ΜΜΕ που περιγράφουν τα όρια του κοινού μας προβληματισμού για τις δράσεις που καλούμαστε να αναλάβουμε.

Βεβαίως, σε κάθε περίπτωση οφείλουμε να κινηθούμε με την επίγνωση ότι, όπως είπα και προηγουμένως, οι νομοθετικές και ευρύτερα κανονιστικές ρυθμίσεις, όσο πλήρεις κι αν είναι, δεν επαρκούν από μόνες τους ή ξεπερνώνται από το χρόνο και την τεχνολογία. Αυτό που χρειάζεται, λοιπόν, είναι μια νέα, σύγχρονη, υπεύθυνα κουλτούρα για τα Μέσα στην ψηφιακή εποχή, διαπαιδαγώγηση της νέας γενιάς, αλλά και ημών των μεγαλύτερων για τα νέα ζητήματα που συνεχώς ανακύπτουν. Σ' αυτό το στόχο, που όμως είναι η βασική προϋπόθεση για να επιτύχουμε όσα επιδιώκουμε, καλώ όλους να συμβάλλουν ενεργά και δημιουργικά. Είναι αυτονόητη υποχρέωσή μας ως πολίτες. Είναι χρέος μας απέναντι στα παιδιά μας.

Ευχαριστώ και πάλι για τη συμμετοχή σας.

## ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΤΗΣ ΠΑΙΔΙΚΗΣ ΑΘΩΤΗΤΑΣ

Στέλιος Παπαθανασόπουλος

Οι κοινωνίες πάντα χρησιμοποιούσαν κάποια μορφή επικοινωνίας διαμέσου της οποίας το περιβάλλον τους αποκτούσε όχι μόνο κάποιο νόημα, αλλά και μπορούσαν να επιλύσουν τα προβλήματά τους. Ωστόσο, από τις πρώτες οργανωμένες κοινωνίες ως τη σύγχρονη κοινωνία, η βασική μορφή επικοινωνίας έχει παραμείνει η ίδια: προφορική, διαπροσωπική επικοινωνία, που επεκτάθηκε διαμέσου των εντύπων. Με την έλευση του ραδιοφώνου και κυρίως της τηλεόρασης, η μορφή της επικοινωνίας άλλαξε.

Η «γραμματική» του κάθε μέσου προσδίδει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στον τρόπο με τον οποίο μεταφέρουν τα μηνύματα. Έτσι και τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας δίνουν έμφαση σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του μηνύματος που μεταφέρουν. Ο Marshal McLuhan είχε τονίσει ότι όταν βλέπουμε τον κόσμο διαμέσου της τηλεόρασης αυτός είναι πολύ διαφορετικός από ό,τι αν τον βλέπουμε μέσα από τις σελίδες των εντύπων. Άλλωστε είναι γνωστή σε όλους η ρήση του ότι το «μέσο είναι το μήνυμα». Ωστόσο το ουσιαστικό σημείο αυτής της συμπερασματικής φράσης είναι ότι βασικό στοιχείο στη σύγχρονη επικοινωνία δεν είναι, τόσο το περιεχόμενο που μεταδίδεται από ένα δίαυλο επικοινωνίας, όσο οι μεταβολές που επιφέρει στη μετάδοση του μηνύματος.

Άσχετα από το πόσο υιοθετεί ή όχι κάποιος αυτή τη ρήση, το ζήτημα είναι ότι η επικοινωνία διαμέσου της τηλεόρασης καθίσταται διαφορετική, σε σημαντικό βαθμό, από ό,τι διαμέσου των εντύπων.

Η τηλεόραση, στις μέρες μας, αποτελεί το μεγαλύτερο κοινό μας τόπο. Κατά τη διάρκεια ενός συνηθισμένου βραδινού, τουλάχιστον ένα με δύο εκατομμύρια Έλληνες ανοίγουν την τηλεόρασή τους. Η τηλεόραση, όπως ένας δρόμος ή μια πλατεία, λειτουργεί ως ένα περιβάλλον που καταγράφει για μας τα δρώμενα, αλλά δεν ταυτίζεται απαραίτητα μαζί μας.

Όταν επιλέγουμε να διαβάσουμε το όποιο κείμενο ενός εντύπου, συχνά αυτό αντικατοπτρίζει ένα μέρος, τουλάχιστον, των δικών μας αντιλήψεων. Με την τηλεόραση συχνά νιώθουμε ότι παρατηρούμε, ενδεχομένως παθητικά, ό,τι αρέσει σε άλλους ανθρώπους.

Πολλοί νιώθουν άβολα όταν ζητούν ένα «ενήλικο» περιοδικό από το περίπτερο. Εκατομμύρια όμως παρακολουθούν άνετα ένα «ενήλικο» πρόγραμμα, όταν αυτό προβάλλεται από την τηλεόραση. Είτε ασκούμε κριτική στην τηλεόραση είτε όχι, γεγονός είναι ότι όλοι σχεδόν, κάπου, κάποια στιγμή της ημέρας, της εβδομάδας ή έστω του μήνα βλέπουμε τηλεόραση. Ενδεχομένως αρκετοί να δουν ένα πρόγραμμα υψηλής τηλεθέασης απλώς και μόνο για να δουν τι παρακολουθούν ή τι προτιμούν οι γύρω τους.

Η τηλεόραση, ξέχωρα από το συγκεκριμένο περιεχόμενό της, συχνά επιτελεί και μια κοινωνική λειτουργία. Κανείς δεν είναι υπεύθυνος, συχνά είναι κακή, αλλά σχεδόν όλοι μας μιλάμε γι' αυτήν, πράγμα που τελικά σημαίνει ότι η τηλεόραση αποτελεί το κοινό σημείο της αναφοράς μας, της κοινής εμπειρίας και των κοινών συζητήσεών μας. Για πολλούς ανθρώ-

---

πους, αν κάτι δε μεταδοθεί από την τηλεόραση, δεν υφίσταται με την κοινωνική του έννοια. Πολλές φορές διάφορα θέματα ή και συνεντεύξεις πολιτικών που εμφανίζονται στον Τύπο μπορεί να περάσουν απαρατήρητα, θα πάρουν όμως διαφορετική διάσταση, στην ουσία θα μεγεθυνθούν, όταν θα προβληθούν από την τηλεόραση. Στις μέρες μας είναι σχεδόν αδιανόητο για έναν πολιτικό με ηγετικές φιλοδοξίες να μην «παρελάσει» από τα τηλεοπτικά κανάλια. Το ίδιο βέβαια ισχύει και για άλλες κατηγορίες πολιτών και ομάδων. Στην πραγματικότητα, στην εποχή της τηλεοπτικής ηγεμονίας όλοι σχεδιάζουν τα μηνύματά τους με την ελπίδα να προσελκύσουν το ενδιαφέρον της τηλεοπτικής κάμερας. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο είναι εύλογο να αναρωτιόμαστε για τις επιδράσεις της τηλεόρασης στη ζωή μας.

Η τηλεόραση έχει την ικανότητα να μεταδίδει και να διανέμει σχεδόν αυτόματα τα μηνύματα, που συνιστούν μεταβολές που πολλές φορές δεν τις αντιλαμβανόμαστε άμεσα. Ωστόσο, ούτε και την τηλεόραση την καταλαβαίνουμε, γιατί απλά μέσα σε λίγα χρόνια η παρουσία της είναι τόσο κυρίαρχη στην καθημερινή μας ζωή, που τείνουμε να τη θεωρούμε δεδομένη και παράλληλα να αγνοούμε τις βιομηχανίες που οργανώνουν και ελέγχουν το περιεχόμενό της και την ανάπτυξή της. Η κατανόηση του ρόλου της τηλεόρασης στη σύγχρονη κοινωνία είναι μια διαδικασία πολύ πιο περίπλοκη από ό,τι συνήθως νομίζουμε.

Η άποψη ότι η τηλεόραση, όπως και τα άλλα ΜΜΕ, επηρεάζει μακροπρόθεσμα όχι μόνο τα άτομα, αλλά επίσης και τον πολιτισμό, το πεδίο της γνώσης, τους κανόνες και τις αξίες της κοινωνίας, διότι προσφέρει μια σειρά από εικόνες, ιδέες και εκτιμήσεις με βάση τις οποίες τα μέλη του κοινού μπορούν να επιλέξουν και να διαμορφώσουν τις δικές τους στάσεις<sup>1</sup>. Αυτό βέβαια δε συμβαίνει μηχανιστικά ή μ' ένα απόλυτο τρόπο. Το κοινό δεν κάνει ό,τι θέλει με τα τηλεοπτικά μηνύματα. Για παράδειγμα, στη σφαίρα της σεξουαλικής συμπεριφοράς, η τηλεόραση παρέχει, σωρευτικά και χωρίς πρόθεση, μια άποψη για το είναι φυσιολογικό, τι επικροτείται και τι απορρίπτεται.

Η τηλεόραση, όπως και τα άλλα ΜΜΕ, φαίνεται ότι παρέχει σε διάφορες κοινωνικές καταστάσεις, έναν «ορισμό της κατάστασης» και μια εικόνα της επικρατούσας αντίληψης, η οποία με τη σειρά της συντελεί μακροπρόθεσμα στη διαμόρφωση της ανταπόκρισης των ατόμων σε συγκεκριμένα ζητήματα και γεγονότα<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Για μια σύντομη περιδιάλωση στα θέματα ιδεολογίας και ηγεμονίας στις επικοινωνιακές μελέτες, βλέπε: Carragree, K.M. "A Critical Evaluation of Debates: Examining the Media Hegemony Thesis" στο *Western Journal of Communication*, Vol. 57 (1993), σ. 330-348

<sup>2</sup> Βλ. σχετικά: Reese, S.D. "Setting the Media's Agenda: A Power Balance Perspective" στο Anderson, J. (ed.) *Communication Yearbook 14*, London: Sage, 1991, σ. 309-40, Rogers, E.M. and Dearing, J.W. "Agenda-Setting Research: Where has it been, where is it going?" στο Anderson, A. *Communication Yearbook 11*, London: Sage, 1988, σσ. 555-94, Iyengar, S. "The Accessibility Bias in Politics: Television News and Public Opinion" στο Rothman, S. (ed.) *The Mass Media in Liberal Democratic Societies*, New York: Paragon House, 1992, σσ. 85-102, McCombs, M., Einsiedel, E. and Weaver, D. *Contemporary Public Opinion, Issues and the News*, Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1991.

Η βασική μακροπρόθεσμη επίδραση των ΜΜΕ είναι ότι παρέχουν όχι ξεχωριστά και μεμονωμένα μηνύματα, αλλά ολόκληρες σειρές ή συστήματα μηνυμάτων τα οποία έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά. Κι αναφερόμαστε κυρίως σε θέματα όπως η άτυπη εκμάθηση κοινωνικών ρόλων ή κανόνων, η έμμεση μεταφορά ιδεολογίας κτλ. Κοντολογίς τα ΜΜΕ μακροπρόθεσμα μεταβάλλουν τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε τους άλλους και τον κοινωνικό περίγυρο, καθώς όλοι μας ζούμε σ' έναν κόσμο στον οποίο χρησιμοποιούμε την τηλεόραση για να ενημερωθούμε και να ψυχαγωγηθούμε.

Η μακροπρόθεσμη επίδραση της τηλεόρασης - χωρίς να αγνοούμε τις βραχυπρόθεσμες επιδράσεις - είναι ότι ο τρόπος με τον οποίο προσφέρεται και διαχέεται η πληροφορία αποδιοργανώνει αρκετά βασικά συστήματα επικοινωνίας που είχαν υποστηριχτεί από την έντυπη επικοινωνία.

Στην ουσία η τηλεόραση έχει μεταβάλει το «ποιος ξέρει τι» και τη σημασία του, με αποτέλεσμα να αλλάζει τα κριτήρια της συμπεριφοράς, τις αντιλήψεις για τους πολιτικούς και τους άλλους ηγέτες και να επηρεάσει τη γενική αντίληψη για τον κόσμο, που είναι πολύ κοντά μας και ταυτόχρονα πολύ μακριά μας.

Θα αναφερθώ σε τρία πεδία του σύγχρονου πολιτισμού: τις σχέσεις των ενηλίκων με τα παιδιά, τις σχέσεις των δύο φύλων και τις σχέσεις της εξουσίας. Σύμφωνα με τον Meyrowitz, όταν η τυπογραφία και η λογοτεχνία διαδόθηκαν στο δυτικό πολιτισμό, οι μορφωμένοι ενήλικες ανακάλυψαν ότι μπορούσαν όλο και περισσότερο να «κρατούν» μυστικά από τους αγράμματους συμπολίτες τους και τους ημιμορφωμένους ανηλίκους. Οι ενήλικες χρησιμοποιούσαν τα βιβλία για να επικοινωνήσουν χωρίς να τους “ακούσουν” τα παιδιά. Η παιδική ηλικία θεωρήθηκε η περίοδος της αθωότητας και της απομόνωσης. Τα παιδιά προστατεύονταν από τις κακές πλευρές της ενήλικης ζωής. Μη ικανά να διαβάσουν, τα πολύ νεαρά άτομα δεν είχαν πρόσβαση στις πληροφορίες που ήταν διαθέσιμες στα βιβλία. Αντίθετα, τούς παρουσιάζταν ένα ιδανικό μοντέλο που αφορούσε την ενήλικη ζωή. Σταδιακά τα παιδιά, έχοντας αποκτήσει όλο και περισσότερες γνώσεις, εισέρχονταν διαμέσου της ανάγνωσης στον κόσμο των ενηλίκων, ανακαλύπτοντας ότι δεν είναι και τόσο ιδανικός.

Η τηλεόραση καταρρίπτει το μοντέλο της αθωότητας, καθώς απορρυθμίζει το προϋπάρχον σύστημα ελεγχόμενης πληροφορίας.<sup>3</sup> Η τηλεόραση παρακάμπτει τη σταδιακή γνώση που παρεχόταν στα παιδιά. Παρουσιάζει τις ίδιες πληροφορίες στα παιδιά και τους ενήλικες, δηλαδή σε όλες τις ηλικίες. Τα παιδιά μπορεί να μην καταλαβαίνουν οτιδήποτε βλέπουν στην τηλεόραση, αλλά στα μάτια τους απεικονίζονται πολλές πλευρές της ενήλικης ζωής, που παλαιότερα, με τα βιβλία, δεν ήταν σε θέση να γνωρίζουν, ιδίως όταν στις μέρες μας στις αναπτυγμένες κοινωνίες η τηλεθέαση αρχίζει στην ηλικία των δεκαοκτώ μηνών και από την ηλικία των τριανταέξι μηνών τα παιδιά αρχίζουν να καταλαβαίνουν και να ανταποκρίνονται στις

---

<sup>3</sup> Meyrowitz, J. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York: Oxford University Press, 1985, σ. 227-232.

---

τηλεοπτικές απεικονίσεις<sup>4</sup>. Οι γονείς συχνά επιζητούν καλύτερα και πιο ποιοτικά τηλεοπτικά προγράμματα. Αλλά εξίσου κάποιος θα μπορούσε να πει ότι στην ουσία δεν υπάρχει αυτό που αποκαλείται «παιδική τηλεόραση», τουλάχιστον ταυτόσημη ή παρόμοια με την παιδική λογοτεχνία. Η παιδική λογοτεχνία είναι το μόνο ανάγνωσμα που τα παιδιά, τελικά μόνον αυτά, μπορούν να διαβάσουν. Αντιθέτως, μελέτες που έχουν διεξαχθεί από την πρώτη φάση ανάπτυξης της τηλεόρασης έχουν καταδείξει ότι τα παιδιά προτιμούν περισσότερο τα προγράμματα των οποίων το περιεχόμενο προσανατολίζεται στους ενήλικες.<sup>5</sup> Όπως έχει επισημάνει ο Νιλ Πόστμαν «Το να βλέπεις τηλεόραση, δεν προϋποθέτει ιδιαίτερες ικανότητες αλλά και δεν αναπτύσσει ιδιαίτερες ικανότητες. Για αυτό το λόγο δεν υπάρχει θεραπευτική τηλεθέαση. Για αυτό και δεν είσαι καλύτερος σήμερα που βλέπεις τηλεόραση από ότι ήσουν πέντε ή δέκα χρόνια πριν. Και για αυτό ακόμα, δεν υπάρχει τέτοιο πράγμα, στην πραγματικότητα, αυτό που λέγεται παιδική τηλεόραση»<sup>6</sup>.

Δείτε, για παράδειγμα, ότι τη διαφορά στα περισσότερα προγράμματα, όσον αφορά στη τηλεθέαση των εκπομπών στις ζώνες υψηλής τηλεθέασης, την κάνουν τα παιδιά. Με άλλα λόγια, τα παιδιά είναι αχόρταγοι τηλεθεατές των ενηλικών κωμικών και κοινωνικών σειρών<sup>7</sup>.

Το ουσιαστικό στοιχείο είναι ότι, τόσο στα τηλεοπτικά ψυχαγωγικά προγράμματα, όσο και στα ενημερωτικά προγράμματα, τα παιδιά μαθαίνουν ότι οι ενήλικες λένε ψέματα, κλέβουν, πίνουν πολύ, χρησιμοποιούν ναρκωτικά και σκοτώνει ο ένας τον άλλο. Σε αντίθεση με τα βιβλία, η τηλεόραση δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέσο αναζήτησης ενός τρόπου που πρέπει να ακολουθήσει κανείς για να μεγαλώσει τα παιδιά του<sup>8</sup>.

Μια γονεϊκή συμβουλή σ' ένα βιβλίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τους ενήλικες για να καθορίσουν τι θα πουν ή δε θα πουν στα παιδιά τους. Αλλά η ίδια συζήτηση, όταν προβάλλεται από την τηλεόραση, παρακολουθείται παράλληλα από χιλιάδες παιδιά, τα οποία, όπως και

---

4. Πόστμαν, Ν. *Η Πυξίδα του Μέλλοντος*, Αθήνα: Καστανιώτης, 2002, σ. 221.

5. Βλέπε επίσης: Grenfield, ΡΜ. *Μέσα Ενημέρωσης και το Παιδί*, Αθήνα: Π. Κουτσομπός, 1988, σ. 38-71 και Γιουίν, Μ. *Η Τηλεόραση: ένας ξένος στο σπίτι*, Αθήνα: Ακρίτας, 1991, σ. 41-103.

6. Πόστμαν, 2002, ό.π., σ. 221.

7. Παπαθανασόπουλος, Σ. *Η τηλεόραση και το κοινό της*. Αθήνα: Καστανιώτης, 2000.

8. Ο Derrick de Kerckhove επισημαίνει ότι η τηλεόραση μιλά κυρίως στο σώμα παρά στο μυαλό και επίπτωση αυτού είναι η επεξεργασία της πληροφόρησης να επιτελείται όχι από τον τηλεθεατή, αλλά από την οθόνη. Η κατανόηση της τηλεοπτικής μας κουλτούρας εξαρτάται από την κατανόηση του αιτίου και του τρόπου με τον οποίο η τηλεόραση μας προσελκύει ασυνείδητα, διότι το αυτόνομο νευρικό σύστημα είναι εκπαιδευμένο να ανταποκρίνεται σε οποιαδήποτε και σε κάθε περιβαλλοντική μεταβολή. Ο Kerckhove θεωρεί ότι η τηλεόραση θέτει σε αμφισβήτηση το κυρίαρχο εγγράμματο πολιτιστικό πλαίσιο και υποκαθιστά το δικό της "οπτικό πλαίσιο" (videoframe), απειλώντας την αυτονομία που έχουμε αποκτήσει διαμέσου της ανάγνωσης και της γραφής. Όταν διαβάζουμε βιβλία, τα ανιχνεύουμε, τα μελετούμε, τα εξερευνούμε και έχουμε τον έλεγχο. Όταν παρακολουθούμε τηλεόραση, είναι η "οθόνη σάρωσης" που μας "διαβάζει". Βλέπε: Kerckhove, de D. "Notes for an Epistemology of Television" στο *The World and I*, Ιούνιος 1992, σσ. 475-494. Βέβαια πολλές από αυτές τις απόψεις τις βρίσκει και στον Gouldner, Α. *The Dialectic of Ideology and Technology*, London: MacMillan, 1976.

οι ενήλικες εκτίθενται στο ίδιο πρόγραμμα παροχής συμβουλών.

Ακόμα και τα λεγόμενα αθώα προγράμματα αποκαλύπτουν σημαντικά μυστικά στα παιδιά. Όταν η πρώτη γενιά της τηλεόρασης παρακολούθησε τη μικρή οθόνη, έμαθε ότι οι γονείς συμπεριφέρονταν διαφορετικά όταν ήταν με τα παιδιά τους και διαφορετικά όταν ήταν μόνοι τους. Μπροστά στα παιδιά τους, οι τηλεοπτικοί γονείς ήταν ήρεμοι, ψύχραιμοι και προσεκτικοί. Όταν τα τηλεοπτικά παιδιά τους δεν ήταν παρόντα ήταν ανήσυχοι και η γονεϊκή τους συμπεριφορά ήταν διαφορετική. Επειδή συχνά περιορίζουμε τις επιδράσεις της τηλεόρασης στη μίμηση, λησμονούμε ότι τα παιδιά βλέποντας τα αθώα προγράμματα αντιλαμβάνονται ότι οι γονείς χειραγωγούν τη συμπεριφορά τους για να δείξουν μια αίσθηση αυθεντίας απέναντί τους.

Αντίθετα, στον έντυπο κόσμο, το βιβλίο ελέγχεται από τους γονείς. Οι γονείς με ευκολία μπορούν να ελέγξουν ποια βιβλία να δώσουν στα παιδιά τους. Επίσης οι γονείς και τα παιδιά μπορούν να κάθονται δίπλα-δίπλα διαβάζοντας διαφορετικά βιβλία. Με την τηλεόραση τα πράγματα διαφέρουν. Οι γονείς ανακαλύπτουν ότι είναι πολύ δύσκολο να λογοκρίνουν κάποια προγράμματα, ώστε να τα «απαγορεύσουν» στα παιδιά τους, χωρίς παράλληλα κι αυτοί να αυτολογοκριθούν όσον αφορά ένα συγκεκριμένο τηλεοπτικό πρόγραμμα. Ούτε πάλι γνωρίζουν τι θα δουν σε κάποιο πρόγραμμα ώστε να κλείσουν την τηλεόραση<sup>9</sup>.

Τα περισσότερα τηλεοπτικά προγράμματα είναι προσβάσιμα στα παιδιά σε αντίθεση με το περιεχόμενο των περισσότερων βιβλίων. Η οπτικοακουστική λειτουργία της τηλεόρασης παρέχει τη δυνατότητα στα παιδιά να εκτεθούν σε μια σειρά από συμπεριφορές και γεγονότα, χωρίς αποκωδικοποίηση.

Στην ουσία η τηλεόραση «προσφέρει» στα παιδιά τον κόσμο, πριν προλάβουν να το κάνουν οι γονείς τους. Βέβαια αυτό δε σημαίνει ότι οι γονείς δεν μπορούν να αντιδράσουν. Ωστόσο αυτό που έχει αλλάξει με την τηλεόραση είναι η αμφισβήτηση της γονεϊκής εξουσίας. Στην εποχή της τηλεοπτικής ηγεμονίας, τα παιδιά είναι περισσότερο ενήμερα πάνω στο γονεϊκό κύρος και τη γονεϊκή αυθεντία και πολλοί ενήλικες νιώθουν κάπως άβολα, βλέποντας ότι είναι όλο και πιο δύσκολο να προσποιούνται ότι τα ξέρουν όλα μπροστά στα τέκνα τους, με αποτέλεσμα να προκύπτει, σ' ένα βαθμό, ένας συγκερασμός ανάμεσα στους παραδοσιακούς ρόλους του παιδιού και του ενήλικα.

Τα παιδιά φαντάζουν ότι είναι μεγαλύτερα κι ότι έχουν περισσότερη γνώση για τον κόσμο και οι ενήλικες ανακαλύπτουν τις «παιδικές πλευρές» τους. Ίσως είναι υπερβολή, αλλά στον κόσμο της τηλεόρασης καταγράφεται ένα είδος συμπεριφοράς που αποτελείται από «ενήλικα» παιδιά και «ανήλικους» μεγάλους και μας παραπέμπει στη συμπεριφορά των μη εγγράμματων κοινωνιών. Ο Νιλ Πόστμαν έχει σκιαγραφήσει αυτή τη νέα συνθήκη με εύληπτο τρόπο: «Συνέπεια όλων αυτών είναι η δυσκολία της διατήρησης της αθωότητας της παιδικής ηλικίας, λόγος για τον οποίο έχουν εξαφανιστεί τα παιδιά από την τηλεόραση. Πράγματι, όλα τα παιδιά στα τηλεοπτικά προγράμματα απεικονίζονται περίπου σαν μικροί ενήλικες, όπως

---

<sup>9</sup> Meyrowitz, J. 1985, ό.π., σ. 227-238.

---

τα βλέπουμε να αναπαρίστανται στους πίνακες του δεκάτου τρίτου και δεκάτου τετάρτου αιώνα. Σε καθεμία από τις σαπουνόπερες ή στα οικογενειακά προγράμματα ή τις κωμωδίες θα δείτε παιδιά των οποίων η γλώσσα, το ντύσιμο, η σεξουαλικότητα και τα ενδιαφέροντα δεν διαφέρουν από αυτά των ενηλίκων»<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Πόστμαν, 2002, ό.π., σ. 222.

## ΣΥΖΗΤΩΝΤΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ...

### Μπετίνα Ντάβου

Πριν από μερικές μέρες, καθώς προετοιμάζα την παρούσα εισήγηση και ανασκοπώντας αντίστοιχες που είχα κάνει στο παρελθόν, ανακάλυψα στο αρχείο μου τη γραπτή εκδοχή μια ομιλίας για τη σχέση της σύγχρονης ελληνικής οικογένειας με τα Μ.Μ.Ε και ιδιαίτερα με την τηλεόραση<sup>11</sup>, για τους μύθους και τις αλήθειες αναφορικά με τις επιδράσεις της στα παιδιά, για το τι θα μπορούσαμε να κάνουμε σε ατομικό επίπεδο ως γονείς και εκπαιδευτικοί, αλλά και τι θα μπορούσε να γίνει σε επίπεδο κοινωνικής και εκπαιδευτικής πολιτικής.

Η ομιλία αυτή έγινε πριν από 10 ακριβώς χρόνια (Οκτ. 1998) σε μια Ημερίδα παρόμοιου προβληματισμού και το δυσάρεστο ήταν πως όταν την ξαναδιάβασα, ανακάλυψα πως θα μπορούσα σήμερα, εδώ, να ξαναπώ τα ίδια ακριβώς πράγματα, ως εάν ελάχιστα να έχουν αλλάξει στη δεκαετία που μεσολάβησε σε επίπεδο οργανωμένης και συστηματικής κοινωνικής πολιτικής για τα παιδιά και την τηλεόραση.

Έτσι, λοιπόν, σκέφτηκα πως μας είναι μάλλον χρησιμότερο να μη μιλήσουμε σήμερα για τη χώρα μας, αλλά για το τι γίνεται αλλού, εδώ και πολλές ήδη δεκαετίες. Ελπίζοντας ότι αυτό θα αποτελέσει ένα σημείο αναφοράς που θα μας εμπνεύσει και θα μας κινητοποιήσει, έτσι ώστε σε επόμενες Ημερίδες, να μπορούμε πλέον να ασχοληθούμε όχι με τα προβλήματα που «δημιουργεί» η τηλεόραση στα παιδιά, αλλά με τα αποτελέσματα συστηματικών παρεμβάσεων.

Το θέμα μου είναι η εκπαίδευση (ή ο αλφαριθμητισμός) στα μέσα επικοινωνίας, ένα οργανωμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα, που σε άλλες χώρες (Η.Π.Α, Βρετανία, Γαλλία, Ιταλία, Ολλανδία) εμφανίστηκε στο πλαίσιο της επίσημης εκπαίδευσης από τις αρχές της δεκαετίας του '70, για να εισαχθεί στις αρχές του '90 συστηματικά στην προσχολική και στη βασική εκπαίδευση<sup>12</sup>.

Η εκπαίδευση στα μέσα επικοινωνίας έχει ως κύριο στόχο να «οπλίσει» τα παιδιά απέναντι στις όποιες αρνητικές «επιδράσεις» των μέσων.

Δεν θα αναφερθώ στο ποιες είναι αυτές οι επιδράσεις, γιατί θεωρώ ότι το θέμα αυτό το έχουμε πλέον εξαντλήσει διεθνώς<sup>13</sup>. Θέλω όμως να επισημάνω, ότι τα μέσα επικοινωνίας εμπλέκονται στην ψυχική και την κοινωνική μας πραγματικότητα όχι μόνον εξαιτίας των περιεχομένων τους (για τα οποία έχει γίνει και ο περισσότερος λόγος), δηλαδή εξαιτίας των στερεοτύπων που ανακυκλώνουν, της αποσπασματικής ή παραπλανητικής γνώσης που διαδίδ-

---

11. Η εισήγηση είχε τίτλο «Η Σχέση των Μ.Μ.Ε. με τη Διαμόρφωση της Σύγχρονης Οικογένειας» και παρουσιάστηκε στην Ημερίδα «Η Οικογένεια και τα Μ.Μ.Ε» του Ιδρύματος για το Παιδί και την Οικογένεια (Αθήνα, 26/10/1998).

12. Αναλυτικότερα βλ. Β. Νίκα (2007) «Οπτικο-ακουστικός Αλφαριθμητισμός στην Ελλάδα και το Εξωτερικό», *Ζητήματα Επικοινωνίας*, 6, 43-58.

13. Ενδεικτικά βλ. Μπ. Ντάβου (2005) *Η Παιδική Ηλικία και τα Μ.Μ.Ε.: Μετατροπές της Παιδικής Κατάστασης*, Αθήνα, Παπαζήσης, σσ. 31-48.



---

δουν κλπ., αλλά και ως *αντικείμενα* που σιωπηρά και σταδιακά μετατρέπονται σε προεκτάσεις του εαυτού μας.

Αυτό σημαίνει ότι για να δραστηριοποιηθούμε απέναντι στις όποιες επιδράσεις των μέσων, πρωταρχικό μέλημα είναι να συνειδητοποιήσουμε τη *σχέση* που μας συνδέει με αυτά. Αναφέρθηκε στο θέμα αυτό και ο Υπουργός κ. Ρουσόπουλος προηγουμένως.

Υπενθυμίζω ότι η πρόσφατη «Εθνική Έρευνα για τα ΜΜΕ» που έγινε από το Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων ανέδειξε την τηλεόραση, το κινητό τηλέφωνο και το αυτοκίνητο - γιατί και αυτό είναι ένα μέσο επέκτασης της ανθρώπινης δυνατότητας και εμπειρίας, όπως και τα μέσα επικοινωνίας- ως τα πλέον απαραίτητα αντικείμενα του σύγχρονου Έλληνα. Αντικείμενα χωρίς τα οποία αισθανόμαστε *ελλιπείς*.

Λέγοντας *σχέση*, λοιπόν, εννοούμε κάθε δεσμό συνάφειας με κάποιο μέσο, με τις λειτουργίες και τα περιεχόμενά του. Κάθε μορφή επαφής και επικοινωνίας με το μέσο και διαμέσου του μέσου. Παραδείγματος χάριν, τι μπορεί να σημαίνει η ανάγκη ενός ανθρώπου να βλέπει καθημερινά ένα συγκεκριμένο παρουσιαστή, να μην αντέχει να χάσει μια συγκεκριμένη εκπομπή ή να ανοίγει την τηλεόραση ή το ραδιόφωνο μόλις μπαίνει στο σπίτι του; Η σχέση περιλαμβάνει όλες τις συνακόλουθες συναισθηματικές, γνωσιακές και κοινωνικές επενδύσεις και εξαρτήσεις που αναπτύσσονται προς το αντικείμενό της.

Να σημειώσουμε, ότι τα παιδιά σήμερα γεννιούνται σε ένα περιβάλλον όπου η τηλεόραση (που μας ενδιαφέρει σε αυτό το πάνελ), προϋπάρχει και συνδέονται μαζί της από πολύ νωρίς, πριν από οποιοδήποτε άλλο μέσο. Στη δική μας γενιά, η τηλεόραση εμφανίστηκε μετά από μας μέσα στο σπίτι. Αυτό σημαίνει ότι, σήμερα, η τηλεόραση πρωτίστως συν-δημιουργεί τις καθημερινές συνθήκες της γνωστικής, συναισθηματικής και κοινωνικής ανάπτυξης ενός παιδιού, κάτι εντελώς διαφορετικό απ' ότι συνέβη στην παιδική ηλικία της δικής μας γενιάς.

Η πρώτη επαφή γίνεται άτυπα, μέσα από την καθημερινή ζωή της οικογένειας και από τον αυθόρμητο τρόπο με τον οποίο σχετίζονται με την τηλεόραση οι γονείς του παιδιού. Από τη στιγμή που η νέα μητέρα ταΐζει το παιδί της μπροστά στην ανοιχτή τηλεόραση, η απόλαυση του φαγητού συνδέεται με τον τηλεοπτικό ήχο στο υπόβαθρο, που θα μπορούσε να είναι (σταθερά κάθε μέρα, την ώρα του φαγητού) ο θόρυβος των ειδησεογραφικών παραθύρων ή η καταναγκαστικά ενθουσιώδης φωνή του συντονιστή ενός παιχνιδιού· πάντως δεν είναι πλέον τραγούδια, παραμύθια ή συνομιλίες μελών της οικογένειας.

Κάθε μέρα την ίδια ώρα, το γεύμα συνδέεται με μια συγκεκριμένη εκπομπή που οδηγεί στη συμβολική θέση της τηλεόρασης «στο τραπέζι μας». Μια θέση που συχνά της την παραχωρούμε για όλη την υπόλοιπη ζωή μας... Αυτό βεβαίως δεν είναι χαρακτηριστικό του συγκεκριμένου μέσου. Πάντοτε υπήρχαν μαμάδες που θήλαζαν διαβάζοντας το βιβλίο τους, μιλώντας στο τηλέφωνο ή ακούγοντας ραδιόφωνο, μπαμπάδες που κάθονταν στο οικογενειακό τραπέζι με την εφημερίδα τους ανοιχτή, και παιδιά που έτρωγαν μόνα διαβάζοντας τα κόμικς τους, όπως πάντοτε υπήρχαν και νήπια που δεν δέχονταν φαγητό παρά μόνον αν συνοδευόταν από ένα παραμύθι.

Το ζητούμενο, όμως, στην προκειμένη περίπτωση δεν είναι «η επίδραση» του μέσου, δηλαδή κάτι που απευθύνεται από το μέσο προς το κοινό του, αλλά ο σκοπός που εξυπηρετεί το μέσο, δηλαδή η ψυχική επένδυση που του αποδίδεται από το άτομο που το χρησιμοποιεί και από τη θέση που του δίνει στη ζωή του. Με άλλα λόγια, οι ανάγκες τις οποίες καλύπτει η χρήση του στη συγκεκριμένη οικογενειακή κατάσταση. Ενδεχομένως η τηλεόραση να καλύπτει τη μοναξιά της μητέρας, η εφημερίδα την αποξένωση του πατέρα και το κόμικ την απομόνωση του παιδιού.

Ένα βασικό, λοιπόν, ερώτημα που θα ετίθετο στο πλαίσιο ενός προγράμματος εκπαίδευσης στα μέσα επικοινωνίας, και το οποίο θα καλούνταν όχι μόνον οι μαθητές, αλλά και οι δάσκαλοι και οι γονείς να διερευνήσουν, ο καθένας για τον εαυτό του, θα ήταν:

Ποια είναι η θέση και η λειτουργία της τηλεόρασης στο οικογενειακό τραπέζι και, για να θυμηθούμε τον Μακλούαν<sup>14</sup>, ποιο φυσικό μέσο ή λειτουργία νεκρώνει, αντικαθιστά ή αναπληρώνει;

Ποιοι είναι οι βαθύτεροι παράγοντες που ευθύνονται για την εξάρτηση μιας πρωταρχικής ανθρώπινης ανάγκης συνυφασμένης με την απόλαυση και τη διαπροσωπική επαφή και επικοινωνία, όπως το φαγητό, με την παρουσία της τηλεόρασης εν λειτουργία;

Η συνειδητοποίηση, η ανάλυση, η διαχείριση και ο έλεγχος της σχέσης που μας συνδέει με κάθε μέσο, αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους της εκπαίδευσης στα Μ.Μ.Ε., παράλληλα με την καλλιέργεια συγκεκριμένων στάσεων και δεξιοτήτων, όπως οι εξής:

- Η *κριτική στάση* απέναντι σε κάθε μέσο ως αντικείμενο και σε κάθε είδους παραγωγή, όλων των μέσων (κείμενα, άρθρα, βιβλία, οπτικό και ακουστικό υλικό) προϋποθέτει την αμφισβήτηση, τη διαρκή και τεκμηριωμένη αξιολόγηση, την αυτοκριτική και την αυτογνωσία, τη θετική και αρνητική αποτίμηση βάσει κριτηρίων και τον σχολιασμό. Η καλλιέργειά της απαιτεί στοιχειώδη *απόσταση* από το αντικείμενο, *γνώση* αναφορικά με το αντικείμενο και δυνατότητες *αυτοκριτικής*.

- Η *διύλιση* των πληροφοριών είναι μια άλλη στάση που καλλιεργείται με την εκπαίδευση στα μέσα. Πρόκειται για την ικανότητα επιλογής κάθε φορά εκείνων των πληροφοριών που αξίζουν την επεξεργασία, από εκείνες που είναι άχρηστες ή περιττές. Το τι «αξίζει» την επεξεργασία, βεβαίως, θα μπορούσε να αποτελέσει το θέμα μίας ολόκληρης εισήγησης, αλλά σε γενικές γραμμές αφορά την *ακρίβεια* των πληροφοριών και τη *σημασία* που έχουν οι πληροφορίες για το ίδιο το άτομο (δηλαδή το πόσο αναγκαίες του είναι, πόσο συναφείς με τα ενδιαφέροντα και τις επιθυμίες του κλπ.).

- Η *εμβάθυνση* στο νόημα και τη σημασία των πληροφοριών, συμπεριλαμβανομένης και της *προσωπικής σημασίας*, δηλαδή του πόσο πραγματικά σημαντική είναι η πληροφορία για το ίδιο το άτομο.

---

<sup>14</sup> M. McLuhan (1964) *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York, Signet Books, The New American Library, Inc.

---

- Η *συσχέτιση* των πληροφοριών με τις γνώσεις που ήδη διαθέτει ο μαθητής και η αξιολόγησή τους βάσει αυτών των γνώσεων.

- Η *διερεύνηση της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας* των πληροφοριών που διακινούνται από τα ΜΜΕ, η *εμπιστοσύνη* στην προσωπική κρίση και η αποδοχή του πλουραλισμού των ιδεών.

Αυτές οι στάσεις και οι δεξιότητες, που ακούγονται ίσως λίγο θεωρητικά όπως τις παρουσιάζω εδώ, καλλιεργούνται μέσα από πολύ συγκεκριμένα προγράμματα, αναπτύσσονται στο πλαίσιο της σχολικής τάξης από ειδικά εκπαιδευμένους ή επιμορφωμένους δασκάλους<sup>15</sup>, ανάλογα με το πρότυπο που ακολουθεί κάθε χώρα, οι οποίοι χρησιμοποιούν συγκεκριμένες διδακτικές τεχνικές και υλικά.

Στις περισσότερες χώρες, τα τελευταία χρόνια, η συστηματική εκπαίδευση στα μέσα επικοινωνίας ξεκινά από το νηπιαγωγείο, και οι όροι της ενσωμάτωσής της στο σχολικό πρόγραμμα συντονίζονται κεντρικά από τα ενδιαφερόμενα Υπουργεία. Οι όροι της ενσωμάτωσης, όχι το υλικό. Αυτό αναπτύσσεται κάθε φορά στο πλαίσιο της κάθε σχολικής τάξης ακολουθώντας συγκεκριμένους άξονες. Στη χώρα μας, τέτοιου τύπου δραστηριότητες στα σχολεία έχουν γίνει μόνον σποραδικά, από κάποιους ευαισθητοποιημένους εκπαιδευτικούς, ή πιλοτικά, στο πλαίσιο μεμονωμένων προγραμμάτων περιορισμένης διάρκειας. Από την αξιολόγηση ήδη εφαρμοσμένων προγραμμάτων εκπαίδευσης στα Μ.Μ.Ε., προκύπτει ότι βασίζονται στις εξής προϋποθέσεις:

#### **Πρώτη προϋπόθεση:**

Η χρήση μαθητοκεντρικών τεχνικών και διαλεκτικού τύπου παιδαγωγικών μεθόδων, δηλαδή τεχνικών που βασίζονται στην κριτική αξιολόγηση και στη δημιουργική παραγωγή κειμένων και σεναρίων. Όλων των κειμένων που παράγονται από κάθε είδους μέσο, τόσο από τα έντυπα όσο και από τα ηλεκτρονικά. Αυτό, βεβαίως, σημαίνει την κριτική αξιολόγηση ακόμη και των ίδιων των εγχειριδίων στα οποία βασίζεται το αναλυτικό πρόγραμμα (με ό,τι προεκτάσεις μπορεί να έχει αυτό)<sup>16</sup>.

#### **Δεύτερη προϋπόθεση:**

Η ενσωμάτωση της λαϊκής κουλτούρας στο υλικό που χρησιμοποιείται στις εκπαιδευτικές παρεμβάσεις. Αυτό είναι ένα πολύ σημαντικό θέμα, γιατί τα πρώτα ρεύματα της εκπαί-

---

<sup>15</sup> Για τη χώρα μας βλ. ενδεικτικά Β. Νίκα & Μπ. Ντάβου (2008) «Εφαρμογή και Αξιολόγηση ενός Προγράμματος Επιμόρφωσης Δασκάλων στον Αλφαριθμητικό στα Μέσα Επικοινωνίας», *Σύγχρονη Εκπαίδευση*, 152, σσ. 82-95. Για αντίστοιχα επιμορφωτικά προγράμματα άλλων χωρών βλ. το ειδικό αφιέρωμα «Αγωγή και Εκπαίδευση στα Μέσα Επικοινωνίας» του περιοδικού *Ζητήματα Επικοινωνίας*, 2007, 6 (Επιμ. Μπ. Ντάβου).

<sup>16</sup> Για αναλυτικότερο σχολιασμό της μετατροπής της παιδαγωγικής σχέσης που συντελείται καθώς οι μαθητές αναπτύσσουν την ικανότητα της αποδόμησης και της κριτικής ανάλυσης βλ. Μπ. Ντάβου (2001) «Αλφαριθμητισμός στα Μ.Μ.Ε. και η Σχέση Δασκάλου-Μαθητή» στο Π. Χαραμής (Επιμ.) *Η Αξιοποίηση των Μ.Μ.Ε. στο Σχολείο: Δυνατότητες, Όρια, Προοπτικές*, Αθήνα, Εκδόσεις Ι.Μ. Παναγιωτόπουλος.

δευσης στα μέσα επικοινωνίας, πριν από περίπου 30 χρόνια, κατέκριναν τη λαϊκή κουλτούρα, θεωρώντας ότι τα παιδιά πρέπει να προστατευθούν από την έκθεση στα κακής ποιότητας kitsch προϊόντα των μέσων.

Όμως αυτά ακριβώς τα «κακής ποιότητας» προϊόντα των μέσων είναι τόσο πολύ μέσα στη ζωή των παιδιών και αποτελούν τόσο πολύ την καθημερινότητά τους, που γι' αυτά κυρίως μπορούν τα ίδια να μας μιλήσουν και αυτά μπορούν εντέλει να αποδομήσουν κριτικά<sup>17</sup>. Όσοι είμαστε γονείς ή και εκπαιδευτικοί γνωρίζουμε πολύ καλά ότι αν δεν παρακολουθήσουμε τα προγράμματα που παρακολουθούν τα παιδιά ή φοιτητές μας δυσκολευόμαστε να συνομιλήσουμε μαζί τους.

...Βεβαίως, εδώ, θα μπορούσε κάποιος να ρωτήσει: Μα γιατί δεν συστήνετε να βελτιωθεί η *ποιότητα* των προϊόντων των μέσων; Αυτό θα ήταν ευχής έργο! Αλλά είναι κάτι το μάλλον ανέφικτο ή κάτι που έχει ελάχιστα περιθώρια βελτίωσης, αφού η ποιότητα των περισσότερων προϊόντων των μέσων υπακούει στους νόμους της αγοράς και ακολουθεί τους κανόνες της μαζικής παραγωγής, που σημαίνει γρήγορη παραγωγή, φτηνά υλικά, για προϊόντα μαζικής κατανάλωσης, που φθείρονται γρήγορα ώστε να μπορούν να αντικατασταθούν με καινούρια.... Συνεπώς είναι μάλλον ουτοπικό να πιστεύουμε ότι η ποιότητα θα βελτιωθεί, αλλά μπορούμε να δημιουργήσουμε κρίση και αντιστάσεις απέναντι στην κατανάλωση κακής ποιότητας.

Έτσι, λοιπόν, το καλύτερο που μπορούμε να κάνουμε είναι να μετατρέψουμε έναν εχθρό σε σύμμαχο, αφού και όλες οι έρευνες δείχνουν ότι τα παιδιά επιλέγουν αυθόρμητα να χρησιμοποιήσουν κάτι που τους είναι οικείο π.χ. τη δική τους pop μουσική ή τηλεοπτική σειρά, όταν τους ζητιέται να σχολιάσουν κριτικά ένα προϊόν των μέσων. Αντί, λοιπόν, να απορρίπτουμε τη λαϊκή κουλτούρα στο πλαίσιο ενός «προστατευτισμού» που έχει τον κίνδυνο να απομακρύνει τα παιδιά από την όποια «θετική» επιρροή θα μπορούσαμε να ασκήσουμε ως γονείς και δάσκαλοι, είναι καλύτερα να την ενσωματώσουμε στα προγράμματα εκπαίδευσης στα ΜΜΕ, και αποδομώντας τη μαζί με τα παιδιά να την αποδυναμώσουμε!

### **Τρίτη προϋπόθεση:**

Η ισχυροποίηση και αξιοποίηση της μη διαμεσολαβημένης επικοινωνίας και εμπειρίας, γιατί παρά την κυριαρχία των μέσων στη ζωή μας, ο φυσικός μας τόπος και οι άμεσες διαπροσωπικές σχέσεις εξακολουθούν να ορίζουν θεμελιωδώς τις διεργασίες συγκρότησης της ταυτότητας, αλλά και τις εμπειρίες μέσα από τις οποίες τα παιδιά νοηματοδοτούν τις ανάγκες τους.

Επειδή, τελευταία, και στη χώρα μας γίνεται λόγος περί «εξάρτησης» από τα μέσα, θα ήθελα να τονίσω εδώ, την άποψή μου ότι οι διαμεσολαβημένες μορφές επικοινωνίας *ευδοκιμούν* σε εδάφη όπου η άμεση και διαπροσωπική επικοινωνία έχει διαρραγεί, δυσλειτουργεί ή είναι αμήχανη. Γι' αυτό και πιστεύω ότι ένας πρωταρχικός στόχος για την ορθολογική χρήση των μέ-

---

<sup>17</sup> Βλ. U. Sjoberg (2002) *Screen Rites: A Study of Swedish Young People's Use and Meaning-Making of Screen-Based Media in Everyday Life*. Lund, Lund University, Media and Communication Studies.

---

σων από τα παιδιά είναι η ενίσχυση και η καλλιέργεια από πολύ νωρίς, μορφών άμεσης και διαπροσωπικής επικοινωνίας. Εννοώ, την πρόσωπο με πρόσωπο, ουσιαστική και εις βάθος αλληλεπίδραση, στο πλαίσιο της οικογένειας (που, όμως, αντιμετωπίζει πολλά προβλήματα σήμερα...), της κοινότητας (που, όμως, είναι σχεδόν ανύπαρκτη στις μεγάλες πόλεις...) και του σχολείου (που, όμως, επικεντρώνεται όλο και περισσότερο στις επιδόσεις).

Η προϋπόθεση αυτή σημαίνει ότι οποιοδήποτε πρόγραμμα εκπαίδευσης στα μέσα επικοινωνίας και αν εφαρμοστεί, θα είναι δύσκολο να ευδοκιμήσει, χωρίς την παράλληλη στήριξη της οικογένειας, χωρίς την ενίσχυση δραστηριοτήτων στο πλαίσιο της κοινότητας (π.χ. χώρους άθλησης και επικοινωνίας για τα παιδιά) και χωρίς θεμελιώδεις μετατροπές στο γενικότερο εκπαιδευτικό σύστημα<sup>18</sup>.

Εδώ, λοιπόν, το ζήτημα δεν αφορά μόνον τους φορείς της πολιτείας που σχετίζονται με τα μέσα επικοινωνίας, αλλά απαιτεί μια συνολικότερη οικογενειακή και κοινωνική πολιτική που θα στηρίξει γονείς και δασκάλους στο ρόλο τους να αναπτύξουν και να καλλιεργήσουν τη σχέση τους με τα παιδιά τους.

#### **Τέταρτη προϋπόθεση:**

...που απορρέει από την προηγούμενη. Η εκπαίδευση στα μέσα επικοινωνίας, εκτός από εξειδικευμένο αντικείμενο, είναι μια στάση απέναντι στη μάθηση, που χρειάζεται να διατρέχει ολόκληρο το εκπαιδευτικό πρόγραμμα. Είναι ένα κίνημα για τη γνώση, γιατί μέσο επικοινωνίας, όπως έλεγα πριν, είναι και κάθε εγχειρίδιο της ύλης του αναλυτικού προγράμματος. Αυτό σημαίνει ότι η κριτική στάση που καλλιεργείται από την εκπαίδευση στα ΜΜΕ, γενικεύεται από την τηλεόραση σε κάθε μέσο που χρησιμοποιούν τα παιδιά, με όλες τις προεκτάσεις που έχει κάτι τέτοιο για τις καθιερωμένες μεθόδους παροχής και αξιολόγησης της γνώσης. Δηλαδή γενικεύεται ακόμη και σε ό,τι «καλής» ποιότητας προϊόντα υποτίθεται ότι τους προσφέρουμε στα πλαίσια του αναλυτικού προγράμματος, κάτι που έχει προεκτάσεις ως προς τις καθιερωμένες μεθόδους παροχής και αξιολόγησης της γνώσης που χρησιμοποιούμε επισήμως σήμερα.

#### **Πέμπτη προϋπόθεση:**

Η προσαρμογή των παρεμβάσεων στις ανάγκες τις πολιτισμικής ομάδας στην οποία εφαρμόζονται. Τα προγράμματα της εκπαίδευσης στα μέσα επικοινωνίας, όπως εφαρμόζονται ανά τον κόσμο, είναι διαφορετικά και προσαρμοσμένα στις συνθήκες και τις ανάγκες της εκάστοτε κοινωνικής ομάδας στην οποία απευθύνονται.

Οι συνθήκες και οι ανάγκες δεν διαφέρουν μόνον από χώρα σε χώρα, αλλά και ανάμεσα σε κάθε τοπική κοινότητα. Γι' αυτό και δεν μπορούμε απλώς να δανειστούμε προγράμματα, όπως χρησιμοποιήθηκαν στο εξωτερικό, και να τα εφαρμόσουμε συλλήβδην στη χώρα μας,

---

<sup>18</sup> Βλ. ενδεικτικά R. Hobbs «Η Ενσωμάτωση του Αλφαριθμητισμού στα Μέσα Επικοινωνίας στη Μέση Εκπαίδευση», *Ζητήματα Επικοινωνίας*, τχ. 6 (2007), σ. 59-72.

αλλά αφού διερευνήσουμε τις *ανάγκες* της κάθε συγκεκριμένης κοινότητας μέσα στη χώρα μας, να κατασκευάσουμε το πρόγραμμα που της ταιριάζει ακολουθώντας τους γενικούς άξονες της εκπαίδευσης στα μέσα επικοινωνίας.

Θα ήθελα να κλείσω με μια υπενθύμιση ενός θέματος τόσο αυτονόητου που το ξεχνάμε:

Ό,τι συζητάμε σήμερα, εδώ, είναι ο ενήλικος λόγος για την «τηλεόραση και τα παιδιά». Για τα ίδια, η τηλεόραση είναι τόσο δεδομένη όσο είναι το αυτοκίνητο ή το κινητό τηλέφωνο των γονιών και των δασκάλων τους. Όπως από εμάς εξαρτάται το αν θα αγαπήσουν τη φύση, τον αθλητισμό, την πεζοπορία και την άμεση και διαπροσωπική συνομιλία, έτσι και η θέση τους μπροστά στην τηλεόραση εξαρτάται από τη δική μας θέση μπροστά σε αυτή.

---

## Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ Η ΒΙΑ ΣΤΟ ΠΑΙΔΙ

### Φωτεινή Τσαλίκου

Καθώς μιλάμε ερήμην του παιδιού για το παιδί θα άξιζε να επιχειρήσουμε το αδύνατο. Να αποκεντρωθούμε από τη θέση του ενήλικα και να επιχειρήσουμε έστω για λίγο να ταυτιστούμε με το παιδί. Να υιοθετήσουμε το δικό του βλέμμα. Να οικειοποιηθούμε τη θέση του προκειμένου να συλλογιστούμε με ποιο τρόπο το ίδιο το παιδί αντιλαμβάνεται το θέμα ΜΜΕ και παιδί. Έτσι κι αλλιώς σε αυτό απευθυνόμαστε, γι' αυτό μιλάμε, αυτό είναι ο χρήστης (ο περίφημος και τόσο αλήθεια αγνοημένος "user"). Την δική του μιντιακή τροφή υποτίθεται πως θέλουμε να αναβαθμίσουμε.

Σαν σημείο αναφοράς στην διατύπωση των θέσεων μου θα ξεκινήσω λοιπόν με δυο μικρές ιστορίες με πρωταγωνιστή ένα παιδί.

Πρώτη ιστορία. Στην Αμερική. Είναι ο δάσκαλος που ρωτά στην τάξη τα παιδιά για τον Αμερικανό εφευρέτη που ανακάλυψε τον ηλεκτρικό λαμπτήρα. "Παιδιά ποιος μπορεί να μας πει τι χρωστάει ο αιώνας μας στον Τόμας Έντισον" "Ένας από τους μαθητές σηκώνει το χέρι και παίρνει το λόγο "δάσκαλε θα σας πω εγώ τι χρωστάει ο αιώνας μας. Χωρίς αυτόν τον κ. Έντισον θα βλέπαμε τηλεόραση στο φως των κεριών".

Δεύτερη ιστορία. Στην Αθήνα. Είναι η Ρένα, επτά ετών. Ετοιμάζεται με τη μαμά της να φύγουν από το σπίτι και η τηλεόραση παίζει στη διαπασών. Η μητέρα πάει να κλείσει την τηλεόραση και η μικρή διαμαρτύρεται φωνάζοντας "όχι, όχι, μην την κλείσεις". Μα αφού φεύγουμε λέει, με απορία η μαμά, γιατί να είναι ανοικτή η τηλεόραση; "Δεν πειράζει, όταν θα γυρίσουμε να είναι εδώ να παίζει" απαντά η μικρή.

Φαίνονται απλές αυτές οι δύο ιστορίες, όμως η αίσθηση μου είναι ότι δεν είναι απλές, είναι ψευδο-απλές. Δεν υπάρχει τίποτα πιο πολύπλοκο από τέτοιου είδους φαινομενικές απλοτητες. Τι μας λένε; Μας φέρνουν σε επαφή με τη φυσικότητα. Με τη φυσικότητα της πρόσληψης της μικρής οθόνης. Πόσο φυσική φαντάζει η μικρή οθόνη στα μάτια του μικρού παιδιού. Φυσική όπως είναι το φως που βλέπουμε, ο αέρας που αναπνέουμε. Φυσική όπως είναι η συντροφιά που περιμένουμε να υπάρχει μέσα στο σπίτι. Αυτονόητη λοιπόν και δεδομένη και προαπαιτούμενη η τηλεόραση στον παιδικό ορίζοντα.

Η επίκληση της φυσικότητας εντείνει το μέγεθος της δικής μιας ενήλικης υπευθυνότητας απέναντι στη διαχείριση αυτού του μικρού τετράγωνου κουτιού. Χαρακτηριστική είναι μια έρευνα που κάναμε με τους φοιτητές μου στο Πάντειο. Ζητήσαμε από παιδιά πέντε ετών να ζωγραφίσουν μια τηλεόραση. Θα άξιζε να είχα εδώ τις ζωγραφιές να τις βλέπατε, θα ονόμαζα τις παιδικές αυτές ζωγραφιές "Αντικριστοί καθρέφτες"

Τα μικρά παιδιά ζωγραφίζουν την τηλεόραση σαν να βλέπουν στον καθρέφτη τον εαυτό τους. Το τετράγωνο κουτί, η οθόνη είναι το πρόσωπο τους, προσθέτουν τα παράθυρα στη θέση των ματιών τους, βάζουν την πόρτα σα να είναι το στόμα, βάζουν μια καμινάδα πάνω σα να είναι τα μαλλιά τους. Η φυσικότητα που σας έλεγα πριν. Το προφανές. Η τηλεόραση είναι

το πρόσωπό τους, είναι η προέκταση του εαυτού τους.

Καταλαβαίνετε λοιπόν ότι αυτή η προέκταση του εαυτού υποχρεώνει εμάς τους ενήλικους να τοποθετηθούμε απέναντι στο αντικείμενο "τηλεόραση" υιοθετώντας μια στάση πέραν του καλού και του κακού. Όπως πέραν του καλού και του κακού είναι η ίδια μας η ύπαρξη. Αυτή η πέραν του καλού και του κακού πρόσληψη της τηλεόρασης από το παιδί θεωρώ ότι είναι ένα σημαντικό ενήλικο μάθημα.

Η πέραν του καλού και του κακού τοποθέτηση βρίσκεται σε αντιδιαστολή με τους επιστημονικούς λόγους που αρθρώνονται για την τηλεόραση και βρίθουν από κάθε λογής δαιμονοποιήσεις, εύκολες και αλόγιστες στοχοποιήσεις και εξίσου εύκολες και αλόγιστες αγιογραφίες. Ο Μανιχαϊσμός, η κατάτμηση του κόσμου σε καλά και κακά αντικείμενα επιμένει να είναι ένας προσφιλής ενήλικος τρόπος θέασης της πραγματικότητας.

Μέσα από την πληθώρα των διαφορετικών προσεγγίσεων που κατακλύζουν το θέμα "βία παιδί και τηλεόραση", υπάρχει κάτι που μοιάζει να μην μπορεί να αμφισβητηθεί: Αναφέρομαι εδώ στις έρευνες που εδώ και 35 χρόνια εκπονεί στην Αμερική ο Gerbner. Οι λεγόμενοι, "καθέξην θεατές" πάσχουν από το σύνδρομο ενός μοχθηρού κόσμου (Mean world syndrome). Πρόκειται για ένα κόσμο όπου κυριαρχούν ο φόβος του εγκλήματος, η επιφύλαξη, η δυσπιστία, η αναζήτηση της κατασταλτικής λειτουργίας του κράτους ως σωτηρία.

Έχει βρεθεί λοιπόν ότι οι συστηματικοί χρήστες της μικρής οθόνης, ανησυχούν πολύ περισσότερο από τους άλλους και ζουν υπό τη σκιά και την απειλή ενός συνεχώς διογκωμένου φόβου.

Οι καθ' έξιν θεατές, κυρίως τα πολύ μικρά παιδιά, οι γέροι καθώς και άτομα που ανήκουν στη γκρίζα ζώνη μιας ενδιάμεσης περιοχής, πάσχουν από αυτό που ονομάστηκε, νομίζω πολύ εύστοχα, mean world syndrome, το σύνδρομο ενός μοχθηρού κόσμου. Ενός κόσμου που κατακλύζεται από μια διάχυτη απειλή, ενός κόσμου όπου κυριαρχεί ο φόβος κι εσύ, ως τηλεθεατής, κινδυνεύεις όταν είσαι παιδί, να γίνεις θύμα αυτού του φοβογόνου πλαισίου. Ανά πάσα στιγμή δηλαδή υπάρχει ένας κίνδυνος που αιωρείται. Και έχει βρεθεί ότι αν έχεις έτσι από μικρός ζήσει κι εκπαιδευθεί, όταν μεγαλώσεις το σύνδρομο ενός μοχθηρού κόσμου καθορίζει τον ψυχισμό σου και σε μεταμορφώνει σε έναν φοβισμένο ενήλικα.

Και ξέρετε, ένας φοβισμένος ενήλικας μπορεί να είναι σε ορισμένες εξουσίες αρεστός ως εξαίσιο πειθήνιο όργανο, ωστόσο το τίμημα είναι βαρύ καθώς παύει να λειτουργεί σαν ένας ελεύθερος πολίτης και διαμορφώνεται σε έναν ανελεύθερο, φοβισμένο πολίτη. Ένα πολίτη που τα στοιχεία της προσωπικότητάς του ταιριάζουν με αυτό που πριν από αρκετά χρόνια ο Adorno είχε ονομάσει "αυταρχικό τύπο προσωπικότητας". Μια προσωπικότητα που φοβάται τις αλλαγές, θέλει τα πράγματα να μένουν ως έχουν, να υπερισχύει πάντα το ίδιο, θέλει τη σιγουριά μιας ανώτατης αρχής που να τον εποπτεύει

Το θέμα βία και τηλεόραση είναι ένα πολυσυζητημένο, πολυμεταχειρισμένο θέμα και όμως δεν είναι εν τέλει εξαντλημένο. Έχουμε πάρα πολλά στοιχεία και γνώσεις για μια ποσοτικοποιημένη αποτίμηση της βίας. Ως προς την ποιοτική της όμως αποτίμηση υπάρχουν πολλά κενά.



---

Υπάρχει μια πληθώρα αλληλοσυγκρουόμενων απόψεων που διατυπώνονται για να ερμηνεύσουν το φαινόμενο της τηλεοπτικής βίας και πως αυτή επιδρά στο παιδί. Θα επιχειρήσω μέσα από αυτό το χάος των διαφορετικών τοποθετήσεων να κρατήσω ορισμένες χρήσιμες, κατά τη γνώμη μου, σκέψεις.

Ως προς το θέμα βία και τηλεόραση τρεις είναι οι βασικές θέσεις που έχουν κατά καιρούς διατυπωθεί.

- Πρώτον, οι τηλεοπτικές σκηνές βίας οδηγούν σε επιθετικές τάσεις.
- Δεύτερον, επιθετικές τάσεις που ενυπάρχουν στο άτομο οδηγούν στην επιλογή βίαιων σκηνών.
- Τρίτον, επιθετικές τάσεις και επιλογή τηλεοπτικών σκηνών βίας είναι και τα δυο προϊόντα μιας τρίτης συνθήκης, οφείλονται και τα δυο σε άλλους π.χ. κοινωνικούς παράγοντες που δεν έχουν σχέση με τα μέσα επικοινωνίας.

Οι δυο πρώτες εκδοχές, μηχανιστικές και απλουστευτικές, δεν φαίνεται να τεκμηριώνεται μέσα από την έρευνα. Πρόσφατα εστιάζεται η ερευνητική προσοχή σε ποιο βαθμό τα παιδιά τηλεθεατές, οι μελλοντικοί επιθετικοί ενήλικες, ταυτίστηκαν με τους τηλεοπτικούς τους ήρωες, σε πιο βαθμό πίστεψαν ότι αυτά που βλέπουν είναι πραγματικά. Παιδιά ηλικίας πέντε ετών δεν έχουν τα γνωστικά εφόδια ώστε να αντιληφθούν ότι αυτά που συμβαίνουν στη μικρή οθόνη μπροστά στα έκθαμπα μάτια τους δεν είναι αληθινά, είναι ψεύτικα. Ακόμα και τα καρτούν θεωρούν ότι μπορεί να εισβάλλουν την επόμενη στιγμή μέσα στο δωμάτιό τους. Ένας λοιπόν από τους παράγοντες που συνδέθηκε με την επιθετικότητα του ενήλικα όταν έβλεπε ως παιδί αυτές τις σκηνές, ήταν να μην μπορεί να διακρίνει το αληθινό από το φανταστικό. Αυτό είναι όμως κάτι που χαρακτηρίζει λίγο πολύ όλα τα άτομα στην πρώτη-πρώτη παιδική ηλικία.

Σε κάθε περίπτωση είναι προφανές ότι δεν αρκεί π.χ., ένας πατέρας να δέρνει το παιδί του ή να μην έχει να φάει, για να πιστοποιηθεί η ύπαρξη ενός βίαιου περιβάλλοντος. Σημαντικό ρόλο θα παίξει το πως το παιδί το ίδιο θα ερμηνεύσει τα ερεθίσματα που έζησε στο περιβάλλον του, αν δηλαδή θα τα ερμηνεύσει ως βίαια και καταστροφικά και απειλητικά για τη ζωή του. Και αυτό είναι κάτι που δεν είναι *a priori* δοσμένο.

Η υιοθέτηση προτύπων βίας εξαρτάται τελικά από το βαθμό ομοιότητας των μηνυμάτων βίας που δέχεται κάποιος σε σχέση με τις καταστάσεις του περιβάλλοντος του. Αξίζει λοιπόν να μην εστιάζουμε αποκλειστικά και μόνον το βλέμμα μας στη μικρή οθόνη υποτιμώντας τη σημασία μιας αναπότρεπτης βίας που ενδέχεται να ζει το παιδί στη γειτονιά, στο σχολείο, στην οικογένεια.

Πολύ πιο σημαντική από την ποσοτική αποτίμηση είναι η ποιοτική αποτίμηση της τηλεοπτικής βίας. Οι εποχές που οι κακοί στα τηλεοπτικά προγράμματα -κυρίως σε σίριαλ και ταινίες-τιμωρούνταν φαίνεται πως ανήκει στο παρελθόν. Χαρακτηριστική είναι η Αμερικανική διαπανεπιστημιακή έρευνα του Ντανιέλ Λιντς. Οι κακοί ήρωες στο 40% των προγραμμάτων

– όχι μόνον δεν τιμωρούνται αλλά παρουσιάζονται ως ήρωες, έτσι ώστε τα παιδιά, να ταυτίζονται πιο εύκολα μαζί τους.

Στα τρία από τα τέσσερα προγράμματα που αναλύθηκαν ο κακός κάνει ο,τι κάνει χωρίς το ελάχιστο ίχνος τύψης η μετάνοιας. Η έρευνα έδειξε επίσης πως οι σκηνές βίας μπορεί να μην έχουν αυξηθεί σε σχέση με το παρελθόν, έχει όμως αυξηθεί το ποσοστό τους στη ζώνη υψηλής τηλεθέασης. Η βία γίνεται αποδεκτή στον παιδικό ψυχισμό σαν κάτι το φυσικό, το ενδεχόμενο. Θα έλεγα εδώ, "φυσικοποιείται" και αυτό είναι ίσως το πιο τρομαχτικό, η αίσθηση ότι η βία είναι ενταγμένη στην καθημερινότητα μας, σαν το νερό και το ψωμί. Αποκτά οικείο πρόσωπο. Δεν τρομάζει. Δεν διαταράσσει. Ιδού η πιο ύπουλη λειτουργία της μικρής οθόνης.

Έχουμε εδώ να κάνουμε με ένα φαινόμενο που δεν υποσκάπτει μόνο την ψυχική υγεία των παιδιών αλλά υπονομεύει αυτή τούτη την έννοια της ανθρώπινης ελευθερίας. Σε κάθε περίπτωση αξίζει να επισημανθεί ότι είναι άστοχος ο όρος "μαζική επικοινωνία". Δεν είναι ποτέ μαζική η επικοινωνία. Ο,τι κι αν αντιλαμβανόμαστε με τον όρο "επικοινωνία" η αλήθεια είναι ότι, όλοι βλέπουμε την ίδια εικόνα αλλά ο καθένας την εικόνα που βλέπει τη βλέπει διαφορετικά. Κι αυτό βέβαια ισχύει και για το παιδί.

Όσον αφορά στα δικαιώματα του παιδιού, ξέρετε στο όνομα της προστασίας των δικαιωμάτων τους πόσο πολύ καταστρατηγούνται αυτά τα περίφημα δικαιώματα. Πόσο για παράδειγμα, ακόμα και αυτές οι εκπομπές των reality όταν παραβιάζονται με ένα κατάφωρο τρόπο τα δικαιώματα των παιδιών όταν π.χ. εμφανίζεται η μάνα, κραυγάζουσα ότι "το παιδί είναι δικό μου", κι εμφανίζεται ο σύζυγος "όχι, τον έκανες με τον αλβανό και τι θα σε κάνω μωρή" κλπ, κι εκείνη την ίδια στιγμή, στην ώρα της υψηλής τηλεθέασης να ξέρεις ότι παρακολουθούν τα μικρά παιδιά, βλέπουνε την εκπομπή και εκτίθενται στην κακοποίηση που αλόγιστα υφίστανται.

Δε χρειάζεται να είσαι ψυχολόγος για να καταλάβεις πόσο καταστροφικές είναι τέτοιες τηλεοπτικές σκηνές, τις οποίες και λυπάμαι για το επάγγελμά μου. Ψυχολόγοι νομιμοποιούν, με την παρουσία τους και το "επιστημονικό τους" κύρος.

Θα ήθελα να τελειώσουμε αισιόδοξα, λέγοντας ότι υπάρχει κάτι να γίνει, προφανώς υπάρχει κάτι να γίνει και μπορεί κάτι να γίνει. Και θα πω αυτό που λέει ο Φρόντ για τη ζωή: "δεν είναι ποτέ ούτε τόσο όμορφη η ζωή, ούτε τόσο άσχημη όσο τη φανταζόμαστε, είναι όμως το μόνο που έχουμε". Μπορούμε να το εφαρμόσουμε στην τηλεόραση.

---

## ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΑΠΟ ΕΜΑΣ ΤΟΥΣ ΜΕΓΑΛΟΥΣ

**Νίκος Πιλάβιος**

Θα ήθελα να αρχίσω αυτό το κείμενο όχι ως Παραγωγός Παιδικού Τηλεοπτικού Προγράμματος, αλλά ως γονιός, με κάτι που είναι άμεσα συνδεδεμένο με το θέμα της προστασίας των παιδιών από την τηλεόραση: με το πρόγραμμά της. Όταν ως γονείς, λοιπόν, λέμε ότι η τηλεόραση βλάπτει τα παιδιά μας και με τα προγράμματά της και πρέπει η Πολιτεία να τα προστατεύσει, στην ουσία δεν είναι σα να λέμε ότι πρέπει να τα προστατεύσει κάποιος άλλος εκτός από μας που βάζουμε αρκετές φορές τα παιδιά μας μπροστά στην τηλεόραση, μόνο και μόνο για να βρούμε την ησυχία μας; Την περίοδο που εργαζόμουν ως Προϊστάμενος και Παραγωγός του Τμήματος Παιδικών Εκπομπών της ΕΡΤ παιζόταν ένα αμερικάνικο σήριαλ, η «Δυναστεία». Παιζόταν μία φορά την εβδομάδα, στις έντεκα το βράδυ, ακριβώς επειδή ήταν εξαιρετικής ψυχολογικής – κυρίως – βίας.

Εκείνη την εποχή άρχισαν να έρχονται και οι πρώτες θεαματικότητες, γιατί μέχρι τότε δεν υπήρχαν, και μου έκανε τρομερή εντύπωση να βλέπω σταθερά από εβδομάδα σε εβδομάδα ότι η θεαματικότητα της σειράς αυτής σε παιδιά έξι με εννιά χρονών στις έντεκα η ώρα το βράδυ ήταν 45%. Θεωρητικά έπρεπε να είναι μηδέν, κι όμως 45% των παιδιών που την άλλη μέρα το πρωί θα έπρεπε να πάνε σχολείο ξαγρυπνούσαν ως τις δώδεκα τη νύχτα για να δουν, μαζί με τους γονείς τους προφανώς, τη «Δυναστεία». Και το αποκορύφωμα; Ένα βράδυ, καλεσμένος σε ένα φιλικό σπίτι για φαί, άκουσα τη μητέρα να φωνάζει στο δωδεκάχρονο γιο της: «αν δεν τελειώσεις και τα αυριανά μαθήματα δεν έχει το βράδυ Δυναστεία». Ακόμα και τώρα που το γράφω και το έχω ακούσει με τα ίδια μου τα αφτιά, δεν το πιστεύω!

Πώς μπορούν λοιπόν να προστατευθούν τα παιδιά από τηλεοπτικά προγράμματα που τα βλάπτουν; Νομίζω ότι θα έλεγε κανείς ψέματα – έστω και ασυνείδητα – αν υποστήριζε ότι έχει βρει 100% τον τρόπο προστασίας των παιδιών από την τηλεόραση. Κάτι τέτοιο μοιάζει να νομίζει εκείνος που επινόησε την προειδοποιητική σήμανση των εκπομπών με τα σύμβολα που εμφανίζονται πάνω στη δεξιά γωνία. Φαντάζεστε ότι μπορεί ποτέ ένα παιδί, γύρω στα δέκα, που βλέπει κάτι πονηρό στην τηλεόραση μόνο του στο σαλόνι, μόλις δει το σήμα που λέει «απαιτείται η γονική συναίνεση» να σηκώνεται και να πηγαίνει τρέχοντας στην κουζίνα και να λέει, «μαμά με αφήνεις να δω την εκπομπή»; Νομίζω ότι εκείνος που επινόησε αυτά τα σύμβολα απλώς θα πρέπει να μην έχει παιδιά. Και πάντως επέτρεψε στα κανάλια να προβάλλουν ότι θέλουν, όποτε θέλουν, χωρίς ενοχές και δισταγμούς, αφού τους έδωσε το άλλοθι ότι προειδοποιούν.

Στη δική μου εποχή, πριν εμφανιστεί η τηλεόραση, υπήρχε μόνο ο κινηματογράφος. Ήταν ή κατάλληλος, ή ακατάλληλος και ή σε πηγαίνανε ή δεν σε πηγαίνανε. Αυτό θα πει, «καθαρές δουλειές». Τώρα τα παιδιά μπορούν – κάνει δεν κάνει – να δουν ό,τι θέλουν. Και τι βλέπουν; Βλέπουν άθλιους ανθρώπους, σκουπίδια της κοινωνίας, καθάρματα, μαφιόζους, ελε-

εινούς τύπους στις αμερικάνικες ταινίες, που εξιδανικεύονται και ηρωποιούνται, «παιγμένονι» από μεγάλους λαμπερούς ηθοποιούς σαν τον Μάρλον Μπράντο, τον Ρόμπερτ Ντε Νίρο κ.λπ. Όταν είσαι παιδί - ή και νέος ακόμα- και βλέπεις τον Αλ Πατσίνο που είναι τόσο γοητευτικός να είναι ένας φριχτός έμπορος ναρκωτικών, εξοικειώνεσαι με όλα αυτά τα πράγματα. Γι' αυτό έχουμε φτάσει σε μία εποχή όπου ένας καυγάς ανάμεσα σε οδηγούς αυτοκινήτου, καταλήγει να βγάξει ο ένας πιστόλι και να πυροβολεί φυσικότητα τον άλλον.

Αυτού του είδους την εξοικείωση κανένα Ραδιοτηλεοπτικό Συμβούλιο δεν μπορεί πια να την σταματήσει: κανένα «προειδοποιητικό σύμβολο» κατάταξης των τηλεοπτικών εκπομπών. Αλλά, ας υποθέσουμε ότι αυτά τα προειδοποιητικά σύμβολα είναι κάποια λύση. Πού θα έπρεπε να μπαίνουν οπωσδήποτε; Ποιο είναι το πιο βίαιο πρόγραμμα της τηλεόρασης; Είναι ή δεν είναι οι ειδήσεις; Μπαίνει εκεί σύμβολο; Όχι. Κι αν έμπαινε και σε αυτές σύμβολο, τότε δε θα έπρεπε να μπαίνει κι εκεί όπου γίνεται η μεγαλύτερη πλύση εγκεφάλου; Στις διαφημίσεις; Πιθανόν να αντιτάξει κανείς ότι επιστημονικά, αυτό δεν είναι πλύση εγκεφάλου. «Επιστημονικά», μπορεί να μην είναι: στην πράξη είναι. Γι' αυτό απαγορεύεται η διαφήμιση παιχνιδιών.

Και δεν είναι υποκρισία να απαγορεύουμε, από τη μια μεριά, τη διαφήμιση παιχνιδιών, αλλά να επιτρέπουμε, από την άλλη τη διαστρέβλωση του σεξουαλισμού των παιδιών στην τρυφερή μορφή που υπάρχει σε αυτά λέγοντάς τους ότι: «για να γίνουν γυναίκες που οι άντρες θα πέφτουν στα πόδια τους» ή «άντρες που οι γυναίκες θα πέφτουν στα πόδια τους», θα πρέπει να έχουν το τάδε κινητό, εκείνη τη μάρκα αυτοκίνητο, να πίνουν ετούτη τη μάρκα ουίσκι, μαρτίνι ή μπύρα, κι ακόμα τα αγόρια να φοράνε μια ειδική κολώνα που σε κάνει σοκολάτα και σε τρώνε κομμάτι-κομμάτι στο δρόμο τα κορίτσια κι εσύ χαμογελάς σαν ηλίθιος; Αν έχει κανείς την υπομονή να καθίσει μια μέρα στην τηλεόραση, έτσι σαν παιχνίδι, και δει τις διαφημίσεις παίρνοντας προσωπικά ό,τι λένε δηλαδή τι πρέπει να κάνεις για να είσαι πραγματική γυναίκα ή πραγματικός άντρας και να αρέσεις στο αντίθετο φύλο, μπορεί να γελάσει με την καρδιά του. Αλλά τα παιδιά τεσσάρων ως έντεκα χρονών, τι παθαίνουν όταν το βλέπουν αυτό;

Όλα τα παραπάνω οδηγούν, ως μια εισαγωγή απαραίτητη, για να οδηγηθεί κανείς στη σημασία της παραγωγής τηλεοπτικού προγράμματος ειδικά, για παιδιά. Η τηλεόραση απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες. Απευθύνεται σε ανθρώπους κάθε κοινωνικής τάξης, κάθε οικονομικού και μορφωτικού επιπέδου. Δεν μπορεί όλο το πρόγραμμά της, εκτός αν είναι ειδικό παιδικό κανάλι, να κανονίζεται σύμφωνα με το γεγονός ότι τη βλέπουν μόνο παιδιά. Οπότε το ερώτημα είναι: Μήπως ο βασικός τρόπος προστασίας των παιδιών από την τηλεόραση, βρίσκεται στην παραγωγή παιδικού προγράμματος; Δηλαδή: Ένας ρεαλιστικός - πρακτικός, όχι θεωρητικός και «ευχολογικός» - τρόπος προστασίας των παιδιών από την πλευρά της ίδιας της τηλεόρασης δεν θα ήταν η παραγωγή καθημερινού ελληνικού παιδικού προγράμματος; Σίγουρα θα απαντούσε κανείς «ΝΑΙ». Αλλά διαβάζοντας κανείς ένα οποιοδήποτε τηλεπεριοδικό και παρακολουθώντας τις παιδικές εκπομπές που αναφέρονται σ' αυτό για μια ολόκληρη εβδομάδα, σε όλα τα κανάλια, θα έβλεπε ότι η απάντηση της ελληνικής τηλεόρασης είναι, «ΟΧΙ». Και να με ποια κριτήρια βγαίνει αυτό το συμπέρασμα:

---

Πρώτον: Ελληνικό παιδικό πρόγραμμα δεν είναι οι μεταγλωττισμένες στα ελληνικά γιαπωνέζικες, αμερικάνικες, γερμανικές και λοιπά εκπομπές κινουμένων σχεδίων. Όσο τέλειες κι αν είναι κι όσο ευγενικά μηνύματα κι αν στέλνουν, απλώς είναι μεταφρασμένο στα ελληνικά γιαπωνέζικο, αμερικάνικο κ.λπ. παιδικό πρόγραμμα.

Δεύτερον: Δεν είναι ελληνικό παιδικό πρόγραμμα να βλέπεις μισή ώρα κάθε μέρα έναν παρουσιαστή που διαβάζει γράμματα παιδιών, δείχνει ζωγραφιές τους και κάνει αστεία με μερικά άλλα παιδάκια που ζωγραφίζουν στο πλατό μαζί του.

Τρίτον: Δεν είναι ελληνικό παιδικό πρόγραμμα όταν δύο ηθοποιοί ο ένας ντυμένος κάποιο ζώο, λένε διάφορα συνδετικά αστεία για δευτερόλεπτα για να διαφημίσουν, στην ουσία, CD με παιδικά τραγούδα παραγωγής του καναλιού.

Τέταρτον: Ελληνικό παιδικό πρόγραμμα είναι εκείνο που ασχολείται σοβαρά με την ψυχαγωγία, την ενημέρωση και την καλλιέργεια των παιδιών από τεσσάρων έως δώδεκα χρόνων, αντλώντας τα θέματά του από την ελληνική παιδική λογοτεχνία, τις ανάγκες και τους προβληματισμούς των παιδιών που ζουν μέσα στην ελληνική κοινωνία και που μέσα από την ψυχαγωγία περνάει τις αξίες της ελληνικής παράδοσης· του ελληνισμού που η φυσιογνωμία του χαρακτηρίζεται από ό,τι ονόμασε ο Σεφέρης «ελληνικότητα». Και ο Σεφέρης δεν υπήρξε εθνικιστής που έβγαζε λαϊκίστικες πατριωτικές κορώνες, τύπου «πατρίς, θρησκεία, οικογένεια».

Αξίζει πραγματικά τον κόπο να ανοίξει κανείς ένα οποιοδήποτε τηλεπεριοδικό και να αναζητήσει μέρα-μέρα, σε όλα τα κανάλια, το παιδικό τους πρόγραμμα με τα παραπάνω κριτήρια. Νομίζω ότι θα δει ακριβώς αυτά που αναφέρθηκαν πιο πάνω.

Και για να μην μείνουμε σε θεωρίες και διαπιστώσεις, αλλά να περάσουμε και σε κάτι πρακτικό, πρέπει να αναρωτηθούμε: «Μπορεί να επέμβει η Πολιτεία ώστε να υπάρχει σταθερά παραγωγή και μετάδοση ενός πραγματικά ελληνικού παιδικού προγράμματος»; Κατ' αρχήν στην κρατική τηλεόραση μπορεί να το κάνει με νόμο, και στην ιδιωτική παρέχοντας οικονομικά κίνητρα.

Στην τριετία 1974 – 1978, η Ε.Τ.1 είχε ένα ελληνικό παιδικό πρόγραμμα που ήταν 1,5 ώρα μόνο την εβδομάδα, κι αυτό μόνο τα Σαββατοκύριακα. Από το 1978 έως το 1987 το παιδικό πρόγραμμα είχε φτάσει κατά μέσο όρο στις 2,5 ώρες την ημέρα, καθημερινά και με το 70% του προγράμματος ελληνικό. Αλλά ελληνικό παιδικό πρόγραμμα όλων των τηλεοπτικών ειδών: από ειδήσεις για παιδιά, έως σήριαλ βασισμένα στην ελληνική παιδική λογοτεχνία.

Από τα μέσα του 1988 το πρόγραμμα αυτό άρχισε να μειώνεται, μέχρι να φτάσει στις αναλογίες και στο είδος που είναι σήμερα, με μία ενδιάμεση περίοδο - τη χειρότερη - που κράτησε δύο με τρία χρόνια και ήταν κυριολεκτικά στο μηδέν, γιατί ο τότε Γενικός Διευθυντής θεωρούσε το παιδικό πρόγραμμα άχρηστο επειδή, «η κόρη του δεν έβλεπε παιδικά προγράμματα» κι έτσι το κατήργησε.

Το παιδικό πρόγραμμα δεν μπορεί να καλύπτεται ολόκληρο από ξένες ταινίες, ακόμα κι αν είναι του Ντίσνεϋ· δεν μπορεί μία να υπάρχει και μία να μην υπάρχει· μία να είναι ελλeni-

κό και μία να είναι ξένο· άλλοτε να παίζεται το πρωί, κι άλλοτε να παίζεται το βράδυ. Τι μπορεί να γίνει, λοιπόν, από την πλευρά της Πολιτείας - στην κρατική τηλεόραση κατ' αρχήν - για την παραγωγή και μετάδοση ελληνικού προγράμματος; Θα έπρεπε με νόμο να οριστούν στο οργανόγραμμα της Ε.Ρ.Τ. τα εξής:

- Πόσες ώρες παιδικό πρόγραμμα θα υπάρχει ημερησίως.
- Ποιες ηλικίες θα καλύπτει.
- Ποιες ώρες της ημέρας θα μεταδίδεται.
- Σε τι ποσοστό θα είναι ελληνικό και σε τι ξένο.
- Ποιες κατηγορίες τηλεοπτικών εκπομπών θα καλύπτει.

Και για την ιδιωτική τηλεόραση τι μπορεί να γίνει; Εκεί φυσικά τα πράγματα δεν είναι τόσο απλά, καθώς πρόκειται για εμπορικές επιχειρήσεις όπου το κράτος δεν μπορεί να τους επιβάλλει μια υψηλή δαπάνη παραγωγής με ελάχιστες ή καθόλου πιθανότητες όχι μόνο κέρδους, αλλά και επιστροφής της δαπάνης.

Μπορεί όμως να δώσει κίνητρα, με διάφορους έμμεσους τρόπους, χωρίς οικονομική επιβάρυνση τόσο της Πολιτείας, όσο και των ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών. Είναι σίγουρο ότι μπορούν να δοθούν τέτοια οικονομικά κίνητρα ώστε να υπάρξει παραγωγή σοβαρού ελληνικού παιδικού προγράμματος και στα ιδιωτικά κανάλια.

Είναι πολύ πιθανόν η Πολιτεία να δώσει λύση στο πρόβλημα του ελληνικού τηλεοπτικού παιδικού προγράμματος, αλλά η προστασία των παιδιών είναι μόνο ευθύνη του κράτους, των ΜΜΕ; Και οι γονείς, το σχολείο, δεν έχουν ευθύνη; Η κοινωνία; Κι όταν λέμε κοινωνία είναι κάτι μεταφυσικό και αφηρημένο, δεν είμαστε εμείς οι ίδιοι; Μήπως λοιπόν το θέμα της σχέσης παιδιών και τηλεόρασης είναι κάτι εξαιρετικά σοβαρό για να αφηθεί μόνο στα χέρια τηλεοπτικών φορέων κάθε είδους, κρατικών και ιδιωτικών; Μήπως το μεγαλύτερο μέρος της ευθύνης, σίγουρα όχι όλο, αλλά το μεγαλύτερο ανήκει στους γονείς; Μήπως τα προβλήματα των παιδιών έχουν σχέση κυρίως με το ότι οι γονείς δεν έχουν καιρό για τα παιδιά τους, καθώς είναι απασχολημένοι με τα δικά τους προβλήματα: πώς θα κερδίσουν τη ζωή τους, πώς θα αυξήσουν την περιουσία τους ή τη δύναμή τους, το κύρος τους, το γόητρό τους· πώς θα συμβιώσουν με τον ή την σύντροφο που βιαστικά και επιπόλαια παντρεύτηκαν κ.λπ. κ.λπ. Έτσι είναι που δεν υπάρχει ουσιαστική σχέση ανάμεσα σε γονείς και παιδιά.

Δεν λέει κανείς ότι αυτός είναι ο μόνος λόγος, αλλά δεν είναι ένας από τους σπουδαιότερους; Η μάνα και ο πατέρας τρέχουν στις δουλειές τους και τα παιδιά παρκάρονται μπροστά στην τηλεόραση ή στα σχολεία. Κι εκεί στο σχολείο, ενθαρρύνεται ο ανταγωνισμός και δεν υπάρχει ουσιαστική επικοινωνία, ανθρώπινη ανάμεσα στον μαθητή και στο δάσκαλο επειδή κι αυτός είναι απασχολημένος με τα δικά του προβλήματα. Έτσι, τα παιδιά δεν προετοιμάζονται για να κατανοήσουν αυτό το μυστήριο και θαύμα που είναι η ζωή, αλλά απλώς για να βγάζουν το ψωμί τους. Κι έτσι πάει και το «ευ ζην». Δεν είναι λοιπόν και το σχολείο άλλος ένας

---

λόγος των προβλημάτων των παιδιών και της έλλειψης προστασίας τους;

Παίρνοντας, λοιπόν, όλα αυτά υπόψη τι θα κάνουμε με τα παιδιά; Είναι ευαίσθητα, ξύπνια, περίεργα, τρυφερά, ανοιχτά, έτοιμα να ρουφήξουν οτιδήποτε, αλλά δεν έχουν στοργή και αγάπη παρά μόνον ευκαιριακά, όποτε οι μεγάλοι έχουν λίγο καιρό γι' αυτό. Κι ύστερα, φταίει μόνο η τηλεόραση; Φταίει, αλλά η τηλεόραση είμαστε εμείς, η τηλεόραση είναι η εικόνα μας. Κι όταν αναρωτιόμαστε πώς θα προστατεύσουμε τα παιδιά από αυτήν μήπως στην ουσία αναρωτιόμαστε πώς θα τα προστατεύσουμε από εμάς; «Εμάς», τους μέσα και έξω από την τηλεόραση.

## ΠΑΙΔΙΑ ΚΑΙ ΜΜΕ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

**Χρήστος Παναγόπουλος**

Η διαπίστωση πως η τηλεόραση αποτελεί σήμερα το κυρίαρχο Μέσο όχι μόνον επικοινωνίας αλλά και διαμόρφωσης κοινωνικών τάσεων και συμπεριφορών, συνιστά κοινό τόπο για την πλειονότητα των ανθρώπων, εκτός ίσως των ίδιων των ανθρώπων της τηλεοπτικής αγοράς που περιέργως πως, θέλουν να την αρνούνται.

Για όλους δε εμάς, που έχουμε υπηρετήσει το κοινωνικό σύνολο, μέσα από διάφορους φορείς και θέσεις, στους χώρους της πολιτικής, της επιστήμης, της δημοσιογραφίας, της τέχνης και της διανοήσεως, ακόμα - ακόμα και του συνδικαλισμού, αυτή η διαπίστωση ούτε θετική μπορεί να χαρακτηριστεί, ούτε και προοπτική αισιόδοξη μπορεί να αποτελέσει. Είναι όμως η πραγματικότητα.

Η τηλεόραση έχει πάρει τη θέση της αρχαίας εστίας. Γύρω από αυτή συγκεντρώνεται η οικογένεια, εκεί ψυχαγωγείται, εκεί ενημερώνεται, από τη θεματολογία της ξεκινούν οι πρώτες συζητήσεις, που την επόμενη ημέρα θα συνεχισθούν στο χώρο εργασίας, στην παρέα, στο σχολείο και τις παιδικές συντροφιάς. Όποιος την προηγούμενη δεν έχει παρακολουθήσει τα όσα σοβαρά, λιγότερο σοβαρά, γελοία, ακραία ή περίεργα έχει δείξει η μικρή οθόνη, κινδυνεύει να βρεθεί εκτός της όποιας συζήτησης αλλά και εκτός κοινωνικού περιγύρου, χαρακτηριζόμενος ως «ακοινωνητος», στην περίπτωση που αυτό γίνεται κατ' εξακολούθηση.

Ο λόγος, βεβαίως, για τον οποίο οι άνθρωποι της τηλεόρασης αρνούνται αυτό το ρόλο, είναι πρόδηλος μια και η αποδοχή του συνεπάγεται τη διαχείριση ενός τρομερού βάρους κοινωνικής ευθύνης. Έτσι, προτιμάται η βολικότερη θεωρία ότι οι ίδιοι απλώς μεταφέρουν αυτά που το κοινωνικό σύνολο παράγει και βιώνει. Η αλήθεια όμως είναι σκληρή. Μέσα από τον τρόπο που διαχειρίζονται την ενημέρωση, μέσα από το στήσιμο των προγραμμάτων τους και την επιλογή των προσώπων που τις υλοποιούν, παράγεται κοινωνική πρώτη ύλη, διαμορφώνονται χαρακτήρες νέων ανθρώπων, πλάθονται συμπεριφορές και μοντέλα.

Το ζήτημα, λοιπόν, είναι πώς οι τηλεοπτικοί σταθμοί διαχειρίζονται αυτή την τεράστια και ακλόνητη επί του παρόντος δύναμη που έχουν σωρεύσει. Μια δύναμη που μόνον στο μέλλον, μπορεί να απειληθεί από τον μοναδικό ανταγωνιστή της: το Ίντερνετ και την Κινητή Τηλεόραση.

Τι κάνουν οι άνθρωποι που χειρίζονται τις τηλεοπτικές μας τύχες, προκειμένου να προστατέψουν τα παιδιά από την υπερέκθεση στο «φθηνό» και να τα βοηθήσουν στην αναζήτηση του υγιούς και του ορθού;

Η απάντηση σ' αυτή την ερώτηση, με όρους τηλεοπτικής αγοράς, είναι ακόμα πιο σκληρή από την προηγούμενη διαπίστωση περί κοινωνικής κυριαρχίας της τηλεόρασης.

Τα παιδιά στην «αγορά» μας - και λέω στην αγορά μας διότι και εγώ τα τελευταία χρόνια διαχειρίζομαι μέρος της - αντιμετωπίζονται ως «target group». Ως «κοινό - στόχος» δηλαδή. Ούτε ως νεαροί και άρα ιδιαίτερα εύπιστοι στην υπερβολή πολίτες, ούτε ως παιδιά που έχουν ανάγκη απορρόφησης γνώσης και αντίληψης πραγματικότητας. Τίποτα από όλα αυτά.



---

«Target – groups» - Ηλικίες 6 -14, 15 -24, 24 - 45. Ηλικίες που αν επιτύχεις να τις συνεπάρεσαι, τότε θα απολαύσεις τον καρπό της διαφήμισης. Και ο καρπός αυτός είναι ιδιαίτερα γλυκός και πλούσιος για το «target group» 15 – 24 που θεωρείται ο δεύτερος πιο «δυναμικός» αγοραστικά μετά το group 25 – 44. Άρα οι τηλεοπτικοί σταθμοί «στήνουν» εμπορικά επάνω σε αυτό το κοινό , προετοιμάζοντας το έδαφος για να ακολουθήσει η ηλικιακή ομάδα 6 - 14 ετών.

Όσο μεγαλύτερη η επιτυχία των προγραμμάτων, τόσο περισσότερα τα έσοδα. Όσο περισσότερο «βυθιστούν» οι ηλικιακές αυτές ομάδες στο ημερήσιο τηλεοπτικό πρόγραμμα ενός σταθμού, τόσο καλύτερα θα είναι τα πράγματα για το εμπορικό τμήμα του σταθμού.

Άρα, ας μην αναζητούμε ζώνες, παιδικά προγράμματα και «προστασία». Τα κανάλια, με κυρίαρχα βεβαίως τα ιδιωτικά που φυσικό είναι να επιδιώκουν κέρδος, «στήνουν» το πρόγραμμα όλης της ημέρας και κυρίως το «prime time», τις ζώνες δηλαδή υψηλής τηλεθέασης, πάνω ακριβώς σε αυτά τα ευαίσθητα «target group» 15 – 24 και δευτερευόντως 6 – 14.

Μα, θα πείτε η Πολιτεία τι κάνει, αν έτσι έχουν τα πράγματα; Η απάντηση είναι πως κάνει ό,τι μπορεί. Η Πολιτεία έχει θεσπίσει σειρά ρυθμίσεων και μέτρων που στόχο έχουν την προστασία του παιδιού και του εφήβου τόσο ως χρήστη των παραδοσιακών και νέων Μέσων όσο και ως δέκτη μηνυμάτων.

Η εθνική αλλά και η ευρωπαϊκή νομοθεσία προβλέπουν ρυθμίσεις για την προστασία των ανηλίκων, από την επίδραση των τηλεοπτικών απεικονίσεων, της πορνογραφίας, της τηλεοπτικής διαφήμισης, από την αυθαίρετη επέμβαση των Μέσων στην ιδιωτική ζωή των παιδιών καθώς και από την οποιαδήποτε εκμετάλλευση των νέων τόσο από τα ειδησεογραφικά όσο και από τα ψυχαγωγικά προγράμματα.

Ταυτόχρονα ανεξάρτητες αρχές όπως ο Συνήγορος του Παιδιού και το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης δραστηριοποιούνται στον τομέα της προστασίας ανηλίκων, ενώ θεσμικοί φορείς όπως το υπουργείο Παιδείας και οι Γενικές Γραμματείες Επικοινωνίας και Ενημέρωσης αλλά και το Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, εκπονούν έρευνες, διοργανώνουν ημερίδες και συνέδρια, στοχευμένα απολύτως στους νέους και τη σχέση τους με τα Μέσα, προτείνοντας ή υιοθετώντας μέτρα και δράσεις για παιδιά και εφήβους. Όμως όσες κανονιστικές διατάξεις και αν υπάρχουν όσες ρυθμίσεις και αν επιβληθούν στα ΜΜΕ, όσες απαγορεύσεις και αν θέσουν γονείς ή σχολεία, τίποτα δεν μπορεί να συγκριθεί με τη δύναμη της εικόνας που διαχειρίζονται τα κανάλια και ιδιαίτερα αυτά που φθάνουν ελεύθερα στο σπίτι.

Είναι περισσότερο στα χέρια και στα μυαλά τα δικά μας, όσοι διαχειριζόμαστε το τόσο δυνατό και συγχρόνως ευπαθές μέσο, που είναι η τηλεόραση, να βρούμε τη δύναμη να τηρήσουμε ισορροπίες και αναλογίες τέτοιες που να μην βλάπτουν τις νέες γενιές, τις γενιές που σύντομα θα μας αντικαταστήσουν σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής μας, χωρίς ταυτόχρονα το πρόγραμμα να γίνεται αντιεμπορικό ή «δασκαλιστικό».

Και εδώ ως πρόεδρος της ΕΡΤ, επειδή ακριβώς δεν ζω με την ένταση και την πίεση του κέρδους που αντιμετωπίζουν οι ιδιώτες, μπορώ να πω ότι αν αναζητήσει κανείς με πιο κα-

θαρό μυαλό τις κατάλληλες λύσεις, αυτές υπάρχουν. Και υπάρχουν, διότι το πρόβλημα δεν είναι μόνον ελληνικό, είναι διεθνές. Και ως τέτοιο έχει απασχολήσει όλους τους μεγάλους σταθμούς και τα μεγάλα στούντιο παραγωγής τηλεοπτικού προγράμματος σε όλο τον κόσμο. Και οι απαντήσεις έχουν δοθεί. Είναι θέμα διάθεσης όσων διαχειριζόμαστε τηλεοπτικό χρόνο, και γενναίων αποφάσεων με άξονα την κοινωνική ευθύνη που αναλογεί σε μας και δεν είναι μικρή. Ως ΕΡΤ έχουμε την πολυτέλεια να υποστηρίζουμε ότι τα προγράμματά μας, σχεδόν στο σύνολό τους καθορίζονται από τις αρχές εκείνες που οι νόμοι λειτουργίας μιας δημόσιας τηλεόρασης ορίζουν.

Τα εκπεμπόμενα προγράμματά μας, η αγορά ξένου και ελληνικού προγράμματος για παιδιά και νέους αντιμετωπίζεται με σοβαρότητα και υπευθυνότητα ώστε με ελκυστικό τρόπο να επιτυγχάνεται το δίπολο ψυχαγωγία και επιμόρφωση. Αποφεύγουμε τον προγραμματισμό ακραίων εκπομπών κάθε είδους, παρ' όλο που γνωρίζουμε ότι αυτό κοστίζει και σε όρους τηλεθέασης και εμπορικά.

Είμαστε ο μόνος τηλεοπτικός φορέας στην Ελλάδα στον οποίο υπάρχουν ειδικά σχεδιασμένα παιδικά και νεανικά προγράμματα, ελληνικά και ξένα, συμπαραγωγές με μεγάλα ξένα δίκτυα, αναθέσεις και αγορές παιδικών προγραμμάτων που δεν αλλοιώνουν τον ψυχισμό των παιδιών και των εφήβων, προγράμματα που καθρεφτίζουν το σήμερα, τις αγωνίες, τις αναζητήσεις και τα όνειρα των ανηλίκων χωρίς παραμορφωτικό καθρέφτη.

Ταυτόχρονα, η ΕΡΤ φιλοξενεί προγράμματα της Εκπαιδευτικής τηλεόρασης του Υπουργείου Παιδείας, έναν προνομιακό μηχανισμό διάχυσης της γνώσης μέσω προγραμμάτων εξ αποστάσεως εκπαίδευσης και εκπομπών γενικής παιδείας και πληροφόρησης. Η Διεύθυνση εκπαιδευτικής τηλεόρασης καλύπτει τηλεοπτικά το σύνολο της ελληνικής επικράτειας μέσα από το ανοιχτό κύκλωμα της Δημόσιας Ραδιοτηλεόρασης και ορισμένους τοπικούς και περιφερειακούς τηλεοπτικούς σταθμούς. Περισσότερες από 600 μορφωτικές και εκπαιδευτικές εκπομπές προβάλλονται κάθε χρόνο από την ΕΤ-1.

Παράλληλα μέσω της Διεύθυνσης Περιφερειακών σταθμών της Ελληνικής Ραδιοφωνίας και σε συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας - Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και το ΙΟΜ υλοποιούμε ειδικό πρόγραμμα που στόχο έχει την εκπαίδευση και εξοικείωση των παιδιών με τις πρακτικές και τον τρόπο λειτουργίας των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας. Με επίκεντρο το ραδιόφωνο και με τη χρήση ψυχαγωγικών και εκπαιδευτικών μεθόδων, τα παιδιά καλούνται να μάθουν και να συμμετάσχουν ενεργά σε όλα τα στάδια παραγωγής μιας ραδιοφωνικής εκπομπής, μπαίνοντας στη θέση του παραγωγού, του ηχολήπτη, του εκφωνητή και του δημοσιογράφου. Παράλληλα, το πρόγραμμα περιλαμβάνει σύντομες παρουσιάσεις από στελέχη της ΕΡΤ και του ΙΟΜ σχετικά με την ιστορία, τον τρόπο λειτουργίας και τα επαγγέλματα των σύγχρονων Μέσων Επικοινωνίας ενώ συνοδεύεται και από τη διανομή ενημερωτικών εντύπων που σχεδίασε και υλοποίησε το Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων για την ιστορική εξέλιξη και τις νέες τεχνολογίες των ΜΜΕ στην ψηφιακή εποχή.

---

Μέχρι σήμερα, το ειδικό αυτό πρόγραμμα το έχουν παρακολουθήσει 21.000 παιδιά, αριθμός διόλου ευκαταφρόνητος.

Μια άλλη δράση της ΕΡΤ, για υπεύθυνη ακρόαση αυτή τη φορά, είναι η συνεργασία της με το δίκτυο ΠΑΙΔΕΙΑ ΜΕ ΟΡΑΜΑ, στο πλαίσιο της οποίας υλοποιούμε σειρά εκπαιδευτικών προγραμμάτων για μαθητές της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης σχετικά με τα είδη και τις περιόδους της μουσικής. Οι μαθητές με ευθύνη των σχολείων τους συμμετέχουν στο πρόγραμμα που υλοποιεί η Διεύθυνση Μουσικών Συνόλων της ΕΡΤ με στόχο την καλλιέργεια μουσικής συνείδησης. Μόνον τον τελευταίο χρόνο, 3000 μαθητές από 48 σχολεία, είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν τη μουσική έτσι όπως μοναδικά αποκαλύπτουν τα μυστικά της οι ίδιοι οι άνθρωποι που την υπηρετούν.

## ΑΥΤΟΥΘΜΙΣΗ – ΚΩΔΙΚΕΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ

### Αρχοντούλα Παπαναγιώτου

Ως εκπρόσωπος της Ένωσης Ιδιωτικών Τηλεοπτικών Σταθμών Εθνικής Εμβέλειας (Ε.Ι.ΤΗ.Σ.Ε.Ε.) χαιρετίζω την πρωτοβουλία της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας-Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και του Υπουργού Επικρατείας και Θεόδωρου Ρουσόπουλου, αναφορικά με την έναρξη δημόσιου διαλόγου για την προστασία των ανηλίκων από τους κινδύνους που ενδεχομένως επιφυλάσσουν τα ραδιοτηλεοπτικά προγράμματα των ΜΜΕ. Αυτή η δημόσια διαβούλευση αποτελεί για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, και σε κάθε περίπτωση για την Ε.Ι.ΤΗ.Σ.Ε.Ε., επιτακτική ανάγκη, δεδομένου ότι η ψυχική, ηθική και σωματική ακεραιότητα των ανηλίκων, αποτελεί ύψιστο αγαθό που κάθε συντεταγμένη πολιτεία και κράτος δικαίου οφείλει να προστατεύει.

Πέραν, ωστόσο, από κοινώς αποδεκτή ανάγκη, η έναρξη δημοσίου διαλόγου για τα ζητήματα που άπτονται της προστασίας των ανηλίκων από τα ΜΜΕ αναδείχτηκε ως ανάγκη και υποχρέωση και μέσα από το ευρύτερο κοινοτικό θεσμικό πλαίσιο, το οποίο έθεσε εξ αρχής δηλαδή ως βασική προτεραιότητα για τον ενιαίο κοινοτικό χώρο των ραδιοτηλεοπτικών υπηρεσιών, την προστασία των παιδιών. Πιο συγκεκριμένα τόσο η υπ. αριθμ. 89/552 Οδηγία του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της 3<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 1989 «για το συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών-μελών σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων» - γνωστή ως *Τηλεόραση Χωρίς Σύνορα* - , στο άρθρο 22 όσο και στο άρθρο 22β2 της υπ' αριθμ. 97/36 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 30<sup>ης</sup> Ιουνίου 1997 τροποποίηση της Οδηγίας « Τηλεόραση Χωρίς Σύνορα», προέβλεπαν μεταξύ άλλων την σκοπιμότητα συμμετοχής όλων των εμπλεκόμενων φορέων, όπως ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών, παραγωγών οπτικοακουστικών προγραμμάτων, ειδικών επιστημόνων για την παιδεία και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης καθώς και σχετικών συλλόγων, στα πλαίσια ενιαίου δημοσίου διαλόγου με στόχο την αποτελεσματικότερη εφαρμογή της οδηγίας σημαντικό τμήμα και επιταγή της οποίας είναι η προστασία των ανηλίκων. Η ψήφιση στις 11-12-2007 της νέας οδηγίας υπ. αριθμ. 2007/65 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, η οποία αποτελεί την νέα τροποποίηση της οδηγίας ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΧΩΡΙΣ ΣΥΝΟΡΑ, επικυρώνει αυτή την ανάγκη αναγορεύοντας ως πλέον αποτελεσματικό μέσο για την επίτευξη της προστασίας την ενεργό συμμετοχή και πείρα όλων των εμπλεκόμενων φορέων. Όπως αναργώς αναφέρεται στο προοίμιο της νέας οδηγίας «*Τα μέτρα για την επίτευξη στόχων δημοσίου συμφέροντος (όπως είναι αδιαμφισβήτητα εν προκειμένω η προστασία των ανηλίκων) στον αναδύμενο τομέα των υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων θα είναι αποτελεσματικότερα, εάν ληφθούν με την ενεργό υποστήριξη των ιδίων των παρόχων*». Παράλληλα το αναθεωρημένο άρθρο 3 παρ. 7 της εν λόγω τροποποιητικής οδηγίας προβλέπει ότι «*Τα κράτη μέλη ενθαρρύνουν καθεστώςτα συρρύθμισης ή/και αυτορύθμισης σε εθνικό επίπεδο στους τομείς που συντονίζει η παρούσα οδηγία στο βαθμό που τα νομικά τους συστήματα το*

---

*επιτρέπουν. Τα εν λόγω καθεστώτα θα πρέπει να είναι ευρύτερα αποδεκτά από τους κύριους ενδιαφερόμενους στα οικεία κράτη μέλη και να προβλέπεται η ουσιαστική επιβολή της εφαρμογής τους.»*

Αυτό όμως που καθιστά το εν λόγω εγχείρημα του ανοικτού δημοσίου διαλόγου πρόκληση για όλους μας, είναι η συνεκτίμηση της πείρας, θετικής ή αρνητικής, που έχουμε αποκομίσει από την έως τώρα διαχείριση του τόσο ευαίσθητου αυτού τομέα της προστασίας των ανηλίκων στα πλαίσια της ραδιοτηλεοπτικής δραστηριότητας.

Η δυνατότητα για δημόσια διαβούλευση και συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων φορέων στη διαμόρφωση ενός αποτελεσματικού πλαισίου προστασίας των ανηλίκων δεν είναι κάτι νέο για την Χώρα μας. Πέρα από την ενσωμάτωση των ως άνω οδηγιών, στο νομικό μας σύστημα ήδη από το έτος 1995 και στα πλαίσια του Ν. 2328/1995 άρθρο 3 παρ. 16 και 17, υπάρχει ρητή πρόβλεψη για τη δυνατότητα θέσπισης κωδίκων δεοντολογίας ή συναφών κανονιστικών πράξεων ως προς το περιεχόμενο τηλεοπτικών προγραμμάτων μετά από συλλογική διαπραγμάτευση των εμπλεκόμενων φορέων και στην κατεύθυνση της από κοινού με το ΕΣΡ συρύθμισης των ζητημάτων αυτών. Το ΕΣΡ όφειλε να λαμβάνει υπόψη του τις σχετικές πράξεις και να συνεργάζεται με τις προβλεπόμενες επιτροπές που θα αναδεικνύονταν μεταξύ άλλων από τη συλλογική διαπραγμάτευση. Η δυνατότητα αυτή για δημόσιο διάλογο και συλλογική διαπραγμάτευση, με στόχο την συνεργασία μεταξύ φορέων και Πολιτείας, αν και προβλεπόμενη ήδη από το θεσμικό νόμο για τα ΜΜΕ, παρέμεινε έως σήμερα σε επίπεδο εξαγγελίας λόγω ευθυνών και αδικαιολόγητης αδράνειας όλων των εμπλεκόμενων φορέων, ήτοι των τηλεοπτικών σταθμών, της οπτικοακουστικής βιομηχανίας και των δημοσιογραφικών ενώσεων αφενός και των κρατικών φορέων και του Ραδιοτηλεοπτικού Συμβουλίου αφετέρου.

Αποτέλεσμα του γεγονότος ότι ουδέποτε αξιοποιήθηκε στην χώρα μας η ουσιαστική αυτή δυνατότητα που είχαμε για δημόσια διαβούλευση, ήταν η Χώρα μας απλά να ενσωματώσει χωρίς καμία περαιτέρω εξειδίκευση τη σχετική οδηγία, ακολουθώντας ελλιπείς και αόριστες διατυπώσεις. Έτσι στο άρθρο 3 παρ. 14<sup>ο</sup> του ν. 2328/1995, προβλέπεται ότι «*οι ιδιωτικοί τηλεοπτικοί σταθμοί οφείλουν να μη μεταδίδουν προγράμματα, τα οποία ενδέχεται να βλάψουν σοβαρά τη σωματική, διανοητική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων και ιδίως προγράμματα που περιέχουν πορνογραφικές σκηνές ή σκηνές άσκοπης βίας*», το δε άρθρο 10 του π.δ. 77/2003 που αποτελεί τον Κώδικα Δεοντολογίας Ειδησεογραφικών – δημοσιογραφικών – πολιτικών εκπομπών», ορίζει ότι απαγορεύεται η παρουσίαση «*ανηλίκων μέσω εικόνας, ονόματος ή άλλου τρόπου που να καθιστά σαφή την ταυτότητά τους ή η συμμετοχή τους σε όλες τις εκπομπές που περιλαμβάνονται στον παρόντα κώδικα*». Πέραν των άκρως ελλιπών ως άνω διατάξεων δεν υπήρξε καμία περαιτέρω επεξεργασία ή εξειδίκευση σε νομοθετικό επίπεδο.

Στον αντίποδα της ελλιπούς νομοθετικής ρύθμισης, η μέχρι τώρα εμπειρία έχει καταδείξει ότι η σύνταξη κωδίκων δεοντολογίας μονομερώς από το ΕΣΡ και μάλιστα όχι συγκεκριμένου κώδικα δεοντολογίας για την προστασία των ανηλίκων και η αμιγώς κυρωτική λειτουργία του σε σχέση με την εφαρμογή ή όχι από τους ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς των διατάξεων για την προστασία των ανηλίκων, δεν λειτούργησε στο βαθμό που θα έπρεπε. Η πα-

ραδοχή αυτή σε καμία περίπτωση δεν συνεπάγεται άρνηση του θεσμικού ρόλου του ΕΣΡ από πλευράς μας. Θεωρούμε, όμως, ότι η αμιγώς μέχρι σήμερα κυρωτική λειτουργία του δεν αποτελεί την καλύτερη θεραπεία των τυχόν «παθολογικών» φαινομένων που παρουσιάζονται σε κάποιους τηλεοπτικούς σταθμούς. Η σύνταξη μονομερώς από το ΕΣΡ κωδίκων δεοντολογίας αποτελεί παρέμβαση σε θέματα επαγγελματικής ηθικής, που θα έπρεπε πρωτίστως να ρυθμίζονται από την ίδια την αγορά της ραδιοτηλεόρασης και τους εμπλεκόμενους σε αυτήν φορείς, όπως δημοσιογράφους, παραγωγούς οπτικοακουστικών έργων, διοικήσεις ραδιοτηλεοπτικών σταθμών και συγχρόνως η μονομερής θέσπιση ενέχει πάντα τον κίνδυνο επιβολής ενός κλειστού «μοντέλου» τηλεοπτικής δημοσιογραφίας και δεοντολογίας, που δεν βρίσκεται σε επαφή με τα δεδομένα της επαγγελματικής εμπειρίας.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι, ότι η πρώτη θεσμοθετημένη απόπειρα αυτορύθμισης στο ζήτημα της σήμανσης/κατάταξης των τηλεοπτικών εκπομπών δεν αντιμετωπίστηκε με την απαιτούμενη ωριμότητα τόσο από τους ίδιους τους τηλεοπτικούς σταθμούς όσο και από το ΕΣΡ. Πιο συγκεκριμένα, στο άρθρο 8 παρ. 4 του π.δ. 100/2000, προβλέπεται ότι «*με απόφαση του Υπουργού Τύπου και ΜΜΕ... καθορίζεται η διαδικασία κατάταξης των προγραμμάτων η οποία μπορεί να γίνεται, είτε από εσωτερική επιτροπή επιστημόνων που συγκροτείται σε κάθε τηλεοπτικό σταθμό, είτε από τις Επιτροπές Ελέγχου που λειτουργούν στο υπουργείο Τύπου και ΜΜΕ, διευρυμένες για το σκοπό αυτό με τρία μέλη του ΕΣΡ*», σε εκτέλεση δε των προβλεπομένων στο ως άνω άρθρο εκδόθηκε η με αριθμό 6138/Ε/17.3.2000 Υπουργική Απόφαση του Υπουργού Τύπου και ΜΜΕ, η οποία επικύρωσε την αρμοδιότητα των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών να συγκροτούν επιτροπές και να θεσπίζουν σύστημα κατάταξης και σήμανσης των τηλεοπτικών προγραμμάτων τους. Σε εκτέλεση και εφαρμογή όλων των ανωτέρω νομοθετικών ρυθμίσεων οι ραδιοτηλεοπτικοί σταθμοί πράγματι προχώρησαν σε συγκρότηση Επιτροπών Κατάταξης και Σήμανσης των εκπομπών, χωρίς όμως να έχει προηγηθεί η δημόσια ακρόαση που προβλέπεται από την ίδια την Υπουργική Απόφαση από όπου θα προέκυπτε για το ποιοι θα έπρεπε να συμμετέχουν σε αυτές τις επιτροπές και χωρίς να εξειδικευτούν τα κριτήρια κατάταξης των τηλεοπτικών εκπομπών, με αποτέλεσμα πολλές φορές να δίνεται η αίσθηση ότι η σήμανση επιλέγεται με βάση την ώρα μετάδοσης ενός τηλεοπτικού προγράμματος και όχι το αντίστροφο. Αξίζει δε να σημειωθεί ότι στην Γαλλία, χώρα στην οποία εφαρμόστηκε για πρώτη φορά το σύστημα κατάταξης της σήμανσης των εκπομπών, επήλθαν τροποποιήσεις μετά από δημόσια ακρόαση και συστηματική έρευνα της λειτουργικότητάς του στην κοινωνία. Η Γαλλική δε Ανεξάρτητη Αρχή έχει απευθύνει κατευθύνσεις στους σταθμούς, με κριτήρια που ενδεικτικώς, μπορούν να λαμβάνονται υπόψη κατά την διαδικασία κατάταξης των προγραμμάτων.

Η έλλειψη του δημοσίου διαλόγου και ως συνέπεια της απαραίτητης συναίνεσης, είχε ως αποτέλεσμα η ίδια η Εποπτεύουσα Αρχή να αποδυναμώνει τον ρόλο των επιτροπών ως θεσμοθετημένων οργάνων αυτοδέσμευσης και αυτοελέγχου των ραδιοτηλεοπτικών φορέων, αναφορικά με το ζήτημα της κατάταξης και σήμανσης των εκπομπών, επιβάλλοντας κυρώσεις αρχικά με την μορφή σύστασης για την μετάθεση της ώρας μετάδοσης και μετά με την

---

μορφή προστίμων λόγω μη συμμόρφωσης. Το ΣΤΕ με την υπ αριθμ 2631/2006 απόφασή του ακύρωσε την ως άνω απόφαση του ΕΣΡ, δεχόμενο ότι ο έλεγχος του ΕΣΡ εξαντλείται μόνο στο περιεχόμενο των μεταδιδόμενων εκπομπών και μόνο στο μέτρο που το ΕΣΡ κρίνει και αιτιολογεί ειδικά ότι μία εκπομπή είναι ικανή να βλάψει τους ανήλικους. Η εν λόγω απόφαση του Συμβουλίου της Επικρατείας διατυπώνει με σαφήνεια ότι ο έλεγχος του ΕΣΡ σε σχέση με τη σήμανση και την κατάταξη των τηλεοπτικών εκπομπών, δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να υποκαταστήσει το έργο των εσωτερικών Επιτροπών των Σταθμών και της σαφούς βούλησης του Έλληνα νομοθέτη να αναθέσει το συγκεκριμένο έργο της σήμανσης και της κατάταξης των τηλεοπτικών εκπομπών απευθείας στους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς, χωρίς ανάμειξη του ΕΣΡ.

Σε κάθε περίπτωση ουδείς αμφισβητεί ότι υπάρχει ανάγκη προστασίας των ανηλίκων στα ΜΜΕ ενόψει της αδιαμόρφωτης προσωπικότητάς τους από τη μία πλευρά και της αυξημένης δύναμης επιρροής και διεισδυτικότητας του τηλεοπτικού μέσου από την άλλη. Αυτό, εξάλλου, έχει αποτυπωθεί, όπως αναφέρθηκε και συνοπτικά ανωτέρω, και στο σύνολο της νομοθεσίας τόσο σε διεθνές όσο και σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, ως νόμιμος περιορισμός της ελευθερίας της έκφρασης. Ωστόσο ο προβληματισμός που τίθεται είναι πώς επιτυγχάνεται η αποτελεσματικότερη προστασία των ανηλίκων: μέσω νομοθετικού πλέγματος πολλές φορές γενικόλογων διατάξεων, με εφαρμογή αυστηρών και στυγνών κυρώσεων χωρίς την συμμετοχή στη λήψη των αποφάσεων ειδικευμένων επιστημόνων όπως παιδοψυχολόγων, κοινωνιολόγων κλπ ή με την εφαρμογή κωδίκων δεοντολογίας που αποτελούν προϊόν διαβούλευσης της οπτικοακουστικής βιομηχανίας, των ενδιαφερομένων ενώσεων (δημοσιογράφων ή παραγωγών οπτικοακουστικών έργων) ή/και του κράτους μέσω των Ανεξάρτητων Αρχών και του αρμοδίου Υπουργείου;

Η θέση μας είναι ότι η μόνη λύση δεν μπορεί να είναι παρά η δεύτερη, δηλαδή η λύση της αυτορύθμισης. Η απόπειρα προστασίας των ανηλίκων από τις πιθανές αρνητικές επιρροές των ΜΜΕ στην ψυχοσύνθεσή τους, μόνον μέσα από διαδικασίες στυγνών διοικητικών κυρώσεων ή μονομερώς καταρτισμένων κωδίκων δεοντολογίας ή ενδεχομένως μέσω νομοθετικών ρυθμίσεων και δικαστικών κυρώσεων δεν αποτελεί μοντέλο προστασίας που αποδίδει στην πράξη. Η λύση δεν είναι η ποινικοποίηση της δημοσιογραφίας και η φίμωση των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών, οι οποίοι σε κάθε περίπτωση πρέπει να έχουν ουσιαστική συμμετοχή στην λήψη αποφάσεων γύρω από το συγκεκριμένο θέμα. Αυτό σημαίνει, ότι δεν αρκεί η επιβολή οποιασδήποτε ποινής υπό μορφή προστίμου ή άλλων κυρώσεων, καθόσον μία τέτοια ανέλεγκτη και υπό αμφισβήτηση επιβολή ποινών και κυρώσεων είναι δυνατό να παραβιάσει το δικαίωμα της ελευθερίας έκφρασης και το δικαίωμα πληροφόρησης (αμφοτέρων ρητώς αναγνωρισθέντων παγκοσμίως ως θεμελιακών συνταγματικών δικαιωμάτων). Αυτό που απαιτείται είναι τα ίδια τα ΜΜΕ να συμβάλουν σημαντικά μέσω συστημάτων αυτορύθμισης, ούτως ώστε να επιτευχθούν τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα στον τομέα της προστασίας των ανηλίκων, πρακτική η οποία ήδη έχει επιτυχώς δοκιμαστεί στην πράξη ως προς άλλους τομείς όπως είναι αυτός της διαφήμισης .

Με τον όρο αυτορύθμιση εννοούμε την αντιμετώπιση του προβλήματος από τους ίδιους τους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς με τη δημιουργία ενός κώδικα δεοντολογίας.

Το πρώτο θέμα που τίθεται είναι κατά πόσο οι ρυθμίσεις για την προστασία των ανηλίκων θα συμπεριληφθούν σε ένα ενιαίο κώδικα για το σύνολο των τηλεοπτικών εκπομπών ή θα αποτελέσουν το περιεχόμενο ενός ξεχωριστού κώδικα δεοντολογίας. Σε κάθε περίπτωση και όποια λύση και εάν επιλεγεί, τα βασικά ερωτήματα που τίθενται είναι:

Πρώτον κατά πόσο *αυτός ο κώδικας δεοντολογίας θα είναι προϊόν μονομερούς επεξεργασίας από τους ιδιοκτήτες των ραδιοτηλεοπτικών σταθμών*. Αυτή είναι μία πρακτική που συνήθως αμφισβητείται από τις δημοσιογραφικές ενώσεις και από τους υπόλοιπους εμπλεκόμενους φορείς, οι οποίοι είναι επιφυλακτικοί απέναντι σε αυτές «τις Χάρτες», όπως τις ονομάζουν, των Επιχειρήσεων που πολλές φορές ενσωματώνονται στις συμβάσεις εργασίας των δημοσιογράφων και συνεπάγονται κυρώσεις σε βάρος τους,

Δεύτερον, κατά πόσο ο κώδικας δεοντολογίας *θα είναι προϊόν πολυμερούς επεξεργασίας από τις επαγγελματικές οργανώσεις των εμπλεκόμενων φορέων, πρωτίστως των επαγγελματικών οργανώσεων των δημοσιογράφων και των ιδιοκτητών και δευτερευόντως των επαγγελματικών οργανώσεων των παραγωγών οπτικοακουστικών έργων;*

Ή

Τρίτον *κατά πόσο θα είναι αποτέλεσμα και της συνεργασίας των Ανεξάρτητων Αρχών (ΕΣΡ, Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων, Υπουργείο Τύπου), που εγγυώνται τη διασφάλιση των συνταγματικών αξιών στον τομέα της πληροφόρησης και της επικοινωνίας;*

Αυτά είναι όλα θέματα που εξετάζονται από την ένωσή μας και πρόκειται στο εγγύς μέλλον να τοποθετηθούμε συγκεκριμένα. Σε συνάρτηση με τα ανωτέρω, δεν θα πρέπει να λησμονηθεί η αναγκαιότητα ουσιαστικής συμμετοχής στις διαβουλεύσεις, επιστημόνων ειδικά καταρτισμένων στην ψυχολογία των ανηλίκων και ενδεχομένως ειδικών οργανώσεων ή κοινωνικών ομάδων που δραστηριοποιούνται στον τομέα της ευρύτερης προστασίας των δικαιωμάτων των ανηλίκων. Και κυρίως επιστημόνων που παρακολουθούν, εναρμονίζονται και εκσυγχρονίζονται με τις κοινωνικές εξελίξεις και τα διαμορφούμενα ανά εποχή πρότυπα των ανηλίκων, έτσι ώστε να διαμορφώνουν ευέλικτες και προσαρμοσμένες με την εποχή αντιλήψεις και όχι απαρχαιωμένες, συντηρητικές και ξεπερασμένες εμμονές και προκαταλήψεις.

Πέραν των ανωτέρω, βασικό θέμα προς εξέταση είναι και το εξής: ποιος θα είναι ο τρόπος εφαρμογής του Κώδικα Δεοντολογίας και κυρίως ποιο μοντέλο επιβολής κυρώσεων στα πλαίσια της εφαρμογής του Κώδικα θα επιλεγεί όπως πειθαρχική εσωτερική διαδικασία, επικύρωσή του και εφαρμογή του από την Ανεξάρτητη Αρχή κλπ).

Οιοδήποτε από τα ανωτέρω μοντέλα αυτορρύθμισης, η επιλογή μεταξύ των οποίων χρειάζεται οπωσδήποτε έρευνα, διάλογο και στάθμιση συμφερόντων και πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων, εξασφαλίζει τα ακόλουθα πλεονεκτήματα:

Πρώτον, η κρατική ρύθμιση συχνά αγνοεί τα συμφέροντα των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών, δηλαδή των εταιρειών μέσωσιν μαζικής ενημέρωσης και αυτό προκαλεί σε πολλές πε-



---

ριπτώσεις απροθυμία της Αγοράς να συμμορφωθεί με τους υφιστάμενους κανόνες δικαίου. Αντίθετα, η σύνταξη κωδίκων δεοντολογίας με την άμεση συμμετοχή των ενδιαφερομένων ως άνω φορέων ενισχύει την εμπιστοσύνη της Αγοράς στην ορθότητα των αποφάσεων που θα ληφθούν και των κυρώσεων που ενδεχομένως θα επιβάλλονται κατ'εφαρμογή του Κώδικα δεοντολογίας που θα θεσμοθετηθεί.

Δεύτερον, ο κρατικός μηχανισμός νομοθέτησης είναι πολύπλοκος και βραδυκίνητος, με αποτέλεσμα να αδυνατεί να ανταπεξέλθει και να συμβαδίσει με τις διαρκώς αναφυόμενες κοινωνικές ανάγκες και τις εξελίξεις στην κοινωνική πραγματικότητα και τον χώρο της τεχνολογίας και της κοινωνίας της πληροφορίας (π.χ. οι κοινωνικές εξελίξεις όπως το τι είναι κατάλληλο ή ακατάλληλο για ανηλίκους).

Τρίτον, η κρατική ρύθμιση επιβραδύνει συνεχώς την αδυναμία της να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά τις ραγδαίες εξελίξεις στον τομέα της τεχνολογίας. Η σύγκλιση των μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας (Ιντερνέτ, ψηφιακή τηλεόραση, τηλεόραση & παροχή οπτικοακουστικού υλικού μέσω κινητής τηλεφωνίας) είναι μια πραγματικότητα. Η βιομηχανία διαθέτει τόσο τους απαιτούμενους πόρους όσο και καλά καταρτισμένα στελέχη που είναι τα πλέον αρμόδια να προβλέψουν τα προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν και να συντάξουν πιο λειτουργικούς, μη απαρχαιωμένους κώδικες δεοντολογίας. Περαιτέρω, η επιστράτευση ειδικών κατά τη νομοθέτηση συνεπάγεται μεγάλο κόστος, το οποίο μόνον η ιδιωτική πρωτοβουλία έχει τη δυνατότητα και την ευελιξία να καλύψει.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο η αυτορρύθμιση ή συρρύθμιση για την προστασία των ανηλίκων έχει ήδη δοκιμαστεί από αρκετά κράτη μέλη και έχει αποδειχτεί χρήσιμη και ωφέλιμη.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτορρύθμισης-συρρύθμισης αποτελεί το Ινστιτούτο NICAM της Ολλανδίας, το οποίο ιδρύθηκε από οργανισμούς των μέσων μαζικής ενημέρωσης και παραγωγής οπτικοακουστικού υλικού σε στενή συνεργασία με το Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού και έχει ως στόχο την προστασία των ανηλίκων από επιβλαβές περιεχόμενο σε οπτικοακουστικό υλικό. Το NICAM είναι υπεύθυνο για την ανάπτυξη του ενιαίου συστήματος κατάταξης που εφαρμόζεται στη ραδιοτηλεόραση, στον κινηματογράφο, στα ηλεκτρονικά παιχνίδια και προσφάτως και στην κινητή τηλεφωνία, αλλά και για την επιβολή κυρώσεων σε εμπλεκόμενους οργανισμούς που δεν συμμορφώνονται με αυτό. Πέραν τούτου, το Ινστιτούτο αναλαμβάνει να εκπαιδεύσει το προσωπικό των σταθμών που επιλαμβάνονται της κατάταξης, ώστε να υπάρχει ομοιογένεια αλλά και σωστή και υπεύθυνη εφαρμογή. Το κράτος μέσω της Επιτροπής για τα ΜΜΕ έχει τελική εποπτική λειτουργία.

Τα αποτελέσματα του εν λόγω συστήματος είναι άκρως ενθαρρυντικά, καθώς οι εμπλεκόμενοι οργανισμοί ΜΜΕ επιδεικνύουν υψηλό βαθμό δέσμευσης και οι αντικειμενικοί στόχοι του Ινστιτούτου δείχνουν να εκπληρώνονται. Περαιτέρω, το μοντέλο αυτό συρρύθμισης τυγχάνει γενικής αποδοχής από την ολλανδική κοινωνία, καθώς έρευνες δείχνουν ότι το 77% των γονέων εμπιστεύονται την αποτελεσματικότητα του Ινστιτούτου ως προς την προστασία των παιδιών τους. Ομοίως και στη Γερμανία ισχύει από το 2003 ένα νομοθετικό πλαίσιο συρ-

ρύθμισης για την προστασία των ανηλίκων στο περιβάλλον των ΜΜΕ. Το νέο νομοθετικό πλαίσιο επιχειρεί να λύσει τα προβλήματα που δημιουργεί η σύγκλιση των Μέσων Τεχνολογίας (ήτοι διαδίκτυο, η ψηφιακή τηλεόραση, κινητή τηλεφωνία) και βασικό στοιχείο του νομοθετικού πλαισίου είναι η ίδρυση της Επιτροπής για την Προστασία των Νέων στα ΜΜΕ (Kommission für Jugendmedienschutz) {πρόκειται για κρατικό φορέα}. Αρμοδιότητα της Επιτροπής είναι να εξασφαλίσει την συμμόρφωση με τους κανόνες δεοντολογίας για την προστασία των ανηλίκων, αλλά και να αναγνωρίζει και να αδειοδοτεί αυτορρυθμιστικούς οργανισμούς, όπως πχ. τον FSF (Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen), ο οποίος δραστηριοποιείται στον τομέα της ιδιωτικής τηλεόρασης και διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην ενίσχυση της προστασίας ανηλίκων, καθώς εξετάζει το περιεχόμενο ορισμένων εκπομπών πριν από τη μετάδοσή τους, προκειμένου να διατυπώσει στον σταθμό την εκτίμησή του σχετικά με την ενδεδειγμένη ώρα μετάδοσης ή ενδεχομένως το ακατάλληλο του χαρακτήρα της. Οι αρμοδιότητες των εγκεκριμένων οργάνων αυτοελέγχου είναι διπτές: αφενός κατατάσσουν το υλικό κι αφετέρου επιβλέπουν τη συμμόρφωση, έχοντας περιορισμένη δυνατότητα επιβολής κυρώσεων. Ο τελικός εποπτικός έλεγχος ανήκει στην Επιτροπή. Το νομοθετικό αυτό μοντέλο αποκαλείται συχνά «ρυθμισμένη αυτορρύθμιση» (regulated self regulation) και οι μέχρι τώρα έρευνες δείχνουν ότι λειτουργεί ικανοποιητικά, καθώς εξισορροπεί τις ανάγκες των παρόχων οπτικοακουστικού υλικού, των καταναλωτών και του Κράτους αλλά και εξασφαλίζει μία ομοιογένεια-συνεκτικότητα στους διάφορους τομείς ΜΜΕ.

Από όλα όσα αναφέρθηκαν ανωτέρω είναι προφανές ότι η μόνη αποτελεσματική κατεύθυνση είναι αυτή του διαλόγου και των διαβουλεύσεων. Η νέα οδηγία δίνει το έναυσμα σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς να ξεκινήσουν τις απαιτούμενες διαβουλεύσεις συνεισφέροντας την επαγγελματική τους εμπειρία στο ευρύτερο προβληματισμό. Η ΕΙΤΗΣΕΕ χαιρετίζει την παρούσα πρωτοβουλία για την έναρξη του δημοσίου διαλόγου καθώς επίσης χαιρετίζει την πρόσφατη πρωτοβουλία του ΕΣΡ να καλέσει τις επιτροπές δεοντολογίας των τηλεοπτικών σταθμών και την Ένωση σε ακρόαση. Η ΕΙΤΗΣΕΕ δηλώνει τη σαφή της θέση για αυτορρύθμιση μέσω σύνταξης κώδικα δεοντολογίας, η έρευνα για την σύνταξη του οποίου βρίσκεται σε στάδιο ολοκλήρωσης και δηλώνει επίσης ρητά την πρόθεσή της να συμμετέχει ενεργά στο όλο εγχείρημα επισημαίνοντας ότι στόχος θα πρέπει να είναι ο συγκερασμός και η στάθμιση δύο βασικών αρχών: αφενός της προστασίας και σεβασμού του δικαιώματος των πολιτών για πληροφόρηση άλλως του πλουραλισμού και της ελευθερίας της έκφρασης και αφετέρου της προστασίας των ατομικών δικαιωμάτων των πολιτών και φυσικά της προστασίας των ανηλίκων.

**ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ**  
**«ΠΑΙΔΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ»**





### ΝΕΑ ΘΕΜΙΤΗ ΑΓΟΡΑ, ΥΠΟ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΩΣΤΟΣΟ...

**Δημήτρης Ποταμιάνος**

Ελπίζω να μην περιμένετε από μας να επιμείνουμε μονόπλευρα στον γνωστό και «παρωχημένο» πλέον καταγγελτικό λόγο: η διαφήμιση παραπλανά, αποπλανά, εκμαυλίζει και εξαχρειώνει, εν τέλει, το δήθεν ανοχύρωτο και ανεύθυνο καταναλωτικό κοινό, και ασφαλώς τα ευκολότερα θύματά της, έρμαια των βουλών και των παραπειστικών πρακτικών της, είναι τα αθώα, άβουλα και αδιαμόρφωτα μικρά παιδιά. Κανείς δε μπορεί να αμφισβητήσει το βάσιμο, εν μέρει, αυτής της κριτικής και να αρνηθεί την ανάγκη επιφυλακής και ελέγχου των διαφημιστικών και προωθητικών, εν γένει, ενεργειών, όταν πρόκειται για προϊόντα και υπηρεσίες που έχουν ως στόχο την «παιδική αγορά».

Ας υπενθυμίσω προκαταβολικά ότι ο διακλαδικός κώδικας δεοντολογίας (διαφημιστές, διαφημιζόμενοι και μέσα μαζικής επικοινωνίας) που καλύπτει τις διαφημιστικές/ προωθητικές ενέργειες, έχει ένα ειδικό και αναλυτικό παράρτημα που αφορά ακριβώς την προβολή προϊόντων με «κοινό- στόχο» τα νεαρά άτομα παιδικής ηλικίας. Από εκεί όμως μέχρι να αναστείλουμε και να αχρηστεύσουμε, εν τέλει, την παραγωγική κινητοποίηση, στερώντας τους ρέκτες επιχειρηματίες από τη δυνατότητα να προσελκύσουν και να πείσουν νέους πελάτες-ενηλικούς όπως και ανηλικούς, όμως, πώς είναι δυνατόν ν' αποκλειστούν αυτοί οι τελευταίοι από το κοινωνικό δυναμικό;- υπάρχει μεγάλη απόσταση. Ας μη διστάσουμε λοιπόν να περιλάβουμε εξ αρχής στο σκεπτικό μας το ότι η διαφήμιση, όχι μόνο δεν επιχειρεί, κατά τεκμήριο, να «εκβιάσει» και να χειραγωγήσει την κοινωνία- και να το 'θελε, εδώ που τα λέμε, δεν έχει κατά κανένα τρόπο τη δύναμη να το κάνει-, παρά είναι υποχρεωμένη, αν θέλει να είναι αποτελεσματική, να παρακολουθεί, να «κατανοεί» και να συμμερίζεται τις κοινωνικές εξελίξεις.

Και στο κοινωνικό πεδίο που εξετάζουμε- την «παιδική αγορά», ας μη διστάζουμε να τη χαρακτηρίσουμε έτσι-, έχουμε όντως σημαντικότερες εξελίξεις και διαφοροποιήσεις εν σχέσει με τους παραδοσιακούς κοινωνικούς σχηματισμούς και τις αξίες από τις οποίες τα σχήματα αυτά εμφορούνταν. Έχουμε, λοιπόν, κοινωνίες που «νεάζουν» όλο και περισσότερο και όλο και πιο εμφατικά. Η νεανικότητα, οριακά η «παιδικότητα»- τόσο στην εμφάνιση όσο και στα «καμώματα»- είναι το σήμα κατατεθέν και το διεκδικούμενο από όλους «συγκριτικό πλεονέκτημα» στους μετανεωτερικούς καιρούς μας. (Περισσότερο και πειστικότερα ίσως από οποιονδήποτε άλλον ο γάλλος κοινωνικός μελετητής Ζιλ Λιποβετσκι έχει επιμείνει στον αγώνα και στην αγωνία μας, θα έλεγα, να διατηρηθούμε νέοι, *σφριγηλοί*, υγιείς και δυναμικοί/ *ενεργητικοί*- σαν τα... μικρά παιδιά, άντε σαν τους αδάμαστους και ακαταπόνητους εφήβους.) Η ωριμότητα, λες και αφήνει αδιάφορο τον «εν ενεργεία» πληθυσμό, μέχρι τουλάχιστον τα χρόνια της σύνταξης και της απόσυρσης, οπότε όμως προβάλλει μια νέα κερδοφόρος αγορά, με τα δικά της ιδιαίτερα χαρακτηριστικά- είναι η «χρυσή» (όχι πια «τρίτη» και... καταϊδρωμένη) ηλικία.

---

Από την άλλη μεριά, κοινωνιολόγοι και ψυχολόγοι δεν παύουν να επισημαίνουν- πολλοί από αυτούς να σπηλιτεύουν- το ότι, συνεπεία ενδεχομένως της προτεραιότητας που δίνεται στη ζηλευτή νεανική ορμή και στα απεριόριστα ατομικά αποθέματα πρωτοβουλίας και «κινητικότητας», έχουμε κοινωνίες που «προοδευτικά» κατακερματίζονται, αφηφώντας τους παραδοσιακούς ισχυρούς και ακατάλυτους «διαπροσωπικούς» δεσμούς. Τούτο ασφαλώς μεταφράζεται σε περισσότερα και όλο και πιο «άνετα» διαζύγια. Αφήνοντας στην άκρη οποιεσδήποτε άλλες επιπτώσεις του φαινομένου, στο θέμα που μας απασχολεί, τα πιο πολλά και όλο και πιο «συναινετικά» διαζύγια απλούστατα συνεπάγονται περισσότερες προσφορές προς τα παιδιά, που πρέπει να μείνουν ικανοποιημένα από τις στοργικές φροντίδες και των δύο χωριστών πλευρών. Αύξηση των διαζυγίων σημαίνει επίσης και περισσότερα σπίτια που πρέπει να γεμίσουν και αυτά με λειτουργικά εξαρτήματα για τις ανάγκες των παιδιών και φυσικά με δώρα.

Έχουμε ακόμα κοινωνίες που επαναξιολογούν τη νεανική / παιδική υπευθυνότητα. Το παλιό τακτό και σαφώς περιορισμένο βέβαια χαρτζιλίκι δίνει τη θέση του στις περισσότερο από συμβολικές και «διαδικαστικές» ανταμοιβές των παιδιών, όταν πετυχαίνουν σημαντικούς προκαθορισμένους στόχους. Τα παιδιά επίσης τα θέλουμε να είναι όλο και πιο ενήμερα και υπεύθυνα για τα προσωπικά τους ψώνια.

Τέλος, σαφέστατα έχουμε παιδιά με τη δική τους τεχνολογική- συμμετοχική, όλο και πιο εμφατικά στους καιρούς του Διαδικτύου- κουλτούρα, η οποία σε πολλά πράγματα είναι, όχι μόνο διαφορετική, αλλά και εμφανέστατα είναι πιο προωθημένη από την τεχνολογική κουλτούρα των ενηλίκων (ας μου επιτραπεί να παραπέμψω εδώ στο πολύκροτο Wikinomics των Τάπσκοτ και Ουίλιαμς, καθώς και στο We- Think του άγγλου πολιτειολόγου Λεντμπίτερ).

Παρολαυτά δεν παύει να ισχύει το ότι το παιδικό κοινό είναι ένα κατ' εξοχήν ευάλωτο κοινό απέναντι στις διαφημιστικές εκστρατείες σαγήνης, που ασφαλέστατα ευνοούν τις υπερκαταναλωτικές επιδόσεις. Και είναι δεδομένο ότι, όχι πλέον μόνο ως πραγματικά ή... φαντασιωτικά παιδιά, παρά ως κοινωνίες ολόκληρες ξοδεύουμε πια πάρα πολύ, έχοντας ίσως υπερβεί τα όρια του καταχρηστικού. ( Εδώ οφείλω να αποτίσω φόρο τιμής στη νηφαλιότερη ίσως και πιο αμερόληπτη κριτική τοποθέτηση επί του θέματος του αμερικανού οικονομολόγου Ρόμπερτ Φρανκ, που μας εξήγησε πολύ πρόσφατα τι ακριβώς σημαίνει και τι κινδύνους ενέχει το «Luxury Fever» που μας κατέχει.) Αν μάθουμε, εν τέλει, από μικροί- για να μείνω ξανά στα όρια του «τραπεζιού» μας- ότι ο μόνος θεός που μπορούμε να προσκυνάμε είναι αυτός που μας χαρίζει την ευλογία της επιλογής ανάμεσα σε σωρεία αγαθών, αποκλείοντας ωστόσο την πάντα ουσιώδη επίσης επιλογή του «Όχι, ευχαριστώ, προτιμώ να μην πάρω τίποτα- γιατί περί αυτού ακριβώς πρόκειται, κάποια στιγμή μπορούμε επί τέλους να αρνηθούμε να επιλέξουμε μεταξύ αχρείαστων πραγμάτων- τότε, με την αλήθεια, δε θα' ναι τόσο στραβός ο γυαλός, παρά εμείς μάλλον στραβά θ' αρμενίζουμε.

Είναι άραγε τελεσίδικη η «καταδίκη» μας; Δεν το πιστεύω καθόλου. Σημάδια ευαισθητοποίησης στο πρόβλημα υπάρχουν πολλά γύρω μας. Εκτός από την Πολιτεία, που δείχνει το

---

## μέρος δεύτερο: Παιδιά & Διαφήμιση

ενδιαφέρον της, συγκαλώντας και τη σημερινή συνάντηση, ασφαλέστατα έχουν επίσης δραστηριοποιηθεί, όπως προείπα, άλλωστε, ξεκινώντας τη σύντομη αυτή εισήγηση, οι οικονομικοί, εμπορικοί, επιχειρηματικοί φορείς και οι κλαδικές ενώσεις.

## ΠΑΙΔΙΑ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: ΕΝΑ ΝΕΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ

**Μανώλης Παπαπολύζος**

Σκοπός της εισήγησής μου είναι να σας πείσω ότι το χρέος μας προς τα παιδιά, τα παιδιά σας, τα παιδιά μου, είναι να τα προετοιμάσουμε για τον κόσμο που θα ζήσουν τα επόμενα χρόνια.

Καλώς ή κακώς, το σημερινό οικονομικό σύστημα, βασίζεται στον ανταγωνισμό. Ανταγωνισμός χωρίς διαφήμιση, χωρίς επικοινωνία γενικότερα, δεν είναι δυνατόν να υπάρξει. Άλλωστε, είναι αναφαίρετο δικαίωμα κάθε προϊόντος που κυκλοφορεί νόμιμα στην αγορά, να διεκδικεί μέσα από την επικοινωνία, μέσα από την διαφήμιση, τη ζωή του. Η διαφήμιση είναι το οξυγόνο της ζωής των προϊόντων. Το ίδιο αυτό δικαίωμα, το έχει αναγνωρίσει και το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο με αποφάσεις του.

Στη συνθήκη της Ρώμης, αναγνωρίσθηκε η έννοια της ελευθερίας του εμπορικού λόγου. Και η προστασία του. Με τον ίδιο ακριβώς τρόπο που κοπτόμαστε για την ελευθερία του Τύπου, πρέπει να κοπτόμαστε και για την ελευθερία της εμπορικής επικοινωνίας. Άλλωστε, το πρώτο κριτήριο που τίθεται για την ένταξη μιας χώρας στην Ενωμένη Ευρώπη δεν είναι οικονομικό, αλλά πολιτικό... και έχει να κάνει με την δημοκρατία και την ελευθερία του λόγου σε όλες της τις μορφές.

Το ερώτημα όμως που καλούμαστε να απαντήσουμε σήμερα, είναι η σχέση διαφήμισης και παιδιών. Ας πάρουμε όμως τα πράγματα από την αρχή.



### Η Διαφήμιση

78% των ερωτηθέντων είπαν ότι η διαφήμιση ευθύνεται σημαντικά για την αυξανόμενη παιδική παχυσαρκία.  
60% πιστεύουν ότι η Κυβέρνηση πρέπει να πάρει ένα πιο ενεργό ρόλο στον έλεγχο των διαφημίσεων

*WJS/Harris Interactive*  
August 2007

Τα παιδιά μας, δεν ζουν σε μια γυάλα και νομίζω ότι δεν πρέπει να ζουν σε μια γυάλα. Ζουν σε μια οργανωμένη κοινωνία, και συμμετέχουν σε αυτήν ως μαθητευόμενα μέλη της. Όλα όσα κάνουμε στα πρώτα 18 χρόνια, έχουν σκοπό να τα προετοιμάσουν για την ημέρα που στα 18 τους θα έχουν πια ενηλικιωθεί, θα έχουν αποκτήσει τις απαραίτητες εμπειρίες, ώστε μόνα τους πια, να αφεθούν ελεύθερα να πέσουν στα βαθιά νερά της κοινωνίας μας. Η αλήθεια



βέβαιο είναι ότι στη χώρα μας έχουμε την τάση η οικογένεια να είναι λίγο πιο σφιχτή για αυτό άλλωστε και όπως λένε, ο Χριστός πρέπει να είναι Έλληνας: γιατί ως τα 33 του ζούσε με τους γονείς του.

Είναι βέβαιο ότι τα παιδιά δέχονται καθημερινά ερεθίσματα γενικής αλλά και εμπορικής φύσεως. Τα ερεθίσματα αυτά προέρχονται από την οικογένεια, από την κατανάλωση των Media, αλλά και από την προσωπική τους εμπειρία κυρίως από το σχολείο ή το γυμναστήριο - το τι κάνουν οι συμμαθητές τους που είναι ένα είδος μιμητισμού. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα για κάποια παντελόνια που φοράει ο γιος μου, Home Boy νομίζω ότι λέγονται, που δεν έχουν ποτέ διαφημιστεί αλλά που ήταν τουλάχιστον κάποια εποχή το απόλυτο must των παιδιών της ηλικίας του γιου μου. Είναι επίσης βέβαιο ότι τα παιδιά είναι εύπιστα και καλοπροαίρετα. Επομένως, ένα εμπορικό μήνυμα, γίνεται εύκολα αποδεκτό, χωρίς τα παιδιά να το βλέπουν κριτικά.

Τα παιδιά σήμερα, έχουν στην διάθεσή τους ένα σωρό μέσα στα οποία οι γονείς δεν μπορούν να έχουν πλήρη εποπτεία. Ενώ για παράδειγμα ένας γονέας μπορεί να εγκρίνει ή όχι το τηλεοπτικό πρόγραμμα που θα παρακολουθήσει το παιδί του, είναι πρακτικά αδύνατον να ξέρει, σε ποια ακριβώς sites μπαίνουν τα παιδιά, με δεδομένο ότι κάθε μέρα δημιουργούνται χιλιάδες sites.



### H/Y και Internet

- Ελλάδα: 99,1% των παιδιών 12-15 χρησιμοποιεί H/Y
- Ελλάδα: 88,5% των παιδιών «σερφάρει» στο διαδίκτυο

### Εθνική Στατιστική Υπηρεσία

- Ιαπωνία: 54% των χρηστών των κινητών τηλεφώνων το χρησιμοποιούν και για Ίντερνετ (2005)

2007 Cone

Ας σημειωθεί ότι με βάση μια έρευνα του Ινστιτούτου Επικοινωνίας που δημοσιοποιήθηκε στο ανοιχτό Forum του ΣΕΒ για τα ΜΜΕ, μόλις την προηγούμενη εβδομάδα, 75% των παιδιών ως 13 ετών έχουν πρόσβαση στο Ίντερνέτ. Οι δε διεθνείς έρευνες, καταδεικνύουν ότι το Word of the Mouth, θεωρείται η πιο αξιόπιστη πηγή λήψης πληροφορίας και ακολουθεί η διαφήμιση και τα άρθρα. Στο Word of Mouth, συγκαταλέγεται και το Ίντερνέτ, ιδιαίτερα τα fora στα οποία Peers (Σχετικό Slide της CSR) ανταλλάσσουν απόψεις για τα προϊόντα ή για πρόσωπα. Σήμερα, το Ίντερνέτ θεωρείται ως η κατ' εξοχήν πηγή λήψης πληροφορίας.

### Αξιόπιστες πηγές πληροφορίας\*

#### Παγκόσμια

- Η διαφήμιση έρχεται δεύτερη (59%) - μετά το word of mouth - σαν παγκόσμια αξιόπιστη πηγή.
- Η αρθρογραφία ακολουθεί με 55% και οι online πηγές με 18%.

#### ΗΠΑ

- Στις ΗΠΑ 81% δηλώνουν την προσωπική άποψη φίλων σαν την πιο αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης.
- Ακολουθεί η αρθρογραφία (56%), η διαφήμιση (55%) και το online (24%).

\*GfK Roper, 2006

Πέρα όμως από το Ιντερνέτ, τα παιδιά έχουν σήμερα και θα έχουν ακόμα περισσότερο τα επόμενα χρόνια τη δυνατότητα μέσα από αυτό το τρομακτικό μέσο που λέγεται κινητό (97% του πληθυσμού της Γης έχουν ένα κινητό σε απόσταση λιγότερη του ενός μέτρου), να παρακολουθούν τηλεοπτικά προγράμματα και να σερφάρουν στο Ιντερνέτ.



### Κινητό Τηλέφωνο

- 86,6% των παιδιών 12-15 ετών χρησιμοποιούν κινητό τηλέφωνο.
- 20% μιλούν περισσότερο από 15 λεπτά/ημέρα
- Κρήτη: 95,3% διείσδυση στα παιδιά.

Εθνική Στατιστική Υπηρεσία

Σύμφωνα με στοιχεία της mobileYouth που παρουσιάστηκαν στην Ελλάδα σε εκδήλωση της ΕΔΕΕ τον Ιανουάριο, σήμερα στη χώρα μας **250.000 παιδιά κάτω των 10 ετών** έχουν κινητό τηλέφωνο. Σύμφωνα με την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία 9 στα 10 παιδιά ηλικίας 12-15 ετών έχουν κινητό τηλέφωνο. Είναι βέβαιο ότι όσο το τηλέφωνο και το Ιντερνέτ φθηναίνουν, ο χρόνος τηλεθέασης / browsing μέσω κινητού στα παιδιά θα μεγαλώνει συνέχεια. Ήδη το 2005 στην Ιαπωνία το 54% του κοινού έμπαινε στο Ιντερνέτ μέσω του κινητού του τηλεφώνου. Κι ακόμα, αύριο, οι επόμενες διαφημίσεις θα βρίσκονται στα video games αλλά και στα τηλεοπτικά προγράμματα με τη μορφή του product placement, όπως λέει η «**Οδηγία για τις Υπηρεσίες Οπτικοακουστικών Μέσων**» (2007/65).

Τέλος, ακόμα και σήμερα, τα παιδιά, όπως και εμείς οι μεγάλοι, έχουμε ένα προσωπικό Media Network. Από το πρωί που θα ξυπνήσουμε, μέσα από το ραδιόφωνο ή την πρωινή τηλεόραση, μέσα από την υπαίθρια διαφήμιση, μέσα από το ραδιόφωνο που ακούμε στο αυτοκίνητο, **εκπιθέμεθα** καθημερινά, θέλουμε δεν θέλουμε, σε εκατοντάδες ή χιλιάδες διαφημιστικά μηνύματα. Είτε στο δρόμο, είτε στο σπίτι, από το Ιντερνέτ, από την τηλεόραση, από τον Τύπο.

Η Ελληνική πολιτεία, αντιδρά συνήθως στα προβλήματα της εποχής με καθαρά μυωπικό μέχρι υποκριτικό τρόπο. Είναι χαρακτηριστικό ότι πριν από μερικά χρόνια, ένα παιδί πνίγηκε όταν κατάπιε ένα παιχνιδάκι που ήταν μέσα σε κάποιο ζαχαρώδες προϊόν. Αντιλαμβάνεστε το σάλο που δημιουργήθηκε.

---

## “ΧΤΙΖΟΝΤΑΣ” ΤΟΥΣ ΑΥΡΙΑΝΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ!

### Γεώργιος Νικολόπουλος

Η Ανώτατη Συνομοσπονδία Γονέων Μαθητών Ελλάδος (Α.Σ.Γ.Μ.Ε.) θεωρεί ότι το συγκεκριμένο θέμα απασχολεί σοβαρά τους γονείς. Αυτό το γνωρίζουμε πολύ καλά, γιατί μέσα από τις λειτουργίες του γονικού κινήματος, δηλαδή από το σύλλογο γονέων που λειτουργεί σε κάθε σχολείο μέχρι την Ανώτατη Συνομοσπονδία, όταν συναντιόμαστε σε Γενικές Συνελεύσεις, Συνέδρια κ.λπ., τα ζητήματα αυτά μας απασχολούν και τα συζητάμε.

Τα παιδιά μας δέχονται συνεχή και κατά μέτωπον επίθεση από τη διαφήμιση.

Είναι σημαντικός - ίσως ο πρώτος - και ιδιαίτερα ευάλωτος «στόχος». Αυτό συμβαίνει γιατί οι εταιρίες και οι διαφημιστές τους γνωρίζουν πολύ καλά ότι τα παιδιά:

- Διαθέτουν αγοραστική δύναμη, έχοντας κάποιο χαρτζιλίκι.
- Επηρεάζουν τις επιλογές των γονέων ως προς το τι θα καταναλώσουν
- Θα είναι οι αυριανοί καταναλωτές και χρειάζεται να «διαπαιδαγωγηθούν» από τρυφερή ηλικία σ' αυτή την κατεύθυνση.

Ο τελευταίος είναι και ο πιο σημαντικός λόγος για την επιθετική τακτική της διαφήμισης απέναντι στο παιδί.

Τα παιδιά, σε πολύ μικρή ηλικία, δεν μπορούν καν να ξεχωρίσουν τι είναι διαφήμιση και τι όχι. Στη συνέχεια, μεγαλώνοντας, δεν μπορούν να κρίνουν τις διαφημίσεις εποικοδομητικά και να δημιουργήσουν άμυνες απέναντί τους, γιατί δεν κατανοούν ότι:

- α) ο διαφημιστής και ο αποδέκτης έχουν διαφορετικό συμφέρον,
- β) ο διαφημιστής έχει σκοπό να πείσει,
- γ) δεν είναι δυνατό να είναι αληθινά όλα τα μηνύματα με τα οποία προσπαθούν να τους πείσουν, αλλά μπορεί να είναι και παραπλανητικά (και σίγουρα είναι, αλλά αυτό το γνωρίζουμε εμείς οι μεγάλοι)

Αυτά αρχίζουν να τα σκέφτονται στην ηλικία της εφηβείας. Με δεδομένο, όμως, ότι τα προηγούμενα χρόνια δέχονταν «πλύση εγκεφάλου», είναι και τότε δύσκολο να έχουν ορθή και αντικειμενική κρίση.

Απέναντι σ' αυτή την επίθεση που δέχονται, είναι εντελώς απροστάτευτα, εύκολη λεία του καταναλωτισμού και των διαφημιστών.

Πόσα παιδιά δεν έχουν γίνει θύματα της διαφήμισης με τα πρότυπα που αυτή καλλιεργεί (όπως τα συνεχώς αυξανόμενα κρούσματα νευρικής ανορεξίας και άλλων διατροφικών διαταραχών, με την προβολή αποστεωμένων σωμάτων ως ιδανικών):

Ποιες αξίες καλλιεργούν οι διαφημίσεις για τις διαπροσωπικές σχέσεις, όταν με το τάδε αποσμητικό ή την τάδε οδοντόκρεμα πετυχαίνεις την ιδανική σχέση;

Οι όποιοι νόμοι υπάρχουν, για προστασία των παιδιών, δεν εφαρμόζονται. Η ευθύνη ανή-

κει στους αρμόδιους, οι οποίοι δεν θέλουν να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα και γι' αυτό δεν φροντίζουν για την εφαρμογή τους.

Αυτό διαπιστώνεται, παρακολουθώντας τηλεόραση, ιδιαίτερα κατά την περίοδο των εορτών, όπου υπάρχει καταγισμός διαφημίσεων που απευθύνονται σε παιδιά.

Αντί για την εφαρμογή της υπάρχουσας νομοθεσίας επικαλούνται τη λογική της «αυτορρύθμισης» των προβλημάτων που ανακύπτουν από την επαφή των παιδιών με τη διαφήμιση. Δηλαδή παρέχουν πλήρη ελευθερία-ασυδοσία σε διαφημιστές και διαφημιζόμενους.

Η «αυτορρύθμιση», εν τω μεταξύ, πότε ανασύρεται και πότε όχι, ανάλογα το πως βολεύει κάθε φορά την «ελεύθερη αγορά».

Για παράδειγμα, τα νέα σχολικά βιβλία έχουν στο σύνολό τους μια συγκεκριμένη λογική. Για να προκύψει αυτό οι συγγραφικές ομάδες ακολούθησαν συγκεκριμένες αυστηρές οδηγίες που τους δόθηκαν από το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, από το Υπουργείο. Αν είχαν γραφεί με τη λογική της «αυτορρύθμισης», οι συγγραφείς θα έβαζαν τη δική τους λογική, σε σχέση με την επιστήμη τους, και δεν θα προέκυπτε αυτό το «ισοπεδωτικά ομοίμορφο» αποτέλεσμα που διαπνέει τη λογική των βιβλίων τόσο απέναντι στη διαφήμιση όσο και σε πολλά άλλα ζητήματα.

Ένα ακόμα σοβαρό πρόβλημα είναι η συμμετοχή – χρησιμοποίηση «σαν περιτύλιγμα» - παιδιών σε διαφημίσεις προϊόντων

Η συμμετοχή των παιδιών σε διαφημίσεις συνεχώς αυξάνεται, τη στιγμή που η παιδική εργασία απαγορεύεται και επιτρέπεται μόνο με ειδική άδεια από την επιθεώρηση εργασίας. Τέτοιες άδειες έχουν δοθεί σε μονοψήφιο αριθμό<sup>19</sup>, ενώ αν παρακολουθήσουμε μια και μόνο διαφήμιση για μπισκότα γνωστής εταιρίας, διαπιστώνουμε ότι τα παιδιά που συμμετέχουν σ' αυτή, είναι πολύ περισσότερα από τις άδειες που έχουν δοθεί.

Το πρόβλημα δεν είναι απλά το ότι παραβιάζεται ο νόμος. Είναι κατάφωρη εκμετάλλευση του παιδιού και καταστροφή της παιδικής αθωότητας. Είναι περίπτωση παρόμοια με τα «τα παιδιά των φαναριών» και αυτό δεν είναι καθόλου υπερβολή. Και στις δυο περιπτώσεις υπάρχουν «μεγάλοι», που μπορεί να είναι και γονείς ακόμη των παιδιών, οι οποίοι τα εκμεταλλεύονται.

Για το ζήτημα της νομοθετικής προστασίας των παιδιών από τις διαφημίσεις, υπάρχουν αντικρουόμενες απόψεις, ανάλογα με τα συμφέροντα που υπηρετεί ο καθένας, είτε συνειδητά είτε υποσυνείδητα.

Άλλοι ζητούν περισσότερα νομοθετικά μέτρα και επιβολή ποινών για την προστασία των παιδιών. Άλλοι θεωρούν ότι ασπίδα προστασίας αποτελούν οι ίδιοι οι γονείς και το σχολείο. Για να δούμε, όμως, την πραγματικότητα σε σχέση με το σημερινό ελληνικό σχολείο, που εξελίσσεται σε σχολείο στο οποίο η «αγορά» παίζει καθοριστικό ρόλο στις λειτουργίες του, αλλά και στο περιεχόμενό του και στο μοντέλο ζωής και κοινωνίας που θα προβάλλει.

---

<sup>19</sup> Ερώτηση Γ. Χουρμουζιάδη, βουλευτή του ΚΚΕ στη Βουλή – 11/12/2003

---

Στα προηγούμενα βιβλία του γλωσσικού μαθήματος γινόταν αναφορά στις διαφημίσεις μέσα από έναν σκωπτικό και κριτικό ταυτόχρονα τρόπο. Τα παιδιά καλούνταν να κρίνουν ποια διαφήμιση είναι υπερβολική, ποια πετυχαίνει το στόχο της, ποια παραπλανά και γιατί.

Στα νέα βιβλία, τα παιδιά, όχι λίγες φορές, καλούνται να μάθουν να γράφουν διαφημίσεις, ανταγωνιζόμενα, μάλιστα, για το ποιος θα γράψει την καλύτερη. Σε κάθε περίπτωση, η διαφήμιση παρουσιάζεται ως κάτι το σύμφυτο με τον ανθρώπινο βίο. Επιπρόσθετα, τα νέα σχολικά βιβλία κάνουν επανειλημμένα άμεση διαφήμιση προϊόντων. Η λογική αυτή διαπερνά το περιεχόμενο των βιβλίων πολλών μαθημάτων, ακόμα και του βιβλίου των μαθηματικών.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα η εκτενής διαφήμιση, στο βιβλίο της Γλώσσας της Ε΄ Δημοτικού, συγκεκριμένου ηλεκτρονικού παιχνιδιού γνωστής πολυεθνικής, για την οποία διαφήμιση έγινε μάλιστα και επερώτηση στη Βουλή από κυβερνητικό βουλευτή<sup>20</sup>.

Άποψή μας είναι ότι τα νέα βιβλία έχουν σαν κύριο στόχο να διαμορφώσουν ελεγχόμενους καταναλωτές και όχι ελεύθερα σκεπτόμενους πολίτες.

Ένα, επίσης, σημαντικό ζήτημα που μας απασχολεί σαν γονείς είναι η εισβολή, στην κυριολεξία, των εταιριών στα σχολεία. Αυτό γίνεται με το μανδύα της επιμόρφωσης πάνω σε κάποια θέματα, αλλά ο στόχος είναι η διαφήμιση των προϊόντων τους.

Καθημερινά, οι διευθυντές δέχονται επιστολές, επισκέψεις και τηλεφωνικές κλήσεις από εταιρίες που θέλουν να διαφημίσουν την πραμάτεια τους. Οι περισσότεροι έχουν στην κατοχή τους υπογεγραμμένη άδεια από το Υπουργείο Παιδείας. Τα παραδείγματα είναι αμέτρητα!

- Κλόουν από την εταιρία ION πήγε σε δημόσιο σχολείο, έκανε διάφορα σκέτς και μοίρασε σοκοφρέτες στα παιδιά, τα οποία έχασαν μια διδακτική ώρα.
- Ομιλία για την «Αντιπλιακή προστασία» από τη VICHY σε συνεργασία με την ελληνική εταιρία δερματολόγων. Το δέλεαρ: Καθρεφτάκια και χάντρες!
- Ομιλία για τη «Στοματική υγιεινή» από την AIM σε συνεργασία με την ελληνική οδοντιατρική εταιρία. Το δώρο: Παιδική οδοντόκρεμα! Το ίδιο με παραπάνω δηλαδή.

Η αρνητική μας εντύπωση στα πιο πάνω παραδείγματα καθαρής διαφήμισης μεγαλώνει, γιατί φέρουν και τη «σφραγίδα» επιστημονικών φορέων, οι οποίοι «ανοίγουν δρόμους» στις εταιρίες για να κάνουν αυτές τη δουλειά τους, ενώ κάλλιστα θα μπορούσαν μέσω του Υπουργείου να λειτουργήσουν μέσα στα σχολεία και να ενημερώσουν τα παιδιά από μόνοι τους.

Ακόμα έχουμε την παρότρυνση με τη σφραγίδα του Υπουργείου για συγγραφή εκθέσεων ή υλοποίηση προγραμμάτων, όπως: «οικολογική αυτοκίνηση» από την Toyota, «τα καλά της αποταμίευσης» από την Ένωση Ιδιωτικών Ασφαλιστικών Ελλάδος, επισκέψεις στα McDonald's για παρουσίαση του προγράμματός τους «Υγιεινή Διατροφή» κ.ά.

Ένα ακόμα αξιοσημείωτο παράδειγμα είναι η διοργάνωση ημερίδας από Γυμνάσιο με θέμα το «Φυσικό αέριο». Εκεί μίλησαν άνθρωποι των εταιριών ΔΕΠΑ και ΔΕΦΑ, της ΔΕΗ, κα-

---

<sup>20</sup> Ερώτηση Δ. Κωνσταντάρα, βουλευτή της Ν.Δ. στη Βουλή-17/4/2007

θώς και ο πρόεδρος του Ο.Σ.Κ.. Οι μαθητές του σχολείου φορούσαν διαφημιστικά μπλουζάκια της εταιρίας φυσικού αερίου και μοίραζαν τα διαφημιστικά της φυλλάδια .

Αυτό ήταν και ο μόνος ρόλος τους, η μόνη συμμετοχή τους στην ημερίδα που *διοργανώθηκε από το σχολείο τους!*

*Με αυτά που συμβαίνουν στο ελληνικό σχολείο, θεωρούμε πως δεν είναι δυνατόν αυτό να αποτελέσει ασπίδα προστασίας για τα παιδιά μας, από την επίθεση των εταιριών και της διαφήμισης.*

Τα παραπάνω παραδείγματα, μη φανταστείτε ότι έχουν να κάνουν με το «Φινλανδικό» ή άλλα Σκανδιναβικά μοντέλα εκπαίδευσης, τα οποία ακούμε ότι ενστερνίζονται οι πολιτικά αρμόδιοι. Είναι καθαρά το Αμερικάνικο μοντέλο και αυτό αποδεικνύεται από το παρακάτω γεγονός:

Μαθητής αποβλήθηκε από το σχολείο του στη Τζόρτζια επειδή την «ημέρα της Κόκα-Κόλα» φόρεσε μπλουζάκι της «Πέτσι»<sup>21</sup>. Η ημέρα της «Κόκα-Κόλα» ήταν μέρος της συμμετοχής του σχολείου στο διαγωνισμό, ο οποίος βραβεύει με χρηματικό ποσό το Λύκειο που θα έχει την καλύτερη ιδέα προώθησης εκπαιδευτικών κουπονιών της Κόκα-Κόλα. Τα μαθήματα δεν έγιναν, τα παιδιά πήγαν φορώντας μπλουζάκια με το λογότυπό της, έβγαλαν ομαδικές φωτογραφίες σχηματίζοντας τις λέξεις 'Κόκα-Κόλα' και παρακολούθησαν διαλέξεις από στελέχη της εταιρείας. Ένας μαθητής όμως πήγε φορώντας ένα μπλουζάκι με το λογότυπο της Πέτσι. Ο διευθυντής τον απέβαλε, επειδή «αν και γνώριζε ότι είχαμε υψηλούς καλεσμένους, αυτός τους αγνόησε». Ήταν μια σοβαρή ένδειξη απειθαρχίας!

Όσον αφορά τον προστατευτικό ρόλο που θα πρέπει να παίζει η οικογένεια και τις ευθύνες που της αναλογούν:

Στις σημερινές δύσκολες συνθήκες, πολλοί γονείς αναγκάζονται να δουλεύουν ακόμα και δυο ωράρια για να τα βγάλουν πέρα. Όταν γυρίζουν στο σπίτι, αποκαμωμένοι, πρέπει να τρέξουν τα παιδιά στις ξένες γλώσσες, στα γυμναστήρια, στα ωδεία, στα φροντιστήρια της παραπαιδείας, γιατί τίποτα απ' αυτά δεν παρέχεται ολοκληρωμένα μέσα από το δημόσιο σχολείο. Με την επιστροφή τους απ' όλα αυτά, είναι πολύ αργά για να αναπτυχθεί μια ποιοτική επαφή μεταξύ των μελών της οικογένειας.

Κάποιοι άλλοι γονείς αντιμετωπίζουν το πρόβλημα της μερικής απασχόλησης, της ανεργίας, της αβεβαιότητας και δεν μπορούν να βοηθήσουν ούτε τον εαυτό τους να σταθεί στα πόδια του, πόσο μάλλον να στηρίζουν τα παιδιά τους.

Επίσης, όπως καλά γνωρίζουμε, στην κοινωνία που ζούμε, ο θεσμός της οικογένειας περνάει κρίση, επομένως δεν είναι εύκολο τα παιδιά αυτών των οικογενειών να εφοδιαστούν με τα αντισώματα και τις αξίες που χρειάζονται.

Και, τέλος, να μην παραβλέψουμε το γεγονός ότι ζούμε σε μια κοινωνία στην οποία πολλοί ενήλικες έχουν ήδη υποκύψει στην επίμονη «πλύση εγκεφάλου» στην οποία υποβάλλο-

---

<sup>21</sup> «Ηλίθιοι Λευκοί», Μάικλ Μουρ, εκδόσεις ΑΙΩΡΑ.

---

νται για χρόνια, οπότε έχουν λαθεμένο προσανατολισμό όσον αφορά τη διαπαιδαγώγηση των παιδιών τους.

Τώρα για να έρθουμε και στις ευθύνες όλων αυτών των γονιών, ακόμα κι αυτών που έχουν σωστό προσανατολισμό.

Πιστεύουμε ότι όσα ακούγονται κατά κόρον από τα χείλη αφενός των εκάστοτε κρατικών υπευθύνων και αφετέρου απ' αυτά κάποιων «ειδικών επιστημόνων» για πρωταρχικές ευθύνες της οικογένειας, είναι η προσπάθεια να καλύψουν το δικό τους ρόλο και τις ευθύνες τους.

Θέλουν να έχουν άλλοθι για την πλάτη που έβαλαν για το ξεχαρβάλωμα της κοινωνίας. Θέλουν να αμυνθούν, δια της αντεπίθεσης, στις φωνές που τους καλούν να μην γεμίζουν «σκουπίδια» τα σπίτια τους και τις ευάλωτες ψυχές των παιδιών τους.

Μέχρι πρόσφατα, οι περισσότερες διαφημίσεις, που απευθύνονταν σε παιδιά, αφορούσαν, όπως είναι φυσικό, παιχνίδια. Σήμερα, παρατηρείται μια στροφή της παιδικής διαφήμισης, σε τρόφιμα. Και μάλιστα τρόφιμα, με υψηλά ποσοστά ζάχαρης, άλατος και λιπαρών. Δηλαδή «σκουπιδοτρόφιμα», όπως πατατάκια, γαριδάκια, αναψυκτικά κ.λπ.,

Το παιδί, επηρεαζόμενο από την καταλυτική δράση της διαφήμισης, καταναλώνει γρήγορες και εύκολες τροφές, γλυκά, παγωτά και γενικότερα τροφές πλούσιες σε κορεσμένα λίπη και ζάχαρη, τα οποία ευθύνονται, σημαντικά, για την τρομακτική έκρηξη της παχυσαρκίας, αλλά και την εμφάνιση «γεροντικών ασθενειών» (χοληστερίνη, καρδιαγγειακά νοσήματα κ.ά.) σε δεκάχρονα παιδιά<sup>22</sup>. Ξέρουμε πολύ καλά ότι οι εταιρίες χρησιμοποιούν ειδικούς επιστήμονες (επικοινωνιολόγους, ψυχολόγους κ.λπ.), προκειμένου να διαφημίσουν το προϊόν τους. Δηλαδή, στην προκειμένη περίπτωση, η επιστήμη λειτουργεί προς όφελος των λίγων και εναντίον των πολλών.

Τι να αντιτάξει η οικογένεια στην επιστημονική διαφήμιση, η οποία μπαίνει στο σπίτι της κάθε ώρα και στιγμή (κύρια μέσα από την τηλεόραση), με απουσία ή μη των γονέων απ' αυτό; Πώς να αντιδράσει η οικογένεια, όταν το σχολείο είναι οίκος εμπορίου; Μπροστά σε όλα αυτά, κάθε προσπάθεια των γονιών ακυρώνεται, ή αν αποδώσει αυτό γίνεται μετά από δέκα χρόνια, όταν τα παιδιά συνειδητοποιήσουν πολλά πράγματα μέσα από τις δικές τους εμπειρίες.

Το ζήτημα είναι καθαρά πολιτικό και δε θα αλλάξει τίποτα όσο η διαφήμιση αποτελεί ένα επικοινωνιακό όπλο για τη χειραγώγηση του μέλλοντός μας (δηλ. των παιδιών μας). Γι' αυτό και η κοινωνία έχει υποχρέωση να αντιδράσει όταν βλέπει το μέλλον της να καταστρέφεται.

---

<sup>22</sup> Σύμφωνα με τα αποτελέσματα ερευνών του Νοσοκομείου Παίδων Αθήνας.



## ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ

**Γρηγόρης Αντωνιάδης**

Δεν θα ήθελα να αναλωθώ στη σημασία της διαφήμισης, στην οικονομική σημασία της, στη σημασία έχει για τα μέσα μαζικής ενημέρωσης για τη λειτουργία και την ύπαρξή τους και τα λοιπά, αυτά είναι γνωστά πράγματα, σήμερα έχουμε το παιδί και τη διαφήμιση, ως εκ τούτου θα πρέπει εκεί να επικεντρωθούμε. Και θα ήθελα να ξεκινήσω από το θέμα της παχυσαρκίας και κατά πόσον η διαφήμιση έχει συμβάλει σε αυτό το πρόβλημα, και τι κάνει γι' αυτό ο Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος εκπροσωπώντας τη βιομηχανία, στην ουσία αυτούς οι οποίοι παράγουν προϊόντα και διαθέτουν προϊόντα στην κοινωνία.

Κατ' αρχήν να πούμε ότι η διαφήμιση και πριν από δέκα χρόνια υπήρχε και ήταν περίπου ίδια σε ποσότητα και σε ποιότητα, τα παιδιά μας όμως ήταν λιγότερο παχιά. Σήμερα που μιλάμε η βιομηχανία πουλάει λιγότερο αλάτι, λιγότερη ζάχαρη, λιγότερα κεκορεσμένα λιπαρά και αυτό είναι μετρήσιμο, τα παιδιά όμως είναι πιο παχιά.

Στα τελευταία δέκα χρόνια οι στατιστικές χειροτέρεψαν. Άρα, η διαφήμιση είναι ένας παράγων, δεν είναι φαίνεται όμως να είναι ο καθοριστικός παράγων. Σε αυτή τη δεκαετία η μεγάλη αλλαγή έγινε με το Ιντερνέτ. Τα παιδιά καθίσανε μπροστά σε μία τηλεόραση, μπροστά σε ένα monitor, ασχοληθήκανε με το Ιντερνέτ, ασχοληθήκανε με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, ασκούνται πολύ λιγότερο, ενδιαφέρονται πολύ λιγότερο για την σωματική άσκηση. Αυτοί είναι βασικοί παράγοντες που άλλαξαν τα πράγματα και στη δική μας κοινωνία.

Είναι χαρακτηριστικό το παρακάτω παράδειγμα από μία σχετική έρευνα που έγινε στη Νορβηγία, στη Σουηδία και στο Κεμπέκ του Καναδά όπου υπάρχουν αυστηρότατοι νόμοι γύρω από τη διαφήμιση, ιδιαίτερα στα παιδιά και στην ουσία δηλαδή απαγορεύεται.

Σε αυτά τα δέκα χρόνια και στις τρεις χώρες τα παιδιά παχύνανε, δεν μειώθηκε λοιπόν λόγω του περιορισμού της διαφήμισης το θέμα της παχυσαρκίας. Άρα, πρέπει να το δούμε ρεαλιστικά και αντικειμενικά και όχι να προπαγανδίζουμε την εύκολη λύση της απαγόρευσης, της φορολογίας στα προϊόντα που είπε πριν ο κ. Νικολόπουλος ή να βάλουμε traffic lights επάνω στα προϊόντα τα οποία θα ενημερώνουν τους γονείς ότι αυτό προϊόν δεν κάνει για το παιδί και τα λοιπά.

Δεν είναι εκεί το θέμα, δεν θα αποδώσουν αυτά τα μέτρα, δεν απέδωσαν σε χώρες οι οποίες ήδη έχουν μία ιστορία εικοσαετίας ελέγχων γύρω από τη διαφήμιση. Θα πρέπει να δούμε και τη δική μας συμμετοχή σαν γονείς, σαν κοινωνία, σαν εκπαίδευση, σαν παιδεία. Εγώ δεν άκουσα κάτι από τον κ. Νικολόπουλο, τι θα ήθελε να γίνει μέσα στα σχολεία;

Μας είπε ότι "μπαίνουν οι εταιρείες μέσα στα σχολεία και κάνουν διαφήμιση", δεν μας είπε όμως γιατί τα σχολεία έρχονται στη βιομηχανία και μας ζητούν να κάνουν εκπαιδευτικές επισκέψεις στη βιομηχανία, όπου αυτό δεν τους το επιβάλλει καμία εταιρεία, σε αυτή τη περίπτωση γίνεται το αντίθετο, η εκπαιδευτική κοινότητα επιδιώκει την επαφή με τα προϊόντα.

Τώρα, ας δούμε εμείς σαν βιομηχανία τι κάνουμε για το θέμα, ποιες είναι οι πρωτοβου-

---

λίες μας, που τα τελευταία είκοσι χρόνια, όπως είπε ο κ. Παπαπολύζος, ακολουθούμε. Πρώτα απ' όλα έχουμε το θεσμό της δεοντολογίας για τη διαφήμιση. Είναι ίσως ο μόνος θεσμός αυτοδέσμευσης, ο οποίος είναι ενεργός και λειτουργεί στην πράξη στη χώρα μας.

Και όταν λέω "λειτουργεί στην πράξη" μη θεωρήσετε ότι αξιολογεί, δύο ή τρεις διαφημίσεις. Κάθε χρόνο αποφαινεται αν είναι δεοντολογικά σωστές περισσότερες από 160 διαφημίσεις. Στην περίπτωση που μια διαφήμιση θεωρηθεί ότι είναι αντιδεοντολογική, αυτή παύει να προβάλλεται, διότι υπάρχει η δέσμευση από την πλευρά των μέσων να συμμετέχουν σε αυτό το φορέα και η δέσμευση τους σημαίνει ότι αν αποφασιστεί ότι η διαφήμιση αυτή πρέπει να τροποποιηθεί ή δεν πρέπει να συνεχίσει την παρουσία της στα μέσα, καταργείται και τα ίδια τα μέσα παύουν την προβολή της.

Είναι λοιπόν ένας θεσμός, ο οποίος δεν ισχύει μόνον γι' αυτούς οι οποίοι τον έχουν υπογράψει, είναι ανοιχτός και στο κοινό, οποιοσδήποτε θα μπορούσε να θέσει ένα θέμα που τον απασχολεί και είναι αντίθετο με τον Κώδικα Δεοντολογίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο Κώδικας περιλαμβάνει ειδικό παράρτημα για τη διαφήμιση που απευθύνεται στα παιδιά.

Το πως δηλαδή θα πρέπει να μην προωθείται η υπερβολική κατανάλωση ενός προϊόντος, το πως θα πρέπει να μην επηρεάζεται ο γονέας.

Ο Κώδικας Δεοντολογίας της διαφήμισης είναι σε συνεχή εξέλιξη. Πέραν του παραρτήματος για τη παιδική διαφήμιση πρόσφατα ο Κώδικας επεκτάθηκε και περιέλαβε τα αλκοολούχα ποτά, εμπορικές πρακτικές στα σούπερ μάρκετ και το telemarketing κλπ.

Η δεύτερη πρωτοβουλία που η βιομηχανία υλοποιεί από μόνη της έχει να κάνει με το περιορισμό της διαφήμισης προς τα παιδιά. Θα φέρω δύο παραδείγματα τα οποία πιθανόν να γνωρίζετε.

Ο Σύνδεσμος Εταιρειών μη Αλκοολούχων Αναψυκτικών και Ποτών, έχει προχωρήσει σε Ευρωπαϊκή Οδηγία και σε τοπικό επίπεδο σε κλαδική δέσμευση που αφορά τη σήμανση και το marketing των προϊόντων της. Μέχρι σήμερα έχουν υπογράψει τον κώδικα 107 εταιρείες.

Χαρακτηριστική είναι η δέσμευσή του για κατάργηση ενεργειών marketing και διαφήμισης σε παιδιά μικρότερα των 12 ετών και ρυθμίσεις μιας σειράς ενεργειών που αφορούν την υπερκατανάλωση, την πώληση και προώθηση στον ευαίσθητο χώρο του σχολείου, καθώς και την επισήμανση των προϊόντων.

Τρίτο παράδειγμα πρωτοβουλιών της βιομηχανίας για το περιορισμό του προβλήματος της παιδικής παχυσαρκίας είναι η πρόσφατη συμφωνία μεταξύ έντεκα μεγάλων εταιρειών τροφίμων σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι οποίες καλύπτουν στην ουσία το 60% της διαφημιστικής δαπάνης παγκόσμια ώστε στις 31/12/2008 να σταματήσει η διαφήμιση σε παιδιά κάτω των 12 ετών. Η δέσμευση αυτή αφορά όλα τα τρόφιμα, εκτός εάν τα προϊόντα τα οποία διαφημίζονται συμφωνούν με τις αρχές της υγιεινής διατροφής, έτσι όπως αυτή προκύπτει από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας.

Είναι μία δέσμευση την οποία θα τη δούμε και στη χώρα μας να εφαρμόζεται από του χρόνου. Είναι και αυτό μια μορφή αυτοδέσμευσης, γιατί εμείς δεν πιστεύουμε στην αποτελε-

σματικότητα μιας νομοθετικής ρύθμισης. Η νομοθετικές ρυθμίσεις συνήθως δεν εφαρμόζονται και στην ουσία δεν επιταχύνεται το ζητούμενο.

Πέραν όσων προανέφερα στην αλλαγή της σύνθεσης των προϊόντων και συγκεκριμένα στη μείωση της ζάχαρης, του αλατιού και των κεκορεσμένων λιπαρών που χρησιμοποιεί στη παραγωγή.

Μια ακόμα χαρακτηριστική πρωτοβουλία προς τη κατεύθυνση της υπεύθυνης ενημέρωσης, η οποία ήδη εφαρμόζεται στην ελληνική αγορά όπως και στην ευρωπαϊκή κι αν πάτε στο σούπερ μάρκετ μπορεί να το διαπιστώσετε, είναι μία ειδική μορφή επισήμανσης επί των προϊόντων, η οποία βοηθάει τον γονιό να καταλάβει ποια είναι η διατροφική αξία αυτού του προϊόντος όσον αφορά στη ζάχαρη, στο αλάτι, στις θερμίδες και στα κεκορεσμένα λιπαρά.

Αυτό που πιθανότατα σήμερα υπάρχει σε μερικές δεκάδες προϊόντα μέσα σε ένα χρόνο θα είναι σε αρκετές δεκάδες χιλιάδες προϊόντα. Η βιομηχανία τροφίμων έχει δεσμευθεί να τοποθετήσει αυτή την ειδική επισήμανση πάνω στα προϊόντα μέχρι το τέλος του 2008, επισήμανση η οποία εξηγεί για το συγκεκριμένο προϊόν πόσες θερμίδες έχει και τι καλύπτει από την ημερήσια ιδανική πρόσληψη θερμίδων, άλατος, ζάχαρης και κεκορεσμένων λιπαρών και τα λοιπά.

Η ελληνική βιομηχανία είναι σύγχρονη, αφουγκράζεται τις απαιτήσεις της κοινωνίας, γνωρίζει τα θέματα και επιθυμεί να συμβάλει στην άμβλυνση των ανησυχιών των καταναλωτών. Βελτιώνουμε την επισήμανση, βάζουμε κώδικες και στην επικοινωνία προς τα παιδιά μέσω αυτοδέσμησης.

Τηρούμε τους νόμους, αλλά οι νόμοι είναι το μίνιμουμ. Από κει και πέρα υπάρχουν οι Κώδικες Αυτοδέσμησης οι οποίοι μπορούν να συμβάλλουν αποτελεσματικά στην επίλυση προβλημάτων που η ίδια η κοινωνία προτάσσει.

---

## ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ: ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

**Μπέττυ Τσακαρέστου**

Το θέμα των επιδράσεων της διαφήμισης στα παιδιά όπως και της ικανότητας τους να κατανοούν και να αξιολογούν τα διαφημιστικά μηνύματα, προκαλεί πάντοτε ισχυρό ενδιαφέρον στην κοινωνία και ισχυρές αντιπαραθέσεις ανάμεσα στους ακαδημαϊκούς, τις καταναλωτικές ενώσεις, τους εκπροσώπους της αγοράς και τις ρυθμιστικές αρχές. Παρά το γεγονός ότι διαθέτουμε νομοθετικές ρυθμίσεις, όπως επίσης, ειδική πρόβλεψη στο άρθρο 18 του Ελληνικού Κώδικα Διαφήμισης- Επικοινωνίας για την προστασία των παιδιών και των νέων από αθέμιτες διαφημιστικές πρακτικές, το θέμα παραμένει ανοιχτό. Στερεοτυπικές αντιλήψεις για τον ιδεολογικό και «χειραγωγικό» ρόλο της διαφήμισης και των πρακτικών του μάρκετινγκ παραμένουν ισχυρές σε ένα σημαντικό κομμάτι της κοινωνίας αποδίδοντας στη διαφήμιση μια υπερβολική δύναμη επιβολής στάσεων, αντιλήψεων, αξιών και συμπεριφορών. Ωστόσο, η διαφήμιση στηρίζει την επιτυχία της στην ικανότητά της να ερμηνεύει την κοινωνία με ευφάνταστο ή ανατρεπτικό τρόπο, να προσπαθεί να διακρίνει και να επενδύει στις αναδυόμενες τάσεις. Η παραπάνω τοποθέτηση δεν μας οδηγεί ασφαλώς να ισχυριστούμε ότι η διαφήμιση είναι «ανώδυνη». Πάντα χρειάζεται να θέτουμε πλαίσια για την υπεύθυνη άσκησης της και ελέγχους.

Εστιάζοντας στο θέμα της διαφήμισης που απευθύνεται σε παιδιά και νέους, τα ευρήματα της ακαδημαϊκής έρευνας για το βαθμό κατανόησης των διαφημιστικών μηνυμάτων από τα παιδιά, συχνά είναι αντικρουόμενα. Ωστόσο υπάρχουν και σημεία σύγκλισης. Το πρώτο στοιχείο σύγκλισης πολλών μελετών είναι ότι τα παιδιά ήδη από την ηλικία των πέντε ετών είναι σε θέση να διακρίνουν, με την κατάλληλη πάντα καθοδήγηση από τους γονείς και τους δασκάλους τους, τί είναι ένα διαφημιστικό μήνυμα, πού στοχεύει και σε τί διαφέρει από το υπόλοιπο τηλεοπτικό ή ραδιοφωνικό πρόγραμμα ή τα περιεχόμενα των εντύπων. Αυτή η ικανότητα των παιδιών να «διαβάζουν» και να ερμηνεύουν τις διαφημίσεις αναπτύσσεται ακόμα πιο συστηματικά κατά τα επόμενα χρόνια της ανάπτυξης τους.

Σήμερα, επανεξετάζουμε την αποτελεσματικότητα των πολιτικών της «προστασίας» και δίνουμε μεγαλύτερη έμφαση στην βιωματική και ενεργό καταναλωτική αγωγή των παιδιών. Τα παιδιά δεν είναι οι αυριανοί καταναλωτές, είναι οι σημερινοί καταναλωτές. Συμμετέχουν και αποκτούν σύνθετες εμπειρίες από την οικογενειακή ζωή και τα καταναλωτικά της πρότυπα και αξίες, τα παραδοσιακά Μέσα και το διαδίκτυο, από την κοινωνία και την αγορά. Μια απ' τις βασικές κατευθύνσεις για χάραξη πολιτικών που ισχύουν σήμερα στην Ευρωπαϊκή Ένωση, είναι η αρχή ότι ο ενημερωμένος και υπεύθυνος καταναλωτής είναι και πιο υπεύθυνος πολίτης. Αυτή η διάσταση αποκτά ιδιαίτερη σημασία σήμερα που στρεφόμαστε στην αειφόρο κατανάλωση, το «sustainable lifestyle», αποκτώντας συνείδηση των επιπτώσεων των καταναλωτικών μας επιλογών στο κλίμα του πλανήτη. Στο πεδίο της νέας πράσινης κατανα-

λωτικής κουλτούρας είναι που αναλαμβάνουμε την ευθύνη (παράλληλα με την πίεση που ασκούμε σε κυβερνήσεις και επιχειρήσεις) ως πολίτες- ενήλικες και παιδιά- για να διαμορφώσουμε και να υποστηρίξουμε ένα νέο μοντέλο ζωής, δηλαδή να παράγουμε και να καταναλώνουμε με σεβασμό για το περιβάλλον και την κοινωνία.

Ο κλάδος της επικοινωνίας και ειδικότερα της διαφήμισης συνεργάζεται με το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών στην προώθηση νέων βιώσιμων καταναλωτικών προτύπων ζωής σε παιδιά και νέους μέσω του διαδραστικού εκπαιδευτικού προγράμματος Youth Exchange. Επίσης, το Ινστιτούτο Επικοινωνίας -οργανισμός που έχει ιδρυθεί από την ΕΔΕΕ και τα τμήματα επικοινωνίας του Παντείου, του Καποδιστριακού του Αριστοτελείου και του Οικονομικού Πανεπιστημίου- έχει ξεκινήσει μια καμπάνια ενημέρωσης και προώθησης πράσινων καταναλωτικών προτύπων και συμπεριφορών στην ελληνική κοινωνία με έμφαση τους νέους ανθρώπους. Αυτό είναι ένα θετικό παράδειγμα για το πως ο κλάδος της διαφήμισης και της επικοινωνίας μπορεί να συντονίσει το βήμα του, και τα μηνύματά του, ανταποκρινόμενος στις κοινωνικές προσδοκίες για μια πιο υπεύθυνη στάση.

Το καταναλωτικό πρότυπο το διαμορφώνουμε όλοι μαζί. Σε αυτό το νέο περιβάλλον, η διαφήμιση μπορεί να συμβάλει θετικά χωρίς όμως να αναμένουμε ότι θα έχει τον πρώτο και καθοριστικό ρόλο.

#### ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Bijmolt, T., Glaassen, W. and B. Bruns (1998) *Children's understanding of TV Advertising: Effects of Age, Gender and Parental Influence*, Tilburg, University
- Caraher, M., Landon, J., and K. Dalmeny (2006). *Television Advertising and Children. Lessons from Policy Development*. Public Health Nutrition 9:596-605
- Moses, L. and D. Baldwin (2005). «What can the study of Cognitive Development about Children's ability to appreciate and cope with Advertising?», *Journal of Public Policy and Marketing*, τομ. 24, τχ. 2, σ. 186-201
- Oates, C., Blades, M. and Gunter (2002). «Children and Television Advertising: When do they understand persuasive intent?», *Journal of Consumer Behavior*, τομ. 1, τχ. 3, σ. 238-245
- UNEP/UNESCO *Youth exchange: Towards sustainable Lifestyles*  
<http://www.youthxchange.net/main/home.asp>
- Ινστιτούτο Επικοινωνίας. Εκστρατεία για το Περιβάλλον «Δρώ γιατί Αντιδρώ»  
<http://www.instofcom.gr/dro/>
- Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας, *Ελληνικός Κώδικας Διαφήμισης- Επικοινωνίας* (Αναθεωρημένος) <http://www.see.gr/index.aspx?pge=3&op=2>.

**ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ**  
**«ΝΕΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΑ»**





**ΜΕ ΠΟΣΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΚΥΜΑΤΟΔΡΟΜΟΥΝ  
ΟΙ ΝΕΟΙ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;**

**Ξενοφών – Ροδόλφος Μορώνης**

Ομολογώ ότι έχω έναν πειρασμό να αρχίσω την παρουσίαση της μελέτης από το τέλος. Κι επειδή, σαν τον Όσκαρ Γουάιλντ το πρόβλημά μου δεν είναι να αντιστέκομαι στον πειρασμό αλλά ότι μερικοί πειρασμοί μου αντιστέκονται, θα υποκύψω: Τα παιδιά μας είναι μόνα και αβοήθητα στην περιπλάνησή τους στον κόσμο του Διαδικτύου-έναν κόσμο που έχει παγίδες όσες και οάσεις, έναν κόσμο στον οποίο απροειδοποίητα το φως μετατρέπεται σε έρεβος.

Η μελέτη του Ινστιτούτου Οπτικοακουστικών Μέσων που παρουσιάζεται σήμερα έχει τίτλο «Δημιουργική και ασφαλής χρήση του Διαδικτύου από νέους και νέες ως 18 ετών» και είναι μια πανελλαδική εμπειρική έρευνα που σχεδίασαν και διεξήγαγαν κάτω από τις οδηγίες του ΙΟΜ οι κ.κ. Γιάννης Κατερέλος, επίκουρος καθηγητής κοινωνιολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου και Πολυδεύκης Παπαδόπουλος, δημοσιογράφος. Πρέπει εδώ να αναφέρω ότι η έρευνα τέθηκε υπό την αιγίδα του Υπουργείου Παιδείας και στηρίχθηκε ουσιαστικά από την πρώην Υπουργό Παιδείας κα Μαριέτα Γιαννάκου, την οποία και ευχαριστούμε.

Στα σχέδιά μας ήταν να εξασφαλίσουμε στα ερωτήματα της έρευνας 1.500 μαθητές Γυμνασίου και Λυκείου απ' όλη την Ελλάδα, 50 καθηγητές και 500 γονείς μαθητών. Για να επιτύχουμε το δείγμα μοιράσαμε τον Απρίλιο του 2007, 5.000 ερωτηματολόγια: 2.500 σε μαθητές, 2.500 σε γονείς και 500 σε καθηγητές. Επιστράφησαν συμπληρωμένα στην έδρα του Ινστιτούτου (τέλη Μαΐου-αρχές Ιουνίου 2007) 1.183 ερωτηματολόγια μαθητών, 469 ερωτηματολόγια γονέων και 164 ερωτηματολόγια καθηγητών- άρα σε ό,τι αφορά στους μαθητές συγκεντρώσαμε το 80% του επιθυμητού, στους γονείς το 94% και στους εκπαιδευτικούς το 33%. Το ιδιαίτερα χαμηλό ποσοστό συμμετοχής των εκπαιδευτικών οφείλεται σε κάποιο βαθμό (όπως οι ίδιοι οι δάσκαλοι έχουν δηλώσει σε παλαιότερη έρευνες) στο γεγονός ότι πιστεύουν πως οι έρευνες είναι ατελέσφορες και σε μια καχυποψία τους σχετικά με τα κίνητρα των ερευνών.

Παράλληλα με την αποστολή των ερωτηματολογίων ξεκίνησε μια έρευνα με επιστημονικές συνεντεύξεις μεταξύ των φορέων που έχουν σχέση με το θέμα. Οι φορείς αυτοί είναι: 1) το Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο (ΠΣΔ) σε συνδυασμό με τα συνεργαζόμενα Κέντρα Πληροφορικής & Νέων Τεχνολογικών (ΚΕ.ΠΛΗ.ΝΕ.Τ.), 2) το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο (ΠΙ), 3) το Κέντρο Εκπαιδευτικής Έρευνας (ΚΕΕ) 4) το Κέντρο Μελετών & Τεκμηρίωσης (ΚΕΜΕΤΕ) της Ομοσπονδίας Λειτουργών Μέσης Εκπαίδευσης (ΟΛΜΕ), 5) το Ινστιτούτο Παιδαγωγικών Ερευνών-Μελετών (ΙΠΕΜ) της Διδασκαλικής Ομοσπονδίας Ελλάδας (ΔΟΕ), 6) η Ανωτάτη Συνομοσπονδία Γονέων Μαθητών Ελλάδας (Α.Σ.Γ.Μ.Ε.), 7) η εταιρία ΟΤΕΝΕΤ, 8) η εταιρία FORTHNET, 9) η Ελληνική Ένωση Χρηστών Ιντερνετ (ΕΕΧΙ) 10) το S@ferinternet που είναι ο ελληνικός Κόμβος Ασφαλούς Διαδικτύου 11) το Safenet που είναι το Ελληνικό Όργανο Αυτορρύθμισης για το περιεχόμενο του Internet και 12) η Ελληνική Αστυνομία-Διεύθυνση Δημόσιας Ασφάλειας και τα εξειδικευμένα τμήματα Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος (ΕΛΑΣ). Θα ήθελα



---

από το βήμα αυτό να ευχαριστήσω όλους τους παραπάνω φορείς για την προθυμία τους να μετάσχουν στην έρευνά μας. Ήρθε η ώρα να δούμε μερικά από τα βασικά ευρήματα της έρευνας, που άρχισε, φυσικά, με το βασικό ερώτημα, την πρόσβαση στο Ιντερνέτ.

Όπως παρατηρούμε (βλ. **σχήμα 1, παράρτημα**) στο σύνολο των μαθητών/μαθητριών οι τέσσερις στους δέκα δηλώνουν ότι έχουν δική τους πρόσβαση στο Internet. Το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό (23%) δηλώνει ότι έχει πρόσβαση μέσω του σχολείου, ενώ ένα 13% έχει πρόσβαση μέσω των γονιών του. Υπάρχει και ένα 6% που έχει πρόσβαση μέσω φίλου/φίλης-πράγμα που ανεβάζει το συνολικό ποσοστό των εχόντων με οποιοδήποτε τρόπο πρόσβαση στο Internet στο 82%. Η ανάλυση των ποσοστών αυτών με βάση την βαθμίδα εκπαίδευσης (Γυμνάσιο, Λύκειο, Τεχνικό Λύκειο) έχει κάποιο ενδιαφέρον.

Όπως παρατηρούμε, το Γενικό Λύκειο έχει το προβάδισμα στις «ιδιωτικές» προσβάσεις και το μεγαλύτερο συνολικά ποσοστό συνδέσεων (86,5%) (βλ. **πίνακα 1, παράρτημα**).

Επιτρέψτε μου ένα μικρό άλμα, αφού και ο χρόνος μας είναι περιορισμένος, για να δούμε ποιος, κατά τους μαθητές που απάντησαν στην έρευνα, είναι ο βαθμός συσχέτισης της διάδοσης του Internet και διαφόρων εξαιρετικής σημασίας κοινωνικών προβλημάτων, όπως η ανεργία, η τρομοκρατία, τα ναρκωτικά, κ.ο.κ.

Τρία βασικά κοινωνικά προβλήματα διογκώνονται κατά τους μαθητές με την εξάπλωση του Internet (βλ. **σχήμα 2, παράρτημα**). Τα ναρκωτικά, η εγκληματικότητα και (λιγότερο) η τρομοκρατία. Η απαξίωση των θεσμών και η ανεργία είναι δύο άλλα κοινωνικά προβλήματα που κατά τους μαθητές/μαθήτριες συνδέονται με την διάδοση του Internet.

Κι αυτό παρά το γεγονός ότι το Internet ως λέξη συνειρμικά παραπέμπει τους ερωτώμενους σε περιοχές που δεν έχουν σχέση με τα προβλήματα. Σύμφωνα με τις ελεύθερες απαντήσεις τους το Internet είναι συνδεδεμένο με παιχνίδια, με τον αθλητισμό, τη μόρφωση, τα downloads (τα κατεβάσματα αρχείων, παιχνιδιών μουσικής κλπ), την πληροφόρηση, τις γνωριμίες (chat rooms), μηχανές αναζήτησης, ψυχαγωγία, μουσική, e mail, πορνό, αγορές, κ.λ.π. (βλ. **πίνακα 2, παράρτημα**).

## ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟ INTERNET

Η ασφάλεια στο Διαδίκτυο είναι υψίστης σημασίας ιδιαιτέρως όταν αφορά σε νεαρά άτομα. Πρέπει να διαφυλαχτεί η κοινωνική, ψυχολογική και σωματική τους ακεραιότητα. Όλοι έχουμε ακούσει για απαγωγές, για φόνους, για αυτοκτονίες, για βιασμούς ή κακοποιήσεις ανηλίκων από γνωριμίες του Internet. Κι ακόμη έχουν αναφερθεί «κλοπές ταυτοτήτων» για την τέλεση οικονομικών εγκλημάτων.

Στο ερώτημα της έρευνας «έχεις γνώση της σημασίας... οι μισοί περίπου από τους μαθητές χρήστες (το 53,42% για την ακρίβεια) δηλώνει πως έχει μέτρια έως καθόλου γνώση της σημασίας αυτής. Μάλιστα, το ποσοστό αυτών που δεν ξέρουν καθόλου τη σημασία αποστολής προσωπικών στοιχείων μέσω internet είναι υψηλότερο αυτών που γνωρίζουν «άριστα» τους κινδύνους. (26,95% έναντι 21,89%) (βλ. **σχήμα 3, παράρτημα**). Παρ' όλα ταύτα, η συντριπτική πλειοψηφία των χρηστών, το 73,53%, λέει ότι δεν έχει αποστείλει προσωπικά στοιχεία/δεδομένα χωρίς να ελέγξει πριν (βλ. **σχήμα 4, παράρτημα**).

Υπάρχει, εν τούτοις και ένα ποσοστό που είτε σπάνια είτε κατά κανόνα αποστέλλει τέτοια στοιχεία. Σε μια άλλη ενότητα ερωτήσεων ζητούσαμε από τους μαθητές να μας πουν αν έχουν εμπλακεί μέσω διαδικτύου σε καταστάσεις ή έχουν αντιμετωπίσει συμπεριφορές που θα μπορούσαν να χαρακτηρισθούν ακραίες. Τα σχετικά ερωτήματα ήταν για παράδειγμα αν έχουν ενοχλήσει ή ενοχληθεί από κάποιον στο internet, αν έχουν συναντήσει από κοντά κάποιον που γνώρισαν μέσω internet, αν έχουν πέσει θύματα απάτης κλπ. Ανά ζώνες δειγματοληψίας οι απαντήσεις έχουν ως εξής:

Οι κατηγορίες των ιστοσελίδων στις οποίες τα παιδιά αισθάνθηκαν κάποια στιγμή εξετέθησαν στην κάθε μορφής βίας απεικονίζεται (στον **πίνακα 3, παράρτημα**) που αποτελεί μέρος μόνον του σχετικού αναλυτικού πίνακα της έκθεσης αποτελεσμάτων της έρευνας.

Μια άλλη ενότητα ερωτήσεων είχε ως στόχο τη διερεύνηση του φαινομένου της παθολογικής χρήσης του Internet-να δούμε, δηλαδή σε ποιο βαθμό η χρήση του Internet είναι ανταγωνιστική ως προς μια φυσιολογική συμπεριφορά ενός εφήβου (βλ. **σχήμα 5, παράρτημα**). Ας δούμε τώρα πώς αντιλαμβάνονται οι γονείς το Διαδίκτυο (βλ. **σχήμα 6, παράρτημα**).

Το 83% των γονέων θεωρεί το διαδίκτυο από απολύτως απαραίτητο ως μάλλον απαραίτητο, ενώ μόνον το 4% το θεωρεί άχρηστο/μάλλον άχρηστο και υπάρχει και ένα 13% που το θεωρεί αδιάφορο. Όμως ποιες είναι οι γνώσεις τους σχετικά με το θέμα;

Το υψηλότερο ποσοστό εδώ είναι αυτών που θεωρούν ότι έχουν μέτριες γνώσεις (22%) και τα αμέσως επόμενα αυτών που έχουν λίγες (18%) ή ανύπαρκτες γνώσεις (15%). Πολύ καλές γνώσεις έχει μόνον ένα 8% (βλ. **σχήμα 7, παράρτημα**). Και μόνον ένα 30% κάνει χρήση του διαδικτύου «μάλλον συχνά/συχνά /και πολύ συχνά (βλ. **σχήμα 8, παράρτημα**).

Η ενημέρωση των γονέων σχετικά με θέματα ασφαλείας στο Internet εμφανίζεται (βλ. **σχήμα 9, παράρτημα**).

Σημειώνω πως μόνον ένα 28% των γονέων δηλώνει κάποιου βαθμού επάρκεια γνώσεων

---

σχετικά με τα θέματα ασφαλείας στο διαδίκτυο και ότι κάτι παραπάνω από το 50% θεωρεί ότι οι γνώσεις τους είναι μάλλον ανεπαρκείς. Η άγνοια αυτή μπορεί εν πολλοίς και να είναι ο λόγος που η συντριπτική πλειοψηφία των γονέων (το 82%) θεωρεί ότι οι κίνδυνοι από την χρήση του Internet είναι από μάλλον υπαρκτοί ως πολύ σοβαροί (βλ. **σχήμα 10, παράρτημα**).

Και, φυσικά, σημαντικά λιγότεροι είναι αυτοί που μπορούν να ελέγξουν τα παιδιά τους (βλ. **σχήμα 11, παράρτημα**).

Ας ρίξουμε τώρα μια ματιά στις απαντήσεις των εκπαιδευτικών. Αξίζει να σημειώσουμε εδώ ότι η μέση ηλικία των καθηγητών που απάντησαν στην έρευνα είναι 42 περίπου ετών. Οι πιο συχνές ειδικότητες που παρουσιάζονται στο δείγμα, είναι φιλόλογοι (23,60%), καθηγητές πληροφορικής (11,95%) και Μαθηματικοί (11,54%). Μαθηματικοί και καθηγητές πληροφορικής μαζί δεν ξεπερνούν το ποσοστό των φιλολόγων (βλ. **πίνακα 4, παράρτημα**). Είναι μιας άλλης τάξης συζήτηση αυτή που θα μπορούσε να προκύψει από τα στοιχεία αυτά. Εδώ η κατάσταση ως προς τις γνώσεις σχετικά με το διαδίκτυο είναι καλύτερες απ' αυτές που συναντήσαμε μεταξύ των γονέων (βλ. **σχήμα 12, παράρτημα**).

Έξι στους δέκα εκπαιδευτικούς περίπου θεωρούν ότι έχουν επαρκείς γνώσεις σχετικά με το Internet, το 36% θεωρεί ότι έχει μέτριες γνώσεις και μόνον ένα 8% έχει λίγες ή πολύ λίγες γνώσεις. Η ίδια βελτιωμένη εικόνα παρουσιάζεται και ως προς τη χρήση του Internet (βλ. **σχήμα 13, παράρτημα**).

Το 51% χρησιμοποιεί μάλλον συχνά/συχνά/και πολύ συχνά το διαδίκτυο ενώ υπάρχει και ένα 35% που το χρησιμοποιεί μέτρια. Ας περάσουμε την κάρτα σχετικά με το κόστος της σύνδεσης (βλ. **σχήμα 14, παράρτημα**).

Για να πάμε σ' έναν πίνακα στον οποίο καταγράφεται η άποψη των εκπαιδευτικών για τη σχέση των μαθητών τους με το internet στα πλαίσια της εκπαίδευσής τους (βλ. **σχήμα 15, παράρτημα**).

Η συντριπτική πλειοψηφία (κάτι παραπάνω από 8 στους 19) χαρακτηρίζουν τη σχέση μαθητών –διαδικτύου ως μάλλον θετική/θετική/ και πολύ θετική. Υπάρχει και ένα 10% -ένας στους δέκα- που υποστηρίζει πως δεν υπάρχει σχέση του διαδικτύου με την εκπαίδευση. Ο τελευταίος πίνακας της σύντομης και σε γενικές μόνον γραμμές παρουσίασης της έρευνας του Ινστιτούτου Οπτικοακουστικών Μέσων σχετίζεται με την εικόνα όπως την δίνουν οι μαθητές και όπως την «υποπεύονται» ή νομίζουν εκπαιδευτικοί και γονείς (βλ. **σχήμα 16, παράρτημα**).

Το ενδιαφέρον είναι ότι παρά τη διαφορετική εικόνα που έχουν γονείς και καθηγητές και μεταξύ τους και σε σχέση με τα παιδιά υπάρχουν μερικά σημεία πάνω στα οποία συμφωνούν, όπως προκύπτει και από το σκέλος της έρευνας μεταξύ των διαφόρων φορέων.

*«Οι εκπαιδευτικοί των διαφόρων ειδικοτήτων (και όχι ειδικά της Πληροφορικής) έχουν τις γνώσεις και την κατάλληλη νοοτροπία για να προτρέψουν τους μαθητές τους στη δημιουργική και ασφαλή χρήση του Διαδικτύου;»* ρωτά η έρευνα. *«Έχουν οι εκπαιδευτικοί επίγνωση των προβλημάτων ασφαλείας ώστε να είναι σε θέση να ενημερώνουν και να συμβου-*

λεύουν τα παιδιά» επιμένει ένα επόμενο ερώτημα της.

Οι ίδιοι οι φορείς των εκπαιδευτικών απαντούν σχεδόν πλήρως αρνητικά και στα δύο ερωτήματα. Ένας φορέας μάλιστα, όπως το Κέντρο Μελετών & Τεκμηρίωσης (ΚΕΜΕΤΕ) της Ομοσπονδίας Λειτουργών Μέσης Εκπαίδευσης επισημαίνει ότι ορισμένες έρευνες καταγράφουν και ένα είδος «τεχνοφοβίας» ανάμεσα σε εκπαιδευτικούς, ιδίως των μεγαλύτερων ηλικιών, διαπίστωση που είναι παρόμοια με αυτή που ισχύει και για την ευρύτερη ελληνική κοινωνία. Οι γονείς από την άλλη πλευρά, χαρακτηρίζονται από το «ψηφιακό αναλφαριθμητισμό» οποίος είναι δύσκολο έως αδύνατο να αλλάξει.. Έτσι, οι εν λόγω γονείς δεν είναι σε θέση ούτε να παρακολουθούν, ούτε να ελέγχουν τα παιδιά τους, εφόσον αυτά ασχολούνται με τους Η/Υ και το Διαδίκτυο, όντας σ' ένα πλήρες «ψηφιακό χάσμα» μαζί τους.

Είναι αποκαλυπτικά τα στοιχεία σχετικής έρευνας του Ευρωβαρομέτρου («Safer Internet» 5/07), σύμφωνα με την οποία 3 στους 4 γονείς δεν κάθονται ποτέ με τα παιδιά τους όταν αυτά πλοηγούνται στο Διαδίκτυο, 7 στους 10 πιστεύουν ότι τα παιδιά τους δεν έχουν συναντήσει ποτέ επιβλαβές περιεχόμενο στο Ιντερνετ, ενώ το 50% των Ελλήνων γονέων δε γνωρίζει που να αναφέρει την περίπτωση παράνομου περιεχομένου. Η κατάσταση αυτή καθιστά απολύτως αναγκαία α) την συνεχή εκστρατεία ενημέρωσης του κοινού γύρω από τους κινδύνους που ελλοχεύουν στις διαδικτυακές περιπλανήσεις, β) την ενημέρωση των νέων για τους τρόπους με τους οποίους το διαδίκτυο μπορεί να χρησιμοποιηθεί δημιουργικά και γ) την εισαγωγή στην εκπαίδευση (ήδη από τις τελευταίες τάξεις της πρωτοβάθμιας) αυτού που διεθνώς ονομάζεται Media Literacy και αποδίδεται στα ελληνικά ως «Αγωγή στα ΜΜΕ». Για να πάψουν να είναι μόνα και αβοήθητα στον κόσμο των τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας.

## ΨΗΦΙΑΚΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ Ή ΨΗΦΙΑΚΗ ΗΘΙΚΗ;

### Γιάννης Πανούσης

Η εμπλοκή των Η/Υ και εν γένει των μέσων επικοινωνίας στην εγκληματικότητα είναι πλέον γεγονός.<sup>23</sup> Το διαδικτυακό έγκλημα συνιστά την πρόσφατη εκδοχή του φαινομένου, την περισσότερο προηγμένη ηλεκτρονική εγκληματικότητα (με επεξεργασία και μετάδοση δεδομένων<sup>24</sup>). Δράσεις παράνομες, συμπεριφορές ανήθικες, χωρίς συναίνεση, που δεν εντοπίζονται εύκολα αφού κινούνται δικτυακά, δίχως φυσική μετακίνηση, που τελούνται με μεγάλη ταχύτητα και δυνάμεις και που όλοι μπορούν να τις επιχειρήσουν μ' επιτυχία.<sup>25</sup> Στο άρθρο αυτό θ' ασχοληθούμε με δύο πτυχές της σχέσης «ΜΜΕ & έγκλημα». Η μια αφορά τη βιντεοσκόπηση εικονικών ή πραγματικών βιασμών<sup>26</sup> και η άλλη την επίδραση των videogames στην εγκληματικότητα των νέων.

#### Βιντεοσκόπηση «βιασμών»;

1. Γιατί άραγε οι νέοι βιντεοσκοπούν πραγματικούς ή εικονικούς βιασμούς; Γοπεύονται από τη βία και είναι υπερήφανοι γι' αυτό που κάνουν ώστε θέλουν να 'χουν γνήσια και αυθεντικά τεκμήρια;

Μήπως πρόκειται για τελετουργική παιδική κακοποίηση που ικανοποιεί τη λαϊκή φαντασία;<sup>27</sup> Πρόκειται για εύθυμη βία;<sup>28</sup> Πρόκειται για ένα είδος εξάρτησης από «ηλεκτρονικές ερωτικές σχέσεις» με σεξουαλικούς κυνηγούς και θηράματα;<sup>29</sup> Πότε το εικονικό περιβάλλον μπορεί να πάρει πραγματικές διαστάσεις και από παι-

23. Βλ. μ.ά. Χρ. Τσουραμάνη - Ε. Χαϊνά, Η Εγκληματολογία στο διαδίκτυο, Media + Έγκλημα 14/2008, Α. Σάκκουλας - Ανδρ. Αργυρόπουλου, Ηλεκτρονική Εγκληματικότητα, Εγκληματο-λογικά 19/2001, Α. Σάκκουλας - Σπ. Κοδέλλας, Ένα καταδικασμένο κοινό, Media + Έγκλημα 10/2006, Α. Σάκκουλας - Για περισσότερα βλ. Γ. Πανούση, Το «μήνυμα» στην Εγκληματολογία, Α. Σάκκουλας 1995, σ. 31-51, 57-67.

24. Βλ. Α. Ζάννη, Το διαδικτυακό έγκλημα, Media + Έγκλημα 5/2005, Α. Σάκκουλας, σ. 57 επ., Α. Αργυρόπουλου, οπ. π., σ. 23 επ.

25. Βλ. Α. Ζάννη, οπ. π., σ. 63.

26. Βλ. Ευαγγ. Αλυγιζάκη, Ο βιασμός ως δημόσιο θέμα: βιντεοσκόπηση και δημοσιοποίηση βιασμού γυναικών, Media + Έγκλημα 12/2007, Α. Σάκκουλας.

27. Πρβλ. Ανδρονίκης Καλογηράτου, Η ανάμνηση παιδικής σεξουαλικής κακοποίησης και τα ΜΜΕ: προβληματισμοί και θέματα δεοντολογίας, σε «Σεξουαλική κακοποίηση - Μυστικό: όχι πια», (επιμ. Ορ. Γιωτάκος, Βικτ. Πρεκατέ), Ελλ. Γραμμ. 2006, σ. 294-295.

28. Πρβλ. Γ. Πανούση, ΜΜΕ, Κώδικας Δεοντολογίας και σεξουαλική κακοποίηση ανηλίκων, σε «Σεξουαλική...», οπ. π., σ. 305.

29. Πρβλ. Μ. Γιαννακοπούλου, Σύγχρονη ηλεκτρονική τεχνολογία και έκθεση σε σεξουαλική βία, σε «Σεξουαλική...», οπ. π., σ. 317-319.

χνίδι cyber sex να μετατραπεί σ' επικίνδυνη ή εγκληματική συμπεριφορά *εξαναγκαστικής ερωτικής σχέσης*;<sup>30</sup>

2. Η *ταπεινωτική σεξουαλική απεικόνιση* του σώματος των ανηλίκων (δια των Media) εντάσσεται στην παιδική πορνογραφία<sup>31</sup> είτε πρόκειται για ρεαλιστικές εικόνες είτε για εικονικές αναπαραστάσεις.<sup>32</sup>  
Η *αισχρότητα* (obscenity) που προσβάλλει την ηθική και διεγείρει την επιθυμία, ταπεινώνει και ευτελίζει, δεν είναι μόνον αντικείμενο «βρώμικων ή σκληρών εικόνων» (dirty ή hard core pictures).<sup>33</sup>  
Η *διαστροφική επικοινωνία* εμπεριέχει στοιχεία σαρκασμού και περιφρόνησης,<sup>34</sup> χωρίς να λείπουν ψήγματα εξουσίας και μείωσης της αξίας / αξιοπρέπειας του άλλου.<sup>35</sup> Ο ναρκισσισμός επενδύεται με *φαντασιώσεις και βία*<sup>36</sup> ενώ το θύμα αδυνατεί να ξεφύγει από την καταστροφική σχέση που το συνδέει με τον δράστη.<sup>37</sup>  
Η *πορνογραφική επικοινωνία* (pornographic communication)<sup>38</sup> δεν οδηγεί υποχρεωτικά σε βιασμό αλλά θέτει το ερώτημα «τί ακριβώς ζητάει το κοινό της»;<sup>39</sup>
3. Για πολλούς η πορνογραφία συνδέεται με τη *σεξουαλική βία* και την παιδοφιλία<sup>40</sup> ενώ για άλλους συνιστά ένα νέο κίνδυνο που απορρέει από το Διαδίκτυο (όπου η ανεύρεση θυμάτων είναι ευκολότερη μέσω sites με τίτλους boy-lovers, boys in the real world κ.λπ.<sup>41</sup>).

---

30. Πρβλ. *Η. Ηλία*, Διαδικτυακή πορνογραφία και σεξουαλική παραβατικότητα: κριτικές επισημάνσεις και σημεία εγκληματολογικού προβληματισμού, σε «Σεξουαλική...», οπ. π., σ. 326-327, 334.

31. Βλ. *Αναστ. Ζάννη*, Το διαδικτυακό έγκλημα, Media + Έγκλημα -5, Α. Σάκκουλας 2005, σ. 78-79.

32. Βλ. *Gordon Hawkins, Franklin E. Zimring*, Pornography in a free Society, Cambridge University Press, 1988, σ. 25.

33. Βλ. *Χ. Δημόπουλου*, Εγκλήματα της γενετήσιας εκμετάλλευσης ανηλίκων – Εμπορία, Πορνογραφία, Κατάχρηση σε Ασέλγεια, Νομική Βιβλιοθήκη 2006, σ. 13.

34. Βλ. *Marie France Hirigoyen*, Ηθική παρενόχληση – Η κρυμμένη βία στην καθημερινή ζωή, μτφ. Μαριλένα Γεωργιάδου, Πατάκης 2000, σ. 111, 118.

35. οπ. π., σ. 126-128.

36. οπ. π., σ. 143 επ.

37. οπ. π., σ. 163.

38. Βλ. *G. Hawkins, Fr. E. Zimring*, οπ. π., σ. 74, 110.

39. οπ. π., σ. 74, 108.

40. Βλ. *David Vittoria*, Pedofilia, violenza sessuale a pornografia, in "La pedofilia – Aspetti sociali, psico-giuridici, normative e vittimologici", International Institute of Higher Studies in Criminal Sciences, n° 14, Cedam, Padova 1999, p. 37 s – Για σχέση αυστηρής σεξουαλικής ηθικής και επιθετικότητας βλ. *Άντον-Αντρέα Γκούα*, Σεξουαλικότητα και πορνογραφία, Επίκουρος 1972, σ. 41.

41. Βλ. *Bob Trubilcock*, Child Molesters on the Internet, in "Taking Sides – Clashing views on Controversial issues in Crime and Criminology", 6<sup>th</sup> ed. (ed. by Richard C. Monk), Dushkin/ Mc Graw-Hill 2001, σ. 204.

Ως παγκόσμιο έγκλημα<sup>42</sup> η πορνογραφία χρησιμοποιεί τα ΜΜΕ για να φέρει σ' επαφή δράστες και θύματα<sup>43</sup> (στη βάση και μιας «εικονικής εξομίωσης»<sup>44</sup>).

Ο ηθικός πανικός και η σύγχυση γύρω από τέτοια θέματα (όπου π.χ. η πορνογραφία συνδέεται ή ταυτίζεται με την παιδοφιλία ή με σαδομαζοχιστικές τάσεις<sup>45</sup>) οδηγεί σε ευθεία μετουσίωση του συμβολισμού των εικόνων σε γεγονότα.<sup>46</sup>

Τα Media δεν δημιουργούν το φαινόμενο.<sup>47</sup> Η διαφθορά των ανηλίκων (π.χ. πορνογραφικά videos<sup>48</sup>), δεν βασίζεται στην παρεκκλίνουσα φαντασία (deviant imagination) που παρέχει ο κυβερνοχώρος<sup>49</sup> αλλά στη (λεγόμενη) «κρυφή ζωή της αστικής τάξης».<sup>50</sup> Η πορνογραφία της καθημερινότητας,<sup>51</sup> η κουλτούρα της παιδοφιλικής υποκρισίας<sup>52</sup> (κυρίως των σεξουαλιστών του αναπτυσσόμενου κόσμου) όπως κάθε σεξουαλική κακοποίηση (ανηλίκων) αντιμετωπίζεται πρωτίστως ως *αστυνομική υπόθεση*.<sup>53</sup> Το ζήτημα όμως είναι περισσότερο περίπλοκο.

4. Με το Διαδίκτυο, ή καλύτερα μέσω του Διαδικτύου, αυτο-εκτιθέμεθα ή και ανακαλύπτουμε τους εαυτούς μας.<sup>54</sup> Η ασωματοποίηση (disembodiment) απελευθερώνει το εικονικό Εγώ και η αποπροσωποποίηση λειτουργεί *σαν ναρκωτικό*.<sup>55</sup> Αυτό που είναι, κι αυτό που *θήθελε να είναι* και αυτό που *απαγορεύεται να είναι* γίνονται ένα.<sup>56</sup>

42. Βλ. *Ruth Dixon*, Κίνδυνοι και μέτρα προστασίας των παιδιών από την παιδοφιλία στο Ιντερνέτ, σε «Σεξουαλική κακοποίηση των παιδιών και παιδοφιλία στο Ιντερνέτ», Ίδρυμα για το Παιδί και την Οικογένεια, UNESCO, εκδ. Ι. Σίδερης 2000, σ. 196.

43. Βλ. *Jean Christophe Le Toquin*, Ιντερνέτ και ΜΜΕ, σε «Σεξουαλική κακοποίηση...», οπ. π., σ. 199.

44. Πρβλ. *Parry Aflab*, Cyberangels, σε «Σεξουαλική κακοποίηση...», οπ. π., σ. 225.

45. Βλ. *Julia Wilkins*, Protecting our children from Ιντερνέτ smut, in "Taking sides...", οπ. π., σ. 192.

46. οπ. π., σ. 197 –Για την πορνογραφία ως τέχνη βλ. *D. H. Laurence*, Πορνογραφία και Αισχύροτητα, Ροές 1998, σ. 31 –Για αρνητική σχέση κατανάλωσης πορνογραφίας και διάπραξης σεξουαλικών εγκλημάτων βλ. *Α.Α. Γκούα*, οπ. π., σ. 161.

47. Βλ. "*La pédophilie*", Fondation Scelles, érès, Ramonville 2001, p. 149.

48. οπ. π., σ. 169.

49. Βλ. *Yvonne Jewkes, Keith Sharp*, Crime, deviance and the disembodied self: transcending the danger of Corporeality, in "Dot. cons- Crime, deviance and identity on the Ιντερνέτ (ed. by Yv. Jewkes), Willan Publishing, Devon 2003, σ. 2.

50. Πρβλ. *Ν. Δήμου*, Από την πορνογραφία στα κόμικς, Πατάκης 2001, σ. 15, 18.

51. Βλ. Ομότιτλο άρθρο *Κίμπι*, Ο κόσμος του Επενδυτή, 11-12/11/06 –Για ηθικολογία αντιπορνογράφων βλ. *Α.Α. Γκούα*, οπ. π., σ. 168.

52. Βλ. *Φ. Τσαλίκογλου*, Κουλτούρα υποκρισίας, *Τα Νέα* 18/1/07 –βλ. και *Λ. Γιάνναρου*, *Ελ. Καρανάτση*, Παιδερασία, το πιο καλά κρυμένο μυστικό, *Καθημερινή Κυριακή* 14/1/07.

53. Βλ. *Αγγ. Τσιγκρή*, Σεξουαλική κακοποίηση του παιδιού, *Α. Σάκκουλας* 1999, σ. 178.

54. Βλ. *Yv. Jewkes, K. Sharp*, οπ. π., σ. 2.

55. οπ. π., σ. 13.

56. Βλ. *Francis Jauréguiberry*, Ιντερνέτ comme espace inédit de construction de soi, in "Ιντερνέτ, nouvel espace citoyen?" (eds. Francis Jauréguiberry, S. Proulx), L' Harmattan, Paris 2002, σ. 231-232.

Βιώνουμε –μέσω των Media– το *φανταστικό σαν να ήταν πραγματικό*<sup>57</sup> και καθιστάμεθα –άθελά μας;– συνένοχοι (και συμπαίκτες), μολονότι επικαλούμαστε *ηθική ουδετερότητα*.<sup>58</sup>

Η κατανάλωση βίαιων εικόνων είναι ένα σκληρό παιχνίδι που τραυματίζει, ταπεινώνει, προκαλεί πόνο, αφού οι ιδιωτικές στιγμές συνιστούν μέρος της *αξιοπρέπειας*, του *υπερασπίσιμου χώρου* και της *προσωπικής μας ασφάλειας*.

Η *ερωτική ελευθεριότητα* αλλά ακόμα και η κρυφή καταστολή ερωτικών επιθυμιών<sup>59</sup> δεν αλλοιώνουν τον έρωτα ως έκφραση αγνών και τρυφερών αισθημάτων δύο ανθρώπων που δεν εκδίδονται στο κοινό.

Τα ερωτήματα όμως παραμένουν ανοικτά.

5. Η μετατροπή του καταναλωτή των πορνογραφημάτων *σε παραγωγό*<sup>60</sup> μπορεί και να μετατρέψει ένα πορνογραφικό υλικό *πρόταση/ πρόσκληση/ ερέθισμα* για άσκηση βίας;<sup>61</sup> Η *δημοσιοποίηση του ιδιωτικού*, δια των ερωτικών αναπαραστάσεων του σώματος (και σπανίως των προσώπων) μπορεί να εκφύγει της ηθικής ρύθμισης<sup>62</sup> και να εισέλθει στο πεδίο της *επιτρεπτικότητας* (για το τί θεωρούν οι ίδιοι οι πρωταγωνιστές ως ανήθικη αναπαράσταση) ή στον (κυβερνο)χώρο του υπερ-ρεαλισμού και της εικονικότητας;<sup>63</sup> Η *ηθική σταυροφορία*<sup>64</sup> υπέρ του εννόμου αγαθού της τιμής πρέπει να ταυτίζεται με το περί τιμής συναίσθημα του καθενός;<sup>65</sup> Εντέλει η *βιντεοσκοπήση* χρησιμοποιείται ως ερωτική ενημέρωση, ερωτική αυτο-έκφραση, σεξουαλικό επιδειξιμότητα, σεξουαλικό κάλεσμα ή σεξουαλική αφύπνιση;<sup>66</sup> Πρόκειται για ηθική κατάπτωση (και «ηθικό κλίμα») ή για εγκληματική/ παρεκκλίνουσα δραστηριότητα;<sup>67</sup> Η νεανική σεξουαλικότητα (και ανωριμότητα) μετατρέπει τον *partenaire* σε αντικείμενο;<sup>68</sup> Η συμμετοχή σε τέτοιες ενέργειες συνιστά αυτο-κατανάλωση<sup>69</sup> ενώ η απλή

57. Βλ. Γ. Πανούση, Εγκληματογενείς και εγκληματογόνοι κίνδυνοι, Νομική Βιβλιοθήκη 2007, σ. 295.

58. Πρβλ. θεωρία Matza, σε Στ. Αλεξιάδη, Εγκληματολογία, δ' εκδ., Σάκκουλας, Θεσ/κη 2004, σ. 68-69.

59. Βλ. Ν. Παρασκευόπουλου, Η κρατική ευπρέπεια περί τα ερωτικά, *Ελευθεροτυπία* 14/5/07.

60. Βλ. Γ. Νούσκαλη, Πορνογραφία ανηλίκων: Τα κρίσιμα ζητήματα του άρθρου 348 Α' Π.Κ., σε «Τιμητικός Τόμος για τον Ιωάννη Μανωλεδάκη-II», Σάκκουλας, Θεσ/κη 2007, σ. 447.

61. Πρβλ. Antonis Kechris, Les notions "film pornographique" et "film d' incitation à la violence" en droit français, A. Sakkoulas – E. Bruylant, Athènes- Bruxelles, 2002, p. 30 –βλ. και Χ. Δημόπουλου, οπ. π., σ. 14.

62. Βλ. Robert Bocoock, Choice and regulation: sexual moralities, in "Media and cultural regulation" (ed. by Kenneth Thompson), Open University Sage, 1997, σ. 75.

63. οπ. π., σ. 77.

64. Βλ. Χ. Δημόπουλου, οπ. π., σ. 16.

65. Βλ. παρατηρήσεις Κ. Χατζηκώστα σε ΣυμβΠλημΠατρ 106/2006, ΠοινΔικ 2/2007, σ. 150.

66. Πρβλ. G. Hawkins, Fr. E. Zimring, οπ. π., σ. 110-116.

67. οπ. π., σ. 117-119, 190.

68. οπ. π., σ. 185.

69. οπ. π., σ. 193.



παρακολούθηση απλή περιέργεια ή υποκατάστατο;

Οι ιδιωτικά *φαντασιωνόμενοι χρήστες*<sup>70</sup> διακατέχονται και από πολιτισμική αναισθησία (που αποπροσωποποιεί τα υποκείμενα<sup>71</sup>);

Οι απαντήσεις δεν είναι εύκολες.

6. Εγκλήματα βλάβης ή διακινδύνευσης,<sup>72</sup> παγίδα<sup>73</sup> ή νέα αγορά,<sup>74</sup> οι φωτογραφικές σεξουαλικές απεικονίσεις (προς πώληση),<sup>75</sup> η πορνογραφία στο διαδίκτυο,<sup>76</sup> το υπαρκτό ή φανταστικό σώμα του ανηλίκου,<sup>77</sup> το θέαμα, ο ναρκισσιζμός, η παράσταση (performance),<sup>78</sup> η φαντασίωση των σκηνοθετημένων φαντασιώσεων,<sup>79</sup> εμπλέκουν, όπως κάθε κυβερνοέγκλημα (cybercrime) ίσως και να προϋποθέτουν, digital persons<sup>80</sup> (ψηφιακά πρόσωπα).

Γνωρίζοντας ότι ούτε η *ποινικοποίηση της βιντεοσκόπησης* και μετάδοσης βίας,<sup>81</sup> ούτε η *αισθητικο-επικοινωνιακή* ηθική της τηλεφιλιανθρωπίας<sup>82</sup> μπορούν να αναχαιτίσουν τα νέα αυτά φαινόμενα, η έρευνα πρέπει να εισχωρήσει στο βάθος, στην ουσία των σχέσεων και των προθέσεων.

Η *σεξουαλική κατάχρηση* περιέχει συμβολικά νοήματα όπως η κοινωνική ανοχή<sup>83</sup> ή και παθολογικά χαρακτηριστικά της σχέσης ή και των προσωπικοτήτων *δράστη – θύματος*.<sup>84</sup>

Οι περί τον βιασμό *μύθοι* (ενδοτικότητα της γυναίκας, απόλαυση της βίας, διέγερσης τρίτων) τίθενται σε σχετική αμφισβήτηση καθώς τα ευρήματα αναδεικνύουν ανασφάλειες και φοβίες όλων των πρωταγωνιστών που ζώντας σε μια πανοπτική κοινωνία πιστεύουν ότι μπορούν και αυτοί να γίνουν το Μεγάλο Μάτι.

70. Βλ. Κ. Δημόπουλου, οπ. π., σ. 24.

71. Πρβλ. Κ. Νάντιας Σερμετάκη, Παλιννόστηση αισθήσεων, Α.Α. Λιβάνης 1997, σ. 194.

72. Βλ. Μ. Κανελλοπούλου-Μπότη, Η απαγόρευση της λογοκρισίας και η προστασία των ανηλίκων, *Δικαιώματα του Ανθρώπου* 31/2006, σ. 883.

73. Βλ. Χριστ. Χατζηϊορδάνογλου, Προστασία ανηλίκων από τις παγίδες του Διαδικτύου, *Ο Κόσμος του Επενδυτή* 9-10/12/06 –βλ. Ανδρ. Κατσούλη, Αλίευσαν τα θύματά τους στα chat rooms, *Έθνος Κυριακής* 11/2/07.

74. Βλ. Κ. Καμάρα, Ψηφιακό (ροζ) χάσμα, *Τα Νέα* 25/5/07.

75. Βλ. Χ. Δημόπουλου, οπ. π., σ. 14.

76. οπ. π., σ. 19.

77. Βλ. Ε. Πετρίδη, Πορνογραφία ανηλίκων, Εκλαϊκευμένη Νομική Βιβλιοθήκη, Α. Σάκκουλας 2007, σ. 16-17.

78. Βλ. Ύν. Jewkes, Κ. Sharp, οπ. π., σ. 2.

79. Πρβλ. Ν. Δήμου, οπ. π., σ. 27.

80. Βλ. αντί άλλων Emilio C. Viano, Cyber crime: a new frontier for Criminology, in *Annales Internationales de Criminologie*, Année 2006, v. 44<sup>1/2</sup>, p. 11, 16, 18.

81. Βλ. Γαλλία: ποινικό αδίκημα η βιντεοσκόπηση/ μετάδοση βίας, *ΕνδιάΜΕΣΑ*, ΙΟΜ, τ.13-14/2007, σ. 2, «Αυστηρές ποινές για το βίντεο βίας μέσω Διαδικτύου», *Τα Νομικά Νέα* 2/4/07.

82. Βλ. Στ. Παπαθανασόπουλου, Τηλε-φιλιανθρωπίες, *Τα Νέα* 18/5/07.

83. Πρβλ. Ντάνκαν Κέννεντυ, Σέξυ ντύσιμο και άλλα, μτφ. Μ. Μαργέτη, Δρομέας 2000, σ. 186-187, 193.

84. οπ. π., σ. 195, 207.

Σκληρό «παιχνίδι» σε σκληρούς χρόνους. Αν η ερευνητική προσπάθεια βρει υπερασπιστές ίσως να δούμε με μεγαλύτερη ακρίβεια όχι *τί δείχνουν* οι ψηφιακές μηχανές αλλά *τί κρύβουν* οι ψηφιακοί άνθρωποι.

### Υπάρχουν «βίαια» videogames;

Από τη μία η δημιουργική βία<sup>85</sup> κι από την άλλη η δύσκολη απεξάρτηση από τα βιντεογκέιμ,<sup>86</sup> από τη μία η αρπαγή της ψυχής<sup>87</sup> κι από την άλλη η ενηλικίωση,<sup>88</sup> από τη μία η αυτενέργεια<sup>89</sup> κι από την άλλη η μίμηση<sup>90</sup>

Από τη μία τα videogames ως παιδαγωγική μέθοδος,<sup>91</sup> ως ενίσχυση της φαντασίας,<sup>92</sup> ως θεραπευτική παρέμβαση<sup>93</sup> κι από την άλλη η σύνδεση με την εγκληματικότητα,<sup>94</sup> τη συναισθηματική νοημοσύνη και την ψυχική υγεία<sup>95</sup>

Από τη μία τα παιχνίδια – προσομοίωσης πολέμου<sup>96</sup> αλλά και αντι-πολέμου<sup>97</sup> κι από την

---

<sup>85</sup> Βλ. Δ. Τζιαντζή, Η «δημιουργική βία» ωφελεί τα παιδιά... *Ελευθεροτυπία* 29/8/00 (απόψεις του Τζέρερντ Τζόουνς και της Μέλανι Μουρ), «Πόσο επικίνδυνα είναι τα βίαια βιντεοπαιχνίδια;», *Ελευθεροτυπία* 22/8/06 (απόψεις Dimitri Williams).

<sup>86</sup> Βλ. «Κλινικές απεξάρτησης από τα... βιντεοπαιχνίδια», *Ελευθεροτυπία* 8/7/06.

<sup>87</sup> Πρβλ. Φ. Τσαλίκoglου, Η εικόνα και η αρπαγή της ψυχής, *Νέα* 16/3/99.

<sup>88</sup> Πρβλ. Στ. Παπαθανασόπουλου, «Ενήλικα παιδιά», *Νέα* 14/9/05.

<sup>89</sup> Πρβλ. Τ. Καφαντάρη, «Ζήσε τη ζωή σου» σε βιντεοπαιχνίδι, *Βήμα/ Science* 7/11/04.

<sup>90</sup> Βλ. Ντ. Βέργου, «Η βία που παρακολουθούν παιδιά στην τηλεόραση στα 8 τους σχετίζεται με τις εγκληματικές πράξεις που διαπράττουν στα 30 τους» (απόψεις Ρόουελ Χιούζμαν), *Ελευθεροτυπία* 9/1/07.

<sup>91</sup> Βλ. Μ. Μπισού (επιμ.), Τα βιντεογκέιμ κάνουν καλό, *Νέα* 17/12/02, Lisa Guernsey, Πιο... μορφωμένα τα νήπια που βλέπουν πολλή TV, *The New York Times/ Καθημερινή* 9/9/06, Κ. Τζαβάρα, Τα κακά videogames κάνουν καλό, *Ελευθεροτυπία* 30/7/03, Δ. Τζιαντζή, Βιντεοπαιχνίδια: το μέλλον είναι πολιτικό, *Ελευθεροτυπία* 6/9/04.

<sup>92</sup> Βλ. Τ. Μίχα, Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια κάνουν καλό στα παιδιά!, *Ελευθεροτυπία* 17/4/06, Δ. Τζιαντζή, Ο πόλεμος των παιχνιδιών, *Ελευθεροτυπία* 22/4/03.

<sup>93</sup> Βλ. «Τα βιντεοπαιχνίδια θεραπεύουν» (καρκινοπαθείς), *Νέα* 15/7/05, Justin Mc Curry, Βιντεοπαιχνίδια για παίκτες αιώνια έφηβους (κατά Άλτσχάιμερ), *The Guardian – Καθημερινή Κυριακής* 12/3/06, «Βιντεοπαιχνίδια για την τρίτη ηλικία», *Βήμα/ Science* 12/3/06.

<sup>94</sup> Βλ. Κ. Αναστασοπούλου, Βαμμένα κόκκινα λεφτά... από τα video games, *Επενδυτής* 3-4-/7/99, Χ. Νομικού\_ Βίαια τηλεπαιχνίδια, *Ε-Ιατρικά* 20/6/06, Κ. Χαλβατζάκη, Πως η TV «παράγει» εγκληματικότητα, *Βήμα Κυριακής* 10/8/03.

<sup>95</sup> Βλ. *Observer*, «Φρένο» στο μυαλό τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, *Καθημερινή Κυριακής* 9/12/01, Χρ. Ιερείδη, Βλάπτει τα παιδιά η ατιμώρητη τηλε-βία, *Νέα* 20/10/99, Λ. Χατζηκυριάκου, Από το παιχνίδι στο ψυχιατρείο, *Ελευθεροτυπία* 17/11/99.

<sup>96</sup> Βλ. Ματθ. Τιμιτάκη, Παιχνίδια πολέμου για τους στρατούς, *Καθημερινή Κυριακής* 11/6/06, Γ. Νάκου, War Games –όταν η προπαγάνδα γίνεται... παιχνίδι, *Τύπος της Κυριακής* 24-25/12/05, Marc Lawson, Παιχνίδια πολέμου και νικητήριες παρελάσεις, *The Guardian – Καθημερινή Κυριακής* 8/6/03, Αθ. Κουφοπάνου, Στρατολόγηση με video game, *Κόσμος του Επενδυτή* 2-3/10/04, Tony Halpin, «Αφήστε τα παιδιά να παίξουν πολεμικά παιχνίδια», *Τα Νέα/ The Times* 14/7/03.

<sup>97</sup> Βλ. Κ. Γιαννακίδη, Media Terra – Η... Αριστερά των videogames, *Ε* 28/10/06.

---

άλλη ο εθισμός στη φρίκη,<sup>98</sup> στη βία<sup>99</sup> και στο έγκλημα<sup>100</sup> μας θέτουν ενώπιον κρίσιμων ερωτημάτων.

Η ζωή είναι σαν videogame ή το videogame είναι σαν τη ζωή; Ποιος παράγοντας από τους δύο «ενεργοποιεί» τη βία;

Ακόμα κι αν δεχτούμε ότι καταναλώνουμε περισσότερη εικονική βία από αυτήν που μπορούμε ν' αφομοιώσουμε, ακόμα κι αν η εγγύτητα των σκηνών με την πραγματικότητα και η ομοιότητα της κατάστασης του παιδιού-τηλεθεατή με τις παρουσιαζόμενες εικονικές καταστάσεις<sup>101</sup> προκαλούν ανησυχία, ευθεία και γραμμική σχέση ανάμεσα στο videogame και το έγκλημα δεν αποδεικνύεται. Οι παραβάτες-ανήλικοι δεν διαχωρίζονται από τους μη-παραβάτες σύμφωνα με την υπερβολική χρήση των ΜΜΕ ή τα υιοθετημένα πρότυπα και μοντέλα αλλά σύμφωνα με μια «γενική κατεύθυνση ζωής» (εντός/ εκτός οικογενείας).<sup>102</sup>

Ανεξάρτητα του τελικού ηθικού διδάγματος, ότι δηλαδή το *Καλό* πάντα επικρατεί του *Κακού*,<sup>103</sup> η απεικόνιση της βίας σε ένα αμφίδρομο παιχνίδι όπως αυτά των videogames, με ενεργητική συμμετοχή του νεαρού παίκτη δεν διεγείρει συναισθηματικά προς αντικοινωνική κατεύθυνση (με ανάλογη στρέβλωση των αξιών) αλλά σε μια λογική διαχείριση συγκεκριμένων καταστάσεων. Βέβαια λόγω προϋπάρχοντος ευάλωτου παίκτη (και όχι λόγω βιαιότητας των σκηνών), κοινωνικά πρότυπα και λανθάνοντα πρότυπα μπορεί να συγκρουστούν όχι όμως σε βαθμό που ο πραγματικός ψυχισμός ενός «κρυμμένου δολοφόνου» ν' αναδυθεί μέσω του videogame.

Γιατί άλλωστε ο καθαρτήριο ρόλος της τηλεοπτικής βίας<sup>104</sup> να μην ισχύει και για τα videogames; Γιατί πρέπει υποχρεωτικά να επικρατήσει η εκμάθηση/ μίμηση των επιθετικών τύπων<sup>105</sup> αφού στα videogames ήρωας-πρότυπο είναι το ίδιο το παιδί-παίκτης;

Όσον αφορά τις λεγόμενες «ρεαλιστικές σκηνές βίας»<sup>106</sup> ούτε τραυματικές βιωματικές

---

<sup>98</sup>. Βλ. Δ. Λάγιου, Εικονικά... μαθήματα στο έγκλημα, *Έθνος Κυριακής* 11/6/06.

<sup>99</sup>. Βλ. Α. Σταμάτη, *Εύης Ελευθεριάδου*, Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια έχουν βία και αίμα, *Νέα* 11-12/8/01.

<sup>100</sup>. Βλ. *Jack Malvern, Adam Sherwin*, Παιχνίδι που... σκοτώνει, *Τα Νέα/ The Times* 3/8/04 – *Κίττυς Ξενάκη*, «Η ζωή είναι βιντεογκέιμ, κάποια στιγμή πεθαίνεις», *Νέα* 15/9/06 – πρβλ. συνέντευξη σε Στ. Θεοδωράκη, «Έχω σκοτώσει 46.053...», *Νέα* 2-3/9/06.

<sup>101</sup>. Πρβλ. Β. Βουϊδάσκη, Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους, Γρηγόρης 1992, σ. 47.

<sup>102</sup>. Βλ. Α. Μπεζέ, Τηλεόραση και παραβατική συμπεριφορά των ανηλίκων, 1986, σ. 17 και κυρίως της ίδιας, *Délinquance et Mass Media*, Thèse de Doctorat, Université de Paris XIII, Dpt. de Psychologie, 1986, σ. 257-259.

<sup>103</sup>. Πρβλ. Η. Βρύζα, Μέσα επικοινωνίας και Παιδική ηλικία, Βάνιας, Θεσ/κη 1997, σ. 16 επ.

<sup>104</sup>. οπ. π., σ. 75.

<sup>105</sup>. οπ. π., σ. 75.

<sup>106</sup>. οπ. π., σ. 77.

εμπειρίες συνιστούν ούτε γνωστικές συμπεριφορικές αντιδράσεις ενεργοποιούν.<sup>107</sup>

Τα μεσοποιημένα δράματα ή τα τραύματα με υποκατάσταση δεν έχουν επίδραση που να μπορεί να εξισωθεί με τα πραγματικά βιώματα.<sup>108</sup>

Το όποιο πέρασμα των όποιων προτύπων από την οθόνη στην ψυχή<sup>109</sup> κι από την ψυχή στο (εγκληματικό) χέρι<sup>110</sup> για να πραγματωθεί χρειάζεται πολλά περισσότερα από ένα τραύμα κι ένα σενάριο.

Τα εικονικά πρότυπα (ακόμα και αυτά των ηρώων του υποκόσμου όπως το Grand Theft Auto<sup>111</sup>) δεν πρέπει να προσεγγίζονται ως «παγίδα».<sup>112</sup> Οι ιστορίες (αστυνομικό μυθιστόρημα) και οι εικόνες (TV, κινηματογράφος, videogames) του εγκλήματος στοιχειοθετούν ένα πολιτισμικό και όχι ένα εγκληματικό περιβάλλον.<sup>113</sup>

Από τη μία καταγγέλλουμε το φόβο (θυματοποίησης) που προκαλεί η TV<sup>114</sup> κι από την άλλη καταγγέλλουμε τα videogames (όπου ο παίκτης ξεπερνάει τον όποιο εικονικό φόβο του σε μία *σπαζοκεφαλιά– παιχνίδι– περιπέτεια– παραμύθι*).<sup>115</sup>

Αν η παθητική στάση του νέου στην «επιθετική συμπεριφορά» της TV καταλήγει σε αισθήματα αβοηθησίας, τότε η ενεργητική του δράση στο videogame αποδεικνύει θετική αντίδραση στη διαχείριση των (εικονικών) κινδύνων.<sup>116</sup> Τα παιχνίδια ως συμβολική αντι-βία στην πραγματική βία που υφίστανται τα παιδιά<sup>117</sup> αποδεικνύουν ότι τα videogames μιμούνται τη σκληρή πραγματικότητα και δεν την διαμορφώνουν.

Η βία που κυριαρχεί στα ηλεκτρονικά παιχνίδια (46%) πολλές φορές συνοδεύεται με χυδαία γλώσσα (11%), φόβο, σεξ, τζόγο, διακρίσεις,<sup>118</sup> αλλά το κύριο χαρακτηριστικό τους είναι ότι η εικόνα συμπυκνώνει ολιστικά την όποια ιστορία.<sup>119</sup> Ο επαγρυπνών (vigilant) κι ο «ηδονο-βλεψίας» (voyeur)<sup>120</sup> συνιστούν τύπους διαχείρισης της νεανικής ορμής, όχι όμως εγκληματικούς τύπους.

---

<sup>107</sup>. Πρβλ. Μπ. Ντάβου, Η παιδική ηλικία και τα ΜΜΕ, Παπαζήσης 2005, σ. 118 επ.

<sup>108</sup>. οπ. π., σ. 121 επ.

<sup>109</sup>. Βλ. Αλ. Σβώλου, Μ. Ανδριώτη, Η βία περνά από την οθόνη στην ψυχή τους, *Ελεύθερος Τύπος* 6/11/07.

<sup>110</sup>. Βλ. Γ. Πανούση, Θεμελιώδη ζητήματα της Εγκληματολογίας, Α. Σάκκουλας 1987, σ. 110 επ.

<sup>111</sup>. Βλ. Αρ. Νταραδήμου, Ν. Καράκωστα, Πρωταγωνιστές στον ψηφιακό υπόκοσμο, *Ελεύθερος Τύπος* 30/4/08.

<sup>112</sup>. Βλ. Γ. Κούρου, Εικονικές παγίδες για τα παιδιά, *Ελεύθερος Τύπος* 30/4/08.

<sup>113</sup>. Πρβλ. Ch. Acland, Youth, Murder, Spectacle – The cultural politics of “Youth in Crisis”, West view Press, Oxford 1995, σ. 46 επ., 58, 119.

<sup>114</sup>. Βλ. H. J. Schneider, Το έγκλημα στα ΜΜΕ, *Ελλ ΕπιθΕγκλημ*, τ. 3-4, 1989, σ. 104, 107.

<sup>115</sup>. οπ. π., σ. 110.

<sup>116</sup>. Πρβλ. Μπ. Ντάβου, οπ. π., σ. 165 επ.

<sup>117</sup>. Βλ. Κ. Τζαβάρα, (πηγή: Guardian), Τα παιδιά της Αφρικής «ζωντανεύουν» τη βία στα παιχνίδια τους, *Ελευθεροτυπία* 14/3/08.

<sup>118</sup>. Βλ. Ν.Μ., Παίζοντας με την ηλεκτρονική βία, *Ελευθεροτυπία* 8/6/07 – Για τη γλώσσα των game boys βλ. Π. Μπουκάλα, Ο Ψαμμήτιχος την εποχή του γυαλιού, *Καθημερινή Κυριακής* 11/5/08.

<sup>119</sup>. Πρβλ. Ν. Ξυδάκη, Η βία ως βίντεο, *Καθημερινή Κυριακής* 24/6/07.

<sup>120</sup> Πρβλ. Ch. Acland, οπ. π., σ. 58.

---

Η κοινωνική εκμάθηση του εγκλήματος μπορεί να ενταχθεί στη θεωρία του Sutherland για «διαφορικές συναναστροφές» (differential associations)<sup>121</sup> αλλά αυτή αναφέρεται σε (δια)προσωπικές σχέσεις και όχι σε διαμεσολαβημένες σχέσεις.

Το τι πράγματι γίνεται στα «παρασκήνια» της ζωής<sup>122</sup> του καθενός έχει τη δική του δυναμική αλλά η δομική βία που γεννιέται μέσα στο σύστημα υπερβαίνει τα όποια ψυχολογικά μοντέλα (τηλεοπτικής) επικοινωνίας, προσήλωσης και αυτοματοποιημένης αντίδρασης σε σενάρια.

Όταν τριτοβάθμια πανεπιστημιακά ιδρύματα παρέχουν προπτυχιακά, μεταπτυχιακά προγράμματα (και τίτλους) στην ηλεκτρονική σχεδιοκίνηση και τα ψηφιακά ειδικά εφέ εκλαμβάνονται ως παράδειγμα γεφύρωσης Τέχνης και Επιστήμης<sup>123</sup> καλά θα είναι να μην εξορκίζουμε το Κακό ψηφιακό περιβάλλον αλλά να ασχοληθούμε περισσότερο με την εξυγίανση του πραγματικού και (δι)ανθρώπινου περιβάλλοντος μέσα στο οποίο μεγαλώνουν τα παιδιά μας.

## Επιμύθιο

Η εισαγωγή/εφόρμηση των Η/Υ και του Διαδικτύου στην καθημερινή ζωή ήταν τόσο αιφνίδια και ραγδαία<sup>124</sup> ώστε δεν άφησε πολύ χρόνο στο Δίκαιο να διερευνήσει τις όποιες επιπτώσεις στις θεμελιώδεις αρχές του νομικού συστήματος και να τις διαχειρισθεί χωρίς αποκλίσεις.

Από τις διευκολύνσεις που παρέχει ο διάλογος του νομικού με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή<sup>125</sup> ως το πληροφορικό έγκλημα<sup>126</sup> (και ιδιαίτερα στο διαδικτυακό έγκλημα<sup>127</sup>) και από την ελεύθερη πρόσβαση στην πληροφόρηση<sup>128</sup> ως το πεδίο εφαρμογής των τεθειμένων κανόνων δικαίου στον κυβερνοχώρο<sup>129</sup> χρειάστηκε (και εξακολουθεί να χρειάζεται) να προβληματισθούν επιστήμονες πολλών κλάδων για να ρυθμισθεί αυτός ο νέος «δημόσιος χώρος».

---

<sup>121</sup>. Βλ. αντί άλλων Στ. Αλεξιάδη, Εγκληματολογία, δ' εκδ., Σάκκουλας, Θεσ/κν 2004, σ. 68.

<sup>122</sup>. Πρβλ. David Garland, *The culture of control – Crime and social order in contemporary society*, Oxford University Press, 2007, σ. 86.

<sup>123</sup>. Βλ. για τη Μεγάλη Βρετανία, σε Π. Κομνηνού, Εκπαίδευση και έρευνα για την ανάπτυξη ηλεκτρονικών παιχνιδιών στο Ηνωμένο Βασίλειο, *Ζητήματα Επικοινωνίας* -5/2007, σ. 81 επ. –βλ. και Seth Schiesel, Τα βιντεογκέιμ πάνε Πανεπιστήμιο, *Νέα* 26-27/1/05.

<sup>124</sup>. Βλ. αντί άλλων Hubert L. Dreyfus, Το διαδίκτυο, *Κριτική* 2003, σ. 9 επ.

<sup>125</sup>. Βλ. Ν. Ιντζεσίλογλου, Ηλεκτρονική επεξεργασία του Δικαίου, *Παρατηρητής*, Θεσ/νίκη 1988, σ. 28.

<sup>126</sup>. Βλ. Γρ. Λάζου, Πληροφορική και έγκλημα, *Νομική Βιβλιοθήκη* 2001, σ. 163 επ.

<sup>127</sup>. Βλ. Γ. Κική, Δίκαιο της πληροφόρησης, Προσκήνιο 1998, σ. 23.

<sup>128</sup>. Βλ. Ι. Καράκωστα, Το Δίκαιο των ΜΜΕ, Α. Σάκκουλας 2003, σ. 417 επ.

<sup>129</sup>. Πρβλ. Κατ. Διαμαντάκη, Κοινότητες του διαδικτύου. Μια ηλεκτρονική δημόσια σφαίρα; σε «Η ψηφιακή πρόκληση: «ΜΜΕ και Δημοκρατία» (επιμ. Ρ. Παναγιωτοπούλου), Τμ. ΕΜΜΕ/ΕΚΠΑ, Τυπωθήτω 2003, σ. 407 επ.

Η ελευθερία της έκφρασης δεν πρέπει να μένει τελείως ασύδοτη, ούτε όμως να υφίσταται έναν ασφυκτικό κρατικό ή νομοθετικό έλεγχο. Η αυτορύθμιση θα ήταν η προτιμότερη λύση εάν υπήρχε αντίστοιχη κουλτούρα και εμπιστοσύνη των φορέων και πολιτών (και μεταξύ τους και με το κράτος). Δυστυχώς η χώρα μας ζει και κινείται «εκτός ορίων» και κατά συνέπεια θεωρώ ιδιαίτερα δύσκολο τόσο το να εφαρμόζονται από όλους και απαρέγκλιτα οι νόμοι όσο το να συνυπογράψουν οι εμπλεκόμενοι μια συμφωνία κυρίων για ρύθμιση αυτών των θεμάτων. Το μέλλον θα δείξει εάν οι ψηφιακές μηχανές θ' αλλάξουν και την κρατούσα ηθική στάση και την κοινωνική διαχείριση των νέων αυτών φαινομένων.

---

## ΤΑ COMPUTER GAMES ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

**Μιχάλης Μειμάρης**

Κάθε νέος και νέα στην εποχή μας συμπληρώνοντας τα 21 του χρόνια, «μετράει» περίπου 15.000 ώρες θέασης τηλεόρασης και ίσως μόνο 5.000 ώρες διαβάσματος βιβλίων, 15.000 ώρες ενασχόληση με video και computer games και έχει ανταλλάξει περίπου 200.000 ηλεκτρονικά μηνύματα, SMS, emails. Αυτή η στατιστική αφορά τις Η.Π.Α. και σύντομα και όλο το Δυτικό κόσμο μαζί με την Ελλάδα.

Είναι, λοιπόν, φανερό ότι η κύρια αφήγηση για τη ζωή μέσω της οποίας και επιτυγχάνεται η κοινωνικοποίηση των νέων μας, γίνεται όχι πια με την εκκλησία, την οικογένεια ή το σχολείο, αλλά μέσω της τηλεόρασης και, τώρα τελευταία, και μέσω αυτών των ψηφιακών εφαρμογών ως το πούμε γενικότερα, και παιχνιδιών.

Όμως είναι αυτό περίεργο για τους νέους μας; Γιατί εδώ συζητούμε σαν να είναι περίεργο, ενώ στην πραγματικότητα εμείς αυτόν τον κόσμο τους φτιάξαμε. Τους φτιάξαμε έναν κόσμο μέσα στον οποίο αυτοί γεννήθηκαν κρατώντας στο χέρι ένα τηλεκοντρόλ ή ένα ηλεκτρολόγιο και έχοντας απέναντι στα μάτια τους μια οθόνη τηλεόρασης ή ηλεκτρονικού υπολογιστή.

Δηλαδή πραγματικά οι σημερινοί νέοι ακόμα και στην Ελλάδα, με μια σχετική καθυστέρηση βέβαια προς τους δυτικοευρωπαίους και τους Αμερικανούς, μπορούν να χαρακτηριστούν ως digital natives, δηλαδή ως αυτόχθονες, ντόπιοι αυτής της νέας πραγματικότητας ως προς την οποία όμως, και εδώ μπαίνουν τα προβλήματα τα οποία σωστά βέβαια άνοιξε ο συνάδελφος και ανέφερε στην έρευνά του ο κ. Μορώνης, ως προς την οποία πραγματικότητα λέω, και εμείς ως γονείς, και εμείς ως καθηγητές Πανεπιστημίου και μάλιστα στις νέες τεχνολογίες, αλλά οπωσδήποτε και ως δάσκαλοι και καθηγητές στο σχολείο, θα τολμούσα να πω ακόμα παραπάνω, διότι η επιμόρφωση είναι κάτι το οποίο γίνεται αλλά όσο να 'ναι αποσπασματικά, είμαστε digital immigrants, δηλαδή μετανάστες σε αυτό το νέο κόσμο, ή ακόμη και digital foreigners, δηλαδή ξένοι.

Μάλιστα «digital immigrants», χαρακτηριζόμενοι έτσι από την «προφορά» την οποία έχουμε ως άλλοι Έλληνες που κατορθώσαμε να περάσουμε από τη νήσο Έλις για να βρεθούμε στη Νέα Υόρκη, κάτι που με χαρακτηρίζει και εμένα ακόμα όταν ζητώ κάθε πρωί, όπως φαντάζομαι ίσως και εσείς κ. Υπουργέ, να δω τα email μου τυπωμένα και όχι να απαντήσω αμέσως, σε πραγματικό δηλαδή χρόνο (real time), όπως ο γιος μου, η κόρη μου, τα παιδιά μας, που ουδέποτε βλέπουν τα email τους τυπωμένα, δεν σβήνουν ποτέ τον υπολογιστή που είναι πάντα συνδεδεμένος στο διαδίκτυο.

Να ποιος είναι ο κόσμος των μεν και των δε. Απαιτείται, λοιπόν, μεγάλη προσοχή για το ότι για έναν κόσμο που εμείς, ηθελημένα ή αθέλητα, τους ετοιμάσαμε, για αυτόν δεν τους προετοιμάζουμε. Προετοιμάζονται, κυρίες και κύριοι, τώρα μόνοι τους. Πώς προετοιμάζονται και για ποιον κόσμο; Για έναν κόσμο που βλέπουμε ότι σε κάθε διαμέρισμα, σε κάθε

Υπουργείο, σε κάθε μαγαζί, βασιλεύει με την υποκύανη ανταύγειά του ο Η/Υ, ο οποίος κατ' ουσίαν δεν είναι πλέον υπολογιστικό εργαλείο, το γνωρίζουμε όλοι, αλλά κατ' εξοχήν εργαλείο επικοινωνιακό.

Για αυτό τον κόσμο αναφέρω εδώ και τις καλές πλευρές, μια και τόσα ακούστηκαν κυρίως για τις κακές, όχι γιατί δεν πιστεύουμε ότι η πορνογραφία είναι ένα πρόβλημα στον κυβερνοχώρο, όχι γιατί δεν πιστεύουμε ότι όπως δείχνουν τα αποτελέσματα των σχετικών ερευνών, τα παιδιά μας είναι τελικά ελεύθερα σ' έναν κόσμο αγρίων, να το πούμε έτσι, αλλά γιατί, αυτός ο πονηρός κόσμος έχει υπάρξει και άλλες φορές, όπως όταν στα περίπτερα όλοι βλέπαμε και ξέραμε τι είναι η πορνογραφία, ιδιαίτερα εμείς που μεγαλώσαμε στα χρόνια της δικτατορίας θυμόμαστε πολύ καλά τις μαύρες βούλες που έκρυβαν αυτά που θέλαμε κυρίως να δούμε.

Όταν το Minitel ήταν στη μόδα στη Γαλλία στη δεκαετία του '80 και είχα τη χαρά να είμαι από εκείνους που έμαθαν εκεί τη διαμεσολαβημένη από Η/Υ επικοινωνία και βρίσκομαι εδώ προερχόμενος από το Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ και όχι από ένα μαθηματικό Τμήμα γιατί είμαι μαθηματικός, αυτό το οποίο ο κόσμος ως πρώτα μηνύματα και πιο επιτυχημένα στατιστικά σαν υπηρεσία έκανε, ήταν οι ροζ αγγελίες, δηλαδή οι αγγελίες όπου καθένας ασχολείτο με το σεξ, με αυτό δηλαδή το οποίο, ας μην κρυβόμαστε, μας απασχολεί από τα 10 μέχρι τα 110.

Άρα να βλέπουμε τον κίνδυνο, ναι, να βλέπουμε επίσης ότι τώρα με το Ιντερνέτ γιγαντώθηκε, ναι. Μα βέβαια, όταν γιγαντώνεται ένα μέσον ακολουθούν και όλα τα άλλα. Αλλά όχι ότι είναι πρωτόγνωρο.

Ο νέος λοιπόν και η νέα αυτή τη στιγμή, όταν παίζει video games τι κάνει: Καταρχήν, όπως ελέχθη στην προηγούμενη συνεδρία πολύ επιτυχημένα από συναδέλφους και από ανθρώπους της διαφήμισης, είναι ο νέος και η νέα που στην εποχή μας παίζει video games, το παχύσαρκο παιδί με έντονη ακμή που τρώει πατατάκια και κάθεται συνεχώς απέναντι από μια οθόνη γεμίζοντας την καρέκλα με το πάχος του; Είναι αλήθεια αυτό; Δεν είναι, κυρίες και κύριοι. Είναι το παιδί που παίζει video games επί ώρες το παιδί το οποίο δεν επικοινωνεί, διακρίνεται από μοναχικότητα ακόμη και από επιθετικότητα κτλ.; Όχι, δεν είναι αυτό. Είναι και αυτό. Οπωσδήποτε και αυτό το παιδί βρίσκει μια διέξοδο σε αυτό το νέο μέσο. Αλλά δεν είναι κυρίως αυτό. Είναι το κάθε παιδί πλέον. Τώρα το γιατί παίζει τόσο πολύ video games; Μα δεν ξέρουμε τον κόσμο; Υπάρχει η αλάνα αυτή τη στιγμή κάπου για να πάει να παίξει όπως εμείς στην ηλικία του; Υπάρχει τέτοια δυνατότητα ώστε το παιδί πραγματικά να φύγει από το ηλεκτρονικό και ψηφιακό περιβάλλον το οποίο περικλείει όλους τους κινδύνους που αναφέρθηκαν; Ευρισκόμεθα όμως σήμερα στον κόσμο της αλάνας και του χωματόδρομου ή σε αυτόν της γιγαντωμένης πόλης και του αυτοκινήτου;

Ας σκύψουμε όμως λίγο παραπάνω, για να δούμε τι σημαίνουν αυτά τα παιχνίδια στις πιο μοντέρνες τους εκφράσεις, όπως τα MMORPG από τους όρους Massive Multiplayer Online Role Playing Games, παιχνίδια δηλαδή τα οποία παίζονται στο διαδίκτυο με πολλούς συμ-



---

μετέχοντες όπου ο καθένας παίρνει κάποιο ρόλο. Μα εκεί το παιδί εκτός απ' τα κακά τα οποία μπορούν να συμβούν δεν επικοινωνεί; Δεν δουλεύει συνεργατικά; Δεν λύνει προβλήματα από κοινού; Μα είναι λύση προβλήματος το να σκοτώσουμε τον εχθρό μας; Ασφαλώς και είναι. Τι να κάνουμε; Αυτό ήταν το πρόβλημα το οποίο είχε. Είναι όμως τυχαίο, κυρίες και κύριοι, ότι αυτή τη στιγμή αυτό το, όπως λέμε, joystick με το οποίο τα παιδιά οδηγούν με τρελές ταχύτητες αυτοκίνητα και αεροπλάνα στις παιχνιδομηχανές και εμείς ως γονείς απορούμε τι βγαίνει από αυτό, είναι το πηδάλιο με το οποίο οι πιλότοι οδηγούν τα νέα airbus; Αυτό λέει κάτι: ότι είναι digital natives, δηλαδή αυτόχθονες σε έναν κόσμο που έρχεται. Γιατί το νέο αυτό joystick –το πηδάλιο– απαιτεί νέες δεξιότητες, κάτι που διαθέτει από τα γεννοφάσκια του ο νέος αυτός.

Το πρόβλημα είναι πώς εμείς οι ψηφιακά μετανάστες μπορούμε να βοηθήσουμε, ιδιαίτερα αν κατέχουμε κάποιες θέσεις ευθύνης, όπως αυτές της εκπαίδευσης και κατάρτισης, τους νέους αυτούς, τους ψηφιακά αυτόχθονες στην πορεία τους στον κόσμο αυτό. Το εγχείρημα είναι δύσκολο, εν μέρει καταδικασμένο, αλλά προσπαθούμε. Ιδιαίτερα στο Τμήμα μας και στο Εργαστήριο που έχω τη χαρά και την τιμή να διευθύνω, επιχειρούμε να χρησιμοποιήσουμε αυτά τα ψηφιακά παιχνίδια και για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

Ήδη ένα έργο, το οποίο έχουμε αρχίσει προ ολίγων μηνών, το έργο «Επινόηση», προσπαθεί να επιμορφώσει και να ευαισθητοποιήσει εκπαιδευτικούς και ειδικό εκπαιδευτικό προσωπικό σε θέματα ήπιας νοητικής καθυστέρησης με το σχεδιασμό, την προτυποποίηση και τη χρήση ψηφιακών παιχνιδιών. Κλείνοντας θα ήθελα να τονίσω, κυρίες και κύριοι, ότι πρέπει ιδιαίτερα να μας απασχολήσει το ποια είναι η αφήγηση που και η τηλεόραση και τα άλλα Μ.Μ.Ε. καθώς και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια προωθούν στους νέους μας. Τα θέματα τα οποία έχουν να κάνουν με τα προβλήματα που δημιουργούνται είτε με βιντεοπαιχνίδια είτε χωρίς, είτε με καλό Ιντερνέτ είτε με κακό, είτε με αφορισμούς σχετικά με όλα αυτά είτε όχι, θα λέγαμε, κατά τη γνώμη μας, ότι έχουν κατά πολύ να κάνουν με αυτό που είναι η κύρια αφήγηση, κυρίες και κύριοι, για τη ζωή σήμερα, αφήγηση η οποία προβάλλεται και από τα ηλεκτρονικά αυτά μηχανήματα και από την τηλεόραση κυρίως.

Δυστυχώς η κύρια αφήγηση για τη ζωή στην εποχή μας έχει να κάνει με αξίες lifestyle, έχει να κάνει με συσσώρευση πλούτου, έχει να κάνει με κατάκτηση εξουσίας και υπονοεί μάλλον ανενδοίαστα ή με βαθιά άγνοια, ότι η ευτυχία έρχεται μέσω αυτών, αφήνοντας έτσι κάθε νέο και νέα ανυπεράσπιστο σε μια πραγματικότητα για την οποία εμείς οι μεγαλύτεροι γνωρίζουμε ότι μπορεί να περάσει όλη του τη ζωή σε κάτι που δεν έχει να κάνει καθόλου με τη ευτυχία, κάτι όμως που θα το διαπιστώσει πολύ αργά δυστυχώς η ίδια και ο ίδιος. Άρα η πρότασή μας εδώ, είτε μέσω βιντεοπαιχνιδιών είτε όχι, είναι ακριβώς ότι απαιτείται μια εναλλακτική αφήγηση ζωής, μια άλλη αφήγηση, η οποία πηγάζει τα πράγματα και αλλού.

## ΗΛΕΚΤΡΟΜΑΓΝΗΤΙΚΑ ΠΕΔΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΑ ΥΓΕΙΑ: Η ΧΡΗΣΗ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ ΑΠΟ ΠΑΙΔΙΑ

Κωνσταντίνα Σπ. Νικήτα

### 1. ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΜΑΓΝΗΤΙΚΩΝ ΠΕΔΙΩΝ ΡΑΔΙΟΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ

Κατά τα τελευταία πενήντα χρόνια, η τεχνολογική ανάπτυξη κυριολεκτικά σφραγίστηκε από την ευρύτατη χρησιμοποίηση των ραδιοσυχνοτήτων (Radiofrequencies, RF) σε ποικίλες εφαρμογές στη βιομηχανία, την ιατρική, την έρευνα κ.α. Ραδιοσυχνότητες είναι το τμήμα του ηλεκτρομαγνητικού φάσματος που αντιστοιχεί στην περιοχή από 10 kHz έως 300 GHz. Στην περιοχή RF του φάσματος περιλαμβάνονται οι συχνότητες που χρησιμοποιούνται για ραδιοφωνική εκπομπή AM, FM και βραχέων κυμάτων, για τηλεοπτική εκπομπή VHF και UHF, για τις κινητές και δορυφορικές επικοινωνίες, τις μικροκυματικές ζεύξεις κ.λπ.. Η κβαντική ενέργεια στην περιοχή αυτή του ηλεκτρομαγνητικού φάσματος δεν είναι ικανή να προκαλέσει χημικές μεταβολές και ιοντισμό στα βιολογικά υλικά και χαρακτηρίζεται ως μη-ιοντίζουσα. Η μη-ιοντίζουσα περιοχή εκτείνεται μέχρι την υπέρυθρη (IR), την ορατή (VI) και την υπεριώδη (UV) ακτινοβολία, ενώ η περιοχή του ηλεκτρομαγνητικού φάσματος με συχνότητα μεγαλύτερη από περίπου  $8 \times 10^{14}$  Hz, χαρακτηρίζεται ως ιοντίζουσα (ακτίνες X, ακτίνες γ, κ.λπ.), επειδή η κβαντική ενέργεια σε αυτή την περιοχή είναι αρκετή να προκαλέσει καταστροφή της ενδομοριακής δομής, διάσπαση διαμοριακών δεσμών και πρόκληση καρκινογενετικών φαινομένων στα βιολογικά συστήματα.

Σύμφωνα με τη γενικά παραδεκτή άποψη για την αλληλεπίδραση των υψίσυχνων ηλεκτρομαγνητικών κυμάτων με τους βιολογικούς οργανισμούς, η παρουσία του ηλεκτρικού πεδίου αυξάνει την κινητική ενέργεια κυρίως των διπόλων μορίων νερού, με αποτέλεσμα τη μεταφορά ενέργειας από τα ηλεκτρομαγνητικά πεδία στους ιστούς των βιολογικών οργανισμών [1]. Εξαιτίας αυτής της αλληλεπίδρασης, παρουσιάζεται αύξηση της θερμοκρασίας είτε τοπικά ή ακόμη και συνολικά σε όλο το ανθρώπινο σώμα. Τα φαινόμενα που σχετίζονται με αυτό το μηχανισμό αλληλεπίδρασης ονομάζονται "θερμικά". Ο θερμικός χαρακτήρας της βιολογικής επίδρασης της ηλεκτρομαγνητικής ακτινοβολίας επιβεβαιώνεται στην πράξη από ιατρικές εφαρμογές που έχουν ήδη αναπτυχθεί, όπως η διαθερμία και η μικροκυματική υπερθερμία [1]-[2]. Η αύξηση της θερμοκρασίας μέσα στους βιολογικούς οργανισμούς είναι μια διαδικασία που πραγματοποιείται σε δυο στάδια, όπως περιγράφεται στη συνέχεια.

#### 1.1 Απορρόφηση ηλεκτρομαγνητικής ισχύος από τους βιολογικούς ιστούς

Ο "Ρυθμός Ειδικής Απορρόφησης" (Specific Absorption Rate, SAR), εκφράζει την απορρόφηση ισχύος ανά μονάδα μάζας ιστού (W/kg), και υπολογίζεται από τη σχέση:

---

$$SAR = \frac{\sigma |E|^2}{\rho} \quad (1)$$

όπου  $\sigma$  (Si/m): η ηλεκτρική αγωγιμότητα του ιστού,  $\rho$  (kg/m<sup>3</sup>): η πυκνότητα μάζας του ιστού και  $|E|$  (V/m): η ενεργή τιμή του ηλεκτρικού πεδίου. Ο Ρυθμός Ειδικής Απορρόφησης εξαρτάται από: (α) τα χαρακτηριστικά της ακτινοβολίας (συχνότητα, πόλωση, ένταση), (β) τα χαρακτηριστικά του βιολογικού αντικειμένου (ηλεκτρικές ιδιότητες), τη γεωμετρία του (μέγεθος και σχήμα) και την εσωτερική του δομή (γ) την απόσταση μεταξύ της πηγής εκπομπής της ακτινοβολίας και του βιολογικού αντικειμένου (κοντινό ή μακρινό πεδίο) καθώς και από τις ιδιότητες του περιβάλλοντα χώρου.

## 1.2 Θερμική αντίδραση των βιολογικών ιστών

Η απορρόφηση ισχύος έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση της θερμοκρασίας μέσα στους ιστούς. Η μεταβολή της θερμοκρασιακής κατανομής στους βιολογικούς ιστούς είναι συνάρτηση της αιματικής ροής και των δυνατοτήτων των θερμορυθμιστικών μηχανισμών του σώματος. Έτσι το τελικό αποτέλεσμα εξαρτάται και από τον οργανισμό, εκτός από τα χαρακτηριστικά της ηλεκτρομαγνητικής ακτινοβολίας.

## 2. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Από το Β' Παγκόσμιο πόλεμο έχει αρχίσει διεθνώς εκτενής έρευνα για τα βιολογικά αποτελέσματα των RF κυμάτων, η οποία χρηματοδοτήθηκε σχεδόν στο σύνολό της από κρατικούς φορείς. Πολλές από τις έρευνες αυτές κατέληξαν σε αντιφατικά αποτελέσματα [3]. Ένας νέος κύκλος ερευνών ξεκίνησε στα μέσα της δεκαετίας του '90, που χρηματοδοτείται σημαντικά από τους κατασκευαστές φορητών τηλεφωνικών συσκευών και κρατικές πηγές, εστιάζεται δε κυρίως στην καρκινογένεση και τη χρήση φορητών τηλεφώνων.

### 2.1 Εργαστηριακές μελέτες

Υπάρχει πληθώρα βιβλιογραφικών αναφορών για τα βιολογικά αποτελέσματα της έκθεσης σε ηλεκτρομαγνητική ακτινοβολία, όμως το μεγαλύτερο μέρος των πειραμάτων έχει πραγματοποιηθεί σε ζώα και είναι αμφισβητήσιμη από πολλούς η δυνατότητα επέκτασης των αποτελεσμάτων στον άνθρωπο.

*Καταρρακτογένεση:* Σε πειραματόζωα που ακτινοβολήθηκαν με σχετικά υψηλή πυκνότητα ισχύος παρατηρήθηκε η πρόκληση καταρράκτη [4]. Το φαινόμενο αποδίδεται σε σημαντική αύξηση της θερμοκρασίας κατά την έκθεση σε RF ακτινοβολία, εξαιτίας της αδυναμίας του οφθαλμού να απάγει τη θερμότητα.

*Μικροκυματικό - ακουστικό φαινόμενο:* Στην περίπτωση ηλεκτρομαγνητικής ακτινοβολίας παλμικής φύσεως, όπως αυτή του ραντάρ, έχει παρατηρηθεί ότι άνθρωποι που βρίσκο-

νται κοντά στην πηγή ακούνε ήχο που προέρχεται από μικρή αλλά απότομη αύξηση της θερμοκρασίας [5]. Σύμφωνα με τη σημερινή γνώση, πρόκειται για θερμικό φαινόμενο και οφείλεται σε απότομη μικρή αύξηση της θερμοκρασίας των ιστών.

*Επιδράσεις στο νευρικό σύστημα:* Οι περισσότερες πειραματικές μελέτες αφορούν στον εγκέφαλο και αναφέρουν μεταβολές στο Ηλεκτροεγκεφαλογράφημα [6], στον αιματοεγκεφαλικό φραγμό [6] και στην εκροή ιόντων ασβεστίου [8].

*Επιδράσεις σε κυτταρικό επίπεδο:* Επιδράσεις στο DNA και καρκινογενετικά φαινόμενα έχουν μελετηθεί εκτενώς από πολλούς ερευνητές σε διάφορες συνθήκες έκθεσης [9]-[11]. Ανάπτυξη καρκίνου του εγκεφάλου έχει αναφερθεί σε ποντίκια που εκτέθηκαν σε ηλεκτρομαγνητικά πεδία που χρησιμοποιούνται σε ασύρματες κυψελωτές επικοινωνίες [9]. Ωστόσο τα αποτελέσματα αυτά δεν έχουν επιβεβαιωθεί από άλλα ανεξάρτητα εργαστήρια [3].

## 2.2 Μελέτες σε ανθρώπους

Οι επιδημιολογικές μελέτες σε ανθρώπινο πληθυσμό που εκτίθεται επαγγελματικά σε ηλεκτρομαγνητικά πεδία ραδιοσυχνοτήτων είναι περιορισμένες σε αριθμό και σε ποιότητα, αναφέρονται δε κυρίως σε εργαζόμενους σε στρατιωτικές και βιομηχανικές εγκαταστάσεις. Έχει περιγραφεί ότι άτομα που εκτίθενται επαγγελματικά σε μικροκυματική ακτινοβολία παρουσιάζουν σύνολο υποκειμενικών εκδηλώσεων που χαρακτηρίζεται σαν “σύνδρομο μικροκυμάτων” και περιλαμβάνει πονοκέφαλο, ναυτία, ζάλη, κόπωση, διαταραχές ύπνου [11]. Μερικές μελέτες αναφέρουν υψηλότερο κίνδυνο καρκίνου για επαγγέλματα στα οποία συνυπάρχουν έκθεση σε ηλεκτρομαγνητική ακτινοβολία και χημικοί παράγοντες.

Πρόσφατα, έχουν διεξαχθεί ειδικές μελέτες σχετικά με τη χρήση φορητών τηλεφωνικών συσκευών, οι οποίες εστιάζονται στη διερεύνηση πιθανών επιπτώσεων στο κεντρικό νευρικό σύστημα και στην ανάπτυξη κακοήθων όγκων.

Σε μια πρόσφατη εργαστηριακή μελέτη που πραγματοποιήθηκε στο Πανεπιστήμιο του Bristol αναφέρεται ότι η χρήση φορητών τηλεφωνικών συσκευών μπορεί να επηρεάσει θετικά τη γνωσιακή λειτουργία [12].

Επιδημιολογικές μελέτες στη Σουηδία και τις ΗΠΑ εστίασαν στη διερεύνηση πιθανής σχέσης μεταξύ χρήσης φορητών τηλεφωνικών συσκευών και ανάπτυξης καρκίνου του εγκεφάλου [11]. Παρότι καμιά μελέτη δεν απέδειξε την αύξηση της επίπτωσης καρκίνου του εγκεφάλου σε ανθρώπους που κάνουν χρήση φορητών τηλεφωνικών συσκευών, και στις δύο μελέτες αναφέρεται μια τάση για υψηλότερη πιθανότητα ανάπτυξης όγκου του εγκεφάλου στην πλευρά που συνηθίζει ο χρήστης να κρατά το τηλέφωνο. Ο καρκίνος του εγκεφάλου χρειάζεται χρόνια ή ακόμα και δεκάδες χρόνια για να αναπτυχθεί. Η ανίχνευση μικρού ή μακροπρόθεσμου κινδύνου ανάπτυξης καρκίνου είναι εξαιρετικά δύσκολη.

Το φθινόπωρο του 2000, ξεκίνησε μία διεθνής επιδημιολογική έρευνα γνωστή ως INTERPHONE study με τη συμμετοχή 13 χωρών, με σκοπό τη διερεύνηση πιθανής συσχετί-

---

σης μεταξύ της τακτικής και μακροχρόνιας χρήσης των κινητών τηλεφώνων και της εμφάνισης όγκων του εγκεφάλου. Τα περισσότερα αποτελέσματα καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει ουσιαστικός κίνδυνος κατά την πρώτη δεκαετία χρήσης του κινητού τηλεφώνου, αλλά παρατηρείται αύξηση του κινδύνου μετά από υπερδεκαετή χρήση του κινητού τηλεφώνου [13]-[16].

Γενικά, σε σχέση με τις επιπτώσεις στην υγεία της μικροκυματικής ακτινοβολίας συστημάτων ασύρματων και κινητών επικοινωνιών, επειδή τα κατώφλια απόκρισης και οι ειδικές συνθήκες μελέτης των βιολογικών επιδράσεων στις διάφορες μελέτες ποικίλλουν σημαντικά, πρέπει να απαντηθούν πολλά ερωτήματα πριν τη διατύπωση οριστικών και τεκμηριωμένων επιστημονικών συμπερασμάτων [17]-[18].

### 2.3 Μελέτες σε παιδιά και εφήβους

Η διείσδυση της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα έχει ξεπεράσει το 100%. Στην Αγγλία, ένα στα 4 παιδιά κάτω των 10 ετών χρησιμοποιεί κινητό τηλέφωνο, ενώ 9 στα 10 παιδιά ηλικίας 11 έως 16 ετών χρησιμοποιούν κινητό τηλέφωνο.

Παρόλη τη ραγδαία αύξηση της χρήσης των κινητών τηλεφώνων από παιδιά και εφήβους, οι μελέτες σε παιδιά είναι σχετικά περιορισμένες γιατί υπάρχουν θέματα ηθικής και δεοντολογίας. Επομένως τα παιδιά δύσκολα συμμετέχουν σε μελέτες εθελοντών για να διερευνηθεί η επίδραση της ακτινοβολίας του κινητού τηλεφώνου σε εγκεφαλικές λειτουργίες.

Ωστόσο υπάρχουν κάποιες πρόσφατες μελέτες που δείχνουν ότι η χρήση του κινητού τηλεφώνου μπορεί να επηρεάσει τη γνωσιακή λειτουργία των παιδιών [19]. Επιπλέον, σύμφωνα με διαπιστώσεις από ανεξάρτητα εργαστήρια ανά τον κόσμο, η απορρόφηση ηλεκτρομαγνητικής ισχύος απ' τον παιδικό εγκέφαλο μπορεί να είναι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη από τον εγκέφαλο των ενηλίκων [20]. Αυτό οφείλεται αφενός στην υψηλότερη περιεκτικότητα των εγκεφαλικών ιστών σε νερό κατά την παιδική ηλικία και αφετέρου σε διάφορες ανατομικές λεπτομέρειες, όπως είναι το λεπτότερο κρανίο ή η μεγαλύτερη ελαστικότητα του περυγίου του αυτιού των παιδιών που φέρνει σε πιο στενή σχέση το τηλέφωνο, την κεραία του τηλεφώνου με τον εγκέφαλο. Αυτές οι διαφορές μπορεί να οδηγήσουν σε υψηλότερες τιμές SAR στον παιδικό εγκέφαλο.

Τα χαρακτηριστικά αυτά σε συνδυασμό με το αναπτυσσόμενο νευρικό σύστημα των παιδιών αλλά και την αναμενόμενη πλέον μακροπρόθεσμη έκθεση του παιδιού-χρήστη σε σχέση με τον ενήλικα θέτουν τα παιδιά σε μία ομάδα ιδιαίτερης ευαισθησίας. Με βάση παραπάνω, επιτροπές εμπειρογνομόνων ευρωπαϊκών χωρών συμβουλεύουν ότι τα παιδιά πρέπει να αποθαρρύνονται από τη χρήση κινητών τηλεφώνων. Για παράδειγμα, η κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου το Δεκέμβριο του 2000, διένειμε φυλλάδια στα οποία, η Ανεξάρτητη Ομάδα Εμπειρογνομόνων για τα Κινητά Τηλέφωνα (Independent Group of Experts on Mobile Phones – IEGMP) της Μ. Βρετανίας, συμβούλευε την αποθάρρυνση παι-

διών ηλικίας κάτω των 16 ετών από τη χρήση κινητών τηλεφώνων. Το 2004, αυτό το όριο ηλικίας μειώθηκε στα 10 χρόνια, δίνοντας έμφαση στη χρήση των κινητών τηλεφώνων από παιδιά μόνο για τις απαραίτητες κλήσεις [21]. Ωστόσο, επισημάνθηκε ότι δεν υπάρχει καμιά απόδειξη ότι η χρήση των κινητών τηλεφώνων μπορεί να προκαλέσει καρκίνο του εγκεφάλου ή άλλα επιβλαβή αποτελέσματα. Η εισήγηση για τον περιορισμό της χρήσης κινητών τηλεφώνων από τα παιδιά δεν βασίστηκε σε επιστημονικά δεδομένα και ήταν καθαρά προληπτική.

### 3. ΟΡΙΑ ΕΠΙΤΡΕΠΤΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ

#### 3.1 Δοσιμετρικά μεγέθη και διεθνείς κανονισμοί

Σε όλο τον κόσμο, διεθνείς οργανισμοί και χώρες έχουν προχωρήσει στη σύσταση ορίων επιτρεπτής έκθεσης σε μη ιονίζουσα ηλεκτρομαγνητική ακτινοβολία. Σε συχνότητες υψηλότερες του 1 MHz, η θέσπιση ορίων επιτρεπτής έκθεσης βασίζεται αποκλειστικά στα θερμικά αποτελέσματα των ηλεκτρομαγνητικών πεδίων [22]-[23].

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, το βασικό μέγεθος για την ποσοτικοποίηση των θερμικών επιδράσεων είναι ο Ρυθμός Ειδικής Απορρόφησης. Επειδή ο Ρυθμός Ειδικής Απορρόφησης δεν είναι άμεσα μετρήσιμο μέγεθος, συχνά χρησιμοποιείται, ως παράμετρος ηλεκτρομαγνητικής δοσιμετρίας, η πυκνότητα ισχύος ισοδύναμου επίπεδου κύματος ( $W/m^2$  ή  $mW/cm^2$ ). Τα όρια του Ρυθμού Ειδικής Απορρόφησης (βασικοί περιορισμοί) ανάγονται σε μέγιστες επιτρεπτές τιμές πυκνότητας ισχύος προσπίπτοντος επίπεδου κύματος (επίπεδα αναφοράς), με βάση υπολογισμούς για την προσομοίωση της σύζευξης του ηλεκτρομαγνητικού πεδίου με το ανθρώπινο σώμα. Σε συνθήκες μακρινού πεδίου, η πυκνότητα ισχύος δίνεται από τη σχέση:

$$S = \frac{|E|^2}{Z_0} = Z_0 |H|^2 \quad (2)$$

όπου  $|E|$  (V/m) η ενεργή τιμή του ηλεκτρικού πεδίου,  $|H|$  (A/m) η ενεργή τιμή του μαγνητικού πεδίου και  $Z_0$  η κυματική αντίσταση του ελευθέρου χώρου.

Για την περίπτωση των σταθμών βάσης των κινητών επικοινωνιών, όπου αναφερόμαστε στο μακρινό πεδίο της κεραίας, η στάθμη  $0.5 mW/cm^2$  εξασφαλίζει την προστασία του γενικού πληθυσμού. Για την περίπτωση της έκθεσης στην ακτινοβολία φορητών τηλεφωνικών συσκευών (τοπική έκθεση), τα όρια επιτρεπτής έκθεσης εκφράζονται με βάση το Ρυθμό Ειδικής Απορρόφησης [22]-[23]. Ως κατώφλι για την αποφυγή δυσμενών επιπτώσεων στην υγεία θεωρείται η απορρόφηση  $2 W/kg$ , που υπολογίζεται ως μέση τιμή σε μάζα βιολογικού ιστού  $10 g$  του κεφαλιού.

---

### 3.2 Ελληνική Νομοθεσία

Την 3/2/2006, ψηφίστηκε ο Νόμος υπ' αριθ. 3431, ΦΕΚ 13/Α/3-2-2006, "Περί ηλεκτρονικών επικοινωνιών και άλλες διατάξεις" [24]. Σύμφωνα με το νέο Νόμο, η Ελληνική Πολιτεία υιοθετεί αυστηρότερα επίπεδα αναφοράς σε σχέση με τα αντίστοιχα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σύμφωνα με την πρόσφατη Νομοθεσία, τα όρια έκθεσης δεν θα πρέπει να υπερβαίνουν το 70% των τιμών που καθορίζονται στα άρθρα 2-4 της υπ' αριθμ. 53571/3839/6.9.2000 ΚΥΑ, και αντιστοιχούν στις τιμές που έχουν θεσπιστεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Σε περίπτωση εγκατάστασης κεραιοκατασκευής σε απόσταση μέχρι 300 μέτρων από την περίμετρο κτιριακών εγκαταστάσεων βρεφονηπιακών σταθμών, σχολείων, γηροκομείων και νοσοκομείων, τα όρια έκθεσης του κοινού απαγορεύεται να υπερβαίνουν το 60% των ίδιων τιμών.

## 4. ΔΟΣΙΜΕΤΡΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Όπως προκύπτει από μετρήσεις που έχουν πραγματοποιηθεί για πολλούς σταθμούς βάσης κινητών επικοινωνιών, η εκπεμπόμενη ισχύς στο περιβάλλον των κεραιών δημιουργεί πολύ χαμηλές στάθμες πυκνότητας ισχύος με αποτέλεσμα, ακόμα και για πολύ μικρές αποστάσεις από τις συγκεκριμένες κεραιές να μην παρουσιάζεται υπέρβαση των ορίων έκθεσης.

Αντίθετα με όσα ισχύουν για τις κεραιές των σταθμών βάσης κινητών επικοινωνιών, κατά τη χρήση τερματικών συσκευών οι ιστοί του κεφαλιού του χρήστη εκτίθενται στο κοντινό πεδίο της πηγής. Τα ψηφιακά φορητά τηλέφωνα εκπέμπουν μέση ισχύ 250 mW (900 MHz) ή 125 mW (1800 MHz). Αν και η εκπεμπόμενη ισχύς είναι σχετικά χαμηλή, η τοποθέτηση της συσκευής σε επαφή με το κεφάλι του χρήστη μπορεί να οδηγήσει σε υπέρβαση των ορίων επιτρεπτής έκθεσης. Απαιτείται επομένως προσεκτικός έλεγχος για την εκτίμηση της συμμόρφωσης των φορητών τηλεφωνικών συσκευών με τις οδηγίες επιτρεπτής έκθεσης σε ηλεκτρομαγνητική ακτινοβολία. Ο έλεγχος αυτός βασίζεται σε πολύπλοκες μετρήσεις σε ομοιώματα του ανθρώπινου κεφαλιού και/ή σε υπολογιστικές προσομοιώσεις.

Στο πλαίσιο ερευνητικής εργασίας της Μονάδας Βιοϊατρικών Προσομοιώσεων και Απεικονιστικής Τεχνολογίας (BIOSIM) του Ε.Μ. Πολυτεχνείου, έχει μελετηθεί με τη μέθοδο των πεπερασμένων διαφορών στο πεδίο του χρόνου (Finite Difference Time Domain, FDTD) η περίπτωση της αλληλεπίδρασης μεταξύ ρεαλιστικού μοντέλου κεφαλιού και φορητής τηλεφωνικής συσκευής [25]-[26]. Το χρησιμοποιούμενο μοντέλο κεφαλιού βασίζεται σε δεδομένα μαγνητικής τομογραφίας, αποτελείται από 13 διαφορετικούς ιστούς και όργανα και χαρακτηρίζεται από χωρική διακριτοποίηση 1.25 mm. Μελετήθηκαν συγκριτικά τα χαρακτηριστικά της απορρόφησης ηλεκτρομαγνητικής ισχύος από μοντέλο κεφαλιού ενήλικα και παιδιού ηλικίας 10 ετών. Η τερματική συσκευή αποτελείται από ένα ορθογώνιο κουτί εξοπλισμένο με ένα ελικοειδές μονόπολο που λειτουργεί σε συχνότητα 1800 MHz και τοποθετείται σε κατακόρυφη θέση σε άμεση επαφή με το μοντέλο κεφαλιού. Παρατηρήθηκε ότι οι περιοχές αυξημένης τιμής SAR είναι περισσότερο εκτεταμένες στο κεφάλι του

παιδιού σε σχέση με αυτό του ενήλικα. Επιπλέον, παρατηρείται δραστική ελάττωση της απορρόφησης της ισχύος όταν η απόσταση κινητού τηλεφώνου και κεφαλιού αυξάνεται ακόμη και μερικά χιλιοστά. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι με την τοποθέτηση του κινητού τηλεφώνου σε απόσταση 10 mm από το αυτί, η μέγιστη τιμή SAR υποτετραπλασιάζεται ενώ η ισχύς που απορροφάται από το κεφάλι, υποδιπλασιάζεται.

Γενικά, αξίζει να σημειωθεί ότι η κατανομή SAR εξαρτάται σημαντικά από τον τύπο της συσκευής, από τη συχνότητα λειτουργίας της, από τις ανατομικές λεπτομέρειες του κεφαλιού του χρήστη, καθώς και από την απόσταση και τη θέση της συσκευής σε σχέση με το κεφάλι του χρήστη. Επιπλέον, πρέπει να επισημανθεί ότι οι διαστάσεις και η δομή του κεφαλιού των παιδιών μπορεί να οδηγήσουν στην ανάπτυξη υψηλότερων τιμών SAR σε σχέση με τους ενήλικες.

## 5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στην περίπτωση των κεραιών ακτινοβολίας των σταθμών βάσης κυψελωτών κινητών επικοινωνιών, η εκπνευόμενη ισχύς στο περιβάλλον των κεραιών δημιουργεί πολύ χαμηλές στάθμες πυκνότητας ισχύος με αποτέλεσμα, ακόμα και για πολύ μικρές αποστάσεις από τις συγκεκριμένες κεραιές, να μην παρουσιάζεται υπέρβαση των ορίων έκθεσης.

Αντίθετα, η μελέτη των μέχρι σήμερα διαθέσιμων θεωρητικών και πειραματικών αποτελεσμάτων για φορητές τηλεφωνικές συσκευές, δείχνει ότι η εναποτιθέμενη ισχύς σε ευαίσθητους ιστούς του κεφαλιού, κατά τη χρήση του φορητού τηλεφώνου, πλησιάζει ή μπορεί ακόμη και να υπερβαίνει τα όρια επιτρεπτής έκθεσης για την απορροφούμενη από τους βιολογικούς ιστούς ισχύ.

Συγκριτική πληροφορία για το Ρυθμό Ειδικής Απορρόφησης διαφόρων φορητών τηλεφωνικών συσκευών θα πρέπει να είναι διαθέσιμη στους καταναλωτές. Η χρήση ακουστικών (Hands-free, Bluetooth) που έχουν σαν αποτέλεσμα την απομάκρυνση της συσκευής από το σώμα του χρήστη οδηγεί σε δραστική μείωση των επιπέδων έκθεσης [3].

Με τις μέχρι σήμερα διαθέσιμες επιστημονικές πληροφορίες, δεν είναι δυνατό να είμαστε απόλυτα βέβαιοι ότι η έκθεση στην ακτινοβολία φορητών τηλεφωνικών συσκευών, ακόμη και σε επίπεδα χαμηλότερα από αυτά που προτείνονται στα πρότυπα ασφαλείας, δεν σχετίζεται με πιθανές μη αναστρέψιμες επιδράσεις στην υγεία. Γι' αυτό θα πρέπει να αποθαρρύνεται η χρήση κινητών τηλεφώνων ιδιαίτερα από παιδιά [18].

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- [1]. P.O. Gandhi, "Biological Effects and Medical Applications of RF Electromagnetic Fields", IEEE Transactions on Microwave Theory and Techniques, vol. 30, pp. 1831-1847, 1982.
- [2]. K.S. Nikita, N. Maratos and N.K. Uzunoglu, "Optimum Excitation of Phases and



- 
- Amplitudes in a Phased Array Hyperthermia System”, *International Journal of Hyperthermia*, vol. 8, pp. 515-528, 1992.
- [3]. K.R. Foster, J.E. Moulder, “Are Mobile Phones Safe?”, *IEEE Spectrum*, pp. 23-28, August 2000.
- [4]. L. Birenbaum, I.T. Kaplan, W. Metlay, S.W. Rosenthal, H. Schmidt, M.M. Zaret, “Effect of Microwaves on the Rabbit Eye”, *J. Microwave Power*, vol. 44, pp. 232-242, 1969.
- [5]. J. C. Lin, “Auditory perception of pulsed microwave radiation”, Chapter 12, in *Biological Effects and Medical Applications of Electromagnetic Energy*. Edited by Gandhi OP. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, p 278-318, 1990.
- [6]. J.C. Lin, “Health Aspects of Wireless Communication: Mobile Telecommunication Radiation and Human Brain Waves”, *Mobile Computing and Communications Review*, vol. 8, no. 2, pp. 3-6, 2004.
- [7]. L. G. Salford, H. Nittby, A. Brun, G. Grafstroem, J. L. Eberhardt, L. Malmgren, B. R. R. Persson, “Non-thermal effects of EMF upon the mammalian brain: the Lund experience”, *The Environmentalist*, Volume 27, Number 4, December, 2007.
- [8]. W.R. Adey and S.M. Bawin, “Binding and Release of Brain Calcium by Low-Level Electromagnetic Fields: A Review”, *Radio Science*, vol. 17, pp. 1495-1575, 1982.
- [9]. L.G. Salford, A. Brun, B.R.R. Persson, “Brain Tumor Development in Rats Exposed to Electromagnetic Fields Used in Wireless Cellular Communication”, *Wireless Networks*, vol. 3, pp. 463-469, 1997.
- [10]. R.S. Malyapa, A.W. Ahern, W.L. Straube, E.G. Moros, W.F. Pickard, J.L. Roti-Rori, “Measurement of DNA Damage After Exposure to Electromagnetic Radiation in the Cellular Phone Communication Frequency Band”, *Radiation Research*, vol. 148, pp. 618-627, 1997.
- [11]. J.C. Lin, “Health Aspects of Wireless Communications”, *ACM Mobile Computing and Communications Review*, vol. 3(1), pp. 14-20, 1999.
- [12]. A.W. Preece, G. Iwi, A. Davis-Smith, K. Wesnes, S. Butler, E. Lim, A. Varey, “Effect of a 915-MHz Simulated Mobile Phone Signal on Cognitive Function in Man”, *Int. J. Radiat. Biol.*, vol. 75(4), pp. 447-456, 1999.
- [13]. Cardis E, Kilkeny M. “International case-control study of adult brain, head and neck tumours: results of the feasibility study”, *Radiat Prot Dosimetry*, 83:179-83, 1999.
- [14]. Anna Lahkola *et al.*, “Mobile phone use and risk of glioma in 5 North European countries”, *Int. J. Cancer*: 120, 1769–1775, 2007.
- [15]. Sarah J Hepworth *et al.*, “Mobile phone use and risk of glioma in adults: case-control study”, *BMJ*, 332:883-887, 2006.
- [16]. Joachim Schüz *et al.*, “Cellular Phones, Cordless Phones, and the Risks of Glioma

- and Meningioma (Interphone Study Group, Germany)", *American Journal of Epidemiology*, 163(6):512-520, 2006.
- [17]. T.S. Perry, "The Environment-Cell Phone Concerns", *IEEE Spectrum*, vol. 37, pp. 84-85, 2000.
- [18]. The Independent Expert Group on Mobile Phones, "Report on Mobile Phones and Health", National Radiological Protection Board, UK, 2000.
- [19]. Christina M. Krause, "Mobile phone effects on children's event-related oscillatory EEG during an auditory memory task," *Int. J. Radiat. Biol.*, Vol. 82, No. 6, pp. 443 – 450, June 2006.
- [20]. O. P. Gandhi, G. Lazzi, and C. M. Furse, "Electromagnetic absorption in the human head and neck for mobile telephones at 835 MHz and 1900 MHz," *IEEE Trans. Microwave. Theory Tech.*, vol. 44, pp. 1884-1897, Oct. 1996.
- [21]. *Mobile Phones and Health*, IEGMP, Chilton: National Radiological Protection Board, vol. 15, no. 5, 2004.
- [22]. ICNIRP Guidelines, "Guidelines for Limiting Exposure to Time-Varying Electric, Magnetic, and Electromagnetic Fields (up to 300 GHz)", *Health Physics*, vol. 74, n° 4, pp. 494-522, 1998.
- [23]. CENELEC, ENV 50166-2, European Prestandard ENV 50166-2, Human Exposure to Electromagnetic Fields High-Frequency: 10 kHz - 300 GHz, Jan. 1995.
- [24]. 24. Νόμος υπ' αριθ. 3431, ΦΕΚ 13/Α/3-2-2006 "Περί ηλεκτρονικών επικοινωνιών και άλλες διατάξεις", 2006.
- [25]. S. Koulouridis, K.S. Nikita, "Study of the Coupling Between Human Head and Cellular Phone Helical Antennas," *IEEE Transactions on Electromagnetic Compatibility*, vol. 46, no. 1, pp. 62-70, Feb. 2004.
- [26]. S. Koulouridis, M. Christopoulou, K.S. Nikita, "Assessment of Power Absorption in Human Head Models of Adults and Children Irradiated by Cellular Phone Helical Antennas," in *Proc. 3<sup>rd</sup> International Workshop on Biological Effects of Electromagnetic Fields*, pp. 693-702, Kos Island, Greece, October 2004.

**ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ**  
**«ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ»**





**ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ  
ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΑΝΗΛΙΚΩΝ**

**Ιωάννης Λασκαρίδης**

Κατά το άρθρο 15 παρ. 2 του Συντάγματος του 1975, «η ραδιοφωνία και η τηλεόραση τελούν υπό την άμεση εποπτεία του Κράτους, σκοπούν δε στην αντικειμενική και με ίσους όρους, μετάδοση πληροφοριών και ειδήσεων, ως και προϊόντων του λόγου και της τέχνης· πρέπει πάντως να εξασφαλίζεται η ποιοτική στάθμη των εκπομπών που επιβάλλει η κοινωνική αποστολή τους και η πολιτιστική ανάπτυξη της χώρας».

Ενόψει του ότι με αυτή την συνταγματική διάταξη είχε επιβληθεί η ποιοτική στάθμη των εκπομπών και η πολυφωνία, ανέκυψε ανάγκη θεσμοθετήσεως διοικητικού οργάνου προς έλεγχο της τηρήσεως αυτής της συνταγματικής επιταγής. Έτσι, με το Νόμο 1866/1989, ιδρύθηκε ανεξάρτητο όργανο, το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεοράσεως, και μετά ταύτα, με το Ν. 2328/1995, θεσμοθετήθηκε η δικαιοδοσία του Ε. Σ. Ρ. προς επιβολή διοικητικών κυρώσεων στους ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς της χώρας. Πάντως, οι αποφάσεις αυτές του Ε. Σ. Ρ. υποβάλλονταν στον Υπουργό Τύπου και Μ. Μ. Ε. προς έλεγχο της νομιμότητάς των και της περαιτέρω προωθήσεως.

Επακολούθησε ο Κανονισμός 2/1991 του Ε. Σ. Ρ. περί ραδιοτηλεοπτικών προγραμμάτων και κατά το άρθρο 9 αυτού, «η προαγγελία και η παρουσίαση οποιασδήποτε μη ειδικοεργαφικής εκπομπής πρέπει να σταθμίζει την αρνητική επιρροή που μπορεί η εκπομπή να ασκήσει στους ανηλικούς αν προβληθεί σε χρόνο που συνηθίζουν να παρακολουθούν ανήλικοι. Μη ειδικοεργαφικές εκπομπές που δείχνουν εξευτελιστική ή βάνουση μεταχείριση ανθρώπων, ζώων ή άλλα θέματα ή σκηνές βίαιης κοινωνικής αναταραχής δεν πρέπει να μεταδίδονται σε χρόνο που συνηθίζουν να παρακολουθούν ανήλικοι εκτός αν ο στόχος της είναι προφανώς μορφωτικός. Οι εκπομπές δεν πρέπει να περιλαμβάνουν προγράμματα τα οποία ενδέχεται να βλάψουν σοβαρά την σωματική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλικών και ειδικότερα προγράμματα που περιέχουν πορνογραφικές σκηνές ή σκηνές άσκοπης βίας. Η διάταξη αυτή ισχύει και για τα προγράμματα που ενδέχεται να βλάψουν την σωματική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλικών, εκτός αν εξασφαλίζεται με επιλογή της κατάλληλης ώρας εκπομπής ή με άλλα τεχνικής φύσεως μέσα ότι στην περιοχική μεταδόσεως οι ανήλικοι δεν παρακολουθούν κατά κανόνα τις εκπομπές αυτές.»

Πρόσθετες προστατευτικές των ανηλικών διατάξεις περιέχει ο Κανονισμός 3/1991 του Ε. Σ. Ρ. περί ραδιοτηλεοπτικών διαφημίσεων, οι οποίες ενσωματώθηκαν στο Προεδρικό Διάταγμα 100/2000, με το οποίο εξειδικεύθηκε η προαναφερθείσα συνταγματική επιταγή.

Έτσι, κατά το άρθρο 5 αυτού του Διατάγματος, «η τηλεοπτική διαφήμιση αλκοολούχων ποτών.....πρέπει να μην απευθύνεται ειδικά στους ανηλικούς, ούτε να εμφανίζει ανηλικούς να καταναλώνουν αλκοολούχα ποτά». «Η τηλεοπτική διαφήμιση δεν πρέπει να θίγει ηθικά ή σωματικά τους ανηλικούς και πρέπει να τηρεί τα ακόλουθα κριτήρια για την προστασία

---

τους: α) να μην παρακινεί ευθέως τους ανηλίκους στην αγορά προϊόντος ή υπηρεσίας εκμεταλλευόμενη την απειρία και την ευπιστία τους, β) να μην παρακινεί ευθέως τους ανηλίκους να πείσουν τους γονείς τους ή τρίτους να αγοράσουν τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες, γ) να μην εκμεταλλεύεται την ιδιαίτερη εμπιστοσύνη των ανηλίκων προς τους γονείς τους, τους δασκάλους τους ή άλλα πρόσωπα, και δ) να μην παρουσιάζει ανηλίκους, σε κατάσταση επισφαλής, χωρίς να συντρέχει λόγος. Με απόφαση του Υπουργού Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης μπορούν να καθορίζονται ειδικότερες υποχρεώσεις των τηλεοπτικών φορέων, όπως οι επιτρεπόμενες ώρες μετάδοσης, για τη μετάδοση των διαφημιστικών μηνυμάτων σχετικά με αγαθά ή υπηρεσίες που απευθύνονται σε ανηλίκους».

Κατά το άρθρο 7 του αυτού Προεδρικού Διατάγματος, «απαγορεύεται η τηλεπώληση κάθε είδους παιδικών προϊόντων. Σε κάθε δε περίπτωση, η τηλεπώληση πρέπει να μην παρακινεί τους ανηλίκους να συνάπτουν συμβάσεις πωλήσεως ή μισθώσεως αγαθών και υπηρεσιών.»

Κατά το άρθρο 8 «οι τηλεοπτικοί φορείς οφείλουν να μην μεταδίδουν προγράμματα τα οποία ενδέχεται να βλάψουν σοβαρά την σωματική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξη των ανηλίκων και ιδίως προγράμματα που περιέχουν πορνογραφικές σκηνές ή σκηνές άσκοπης βίας ή να μεταδίδουν στα ειδησεογραφικά τους προγράμματα. Φυσικές σκηνές βίας, χωρίς αυτό να είναι αναγκαίο για την πληροφόρηση του κοινού για κάποιο γεγονός. Η δραματοποιημένη αναπαράσταση των γεγονότων, κατά τη μετάδοση των δελτίων ειδήσεων ή άλλων ενημερωτικών εκπομπών απαγορεύεται απολύτως. Η παρουσίαση ή η συμμετοχή ανηλίκων μαρτύρων ή θυμάτων εγκληματικών ενεργειών ή δυστυχημάτων, καθώς και των ανηλίκων που βρίσκονται σε δύσκολη κατάσταση, σε ειδησεογραφικές και άλλες ενημερωτικές εκπομπές των τηλεοπτικών σταθμών απαγορεύεται. Η παρουσίαση αυτή, επιτρέπεται κατ' εξαίρεση, εφόσον είναι αναγκαία για την ενημέρωση του κοινού και δεν προκαλεί πόνο ή βλάβη στην προσωπικότητα του ανηλίκου και μόνον ύστερα από γραπτή άδεια αυτού που ασκεί την γονική μέριμνα ή επιμέλεια. Η παρουσίαση ανηλίκου δράστου εγκληματικών ενεργειών ή υπαιτίου δυστυχήματος απαγορεύεται απολύτως. Όλα τα τηλεοπτικά προγράμματα (εκτός των διαφημιστικών μηνυμάτων και των μηνυμάτων τηλεπώλησης) κατατάσσονται σε κατηγορίες αναλόγως του βαθμού της δυσμενούς επίδρασης που μπορεί να έχει το περιεχόμενό τους στην προσωπικότητα και στην εν γένει ηθική και πνευματική ανάπτυξη των ανηλίκων. Σε κάθε κατηγορία αντιστοιχεί ένα ειδικό σύμβολο ή ηχητικό σήμα, το οποίο μεταδίδεται επί της οθόνης σε όλη την διάρκεια του προγράμματος ή σε καθορισμένο τμήμα αυτής. Επίσης, το σύμβολο αναγράφεται υποχρεωτικά δίπλα στον τίτλο των τηλεοπτικών προγραμμάτων σε κάθε δημοσίευση, ή καταχώρηση των προγραμμάτων αυτών στον τύπο και μεταδίδεται καθ' όλη την διάρκεια των αντιστοίχων ανακοινώσεων του σταθμού (τρέπλερς)».

Πρέπει να σημειωθεί ότι η κατάταξη αυτή των προγραμμάτων γίνεται από την ειδική επιτροπή του άρθρου 2 της υπ. αριθμ' 6138/2000 αποφάσεως του Υπουργού Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, η σύνθεση της οποίας ορίζεται από καθ' ένα Μέσο Μαζικής Ενημέ-

ρωσης και εντεύθεν, κατά την άποψή μου, δεν μπορεί να είναι απολύτως αντικειμενική.

Επακολούθησε η κατά το έτος 2001 αναθεώρηση του Συντάγματος και η δι' αυτής συμπλήρωση του άρθρου 15 παρ. 2 αυτού με την διάταξη «ο έλεγχος και η επιβολή των διοικητικών κυρώσεων υπάγονται στην αποκλειστική αρμοδιότητα του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, που είναι Ανεξάρτητη Αρχή, όπως νόμος ορίζει....έχει ως σκοπό το σεβασμό της αξίας του ανθρώπου και την προστασία της παιδικής ηλικίας και της νεότητας». Από τα πρακτικά των συζητήσεων της Αναθεωρητικής Βουλής, δεν προκύπτει ιδιαίτερη ενασχόληση αυτής με τη συμμετοχή ανηλίκων σε τηλεοπτικές εκπομπές. Οι συζητήσεις εστιάστηκαν στις προϋποθέσεις της ποιότητας του εκπαιδευμένου προγράμματος χάρη της Δημοκρατίας, του πολιτισμού και της Νέας Γενιάς.

Εν τω μεταξύ εξεδόθησαν από το Ε. Σ. Ρ.

α) η Οδηγία 1/2001 περί «Προστασίας Ανηλίκων από την προβολή οπτικοακουστικού υλικού με επιβλαβές γι' αυτούς περιεχόμενο σε δελτία ειδήσεων και ενημερωτικές εκπομπές», κατά την οποία «Απαγορεύεται κατά την διάρκεια των δελτίων ειδήσεων και των ενημερωτικών εκπομπών η μετάδοση τολμηρών ερωτικών ή πορνογραφικών σκηνών και εικόνων κατά τη διάρκεια της ζώνης παιδικής τηλεθέασης, ιδίως όταν η μετάδοση των σκηνών αυτών δεν συνδέεται κατά λογικό και άμεσο τρόπο με το θέμα της εκπομπής και αποτελεί προφανή εκμετάλλευση του συγκεκριμένου θέματος, προκειμένου να προβληθεί οπτικοακουστικό υλικό με περιεχόμενο επιβλαβές για τους ανηλικούς τηλεθεατές. Σε κάθε περίπτωση, εφόσον σε δελτία ειδήσεων ή άλλη ενημερωτική εκπομπή προβάλλεται οπτικοακουστικό υλικό που περιέχει τολμηρές ερωτικές σκηνές ή πορνογραφικές σκηνές, ανεξάρτητα από την εμφάνιση στην οθόνη του ειδικού οπτικού συμβόλου, ο παρουσιαστής του δελτίου ή της εκπομπής οφείλει προφορικά να ενημερώνει το κοινό τρία (3') τουλάχιστον λεπτά πριν την μετάδοση του υλικού σχετικά με τον βαθμό καταλληλότητας αυτού».

β) η Οδηγία 2/2001 του Ε. Σ. Ρ. «περί σήμανσης ψυχαγωγικών εκπομπών και οπτικοακουστικών έργων», κατά την οποία «σε κάθε περίπτωση, για την κατάταξη, την σήμανση και τον επακόλουθο καθορισμό της ώρας προβολής των ψυχαγωγικών προγραμμάτων ή των οπτικοακουστικών έργων πρέπει να λαμβάνεται υπ' όψη ο βαθμός της τυχόν δυσμενούς επίδρασης του περιεχομένου τους στους ανηλικούς τηλεθεατές. Η επιλογή ορισμένης ώρας προβολής συγκεκριμένου ψυχαγωγικού προγράμματος ή οπτικοακουστικού έργου, καθώς και η χρήση του οπτικού συμβόλου που αντιστοιχεί στην ώρα προβολής, δεν απαλλάσσει τον τηλεοπτικό σταθμό από την υποχρέωση ορθής και σύννομου σήμανσης του συγκεκριμένου ψυχαγωγικού προγράμματος ή οπτικοακουστικού έργου αναφορικά και με τον βαθμό της τυχόν δυσμενούς επίδρασης αυτού στην ανάπτυξη των ανηλίκων τηλεθεατών με βάση το περιεχόμενό του».

γ) η Οδηγία 7/2002 περί «Διαφήμισης παιδικών παιχνιδιών», σύμφωνα με την οποία «απαγορεύεται κάθε διαφήμιση που προσβάλλει τα χρηστά ήθη (αθέμιτη διαφήμιση) και ιδιαίτερα κάθε διαφήμιση, η οποία δημιουργεί την εικόνα υπερβολικά δελεαστικής προσφοράς,

---

ιδίως σε παιδιά, νέους και στις πιο ευάλωτες κατηγορίες πληθυσμού. Σε ό,τι αφορά δε στις διαφημίσεις καταστημάτων παιδικών παιχνιδιών διευκρινίζεται ότι επιτρέπεται η μετάδοσή τους οποιαδήποτε ώρα του εικοσιτετράωρου με την προϋπόθεση ότι τα σχετικά διαφημιστικά μηνύματα δεν παραβιάζουν το πνεύμα της ισχύουσας νομοθεσίας για τις διαφημίσεις παιδικών παιχνιδιών (άρθρο 5 παρ. 10 του Π. Δ. 100/2000).

Και δ) η Οδηγία 2/2003 «Περί Προστασίας των ανηλίκων τηλεθεατών ή συμμετεχόντων σε ειδησεογραφικές και ενημερωτικές εκπομπές», αναφέρεται ότι από την «συνδυσασμένη ερμηνεία των διατάξεων του άρθρου 8 παρ. 1 και 2 του Π. Δ. 100/2000, και του άρθρου 8 του Κανονισμού υπ. αριθμόν 1/1991 του Ε. Σ. Ρ., προκύπτει ότι ως επιβλαβές υλικό μπορούν να θεωρηθούν τόσο οι σκηνές φυσικής βίας και οι εικόνες τραυματισμού που μεταδίδονται με αφορμή μια πολεμική σύρραξη όσο και οι σκηνές ή οι περιγραφές που μεταδίδονται με αφορμή είτε δυστύχημα είτε εγκληματική ενέργεια και μπορεί να αναπαράγουν ή αν επιτείνουν τον προσωπικό πόνο ή το πένθος των θυμάτων και των συγγενών τους».

Στη συνέχεια εκδόθηκε το Προεδρικό Διάταγμα 77/2003 «Περί Κώδικος Δεοντολογίας ειδησεογραφικών και άλλων δημοσιογραφικών και πολιτικών εκπομπών». Έτσι, κατά το άρθρο 10 αυτού του Προεδρικού Διατάγματος «απαγορεύεται η παρουσίαση ανηλίκων μέσω εικόνας, ονόματος ή άλλου τρόπου που να καθιστά σαφή την ταυτότητά τους ή την συμμετοχή τους σε όλες τις εκπομπές που περιλαμβάνονται στον παρόντα Κώδικα όταν αυτοί είναι μάρτυρες ή θύματα εγκληματικών ενεργειών ή δυστυχημάτων ή βρίσκονται σε δύσκολη κατάσταση. Σε καμία από τις ανωτέρω περιπτώσεις δεν λαμβάνεται συνέντευξη από ανήλικο κάτω των 14 ετών, ενώ κατ' εξαίρεση η παρουσίαση αυτή επιτρέπεται εφόσον είναι αναγκαία για την ενημέρωση του κοινού και δεν προκαλεί πόνο ή βλάβη στην προσωπικότητα του ανηλίκου και σε κάθε περίπτωση μόνον ύστερα από γραπτή δήλωση αυτού που ασκεί την γονική μέριμνα ή την επιμέλεια».

Το υφιστάμενο νομικό πλαίσιο προστατεύει επαρκώς α) τους ανηλικούς τηλεθεατές και β) τους ανηλικούς κατά την προβολή των σε ειδησεογραφικές και ενημερωτικές εκπομπές, απαγορευμένης όπως έχει εκτεθεί, της παρουσιάσεως των ή της συμμετοχής των, όταν είναι μάρτυρες ή θύματα εγκληματικών ενεργειών ή δυστυχημάτων ή βρίσκονται σε δύσκολη κατάσταση εκτός της περιπτώσεως κατά την οποία η παρουσίαση ή εμφάνιση είναι αναγκαία για την ενημέρωση του κοινού και δεν προκαλεί πόνο ή βλάβη στην προσωπικότητα του ανηλίκου υπό την προϋπόθεση της παροχής αδείας από τον ασκούντα την γονική μέριμνα ή την επιμέλεια.

Δεν υφίσταται νομοθετική ρύθμιση περί της εμφανίσεως των ανηλίκων σε ψυχαγωγικές εκπομπές. Η εμφάνιση ανηλίκων σε τέτοιες εκπομπές απασχόλησε προσφάτως την κοινή γνώμη και τον τύπο.

Το Ε.Σ.Ρ. στο προσχέδιο του Κώδικα Ψυχαγωγικών και Επιμορφωτικών Προγραμμάτων που οφείλει να καταρτίσει κατά το άρθρο 3 παρ. 15 του Ν. 2328/1995 διέλαβε κανόνα, κατά τον οποίο «η συμμετοχή ανηλίκων σε ψυχαγωγικές και επιμορφωτικές εκπομπές επιτρέπε-



ται μόνον εάν γίνεται με τη συναίνεση των γονέων ή άλλου ενήλικου υπευθύνου γι' αυτούς με τον τρόπο που συμβάλλει στην σωματική, πνευματική ή ηθική ανάπτυξή τους».

Ανακύπτει ζήτημα εάν το Ε.Σ.Ρ. έχει δικαιοδοσία να ελέγξει εάν η δοθείσα συναίνεση συμμετοχής ανηλίκου σε ψυχαγωγική τηλεοπτική εκπομπή συμβάλλει στην ανάπτυξη του ανηλίκου. Κατά την άποψή μου, ουδείς δύναται να αντικαταστήσει τους γονείς και επομένως υφισταμένης συναίνεσεως του γονέως ή των γονέων, το Ε. Σ. Ρ. δεν έχει δικαιοδοσία προς έλεγχο περί του εάν η δοθείσα συναίνεση πληροί την ως άνω προϋπόθεση.

Επομένως, πρέπει να γίνει δεκτό ότι επιτρέπεται η συμμετοχή ανηλίκων σε ψυχαγωγικές εκπομπές εφόσον υφίσταται συναίνεση των γονέων, οι οποίοι κατά το άρθρο 1510 του Α. Κ. ασκούν την γονική μέριμνα από κοινού. Εφόσον ένας από τους γονείς αδυνατεί να ασκήσει τη γονική μέριμνα για πραγματικούς λόγους ή λόγω ανικανότητας ή λόγω περιορισμένης ικανότητας, την ως άνω συναίνεση παρέχει ο έτερος των γονέων. Επί τέκνων χωρίς γάμου, την γονική μέριμνα, ασκεί κατά το άρθρο 1515 του Α. Κ. η μητέρα και εφόσον αυτή αδυνατεί για νομικούς ή πραγματικούς λόγους, ο πατέρας υπό την προϋπόθεση ότι έχει αναγνωρισθεί η πατρότητά του. Σε περίπτωση διαζυγίου ή ακυρώσεως γάμου, η άσκηση της γονικής μέριμνας ρυθμίζεται, κατά το άρθρο 1513 του Α. Κ. από το δικαστήριο. Κατά τα άρθρα 1511 και 1518 του Α. Κ. η γονική μέριμνα στην οποία ανάγεται η επιμέλεια του προσώπου του ανηλίκου περιλαμβάνει την ανατροφή, την επίβλεψη, τη μόρφωση και την εκπαίδευσή του, την ανάπτυξη κοινωνικής συνειδήσεως και της προσωπικότητάς του καθώς και την επαγγελματική του εκπαίδευση. Επομένως, η συναίνεση των γονέων ή του γονέως προς συμμετοχή ανηλίκου σε ψυχαγωγική εκπομπή θα πρέπει να αποβλέπει στη μόρφωση ή την εκπαίδευση ή την ανάπτυξη της προσωπικότητας ή την κοινωνική συνείδηση ή την επαγγελματική εκπαίδευση του.

Σε περίπτωση διαφωνίας των γονέων, το δικαστήριο καθορίζει κατά το άρθρο 1512 του Α. Κ. αν η συναίνεση αποβλέπει στο συμφέρον του τέκνου.

Πρέπει να σημειωθεί ότι τα παιδιά που συμμετέχουν στην ψυχαγωγική- τηλεοπτική εκπομπή με τον διακριτικό τίτλο *Baby Dance* φοιτούν ήδη σε σχολές χορού και συνοδεύονται από τους γονείς τους, συναγομένης εντεύθεν της συναίνεσεως αυτών. Το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεοράσεως, όπως έχει εκτεθεί δεν έχει δικαιοδοσία να ελέγξει εάν η συναίνεση αποβλέπει στο συμφέρον του τέκνου. Σε περίπτωση διαφωνίας των γονέων ή σε περίπτωση αντιρρήσεως προς την δοθείσα συναίνεση, οιοδήποτε έχοντος έννομο συμφέρον, αρμοδιότητα ελέγχου έχουν τα πολιτικά δικαστήρια της χώρας.

---

## ΤΟ ΠΑΙΔΙ ΣΤΙΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΕΣ ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ: ΠΡΟΣ ΕΝΑ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ, ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

**Άννα Ρούτσου**

Όπως γνωρίζετε, ο Συνήγορος του Πολίτη ανέλαβε βάσει ειδικής νομοθετικής ρύθμισης (ν.3094/2003) την αποστολή της προάσπισης και προαγωγής των δικαιωμάτων του παιδιού, δηλαδή την αποστολή του *Συνηγόρου του Παιδιού*, ακολουθώντας τα πρότυπα του διεθνώς καταξιωμένου αυτού θεσμού. Τον Ιούλιο του 2003 ένα νέο τμήμα δημιουργήθηκε στην Αρχή, με επί κεφαλής Βοηθό Συνήγορο για τα Παιδιά και στελεχώθηκε από διεπιστημονική ομάδα. Σύμφωνα με την πρόβλεψη του νόμου, ο Συνήγορος του Πολίτη επιλαμβάνεται παραβιάσεων δικαιωμάτων ανηλίκων ύστερα από αναφορές παιδιών, γονέων τους, τρίτων προσώπων ή και αυτεπαγγέλτως, τόσο έναντι δημοσίων φορέων, όσο και έναντι ιδιωτών, νομικών ή φυσικών προσώπων. Επίσης, κατά την πρακτική που έχει υιοθετηθεί διεθνώς από Συνηγόρους του Παιδιού, αναλαμβάνει πρωτοβουλίες για την προάσπιση και προαγωγή των δικαιωμάτων του παιδιού, όπως επισκέψεις σε σχολεία και ιδρύματα, συζητήσεις με ομάδες παιδιών και με επαγγελματίες που εργάζονται με παιδιά, συνεργασίες με εκπροσώπους δημοσίων φορέων και ΜΚΟ, πραγματοποίηση εκδόσεων, δημόσια διατύπωση προτάσεων για την προάσπιση των δικαιωμάτων του παιδιού, κ.α. Συμμετέχοντας άλλωστε ενεργά και στο Ευρωπαϊκό Δίκτυο Συνηγόρων του Παιδιού, ενημερωνόμαστε διαρκώς για τις αντίστοιχες ενέργειες και πρωτοβουλίες των ομόλογων θεσμών στην Ευρώπη.

Πριν μπω στο θέμα της σημερινής ημερίδας ίσως είναι ακόμη σκόπιμο να αναφέρω ότι στη διάρκεια των 4,5 χρόνων λειτουργίας του Συνηγόρου του Παιδιού στη χώρα μας έχουμε δεχθεί περισσότερες από 1300 αναφορές για θέματα παραβιάσεων δικαιωμάτων ανηλίκων, έχουμε διεξάγει εκατοντάδες επισκέψεις, συναντήσεις και συζητήσεις με ομάδες παιδιών, επαγγελματίες και εκπροσώπους φορέων και έχουμε διατυπώσει προτάσεις για πολλά θέματα που αφορούν την προστασία των δικαιωμάτων του παιδιού, όπως για την ανάπτυξη Εθνικού Σχεδίου Δράσης για τα Δικαιώματα του Παιδιού – μια υπόθεση που δυστυχώς ακόμη εκκρεμεί-, για την προστασία των παιδιών από την ενδοοικογενειακή βία, για τη λήψη μέτρων για ειδικές κοινωνικές ομάδες, όπως ασυνόδευτα παιδιά, ανήλικους μετανάστες και πρόσφυγες ή παιδιά με ειδικές ανάγκες. Ανάμεσα στις πρωτοβουλίες μας περιλαμβάνονται και όσες θα αναφέρω παρακάτω για την προστασία των παιδιών από τα ΜΜΕ.

Το ζήτημα της προσβολής δικαιωμάτων των ανηλίκων από τα ραδιοτηλεοπτικά, αλλά και έντυπα μέσα ενημέρωσης, ήταν από τα πρώτα που απασχόλησαν τον Συνήγορο του Παιδιού, τόσο μέσω αναφορών που κατατέθηκαν στην Αρχή, όσο και με δικές μας πρωτοβουλίες που αφορούσαν αυτό ακριβώς το ζήτημα. Λαμβάνοντας πάντα υπόψη την ειδική αποκλειστική αρμοδιότητα του ΕΣΡ που απορρέει από το Σύνταγμα, για τον έλεγχο και την επιβολή κυρώσεων στα Ρ/Τ μέσα ενημέρωσης, πήραμε ήδη από το 2003 πρωτοβουλία συνάντησης με την

ηγεσία του Συμβουλίου, προκειμένου να διευκρινιστεί το πλαίσιο αρμοδιοτήτων και συνεργασίας μεταξύ των δύο ανεξάρτητων αρχών, όσον αφορά το παιδί. Συμφωνήθηκε λοιπόν τότε ότι ο Συνήγορος μπορεί να δημοσιοποιεί τις θέσεις του και να απευθύνει τις παρατηρήσεις του απευθείας στην κοινή γνώμη και τα ενδιαφερόμενα μέρη, καθώς και να παραπέμπει αναφορές στο ΕΣΡ με δική του γνωμοδότηση ή, αν κριθεί αναγκαίο από το ΕΣΡ, να παρίσταται σε συνεδριάσεις οργάνων του ΕΣΡ για διατύπωση γνώμης ειδικά για το παιδί.

Βάσει των παραπάνω, οι έως σήμερα σχετικές ενέργειες του Συνηγόρου του Παιδιού περιλαμβάνουν:

- Δελτία τύπου, δημόσιες παρεμβάσεις, άρθρα ή συνεντεύξεις για την παρουσίαση στοιχείων ανηλίκων -θυτών ή θυμάτων από τα ΜΜΕ, και για σχετικά θέματα που απασχολούν κατά καιρούς την κοινή γνώμη – πχ για τον χειρισμό από τα ΜΜΕ ζητημάτων που καλά θα θυμάστε, όπως του Άλεξ στη Βέροια ή της μαθήτριας στην Αμάρυνθο.
- Παραπομπή με γνωμοδότηση στο ΕΣΡ υποθέσεων όπως οι παραπάνω ή και άλλων, που συχνά οδήγησε σε επιβολή από το ΕΣΡ προστίμων ή άλλων μέτρων σε τηλεοπτικούς σταθμούς.
- Απευθείας αποστολή απόψεων της Αρχής σε Ρ/Τ μέσα, όσον αφορά στον τρόπο προβολής υποθέσεων με ανηλικούς και στις επιπτώσεις που η προβολή αυτή συνεπάγεται στον ψυχικό και συναισθηματικό τους κόσμο.
- Παραπομπή στα αρμόδια όργανα της ΕΣΗΕΑ για δημοσιοποίηση στοιχείων ανηλίκων θυμάτων από έντυπα – γεγονός που προκάλεσε την παρέμβαση του Εποπτικού και Πειθαρχικού Οργάνου της Ένωσης.
- Όσον αφορά δε σε διαφημίσεις που θίγουν ανηλικούς ο Συνήγορος του Παιδιού απευθύνεται είτε στο αρμόδιο Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας, είτε στις ίδιες τις εταιρείες, είτε και στον Συνήγορο του Καταναλωτή ή τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης.
- Συνεργασία με το ΥΠΕΠΘ ως προς τη διατύπωση γνώμης της Αρχής για τις άδειες εισόδου δημοσιογράφων στα σχολεία και συνεντεύξεων με τους μαθητές.
- Ενημέρωση βουλευτών και επιτροπών της Βουλής περί συναφών θεμάτων.

Για να έρθουμε τώρα επί τη ουσίας στο θέμα για το οποίο κληθήκαμε να μιλήσουμε και το οποίο κίνησε η Αρχή κατόπιν έντονου προβληματισμού της, απευθυνόμενη στους αρμόδιους πολιτειακούς φορείς και στο ΕΣΡ:

Το νομικό πλαίσιο για την προστασία των ανηλίκων στις ενημερωτικές – ειδησεογραφικές εκπομπές υπάρχει ήδη με το ΠΔ 100/2000 και τον Κώδικα Δεοντολογίας (ΠΔ 77/2003)

---

και μάλιστα είναι αρκετά πλούσιο, καθώς περιλαμβάνει: απαγόρευση λήψης συνεντεύξεων από ανήλικους κάτω των 14, απαγόρευση παρουσίασης ανηλίκων ως δραστών εγκληματικών ενεργειών ή ως υπαιτίων δυστυχημάτων, απαγόρευση δημοσιοποίησης στοιχείων δικογραφίας ή στοιχείων που συντείνουν στην αποκάλυψη της ταυτότητας ανηλίκων θυτών, θυμάτων ή μαρτύρων ποινικών αδικημάτων. Ως προς το τελευταίο, να προσθέσουμε πάντως εδώ, κάτι που μας απασχολεί πολύ σοβαρά: Ότι δυστυχώς στοιχεία του φακέλου δικογραφίας και του ανακριτικού υλικού διαρρέουν συχνά προς τα ΜΜΕ, γεγονός που δυσχεραίνει την διαδικασία έρευνας, αλλά και επί της ουσίας συνιστά παραβίαση της ιδιωτικής ζωής των εμπλεκόμενων ανηλίκων. Η δημοσιοποίηση των στοιχείων υποθέσεων παιδικής κακοποίησης και ο κίνδυνος της δημόσιας διαπόμπευσης άλλωστε είναι ένας από τους παράγοντες που, όπως υποστηρίζουν τα ίδια τα παιδιά, τα αποτρέπουν συχνά από το να καταγγείλουν περιστατικά βίας σε βάρος τους προς τις αρχές.

Ο πρόσφατα ψηφισθείς νόμος (3625/2007) με τον οποίο επικυρώθηκε το 2<sup>ο</sup> Προαιρετικό Πρωτόκολλο της Σύμβασης για τα Δικαιώματα του Παιδιού σχετικά με την εμπορία παιδιών, την παιδική πορνεία και πορνογραφία, περιλαμβάνει στο τελευταίο μέρος του άρθρο για την προστασία της ιδιωτικής ζωής των ανηλίκων θυμάτων σχετικών εγκλημάτων και προβλέπει την απαγόρευση της δημοσιοποίησης με οποιοδήποτε τρόπο περιστατικών που θα μπορούσαν να οδηγήσουν στην αποκάλυψη της ταυτότητάς τους. Ο Συνήγορος του Πολίτη εκτιμά ότι σχετική απαγόρευση θα πρέπει να υπάρξει σχετικά με όλες τις υποθέσεις παιδικής κακοποίησης που εκκρεμούν στη δικαιοσύνη.

Γενικότερα θα λέγαμε, ότι παρά την ύπαρξη νομοθετικών προβλέψεων για την προστασία των ανηλίκων από τις ενημερωτικές – ειδησεογραφικές εκπομπές, οι παραβιάσεις είναι συχνές. Για το λόγο αυτό άλλωστε ο ρόλος των ανεξαρτήτων αρχών και ιδίως του ΕΣΡ, ως προς τον έλεγχο των συναφών εκπομπών και την επιβολή κυρώσεων στους παραβάτες της νομοθεσίας, είναι κρίσιμος. Τουλάχιστον όμως για το πεδίο αυτό υφίσταται νομοθετικό πλαίσιο.

Ως προς όμως τις ψυχαγωγικές εκπομπές (στις οποίες περιλαμβάνονται οι τηλεοπτικές εκπομπές και τα σήριαλ, τα ψυχαγωγικά σόου, τα ριάλιτι σόου, τα τηλεπαιχνίδια), δεν υπάρχει συγκεκριμένο νομοθετικό έρεισμα. Η έλλειψη σχετικού νομοθετικού πλαισίου έχει προβληματίσει εδώ και πολύ καιρό, απ' όσο γνωρίζουμε, και το ΕΣΡ, σχετικές δε προτάσεις και μελέτες έχουν γίνει, χωρίς όμως αποτέλεσμα. Το μόνο που μπορεί κανείς να επικαλεστεί είναι οι αρχές περί προστασίας και σεβασμού της προσωπικότητας, που προκύπτουν από το Σύνταγμα και ειδικότερες συμβάσεις και νόμους, οι οποίες είναι όμως πολύ γενικές. Αυτή δε η έλλειψη γίνεται όλο και πιο φανερή, καθώς τα ηλεκτρονικά μέσα (ραδιοτηλεόραση, διαδικτυο, κινητή τηλεφωνία) εξελίσσονται τεχνολογικά και μπορούν να διεισδύουν σε κάθε πτυχή της ιδιωτικής ζωής.

Παρατηρούμε τον τελευταίο καιρό την εφαρμογή της παγκοσμιοποίησης, αν μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε έναν τέτοιο όρο, στα σόου τύπου ριάλιτι, που ξεκινούν ως μεγάλες πα-

ραγωγές στην Αμερική ή στην Ευρώπη και ως τέτοιες έρχονται και στην Ελλάδα. Δεν είναι μόνο το “Baby Dance” στο οποίο στάθηκε ο τύπος, αλλά μια σειρά τέτοιου είδους εκπομπές, που κινούνται στα όρια μεταξύ διαγωνισμών και ριάλιτι, και στα οποία συμμετέχουν παιδιά μικρής ηλικίας - ούτε καν έφηβοι. Και καθώς ο Συνήγορος του Παιδιού παρακολουθεί τις διεθνείς πρακτικές, πιστεύουμε ότι η προετοιμασία του εδάφους έχει ξεκινήσει και έτσι δεν θα αργήσουν να έρθουν και στη χώρα μας ριάλιτι, όπως η σούπερ νταντά, ο δανεισμός μωρών από άτεκνα ζευγάρια, ή το μέγαλωμα παιδιών από εφήβους. Δεν είναι τόσο δύσκολη η διάκριση ανάμεσα σε έναν διαγωνισμό που αποτελεί κίνητρο για την καλλιέργεια μιας κλίσης του παιδιού, και σε ένα σόου που απλώς εκμεταλλεύεται την απειρία του ή τη φιλοδοξία του ίδιου και της οικογένειάς του. Το παιδί δεν χρειάζεται να είναι απόν από την τηλεόραση, αλλά να υπάρχουν σαφή όρια και διακρίσεις Υπήρξαν πχ παλιότερα ή πιο πρόσφατα εκπομπές, όπου μαθητικά συγκροτήματα διαγωνίζονταν στη μουσική ή νέοι διαγωνίζονταν σε γνώσεις. Δεν κρύβουμε μάλιστα, ότι ακόμα και για τέτοιου είδους εκπομπές ο Συνήγορος έχει λάβει αναφορές πολιτών και τις έχει ερευνήσει, χωρίς να κρίνει τελικά ότι απειλούνται δικαιώματα του παιδιού. Αυτό όμως διαφέρει ολότελα από την μίμηση συμπεριφορών ενηλίκων, έναν ιδιότυπο «μικρο-μεγαλισμό», στον οποίο μαθαίνουν παιδιά μέχρι και 6 ετών, ώστε να γίνουν πχ αστέρες του χορού ή του τραγουδιού. Επίσης παρακολουθούμε σε πολλά σίριαλ, παιδιά να μιλούν και να φέρονται αφύσικα, να μπαίνουν στο στόμα τους λόγια μεγάλων ή αντίθετα υπερβολικές συμπεριφορές στην προσπάθεια να φανεί το ζωηρό ή το χαριτωμένο της ηλικίας. Μικρή μερίδα δημοσιογράφων βρήκε κάπως συντηρητικό τον σχετικό προβληματισμό που αναπτύχθηκε. Για εμάς όμως, η στρέβλωση της εικόνας της παιδικής ηλικίας και η επιφανειακή και αγχωμένη μίμηση των ενηλίκων είναι ο πραγματικός συντηρητισμός που ελλοχεύει πίσω από τέτοια «χαριτωμένα» σόου ή σίριαλ, που μάλιστα απευθύνονται σε ενήλικες.

Είναι γνωστό ότι το παιδί στον κινηματογράφο γοητεύει τόσο τον σκηνοθέτη και τον σεναριογράφο, και συγκινεί τους ενήλικους θεατές. Είναι η ενσάρκωση της (χαμένης) αθωότητας, της ευτυχίας και της ελπίδας, αλλά και της δύναμης και ενέργειας. Είναι μια ευκαιρία για νοσταλγία ή για ανάκληση των παιδικών χρόνων και της βιωματικής μνήμης των ενηλίκων. Όταν όμως η τηλεόραση χρησιμοποιεί το παιδί άνευ όρων για να αυξήσει εύκολα και ανέξοδα την τηλεθέαση - και άρα το κέρδος - και όταν το παιδί γίνεται καρικατούρα των μεγάλων και μπαίνει σε στρεσογόνες διαδικασίες, για να ευχαριστηθεί το κοινό, τότε υπάρχει ανάγκη παρέμβασης, και μάλιστα μεγάλη.

Μιας και, όπως προείπαμε, βλέπουμε ότι η ελληνική τηλεόραση εφαρμόζει ή αντιγράφει τις τάσεις του εξωτερικού, να φέρουμε μερικά παραδείγματα για το τι γίνεται εκεί.

Στην Αμερική, το προβαλλόμενο από το CBS *Kid Nation*, όπου παιδιά 8-15 χρονών πήγαν χωρίς βέβαια συνοδεία γονέων στο Μεξικό και εργάστηκαν για 6 εβδομάδες, εκτός από τα ατυχήματα που συνέβησαν σε κάποια παιδιά, προκάλεσε ποικίλες αντιδράσεις αλλά και την

---

παρέμβαση του Υπουργείου Εργασίας, για να διαπιστωθεί υπέρμετρη εκμετάλλευση παιδιών. Ο προβληματισμός που τέθηκε είναι, ότι ενώ στην Αμερική ως γνωστόν υπάρχει ισχυρό πλέγμα προστασίας των παιδιών που εργάζονται στον κινηματογράφο και στη show biz γενικά, στην περίπτωση των ριάλιτι, επειδή δεν αποδεικνύεται σχέση εργασίας, δεν πληρούνται οι όροι αυτοί. Να σημειώσουμε εδώ, ότι και στην Ελλάδα υπάρχει ο νόμος περί παιδικής εργασίας (ΠΔ 62/1998), που ρυθμίζει και θέματα απασχόλησης των παιδιών στον κινηματογράφο, στο θέατρο, στη μουσική, στη διαφήμιση, στη ραδιοτηλεόραση, κλπ, προϋποθέτει όμως μια εργασιακή αμειβόμενη σχέση – κι έτσι πράγματι συναντά κανείς και εδώ κώλυμα και δεν μπορεί να επικαλεστεί τις προστατευτικές του διατάξεις προκειμένου για εκπομπές ριάλιτι, διαγωνισμούς ταλέντων, κλπ.

Στη Γερμανία, ο πρόσφατος νευρικός κλονισμός που έπαθε 17χρονος κατά την ακρόασή του λόγω των προσβλητικών σχολίων του παρουσιαστή στο γερμανικό Super Idol του RTL («DSDS» ή «Η Γερμανία ψάχνει τον Superstar της»), προκάλεσε εντονότερες αντιδράσεις από δημόσιους φορείς, όπως την Επιτροπή Πολιτισμού (German Cultural Council) και την Επιτροπή Προστασίας Ανηλίκων (KJM), που εποπτεύει τους τηλεοπτικούς σταθμούς ως προς την τήρηση των κανόνων αυτοδέσμευσής τους. Οι επιτροπές έκαναν λόγο για τηλεοπτική βαρβαρότητα, ταπείνωση, εκμετάλλευση και κοινωνικοπολιτική ανευθυνότητα, με σοβαρές συνέπειες και για τους ανήλικους θεατές, και κάλεσαν την τηλεόραση να μην διαταράσσει τα παιδιά κατά την αναπτυξιακή τους πορεία προς την κοινωνικοποίηση. Αξίζει να σημειωθεί ότι στοιχεία της ταυτότητας του νέου (ονοματεπώνυμο και τόπος κατοικίας) είχαν δημοσιοποιηθεί, με αποτέλεσμα να δεχτεί επιπλέον εκατοντάδες υβριστικά τηλεφωνήματα και να αποβληθεί από το σχολείο για λόγους δικής του ασφάλειας.

Η ελευθερία βούλησης και προσωπικής επιλογής των διαγωνιζομένων, που επικαλέστηκαν οι εκπρόσωποι του σταθμού, δεν έπεισε τους φορείς, καθώς πιστεύεται ότι η επιλογή νέων με έλλειψη ταλέντου ή αυτοσεβασμού γίνεται επίτηδες από το κανάλι χάριν τηλεθέασης και διασκέδασης του κοινού, και έτσι οι υπεύθυνοι παραπέμφθηκαν σε απολογία. Ας μη γελοιάμαστε άλλωστε, η ευχαρίστηση και ο σαδισμός με τα οποία το φιλοθεάμον κοινό αντιμετωπίζει την κάθε γελοιοποίηση ατόμων στην τηλεόραση, δεν είναι μόνο γερμανικό χαρακτηριστικό, αλλιώς δεν θα επιβίωναν και στην Ελλάδα εκπομπές με πρωταγωνιστές-έρμια σε γκροτέσκους διαγωνισμούς ταλέντων.

Στη Βρετανία τώρα, ριάλιτι όπως το «Baby Borrowers», όπου η επιμέλεια μικρών παιδιών ανατίθεται σε άπειρους εφήβους, και το «Bringing up Baby» του Channel 4, όπου βρέφη μεγαλώνουν με οδηγίες νταντάς πεπερασμένων αντιλήψεων, προκάλεσαν ισχυρές αντιδράσεις από δημόσιους και μη κυβερνητικούς φορείς υγείας, πρόνοιας και παιδικής προστασίας. Συγκεκριμένα, φορείς όπως το NSPCC, από τις παλιότερες ΜΚΟ για την προστασία των παιδιών, θεωρούν ότι η εποπτεία της Ofcom (του βρετανικού, ας πούμε, ΕΣΡ) δεν απέδωσε αρκετά, και αναρωτιούνται τι είδους συγκατάθεση μπορούν να δώσουν τα μωρά. Συζητείται, έτσι, η

δημιουργία ανεξάρτητης Επιτροπής εμπειρογνομόνων που θα ενεργεί συμβουλευτικά προς τους τηλεοπτικούς φορείς, και που θα ενημερώνεται και θα εγκρίνει τέτοιες παραγωγές. Η πρόταση είναι, τα μέλη της Επιτροπής να διορίζονται από την Ofcom ή τον βρετανό Συνήγορο του Παιδιού (του οποίου την παρέμβαση ζήτησαν ήδη τα βρετανικά εργατικά συνδικάτα και άλλοι φορείς), και να απαρτίζεται από παιδοψυχολόγο και παιδοψυχίατρο, κοινωνικό λειτουργό, επιθεωρητή υγείας, εκπρόσωπο του NSPCC, εκπρόσωπο γονέων κλπ.

Η Ofcom που αναφέραμε, έχει συντάξει Κώδικα Δεοντολογίας, βάσει του οποίου (άρ. 26 και 27) οι σταθμοί πρέπει να παρέχουν φυσική και συναισθηματική φροντίδα στους ανήλικους, που συμμετέχουν με οποιονδήποτε τρόπο σε τηλεοπτικά προγράμματα, ανεξάρτητα από οιαδήποτε συγκατάθεση των ίδιων, των γονέων ή κηδεμόνων τους. Εδώ να πούμε ότι το θέμα της συγκατάθεσης των γονέων έχει απασχολήσει και άλλες χώρες. Για παράδειγμα, στο Ισραήλ η συζήτηση για τη συμμετοχή παιδιών σε ριάλιτι έφτασε στην Επιτροπή Δικαιωμάτων του Παιδιού της Βουλής λόγω καταγγελιών για την “Supernanny” ή γνωστή σε εμάς ως Νταντά ΣΟΣ, όπου συμφωνήθηκε να γίνουν πιο συγκεκριμένες και αυστηρές οι δεσμεύσεις των συμβαλλόμενων μερών, προτού δοθεί η γονική συγκατάθεση για την εμφάνιση του παιδιού.

Επίσης σύμφωνα με τον βρετανικό Κώδικα Δεοντολογίας, οι ανήλικοι δεν πρέπει να υφίστανται άγχος ή αγωνία με τη συμμετοχή ή και την προβολή αυτών των προγραμμάτων. Επειδή παρ’ όλ’ αυτά υπάρχουν όμως οι αντιδράσεις που μόλις αναφέραμε, η Ofcom πρόκειται να αναθεωρήσει τους κανόνες αυτούς, διαπιστώνοντας παράλληλα και την ανάγκη εποπτείας για την εφαρμογή τους. Προκειμένου να το κάνει, προχωρά σε διαβουλεύσεις με τηλεοπτικούς παραγωγούς, παρουσιαστές, επαγγελματικές ενώσεις, ομάδες παιδιών και ακαδημαϊκούς. Επίσης διεξήγαγε έρευνα σε οικογένειες, ώστε να διερευνηθούν οι απόψεις παιδιών και γονέων για τη συμμετοχή των παιδιών σε ψυχαγωγικές εκπομπές.

Προκειμένου λοιπόν να παρέμβει δημόσια ο Συνήγορος του Πολίτη, είχε μελετήσει τα παραπάνω δεδομένα και τις σχετικές έρευνες, και είχε αξιοποιήσει την εμπειρία του από τη δράση του, από τις πρακτικές των Συνηγόρων του Παιδιού διεθνώς αλλά και τα δεδομένα που υπάρχουν για τις συνέπειες στον ψυχοσυναισθηματικό κόσμο των παιδιών.

Γνωρίζουμε επίσης την τάση που υπάρχει διεθνώς για θέσπιση κανόνων αυτοδέσμευσης, η οποία απορρέει ή ενθαρρύνεται από τις σχετικές Οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Οι πιο πρόσφατες αφορούν την τηλεόραση, τη διαφήμιση και τα κινητά (πχ IP/07/138) και επίσης έχουμε την πρόσφατη αναθεώρηση της Οδηγίας «Τηλεόραση χωρίς Σύνορα» - 89/552/EEC με την επέκτασή της στις on line O/A υπηρεσίες (οδηγία 2007/65). Στα σχετικά όμως συνοδευτικά κείμενα (βλ. δηλώσεις της επιτρόπου V. Redding, IP/07/311) παρατηρούμε ότι στόχος των μεταρρυθμίσεων είναι η στήριξη της ανταγωνιστικότητας στον τομέα των O/A μέσω επικοινωνίας και το άνοιγμα της ευρωπαϊκής αγοράς για τους παραγωγούς, χωρίς ιδιαίτερη έμφαση σε θέματα προστασίας ανηλίκων. Οι κανόνες πχ για την τηλεοπτική διαφήμιση γίνονται λιγότερο λεπτομερείς, επιτρέποντας μεταξύ άλλων την τοποθέτηση προϊόντων (product

---

placement) και τη διακοπή των παιδικών προγραμμάτων για διαφημίσεις μέχρι μια φορά ανά μισάωρο. Να σημειώσουμε εδώ, για παράδειγμα, ότι ο Έλληνας νομοθέτης στον τροποποιημένο νόμο περί προστασίας του καταναλωτή (ν. 3587/07) αποδεικνύεται αυστηρότερος, απαγορεύοντας απόλυτα τις διαφημίσεις παιγνιδιών από τις 7 το πρωί μέχρι τις 10 το βράδυ καθημερινά (κάτι που δυστυχώς όμως δεν τηρείται στην πράξη). Ως γνωστόν βέβαια, οι ευρωπαϊκές οδηγίες δίνουν τις *minimum* κατευθυντήριες αρχές και το κράτος-μέλος οφείλει να τις λάβει υπόψη και να τις προσαρμόσει στα εθνικά δεδομένα. Στο άρθρο 32 της Οδηγίας 2007/65 διευκρινίζεται άλλωστε ρητά, ότι τα κράτη μέλη είναι ελεύθερα να εφαρμόζουν λεπτομερέστερους ή αυστηρότερους κανόνες. Ενισχυτικό ως προς την έμφαση που οφείλει να δώσει ο εθνικός νομοθέτης, είναι ότι η νομολογία του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου περιλαμβάνει την προστασία των ανηλίκων στους κανόνες δημοσίου συμφέροντος. Ως προς το ζητούμενο της αυτοδέσμευσης, το άρθρο 36 της ίδιας Οδηγίας ορίζει ότι η αυτορρύθμιση «μπορεί να είναι συμπληρωματική, αλλά όχι να αποτελέσει υποκατάστατο για τις υποχρεώσεις του εθνικού νομοθέτη». Προ της έκδοσης της οδηγίας αυτής είχε διεξαχθεί έρευνα από τα ακαδημαϊκά Ινστιτούτα του Αμβούργου και του Ζάαρμπρουκ, ώστε να μελετηθεί, για λογαριασμό της Επιτροπής, το ζήτημα της αυτορρύθμισης και της συρρύθμισης. Τα συμπεράσματα δείχνουν ότι κλίνομε προς τη συρρύθμιση, τη νομική δηλαδή σύνδεση μεταξύ αυτορρύθμισης και εθνικού νομοθέτη. Πρέπει δηλαδή να υπάρχει και ένα πολιτειακό ρυθμιστικό όργανο που να ενισχύει την αποτελεσματικότητα του αυτορρυθμιστικού πλαισίου, καθώς και τα μέσα, ώστε αυτό το πλαίσιο της συρρύθμισης να λειτουργεί αποτελεσματικά. Και πάντως από τη βιβλιογραφία, τις μελέτες και τα διεθνή δεδομένα, βλέπουμε ότι η αυτορρύθμιση από μόνη της δεν έχει αποδειχθεί επαρκής. Μπορεί να λειτουργήσει μόνον επικουρικά ως προς τη βασική ρύθμιση του νόμου. Πρόσφατα διαβάζαμε πχ στο ενημερωτικό τεύχος του ΙΟΜ, ότι μετά τα μέτρα απαγόρευσης που επέβαλε η Ofcom στην τηλεόραση για την απαγόρευση διαφημίσεων ανθυγιεινών τροφίμων και ποτών, οι εταιρείες στράφηκαν στο διαδίκτυο και τα κινητά. Κατόπι τούτου, και μετά τις ανεπιτυχείς προσπάθειες αυτορρύθμισης, προτείνεται η υιοθέτηση από την Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας, ενός ενιαίου διεθνούς υποχρεωτικού κώδικα, βάσει του οποίου θα απαγορεύεται παντός είδους διαφήμιση τέτοιων προϊόντων. Αλλά και στην Ελλάδα, η ως σήμερα εμπειρία μας από προσφυγές σε αρμόδια όργανα εποπτείας των αυτοδεσμευόμενων διαφημιστικών εταιρειών, δεν ήταν ιδιαίτερα καρποφόρα. Επίσης άλλο ένα παράδειγμα αμφίβολης αποτελεσματικότητας είναι η ευρωπαϊκή οδηγία για θέσπιση κανόνων αυτοδέσμευσης των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας για την προστασία των ανηλίκων (IP/07/139 με χρονικό όριο τον Φλεβάρη 2008). Δεν έχουμε δει να αλλάζουν πολλά στο τοπίο, αλλά περισσότερο μπορεί ίσως να μας πει ο εκπρόσωπος της ΕΕΤΤ.

Γνώμη και πρότασή μας, και είμαστε διατεθειμένοι να συμβάλουμε φυσικά σε αυτό με συγκεκριμένες προτάσεις στη διαβούλευση που ελπίζουμε να ακολουθήσει, είναι ότι υπάρχει επιτακτική ανάγκη να θεσπιστεί ένας *νομικά δεσμευτικός Κώδικας Ψυχαγωγικών Εκπο-*



μπών, όπως αυτός για τις ενημερωτικές εκπομπές, που θα λαμβάνει υπόψη του τις νέες τεχνολογίες, τη νέα τηλεοπτική αγορά και το σύγχρονο τηλεοπτικό τοπίο, βάσει του οποίου οι ανήλικοι θα προστατεύονται με ειδικές διατάξεις για τον σεβασμό της προσωπικότητας και των δικαιωμάτων τους. Διατάξεις δηλαδή που θα ρυθμίζουν θέματα, όπως ο σεβασμός της ιδιωτικής-οικογενειακής ζωής των ανηλίκων, το ωράριο και οι όροι απασχόλησής τους, η υποστήριξή τους από ειδικούς, τα ηλικιακά όρια, κλπ. Πιστεύουμε ότι αυτό είναι ευθύνη της Πολιτείας στο πλαίσιο και των συνταγματικών επιταγών περί προστασίας της νεότητας και της παιδικής ηλικίας, και η Πολιτεία δεν θα πρέπει να το αφήσει εν λευκώ στα χέρια υπευθύνων τηλεοπτικών καναλιών και ιδιωτικών συμφερόντων, που αναγκαστικά είναι προσανατολισμένοι στο κέρδος. Η αυτοδέσμευση, όπως είπαμε, μπορεί να έρθει μόνο συμπληρωματικά και επικουρικά σε ένα τέτοιο πλαίσιο και να συνοδεύεται πάντα από ανεξάρτητο Εποπτικό Όργανο που θα ελέγχει την τήρηση των συμφωνηθέντων κανόνων.

Επίσης, πιστεύουμε ότι θα πρέπει να ξεκινήσει ενημερωτική καμπάνια σε σχολεία κ.ά. χώρους για την προστασία των δικαιωμάτων των παιδιών, η οποία θα προετοιμάσει την κοινή γνώμη και θα συνοδεύσει τις διαδικασίες θέσπισης του Κώδικα αυτού.

Τέλος, λαμβάνοντας υπόψη τον θετικό και όχι μόνο απαγορευτικό ρόλο των πολιτειακών θεσμών, μπορούν να διερευνηθούν πρακτικές και τρόποι, ώστε να δοθούν κίνητρα στους τηλεοπτικούς σταθμούς για την παραγωγή ποιοτικών εκπομπών για τα παιδιά. Για παράδειγμα, έχοντας και την καλή πρακτική της ΓΓΝΓ με το Σχέδιο για έναν Πρότυπο Κώδικα Ρ/Τ Δεοντολογίας του 1999, θα μπορούσε να θεσπιστεί Επιτροπή με ειδικούς σε θέματα Ανηλίκων & ΜΜΕ, που θα αξιολογεί τις εκπομπές και θα επιβραβεύει, τρόπον τινά, τις καλύτερες μέσω πχ της απαλλαγής ή ελάφρυνσής τους από νόμιμες επιβαρύνσεις (τέλη, φόροι, αγγελιόσημο, κλπ). Απ' όσο γνωρίζουμε, οι Γενικές Γραμματείες Επικοινωνίας και Ενημέρωσης έχουν ήδη θεσπίσει βραβείο για Ο/Α παραγωγή για παιδιά με προθεσμία υποβολής προτάσεων έως το τέλος Ιουλίου. Θεωρούμε ότι κι αυτό εντάσσεται στο πλαίσιο της απόδοσης κινήτρων για ποιοτικές παραγωγές, αλλά και εξασφάλιση της προβολής τους.

Όπως είπαμε, χαιρόμαστε για την άμεση ανταπόκριση της Πολιτείας στην έναρξη του διαλόγου αυτού, ελπίζουμε να υπάρξει συνέχεια και είμαστε πρόθυμοι να συνεισφέρουμε με κάθε μέσο και γνώση μας για την μετάφραση όλων όσων ειπώθηκαν ή θα ειπωθούν σε συγκεκριμένο εφαρμοστέο πλαίσιο.

---

## Η ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

**Νίκος Κουλούρης**

Η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων έχει ως αρμοδιότητα τη ρύθμιση της αγοράς των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Με λίγα λόγια της τηλεφωνίας, του Ιντερνέτ αλλά και της ευρυεκπομπής της ραδιοτηλεόρασης όσον αφορά όμως τα δίκτυα.

Το ΕΣΡ είναι αυτό που έχει την αρμοδιότητα για το περιεχόμενο. Εμείς δεν έχουμε αρμοδιότητα για το περιεχόμενο και υπό την έννοια αυτή η δική μας παρέμβαση όσον αφορά το θεσμικό πλαίσιο που αναφέρει το πρόγραμμα μιας συνδρομής στο θεματικό αντικείμενο «α-νήλικοι στον κόσμο της επικοινωνίας» δηλαδή τι ρυθμίσεις θα πρέπει να επιβληθούν προκειμένου να υπάρξει μια αποτελεσματική προστασία της παιδικής ηλικίας, θα μπορούσα να κάνω μια διάκριση μεταξύ περιεχομένου και δικτύου και όσον αφορά μεν το περιεχόμενο, ν' αναφέρω ότι σε σχέση με την τηλεφωνία και το Ιντερνέτ αφού πράγματι περνούν διάφορα μηνύματα που θα μπορούσαν να θεωρηθούν βλαπτικά για την επικοινωνία, υπάρχει η αμφιβολία περί του κατά πόσον μπορεί κανείς να θέσει κάποιους κανόνες λογοκριτικούς οι οποίοι μπορεί να είναι είτε προληπτικοί είτε κατασταλτικοί.

Σε επίπεδο πρόληψης βεβαίως, το μόνο που θα μπορούσα να φανταστώ, διότι γνωρίζουμε όλοι μας, το Ιντερνέτ είναι κάτι το οποίο είναι άναρχο. Είναι άναρχο όχι μόνο επειδή δεν έχει αρχή και τέλος αλλά είναι άναρχο γιατί δεν υπόκειται σε κανόνες όσον αφορά το περιεχόμενο, ο καθένας γράφει, μεταδίδει, επικοινωνεί ό,τι θέλει. Πρόσφατα είχαμε και την εκδήλωση σε επίπεδο της επικαιρότητας με την υπόθεση των blogs και των όσων αυτά συνεπάγονταν για θέματα προσβολής της προσωπικότητας και όχι μόνο. Κατά συνέπεια λοιπόν το μόνο προληπτικό που θα μπορούσε κανείς να θεωρήσει ότι θα μπορούσε να επιβληθεί ή να υποδειχθεί, θα ήταν κάτι σε επίπεδο κωδικών δεοντολογίας οι οποίοι λειτουργούν από πλευράς αυτορύθμισης, αυτοδέσμευσης.

Δε νομίζω ότι διεθνώς υπάρχει κάτι το οποίο έχει ήδη επιβληθεί στους χρήστες Ιντερνέτ και δεν έχει επιβληθεί όχι μονάχα για λόγους νομικούς αλλά ίσως και για λόγους πρακτικούς. Πώς θα μπορούσε άλλωστε κανείς προληπτικά να επιβάλλει κάτι σ' έναν χρήστη του Ιντερνέτ. Αυτό αφορά και το θέμα της τηλεφωνίας όπου κάποιος ας πούμε μέσω SMS μπορεί να μεταδώσει σ' ένα ευρύτερο πλήθος ανθρώπων κάποια μηνύματα, πώς κανείς μπορεί να λογοκρίνει προληπτικά το περιεχόμενο του μηνύματος και εν τέλει να προστατεύσει την παιδική ηλικία.

Άρα λοιπόν απαντώντας και στον υπαινιγμό της κας Ρούτση κατά πόσον οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας έχουν πράγματι συμμορφωθεί, εμείς πιέζουμε τις εταιρείες να συντάξουν κώδικες δεοντολογίας, κάποιους κανόνες αυτοδέσμευσης. Βεβαίως η συμμόρφωση ή μη δε μπορεί να υποβληθεί σε κάποιον κυρωτικό έλεγχο εποπτικό και να έχει ένα αναγκαστικό περιεχόμενο. Πηγαίνοντας στο θέμα του δικτύου για το οποίο εμείς είμαστε περισσότερο αρ-

μόδιοι, πώς μπορεί κανείς να επιβάλλει ρυθμιστικά κάποια μέτρα να εφεύρει δηλαδή κάποια εργαλεία ρυθμιστικά τα οποία προστατεύουν την παιδική ηλικία: Εδώ λοιπόν διεθνώς υπάρχουν κάποιες ιδέες όσον αφορά και σε κάποια κομμάτια της επικοινωνίας ήδη έχουν υλοποιηθεί, όσον αφορά τα ζητήματα της φραγής της πρόσβασης, να μπορεί δηλαδή ο ενήλικας ο οποίος έχει την εποπτεία του ανηλίκου, τη γονική μέριμνα, να θέτει φραγή πρόσβασης σε κάποια Μέσα Επικοινωνίας ή δυνατότητες επικοινωνίας τα οποία εν δυνάμει θα μπορούν να είναι επικίνδυνα για το ανήλικο.

Αναφέρομαι ιδιαίτερα στις γραμμές της σειράς 900, τις τηλεφωνικές γραμμές, τις παλιές γραμμές 090, όπου μπορεί ο ενήλικας, γονιός, να θέσει φραγή στο σταθερό του τηλέφωνο ή ακόμα ενδεχομένως και στο κινητό τηλέφωνο, προκειμένου να μη μπορεί ο ανήλικος χρήστης να έχει την απευθείας αυτή πρόσβαση. Υπάρχουν επίσης διάφορα φίλτρα, τα οποία έχουν να κάνουν με τη χρήση ενδεχομένως του ευρυζωνικού διαδικτύου, διότι το κλασικό, το παλιό διαδίκτυο, το χαμηλής ταχύτητας όπου υπάρχει dial up σύνδεση, εκεί κανείς πραγματικά μπορεί να θέσει μια φραγή πρόσβασης, απαγορεύοντας κάποιες κλήσεις, αλλά στο ευρυζωνικό διαδίκτυο που υπάρχει on line πρόσβαση όλη την ημέρα, εκεί πώς θα μπορέσει να θέσει κανείς φραγή;

Υπάρχουν διάφορα φίλτρα, που ενδεχομένως θα μπορούσαν να επισημάνουν και ν' απαγορεύσουν την πρόσβαση σε κάποιους δικτυακούς τόπους. Και βεβαίως υπάρχει και δυνατότητα της επιβολής σήμανσης κατά τα πρότυπα των ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών, θα μπορούσε δηλαδή ένας δικτυακός τόπος, ένα site, εφ' όσον επιβληθεί και εφ' όσον τεχνικά αυτό είναι εφικτό, να έχει μια σήμανση ότι το περιεχόμενο αυτού του site είναι ακατάλληλο για τους ανηλίκους.

Είμαι δυστυχής διότι δε μπορώ να σας θέσω υπ' όψιν κάποιες διεθνείς πρακτικές οι οποίες να έχουν τύχει μια αποτελεσματικής εφαρμογής και να οικοδομούν, να συγκροτούν ένα οπλοστάσιο επιτυχούς προστασίας της παιδικής ηλικίας σε επίπεδο Ιντερνέτ και τηλεφωνίας. Είναι κάτι το οποίο αναπτύσσεται σήμερα, κάτι το οποίο αντιμετωπίζουμε σήμερα και οι οποίες λύσεις έχουν ν' αντιμετωπίσουν το πρακτικό πρόβλημα του πώς κανείς θα ελέγξει τον πρώτο ή τελευταίο χειριστή του δικτυακού χώρου, τον πρώτο ή τελευταίο χρήστη Ιντερνέτ που είναι στον υπολογιστή του μπροστά και μπορεί να εκπέμψει οποιοδήποτε μήνυμα θέλει προς έναν απεριόριστο ή προσδιόριστο αριθμό προσώπων.

Θα ήθελα όμως να κάνω μια αναφορά σε μια πολύ πρόσφατη έρευνα την οποία έκανε το OFCOM, το Office of Communication, είναι η Ρυθμιστική Αρχή του Ηνωμένου Βασιλείου που ασχολείται και με τα ραδιοτηλεοπτικά αλλά και με τις υπόλοιπες επικοινωνιακές δραστηριότητες, είναι το γραφείο της επικοινωνίας, αυτή λοιπόν η έρευνα η οποία δημοσιεύθηκε πολύ πρόσφατα, 2/4/2008, τον μήνα αυτό, προσπαθεί ν' ανιχνεύσει τα Social Networking Profiles, μια απόπειρα ελληνικής μετάφρασης είναι το Προσωπογράφημα Κοινωνικής Δικτύωσης, δηλαδή είναι η προσωπική εικόνα που κανείς περνά μέσα από το διαδίκτυο προσπαθώντας να

---

επικοινωνήσει με τους γύρω του. Ένα παράδειγμα είναι το Facebook που πρόσφατα γνωρίζουμε όλοι ότι έχει μια μεγάλη ανάπτυξη.

Η έρευνα αυτή έγινε στη Μεγάλη Βρετανία σε 7.000 νεαρούς, ανήλικους και σε ηλικιωμένους και απέδειξε ότι ο μισός πληθυσμός των παιδιών τα οποία έχουν πρόσβαση στο Ιντερνέτ έχουν τη δική τους δυνατότητα, έχουν αναπτύξει το δικό τους personal profile, το δικό τους προσωπογράφημα στο διαδίκτυο μέσω Facebook, μέσω κάποιας άλλης δυνατότητας.

Επίσης υπάρχει μια ανάπτυξη σ' αυτές τις δραστηριότητες, αυτού του Facebook, στις δυνατότητες να έχουν ένα personal profile, στο 50% της ηλικιακής ομάδας από 8 έως 17 ετών. Αυτό είναι κάτι πολύ σημαντικό. Για να κάνουμε μια αντίστιξη με τους ενήλικες, το 1/5 των ενηλίκων που έχουν πρόσβαση στο Ιντερνέτ έχουν επιδιώξει κι έχουν υλοποιήσει αυτή τη δυνατότητα του Social Networking Profile.

Για τους ενήλικες, το να έχουν ένα τέτοιο profile στο διαδίκτυο, είναι κάτι το οποίο συμβαίνει όχι μόνο σ' ένα website, δηλαδή μπορεί για τον συγκεκριμένο ενήλικα ν' αναπτύσσει αυτή τη δραστηριότητα σε περισσότερα από ένα websites και μάλιστα ο μέσος όρος είναι περίπου 1,6, δηλαδή ένας ενήλικος έχει 1,6 site σ' ένα δικό του profile. Περίπου οι μισοί από τους ενήλικες οι οποίοι έχουν τέτοιου είδους δραστηριότητα, έχουν ένα προσωπικό profile, λένε ότι έχουν πρόσβαση σε τέτοια profile, τουλάχιστον μια φορά την ημέρα.

Εδώ, αξίζει να δει κανείς σαν πόρισμα αυτής της έρευνας, πώς κατανοείται η έννοια του φίλου, της φιλίας. Κάποιοι χρήστες, όπως προκύπτει από την έρευνα, λένε ότι διασκεδάζουν με το να συγκεντρώνουν λίστες ανθρώπων με τους οποίους έχουν μια επικοινωνία μέσω του διαδικτύου χωρίς όμως να τους είχαν γνωρίσει νωρίτερα, τους θεωρούν φίλους τους. Αυτή είναι λοιπόν η διαδικτυακή φιλία η οποία πρόσφατα αναπτύσσεται.

Η έρευνα μπόρεσε να κατηγοριοποιήσει πέντε κατηγορίες, πέντε διακριτά groups ανθρώπων οι οποίοι χρησιμοποιούν αυτά τα Social Networking Profiles. Είναι οι A-Socializers, είναι οι Attention Seekers, είναι οι Followers, είναι οι Faithfuls και είναι και οι Functionals. Εξηγούμε αμέσως:

Οι A-Socializers είναι κατά το μάλλον ήττον άρρενες άνω των 25 ετών, οι οποίοι χρησιμοποιούν sites προκειμένου να συνάψουν σχέσεις ερωτικές πολλές φορές, να συναντήσουν ανθρώπους, να κάνουν γνωριμίες και εν γένει να ψυχαγωγηθούν. Οι Attention Seekers είναι στο μεγαλύτερο μέρος τους γυναίκες, οι οποίες προσπαθούν να τραβήξουν το ενδιαφέρον και τα σχόλια των τρίτων, μέσω της δημοσίευσης φωτογραφιών καθώς και μέσω της κοινοποίησης διαφόρων χαρακτηριστικών που συγκροτούν την προσωπικότητά τους. Οι Followers είναι άρρενες και θήλεα όλων των ηλικιών οι οποίοι παρακολουθούν το διαδίκτυο και μπαίνουν σε τέτοιου είδους Social Networking Profiles μόνο και μόνο για να παρακολουθήσουν τι κάνει ο άντρας τους ή η γυναίκα τους. Οι Faithfuls, οι «πιστοί», είναι ενήλικες μεγαλύτερης ηλικίας άντρες και γυναίκες άνω των 20 ετών, οι οποίοι αναπτύσσουν αυτή τη δραστηριότητα, μπαίνουν δηλαδή σ' αυτά τα profiles μόνο και μόνο για να διατηρήσουν, να συντηρήσουν

και αναπτύξουν τις φιλικές σχέσεις που έχουν με τρίτους τους οποίους έχουν γνωρίσει στο Πανεπιστήμιο ή στο σχολείο. Τέλος οι Functionals είναι συνήθως ενήλικες μεγαλύτερης ηλικίας, οι οποίοι έχουν στοχεύσει σε κάποια δραστηριότητα του διαδικτύου και μόνο και μόνο γι' αυτό το λόγο έχουν αυτή την δραστηριότητα μέσω αυτού του Social Networking Profile.

Στην κατηγορία των ανθρώπων, ενηλίκων και ανηλίκων, κυρίως ενηλίκων, οι οποίοι δεν χρησιμοποιούν αυτά τα Social Networking Sites μέσω των οποίων γίνεται αυτή η έκθεση της προσωπικότητας στο διαδικτυακό κοινό. Αυτές λοιπόν οι τρεις κατηγορίες ανιχνεύθηκαν όσον αφορά τους λόγους για τους οποίους δεν επιθυμούν την δημόσια έκθεσή τους. Η πρώτη κατηγορία είναι αυτοί οι οποίοι ενδιαφέρονται σε σχέση με την προστασία των προσωπικών δεδομένων τους. Είναι ενήλικες και γονείς οι οποίοι φοβούνται την έκθεση των προσωπικών δεδομένων στο διαδίκτυο. Η δεύτερη κατηγορία είναι πρόσωπα άνω των 30 ετών οι οποίοι δεν έχουν την τεχνολογική εμπειρία και συνεπώς δεν έχουν την εμπιστοσύνη προκειμένου να χρησιμοποιήσουν τέτοιου είδους δραστηριότητες. Τέλος είναι αυτοί που θα μπορούσε να τους πει κανείς intellectual rejecters, έτσι τους αναφέρει η έρευνα, αυτοί οι οποίοι για λόγους ιδεολογικούς θα μπορούσε να πει κανείς, θεωρούν ότι τέτοιου είδους δραστηριότητες είναι ένα χάσιμο χρόνου και δεν ενδιαφέρονται για να εκτεθούν δημοσίως.

Σχετικά με θέματα προστασίας προσωπικής ζωής και ασφάλειας, φαίνεται ότι παρά το γεγονός ότι όσοι δεν χρησιμοποιούν τέτοιου είδους δραστηριότητες, Social Networking το κάνουν επειδή φοβούνται ζητήματα προσωπικής ζωής, προσωπικών δεδομένων και ασφάλειας και μη διαρροής τους, οι ίδιες αναγκαιότητες δεν αποτελούν ένα ισχυρό λόγο για τον οποίο θα τους ενδιαφέρει, αυτούς οι οποίοι πράγματι χρησιμοποιούν τέτοιου είδους δράσεις, δηλαδή το Social Networking. Γι αυτούς λοιπόν η προστασία της ιδιωτικότητας καθώς και η ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων δεν είναι κάτι για το οποίο νοιάζονται ιδιαίτερα. Και μάλιστα προκύπτει ότι 41% των ανηλίκων, των παιδιών και 44% των ενηλίκων, αφήνουν ελεύθερα τα προσωπικά τους στοιχεία σ' αυτά τα Social Networking Profiles μη ενδιαφερόμενοι κατά πόσον αυτά θα γίνουν κτήμα ενός τρίτου ο οποίος μπορεί να μπει μέσα και να παρακολουθήσει. Επίσης, 34% στις ηλικίες 16 έως 24 ετών, επιθυμούν να δώσουν προσωπικές ευαίσθητες πληροφορίες όπως το προσωπικό τους τηλέφωνο ή τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού τους ταχυδρομείου. Τέλος υπάρχει ένα 17% των ανηλίκων χρηστών που έχουν μιλήσει σε ανθρώπους οι οποίοι χρησιμοποιούν αυτό το Social Networking Sites και τους οποίους δεν γνωρίζουν καθόλου και το οποίο είναι εντυπωσιακό.

Είναι επίσης εντυπωσιακό ότι από την έρευνα προκύπτει ότι το 27% των ηλικιών 8 έως 11-σας λέω απλώς ότι ο γιος μου είναι 10 ετών και τον θεωρώ μωρό σχεδόν- το 27% λοιπόν ηλικίας 8 έως 11, έχουν γνώση της ύπαρξης του Social Networking Site και που έχουν δυνατότητα πρόσβασης στο Ιντερνέτ, αυτό λοιπόν το 27% αυτής της ηλικίας έχουν ένα δικό τους προσωπικό on line profile. Παρά λοιπόν το γεγονός ότι το 65%, προκύπτει απ' την έρευνα, των γονιών απαιτούν να υπάρξουν κανόνες όσον αφορά τη χρήση από τα παιδιά τους αυτών των

---

sites μόνο 53% των παιδιών δήλωσαν ότι οι γονείς τους πράγματι διεκδίκησαν και έθεσαν τέτοιου είδους κανόνες. Καταλήγω όσον αφορά την έρευνα στο εξής: Στατιστικά φαίνεται ότι το Facebook είναι το πιο δημοφιλές site το οποίο παρακολουθούν οι ενήλικες και ακολουθείται από το MySpace και μετά το Bebo -αυτό είναι στην Αγγλία, για τα ανήλικα τέκνα που η ηλικία τους είναι από 8 έως 17 ετών το Bebo ήταν το πιο χρησιμοποιημένο networking site.

Να επισημάνω επίσης την παρατήρηση ότι μια μειοψηφία μικρής ηλικίας γυναικών, αναφέρεται και παραδέχθηκαν ότι δημιούργησαν πλασματικά profiles μόνο και μόνο χάριν παιδιάς. Τέλος, κάποιοι ανήλικοι παραδέχθηκαν και μάλιστα και ενήλικες μέχρι την ηλικία των 20 ετών αλλά και ανήλικοι, teenagers, παραδέχθηκαν ότι νιώθουν εθισμένοι στα Social Networking Sites και ότι αυτός ο εθισμός τους καταστρέφει το χρόνο που έχουν για ψυχαγωγία και για σπουδές. Από αυτή λοιπόν την παρουσίαση προκύπτει ότι υπάρχει ζήτημα όσον αφορά την προστασία της παιδικής ηλικίας, το δυστύχημα είναι ότι όσον αφορά το Ιντερνέτ και την τηλεφωνία δεν υπάρχουν ρυθμιστικά εργαλεία για λόγους νομικούς αλλά και για λόγους πρακτικούς τα οποία να είναι προφανή και να μπορούν να προστατεύσουν αποτελεσματικά και οφείλουμε στην περίπτωση αυτή να παρακολουθήσουμε τη διεθνή εμπειρία και ό,τι ευρήματα προκύψουν να προσπαθήσουμε να τα μεταγγίσουμε και στην ελληνική πραγματικότητα.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

### Θεόδωρος Ρουσόπουλος

Κατά τη διάρκεια της ημερίδας περίπου 450 χρήστες του διαδικτύου εισήλθαν και παρακολούθησαν σε «πραγματικό χρόνο» την ημερίδα μέσα από τους ηλεκτρονικούς τους υπολογιστές. Θα μπορούσε ένας από αυτούς να στείλει μια ερώτηση, μια παρατήρηση, μια άποψη η οποία θα διαβαζόταν από κάποιον εξ ημών με το ύφος ή το χόχρωμα του παρισταμένου και όχι αυτού που είναι εκεί.

Άρα μπορεί ν' αλλάξει το νόημα κατά κάποιον τρόπο αυτού που θέλει να πει. Μπορεί να θελήσει να γνωρίσει κάποιον από μας και να του στείλει μια επιστολή να τον συγχαρεί. Μπορεί να του ζητήσει ένα ραντεβού. Μπορεί και να του τη στήσει έξω από το σπίτι του το βράδυ να τον συγχαρεί ή να τον δείρει. Προβλήματα ή υποθέσεις οι οποίες πριν από 10, 15, 20 χρόνια αποκλείεται να περνούσαν απ' το μυαλό μας.

Αυτά που συζητήσαμε κατά τη διάρκεια των εργασιών της ημερίδας θα συνεχίσουμε να τα συζητάμε και μέσα από το διαδίκτυο έως ότου καταλήξουμε κάπου. Κι εδώ χαίρομαι που η κα Τσαλίκोगλου κατάλαβε ή είπε δημόσια ότι το έχει καταλάβει και οι περισσότεροι εξ ημών τη δυσκολία του να μπεις πια στην άλλη πλευρά, στην πλευρά της πολιτείας ως εκπρόσωπός της ή του νομοθέτη ή του εισηγούμενου νομοθέτημα και να μπορέσεις να βρεις τη χρυσή τομή, αν υπάρχει.

Θα γίνει λοιπόν μια συζήτηση ακόμα και, αν μπορέσουμε, θα καταλήξουμε κάπου. Ο σκιτσογράφος που έφτιαξε το σκίτσο της εικόνας της αφίσας της ημερίδας, δεν ξέρω ποιος είναι, ενδεχομένως άθελά του έβαλε σ' αυτή την καρικατούρα τηλεόρασης μέσα τα δυο ανθρωπάκια, τα δύο παιδάκια που, εμένα τουλάχιστον, μου θυμίζουν τα γλυκά των Χριστουγέννων. Είναι πολύ γλυκιά η τηλεόραση. Είναι πολύ γλυκά τα Μέσα Ενημέρωσης ή Ψυχαγωγίας τα καινούργια, της μοντέρνας εποχής. Κι ως εκ τούτου ίσως και πολύ επικίνδυνα. Κι αναφέρομαι και στη διάσταση που δόθηκε σε άλλο τραπέζι νωρίτερα για τη ζάχαρη και τις επιβλαβείς ουσίες, οι οποίες μπορεί να περιέχονται σε προϊόντα που διαφημίζονται στην τηλεόραση. Είναι πολύ δύσκολο από την άλλη να ορίσουμε ένα πλαίσιο. Ακούγοντας τον καθέναν εξ υμών συμφωνούσα σε κάποια, μπορεί να διαφωνούσα σε κάποια άλλα.

Ο γονιός ποια ευθύνη έχει; Πόσο ευθύνομαι εγώ που παίρνω το παιδί μου και πηγαίνω στην παρέλαση και, Υπουργός ων, θα φωτογραφηθεί και την επόμενη μέρα θα είναι φωτογραφία στην εφημερίδα; Πόσο καλό ή πόσο κακό του κάνω εκείνη την ώρα; Μιλήσαμε πολύ για δικαιώματα των παιδιών κι ότι απειλούνται τα δικαιώματα, μίλησαν κάποιοι και για την διαδικασία της κοινωνικοποίησης, δηλαδή το πόσο απειλείται η ψυχοσύνθεση του παιδιού, πόσο διαμορφώνεται η ψυχοσύνθεση αυτή.

Θυμάμαι στη δεκαετία του '70 ότι υπήρχε εκείνο το παιχνίδι «Γράμματα και αριθμοί» με τον αείμνηστο Ίκαρο. Πήγαιναν τα παιδιά από τα σχολεία, κέρδιζε η μία ομάδα, έχανε η άλ-

---

λη ομάδα. Εμφανίζονταν και τα δύο στην τηλεόραση. Τότε η τηλεόραση ήταν ένα μέσον πολύ φρέσκο για την Ελλάδα. Την άλλη μέρα φαντάζομαι στο σχολείο είχαν πολύ ενδιαφέρον. Εγώ, ως μαθητής στις αρχές της δεκαετίας του '70, είχα πάει σε κάποια εκδήλωση, όπου ήταν εκεί ο Ίκαρος κι έκανε το «Γράμματα και αριθμοί» και θυμάμαι το συζητούσαμε με τους συμμαθητές μου και φίλους που πήγαμε, για πολλές εβδομάδες μετά.

Πόσο καλό κάνει στο παιδί που κερδίζει, πόσο κακό κάνει στο παιδί που χάνει; Εγώ δε μπορώ ν' απαντήσω, δεν είμαι ειδικός επιστήμων ν' απαντήσω σ' αυτό. Πάντως σίγουρα υπάρχουν ζητήματα που οι ειδικοί επιστήμονες έχουν ασχοληθεί και για το ένα και για το άλλο. Αν δηλαδή αυτή η προβολή η θετική όπως φαίνεται στ' απλοϊκά μας μάτια εκείνης της εποχής, στη συνέχεια με την έρευνα, την ερευνητική ματιά της επιστήμης, της ψυχολογίας, της κοινωνιολογίας, οδηγεί σε συμπεράσματα λανθασμένα απ' αυτά που αντιληφθήκαμε στην πρώτη ματιά, ότι μπορεί τελικά να μην είναι και τόσο θετική αυτή η προβολή του παιδιού.

Χρησιμοποιώ το πιο απλό παράδειγμα: δεν αναφέρομαι σε όσα ειπώθηκαν και ακούστηκαν κατά τη διάρκεια της που είναι πολύ πιο σύνθετα, για τη συμμετοχή δηλαδή των παιδιών σε σήριαλ -είχαμε μια συμμαθήτρια στο Δημοτικό της Καισαριανής η οποία έπαιζε στον «Άγνωστο Πόλεμο», ήμαστε στην ίδια τάξη, τη βλέπαμε κάπως... Δεν ξέρω πόσο καλό του έκανε αυτού του παιδιού στη μετέπειτα πορεία στη ζωή του ή πόσο κακό το γεγονός ότι σε ηλικία 10 ετών μετείχε σ' ένα σήριαλ που έβλεπε τότε σχεδόν όλη η Ελλάδα. Δε μου δόθηκε είναι η αλήθεια η ευκαιρία ποτέ να το συζητήσω μαζί της.

Τόσο η κα Ντάβου, όσο και η κα Τσαλίκολου χρησιμοποίησαν ένα ωραίο παράδειγμα σχετικά με την ηλικία των παιδιών 5-6 ετών, κατά την οποία συνήθως συγχέουν την πραγματικότητα με το μύθο. Και ναι μεν σήμερα μπερδεύουν τα κινούμενα σχέδια και νομίζουν ότι μπορεί να το δουν στο δωμάτιό τους -η κόρη μου αίφνης σε ηλικία 4 ετών προσπαθούσε να βρει κάτω από την τηλεόραση τα πόδια της μαμάς, γιατί έβλεπε από τη μέση και πάνω να λέει ειδήσεις και δεν ήξερε πού είναι η υπόλοιπη- μπερδεύουν λοιπόν την πραγματικότητα με την τεχνολογία, με αυτό που παρουσιάζει η τηλεόραση. Αλλά μήπως, αναρωτιέμαι κα Τσαλίκολου, και δεν περιμένω απάντηση, ίσως μας δοθεί άλλη στιγμή η ευκαιρία να το συζητήσουμε πιο αναλυτικά, κι εμείς όταν μας έλεγαν για το Θησέα και τον Ηρακλή δεν ταυτιζόμαστε μ' αυτούς τους ήρωες;

Μήπως αργότερα κάποιες άλλες γενιές δεν ταυτίζονταν με τον Spiderman ή τον Superman; Μήπως διαχρονικά όλοι δεν ταυτιζόμαστε με τον Άγιο Βασίλη που φέρνει τα δώρα στα παιδιά; Θέλω να πω δηλαδή ότι πάντοτε, κατά τη δική μου ταπεινή γνώμη, υπήρχε αυτή η σύγχυση σ' αυτές τις ηλικίες -δεν έχω σπουδάσει αυτή την επιστήμη, δε μπορώ να έχω επιστημονική άποψη, μια ανθρώπινη προσέγγιση γονιού κάνω- στην οποία αυτή σύγχυση ο γονιός έπαιζε πάντα έναν ρόλο ανάλογα με το τι ηλικία είναι το παιδί. Ο γιος μου πάει στα 12, η κόρη μου τα 8, η κόρη μου ακόμα ψιλοπιστεύει ότι υπάρχει Άγιος Βασίλης, ο γιος μου δεν το πιστεύει πια.

Ανάλογα λοιπόν με την ηλικία που είναι, επιλέγω κι εγώ ως γονιός όχι να του αποκαλύψω



την αλήθεια αλλά να τον φέρω πιο κοντά σ' αυτό που είχε αρχίσει να εικάζει από νεότερος και να του πω ότι «ναι, ξέρεις, αλλά όντως ο Άγιος Βασίλης σύμφωνα με τη θρησκεία μας, εφόσον πιστεύουμε, υπάρχει κι είναι έτσι κι έτσι».

Γονείς και πολιτεία, μαζί με το ερώτημα «ρύθμιση, αυτορύθμιση ή συρρύθμιση». Είπα στην αρχή όταν ξεκινήσαμε αυτή την Ημερίδα, ότι άποψή μου είναι πως θα πρέπει να σκεφτούμε πολύ σοβαρά αν χρειάζεται κάποια νομοθετική διάταξη. Ακούγοντας τον Πρόεδρο του ΕΣΡ πιστεύω ότι ενισχύω αυτή την άποψη, για το αν χρειάζεται κι άλλη μία διάταξη ή αν χρειάζεται η ενίσχυση του προϋπάρχοντος κώδικα δεοντολογίας, η δημοσιοποίησή του, η εφαρμογή του ή η βελτίωσή του. Κι αυτό γιατί οι τεχνολογικές εξελίξεις έχουν μεταβάλλει πλήρως τα δεδομένα στο χώρο της επικοινωνίας.

Γι' αυτό ίσως και η κα Ντάβου, όταν είπε ότι «θα μπορούσα να επαναλάβω την ομιλία που έκανα πριν από 10 χρόνια κάπου» η απάντηση η δική μου θα ήταν ότι ναι, πρέπει να επαναλαμβάνουμε. Και γιατί πρέπει να τα θυμόμαστε ή να εμπεδώνουμε, αλλά και γιατί πρέπει και άλλοι να τα μαθαίνουν. Διότι μια χρονική στιγμή στη δική μας τη ζωή δε σημαίνει ότι υπάρχει και στη ζωή του άλλου.

Άρα λοιπόν στο ερώτημα «ρύθμιση, μεταρρύθμιση, συρρύθμιση ή αυτορύθμιση», εγώ θέλω να σας πω την προσωπική μου προσέγγιση. Από κει και πέρα ας ξεκινήσουμε το διάλογο. Να δούμε και πώς θα καταλήξει, θα δούμε πώς θα πάει το πράγμα, δε μπορώ από σήμερα να πω ότι ναι, πρέπει να κάνουμε μια νομοθετική ρύθμιση καινούργια. Η δική μου προσέγγιση είναι στη λογική της αυτορύθμισης. Αφού έχουν υπάρξουν αυτοί οι κανόνες, οι κώδικες δεοντολογίας, θεωρώ ότι οι ανεξάρτητες Αρχές με το δύσκολο έργο που έχουν αναλάβει, εκεί παίζουν έναν πολύ σημαντικό ρόλο. Είναι δηλαδή αυτό που ακούστηκε ως «συρρύθμιση» από την κα Ρούτση.

Αυτή είναι η δική μου ταπεινή γνώμη, ότι δηλαδή δεν μπορείς να προβλέψεις σε κάθε λεπτομέρεια. Κανένας νομοθέτης ποτέ δεν πρόβλεψε κάθε λεπτομέρεια. Γι' αυτό έχουμε τον γενικό νόμο, τον καταστατικό χάρτη κάθε χώρας, το Σύνταγμα, τους νόμους που εξειδικεύουν, εν συνεχεία τα Προεδρικά Διατάγματα που εξειδικεύουν ακόμα περισσότερο, τις υπουργικές αποφάσεις που εξειδικεύουν ακόμα περισσότερο και ούτω καθ' εξής.

Εδώ ίσως η απάντηση, κατά τη γνώμη μου, είναι οι Ανεξάρτητες Αρχές. Η κρίση των ανθρώπων που συμμετέχουν εκεί και οι οποίοι ανάλογα με το περιστατικό το οποίο λαμβάνει χώρα, παίρνουν μια απόφαση. Σε κάθε περίπτωση και για να μη σας κουράζω, πιστεύω ότι το υπ' αριθμόν ένα ζήτημα, και θα πω μάλλον κοινοτοπία, γιατί όλοι μας το γνωρίζουμε, πάνω απ' όλα είναι η παιδεία μας. Δηλαδή, το πόσο εκπαιδευμένοι, όχι μόνο σε ό,τι αφορά την συστημική προσέγγιση του όρου «εκπαίδευση», αλλά πόσο εκπαιδευμένοι είμαστε με την έννοια της γνώσης της παιδείας ή της γνώσης της κουλτούρας ενός λαού, άρα και της εξαγωγής συμπερασμάτων για να μπορέσουμε να τ' ασκήσουμε στην προσωπική μας ζωή.

Πόσο δηλαδή βλέπουμε την τηλεόραση ως όπλο. Θα έδινε κάποιος από δω αν είχε άδεια

---

οπλοφορίας στο παιδί του των 5, 10, 15 ετών το όπλο του; Η απάντηση είναι αυτονόητα «όχι». Την τηλεόραση όμως την αφήνουμε ανοικτή. Και την αφήνω ανοικτή για τα παιδιά μου, να μη μιλάω στο γ' πρόσωπο και παρεξηγηθώ. Τι όπλο είναι;

Ερωτήματα τα οποία απαντήθηκαν σ' έναν πολύ μεγάλο βαθμό ή μένουν αναπάντητα σ' έναν άλλο βαθμό και πάντως σίγουρα μπορεί ν' αλλάζουν από μέρα σε μέρα ή από χρόνο σε χρόνο οι απαντήσεις τους, ακριβώς εξ αιτίας των εξελίξεων.

Άρα λοιπόν καταλήγω με την γενική παρατήρηση ότι σίγουρα ο ρόλος της παιδείας είναι πολύ σημαντικότερος απ' όλους τους άλλους. Η παιδεία του γονιού θα οδηγήσει το παιδί κατά πάσα πιθανότητα σε πιο σωστούς δρόμους. Η παιδεία της πολιτείας των προσώπων που εκπροσωπούν τους θεσμούς σε κάθε στιγμή θα παίξει μεγάλο ρόλο. Οι νόμοι -γιατί δεν πρέπει να τους απαξιώσουμε σε καμία περίπτωση και συμφωνώ με τον κ. Πανούση που είπε προηγουμένως να μην έχουμε κάποια φοβία με τις νομοθετικές ρυθμίσεις, είναι δημοκρατική κατάκτηση αυτές- οι νόμοι θα παίξουν κι αυτοί τον δικό τους ρόλο.

Σε αυτό το γενικό πλαίσιο νομίζω ότι οι ανεξάρτητες Αρχές έρχονται να βοηθήσουν αρκετά το έργο όλων. Και των γονιών και των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, αυτών που ενδιαφέρονται σίγουρα, γιατί είναι βέβαιο ότι, όπως σας είπα και στην αρχή, αν ρωτήσεις έναν δημοσιογράφο ή έναν αρχισυντάκτη δε θα σου πει ότι θέλει να βλάψει κάποιο παιδί, κάνοντας μια εκπομπή. Ενδεχομένως για να πάμε στην πιο απλοϊκή προσέγγιση, κι ας μη φανεί αφελής, να μην μπορεί να κατανοήσει σε βάθος το πρόβλημα που δημιουργεί ο ίδιος εγκρίνοντας μια τέτοια εκπομπή. Έχω εργαστεί πάρα πολλά χρόνια στα Μέσα Ενημέρωσης, 20 χρόνια, εκ των οποίων τα περισσότερα από τα 10 ήταν στις τηλεοράσεις.

Πιστεύω ότι το επόμενο βήμα θα κριθεί από την ανάλυση αυτών των παρατηρήσεων και από τις όποιες άλλες έρθουν μέσα από το διάλογο που ανοίγει στο διαδίκτυο. Έτσι, ώστε να μπορέσουμε να κάνουμε κάτι είτε είναι ο κώδικας δεοντολογίας ανανεωμένος και εφαρμοσμένος ή εφαρμόσιμος πια, ή ότι άλλο κριθεί. Πάντως δεν είναι εδώ το τέλος. Εδώ είναι μια αρχή για κάτι που ξεκίνησε πολλά χρόνια πριν και το οποίο χρειάζεται να ξεκινήσει από την αρχή.

### ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΤΟΥ ΤΟΜΟΥ

- Γρηγόρης Αντωνιάδης**, Πρόεδρος Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδας
- Νίκος Κουλούρης**, Αντιπρόεδρος Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων
- Ιωάννης Λασκαρίδης**, Πρόεδρος Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης
- Μιχάλης Μεϊμάρης**, Καθηγητής Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ – Εθνικού & Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών
- Ξενοφών-Ροδόλφος Μορώνης**, Πρόεδρος-Διευθυντής Ινστιτούτου Οπτικοακουστικών Μέσων
- Κωνσταντίνα Νικήτα**, Καθηγήτρια στη Μονάδα Βιοϊατρικών Προσομοιώσεων και Απεικονιστικής Τεχνολογίας, Σχολή Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Υπολογιστών, Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου
- Γεώργιος Νικολόπουλος**, Μέλος Δ.Σ. Ανώτατης Συνομοσπονδίας Γονέων Μαθητών Ελλάδας
- Μπετίνα Ντάβου**, Καθηγήτρια Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ – Εθνικού & Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών
- Χρήστος Παναγόπουλος**, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της ΕΡΤ Α.Ε.
- Γιάννης Πανούσης**, Καθηγητής Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ – Εθνικού & Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών
- Μαργαρίτα Παπαδά-Χειμώνα**, Γενική Γραμματέας Επικοινωνίας
- Στέλιος Παπαθανασόπουλος**, Καθηγητής και Πρόεδρος του Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ – Εθνικού & Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών
- Αρχοντούλα Παπαναγιώτου**, Μέλος Δ.Σ. ΕΙΤΗΣΕΕ
- Μανώλης Παπαπολύζος**, Πρόεδρος Ένωσης Εταιρειών Διαφήμισης-Επικοινωνίας
- Νίκος Πιλάβιος**, Παραγωγός παιδικών εκπομπών
- Δημήτρης Ποταμιάνος**, καθηγητής και πρόεδρος του Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού Παντείου Πανεπιστημίου
- Άννα Ρούτση**, Νομικός, Ειδική Επιστήμονας στο Συνήγορο του Πολίτη
- Μπέττυ Τσακαρέστου**, Επίκουρη Καθηγήτρια Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού Παντείου Πανεπιστημίου
- Φωτεινή Τσαλίκογλου**, Καθηγήτρια Τμήματος Ψυχολογίας Παντείου Πανεπιστημίου.



**ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ<sup>130</sup>**

- Alvarado, Manuel & Boyd – Barrett, Oliver. *Media education: An introduction*. London: British Film Institute, 1992
- Ανδριοπούλου, Δ. Ειρήνη. *Επικοινωνιακή αγωγή: ανάγκη ή πολυτέλεια; μια θεωρητική και πρακτική προσέγγιση στην Ελλάδα*. Ανάλεκτα 2007/Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων. Αθήνα: Παπαζήσης, 2007. σελ. 82.
- ΑΡΑΠ 195/2007 Τμ. Α1' : Προβολή εικόνας ανηλίκου. Αστική ευθύνη του Τύπου. ΔΙΜΕΕ, τευχ. 16, Οκτ. – Δεκ. 4/2007. σελ 523.
- Block de, Liesbeth & Buckingham, David. *Global children, global media*. New York: Palgrave MacMillian, 2008.
- Bertelsmann Foundation Publishers (1993) *Media competency as a challenge to school and education: A German-North American dialogue: compendium of a conference held by the Bertelsmann Foundation from March 18-20, 1992*. Gutersloh: Bertelsmann Foundation Publishers, 1993.
- Βουϊδάσκης, Κ. Βασίλης. *Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους*. Αθήνα: Μιχαήλ Π. Γρηγόρης, 1992.
- Βουϊδάσκης, Κ. Βασίλης. *Η τηλεοπτική βία και επιθετικότητα και οι επιδράσεις τους στα παιδιά και στους νέους*. Αθήνα : Μιχαήλ Π. Γρηγόρης, 1995.
- Βρύζας, Κωνσταντίνος. *Μέσα Επικοινωνίας και παιδική ηλικία. Θεσσαλονίκη: Βανιάς, 1997*.
- Buckingham, David & Willett, Rebeka. *Digital generations: Children, Young people and the new media*. Mahwah & New Jersey: LEA, 2006
- Buckingham, David, Davies, Hannah, Jones, Ken and Kelley, Peter. *Children's television in Britain: History, discourse and policy*. London: British FilmInstitute, 1999.
- Buckingham, David. *After the death of childhood: Growing up in the age of electronic media*, Cambridge, Oxford: Polity Press, 2000.
- Buckingham, David. *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. UK & USA: Polity Press, 2003.

---

<sup>130</sup>. Η προτεινόμενη (ελληνική και ξενόγλωσση) βιβλιογραφία είναι ενδεικτική και αφορά σε θέματα έρευνας και προστασίας των ανηλικών από την έκθεσή τους στα ΜΜΕ, κυρίως στο περιβάλλον των νέων τεχνολογιών. Η βιβλιογραφία αυτή συντάχθηκε από το Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων (ΙΟΜ).

- 
- Buckingham, David. *Schooling the digital generation: New media, popular culture and the future of education*. Institute of Education, 2005.
- Buckingham, David. *Youth, identity and digital media*. London: MIT Press, 2007.
- Carlsson, Ulla; Tayie, Samy; Jacquinot, Geneviève; Pérez Tornero, José Manuel. *Empowerment through media education: an intercultural dialogue Added*. Sweden: Nordicom & Unesco, 2008.
- Cronstrom, Johan. *Children and media violence research: Bibliography: A selection (1989 -)*. Sweden: Nordicom & Unesco, 1999.
- Cronstrom, Johan. *Research on pornography and sex in the media: Bibliography: A selection (1970 -)*. Sweden: Nordicom & Unesco, 2000.
- Cronstrom, Johan. *Research on video and computer games: Bibliography: A selection (1970 -)*. Sweden: Nordicom & Unesco, 2000.
- Dolf, Zillmann, Bryant, Jennings, Huston, Aletha C. *Media, children and the family: Social Scientific, psychodynamic and clinical perspectives*. Mahwah & New Jersey: LEA, 1994.
- Δουλκέρη, Τέσσα. *Η εικόνα του παιδιού στην τηλεόραση και στον ελληνικό τύπο : Στοιχεία εμπειρικών ερευνών από το 1973 έως το 2003*. Αθήνα :Gutenberg, 2004.
- Egenfeldt-Nielsen, Simon & Smith Jonas, Heide. *Playing with fire: How do computer games influence the player?: The International clearinghouse on children, youth and media*. Sweden: Nordicom, 2004.
- Ekstrom M., Karin & Tufte, Birgitte. *Children, media and consumption on the front edge*. Sweden: Nordicom, 2007. (Yearbook 2007).
- ΕΣΡ Απόφαση 406/2004: *Προστασία ανηλίκων*. ΣΤΟ. ΔΙΜΕΕ, τευχ. 5, Ιαν. – Μάρ. 1/2005. σελ 151.
- Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Εφηρμοσμένης Επικοινωνίας. *Ζητήματα Επικοινωνίας*. Αθήνα: Καστανιώτης, 2007. Τευχ. 6
- ΕΣΡΕΣΡ Απόφαση 369/4.11.2003: *Τηλεόραση – Προστασία ανηλίκων*. ΔΙΜΕΕ, τευχ. 1, Ιαν. – Μαρ. 1/2004. σελ. 123.
- Feilitzen von, Cecilia & Bucht, Catharina *Outlooks on children and media : Child Rights, media trends, media research, media literacy, child participation, declarations : The 3rd World Summit on Media for Children, 23-26 March 2001*. Θεσσαλονίκη : ΙΟΜ: NORDICOM : ECTC, 2001.

- Feilitzen von, Cecilia & Carlsson Ulla. *Children and media violence*. Sweden: Nordicom & UNESCO, 1998.
- Feilitzen von, Cecilia & Carlsson, Ulla. *Children young people and media globalisation*. Sweden: Nordicom & UNESCO, 2002.
- Feilitzen von, Cecilia & Carlsson, Ulla. *Promote or protect?: Perspectives on media literacy and media regulations*. Goteborg: Nordicom, 2003. (Yearbook 2003)
- Feilitzen von, Cecilia & Ulla Carlsson. *Children and media: Image, education, participation*. Sweden: Nordicom & UNESCO, 1999.
- Feilitzen von, Cecilia. *Young people, soap operas and reality TV*. Sweden: Nordicom, 2004.
- Feilitzen von, Cecilia; Carlsson, Ulla. *Children in the new media landscap: Games, pornography, perceptions*. Sweden: Unesco, 2000. (Children and Media Violence: Yearbook 2000)
- Gauntlett, David. *Video critical: Children, the environment and media power*. Luton: University of Luton press, 1996.
- Gillin, Paul. *The new influencers: A marketer's guide the new social media*. Quill Driver Books, 2007.
- Goodman, Steven. *Teaching youth media: A critical guide to literacy, video production and social change*. New York & London: Teachers College Press, 2003.
- Gordon, L. Berry & Asamen, Joy Keiko. *Children and television: Images in a changing sociocultural world*. Newbury Park, London & New Delhi: SAGE, 1993.
- Gunter Barrie & McAlleer, Jill. *Children and television*. London: Routledge, 1997.
- Gunter Barrie, Caroline Oates & Mark Blades. *Advertising to children on TV: Content, impact and regulation*, Mahwah, New Jersey & London: Lawrence Erlbaum
- Hutchby, Ian, Moran – Ellis, Jo. *Children, technology and culture: The impacts of technologies in children's everyday lives*. London; New York : Routledge, 2001 (The Future of Childhood Series)
- Jensen Arnett, Jeffrey. *Encyclopaedia of children adolescents and the media*. Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage, 2006.
- Καϊδατζής, Α. *ΕΣΡ Απόφαση 247/28.7.2004: Ανήλικοι και τηλεοπτικές εκπομπές*. ΔΙΜΕΕ, τευχ. 3, Ιουλ. – Σεπ. 3/2004. σελ. 440.

- 
- Κέντρο Ευρωπαϊκού Συνταγματικού Δικαίου. Ίδρυμα Θεμιστοκλή και Δημήτρη Τσάτσου. Νέοι, βία και ρατσισμός: Η εικόνα από τα ΜΜΕ και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια: Πρακτικά Συνεδρίου. Αθήνα: Παπαζήσης, 2004.
- Kirsh, Steven J. *Children, Adolescents, and media violence: A critical look at the research*. Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage, 2006.
- Κονδύλης Β. "Προστασία των παιδιών από την πρόσβαση σε πορνογραφικό υλικό στο Διαδίκτυο", *ΔΙΜΕΕ*, τχ. 3, Ιουλ.- Σεπ. 3/2004. σ. 376.
- Κορωναίου, Αλεξάνδρα. Νέοι και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας: κοινωνιολογική προσέγγιση των πολιτιστικών πρακτικών του ελεύθερου χρόνου των νέων 11-13 ετών. Αθήνα: Οδυσσέας, 1995.
- Κωστοπούλου, Β Μαρία. *Η προστασία των ανηλίκων στα οπτικοακουστικά μέσα: Συγκριτική μελέτη του θεσμικού πλαισίου στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης*. Αθήνα : IOM, 2000 (Τετράδια Επικοινωνίας. 3)
- Λαστρέγκο, Κριστίνα & Τέστα, Φραντσέσκο. *Από την τηλεόραση στο βιβλίο: παιδί και πληροφόρηση.* Αθήνα : Διάγραμμα, 1991.
- Livingstone, Sonia and Bovill, Moira. *Children and their changing media environment: A European comparative study*. Mahwah: Lawrence Erlbaum
- Lohr, Paul; Meyer, Manfred. *Children, Television and the New Media: A reader of research and documentation in Germany*. Munich: University of Luton Press, 1999. (Communication Research and Broadcasting: Television. 13)
- Manuel Alvarado, Bazalgette Cary, Boyd - Barrett Oliver, Bowker Julian, Jim Cook & Christine James. *Media education: An introduction* London: British Film Institute, 1992.
- Marks Greenfield, Patricia. *Μέσα ενημέρωσης και παιδιά : Οι επιπτώσεις της τηλεόρασης, των βιντεοπαιχνιδιών και των κομπιούτερ: Εμείς και τα παιδιά μας, από τη γέννηση μέχρι την εφηβεία*. Αθήνα: Π. Κουτσούμπος Α.Ε., 1988.
- Media as a challenge - education as a task: a cooperative project of Athens Academy and the Bertelsmann Foundation*. Gutersloh: Bertelsmann Foundation, 1994.
- Messenger Davies, Maire. *Fake, fact, and fantasy: Children's interpretations of television reality*. Mahwah & New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1997.



- NavΝαυρίδης, Κλήμης, Σολμάν, Μαρία & Τσαούλα, Νάντια. *Η Αλίκη στη χώρα των πραγμάτων: Το παιδί ως διαφημιστικό αντικείμενο*. Αθήνα: Υποδομή, 1986.
- Nikken, Peter. *Quality in children's television*. Leiden: Universiteit, 1999.
- Ντάβου, Μπετίνα. *Η παιδική ηλικία και τα μαζικά μέσα επικοινωνίας: Μετατροπές της παιδικής κατάστασης*. Αθήνα: Παπαζήσης, 2005.
- Palmer, Edward L. *Toward a Literate World: Television in Literacy Education - Lessons from the Arab Region*. Boulder, San Francisco & Oxford: Westview Press, 1993.
- Παπαθανασόπουλος, Στέλιος & Γιαννακόπουλος, Ανδρέας. «Τηλεόραση και βία: απεικονίσεις σκηνών βίας στην ελληνική τηλεόραση». *Ζητήματα Επικοινωνίας*. τχ. 4 (2006), σ. 69-86.
- Παπαθανασόπουλος, Στέλιος. *Η Βία στην Ελληνική Τηλεόραση*. Αθήνα: Καστανιώτης, 1999.
- Pecora, Norma, Murray P., John & Wartella, Ellen Ann. *Children and television: Fifty years of research*, Mahwah, New Jersey & London : LEA, 2007
- ΠΠρΑθ 5127/2006: *Προσβολή προσωπικότητας ανηλίκου – ευθύνη του Τύπου*. ΔΙΜΕΕ, τευχ. 14, Απρ. – Ιουν. 2/2007. σελ. 235.
- School improvement through media in education: A German – American dialogue*. Gutersloh: Bertelsmann Foundation, 1995.
- Silverstone, Roger. *Media and morality: On the rise of the mediapolis*. Cambridge: Polity Press, 2006
- Simpson, Brian. *Children and television*, New York & London: Continuum, 2004.
- Singer G., Dorothy & Singer, Jerome L. *Handbook of children and the media* Thousand Oaks, London & New Delhi : Sage, 2001.
- Spink, John. *Τα παιδιά ως αναγνώστες*. Αθήνα: Καστανιώτης, 1990.
- Strasburger C., Victor, & Wilson J., Barbara. *Children adolescents and the media*. Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage, 2002.
- Sue, Howard. *Wired - up: Young people and the electronic media*. London: Routledge, 1998.
- Sue, Ralph, Langham Brown, Jo, Lees, Tim, Marjorie Burton and Burton, Edward. *Youth and the global media: Papers from the 29th University of Manchester Broadcasting Symposium, 1998* / Luton: University of Luton press, 1999.

---

Tito Squillaci, A. *Η τηλεόραση και τα παιδιά μας: Απαντήσεις σε μια σύγχρονη πρόκληση*. Αθήνα : Ακρίτας, 2006.

UNICEF. *Education for all: No excuses*. New York: 2000.

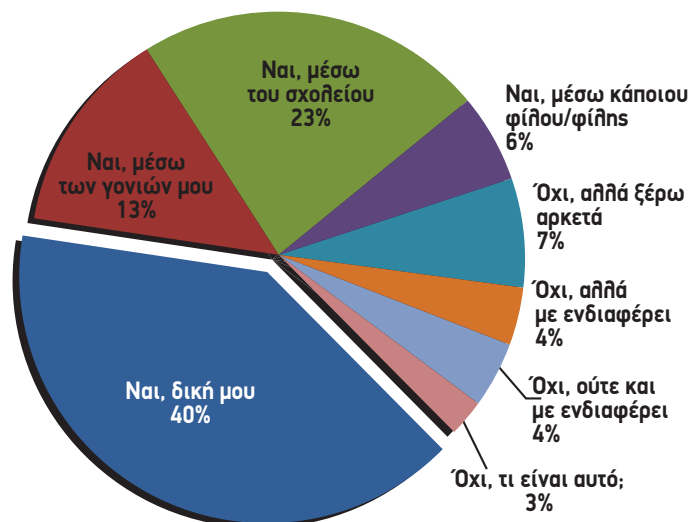
Unnikrishnan, Namita & Bajpai, Shailaja. *The impact of television advertising on children*. New Delhi: Thousand Oaks; London: SAGE, 1996.

Βακάλης Κ. Δημήτρης. *Η τηλεόραση και η παιδική ηλικία: Παρατηρήσεις και επισημάνσεις*. Ιωάννινα: Ελληνικός Αστέρ, 1986.

Valkenburg M., Patti *Children's responses to the screen: A media psychological approach*. Mahwah, New Jersey & London : LEA, 2004.

Wery, Etienne & Van Schuylenbergh, Serge. *Sexe en ligne : Aspects Juridiques et protection des mineurs*. Paris : LGDJ, 2004.

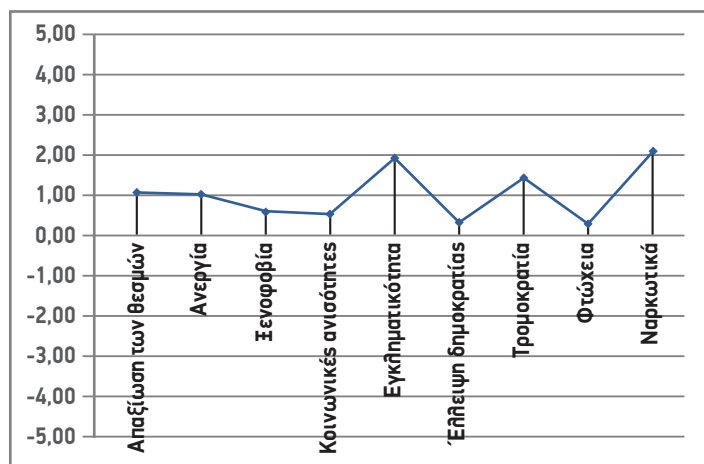
Winn, Marie. *Τηλεόραση : Ένας ξένος στο σπίτι: Ο ρόλος της τηλεόρασης στη ζωή του παιδιού*. Αθήνα: Ακρίτας, 1996.



Σχήμα 1: Η πρόσβαση στο Ίντερνετ από τους μαθητές / μαθήτριες.

Έχεις πρόσβαση στο Ίντερνετ;	Βαθμίδα Εκπαίδευσης		
	Γυμνάσιο	Λύκειο	Τεχνικό Λύκειο
	% Βαθμίδα Εκπαίδευσης		
Ναι, δική μου	33.1%	54.7%	40.1%
Ναι, μέσω των γονιών μου	15.9%	10.6%	8.3%
Ναι, μέσω του σχολείου	25.5%	16.4%	26.1%
Ναι, μέσω κάποιου φίλου/φίλης	5.9%	4.8%	7.6%
Όχι, αλλά ξέρω αρκετά	7.3%	6.4%	7.6%
Όχι, αλλά με ενδιαφέρει	4.3%	2.3%	4.5%
Όχι, ούτε και με ενδιαφέρει	4.9%	2.9%	4.5%
Όχι, τι είναι αυτό;	3.0%	1.9%	1.3%
<b>Σύνολο</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Πίνακας 1: Η πρόσβαση στο Ίντερνετ ανάλογα με τη Βαθμίδα Εκπαίδευσης (Ποσοστά).  $\chi^2=50.01$   $p<0.01$

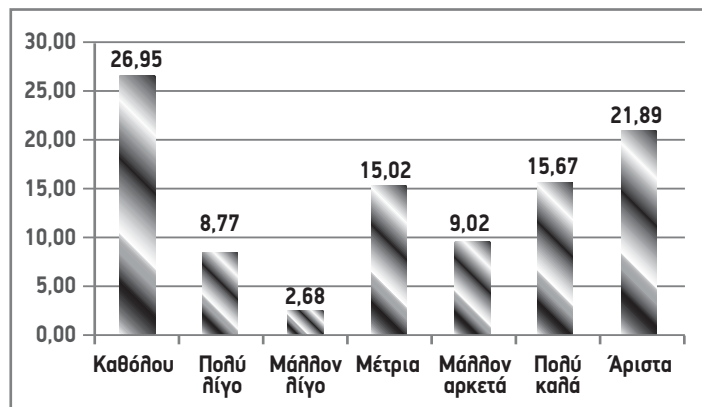


Σχήμα 2: Ο βαθμός συσχέτισμού αλλά και το πρόσημο της «διάδοσης του Ίντερνετ» με κοινωνικά προβλήματα. (Μέσοι όροι).

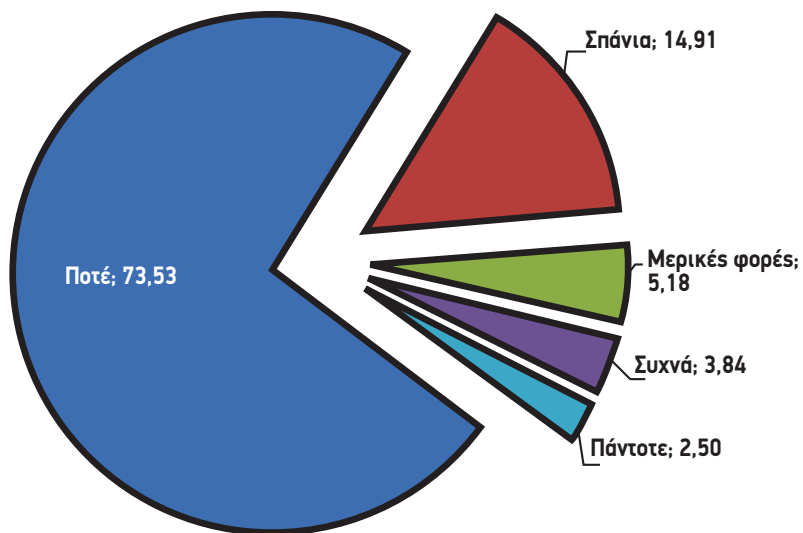
παράρτημα: Πίνακες & Σχεδιαγράμματα

Αριθμός Κατηγορίας	Ονομασία «Τίτλος»	Ενδεικτική Περιγραφή
1	<i>Games</i>	Lineage2, games, fl, ps, free games κλπ.
2	<i>Αθλητισμός</i>	NBA, ποδόσφαιρο, ομάδες, αθλητισμός κλπ.
3	<i>Μόρφωση-σχολείο</i>	Σχολείο, πληροφορική, γνώση, εργασία, μάθηση κλπ.
4	<i>Downloads</i>	Κατέβασμα αρχείων-παιχνιδιών, download κλπ.
5	<i>Πληροφόρηση</i>	Άμεση ενημέρωση, πληροφορίες, data, joi κλπ.
6	<i>Chat</i>	Chat room, γνωριμίες, επικοινωνία, συζήτηση κλπ.
7	<i>Ψαχτήρια</i>	Google, wow, in, εξερεύνηση, μηχανή αναζήτησης, ψαχτήρι κλπ.
8	<i>Ψυχαγωγία</i>	Κέφι, μαγικά κόλπα, ψυχαγωγία, youtube κλπ.
9	<i>Μουσική</i>	Μουσική, τζαζ, τραγούδια, ήχος, στίχοι κλπ.
10	<i>e-mail</i>	e-mail, αλληλογραφία, ηλεκτρονικό μήνυμα κλπ.
11	<i>Πορνό</i>	Porno, sex, τσόντες, pornostar, 89.com, playboy, xxx κλπ.
12	<i>Αγορές</i>	Αγοραπωλησία, αγορές κλπ.
13	<i>Κίνδυνοι</i>	Απάτες, ανώνυμα, βία, διαφθορά, κίνδυνος, προσωπικά δεδομένα, προσοχή, ιοί κλπ.
14	<i>Τεχνολογία</i>	Ιντερνέτ explorer, pc, sites, world wide web, διαδίκτυο, ιστοσελίδες κλπ.
15	<i>Θετικές κρίσεις</i>	«καλό», «ενδιαφέρον», δραστηριότητα, ζωή, γρήγορη πρόσβαση, χαλάρωση κλπ.
16	<i>Μηχανοκίνηση</i>	Porsche, αυτοκίνητα, μοτοσικλέτες, μοτο κλπ.
17	<i>Ραδιόφωνο</i>	Radio, ραδιόφωνο κλπ.
18	<i>Αρνητικές κρίσεις</i>	Αδιαφορία, «ωχ πάλι», βαρετό, υπομονή, άγνωστο, «για το χρήμα όλα» κλπ.
19	<i>Show-biz</i>	Διονύσης Μακρής, Aurin Lavin, fun club, κοσμικά, Πλούταρχος, ηθοποιοί κλπ.
20	<i>Παγκοσμιοποίηση</i>	Εξωτερικό, ευρεία ζώνη, κόσμος, παγκοσμιοποίηση, παγκόσμιο διεθνές κλπ.
21	<i>Οικονομικό</i>	Ακριβό, rebred, κόστος, λογαριασμός, χρήματα κλπ.
22	<i>Ανθρώπινο στοιχείο</i>	«απομονωμένη», εμπειρίες, άνθρωπος κλπ.
23	<i>Αδιαφορία-άγνοια</i>	Κοτσιδάκια, «τι να κάνω», «πάλι τα ίδια», «τίποτα», αδιάφορο, μπερδεμένο κλπ.

**Πίνακας 2: οι κατηγορίες που προήλθαν από την ανάλυση περιεχομένου της ελεύθερης επίκλησης**



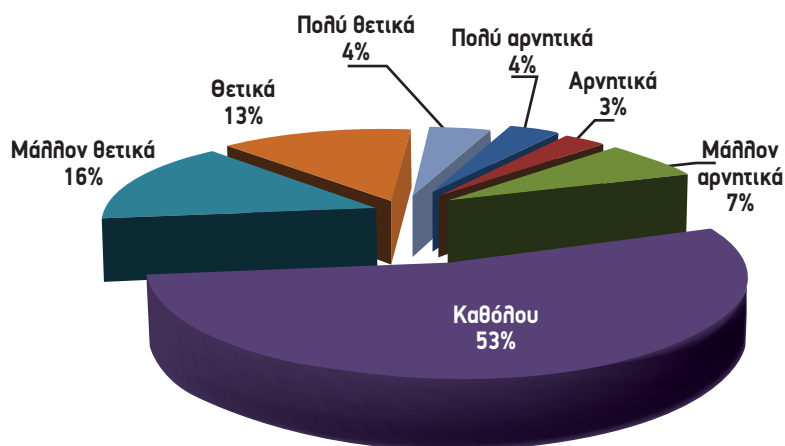
Σχήμα 3: Έχεις γνώση της σημασίας να στέλνεις προσωπικά & οικογενειακά στοιχεία και δεδομένα μέσω διαδικτύου; (ποσοστά)



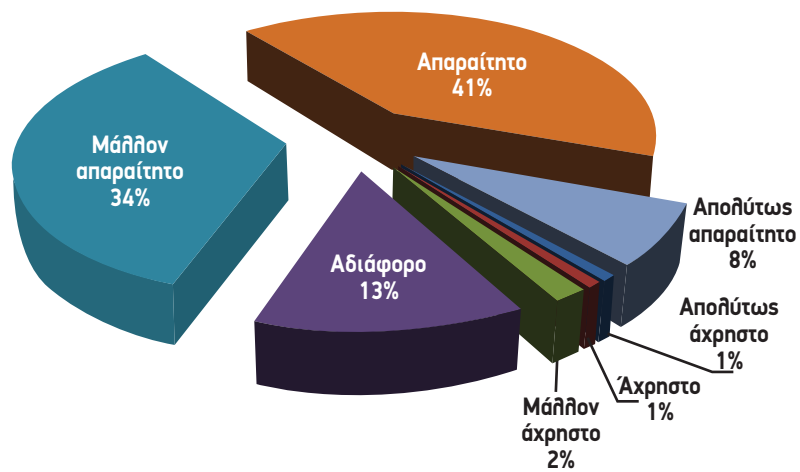
Σχήμα 4: Έχεις αποστείλει τέτοια στοιχεία/δεδομένα όταν σου ζητήθηκαν από πηγές του Διαδικτύου χωρίς να ελέγξεις πριν; (ποσοστά)

		Ζώνη δειγματοληψίας			Χ <sup>2</sup>	p
		Ζώνη 1	Ζώνη 2	Ζώνη 3		
Έχεις ενοχλήσει κάποιον ή κάποια, μέσω Ίντερνετ;	Ναι	22.4	16.29	18.14		NS
	Όχι	61.76	69.95	65.14		
	Αδιάφορο	16.20	13.76	16.73		
Έχεις νιώσει άσχημα για το πώς φέρθηκαν εσύ ο ίδιος/α σε κάποιον/κάποια μέσω Ίντερνετ;	Ναι	20.01	13.61	16.65	13.805	0.01
	Όχι	68.20	70.85	62.92		
	Αδιάφορο	11.79	15.54	20.42		
Έχεις νιώσει άσχημα για το πώς σου φέρθηκαν μέσω Ίντερνετ;	Ναι	23.05	21.31	19.17		NS
	Όχι	59.97	63.58	58.22		
	Αδιάφορο	16.99	15.11	22.61		
Έχεις συναντήσει από κοντά κάποιον/κάποια από αυτούς/αυτές που γνώρισες στο Ίντερνετ;	Ναι	25.70	15.39	14.71	24.315	0.01
	Όχι	62.93	75.88	71.32		
	Αδιάφορο	11.38	8.72	13.97		
Ένωσες ότι γίνεται θύμα απάτης μέσω Ίντερνετ;	Ναι	13.11	13.93	17.21		NS
	Όχι	78.77	76.82	70.61		
	Αδιάφορο	8.12	9.24	12.19		
Έχεις «κατεβάσει» αρχεία μουσικής ή ταινίες από το Ίντερνετ χωρίς να πληρώσεις, δηλαδή παράνομα;	Ναι	51.46	41.82	38.22	19.037	0.01
	Όχι	43.46	53.96	53.08		
	Αδιάφορο	5.08	4.21	8.70		
Έχεις «κατεβάσει» εμπορικά προγράμματα από το Ίντερνετ χωρίς να πληρώσεις, δηλαδή παράνομα;	Ναι	31.98	21.17	24.45	18.886	0.01
	Όχι	58.40	71.68	64.05		
	Αδιάφορο	9.62	7.16	11.50		

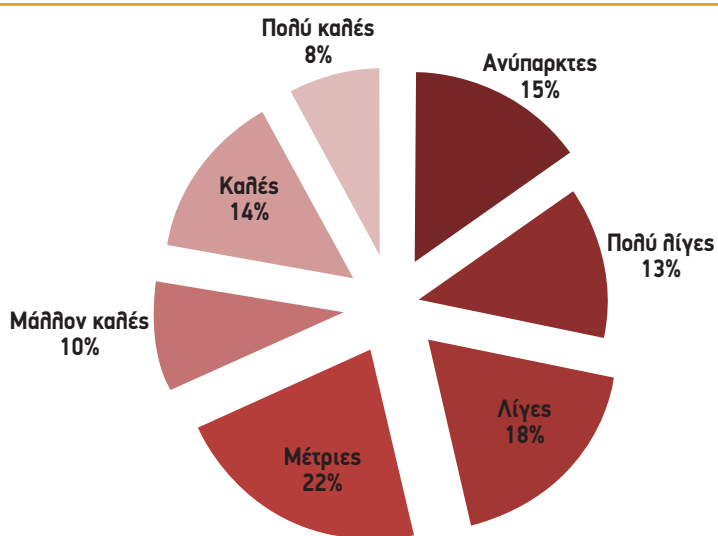
Πίνακας 3: Ριψοκίνδυνες Συμπεριφορές από μαθητές/μαθήτριες ανάλογα με τη Ζώνη δειγματοληψίας (Ποσοστά - Δοκιμή Χ<sup>2</sup> - Με κόκκινο σημειώνονται οι στατιστικά σημαντικές διαφορές - NS: Στατιστικά μη σημαντικό)



Σχήμα 5: Πώς έχει επηρεαστεί η σχολική επίδοση των μαθητών/μαθητριών από το Ίντερνετ.

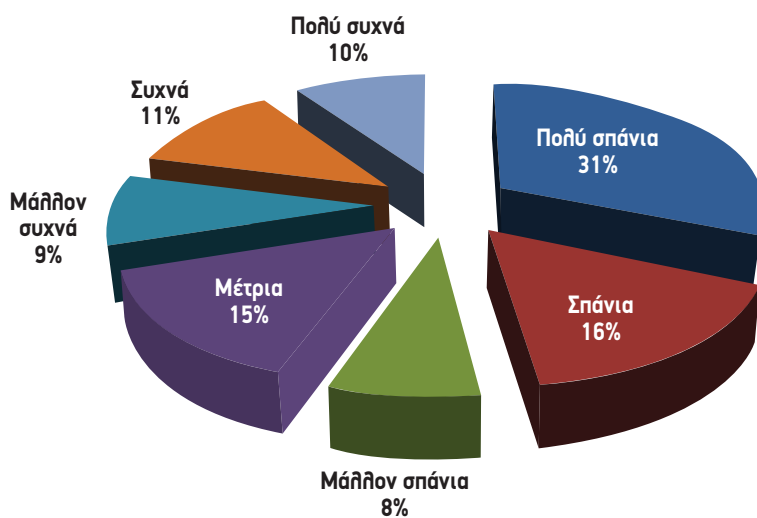


Σχήμα 6: Γενικά, τι νομίζετε ότι είναι το Ίντερνετ;

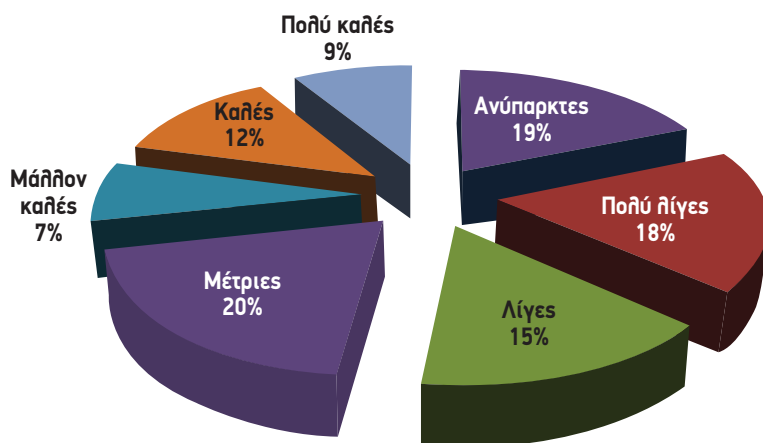


Σχήμα 7: Ποιες είναι οι γνώσεις σας για το Ίντερνετ;

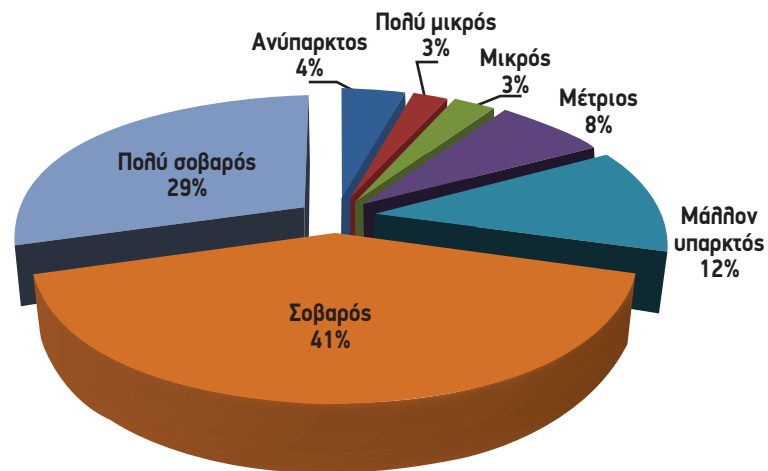




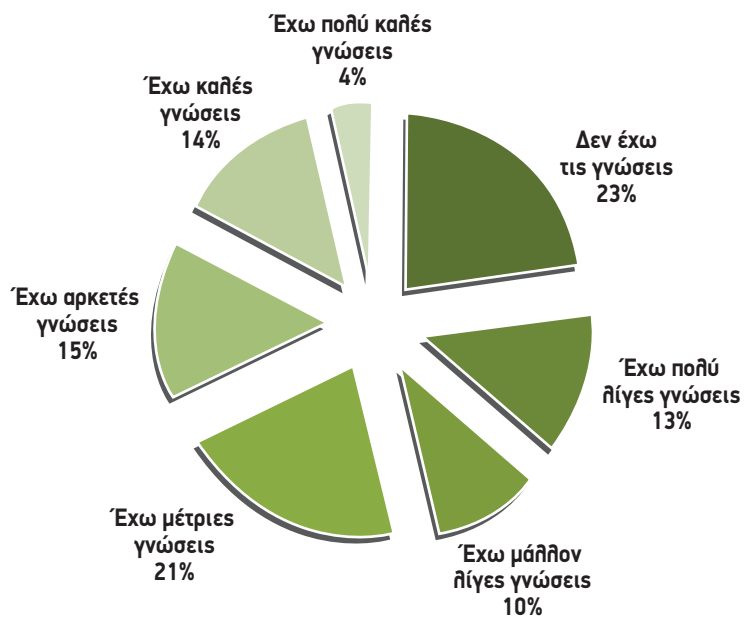
Σχήμα 8: Εσείς, οι ίδιοι, κάνετε χρήση του Ίντερνετ;



Σχήμα 9: Ποιες είναι οι γνώσεις σας σχετικά με θέματα ασφάλειας (αποφυγή ιών, προστασία προσωπικών δεδομένων, ενοχλητικές μορφές επικοινωνίας κλπ);



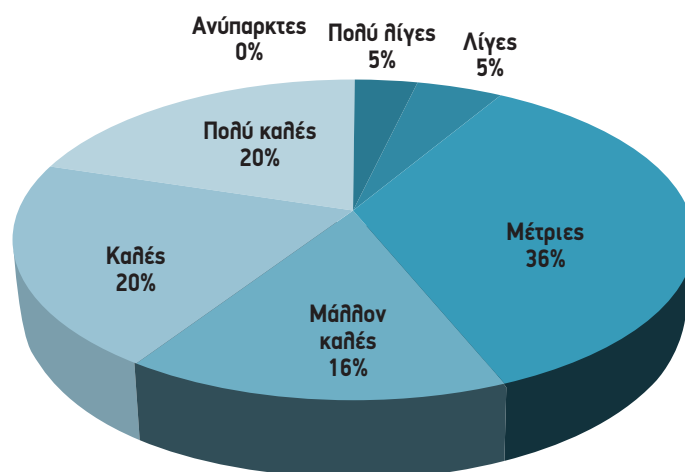
Σχήμα 10: Ο κίνδυνος κακής χρήσης του Ίντερνετ είναι...



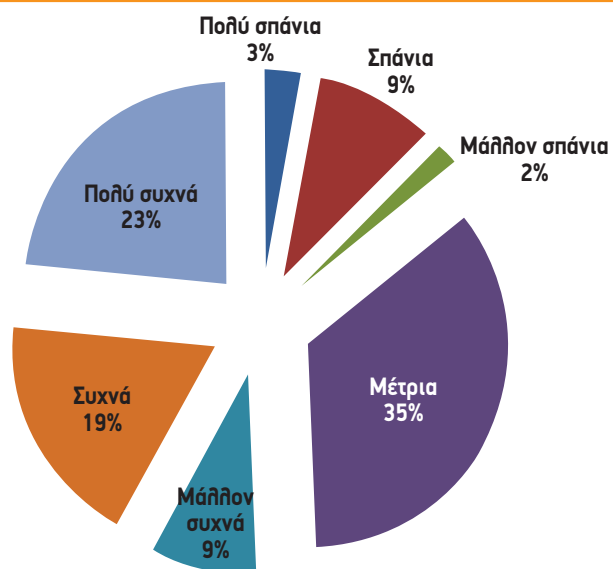
Σχήμα 11: Σε ποιο βαθμό νομίζετε ότι έχετε τις γνώσεις για να ασκήσετε έλεγχο στα παιδιά σας ως προς τη χρήση του Ίντερνετ;

Ειδικότητα	%
Ξένων Γλωσσών	7.52
Φυσικής αγωγής	5.27
Φυσικών επιστημών	6.22
Μαθηματικός	11.54
Φιλολόγοι	23.60
Πληροφορική	11.95
<b>Σύνολο</b>	<b>66.10</b>

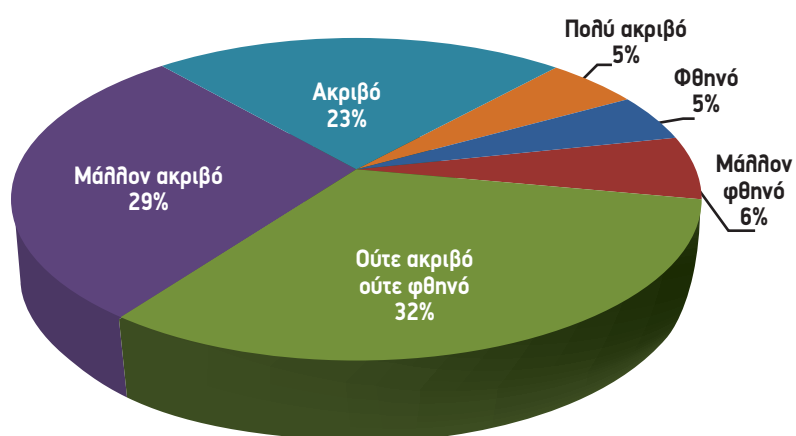
Πίνακας 4: Κατανομή των πιο συχνών ειδικοτήτων



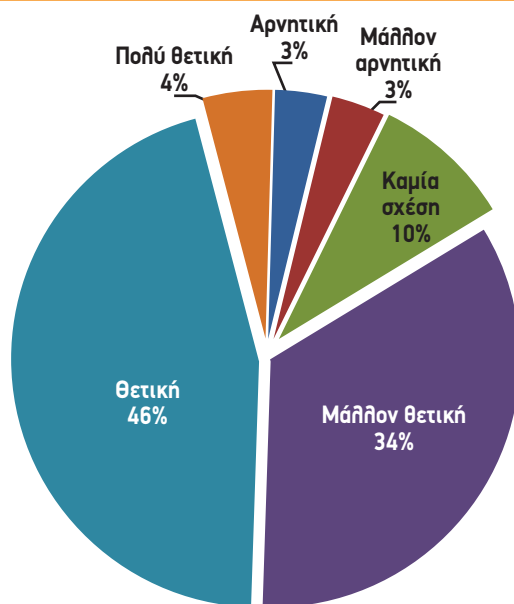
Σχήμα 12: Ποιες είναι οι γνώσεις σας για το ίντερνετ;



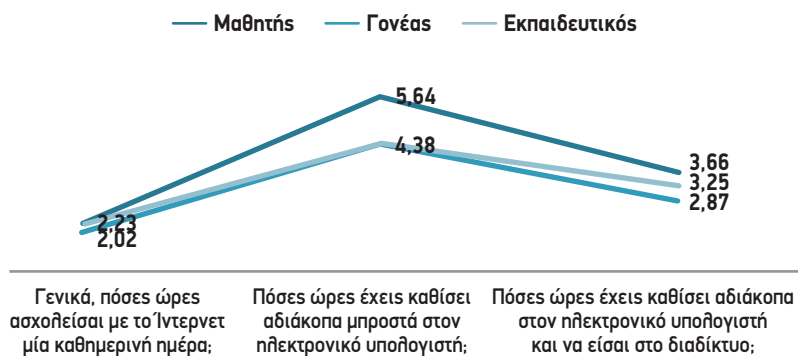
Σχήμα 13: Εσείς, οι ίδιοι, κάνετε χρήση του Ίντερνετ;



Σχήμα 14: Κατά τη γνώμη σας, το Ίντερνετ είναι...



Σχήμα 15: Πώς θα χαρακτηρίζατε τη σχέση των μαθητών σας με το Ίντερνετ στα πλαίσια της εκπαίδευσής τους...



Σχήμα 16: Μαθητές-Γονείς-Εκπαιδευτικοί. Απασχόληση στον Η/Υ και στο Ίντερνετ