

Η ΨΥΧΟΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ: ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΗ ΜΟΝΑΔΑ ΤΕΧΝΗΤΟΥ ΝΕΦΡΟΥ

Παρασκευή Α. Θεοφίλου*

Περίληψη

Με εξαίρεση κάποιες από τις θεωρίες που αναφέρονται στις επιδράσεις των ΜΜΕ, η πλειοψηφία αυτών αντιλαμβάνονται το άτομο ως παθητικό δέκτη των όσων τα Μέσα προτείνουν. Ωστόσο, υπάρχουν και ορισμένοι θεωρητικοί, οι οποίοι υποστηρίζουν ότι τα άτομα έχουν στόχους που επηρεάζουν τη χρήση των ΜΜΕ καθώς και ότι τα τελευταία χρησιμοποιούνται από τα άτομα για να καλυφθούν κάποιες ανάγκες τους, γνωστικές, συναισθηματικές ή προσωπικής ολοκλήρωσης. Έρευνα, η οποία υλοποιήθηκε σε μονάδα τεχνητού νεφρού γενικού νοσοκομείου αναφορικά με τη χρήση των ΜΜΕ από τους ασθενείς, έδειξε ότι η τηλεόραση είναι το μέσο που κυριαρχεί στη ΜΤΝ. Χρησιμοποιείται για να καλύψει δύο βασικές ανάγκες των ασθενών: την ανάγκη για ενημέρωση και την ανάγκη για εκτόνωση της έντασης. Παρά την έντονα προβαλλόμενη αρνητική εικόνα της τηλεόρασης από τους θεωρητικούς των ΜΜΕ, οι ανάγκες που γεννά το συγκεκριμένο περιβάλλον του νοσοκομείου είναι τέτοιες που κάνουν τις θετικές επιδράσεις της να υπερσκελίζουν τις αρνητικές.

Εισαγωγή

“Παιδιά, ποιος μπορεί να μας πει τί χρωστάει ο αιώνας μας στον Τόμας Έντισον;”
“Δάσκαλε, εγώ μπορώ να απαντήσω! Χωρίς τον κύριο Έντισον θα βλέπαμε τηλεόραση στο φως των κεριών”. Αυτό το ανέκδοτο που ανέφερε ο G. Gerbner στο διεθνές συνέδριο με θέμα την κατασκευή της πραγματικότητας και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, το οποίο έγινε στην Αθήνα το 1996 (Gerbner, 1998), δείχνει τα σημάδια στην αντιληψη των παιδιών που αφήνει η χρήση της τηλεόρασης, το βαθμό στον οποίο έχει ενσωματωθεί η τηλεόραση στη ζωή τους, τη σημαντικότητα που τα ίδια αντιλαμβάνονται να έχει στο χώρο τους και τον κόσμο τους. Αυτό συμβαίνει γιατί οι αφηγήσεις, που είναι τόσο ουσιαστικές για τα παιδιά, λαμβάνονται στην εποχή μας κατά ένα μεγάλο μέρος από την τηλεόραση, η οποία έχει πια το ρόλο του παραμυθιά και έχει καταλάβει τη θέση της γιαγιάς.
Όμως, οι αφηγήσεις δεν είναι σημαντικές μόνο για τα παιδιά. Ο Gerbner (1998) προτείνει ότι η “πραγματικότητα δεν είναι παρά μια αφήγηση”. Βιώνουμε τις εμπειρίες μας περισσότερο όταν τις αφηγούμαστε παρά όταν τις ζούμε. Με την αφήγηση τα βιώματά μας γίνονται πιο συνειδητά, πιο ορατά. Ο κόσμος μας λοιπόν χτίζεται μέσα από τις αφηγήσεις μας και έτσι η διαδικασία της

* Κοινωνική λειτουργός στο Γ.Ν.Μ. «Α. ΦΛΕΜΠΚ», ψυχολόγος, αποσπασμένη στην Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης (διοίκηση υπηρεσιών υγείας). Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών «Κοινωνικός Αποκλεισμός, Μειονότητες & Φύλο» του τμήματος Κοινωνιολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου.

αφήγησης μπορεί να θεωρηθεί ως ο πλέον σημαντικός παράγοντας στο σχηματισμό της κουλτούρας. Ο Gerbner θεωρεί ότι υπάρχουν τρεις κατηγορίες αφηγήσεων σχετικές με α) τον τρόπο λειτουργίας των πραγμάτων, β) τα γεγονότα, τις ειδήσεις και τους μύθους και γ) τις αξίες και επιλογές. Το σύνολο αυτών των κατηγοριών μεταβάλλεται ανάλογα με τις αλλαγές που διέπουν τις κοινωνίες. Έτσι, σύμφωνα πάντα με τον Gerbner (1998) με τη βιομηχανική επανάσταση η αφήγηση τυπώθηκε, δημοσιεύτηκε σε μία κοινότητα ατόμων που ονομάστηκε κοινό και το οποίο έδωσε τη δυνατότητα στις κοινότητες της αίσθησης της συλλογικής δύναμης ή αδυναμίας. Με την ηλεκτρονική επανάσταση, η αφήγηση έγινε μεταξύ των άλλων και τηλεοπτική, το κοινό μετατράπηκε σε μάζα και έτσι δημιουργήθηκε ένας καινούργιος τύπος κοινωνίας, **η μαζική κοινωνία**.

Θεωρητικές προσεγγίσεις σχετικά με την επίδραση των ΜΜΕ

Δύο είναι λοιπόν οι προβληματικές που αναδύονται στις αρχές του 19ου αιώνα: αυτή της μαζικής κοινωνίας και αυτή των μαζικών επικοινωνιών (Χρηστάκης, 1998). Τα μαζικά μέσα επικοινωνίας τίθενται στο στόχαστρο και φιλόσοφοι, κοινωνιολόγοι, ψυχολόγοι και άλλοι επιστήμονες προσπαθούν να πάρουν θέση απέναντι στο νέο αυτό φαινόμενο. Φυσικά, όπως κάθε τι το καινούργιο, δημιουργεί αρχικά φόβους που άλλοτε βγαίνουν αληθινοί, άλλοτε όχι και άλλοτε, παρότι βγαίνουν αληθινοί, το κοινό προτιμά να μην εστιάζει σε αυτούς πια διότι τα οφέλη που στη συνέχεια προκύπτουν είναι μεγάλη.

Από τις πρώτες αντιδράσεις που εμφανίστηκαν σχετικά με τα μέσα μαζικής επικοινωνίας ήταν αυτή των επιστημόνων που ανήκαν στη σχολή της Φρανκφούρτης, όπως ο Adorno, ο Marcuse και ο Habermas, οι οποίοι αναφέρθηκαν στο φαινόμενο της βιομηχανοποίησης της κουλτούρας και οι οποίοι στην κριτική τους τονίζουν ότι παίζει διαχειριστικό ρόλο με στόχο να ελεγχθεί η αντιδραστική συνείδηση και έτσι να μειωθούν τα εμπόδια ως προς την εξέλιξη του καπιταλισμού.

Ο Adorno θεωρούσε ότι τα ΜΜΕ μειώνουν την πιθανότητα για διαφωτισμό του ατόμου και έχουν τη δυνατότητα να το επαναφέρουν στο επίπεδο του βαρβάρου (www.cultsock.ndirect.co.uk). Ο προβληματισμός του Adorno (1991) σε σχέση με την τηλεόραση αφορούσε την πιθανή επίδρασή της στο θεατή. Έχοντας ως εργαλεία τη γνώση για τη μαζική ή λαϊκότητα, όπως την αποκαλεί, κουλτούρα και τα θεωρητικά δεδομένα της ψυχολογίας του βάθους, επιχείρησε να καθορίσει το είδος της επίδρασης προκειμένου το τηλεοπτικό κοινό να έχει την απαραίτητη πληροφόρηση για το χειρισμό αυτής της επίδρασης. Ο ίδιος (1991) ξεκινάει τη θεωρητική του διερεύνηση με κάποιες διαπιστώσεις για τη λαϊκότητα κουλτούρα, της οποίας γνήσιος εκφραστής είναι το τηλεοπτικό μέσο. Παρατηρεί ότι η κυρίαρχη θέση της στη σύγχρονη πολιτιστική πραγματικότητα έχει διαμορφώσει ένα καθεστώς που στιγματίζει ως «διανοουμενίστικη» οποιαδήποτε προσπάθεια κινείται εκτός των ορίων του και εμποδίζει την πρόσβασή της στο ευρύ κοινό. Επιπλέον, το χαρακτηριστικό της επαναληπτικότητας και της πανταχού παρουσίας της καθηλώνει το θεατή και εξουδετερώνει τις αντιστάσεις του. Σε ιδεολογικό επίπεδο, η μαζική κουλτούρα, αν και φαίνεται να στηρίζει παραδοσιακές αξίες, στην πραγματικότητα υιοθετεί μία αυταρχική στάση υπαγορεύοντας την προσαρμογή και την τυφλή υπακοή στους κοινωνικούς κανόνες.

Από την άλλη πλευρά, η μελέτη των μαζικών μέσων και της τηλεόρασης πιο συγκεκριμένα, υπό το θεωρητικό πρίσμα της ψυχολογίας του βάθους, αποκαλύπτει ότι η πολυστρωματική δομή των μηνυμάτων που εκπέμπει καθιστά δύσκολη την τήρηση μίας κριτικής στάσης των θεατών απέναντί τους. Αυτό συμβαίνει γιατί αν και το φανερό νόημα είναι αξιολογίσιμο, υπάρχει και το λανθάνον που διαφεύγει του ελέγχου της συνείδησης. Εντάσσοντας τη ψυχαναλυτική θεωρία περί

προσωπικότητας στο οπλοστάσιό της, η πολιτιστική βιομηχανία εφνύρε τρόπους να χειραγωγεί το κοινό φέρνοντάς το σε μία κατάσταση μακαριότητας, διανοητικής παθητικότητας και ευπιστίας.

Επιπροσθέτως, ο Adorno (1991) επέστησε την προσοχή στην επίπτωση που μπορεί να έχει η τυποποίηση που χαρακτηρίζει τα τηλεοπτικά προϊόντα, στον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεται ο θεατής την πραγματικότητα. Η επαναλαμβανόμενη έκθεσή του σε συσχετισμούς καθημερινών καταστάσεων με ακραία γεγονότα, που αποτελούν συνήθως το θέμα των τηλεοπτικών εκπομπών, μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την παγίωση σχημάτων στη σκέψη του θεατή, κατά τα άλλα αβάσιμων.

Τέλος, ο Adorno (1991) επεσήμανε το ρόλο της τηλεόρασης στην κατασκευή στερεοτύπων. Η απλοϊκή προσέγγιση προσώπων και γεγονότων για την οποία μόνο είναι ικανή η τηλεόραση, ενδέχεται να οδηγήσει και τους θεατές σε μια απλοϊκή θεώρηση της πραγματικότητας. Η πλαστική προσωποποίηση, τεχνική στην οποία συχνά επιδίδεται η τηλεοπτική παραγωγή προκειμένου να σχολιάσει μία κατάσταση, συνίσταται στην αναγωγή ενός συνόλου φαινομένων στα χαρακτηριστικά ενός άτομου. Έτσι, ο θεατής δεν έχει παρά να ταυτιστεί με αυτό το άτομο ή να το απορρίψει, λειτουργώντας νοητικά σε επίπεδο ενδοομάδας-εξωομάδας, μη εμβαθύνοντας περαιτέρω. Η εφαρμογή αυτού του κριτηρίου και στην αντιμετώπιση πραγματικών καταστάσεων, που είναι πιθανόν από συνήθεια να υιοθετηθεί, καθιστά, δίχως άλλο, το άτομο φορέα στερεοτυπικών αντιλήψεων.

Ο Marcuse κατηγορήσε την Αμερική ότι μέσα από τα ΜΜΕ έφτιαξε μία κουλτούρα, η οποία αφαιρεί από το άτομο το δικαίωμα σε εναλλακτική από την υπάρχουσα δράση. Στο βιβλίο του “ο μονοδιάστατος άνθρωπος” γράφει :

«... νοητική ελευθερία θα σήμαινε την παλινόρθωση της ατομικής σκέψης που τώρα είναι απορροφημένη από τη μαζική επικοινωνία και τον προσπλητισμό, την καταστροφή της “κοινής γνώμης” μαζί με αυτούς που την δημιουργούν» (Marcuse, σ.4)

Ένας ριζοσπαστικός κριτής των ΜΜΕ ήταν ο McLuhan, ο οποίος εξέφρασε την ιδέα ότι το «μέσο είναι το μήνυμα». Το περιεχόμενο δεν παίζει ρόλο. Κατά την άποψή του το θέμα είναι όλη η «φόρμα» των μέσων, η οποία έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει την αντίληψη και την σκέψη του ατόμου και να την κάνει απλή και επαναλαμβανόμενη. Τα ΜΜΕ θα οδηγήσουν τον πολιτισμό μας στην παλινδρόμηση, με αποτέλεσμα να γίνουμε όλοι μία φυλή, ένα παγκόσμιο χωριό. Η κριτική που του ασκήθηκε ήταν έντονη, ειδικά σε σχέση με τη θέση του ως προς το περιεχόμενο των μέσων ως ασήμαντο (Severin & Tankard, 1992). Διέκρινε τα μέσα σε δύο κατηγορίες, τα θερμά και τα ψυχρά. Θερμό μέσο κατά τον McLuhan είναι εκείνο που τροφοδοτεί με αισθητηριακά δεδομένα μία και μόνη αίσθηση προεκτείνοντάς την με υψηλή ευκρίνεια, π.χ το ραδιόφωνο σε σχέση με την ακοή. Το ψυχρό μέσο είναι χαμηλής ευκρίνειας, δίνει δηλαδή πολύ λίγες πληροφορίες υποχρεώνοντας το άτομο να συμπληρώσει τα υπόλοιπα, π.χ το τηλέφωνο σε σχέση με την ακοή. Έτσι, ενώ τα θερμά μέσα δεν αφήνουν περιθώρια εμπλοκής του ατόμου, τα ψυχρά την απαιτούν, ασκώντας με αυτό τον τρόπο διαφορετικές επιδράσεις στο κοινό.

Πιο συγκεκριμένα, η τηλεόραση, η πιο πρόσφατη προέκταση του κεντρικού νευρικού μας συστήματος κατά τον McLuhan, αποτελεί ένα μέσο χαμηλής έντασης και ευκρίνειας που δίνει στο θεατή μία μάλλον ασαφή εικόνα του αντικειμένου που παρουσιάζει. Τον καλεί με αυτόν τον τρόπο σε μία ενεργητική παρακολούθηση που απαιτεί τη συμβολή του συνόλου των αισθήσεών του για την επίτευξη της απόδοσης του νοήματος. Εξαιτίας αυτής της ιδιαιτερότητάς της, η τηλεόραση θεωρείται το ιδανικό μέσο για την εκπομπή προγραμμάτων που περιγράφουν μία διαδικα-

σία που πρέπει να ολοκληρωθεί. Πάντως, το παράδοξο σε σχέση με την εμπειρία της τηλεοπτικής παρακολούθησης είναι ότι η μεγάλη αισθητηριακή εμπλοκή δε συνεπάγεται μεγάλη συναισθηματική φόρτιση, όπως ίσως θα ήταν αναμενόμενο (McLuhan, 1991).

Ο Noam Chomsky είναι ένας θεωρητικός που εξέφρασε και εκφράζει ακόμα έντονες και ενδιαφέρουσες αντιδράσεις ως προς την επίδραση των ΜΜΕ. Το μοντέλο της προπαγάνδας είναι στενά συνδεδεμένο με το όνομά του καθώς και αυτό του Herman. Για τον Chomsky στα ΜΜΕ δεν υπάρχουν διαφορές μεταξύ των δημοκρατικών και των απολυταρχικών κρατών σε σχέση με τις λειτουργίες τους. Και στις δύο περιπτώσεις τα ΜΜΕ κάνουν το κοινό τους να συμμορφωθεί στα συμφέροντα των λίγων που έχουν τη διάθεση να κυριαρχήσουν και οι οποίοι τα χρησιμοποιούν ως μέσα προπαγάνδας στην πολιτική και καταναλωτική αρένα (www.bath.ac.uk). Τα ΜΜΕ ελέγχουν το άτομο με διάφορους τρόπους. Ένας από αυτούς είναι ότι τα μέσα εμφανίζονται ανοικτά, δίνουν δηλαδή την αίσθηση του πλουραλισμού. Έτσι το σύστημα που τα προάγει μπορεί να ξεγλιστρήσει, να φαίνεται και αυτό πιο δημοκρατικό, ενώ παράλληλα τα χρησιμοποιεί για να μετατρέψει τον πληθυσμό σε ένα πειθήνιο εκτελεστικό όργανο. Με αυτό το υποτιθέμενο δημοκρατικό τους ύφος, τα μέσα δίνουν την αίσθηση στο άτομο-μέλος της κοινωνίας του ελέγχου επί των καταστάσεων, μία αίσθηση όμως ψευδή που παρόλα αυτά κάνει το άτομο περισσότερο ικανοποιημένο. Ένα άλλο εργαλείο ελέγχου που χρησιμοποιούν τα μέσα είναι η προπαγάνδα, την οποία εφαρμόζουν σε δύο επίπεδα του συστήματος, στην κορυφή και στη ρίζα. Η προπαγάνδα στις ρίζες του συστήματος στοχεύει στις λαϊκές μάζες έχοντας ως απώτερο σκοπό τον αντιπερισπασμό (Chomsky, 1999b). Όταν ένα μεγάλο πρόβλημα προκύπτει για το οποίο οι χειρισμοί της εκάστοτε κυβέρνησης είναι τέτοιοι που μπορούν να προκαλέσουν αντιδράσεις, τότε τα ΜΜΕ έχουν τη δυνατότητα να στρέψουν την προσοχή του κοινού σε άλλα θέματα, έτσι ώστε να μειωθεί η πιθανότητα για αυτές τις αντιδράσεις (Chomsky, 1999a). Η δε προπαγάνδα στην κορυφή του συστήματος στοχεύει στα μορφωμένα στρώματα του πληθυσμού, τα οποία παίζουν σημαντικό ρόλο στη λήψη αποφάσεων. Όσον αφορά την τηλεόραση, ο Chomsky υποστηρίζει ότι παίζει το ρόλο της baby - sitter. Ένας λόγος που τα παιδιά βλέπουν τόσο πολύ τηλεόραση είναι διότι η επικοινωνιακή σχέση ανάμεσα στο γονέα και το παιδί έχει μειωθεί κατά 40% από το 1960 και μέχρι σήμερα. Και οι δύο γονείς είναι υποχρεωμένοι να εργάζονται πολλές ώρες για να υπάρχει φαγητό στο τραπέζι. Από την άλλη μεριά, υπάρχουν λίγα μόνο προγράμματα για τη φροντίδα των παιδιών στη διάρκεια της ημέρας. Ο Chomsky καταλήγει στο ότι:

“... το να ρίχνουμε το φταίξιμο στη ίδια την τηλεόραση δεν είναι και πολύ πειστικό. Δεν είναι δύναμη της φύσης - είναι ο πυρήνας της κουλτούρας του μάρκετινγκ και έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να αποδίδει ορισμένα αποτελέσματα. Δεν προσπαθεί να σε ενδυναμώσει. Πάλι και πάλι, φυτεύει στο κεφάλι σου μηνύματα σχεδιασμένα με σκοπό να σου καταστρέψουν το νου και να σε χωρίσουν από τους άλλους ανθρώπους. Αυτό όντως είναι ένα αποτέλεσμα” (Chomsky, 1999a, σ. 61-62).

Η θεωρητική προσέγγιση που αργότερα ονομάστηκε η θεωρία της σφαίρας (bullet theory) εν γένει διατείνεται ότι ο άνθρωπος και η κουλτούρα του κινδυνεύουν από τα ΜΜΕ, μια που το άτομο γίνεται αντιληπτό ως παθητικός δέκτης στην έκθεση των όσων προβάλλονται από αυτά – οι δε επιδράσεις των μέσων είναι ίδιες για όλα τα άτομα, και το ίδιο άμεσες και βλαβερές για όλους. Αν και πλέον τέτοιου τύπου αντιλήψεις θεωρούνται αρκετά απλοϊκές, κάποιοι τις εμπιστεύονται

ακόμα, παρά το γεγονός ότι από την αρχή οι έρευνες που έγιναν δεν έφεραν ευρήματα που να υποστηρίζουν τη θεωρία της σφαίρας – αντίθετα φάνηκε ότι τα μέσα μπορούν να μεταδώσουν πληροφορία αλλά δεν έχουν τη δύναμη να αλλάζουν στάσεις (Severin & Tankard, 1992).

Στις λιγότερο ριζοσπαστικές θεωρίες ανήκει αυτή του Hall, ο οποίος πρότεινε τη θεωρία της “υποδοχής” (the reception model), σύμφωνα με την οποία ένα μήνυμα κωδικοποιείται από τον πομπό και αποκωδικοποιείται από τον δέκτη και κατά τη διάρκεια αυτών των διαδικασιών υπόκειται σε κάποιες αλλαγές. Συνεπάγεται ότι κάθε μήνυμα μπορεί να φέρει παραπάνω από μία ερμηνείες. Σύμφωνα με τον Hall, το άτομο δεν είναι μία άδεια σελίδα πάνω στην οποία καταγράφεται απλώς το μήνυμα, αλλά κρατάει ενεργό ρόλο στην επεξεργασία του μηνύματος και στην ερμηνεία του. Η ταυτότητα και τα βιώματά του παίζουν σημαντικό ρόλο στον τρόπο με τον οποίο θα αποκωδικοποιηθεί το μήνυμα. Υπάρχουν τρεις τρόποι επεξεργασίας ενός μηνύματος: I) ο κυρίαρχος ηγεμονικός τρόπος, II) ο αντικειμενικός τρόπος και III) ο αντιδραστικός τρόπος που τείνει να απορρίπτει το ηγεμονικό πλαίσιο. Το μοντέλο αυτό είναι λιγότερο αποκρατικό και περισσότερο εμπειρικό (www.bath.ac.uk).

Ο Klapper εξέφρασε και αυτός την ιδέα ότι ένα μήνυμα και η ερμηνεία του είναι ευάλωτο σε διαδικασίες, όπως την επιλεκτική αντίληψη (selective perception), την επιλεκτική έκθεση (selective exposure) και την επιλεκτική κράτηση (selective retention) της πληροφορίας. Αυτές οι επιλεκτικές διεργασίες καθιστούν ένα μήνυμα λιγότερο αποτελεσματικό. Οι στάσεις του Hall καθώς και του Klapper εμπεριέχονται σε μία ομάδα προσεγγίσεων σχετικά με τη δράση των ΜΜΕ στο άτομο που ονομάστηκαν μοντέλα “περιορισμένων επιδράσεων” (the limited effects model) (Severin & Tankard, 1992).

Ο Gerbner στη θεωρία του (cultivation theory) κρατάει και αυτός μία στάση λιγότερο ριζοσπαστική ενώ διατείνεται ότι τα ΜΜΕ, ειδικά στην Αμερικανική κουλτούρα, κρατούν θέση πυρήνα και είναι ένα ακόμα μέλος στην οικογένεια. Αρχικά ανέφερε ότι η τηλεόραση έχει τη δυνατότητα να καλλιεργήσει στα άτομα κοινές απόψεις, κοινούς ρόλους και κοινές αξίες. Με την ερευνητική του δουλειά κατέδειξε όμως ότι η επίδραση των ΜΜΕ έχει να κάνει και με παράγοντες εξωγενείς των μέσων. Ένας τέτοιος παράγοντας είναι το πόσο εκτίθεται κάποιος σε αυτά. Οι έρευνές του έδειξαν ότι τα άτομα που βλέπουν πολύ τηλεόραση διαφέρουν στις απόψεις τους για τον περιβάλλοντα χώρο από τα άτομα που βλέπουν λιγότερο. Στη τελική της φάση η θεωρία του περιέχει δύο διαφορετικές έννοιες, αυτές της σύγκλισης (mainstreaming) και της αντήχησης (resonance). Σύμφωνα με την πρώτη, η αυξημένη τηλεθέαση μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την σύγκλιση απόψεων μεταξύ των ατόμων ενώ σύμφωνα με την αντήχηση η ίδια κατάσταση της αυξημένης έκθεσης στην τηλεόραση μπορεί να έχει για κάποιες ομάδες ατόμων, ως προς το φαινόμενο της καλλιέργειας, μεγαλύτερη επίδραση από ότι για κάποιες άλλες. Συμπεράνε δε, ότι οι τηλεθεατές είναι ένα ενεργητικό ακροατήριο, που αξιολογεί το περιεχόμενο της τηλεόρασης (Severin & Tankard, 1992).

Τα μοντέλα αυτά που είναι μετριοπαθή όσον αφορά τον κίνδυνο των επιδράσεων κυριάρχησαν έως και το 1970 περίπου και από τότε, όσα μοντέλα έχουν προκύψει θεωρούν τις επιδράσεις των μέσων ως όλο και πιο έντονες και επικίνδυνες για το άτομο. Μία από αυτές τις θεωρίες είναι αυτή της Noelle-Neumann, η θεωρία της “σπειροειδούς γραμμής της σιωπής” (spiral of silence). Σύμφωνα με αυτήν, η μαζική επικοινωνία διέπεται από τρία χαρακτηριστικά: τη συσσωρευση, την πανταχού παρουσία τους και τη συνήχηση, δηλαδή το γεγονός ότι όλα τα μέσα δείχνουν με ομοιογένεια ένα γεγονός και έτσι η έννοια του πλουραλισμού καταρρίπτεται. Ειδικά το τελευ-

ταίο είναι πολύ σημαντικό διότι είναι αυτό που καθιστά τα άτομα να είναι πλέον αδύναμα απέναντι στην επιλογή, εφ' όσον έχουν να επιλέξουν μεταξύ πανομοιότυπων πραγμάτων. Έναν άλλο παράγοντα που εμπεριέχει αυτή η θεωρία είναι το γεγονός ότι τα άτομα προτού εκφράσουν άποψη για ο,τιδήποτε, θέλουν να διαπιστώνουν αν βρίσκεται η άποψή τους αυτή στην πλειοψηφία των λοιπών απόψεων και την εκφράζουν μόνο σε αυτή την περίπτωση. Όσοι πιστεύουν ότι η γνώμη τους είναι αντίθετη με αυτή των περισσοτέρων, σιωπούν. Τα μέσα συμβάλλουν στη αποσιώπηση απόψεων με τρεις τρόπους: 1) Σχηματίζουν εντυπώσεις για το ποιες απόψεις είναι κυρίαρχες, 2) για το ποιες είναι εκείνες οι απόψεις που αυξάνεται ο βαθμός κυριαρχίας τους και 3) ποιες είναι εκείνες που μπορεί κάποιος να εκφράσει χωρίς να κινδυνεύει να στιγματιστεί (Severin & Tankard, 1992).

Τέλος, μία αρκετά πρόσφατη θεωρία, αυτή των Fankhouser και Shaw, που ονομάζεται η “επίδραση της συνθετικής εμπειρίας” (the effects of synthetic experience), είναι αρκετά σημαντική διότι δε θίγει μόνο το περιεχόμενο των μέσων αλλά και τον τρόπο, με τον οποίο το περιεχόμενο υπόκειται σε επεξεργασία από τα μέσα και στη συνέχεια παρουσιάζεται στο θεατή. Το γεγονός ότι η τηλεόραση έχει την ικανότητα να δείχνει μία σκηνή σε αργή ταχύτητα, ότι ακόμα μπορεί να δένει εικόνες μαζί με ένα τρόπο που δεν μπορεί να βιώσει κανείς στην πραγματικότητα, οι μεταβολές που γίνονται στο χώρο και στο χρόνο από τον σκηνοθέτη, όλα αυτά έχουν κάποια επίδραση στο άτομο. Στην περίπτωση της υπερβολικής έκθεσης σε τέτοιες διαστρεβλώσεις της πραγματικότητας τα ξηξή μπορούν να συμβούν: έλλειμμα στην ανοχή της ανίας και της αδράνειας, υψηλές προσδοκίες για τελειότητα, προσδοκίες για εύκολες και γρήγορες λύσεις σε προβλήματα, διαστρέβλωση των αντιλήψεων για κάποια κοινωνικά και φυσικά φαινόμενα και τέλος περιορισμένη επαφή του ατόμου με το ίδιο του το περιβάλλον καθώς και επιφανειακή άποψη γι' αυτό. Οι Fankhouser και Shaw προτείνουν να γίνει περαιτέρω έρευνα στα θέματα που έθεσαν (Severin & Tankard, 1992).

Συνοπτικά, βλέπουμε έντονες αρνητικές αντιδράσεις ως προς την επίδραση των μέσων γύρω στις δεκαετίες από το 1920 έως το 1940, βλέπουμε τις αντιδράσεις να μειώνονται από το 1940 έως και το 1960 αλλά είναι ακόμα αρνητικές, ενώ από το 1970 και μετά οι απόψεις άρχισαν να αυξάνονται πάλι σε ένταση και αυτή τη φορά με κάποιες αποδείξεις που προέκυπταν από έρευνες. Βεβαίως πρέπει να αναφέρουμε ότι ποτέ δεν έλειψε η κριτική για κάθε ερευνητική προσπάθεια σχετικά με τη μεθοδολογία.

Οι χρήσεις και οι λειτουργίες της τηλεόρασης

Με εξαίρεση κάποιες από τις προαναφερθείσες θεωρίες, η πλειονότητα των προσεγγίσεων αντιλαμβάνονταν το άτομο ως παθητικό δέκτη των όσων τα μέσα προτείνουν. Επιπροσθέτως, υπήρξε ένας κορεσμός σχετικά με τη διερεύνηση των στόχων των μέσων. Έτσι, σαν αντίδοτο στις δύο αυτές κυριαρχούσες τάσεις της επιστημονικής κοινότητας, δημιουργήθηκε η θεωρία των χρήσεων και ικανοποιήσεων που αφενός δέχεται το κοινό ως “ενεργό” και αφετέρου εστιάζεται στο τι κάνει το κοινό στα μέσα, γιατί τα χρησιμοποιεί και ποιες είναι οι ικανοποιήσεις στις οποίες αποσκοπεί όταν τα τοποθετεί και αυτά μέσα στην γκάμα των επικοινωνιακών του συμπεριφορών (Severin & Tankard, 1992).

Οι Katz, Blumer και Gurevitch, συνέλαβαν μία υποκειμενική και αλληλοδραστική προσέγγιση στην προσπάθειά τους να απαντήσουν σε αυτά τα ερωτήματα. Σύμφωνα με τη θεωρία τους, οι κοινωνικές και ψυχολογικές διαστάσεις του ατόμου δημιουργούν κάποιες ανάγκες που με τη

σειρά τους μετατρέπονται σε προσδοκίες σχετικά με τα ΜΜΕ. Οι προσδοκίες αυτές ανάλογα με το ποιες είναι, δημιουργούν διαφορετικά για το κάθε άτομο συστήματα χρήσης των μέσων, έτσι ώστε να ικανοποιηθούν οι ανάγκες του (Παπαθανασόπουλος, 2000). Εξελίσσοντας το μοντέλο αυτό, οι McQuail, Blumer, & Brown, έδωσαν λιγότερη έμφαση στις ανάγκες και περισσότερη τόσο στο κοινωνικό περιβάλλον του ατόμου, όσο και στην εμπειρία και τις προσδοκίες που έχει σχετικά με τα μέσα. Παρήγαγαν λοιπόν μία σύγχρονη άποψη η οποία εμπεριέχει 5 προϋποθέσεις:

1. Τα άτομα έχουν στόχους, οι οποίοι επηρεάζουν τη χρήση των ΜΜΕ.
2. Τα ΜΜΕ χρησιμοποιούνται από τα άτομα για να καλυφθούν κάποιες ανάγκες τους.
3. Παράγοντες κοινωνικής και ψυχολογικής χροιάς επηρεάζουν τις επιλογές των ατόμων ως προς τα μέσα.
4. Τα ΜΜΕ ανταγωνίζονται με άλλες μορφές επικοινωνίας για να κερδίσουν το άτομο και την προσοχή του και για να το καταφέρουν αυτό προσπαθούν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του.
5. Τα άτομα στέκονται δυναμικά απέναντι στα μέσα αλλά ο βαθμός αντίστασής τους είναι υποκειμενικός. Τα μέσα μπορούν και αυτά να επηρεάσουν το άτομο καθώς και τη δομή της κοινωνίας (Παπαθανασόπουλος, 2000).

Αρχικά, οι πρώτες προσεγγίσεις δημιούργησαν ένα μοντέλο για το ποια είναι η λειτουργία των ΜΜΕ, δηλαδή το τι προσπαθούν να ικανοποιήσουν τα μέσα. Επειδή όμως φάνηκε αργότερα ότι οι λειτουργίες τους δεν είναι το ίδιο και το αυτό με το σε τι τελικά ωφελούνται τα άτομα, οι Katz, Gouveritsch & Haas δημιούργησαν μία τυπολογία από 5 κατηγορίες αναγκών που τα άτομα ζητούν να καλύψουν μέσω των ΜΜΕ:

1. Γνωστικές ανάγκες. Αυτές περιλαμβάνουν την ανάγκη για πληροφόρηση, για κατανόηση του περιβάλλοντα κόσμου και γνώση για τον εαυτό.
2. Συναισθηματικές ανάγκες. Η χρήση των μέσων εδώ στοχεύει στην αναζήτηση συγκινήσεων και την ανάγκη να βιωθούν διάφορα συναισθήματα.
3. Ανάγκες προσωπικής ολοκλήρωσης. Το άτομο έχει ως στόχο να αισθανθεί πιο ασφαλές στον κοινωνικό του χώρο, να αισθανθεί σταθερότητα.
4. Κοινωνικές ανάγκες ολοκλήρωσης. Αυτή η κατηγορία απευθύνεται στην ανάγκη του ατόμου να συσφίξει τις σχέσεις του με άλλα άτομα, μέλη της οικογένειάς του ή φίλους του.
5. Ανάγκες εκτόνωσης της έντασης. Στις δύσκολες στιγμές του το άτομο προσπαθεί να μειώσει την έντασή του και το άγχος που προκύπτει από τα προβλήματα που το απασχολούν.

Με τη σειρά τους οι McQuail, Blumer, & Brown δημιούργησαν μία λίστα από ικανοποιήσεις που δεν διαφέρει πολύ από την προαναφερθείσα τυπολογία. Σύμφωνα λοιπόν με αυτούς το άτομο παρακολουθώντας τα ΜΜΕ ικανοποιεί: την ανάγκη του να αποδράσει από τα προβλήματα, την ανάγκη του για συντροφικότητα και προσωπικές σχέσεις, τις ανάγκες του που αφορούν στην προσωπική του ταυτότητα (εξερεύνηση της πραγματικότητας, ενίσχυση αξιών), την ανάγκη του για ενημέρωση και τέλος καλύπτει την ανάγκη του για ψυχαγωγία.

Η κριτική σχετικά με τις τυπολογίες αυτές απευθυνόταν στο γεγονός ότι δεν συμβαίνει πάντα να χρησιμοποιούμε τα μέσα για έναν μόνο λόγο, όπως αυτές οι προσεγγίσεις υπονοούν (Παπαθανασόπουλος, 2000). Οι λόγοι της χρήσης μπορεί να είναι πολυδιάστατοι και συχνά έχουμε συναντήσει κίνητρα χρήσεων που δεν μπορούν να ενταχθούν σε καμία από τις δύο τυπολογίες. Ωστόσο, κανείς δεν μπορεί παρά να παραδεχτεί την πρακτικότητα και την καθαρότητά τους και

ο καθένας από εμάς έχει πολλές φορές προσπαθήσει να ικανοποιήσει τέτοιες ανάγκες βλέποντας τηλεόραση, ακούγοντας ράδιο ή διαβάζοντας ένα βιβλίο.

Μία ακόμα ενδιαφέρουσα και πιο σύγχρονη τυπολογία που περιγράφει ο Παπαθανασόπουλος είναι αυτή των Levy & Windahl, που αφορά το μέσο της τηλεόρασης, και οι οποίοι περιγράφουν τη δραστηριότητα του κοινού ως έχουσα επιλεκτικό και εθελοντικό χαρακτήρα. Συμφωνούν με τις προηγούμενες προσεγγίσεις στο ότι η χρήση των μέσων έχει ως στόχο την ικανοποίηση αναγκών αλλά συνεχίζουν λέγοντας ότι το αν θα ικανοποιηθούν ή όχι οι ανάγκες τους θα εξαρτηθεί από τη χρήση. Η τυπολογία τους εμπεριέχει δύο επίπεδα, το ποιοτικό και το χρονικό. Στο ποιοτικό οι τύποι δραστηριότητας είναι οι εξής: 1) επιλεκτικότητα, δηλαδή με ποιο τρόπο επιλέγουν κανάλια τα άτομα, 2) η εμπλοκή, το πόσο εμπλέκονται συναισθηματικά σε αυτό που βλέπουν και 3) η ωφέλεια, το πόσο χρήσιμο τελικά τους είναι αυτό που βλέπουν. Στο δε χρονικό επίπεδο, περιλαμβάνεται ο χρόνος που εκτίθενται τα άτομα στην τηλεόραση. Εν συντομία, η συμπεριφορά του κοινού σύμφωνα με τους Levy & Windahl έχει τρεις διαστάσεις: την επιλεκτικότητα, την έλξη του εκάστοτε προγράμματος και τα κίνητρα αλλαγής των καναλιών.

Όλες οι προσεγγίσεις που έχουν περιγραφεί δεν περιέχουν στοιχεία της πιο σύγχρονης τεχνολογίας των ΜΜΕ που επιδρά με διαφορετικό τρόπο κατά πάσα πιθανότητα στο άτομο, αφού η επικοινωνία που προάγει είναι περισσότερο αμοιβαία μεταξύ πομπού και δέκτη. Αναμένεται ότι πολλά θα αλλάξουν ως προς τις θεωρίες στο μέλλον όσο η παρουσία του διαδυκτίου γίνεται όλο και πιο έντονη στη ζωή του σύγχρονου ανθρώπου και αναμένουμε με ανυπομονησία να δούμε καινούργιες θεωρητικές και ερευνητικές γραμμές εμπλουτισμένες με τις πιο πρόσφατες τάσεις της εποχής μας.

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στη Μονάδα Τεχνητού Νεφρού

A) Η Μονάδα Τεχνητού Νεφρού

Η MTN είναι ένα τμήμα της νεφρολογικής κλινικής του εκάστοτε νοσοκομείου. Τον χώρο αυτόν επισκέπτονται οι νεφροπαθείς τελικού σταδίου (δηλαδή όσοι δεν έχουν λειτουργικούς νεφρούς) για αιμοκάθαρση, τουλάχιστον τρεις φορές την εβδομάδα. Η διαδικασία της αιμοκάθαρσης διαρκεί τέσσερις περίπου ώρες και για τους περισσότερους ασθενείς θεωρείται χρόνος που περνάει αργά και βαρετά. Για όσους δεν έχουν πολύ χρόνο στην αιμοκάθαρση, η ίδια διαδικασία θεωρείται περισσότερο επώδυνη αλλά παρατηρείται σχεδόν πάντα σταδιακή εξοικείωση. Όμως, όπως είναι φυσικό, τα άτομα κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης δηλώνουν πάντα ότι η διαδικασία είναι δυσάρεστη. Γι' αυτόν τον προφανή λόγο, το Υπουργείο Υγείας προβλέπει με νόμο την ψυχαγωγία των ασθενών στη μονάδα. Τα περισσότερα νοσοκομεία την "ψυχαγωγία" την ερμηνεύουν ως τηλεθέαση και έτσι έχουν πάντα ανοικτή την τηλεόραση όσο λειτουργεί και η μονάδα. Το Τζάννειο Νοσοκομείο έχει στη MTN δύο τηλεοράσεις, μία στην κεντρική αίθουσα αιμοκάθαρσης και μία σε ένα μικρό δωμάτιο αιμοκάθαρσης που υπάρχει για τους αιμοκαθαιρόμενους που πάσχουν και από μολυσματικά νοσήματα, όπως ηπατίτιδα Β.

Οι στόχοι της εργασίας αυτής δεν καθιστούν απαραίτητο να εμβαθύνουμε ιδιαίτερα στην περιγραφή της MTN, όμως είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη ότι είναι ένας χώρος που ευνοεί την κατανάλωση των ΜΜΕ.

Στη MTN το μέσο που εκ πρώτης όψεως φαίνεται να κυριαρχεί είναι η τηλεόραση. Ο στόχος λοιπόν της εργασίας αυτής, που πραγματοποιήθηκε το 2001 στη διάρκεια των σπουδών μου στο τμήμα Ψυχολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου, είναι να διαπιστώσουμε αν αυτό αληθεύει κατ'

αρχάς, και να προσπαθήσουμε να εξετάσουμε τους λόγους για τους οποίους κάτι τέτοιο μπορεί να συμβαίνει.

Β) Μεθοδολογία

Για την επίτευξη των στόχων μας, χρησιμοποιήθηκαν δύο μεθοδολογικές τεχνικές: 1) Η παρατήρηση και 2) οι συνεντεύξεις.

Παρατήρηση. Για τις ανάγκες της εργασίας έγιναν 10 ώρες παρατήρησης, δύο ώρες για το καθένα από τα 5 εκ των 6 τμημάτων αιμοκάθαρσης που λειτουργούν στη MTN του Τζανείου Νοσοκομείου του Πειραιά. Η παρατήρηση ήταν διακριτική και οι ασθενείς δεν γνώριζαν ούτε ότι παρατηρούνται και φυσικά ούτε το γιατί. Αυτός ήταν και ο λόγος που η παρατήρηση έγινε πριν τις συνεντεύξεις. Παρατηρήσαμε συνολικά 36 ασθενείς, άνδρες και γυναίκες με ηλικίες από 19 έως 73 ετών. Ο στόχος της παρατήρησης ήταν να δούμε τι είδους ΜΜΕ έφερναν τα άτομα στη μονάδα, πόση ήταν η χρήση αυτών των μέσων και να τη συγκρίνουμε με τη χρήση της τηλεόρασης.

Συνεντεύξεις. Πήραμε συνολικά 11 συνεντεύξεις, 8 από ασθενείς και 3 από το νοσηλευτικό προσωπικό, άνδρες και γυναίκες. Οι συνεντεύξεις ήταν σύντομες και ημικατευθυνόμενες. Ο στόχος αυτών των συνεντεύξεων ήταν να διαπιστώσουμε γιατί τα άτομα επιλέγουν τα συγκεκριμένα μέσα, τι ανάγκες καλύπτουν μέσω της χρήσης τους, και αν η χρήση των μέσων στη MTN διαφέρει από τη χρήση τους από τα ίδια άτομα σε άλλα περιβάλλοντα.

Γ) Συμπεράσματα παρατήρησης

Τα άτομα που παρατηρήθηκαν ήταν 36 συνολικά, 21 άνδρες και 15 γυναίκες. Από αυτούς, οι 7 ήταν νέοι (έως 40 ετών), οι 8 μεσήλικες (από 41 έως 60) και οι 11 ήταν άτομα τρίτης ηλικίας (από 61 και πάνω).

Από τα στοιχεία της παρατήρησης διαπιστώθηκε ότι η τηλεόραση είναι το κυρίαρχο μέσο στη MTN. Μόνο 9 στα 36 άτομα υπό παρατήρηση έφεραν στη MTN άλλα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Οι υπόλοιποι 27 βασίστηκαν στην τηλεόραση εξ ολοκλήρου για να περάσουν την ώρα τους. Όμως τα 9 αυτά άτομα δεν έκαναν αποκλειστική χρήση των μέσων που έφεραν μαζί τους, εφ' όσον κατά διαστήματα παρακολουθούσαν και αυτοί τηλεόραση.

Από τα 9 αυτά άτομα οι 5 έφεραν μαζί τους εφημερίδα, οι 2 περιοδικά και οι 2 βιβλία. Άρα με σχετική ασφάλεια μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η εφημερίδα είναι το πιο δημοφιλές μέσο, μετά φυσικά από την τηλεόραση. Είναι αξιοσημείωτο ότι κανείς δεν είχε walkman, όμως αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι οι ώρες παρατήρησης ήταν λίγες.

Στα 9 αυτά άτομα κυριάρχησε το ανδρικό φύλο, αφού οι 7 ήταν άνδρες και οι 2 μόνο γυναίκες. Το γεγονός ότι οι γυναίκες είναι λιγότερες από τους άνδρες στη MTN δεν δικαιολογεί μία τέτοια μεγάλη διαφορά από μόνο του.

Σχετικά με τις ηλικίες μπορούμε να πούμε ότι οι νέοι (έως 40 ετών) και οι μεσήλικες (41-60), εκπροσωπήθηκαν σχεδόν εξίσου στην ομάδα των 9, αφού οι πρώτοι ήταν 3 και οι δεύτεροι 4. Μόνο ένα άτομο τρίτης ηλικίας χρησιμοποίησε άλλο μέσο εκτός της τηλεόρασης.

Όσον αφορά στην ποσοτική πτυχή της χρήσης, παρατηρήθηκε ότι οι εφημερίδες από όλα τα άλλα μέσα κυριάρχησαν, διότι τα άτομα που τις είχαν μαζί τους τις χρησιμοποιούσαν πολύ και συνήθως αν τίποτα δεν τους διέκοπτε τις διάβαζαν έως να τις τελειώσουν, σε αντίθεση με τα βιβλία και τα περιοδικά, των οποίων η χρήση ήταν περιστασιακή και διεκόπτετο συχνά από το ίδιο το άτομο. Η χρήση της τηλεόρασης ήταν και αυτή περιστασιακή με πολλές διακοπές, όμως αυτό εί-

χε να κάνει και με τον τύπο του προγράμματος. Το μόνο πρόγραμμα που οι ασθενείς όλοι παρακολουθούσαν εντατικά ήταν το τηλεπαιχνίδι «ποιος θέλει να γίνει εκατομμυριούχος» και οι απογευματινές ειδήσεις. Σε όλα τα άλλα προγράμματα, ακόμα και τα ενημερωτικά, η συμμετοχή των ασθενών ήταν μερική και περιοδική και η αλλαγή των καναλιών συνεχής. Σύμφωνα με τον Παπαθανασόπουλο (2000), η συνεχής αλλαγή των καναλιών μπορεί να υποδηλώνει το χαμηλό ενδιαφέρον του τηλεθεατή.

Τα προγράμματα που είχαν μεγαλύτερη τηλεθέαση διέφεραν φυσικά ανάλογα με την ώρα της κάθε βάρδιας. Στην πρώτη πρωινή βάρδια οι ασθενείς έβλεπαν πρωινές ενημερωτικές εκπομπές, πρωινά τηλεοπτικά περιοδικά και μουσικά προγράμματα. Στη δεύτερη βάρδια, προτιμούσαν σαπουνόπερες και λιγότερο ειδήσεις ενώ στην τρίτη βάρδια κυριαρχούσαν σταθερά οι ειδήσεις και το συγκεκριμένο τηλεπαιχνίδι που έχει ήδη αναφερθεί. Ίσως αυτό να μην είναι καθόλου τυχαίο. Στην τρίτη βάρδια οι ασθενείς είναι κυρίως νέα άτομα που εργάζονται και έχουν περισσότερο ενεργούς ρόλους γενικά στην καθημερινότητά τους. Μπορεί γι' αυτό τον λόγο να έχουν μεγαλύτερη διάθεση να ενημερωθούν. Στις υπόλοιπες βάρδιες τα άτομα δεν εργάζονται καθόλου ή εργάζονται λιγότερο. Να σημειωθεί επίσης ότι στη βάρδια αυτή παρατηρήσαμε και τις περισσότερες εφημερίδες αναλογικά με τις υπόλοιπες βάρδιες.

Σχετικά με τις ανάγκες που καλύπτονται μέσα από τη χρήση των ΜΜΕ στη MTN, και σύμφωνα με την τυπολογία των Katz, Gouveritsch & Haas, από τη φύση των μέσων που παρατηρήθηκε ότι χρησιμοποιούνται, μπορούμε να πούμε ότι οι ασθενείς επιχειρούν να ενημερωθούν (ενημερωτικά προγράμματα) και να αποδράσουν ψυχολογικά από τη δύσκολη κατάσταση στην οποία βρίσκονται (τηλεπαιχνίδια και σαπουνόπερες), τον τομέα αυτόν όμως θα τον αναπτύξουμε παρακάτω, όταν θα παρουσιασθούν τα συμπεράσματα των συνεντεύξεων.

Εν γένει μπορούμε να πούμε ότι την περισσότερη και την πιο ενεργή χρήση όλων των μέσων την έκαναν τα άτομα της απογευματινής βάρδιας. Εκτός από το ότι προσκόμισαν τις περισσότερες εφημερίδες, τις οποίες διάβαζαν ολόκληρες, επέδειξαν και ενεργή τηλεθέαση, δηλαδή έδειξαν προσήλωση, δεν διέκοπαν συχνά την παρακολούθηση του προγράμματος από μόνοι τους και δεν άλλαζαν συχνά κανάλια. Αυτό μπορεί να συμβαίνει είτε λόγω των ατομικών τους χαρακτηριστικών, όπως παραδείγματος χάριν αυξημένο επίπεδο δραστηριότητας, είτε λόγω των χαρακτηριστικών των προγραμμάτων εκείνης της ώρας, αν και αυτό δεν είναι τόσο πιθανό για τις ειδήσεις, όσο για το τηλεπαιχνίδι, αφού ειδήσεις μεταδίδονται και άλλες ώρες χωρίς να έχουν όμως την ίδια απήχηση στους ασθενείς της MTN. Οι υπόλοιπες βάρδιες με κάποιες εξαιρέσεις ατόμων έδειξαν λιγότερο ζήλο στη χρήση των μέσων. Το φαινόμενο αυτό, δηλαδή το ότι η συγκεκριμένη ομάδα έχει διαφορετική συμπεριφορά σχετικά με τα ΜΜΕ, έκανε εντύπωση και στο νοσηλευτικό προσωπικό που το ανέφερε συχνά.

Δ) Συμπεράσματα συνεντεύξεων νοσηλευτικού προσωπικού

Κρίθηκε σκόπιμη η πραγματοποίηση συνεντεύξεων με μέλη του νοσηλευτικού προσωπικού αφού η φύση της εργασίας τους, τους καθιστά καθημερινούς μάρτυρες της σχέσης των ασθενών με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Έτσι, έγιναν τρεις συνεντεύξεις, διάρκειας 10 λεπτών κατά μέσο όρο.

Από τις απαντήσεις που δόθηκαν προέκυψαν τα ακόλουθα συμπεράσματα:

Σχετικά με τη χρησιμότητα της τηλεόρασης στη Μονάδα φάνηκε ότι η πιο σημαντική συμβολή της είναι ότι βοηθάει να περνάει γρήγορα κι ευχάριστα για τους ασθενείς ο κενός κι επώδυνος

χρόνος της αιμοκάθαρσης. Συντελεί στην ενημέρωση και την ψυχαγωγία τους, τους βοηθάει να χαλαρώνουν και δημιουργεί μία ευχάριστη ατμόσφαιρα στη Μονάδα. Τέλος, επισημάνθηκε και η ύπαρξη κάποιων προγραμμάτων, όπως για παράδειγμα το τηλεπαιχνίδι «Ποιος θέλει να γίνει εκατομμυριούχος;», που λειτουργούν ενωτικά για τους ασθενείς.

Άλλα ΜΜΕ που εμφανίζονται συχνά στη Μονάδα είναι οι εφημερίδες και τα περιοδικά. Επίσης, υπάρχουν λίγα συγκεκριμένα άτομα που φέρνουν τακτικά βιβλία. Το εντυπωσιακό είναι ότι αναφέρθηκαν, επίσης, κάποιες περιπτώσεις ατόμων που παρά την ύπαρξη τηλεόρασης στη Μονάδα φέρνουν και τη δική τους.

Μπορούμε επιπρόσθετα να συμπεράνουμε ότι η χρήση όλων των ΜΜΕ εν γένει χαρακτηρίστηκε ως μη συστηματική, αφού η μία συμπληρώνει την άλλη μες στην προσπάθεια ανάλωσης του χρόνου της αιμοκάθαρσης ενώ μεταξύ των ΜΜΕ που κυκλοφορούν στη Μονάδα η τηλεόραση φαίνεται και πάλι να επικρατεί.

Οι λόγοι που καθιστούν την τηλεόραση το πιο δημοφιλές μέσο σχετίζονται με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ατόμων, π.χ στα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας προβλήματα όρασης δυσχεραίνουν την ενασχόληση με το διάβασμα. Διατυπώθηκε επίσης η άποψη ότι όσοι δεν προτιμούν το διάβασμα στη Μονάδα πιθανώς να μην το προτιμούν και στο σπίτι τους. Είναι επομένως και θέμα προτιμήσεων. Εξάλλου, η τηλεόραση είναι και η πιο προσιτή επιλογή εφόσον ήδη υπάρχει στο δωμάτιο. Καταλυτικό ρόλο φαίνεται να παίζουν και οι ανάγκες των ατόμων κατά τη διάρκεια της διαδικασίας της αιμοκάθαρσης, που ως επί το πλείστον είναι ανάγκες νοερής φυγής από την πραγματικότητα. Ως προς το τελευταίο σημείο χαρακτηριστικό είναι το ακόλουθο απόσπασμα από τη συνέντευξη μίας νοσηλεύτριας:

«Εάν δεν υπάρχει στο δωμάτιο (η τηλεόραση) τους λείπει, δεν περνά εύκολα ο χρόνος τους. Όταν μας είχε χαλάσει υπήρχε πρόβλημα. Ακουγόntonτουσαν τα μηχανήματα. Η τηλεόραση καλύπτει το θόρυβο. Όταν υπήρχε ψυχία κι ακουγόntonτουσαν μόνο τα μηχανήματα, τους κούραζε, τους ενοχλούσε αυτό το πράγμα.»

Σε σχέση με τα τηλεοπτικά προγράμματα που προτιμούνται, αυτά χαρακτηρίζονται γενικά ως ευχάριστα. Τις πρωινές ώρες οι ασθενείς επιλέγουν συνήθως να δουν δημοσιογραφικές/ενημερωτικές εκπομπές και τηλεοπτικά περιοδικά. Εξάλλου, ανάλογα με το φύλο και την ηλικία των ασθενών στη βάρδια, οι προτιμήσεις ποικίλουν. Οι νέοι παρακολουθούν βιντεοκλίπ, οι μεγαλύτεροι ειδήσεις. Οι γυναίκες προτιμούν τα σήριαλ, οι άνδρες τα αθλητικά. Βέβαια, υπάρχουν και τα κοινώς αποδεκτά προγράμματα, όπως το τηλεπαιχνίδι γνώσεων «Ποιος θέλει να γίνει εκατομμυριούχος;».

Σε σχέση με το χειρισμό της τηλεόρασης, αυτός αναλαμβάνεται από ένα άτομο σε κάθε βάρδια. Συνήθως πρόκειται για το πιο ηγτικό μέλος της ομάδας, νεαρής ηλικίας. Το άτομο αυτό φροντίζει να εκτελεί και τις επιθυμίες των άλλων. Σύμφωνα με τον Παπαθανασόπουλο (2000), σε συνθήκες συλλογικής τηλεθέασης, τα άτομα χρησιμοποιούν το τηλεκοντρόλ για να επιδείξουν τη δύναμή τους, και αυτό επιβεβαιώθηκε από τα όσα ειπώθηκαν από το νοσηλευτικό προσωπικό. Βεβαίως, μπορεί να υπάρξει και κάποια διαφωνία που συνήθως αποκαθίσταται με την επέμβαση των νοσηλευτών.

Τα μέλη του νοσηλευτικού προσωπικού που ερωτήθηκαν δεν γνώριζαν να είχε γίνει ανάλογη κίνηση από τη διοίκηση, για τοποθέτηση τηλεόρασης σε άλλη μονάδα.

Επιπλέον, σε σχέση με τις αιτίες λήψης ειδικής μέριμνας για τη Μονάδα Τεχνητού Νεφρού διατυπώθηκε η άποψη ότι αυτή επιβλήθηκε λόγω της χρονιότητας και της τακτικότητας των επισκέ-

ψεων των ασθενών. Εξάλλου, οι περισσότεροι από αυτούς, πέρα από το συγκεκριμένο πρόβλημα υγείας που αντιμετωπίζουν, είναι σε καλή κατάσταση, και μπορεί να αποτελούν ενεργά μέλη της κοινωνίας, επομένως τους είναι αναγκαία η ενημέρωση.

Ε) Συμπεράσματα συνεντεύξεων ασθενών

Οι ασθενείς, με τους οποίους έγιναν οι συνεντεύξεις ήταν 8 συνολικά, 5 άνδρες και 3 γυναίκες. Από αυτούς οι 2 ήταν νέοι, οι 2 μεσήλικες, και οι 4 άτομα τρίτης ηλικίας.

Οι συνεντεύξεις μας οδήγησαν στα ακόλουθα συμπεράσματα:

Αναφορικά με τους λόγους χρήσης των ΜΜΕ, φαίνεται τα άτομα να καλύπτουν κυρίως γνωστικές τους ανάγκες και ανάγκες εκτόνωσης της έντασης σύμφωνα με την τυπολογία των Katz, Gouveritsch & Haas.

Σχετικά με το φύλο, μεγάλη σημασία στις γνωστικές ανάγκες δίνουν εξ' ολοκλήρου οι άνδρες, αφού 4 στους 5 ενδιαφέρονται να ενημερωθούν για τα κοινωνικοπολιτικά δρώμενα ενώ καμία γυναίκα δεν ανέφερε ότι η χρήση των μέσων που κάνει καλύπτει τέτοιου είδους ανάγκες.

Την ανάγκη για εκτόνωση της έντασης φαίνεται να την έχουν εξίσου όλοι και πιο συγκεκριμένα 4 στους 5 άνδρες και όλες οι γυναίκες, ενώ αναφορικά με τους λόγους χρήσης της τηλεόρασης, 4 ασθενείς ανέφεραν ως κίνητρο την ενημέρωση, 7 άτομα την εκτόνωση της έντασης ενώ 1 μόνο άτομο για ψυχαγωγικούς λόγους.

Η εφημερίδα χρησιμοποιείται φυσικά για λόγους ενημέρωσης και δεν προτιμάται από το γυναικείο φύλο. Από την άλλη μεριά, η μελέτη βιβλίων γίνεται με στόχο την πληροφόρηση για ένα από τα 2 άτομα που το επιλέγουν και για εκτόνωση της έντασης, δηλαδή για συντροφιά, για να περνά η ώρα με βάση την απάντηση του δευτέρου ατόμου.

Επίσης, φάνηκε ότι η χρήση της τηλεόρασης στη MTN διαφοροποιείται από τη χρήση της στο σπίτι. Πιο συγκεκριμένα, 3 ασθενείς ανέφεραν ότι ο ρόλος της τηλεόρασης στο σπίτι είναι λιγότερο σημαντικός από ότι στη Μονάδα. Ενώ στη Μονάδα χρησιμοποιείται για ενημερωτικούς σκοπούς και για απόδραση, στην οικία καλύπτει επιπροσθέτως κοινωνικές ανάγκες ολοκλήρωσης, όπως την ανάγκη για σύσφιξη των σχέσεων με άλλα μέλη της οικογένειας βάσει της απάντησης ενός ασθενή.

Η τηλεόραση φάνηκε να αποτελεί πηγή σύγκρουσης για τους ασθενείς σχετικά με την ένταση της φωνής καθώς και με την επιλογή των προγραμμάτων. Οι συγκρούσεις αυτές δεν ήταν έντονες τις περισσότερες φορές αλλά απαιτούσαν συχνά τη συμμόρφωση από τη μεριά των ασθενών.

Τέλος, η δραστηριότητα του ατόμου φάνηκε να σχετίζεται με τη χρήση των ΜΜΕ. Άτομα με αυξημένη δραστηριότητα (εργασία, ενδιαφέροντα) χρησιμοποιούν διάφορα μέσα για να καλύπτουν τις ανάγκες τους ενώ άτομα με χαμηλή δραστηριότητα χρησιμοποιούν μόνο την τηλεόραση.

Γενικά συμπεράσματα

Κατ' αρχάς, και μέσω της παρατήρησης και από τις συνεντεύξεις, συμπεράναμε ότι όντως η τηλεόραση είναι το μέσο που κυριαρχεί στη MTN. Χρησιμοποιείται για να καλύψει δύο βασικές ανάγκες: την ανάγκη για ενημέρωση και την ανάγκη για εκτόνωση της έντασης. Τα κίνητρα της χρήσης της δε, είναι διαφορετικά στη MTN από ότι σε άλλα περιβάλλοντα και πιο συγκεκριμένα στην οικία.

Τις πιο σημαντικές διαφορές στη χρήση των ΜΜΕ στη ΜΤΝ τις βλέπουμε μεταξύ των δύο φύλων. Αφενός οι άνδρες χρησιμοποιούν περισσότερα μέσα από τις γυναίκες, αφετέρου έχουν μεγαλύτερη ανάγκη για ενημέρωση. Αυτές οι διαφορές ίσως αντανακλούν ένα γενικότερο κοινωνικοπολιτισμικό φαινόμενο σχετικά με τη θέση και τις ανάγκες της γυναίκας στην κοινωνία. Βεβαίως πρέπει να επισημάνουμε ότι τα άτομα που ασθενούν δεν συνιστούν ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού.

Διαφοροποίηση επίσης βρέθηκε σχετικά με την ηλικία και τη χρήση των ΜΜΕ. Άτομα τρίτης ηλικίας φάνηκε να κάνουν ελάχιστη χρήση άλλων ΜΜΕ, πλην της τηλεόρασης. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι τα άτομα τρίτης ηλικίας έχουν βαρύτερα προβλήματα υγείας, μπορεί να δυσκολεύονται περισσότερο κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης στο να διαβάσουν, και ίσως προβλήματα της όρασης που συνοδεύουν αυτήν την ηλικία να τους δυσκολεύουν ακόμα περισσότερο. Βεβαίως, δεν μπορούμε να αποκλείσουμε το ενδεχόμενο ότι τέτοιες διαφορές μπορεί να οφείλονται σε ψυχολογικά αίτια που ίσως να εμπεριέχονται στα θέματα τρίτης ηλικίας, όπως παραδείγματος χάριν, τάση για αδράνεια και φυγή από το παρόν. Κάτι τέτοιο θέλει πιο προσεκτική και εν τω βάθει έρευνα για να εξακριβωθεί. Αν όμως οι ψυχολογικοί παράγοντες συνδεόμενοι με την τρίτη ηλικία όντως παρεμβάλλονται, τότε είναι σημαντικό το ότι κατευθύνουν το άτομο στον αποκλεισμό από τη χρήση άλλων ΜΜΕ πλην της τηλεόρασης.

Επίσης, το επίπεδο δραστηριότητας του ατόμου φάνηκε να σχετίζεται με τη διαφορετική χρήση των ΜΜΕ. Η αυξημένη δραστηριότητα, δηλαδή η επαγγελματική απασχόληση, η συμμετοχή στα κοινά, άλλα ενδιαφέροντα, όπως αθλητισμός, που κάποιοι από τους ασθενείς ανέφεραν, σχετίζεται τόσο με τη χρήση ποικίλων μέσων όσο και με το ενισχυμένο κίνητρο της ενημέρωσης. Αντίθετα, άλλοι ασθενείς ανέφεραν ότι περνούν περισσότερο χρόνο στο σπίτι και ότι δεν έχουν πολλά ενδιαφέροντα. Αυτοί χρησιμοποιούν αποκλειστικά την τηλεόραση έχοντας ως απώτερο σκοπό την εκτόνωση της έντασης.

Σχετικά με τη διαφοροποίηση της χρήσης της τηλεόρασης στη ΜΤΝ και στο σπίτι, είδαμε ότι οι ασθενείς τη θεωρούν πιο σημαντική στη Μονάδα από ότι στην οικία τους. Αυτό φάνηκε από αντιφάσεις στις αναφορές τους κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων. Παρότι δήλωναν ότι δεν θεωρούσαν την τηλεόραση σημαντική γενικότερα ως μέσο, ανέφεραν ότι ήταν απαραίτητη στη Μονάδα. Επίσης, ενώ δήλωναν αρχικά ότι στο σπίτι έβλεπαν λιγότερο από ότι στο νοσοκομείο, στην πορεία της συνέντευξης φαινόταν το αντίθετο. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι γι' αυτούς είναι πιο σημαντικό να καλυφθεί η ανάγκη για απόδραση που τους παρουσιάζεται στη Μονάδα συγκριτικά με το να καλύψουν άλλες ανάγκες που βιώνουν στο οικείο περιβάλλον τους. Είναι φυσικό και επόμενο ότι στο σπίτι οι λειτουργίες της τηλεόρασης είναι περισσότερες από αυτές στη Μονάδα. Οι ασθενείς ανέφεραν ότι στο οικογενειακό τους περιβάλλον αντιλαμβάνονται την τηλεόραση ως μέσο σύμφιξης των σχέσεων, κάτι το οποίο δεν φάνηκε να τους ενδιαφέρει στη Μονάδα. Ένας από αυτούς ανέφερε:

«Στο σπίτι βλέπω κατ' ανάγκην και ελληνικές ταινίες και καμιά φορά τους AMAN για να κάνω παρέα στον γιο μου. Στο νοσοκομείο βλέπω ενημερωτικά προγράμματα περισσότερο, όταν με αφήνουν οι άλλοι»

Αξίζει επίσης να αναφερθεί ότι η θέση της εφημερίδας μεταξύ των άλλων ΜΜΕ είναι περίοπτη. Αφενός γιατί είναι το πιο δημοφιλές μέσο μετά την τηλεόραση, αλλά και γιατί, όπως έχει προαναφερθεί, χρησιμοποιείται με περισσότερη εμπλοκή από όλα τα άλλα μέσα.

Τελικά, η τηλεόραση φαίνεται να επιτελεί σημαντική λειτουργία στη ΜΤΝ, εφόσον βοηθά τους ασθενείς να περάσουν πιο ευχάριστα την ώρα της αιμοκάθαρσης αποδρώντας από τη δυσάρεστη κατάσταση στην οποία βρίσκονται. Παρά την έντονα προβαλλόμενη αρνητική εικόνα της τηλεόρασης από τους θεωρητικούς των ΜΜΕ, οι ανάγκες που γεννά το συγκεκριμένο περιβάλλον είναι τέτοιες που κάνουν τις θετικές επιδράσεις της να υπερσκελίζουν τις αρνητικές. Από την άλλη μεριά όμως, το περιεχόμενο των τηλεοπτικών προγραμμάτων είναι τόσο χαμηλής ποιότητας, ώστε δεν αφήνει το περιθώριο για ουσιαστική ικανοποίηση των ασθενών και είναι αξιοσημείωτο ότι κανείς δεν το ανέφερε στις συνεντεύξεις, πράγμα που υποδηλώνει ότι η σχέση μεταξύ τηλεόρασης και ασθενούς, αν και χρήσιμη, είναι αρκετά επιφανειακή. Ή τελικά μπορεί να συμβαίνει αυτό που ισχυρίζεται ο Mc Luhan, δηλαδή το περιεχόμενο να μην είναι τόσο ουσιαστικής σημασίας για τους ασθενείς, όσο το γεγονός ότι η τηλεόραση ως ψυχρό μέσο απαιτεί την εμπλοκή τους σε αντίθεση με τα θερμά μέσα, οπότε και τους αναγκάζει μέσω αυτής της εμπλοκής να αποσυνδεθούν γνωστικά από άλλα θέματα, όπως τη δυσκολία της στιγμής.

Εν τέλει, πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η έρευνα που έγινε είναι υποτυπώδης και δεν επιτρέπει την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων. Περαιτέρω έρευνα είναι απαραίτητη, προκειμένου να αξιοποιηθεί η χρήση των ΜΜΕ για γνωστικά και ψυχοκοινωνικά οφέλη ασθενών που υπόκειται σε τακτές, περιοδικές ή μακροχρόνιες νοσηλευτικές διαδικασίες.

Βιβλιογραφία

- Adorno, T. (1991). Η τηλεόραση και η διαμόρφωση της μαζικής κουλτούρας στο Κ. Λιβιεράτος και Τ. Φραγκούλης, *Η Κουλτούρα των Μέσων*, Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Chomsky, N. (1999). *Η Βιομηχανία Κατασκευής Υπηκόων*. Αθήνα: Ελεύθερος Τύπος.
- Chomsky, N. (1999). *Το Κοινό Καλό: Συνεντεύξεις με το David Barsamian*. Αθήνα: Scripta.
- Gerbner, G. (1998). Η «κατασκευή» της πραγματικότητας και τα ΜΜΕ στο Ρ. Παναγιωτοπούλου, Π. Ρηγοπούλου, Μ. Ρήγου, Σ. Νοτάρης, *Η Κατασκευή της Πραγματικότητας και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης*. Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Marcuse, H. (1964). *Onedimensional Man*. Boston: Beacon Press.
- McLuhan, M. (1991). *Media: Οι Προεκτάσεις του Ανθρώπου*. Αθήνα: Κάλβος.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2000). *Η Τηλεόραση και το Κοινό της*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Severin, W. and Tankard, J. (1992). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. New York: Longman.
- Χρηστάκης, Ν. (1998). *Στοιχεία Ψυχοκοινωνιολογίας των ΜΜΕ και της Πειθούς*. Φάκελος του μαθήματος «ψυχοκοινωνιολογία των ΜΜΕ». Αθήνα: Τμήμα Ψυχολογίας Παντείου.

Πηγές στο Διαδίκτυο

www.cultshock.ndirect.co.uk, 2001

www.bath.ac.uk, 2001

www.theory.org.uk., 2001