

**Σχολ. Έτος 2011-2012**

**50<sup>ο</sup> Γεν. Λύκειο Αθηνών**

***ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ 2<sup>ο</sup> ΤΕΡΑΜΗΝΟΥ***

***Τίτλος: «Οι νέοι και τα μέσα μαζικής  
ενημέρωσης στη σύγχρονη κοινωνία»***

## ΟΜΑΔΑ ΜΑΘΗΤΩΝ

<b>α/α</b>	<b>Επώνυμο</b>	<b>Όνομα</b>
<b>1</b>	<b>ΑΔΑΜΟΠΟΥΛΟΥ</b>	<b>ΜΑΡΘΑ</b>
<b>2</b>	<b>ΑΛΕΞΑΝΔΡΗΣ</b>	<b>ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ</b>
<b>3</b>	<b>ΑΛΕΡΤΑ</b>	<b>ΗΛΙΑΝΑ</b>
<b>4</b>	<b>ΑΝΔΡΕΟΛΑ</b>	<b>ΑΝΝΑ-ΜΑΡΙΑ</b>
<b>5</b>	<b>ΒΑΚΑΛΟΠΟΥΛΟΣ</b>	<b>ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ</b>
<b>6</b>	<b>ΒΟΥΛΓΑΡΗΣ</b>	<b>ΓΕΩΡΓΙΟΣ</b>
<b>7</b>	<b>ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ</b>	<b>ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ</b>
<b>8</b>	<b>ΓΚΙΝΗ</b>	<b>ΚΛΕΟΠΑΤΡΑ</b>
<b>9</b>	<b>ΖΗΡΟΠΑΝΝΗ</b>	<b>ΒΑΣΙΛΙΚΗ</b>
<b>10</b>	<b>ΖΙΩΓΚΑ</b>	<b>ΚΑΛΛΙΟΠΗ ΚΩΝ</b>
<b>11</b>	<b>ΖΟΜΠΟΛΑ</b>	<b>ΜΑΡΙΑ</b>
<b>12</b>	<b>ΘΕΟΔΩΡΟΥ</b>	<b>ΙΩΑΝΝΑ</b>
<b>13</b>	<b>ΘΛΙΒΕΡΟΥ</b>	<b>ΧΡΙΣΤΙΝΑ</b>
<b>14</b>	<b>ΚΑΡΑΘΑΝΑΣΗΣ</b>	<b>ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ</b>
<b>15</b>	<b>ΜΕΜΟ</b>	<b>ΓΙΑΝΝΟΥΛΑ</b>
<b>16</b>	<b>ΠΑΠΠΑ</b>	<b>ΒΑΣΙΛΙΚΗ</b>
<b>17</b>	<b>ΠΑΤΣΟΥΡΑΚΗ</b>	<b>ΕΛΕΝΗ</b>
<b>18</b>	<b>ΣΥΡΙΟΠΟΥΛΟΥ</b>	<b>ΕΙΡΗΝΗ</b>
<b>19</b>	<b>ΤΟΠΑΛΗ</b>	<b>ΜΑΡΙΝΑ</b>

**ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:**

**ΜΠΟΥΤΣΙΝΗ ΧΡΥΣΟΥΛΑ**

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η μελέτη και η έρευνα στη μαζική επικοινωνία έχει θεωρηθεί ως η διερεύνηση της διάδοσης και της μεταβίβασης των πληροφοριών από ένα πομπό σε πολλούς δέκτες με τη χρήση ιδίως κάποιων τεχνολογικών μέσων. Τα νέα μέσα έχουν διαπροσωπική, οργανωτική, πολιτική, οικονομική και πολιτισμική διάσταση και μετέβαλαν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι επικοινωνούν σε διάφορες καταστάσεις και μέρη. Μέχρι πρόσφατα η μελέτη της επικοινωνίας θεωρείτο υποπεδίο της κοινωνιολογίας, της κοινωνικής ψυχολογίας και της σημειολογίας, αφού οι μελετητές χρησιμοποιούσαν ερευνητικές πρακτικές (προπαγάνδα, πολιτιστική ανάλυση, έρευνα του κοινού κ.ά.) Παρά την τεράστια διάδοσή τους στη σύγχρονη ζωή, δεν πρέπει να μας διαφεύγει ότι τα Μ.Μ.Ε., ουσιαστικά, είναι φαινόμενα του εικοστού αιώνα. Ο κινηματογράφος, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση διαδοχικά εξελίχθηκαν σε κοινωνικούς θεσμούς στη διάρκεια του προηγούμενου αιώνα. Όπως ήταν φυσικό, δόθηκε έμφαση στο ρόλο και στον έλεγχο των Μ.Μ.Ε. μέσα στο κοινωνικό και πολιτικό γίγνεσθαι. Η αντίληψη ότι τα Μ.Μ.Ε. μπορούν να γίνουν εν δυνάμει φορείς κοινωνικής αλλαγής τα κατέστησε αντικείμενα δημόσιας αμφισβήτησης ως προς το αν είναι πηγή που σχετίζεται άμεσα με τον ορισμό και την εικόνα της κοινωνικής πραγματικότητας και το αν αληθινά προσφέρουν σοβαρές διεξόδους στην ελευθερία της έκφρασης.

## ΣΧΕΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ - ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Οι όροι "πληροφόρηση" και "ενημέρωση" συχνά χρησιμοποιούνται εναλλακτικά, αλλά ενώ σημασιολογικά συγγενεύουν, δεν ταυτίζονται. Η πληροφόρηση σημαίνει ως επί το πλείστον καταγραφή και συσσώρευση πληροφοριών, η οποία στηρίζεται κυρίως στην απομνημόνευση και δεν προϋποθέτει τόσο ενεργητική στάση του δέκτη απέναντι στα διάφορα μηνύματα. Η ενημέρωση (εν+ημέρα) σημαίνει ότι ο δέκτης βρίσκεται ουσιαστικά μέσα στα γεγονότα και τις καθημερινές εξελίξεις, αξιοποιεί και αφομοιώνει γόνιμα το πληροφοριακό υλικό που δέχεται, εμβαθύνοντας σε αυτό και κατανοώντας το.

### **Τι είναι η παραπληροφόρηση ;**

Παραπληροφόρηση είναι η μεταφορά διάφορων ψευδών ή παραποιημένων πληροφοριών. Πιθανός σκοπός της είναι η παραπλάνηση του δέκτη προς εκπλήρωση προσωπικών σκοπιμοτήτων του παραπληροφορούντος ή προστασία ατόμων με απόκρυψη πληροφοριών που θα ήταν επιβαρυντικές γι'αυτά.

Στα ΜΜΕ αν το μέσο είναι πηγή της πληροφορίας η παραπληροφόρηση οφείλεται :

- 1) Στο ότι τα ΜΜΕ λειτουργούν με βάση πολιτικά ή άλλα οργανωμένα συμφέροντα, άρα είναι αναξιόπιστα
- 2) Τα ΜΜΕ προστατεύουν ισχυρά άτομα με κοινωνική, οικονομική ή πολιτική εξουσία και γίνεται επομένως επιλεκτική εμφάνιση πληροφοριών.

### Τι μπορούν να κάνουν οι δέκτες ;

Οι αναγνώστες, οι ακροατές ή οι θεατές οφείλουν να διασταυρώνουν τις πηγές των πληροφοριών τους για να αποφύγουν την παραπληροφόρηση. Πρέπει ακόμη να είναι ενήμεροι για τους κινδύνους της, να είναι επιφυλακτικοί και να διαθέτουν κριτική σκέψη.

## **MME και Προπαγάνδα**

Είναι η παρουσίαση ενός μηνύματος με έναν συγκεκριμένο τρόπο ώστε να εξυπηρετήσει συγκεκριμένους σκοπούς. Στόχος της προπαγάνδας είναι να αλλάξει δραστικά τις απόψεις των άλλων αντί απλώς να μεταδώσει πληροφορίες. Επιδιώκει να διαμορφώσει απόψεις με έμμεσες και συχνά δόλιες μεθόδους.

Βεβαίως αυτό συμβαίνει γιατί αντιπροσωπεύουν διάφορα συμφέροντα. Υπάρχει σχέση ανάμεσα στις αίθουσες συμβουλίων των εταιρειών, τους ανώτερους κρατικούς υπαλλήλους, τα διευθυντικά στελέχη των ΜΜΕ και τους ανθρώπους που βρίσκονται στις κορυφές των ΜΜΕ, τις πανεπιστημιακές ελίτ που παίζουν το παιχνίδι σύμφωνα με τους κανόνες κλπ. Όλοι αυτοί ανήκουν στην ίδια προνομιούχα ελίτ. Κερδίζουν όλοι με τον ίδιο τρόπο. Αντιλαμβάνονται τον κόσμο με τον ίδιο τρόπο. Εάν κάποιος από αυτούς βγει από τη γραμμή, αποκλείεται. Αυτό μπορεί να συμβεί ακόμη και σε πολύ υψηλό επίπεδο.

### ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΜΜΕ

Σε πολλές περιπτώσεις τα ΜΜΕ αποτελούν για τους ιδιοκτήτες τους ένα μέσο ενίσχυσης της εξουσίας τους και του κοινωνικού γοήτρου τους, ένα έμμεσο τρόπο προώθησης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τους και με τη βοήθεια μερικών από τους συντάκτες των κειμένων που δημοσιεύονται καθημερινά στις σελίδες τους ή διαβάζονται κατά τη διάρκεια των ραδιοφωνικών ή τηλεοπτικών προγραμμάτων τους, ένα μέσο επηρεασμού της κυβερνητικής πολιτικής ή ακόμα και συμβολής στην ανάδειξη κυβερνήσεων και αρχηγών πολιτικών κομμάτων κατά τρόπο που να συμφωνεί με τις απόψεις και τις πεποιθήσεις τους.

1. Το συγκεκριμένο φαινόμενο, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι αυτή η πολιτική πηγή εξουσίας, αντίθετα με τις περισσότερες άλλες, δεν ελέγχεται κατ' ουσία από κανένα, σημαίνει ότι τα σημερινά ΜΜΕ έχουν μάλλον διαστρεβλωτικό αντίτυπο στο σύγχρονο πολιτικό βίο.
2. Στη δική μας χώρα αυτή η "τάση" να μη σχολιάζεις, να μην ασκείς κριτική, να μην ενημερώνεις, αλλά, συγχρόνως να "καθαρίζεις", α) ποιοι θα είναι οι ηγέτες και β) ποιά θα είναι τα ζητήματα με τα οποία αυτοί θα ασχοληθούν, έχει εκδηλωθεί από δύο αξιοσημείωτες και αντιθετικές μορφές: από την μια πλευρά υπερδραστηριότητα και από την άλλη παθητικότητα.
3. Η σιωπή αυτή θα 'λεγε κανείς, ενθαρρύνθηκε από τις κοινές αλλά, εν προκειμένω, εσφαλμένες προσδοκίες για τα εκλογικά αποτελέσματα, τα οποία κατά τη γνώμη ορισμένων θα διευκόλυναν λύσεις στις οποίες

κανένα μεμονωμένο άτομο δεν θα είχε το θάρρος να προβεί.

### ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΜΜΕ

Τα ΜΜΕ επιδρούν σημαντικά στη ζωή των ανθρώπων τόσο θετικά όσο και αρνητικά, αλλά πάνω από όλα εγκυμονεί σοβαρούς κινδύνους. Μια τέτοια περίπτωση είναι αυτή της κοινωνικοποίησης των παιδιών. Όμως έχουν και θετικό ρόλο όσο αφορά την ψυχαγωγία, την ενημέρωση καθώς και την επιμόρφωση των ανθρώπων. Άλλη μια θετική επιρροή των ΜΜΕ είναι η κινητοποίηση των πολιτών για κοινωφελείς σκοπούς όπως μεταμοσχεύσεις, δωρεές κ.α. Τα παράπονα ατόμων μπορεί να μειώσουν σε σημαντικό βαθμό την αδιαφορία των ανθρώπων. Αντίθετα όμως τα ΜΜΕ έχουν και τα αρνητικά τους όπως π.χ. να εισβάλλουν στη ζωή κάποιου κάνοντας κατάχρηση της ιδιωτικής του ζωής. Άλλη μια κοινωνική επίδραση είναι η ανάπτυξη της βιομηχανίας που στρέφει τους καταναλωτές σε μια συγκεκριμένη μορφή δράσης με τη βοήθεια της διαφήμισης παρουσιάζοντας τη έτσι ως ιδεατό τρόπο ζωής.

Η παθητικοποίηση των πολιτών οφείλεται στο ότι τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ (τηλεόραση, διαδίκτυο) προβάλλουν μια εικονική πραγματικότητα η οποία φτιάχνει πρότυπα και επηρεάζει άμεσα την συμπεριφορά και τον τρόπο σκέψης μας. Για παράδειγμα ένα ρεπορτάζ στην τηλεόραση μπορεί να επηρέασε τη στάση μας έναντι σε κάποια μέλη συγκεκριμένης εθνικότητας και αυτό γιατί το είδαμε στην τηλεόραση που πιστεύουμε ότι ποτέ δεν κάνει λάθος.

Δεν φταίνε όμως συγκεκριμένα όλα τα ΜΜΕ για τη δημιουργία της εικονικής πραγματικότητας, αλλά ένα μέσο όπως υποστηρίζει ο Καναδός διανοητής Μάρσαλ Μακλούαν. Η τηλεόραση στη σύγχρονη εποχή ασκεί μεγαλύτερη επιρροή από το ραδιόφωνο ή τις εφημερίδες.

Τα ηλεκτρονικά μέσα δημιουργούν το παγκόσμιο χωριό που μας δίνει τη δυνατότητα να παρακολουθούμε στους δέκτες μας γεγονότα που συμβαίνουν σε άλλη περιοχή του κόσμου απευθείας και να εκφράζουμε τη γνώμη μας απέναντι σε αυτά που συμβαίνουν.

Το παγκόσμιο χωριό του Μακέλευαν ονομάζεται "κυβερνοχώρος" και είναι ένας χώρος διαντίδρασης χρηστών υπολογιστών που ή επικοινωνούν μεταξύ τους ή ανταλλάσσουν πληροφορίες για θέματα που τους απασχολούν.

Οι επιδράσεις αυτού του χώρου χωρίζονται σε δύο ομάδες θεωριών:

- Ο κυβερνοχώρος μπορεί να είναι είτε θετικός είτε αρνητικός και να χρησιμοποιηθεί ως πηγή πληροφόρησης. Για παράδειγμα η χρήση του μπορεί να βοηθήσει το άτομο στην κοινωνική του ζωή ή όμως και να ενισχύσει τις παρεκκλίνουσες τάσεις που έχει και να τον οδηγήσει να πράξει

αναλόγως.

- Αντίθετα μια άλλη επίδραση του Η/Υ είναι να παρασύρει τους καταναλωτές και να τους κάνει να ζουν σε μια εικονική πραγματικότητα που εκεί μαθαίνουν τον έρωτα, τις σχέσεις με την οικογένεια καθώς και την πολιτική του άποψη. Στην πραγματικότητα όμως το άτομο αδρανοποιείται καθώς ζει σε μια άλλη ζωή που έχει γίνει υποκατάστατο του. Τέλος το διαδίκτυο συμβάλει ίσως στην δημιουργία διαχωρισμών!

### **Άσκηση εξουσίας από τα ΜΜΕ**

- Είναι πλέον γεγονός ότι τα ΜΜΕ ασκούν έντονη πολιτική κριτική στο κοινωνικό σύστημα είτε θετική είτε αρνητική, σύμφωνα με τα δικά τους συμφέροντα. Μια λεπτή γραμμή διαχωρίζει την κριτική από την άσκηση εξουσίας. Αν κάποιος ξεπεράσει αυτή τη γραμμή η επιστροφή είναι δύσκολη. Ουσιαστικά είναι αδύνατη γιατί αυτός που έχει περάσει από την άλλη πλευρά δεν μπορεί να επιστρέψει, ουσιαστικά να αρνηθεί τον «πρωτοποριακό» του ρόλο ή αυτό του καθοδηγητή της κοινωνίας. Πως όμως συμβιβάζεται ο ρόλος του κριτικού με αυτού που εξασκεί εξουσία; Πως μπορεί κάποιος να ελέγχει και συγχρόνως να κυβερνά; Με άλλα λόγια, πως μπορεί να ελέγχει τον ίδιο τον εαυτό του; Πολύ περισσότερο, όταν αυτό ο ρόλος της εξάσκησης της εξουσίας είναι άτυπος;

- Το πέρασμα από την ελεγκτική ή κριτική εξουσία στην εκτελεστική είναι, ουσιαστικά, το τέλος της κριτικής. Τελικά, είναι το πέρασμα από την τέταρτη στην πρώτη εξουσία. Το αποτέλεσμα είναι να έχει χαθεί αυτός ο έλεγχος στον οποίο ο πολίτης έχει κάποιες ελπίδες, δηλαδή να υπάρχει ο δημόσιος έλεγχος και η ανοιχτή κριτική σε αυτούς που εξασκούν την εξουσία. Ο δημοσιογράφος πλέον γίνεται παραγωγός ειδήσεων και προγράμματος και, ανάμεσα σε αυτόν και την πηγή της πληροφορίας υπάρχει το ειδικευμένο γραφείο που την έχει επεξεργαστεί και την πλασάρει πλέον έτοιμη σε αυτόν που θα έπρεπε να κάνει αυτή τη δουλειά.

- Ο δημοσιογράφος δε γράφει για το δήμο, το κοινό, αλλά διαχειρίζεται την είδηση, την φτιάχνει έτσι για να αρέσει, τόσο στο αναγνωστικό κοινό του όσο και στον αποστολέα της είδησης. Πολύ σπάνια βλέπουμε ένα γνήσιο ρεπορτάζ, μια έρευνα που να έχει γίνει επί τόπου, να ψαχθεί αν όντως έχει γίνει αυτό το γεγονός και πως ακριβώς έχει γίνει. Πολύ περισσότερο, να ψάξει για να

βρει τις αιτίες που δημιούργησαν το γεγονός για το οποίο γράφει και η κριτική του να στοχεύει κατευθείαν στη ρίζα.

## Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΣΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ως μορφή εξουσίας ασκούν τεράστια επιρροή στην κοινή γνώμη και κυρίως στους νέους. Πίσω από κάθε πληροφορία και είδηση διακυβεύονται μεγάλα οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα.....

Καθημερινά όλοι κατακλυζόμαστε από χιλιάδες πληροφορίες. Ιδιαίτερα οι νέοι λόγω απειρίας και έλλειψης κριτικής σκέψης γίνονται συχνά θύματα παραπληροφόρησης.....

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης προβάλλουν βία, εγκληματικότητα, ανήθικες πράξεις και προκαλούν πλύση εγκεφάλου με τη μονόπλευρη ενημέρωση και τη συνεχή μετάδοση συγκεκριμένων μηνυμάτων.

Καταστρέφουν τις διαπροσωπικές σχέσεις και οδηγούν στην αλλοτρίωση των ατόμων.....

Από την άλλη πλευρά, οι έφηβοι μέσω των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης πληροφορούνται για γεγονότα και προβλήματα που τους απασχολούν σε τοπικό, εθνικό αλλά και παγκόσμιο επίπεδο. Έρχονται σε επαφή με ήθη, έθιμα και παραδόσεις άλλων λαών. Στις μέρες μας επειδή οι πηγές ενημέρωσης είναι απεριόριστες οι νέοι έχουν τη δυνατότητα να επιλέγουν το μέσο που τους ενδιαφέρει αλλά και να εξακριβώνουν αν οι πληροφορίες που λαμβάνουν είναι αληθείς.....

Η παιδεία και η γνώση των νέων παίζει καθοριστικό ρόλο στη σωστή χρήση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.....

### **Με ποιο τρόπο επηρεάζονται οι έφηβοι από τα Μ.Μ.Ε;**

Είναι αναμφισβήτητο πως η ανάπτυξη της τεχνολογίας καθώς και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης έχουν επηρεάσει κατά ένα πολύ μεγάλο βαθμό τις απόψεις, τις σκέψεις και γενικότερα την καθημερινή μας ζωή. Αυτό το φαινόμενο παρουσιάζεται εντονότερα στις νεότερες και εφηβικές ηλικίες διότι κατά τη διάρκεια εκείνης της περιόδου της ζωής μας επηρεαζόμαστε περισσότερο και διαμορφώνουμε αντιλήψεις, όπως και τον χαρακτήρα μας.

Τα Μ.Μ.Ε. υπάρχουν παντού- το ραδιόφωνο, η τηλεόραση, ο τύπος, το διαδίκτυο- και οι νέοι τα ακολουθούν πιστά. Η αλήθεια είναι πως αυτά τα μέσα χρησιμοποιούνται και για ψυχαγωγικούς λόγους, αλλά πάντα είναι μέρος της λειτουργίας τους η ενημέρωση. Πολλοί νέοι εκμεταλλεύονται την ανάπτυξη της τεχνολογίας και συνδυάζοντάς την με την ψυχαγωγία, πληροφορούνται από κάποια ηλεκτρονική εφημερίδα που είναι εύκολα προσβάσιμη και δωρεάν. Έπειτα μπορούν να μεταφέρουν τις πληροφορίες καθώς και να προτρέψουν και άλλους να ακολουθήσουν



ένα πιο ωραίο και ευχάριστο τρόπο ενημέρωσης.( όπως την ηλεκτρονική εφημερίδα) Ύστερα, ακούγοντας ραδιόφωνο ή παρακολουθώντας τηλεόραση ίσως υιοθετήσουν κάποιες ιδέες ή ενημερωθούν για θέματα της επικαιρότητας που και τους αφορούν άμεσα και αποτελούν χρήσιμες γνώσεις. Τέλος, και η εφημερίδα μπορεί να ενημερώσει κάποιο νέο αλλά χρησιμοποιείται λιγότερο λόγω της μεγαλύτερης επέκτασης της χρήσης του διαδικτύου. Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν και κάποιες κακές επιπτώσεις από τη σχέση των εφήβων με τα Μ.Μ.Ε. Πολλά μέσα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για προπαγάνδα, παραπληροφόρηση ή και προώθηση-προβολή λανθασμένων προτύπων και ιδεών. Υπάρχουν αρκετά άρθρα στο διαδίκτυο, για παράδειγμα, που δεν ελέγχονται και μπορούν να παραπληροφορήσουν πολύ εύκολα προωθώντας και λανθασμένες απόψεις. Αυτό είναι κάτι που συνηθίζεται και οι νεανικές ηλικίες επηρεάζονται πολύ περισσότερο, διότι ακόμα δεν έχουν αναπτύξει την κρίση τους και δεν είναι αρκετά ώριμοι ώστε να επιλέξουν τις σωστές πληροφορίες. Έπειτα, μπορεί κάποιες εφημερίδες ή ακόμα και κάποια τηλεοπτικά προγράμματα να υποστηρίζουν ιδέες και απόψεις κάποιας συγκεκριμένης ομάδας ατόμων, κάτι που λειτουργεί κα σαν προπαγάνδα. Τέλος, στον κόσμο του διαδικτύου υπάρχουν κάποιοι ιστότοποι όπως το Facebook ή το Twitter που μπορούν να επηρεάσουν πάρα πολύ τους νέους. Σε πρώτο επίπεδο μπορούν να περάσουν ιδέες και αντιλήψεις καθώς και να παραπληροφορήσουν, αφού κανείς δεν μπορεί να ελέγξει την ορθότητα των λεχθέντων. Σε δεύτερο επίπεδο μπορεί να επηρεαστεί ο χαρακτήρας και η συμπεριφορά των ατόμων. Αρχικά, αυτά τα sites μπορούν να βοηθήσουν στην κοινωνικοποίηση και απελευθέρωση κάποιων νέων αλλά την ίδια στιγμή μπορούν να τους οδηγήσουν σε εθισμό, στην αποξένωση και εσωστρέφειά τους.

Βλέποντας τον τρόπο που επηρεάζονται οι νέοι από τα Μ.Μ.Ε. καταλαβαίνουμε ότι υπάρχουν αρκετές αρνητικές επιπτώσεις από την χρήση τους. Όμως, η σωστή, περιορισμένη (κυρίως χρονικά) και ορθή χρήση μπορεί να τους βοηθήσει ώστε να επωφελούνται από αυτά και όχι να γίνονται οι ίδιοι μέσα προπαγάνδας καθώς και να λαμβάνουν λανθασμένες πληροφορίες. Με λίγα λόγια να μην «τρώνε μασημένη τροφή» αλλά να είναι πιο ανεξάρτητοι και να μην επηρεάζονται άσχημα από αυτά (να μην εξαρτώνται από αυτά χωρίς να χρησιμοποιούν τη δική τους κρίση).

## ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ Μ.Μ.Ε.

Στις μέρες μας τα Μ.Μ.Ε. (Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης) επηρεάζουν τις απόψεις των εφήβων με πολλούς και διάφορους τρόπους . Η μόδα, τα πρότυπα, ο τρόπος ψυχαγωγίας, ο τρόπος ενημέρωσης και οι πηγές πληροφοριών είναι θέματα τα οποία αφορούν άμεσα τους εφήβους. Οι νέοι ενημερώνονται και πληροφορούνται από την τηλεόραση , το ραδιόφωνο, τον τύπο και το διαδίκτυο.....

Η τηλεόραση έχει θετικά καθώς και αρνητικά στοιχεία. Ψυχαγωγεί άτομα κάθε ηλικίας, πληροφορεί για θέματα που αφορούν την καθημερινότητα μας και είναι χρήσιμα για εμάς όμως υπάρχει και η αντίθετη πλευρά όταν προβάλλονται εκπομπές οι οποίες προωθούν τα λεγόμενα “σκουπίδια της τηλεόρασης “. Λίγοι είναι οι έφηβοι οι οποίοι μπορούν να αποφύγουν την παρακολούθηση τέτοιου είδους εκπομπών όμως το μεγαλύτερο ποσοστό των εφήβων αφιερώνει αρκετό χρόνο στο να παρακολουθούν άχρηστες εκπομπές ή σίριαλ τα οποία δεν προσφέρουν τίποτα στους τηλεθεατές και δίνουν λάθος μηνύματα .Ένα ακόμη αρνητικό στοιχείο της τηλεόρασης είναι παχυσαρκία διότι έχει αποδειχθεί επιστημονικά πως την ώρα που ο τηλεθεατής παρακολουθεί ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα είναι αμέτοχος κι αυτό τον προτρέπει στο να ασχοληθεί με μια δραστηριότητα η οποία συνήθως είναι το φαγητό.....

Το ραδιόφωνο είναι ένα άλλο μέσο μαζικής ενημέρωσης το οποίο είναι πιο ευχάριστο στους νέους .Δεν θα μπορούσαμε να πούμε πως το ραδιόφωνο έχει κάποιο αρνητικό στοιχείο, αντιθέτως! Ψυχαγωγεί τους εφήβους παίζοντας διαρκώς μουσική, κομμάτια από κάθε είδος μουσικής κι έτσι ικανοποιεί τα γούστα όλων των εφήβων όπως κι οι εκπομπές είναι κάτι ευχάριστο για τους νέους. Στο ραδιόφωνο δεν υπάρχει οπτικό υλικό κι έτσι οι έφηβοι μπορούν να φανταστούν ό,τι ακούν, με τον δικό του τρόπο ο καθένας.

Ο τύπος είναι το πιο παλιό μέσο μαζικής ενημέρωσης. Δυστυχώς λίγοι είναι οι έφηβοι οι οποίοι επιλέγουν να ενημερώνονται μέσω του τύπου παρόλο που είναι καλή πηγή με χρήσιμα πράγματα. Δεν είναι λίγοι οι καθηγητές οι οποίοι προτρέπουν τους μαθητές τους να διαβάζουν τύπο λόγω του ότι έχει πλούσιο λεξιλόγιο το οποίο είναι χρήσιμο για το μάθημα της έκθεσης.....

Το διαδίκτυο είναι το πολυσυζητημένο Μ.Μ.Ε. ! Το διαδίκτυο είναι ίσως το καλύτερο μέσο μαζικής ενημέρωσης από την άποψη πως οι έφηβοι μπορούν να βρουν πληροφορίες για οποιοδήποτε θέμα σε ελάχιστο χρονικό διάστημα, μπορούν να ενημερωθούν από διάφορα blogs , να ψυχαγωγηθούν όμως το διαδίκτυο είναι το μοναδικό Μ.Μ.Ε. στο οποίο εύκολα κανείς μπορεί να πέσει θύμα απάτης κι όχι μόνο. Οι έφηβοι μπορούν να πέσουν θύματα σεξουαλικής παρενόχλησης από συνομιλίες στο chat και στο facebook, μπορεί να γίνει κλοπή προσωπικών δεδομένων ή ακόμα και χρηματικών ποσών. Έχει παρατηρηθεί πως ένα μεγάλο ποσοστό εφήβων εθίζετε στο διαδίκτυο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την μειωμένη σχολική επίδοση των μαθητών, την απομόνωση των παιδιών από τους άλλους, την διαταραχή ύπνου και πολλά άλλα. Πολλοί έφηβοι έχουν υποστεί ψυχικό τραυματισμό, αυτό έχει ως αποτέλεσμα αλλαγές στη συμπεριφορά των εφήβων. Γίνονται βίαιοι και επιθετικοί.

## **τρόποι άμυνας των νέων**

Οι τρόποι άμυνας των νέων για όλα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι η υιοθέτηση διαφόρων hobby, η κοινωνικότητα, η πνευματική ενασχόληση, η αποφυγή μετατροπής της τηλεόρασης σε υποκατάστατο δραστηριοτήτων, λιγότερος χρόνος παρακολούθησης τηλεόρασης και πλοήγησης στο διαδίκτυο.

## **Τα βασικά εφόδια των νέων κατά της επιρροής των Μ.Μ.Ε.**

Τα Μ.Μ.Ε. αποτελούν την κυριότερη πηγή ενημέρωσης και απόκτησης πληροφοριών και έχουν γίνει ένα μέσο επιρροής και ελέγχου των νέων οι οποίοι επηρεάζονται ευκολότερα από τις άλλες κοινωνικές ομάδες. Έτσι, θα πρέπει να υπάρχει εξέλιξη της νοητικής λειτουργίας και της ηθικής πλευράς των νέων για την άμυνα και προστασία τους από την επιρροή των Μ.Μ.Ε.

Αρχικά, οι νέοι θα πρέπει να αποκτήσουν γνώση, κριτική και ανεξάρτητη σκέψη για να φτάσουν στο επίπεδο στο οποίο θα μπορούν να ελέγχουν και να απορρίπτουν κάθε ανακριβή και λανθασμένη πληροφορία. Θα πρέπει να έχουν σωφροσύνη και να εκλογικευτούν αν θέλουν να

αποφύγουν την αλλοτρίωση και μαζικοποίησή τους η οποία πολλές φορές οδηγεί και στον ψυχικό τους τραυματισμό.

Ένας ακόμα στόχος ο οποίος πρέπει να επιτευχθεί είναι η κοινωνική ευαισθητοποίηση των νέων, ο ανθρωπισμός. Μέσω αυτών θα αποφευχθούν η απομάκρυνση και η απομόνωσή τους από τους υπολοίπους και θα ενισχυθεί η κοινωνικότητά τους. Επίσης, οι νέοι θα αποκτήσουν την αίσθηση της δικαιοσύνης, της αλληλεγγύης, της υπευθυνότητας αλλά και της μαχητικότητας μέσω της οποίας μπορούν να διεκδικούν τα δικαιώματά τους.

Ακόμα, οι νέοι θα πρέπει να έχουν κριτική στάση σε κάθε επίπεδο. Επιπλέον, πρέπει να απορρίπτουν κάθε αυθαιρεσία και καταπάτηση των ατομικών τους ελευθεριών. Τέλος, οι νέοι χρειάζεται να αποφεύγουν την προσβολή της αξιοπρέπειας και των ηθικών τους αξιών από τον οποιονδήποτε και να βρίσκονται σε θέση να αντιτίθενται σε οτιδήποτε δεν τους εκφράζει.

### **Χρήση – Διάδοση INTERNET στην Ελλάδα**

Η χρήση του Ίντερνετ αυξάνεται διαρκώς στην Ελλάδα, καθώς αυτήν τη στιγμή, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι Έλληνες χρήστες υπολογίζονται στα 3.800.000. Από το 2000 μέχρι σήμερα η αύξηση των συνδέσεων φτάνει το 280%. Σύμφωνα με τη Eurostat, το ποσοστό των νοικοκυριών που έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο στην Ελλάδα είναι 25%. Από τα νοικοκυριά αυτά, το 35% χρησιμοποιεί τις μηχανές αναζήτησης, το 26% το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το 12% κατεβάζει και εγκαθιστά προγράμματα από το Ίντερνετ, το 11% συμμετέχει σε συζητήσεις, το 6% πραγματοποιεί τηλεφωνικές κλήσεις μέσω Διαδικτύου και το 5% δημιουργεί ιστοσελίδες.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Μέσα από την Ερευνητική Εργασία καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι τα Μ.Μ.Ε. αποτελούν ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της ζωής μας. Μας επηρεάζουν σε ένα πολύ μεγάλο βαθμό και τις περισσότερες φορές, αν όχι όλες, έχοντας κακό σκοπό. Αρκετές φορές εξυπηρετούν πολιτικά αλλά και οικονομικά συμφέροντα φτάνοντας στο σημείο να ασκούν εξουσία ή και ακόμα να είναι μέρος της εξουσίας. Εξαγοράζουν συνειδήσεις με σκοπό την πραγματοποίηση του στόχου τους, το κέρδος.

Βρίσκονται σε θέση να καλλιεργούν πρότυπα βαθιά μέσα μας με μοναδικό τους στόχο τη χειραγώγηση μας.

Τέλος, ο μόνος τρόπος αντίστασης μας είναι η αλλαγή του πολιτικού και κοινωνικού μας συστήματος καθώς τα Μ.Μ.Ε. έχουν γίνει μία αντανάκλαση της διεφθαρμένης μας κοινωνίας.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΤΙΤΛΟΣ	ΣΕΛ
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	3
ΣΧΕΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ –ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	4
ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ	4
ΜΜΕ ΚΑΙ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ	5
ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΜΜΕ	5
ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΜΜΕ	6
ΑΣΚΗΣΗ ΕΞΟΥΣΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ	7
Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΣΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ	8
ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΕΠΗΡΕΑΖΟΝΤΑΙ ΟΙ ΕΦΗΒΟΙ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ	8
ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΜΜΕ	10
ΤΡΟΠΟΙ ΑΜΥΝΑΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ	11
ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΕΦΟΔΙΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΤΩΝ ΜΜΕ	11
ΧΡΗΣΗ – ΔΙΑΔΟΣΗ ΙΝΤΕΡΝΕΤ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	12
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ	13

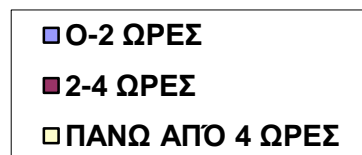
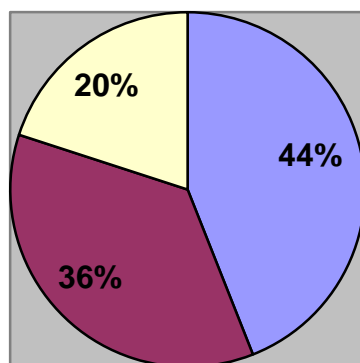
## ΠΗΓΕΣ

ΒΙΚΙΠΑΙΔΕΙΑ

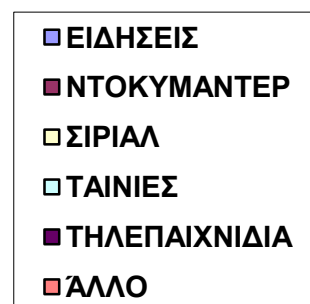
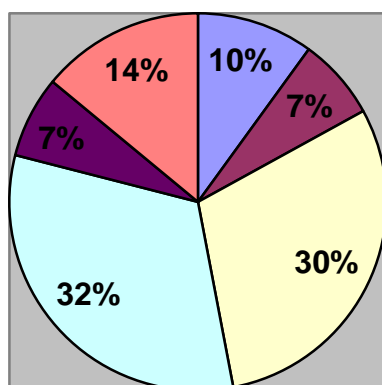
ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΕΙΑ ΔΟΜΗ

ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΙΚΟ ΛΕΞΙΚΟ « ΠΑΠΥΡΟΣ ΛΑΡΟΥΣ. ΤΟ ΠΑΠΥΡΑΚΙ»

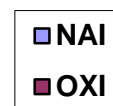
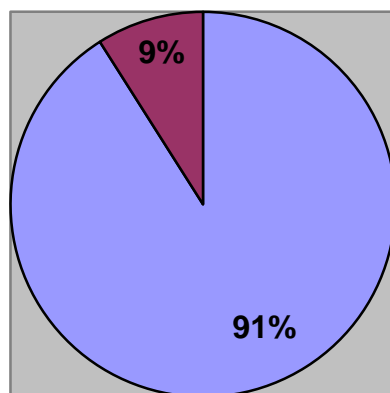
## 1. ΠΟΣΕΣ ΩΡΕΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΕ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ;



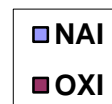
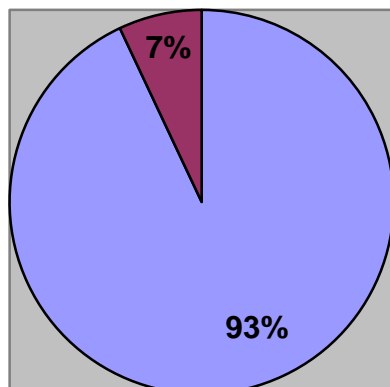
## 2. ΤΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΕ ΣΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ;



### 3. ΕΧΕΤΕ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ ;

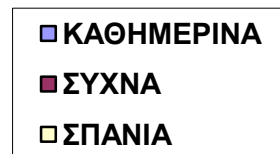
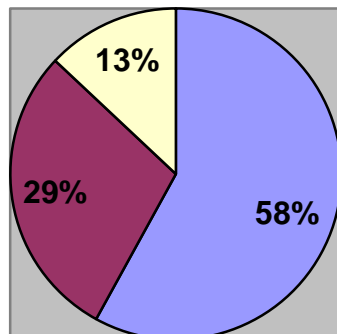


### 4. ΕΧΕΤΕ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;

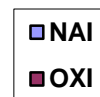
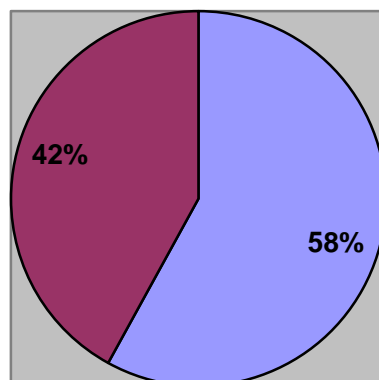




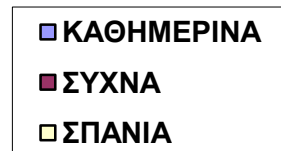
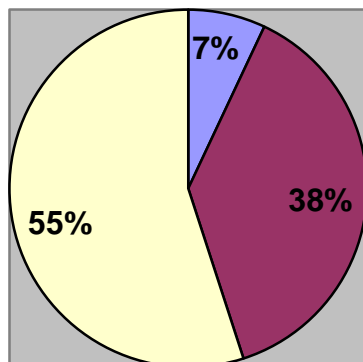
## 5. ΠΟΣΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;



## 6. ΔΙΑΒΑΖΕΤΕ ΤΥΠΟ ;



## 7. ΚΑΘΕ ΠΟΤΕ ;



## 8. ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΔΙΑΒΑΖΕΤΕ;

