

Φύλο και επαγγελματικός προσανατολισμός Ο ρόλος των Μ.Μ.Ε. στην επιλογή επαγγέλματος από τα δύο φύλα

Δόμνα Κακανά

Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Γιάννης Καμαριανός

Πανεπιστήμιο Πάτρας

Παναγιώτα Μεταλλίδου

Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Περίληψη

Σκοπός της μελέτης αυτής ήταν να διερευνήσει, πρώτον, τον τρόπο με τον οποίο τα Μ.Μ.Ε. συμβάλλουν στις επαγγελματικές επιλογές των ατόμων και δεύτερον, τον τρόπο με τον οποίο η μεταβλητή «φύλο» διαφοροποιεί τον τρόπο χρήσης των Μ.Μ.Ε. και συνεισφέρει στην επίδραση αυτών στις επαγγελματικές επιλογές των εφήβων. Βασική υπόθεση της μελέτης αποτέλεσε η άποψη πως τα Μ.Μ.Ε. συμβάλλουν στη μορφοποίηση των κοινωνικών αναπαραστάσεων των επαγγελματικών προτιμήσεων, κατευθύνοντας με αυτό τον τρόπο, κυρίως έμμεσα, τις επαγγελματικές προτιμήσεις των δύο φύλων. Στην έρευνα συμμετείχαν 1.163 μαθητές (41,4%) και μαθήτριες (56,6%) της Β΄ και της Γ΄ τάξης Ενιαίου Λυκείου του νομού Μαγνησίας. Η εξέτασή τους πραγματοποιήθηκε μέσα από τη χρήση ερωτηματολογίων. Τα συμπεράσματα της έρευνας έδειξαν ότι τα Μ.Μ.Ε. δε διαφοροποιούν άμεσα τις επιλογές των εφήβων. Επιπλέον, η μεταβλητή «φύλο» αποδείχθηκε ιδιαίτερα σημαντική κυρίως ως προς τον προσανατολισμό των επαγγελματικών επιλογών αλλά και τη στάση των δύο φύλων απέναντι στα Μ.Μ.Ε.

Η κ. Δόμνα Κακανά είναι επίκουρος καθηγήτρια στο Π.Τ.Π.Ε. του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Ο κ. Γιάννης Καμαριανός είναι λέκτορας στο Π.Τ.Δ.Ε. του Πανεπιστημίου Πάτρας.

Η κ. Παναγιώτα Μεταλλίδου είναι λέκτορας στο Π.Τ.Δ.Ε. του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Abstract

The aim of this study was to examine, firstly, the role of media in the adolescence vocational choices and, secondly, the way the variable «gender» differentiates the use of media and influences these choices. The basic hypothesis was that the media form social representations of vocational preferences, thus, steering, mainly, indirectly these preferences. The participants were 1163 11th and 12th grade students from the Greek Lycium. Gender was almost equally represented in the sample (41.4% males and 56.6% females). They were tested with a series of questionnaires. The results of the analyses showed that the media do not influence directly young adolescents' vocational choices. Gender proved to be an important factor, mainly for the vocational choices and, also, for the two genders attitude towards media.

Εισαγωγή

Η ριζική διαφοροποίηση των μορφών εργασίας και απασχόλησης ανέδειξε ποσοτικά και ποιοτικά ένα σημαντικό αριθμό θεμελιωδών ζητημάτων. Ο αναπροσανατολισμός της εργασιακής σφαίρας σε νέες μορφές απασχόλησης φαντάζει σήμερα ως μία από τις πρωτεύουσες αναγκαιότητες των σύγχρονων κοινωνιών. Οι ιστορικές δονήσεις στη διάρθρωση της οικονομίας της αγοράς έχουν επιπτώσεις και στον αναπροσανατολισμό των μορφών του επαγγελματικού προσανατολισμού των νέων ανθρώπων. Έτσι μεταφέρονται στο εκπαιδευτικό σύστημα συνολικά οι πιέσεις και τα αιτήματα που δέχεται η οικονομία. Αιτίες μετεξέλιξης των ποιοτικών και των ποσοτικών παραμέτρων που ορίζουν τις στρατηγικές απασχόλησης, όπως είναι η παγκοσμιοποίηση της αγοράς, οι νέες τεχνολογίες και η ψηφιακή οικονομία, οι νέες οργανωτικές τεχνικές, η απορρύθμιση του εργατικού δικαίου, διαφοροποίησαν και τις εκπαιδευτικές πρακτικές. Έτσι, όχι μόνο ο Σχολικός Επαγγελματικός Προσανατολισμός, αλλά συνολικά η εκπαίδευση βρίσκεται στο επίκεντρο των ιστορικών δονήσεων. Οι νεαροί μαθητές και μαθήτριες στις προβαλλόμενες από τα Μ.Μ.Ε. εικόνες αναγνωρίζουν τρόπους ζωής, αξίες, κανόνες αλλά και κανονιστικά πλαίσια, τη δική τους «προσδοκία ρόλου». Βέβαια, η επίδραση δεν είναι άμεση, αλλά διαμεσολαβείται από πολλούς παράγοντες που άλλοτε ενισχύουν και άλλοτε εξουδετερώνουν την σημασία των προβαλλόμενων από τα Μ.Μ.Ε. εικονικών πραγματικοτήτων. Οι σύγχρονες μελέτες αναγνωρίζουν την πολυπλοκότητα των συνθηκών, όσο και του φαινομένου (Bryant & Zillmann, 1994). Η επιλογή

επαγγέλματος δεν είναι μόνο το αποτέλεσμα μιας διαδικασίας αξιοποίησης κλίσεων, ταλέντων και προσόντων του υποκειμένου. Υπάρχουν σημαντικοί διαρθρωτικοί παράγοντες που επηρεάζουν το υποκείμενο, τόσο στην αποκωδικοποίηση και στην επεξεργασία των σχετικών πληροφοριών όσο και στην τελική του επιλογή.

Σύμφωνα με τους Popper και Condry (1995), δεν μπορούμε να διαχωρίζουμε τα Μ.Μ.Ε. σε καλά ή κακά, όπως άλλωστε και τα μηνύματα που τα τελευταία εκπέμπουν στην κοινωνία. Τα Μ.Μ.Ε. δεν επιφέρουν κατ' ανάγκη άμεσες δραστικές αλλαγές στάσεων και συμπεριφοράς, γιατί πολύ απλά στο σύγχρονο πολύπλοκο κόσμο της πληροφορίας δε χωρούν μανιχαϊστικές λογικές. Οι επιδράσεις των Μ.Μ.Ε. είναι διάχυτες και μακροχρόνιες και δεν περιορίζονται σε συγκεκριμένες κοινωνικές δραστηριότητες ή χρονικές στιγμές, αλλά έχουν επίδραση στη γενική εξέλιξη των πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών διαδικασιών.

Η χρήση των Μ.Μ.Ε. από αγόρια και κορίτσια

Σήμερα, όπως όλοι γνωρίζουμε, τα παιδιά και οι νέοι περνούν το μεγαλύτερο μέρος του ελεύθερου χρόνου τους μπροστά στην τηλεόραση. Έτσι, η διαδικασία της κοινωνικοποίησης ξεκινάει από πολύ μικρή ηλικία και, εκτός από την οικογένεια ή το σχολείο, βασικός φορέας κοινωνικοποίησης είναι πλέον τα Μ.Μ.Ε. Τα Μ.Μ.Ε. έχουν ιδιαίτερη σημασία, γιατί κατορθώνουν να πλησιάζουν τα παιδιά από πολύ νωρίς όχι με τρόπο «υποχρεωτικό», όπως γίνεται με τη διδασκαλία ενός μαθήματος, αλλά την ώρα του ελεύθερου χρόνου τους (Δουλκέρη, 1995). Οι παιδικές εκπομπές στην τηλεόραση δεν αποτελούν παρά μόνο ένα μέρος του τηλεοπτικού προγράμματος-εμπορεύματος που προορίζεται για μαζική κατανάλωση. Συνεπώς δεν έρχονται σε σύγκρουση με τις καθιερωμένες αξίες, αλλά κατά κανόνα τις ενδυναμώνουν και αναπαράγουν σεξιστικά στερεότυπα (Δουλκέρη, 1994). Μια σειρά από έρευνες για παιδιά σχολικής και προσχολικής ηλικίας τονίζει τη σημασία που έχει το φύλο στην κατανόηση και στη χρήση του τηλεοπτικού περιεχομένου, επισημαίνοντας το ρόλο που παίζουν οι προεπεξεργασμένες εμπειρίες στην αποτελεσματικότητα της τηλεοπτικής επιρροής (Choat, 1988· Collins, 1991· Foss & Foss, 1983). Κάθε όμως προσπάθεια κατανόησης της σχέσης του φύλου (gender) και των Μ.Μ.Ε. αποτελεί ένα χώρο δύσβατο, εξαιτίας της ανάπτυξης αλλά και του κατακερματισμού της φεμινιστικής θεωρίας (Zoonen, 1994).

Στον ελληνικό χώρο οι σχετικές έρευνες είναι συγκριτικά λιγοστές. Δεν έλειψαν βέβαια οι αξιολογες προσπάθειες μελέτης τόσο της χρήσης όσο

και του περιεχομένου των ελληνικών Μ.Μ.Ε. Μια πρώτη προσπάθεια διερεύνησης των χαρακτηριστικών και των τάσεων του ελληνικού τηλεοπτικού κοινού ανέλαβαν το Ε.Κ.Κ.Ε. και οι Chernoff και Anderson και στη συνέχεια το εγχείρημα ολοκλήρωσε ο Γκιζελής (Γκιζελής, 1976). Τη δεκαετία του 1990 σε αρκετές σημαντικές μελέτες έχει τονιστεί η εμπορευματική ρύθμιση των Μ.Μ.Ε. στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα (Παπαθανασόπουλος, 1997· Λέανδρος, 1992). Όμως, ιδιαίτερα οι εξειδικευμένες έρευνες με θέμα την ισότητα των δύο φύλων και τη σχέση τους με τα Μ.Μ.Ε. είναι ελάχιστες. Αυτή ήταν ακριβώς η αιτία που πριν από μια δεκαετία προκάλεσε ερευνήτριες όπως η Δουλκέρη να ασχοληθούν ερευνητικά με το σημαντικό αυτό ζήτημα (Δουλκέρη, 1992). Τα αποτελέσματα των ερευνών δείχνουν ξεκάθαρα ότι οι τηλεοπτικές παιδικές σειρές και οι ταινίες εξακολουθούν να επαναλαμβάνουν παραδοσιακά στερεότυπα και να τονίζουν το διαχωρισμό των ρόλων των φύλων (Δουλκέρη, 1995).

Υπό αυτό το πρίσμα η παρούσα μελέτη έρχεται να προσθέσει τον προβληματισμό της για τη σχέση εκπαίδευσης και Μ.Μ.Ε., αλλά και την άνιση κοινωνική αναπαραγωγή με κριτήριο το φύλο που συντελείται στους δύο αυτούς βασικούς κοινωνικοποιητικούς μηχανισμούς. Η αναπαραγωγή της ανισότητας ως προς το βαθμό συμμετοχής αγοριών και κοριτσιών στο επίπεδο του επαγγελματικού προσανατολισμού είναι ένα κεντρικό ζήτημα για τις σύγχρονες κοινωνίες ή, τουλάχιστον, όσες από αυτές θέλουν να διατηρούν τις αντιπροσωπευτικές και δημοκρατικές δομές των ίσων δικαιωμάτων.

Στόχοι και υποθέσεις της έρευνας

Στόχος της παρούσας μελέτης ήταν η διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο η μεταβλητή «φύλο» διαφοροποιεί τον τρόπο χρήσης των Μ.Μ.Ε. και συνεισφέρει στην επίδραση αυτών στις επαγγελματικές επιλογές των εφήβων. Βασική υπόθεση της μελέτης αποτέλεσε η άποψη πως τα Μ.Μ.Ε. συμβάλλουν στη μορφοποίηση των κοινωνικών αναπαραστάσεων των επαγγελματικών προτιμήσεων, κατευθύνοντας με αυτό τον τρόπο, κυρίως έμμεσα, τις επαγγελματικές επιλογές των δύο φύλων. Ειδικότερα, η μελέτη αυτή αποσκοπούσε στη διερεύνηση πιθανών διαφορών όσον αφορά:

- ☐ τον τρόπο χρήσης των Μ.Μ.Ε. από τα αγόρια και τα κορίτσια,
- ☐ τις αντιλήψεις αγοριών και κοριτσιών για το ρόλο των Μ.Μ.Ε. ως πηγής πληροφόρησης για τον κόσμο,
- ☐ τις αντιλήψεις αγοριών και κοριτσιών για το ρόλο των Μ.Μ.Ε. ως πηγής μετάδοσης αξιών γενικά αλλά και ειδικότερα επαγγελματικών αξιών.

Μεθοδολογία

Διαδικασία

Η έρευνα διεξήχθη από τον Οκτώβριο του 1999 μέχρι τον Ιανουάριο του 2000. Οι μαθητές και οι μαθήτριες που συμμετείχαν ρωτήθηκαν κατά τη διάρκεια του σχολικού προγράμματος. Κάθε άτομο που συμμετείχε συμπλήρωσε ανώνυμα, κατά τη διάρκεια μιας σχολικής ώρας, το ερωτηματολόγιο.

Πληθυσμός και δείγμα

Από το συνολικό αριθμό των 3.127 μαθητών/τριών που φοιτούσαν κατά το σχολικό έτος 1999-2000 στη Β' και στην Γ' τάξη των Ενιαίων Λυκείων του νομού Μαγνησίας, και τους οποίους αφορούν τα αποτελέσματα της έρευνας, επιλέχθηκε αντιπροσωπευτικό δείγμα. Έτσι, συνολικά ρωτήθηκαν 1.163 μαθητές και μαθήτριες από αστικά (501), αγροτικά (395) και ημιαστικά (208) περιβάλλοντα. Από τους μαθητές και τις μαθήτριες που ρωτήθηκαν το 33% φοιτούσε στη Β' τάξη Ενιαίου Λυκείου, ενώ ποσοστό 67% στην Γ' τάξη. Από αυτούς το 37% είχε διαλέξει θεωρητική κατεύθυνση, το 33,5% τεχνολογική, ενώ το 28,7% θετική. Το 56,6% του δείγματος ήταν κορίτσια και το 41,4% αγόρια.

Τα ερωτηματολόγια αποτελούνταν από ερωτήσεις κλειστού και ανοικτού τύπου, ενώ σε ορισμένες ερωτήσεις οι μαθητές/τριες είχαν τη δυνατότητα να δώσουν περισσότερες από μία απαντήσεις. Εκτός από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, το σώμα των ερωτήσεων αποσκοπούσε να καταγράψει απαντήσεις που αφορούσαν τους τρόπους χρήσης των Μ.Μ.Ε., τη στάση των παιδιών απέναντι σ' αυτά και τις συνήθειές τους. Επιπλέον υπήρχαν ερωτήσεις που αφορούσαν τα κριτήρια και τις πηγές πληροφόρησης που χρησιμοποιούν τα παιδιά για τις μελλοντικές επαγγελματικές επιλογές τους. Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου παρουσιάζονται αναλυτικά στα αποτελέσματα.

Αποτελέσματα

Φύλο και επαγγελματικές επιλογές

Ένας από τους βασικούς στόχους της παρούσας μελέτης ήταν η διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο συνδέονται οι επαγγελματικές επιλογές των εφήβων με το φύλο τους. Για το σκοπό αυτό πραγματοποιήθηκε μια σειρά ελέγχων ανεξαρτησίας με τη μέθοδο *crosstabs*, κρατώντας σταθερή κάθε φορά τη

μεταβλητή της κατηγορίας του επαγγέλματος και ελέγχοντας την κατανομή της σε σχέση με τις υπόλοιπες μεταβλητές. Οι κατηγορίες των επαγγελμάτων που τα παιδιά επέλεξαν απαντώντας στην ανοιχτή ερώτηση «*ποιο επάγγελμα σκοπεύεις να ακολουθήσεις;*» ήταν οι εξής: α) ελεύθερα επαγγέλματα, β) εκπαιδευτικών-δημοσίων υπαλλήλων, γ) στρατιωτικά επαγγέλματα, δ) χειρωνακτικά και ε) καλλιτεχνικά.

Οι συγκρίσεις μεταξύ των ομάδων των δύο φύλων έδειξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές [$\chi^2(4)=99,67$, $p=.000$] σε όλες τις κατηγορίες των επαγγελμάτων που επέλεξαν οι έφηβοι, εκτός αυτής των ελεύθερων επαγγελμάτων. Ειδικότερα, τα κορίτσια επιλέγουν σε σημαντικά μεγαλύτερο βαθμό το επάγγελμα του καθηγητή και του δημοσίου υπαλλήλου κυρίως ($z=7,1$) αλλά και τα καλλιτεχνικά επαγγέλματα ($z=2,1$), ενώ επιλέγουν σε σημαντικά μικρότερο βαθμό ↔ τα στρατιωτικά επαγγέλματα κυρίως ($z=-8,4$) αλλά και το επάγγελμα του τεχνίτη ή του αγρότη ($z=-2,1$). Ακριβώς αντίστροφη είναι η εικόνα των επαγγελματικών επιλογών των αγοριών. Ειδικότερα, τα αγόρια επιλέγουν σε σημαντικά μικρότερο βαθμό το επάγγελμα του καθηγητή και του δημοσίου υπαλλήλου κυρίως ($z=-7,1$) αλλά και τα καλλιτεχνικά επαγγέλματα ($z=-2,1$) ενώ επιλέγουν σε σημαντικά μεγαλύτερο βαθμό τα στρατιωτικά επαγγέλματα κυρίως ($z=8,4$) αλλά και το επάγγελμα του τεχνίτη ή του αγρότη ($z=2,1$).

Φύλο και πηγές πληροφόρησης

Στην κλειστή ερώτηση «*από ποιες πηγές αντλείς πληροφορίες για τα επαγγέλματα που θα μπορούσες να επιλέξεις μετά το σχολείο;*» δίνονταν οι εξής επιλογές: (α) Σχολικός Επαγγελματικός Προσανατολισμός, (β) γονείς, (γ) φίλοι, (δ) Μ.Μ.Ε., (ε) φροντιστήριο, (στ) καμία πληροφόρηση. Μόνο ένα μικρό ποσοστό των παιδιών (8,4%) αναφέρει τα Μ.Μ.Ε. ως βασική πηγή πληροφόρησης, ενώ δε διαφοροποιούνται τα δύο φύλα ως προς τη σημασία που αποδίδουν στα Μ.Μ.Ε. Πιο συγκεκριμένα, το 7,6% των αγοριών θεωρεί πως τα Μ.Μ.Ε. παρέχουν ικανές πληροφορίες, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τα κορίτσια είναι 9,3%. Στον Πίνακα 1 δίνονται τα ποσοστά των απαντήσεων των μαθητών στη σχετική ερώτηση.

Φύλο και τρόπος χρήσης των Μ.Μ.Ε.

Για τη μέτρηση του τρόπου χρήσης των Μ.Μ.Ε. υπήρχαν τρεις ερωτήσεις με επιλογές: α) «*Πόση ώρα συνήθως βλέπεις τηλεόραση την ημέρα;*», β) «*Ποιες ώρες βλέπεις συνήθως τηλεόραση*» και γ) «*Διαβάζεις εφημερίδα;*»

Στις συγκρίσεις μεταξύ των ομάδων των δύο φύλων βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ως προς το πόση ώρα βλέπουν οι έφηβοι τηλεόραση [$\chi^2(4)=10,19$, $p=.006$]. Ειδικότερα, οι σημαντικές διαφορές εντοπίζονται σε

δύο περιπτώσεις. Τα αγόρια αναφέρουν σε σημαντικά μεγαλύτερο ποσοστό ($z=3,2$) ότι βλέπουν τηλεόραση από 2 ώρες και πάνω την ημέρα, ενώ τα κορίτσια αναφέρουν σε σημαντικά λιγότερο ποσοστό ($z=-3,1$) ότι βλέπουν τηλεόραση για τόσο μεγάλο χρονικό διάστημα την ημέρα. Σημαντικές ήταν και οι διαφορές μεταξύ των ομάδων ως προς το ποιες ώρες βλέπουν τηλεόραση [$\chi^2(2)=39,12$, $p=.000$]. Ειδικότερα, τα κορίτσια αναφέρουν σε σημαντικά μεγαλύτερο ποσοστό ότι βλέπουν τηλεόραση από το πρωί έως τις 8.00 το απόγευμα ($z=6,1$) και σε σημαντικά λιγότερο ποσοστό από τις 10.00 το βράδυ και πιο αργά ($z=-6,1$). Τα αγόρια προτιμούν ακριβώς τις αντίθετες ζώνες τηλεθέασης. Δηλώνουν δηλαδή ότι προτιμούν πολύ περισσότερο την τελευταία ζώνη τηλεθέασης ($z=4,6$) και πολύ λιγότερο την πρώτη ζώνη ($z=-4,6$). Τέλος, οι διαφορές μεταξύ των ομάδων των δύο φύλων ως προς την ανάγνωση εφημερίδας βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές [$\chi^2(2)=43,69$, $p=.000$]. Ειδικότερα, τα αγόρια αναφέρουν σε σημαντικά μεγαλύτερο βαθμό ($z=6,6$) από ό,τι τα κορίτσια ($z=-6,6$) ότι διαβάζουν συχνά εφημερίδα. Αντίθετα, τα αγόρια αναφέρουν σε σημαντικά μικρότερο βαθμό ($z=-5,8$) από ό,τι τα κορίτσια ότι διαβάζουν σπάνια εφημερίδα ($z=5,8$).

Φύλο και αντιλήψεις για το ρόλο των Μ.Μ.Ε.

Οι αντιλήψεις των παιδιών για το ρόλο των Μ.Μ.Ε. διερευνήθηκαν μέσα από ένα ερωτηματολόγιο το οποίο αποτελούνταν από 20 προτάσεις. Τα παιδιά καλούνταν να δηλώσουν, με βάση μια τετράβαθμη κλίμακα, το βαθμό στον οποίο συμφωνούσαν με κάθε πρόταση. Σε ένα πρώτο βήμα πραγματοποιήθηκε ανάλυση παραγόντων με ορθογώνια περιστροφή των αξόνων. Η ανάλυση στο σύνολο του δείγματος ανέδειξε 5 παράγοντες οι οποίοι ερμηνεύουν το 48,3% της συνολικής διακύμανσης (η αναλυτική παρουσίαση των αποτελεσμάτων της ανάλυσης δίνεται στην τελική έκθεση, Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Τομέας Σ.Ε.Π., 2000).

Ειδικότερα, ο πρώτος παράγοντας απεικονίζει τα Μ.Μ.Ε. ως μέσα διάδοσης επιστημονικών γνώσεων και πνευματικών αξιών αλλά και ως άμεση πηγή πληροφόρησης για τον επαγγελματικό προσανατολισμό των νέων (π.χ., «τα Μ.Μ.Ε. διαμορφώνουν επαγγελματικές αξίες» ή «τα Μ.Μ.Ε. δίνουν χρήσιμες πληροφορίες για επαγγέλματα»). Ο δεύτερος παράγοντας απεικονίζει την έμμεση επίδραση των Μ.Μ.Ε., και ειδικότερα της τηλεόρασης, στην επιλογή του επαγγέλματος, μέσω της δημιουργίας επαγγελματικών προτύπων (π.χ., «τα Μ.Μ.Ε. προβάλλουν ιδιαίτερα ορισμένα επαγγέλματα» ή «η τηλεόραση επηρεάζει τις επαγγελματικές επιλογές των νέων»). Οι τρεις επόμενοι παράγοντες αξιολογούν το ρόλο της τηλεόρασης μόνο. Ειδικότερα, ο τρίτος παράγοντας αφορά την τάση των εφήβων να θεωρούν την τηλεόραση ως ένα μέσο ψυχαγωγίας και διασκέδασης (π.χ., «οι νέοι βλέπουν τηλεόραση για να

ξεχνούν τα προβλήματά τους»). Ο τέταρτος παράγοντας αφορά τη χρήση του συγκεκριμένου μέσου ως μέσου πληροφόρησης για όσα συμβαίνουν στη χώρα μας αλλά και σε όλο τον κόσμο (π.χ., «οι νέοι βλέπουν τηλεόραση για να πληροφορηθούν για όσα συμβαίνουν στη χώρα μας»). Τέλος, ο πέμπτος παράγοντας αξιολογεί το ρόλο της τηλεόρασης ως μέσου προβολής σεξιστικών προτύπων (π.χ., «μέσω της τηλεόρασης προβάλλονται ορισμένα επαγγέλματα ως γυναικεία, ενώ άλλα ως ανδρικά» ή «μέσω της τηλεόρασης προβάλλονται κυρίως οι ανδρικές αξίες»).

Εφαρμόστηκε ανάλυση διακύμανσης με εξαρτημένη μεταβλητή τους μέσους όρους των εκτιμήσεων για κάθε παράγοντα και ανεξάρτητη μεταβλητή το φύλο. Η διαφορά των δύο φύλων βρέθηκε στατιστικά σημαντική, πρώτον, όσον αφορά τις εκτιμήσεις τους για το ρόλο των Μ.Μ.Ε. ως μέσων διάδοσης επιστημονικών γνώσεων και πνευματικών αξιών αλλά και ως μέσων επαγγελματικής ενημέρωσης [$F(1,1093)=5,592 \cdot p=.018$]. Τα αγόρια εκτιμούν υψηλότερα ($M.O.=1,824$) αυτή τη λειτουργία των Μ.Μ.Ε. από ό,τι τα κορίτσια ($M.O.=1,763$). Δεύτερον, βρέθηκε σημαντική διαφορά στις εκτιμήσεις των δύο φύλων για το ρόλο των Μ.Μ.Ε. ως μέσων διαμόρφωσης επαγγελματικών προτύπων [$F(1,1093)=12,853 \cdot p=.000$]. Σ' αυτή την περίπτωση τα κορίτσια ($M.O.=2,740$) θεωρούν σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι τα αγόρια ($M.O.=2,616$) πως τα Μ.Μ.Ε. προβάλλουν συγκεκριμένα επαγγελματικά πρότυπα. Τέλος, σημαντική ήταν και η διαφορά στις απόψεις των δύο φύλων ότι η τηλεόραση είναι μέσο πληροφόρησης για τη χώρα μας και τον υπόλοιπο κόσμο [$F(1,1093)=6,855 \cdot p=.009$], αφού τα αγόρια ($M.O.=2,270$) δίνουν υψηλότερες τιμές από ό,τι τα κορίτσια ($M.O.=2,149$).

Συμπεράσματα - Συζήτηση

Τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται κατ' αρχήν να επιβεβαιώνουν τη βασική υπόθεση πως τα Μ.Μ.Ε. διαφοροποιούν έμμεσα τις επαγγελματικές επιλογές των εφήβων. Μια συγχρονική μελέτη ωστόσο, όπως η παρούσα, δεν μπορεί να φωτίσει όλες τις πλευρές ενός τόσο σύνθετου φαινομένου ούτε να συλλάβει τη δυναμική της σχέσης φύλου και Μ.Μ.Ε. Με βάση τα αποτελέσματα της παρούσας μελέτης, η μεταβλητή «φύλο» φαίνεται να συνιστά ένα σημαντικό παράγοντα διαφοροποίησης τόσο του τρόπου χρήσης των Μ.Μ.Ε. όσο και των επαγγελματικών επιλογών των εφήβων. Η προτίμηση της πρώτης τηλεοπτικής ζώνης κυρίως από τα κορίτσια και της τελευταίας από τα αγόρια υποδηλώνει ότι τα κορίτσια χρησιμοποιούν την τηλεόραση ως μέσο ψυχαγωγίας (καθώς σ' αυτή τη ζώνη κυριαρχούν τα προγράμματα ψυχαγωγίας), ενώ τα αγόρια ως μέσο ψυχαγωγίας αλλά και ενημέρωσης (στη ζώνη αυτή κυριαρχούν οι ειδήσεις, οι ταινίες

–ξένες κυρίως– και οι εκπομπές λόγου). Αλλά και η συχνότητα της χρήσης των συγκεκριμένων Μ.Μ.Ε. (τηλεόρασης και εφημερίδας) διαφοροποιείται σημαντικά στα δύο φύλα. Τα αγόρια χρησιμοποιούν τα μέσα αυτά σε σημαντικά μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι τα κορίτσια, γεγονός που υποδηλώνει μεγαλύτερη αναζήτηση πληροφοριών και ενημέρωσης από την πλευρά τους.

Οι ίδιοι έφηβοι, παρά την καθημερινή επαφή τους με τα Μ.Μ.Ε., δείχνουν ότι δε θεωρούν ουσιαστικό το ρόλο τους στην άμεση πληροφόρησή τους για τον επαγγελματικό τους προσανατολισμό. Αυτή η στάση τους εκφράζεται με μια σειρά απαντήσεων που αφορούν την αξία των Μ.Μ.Ε. στην καθημερινή ζωή. Άλλωστε μόνο το 8,5% των παιδιών που ρωτήθηκαν αναδεικνύει τα Μ.Μ.Ε. ως βασική πηγή πληροφοριών για την επιλογή του επαγγέλματος.

Τα ευρήματα της παρούσας μελέτης επιβεβαίωσαν την υπόθεσή μας ότι τα δύο φύλα επιλέγουν επαγγέλματα αντιπροσωπευτικά του φύλου τους, σύμφωνα με τις υπάρχουσες στερεότυπες αντιλήψεις για το ρόλο τους στην αγορά εργασίας. Συγκεκριμένα, τα κορίτσια βρέθηκε να επιλέγουν τα επαγγέλματα των καθηγητών-δημοσίων υπαλλήλων και τα καλλιτεχνικά, ενώ τα αγόρια τα ελεύθερα, τα στρατιωτικά και τα χειρωνακτικά επαγγέλματα.

Είναι χαρακτηριστικό ότι τα δύο φύλα φαίνεται να αντιλαμβάνονται διαφορετικά το ρόλο των Μ.Μ.Ε. και τη συνεισφορά τους στον επαγγελματικό προσανατολισμό των νέων. Από τη μια μεριά, τα αγόρια, σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι τα κορίτσια, θεωρούν τα Μ.Μ.Ε. ως μέσα διάδοσης επιστημονικών γνώσεων, αξιών και πληροφόρησης για επαγγέλματα, καθώς και ως μέσα πληροφόρησης για τον κόσμο γενικότερα, γεγονός που τα κατευθύνει στην αναζήτηση της πληροφορίας, όπως προαναφέραμε, σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι τα κορίτσια. Τα κορίτσια, από την άλλη, σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι τα αγόρια, αντιλαμβάνονται τα Μ.Μ.Ε. ως μέσα προβολής και διαμόρφωσης επαγγελματικών προτύπων. Η αντίληψή τους αυτή αντανακλάται και στην επιλογή της συγκεκριμένης τηλεοπτικής ζώνης, όπου μέσα από τηλεοπτικά προγράμματα ενισχύονται αυτά τα πρότυπα (μεταγλωτισμένες σειρές και ποικίλα talk shows). Τέτοια μηνύματα πιθανόν να κατευθύνουν προς συγκεκριμένες επαγγελματικές επιλογές.

Σε γενικές γραμμές, φαίνεται ότι οι απόψεις των δύο φύλων για τη χρήση των Μ.Μ.Ε. είναι ανάλογες των στερεότυπων αντιλήψεων γι' αυτά, αντιλήψεων που κατασκευάζονται τόσο στο πλαίσιο της κοινωνίας όσο και στο πλαίσιο του εικονικού λόγου. Τα αγόρια κατευθύνονται περισσότερο προς τα Μ.Μ.Ε. ως ηλεκτρονικά-νεωτεριστικά μέσα ενημέρωσης, θεωρώντας τα ως μέσα του σύγχρονου τεχνοκρατικού επιστημονικού λόγου, αξιών και πληροφόρησης και ουσιαστικά εργαλεία για τη σύλληψη του κόσμου. Από την άλλη μεριά, τα κορίτσια, σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι τα αγόρια, αντιλαμβάνονται τα Μ.Μ.Ε. ως μέσα προβολής και διαμόρφωσης επαγγελματικών

προτύπων. Η άποψή τους αυτή αντανακλάται και στην επιλογή της συγκεκριμένης τηλεοπτικής ζώνης, όπου μέσα από τηλεοπτικά προγράμματα ενισχύονται αυτά τα πρότυπα (Δουλκέρη, 1992).

Πιστεύουμε ότι τα Μ.Μ.Ε., σε συνδυασμό με την εκπαίδευση, μπορούν να συνεισφέρουν στον επαγγελματικό προσανατολισμό των νέων ανθρώπων. Μπορούν να αναδείξουν τις νέες συνθήκες μέσα στις οποίες διαμορφώνεται η παραγωγική διαδικασία, με τέτοιο τρόπο ώστε αυτή να γίνει κατανοητή από τους νέους. Άλλωστε, σύμφωνα με τα ευρήματά μας, οι νέοι φαίνονται πρόθυμοι να διεκδικήσουν ένα πολύπλευρο και γόνιμο επαγγελματικό προσανατολισμό από μια ποικιλία πηγών. Στο πλαίσιο αυτό αναγνωρίζουν την αναγκαιότητα της χρήσης των σύγχρονων Μ.Μ.Ε. Ωστόσο δεν παραλείπουν, ιδιαίτερα τα κορίτσια, να τονίζουν το σεξιστικό τους χαρακτήρα στον τρόπο προβολής των επαγγελματικών αξιών.

Καθώς η ερευνητική δραστηριότητα με επίκεντρο τα Μ.Μ.Ε. φαίνεται πως ωριμάζει, οι περισσότερες έρευνες συμφωνούν πως οι επιδράσεις των Μ.Μ.Ε. δεν είναι αναγκαστικά άμεσες και δραστικές, αλλά διάχυτες και μακροχρόνιες. Δεν περιορίζονται σε συγκεκριμένες συμπεριφορές ή κοινωνικές δραστηριότητες ούτε σε συγκεκριμένες χρονικές στιγμές, αλλά έχουν συνολική επίδραση στη γενική εξέλιξη των πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών διαδικασιών. Τα Μ.Μ.Ε. έχουν δύναμη την ικανότητα να λειτουργήσουν χειραφετικά τόσο ως προς την επαγγελματική επιλογή των νέων ανθρώπων, αγοριών και κοριτσιών, όσο και ως προς τη θετική παρέμβαση στο πρόβλημα της ισότητας των δύο φύλων. Η δύναμη του μαζικού μέσου αλλά και του Η/Υ, του νέου μέσου της σύγχρονης τεχνολογίας, είναι τέτοια, ώστε να μπορεί να υπερνικήσει εμπόδια, όπως για παράδειγμα ο σεξισμός ή ακόμα και η γεωγραφική απόσταση ή η πολιτισμική απομόνωση από τα κέντρα προώθησης του επαγγελματικού προσανατολισμού, και να λειτουργήσει εξισωτικά απέναντι σε κάθε μορφή φυλετικών, κοινωνικών, οικονομικών, μορφωτικών, γεωγραφικών ανισοτήτων.

Πίνακας 1: Πηγές πληροφόρησης των μαθητών/μαθητριών

ΦΥΛΟ	Σ.Ε.Π.	Μ.Μ.Ε.	Γονείς	Φίλοι	Φροντιστήριο	Δεν έχω πληροφορίες
Κορίτσι	22,1%	9,3%	27,6%	8%	23%	6%
Αγόρι	18,9%	7,6%	39,5%	7,8%	16,4%	5%
Σύνολο	20%	8,5%	32,7%	8%	20,2%	5,6%

Βιβλιογραφία

- Bryant, J. & Zillmann, D. (eds.) (1994). *Media effects, advances in theory and research*. New Jersey: LEA.
- Γκιζελής, Γρ. (1976). Χαρακτηριστικά και τάσεις των Αθηναίων τηλεθεατών: Συμπεράσματα από μια έρευνα. Στο *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*. Αθήνα: ΕΚΚΕ, σ. 339-349.
- Choat, E. (1988). Children television and learning in nursery and infants school. *Educational Studies*, 14, τόμ. 1.
- Collins, P.A. (1991). The impact of television on preschoolers' perseverance, impulsivity and restlessness. Παρουσίαση σε συνέδριο με θέμα *Society for Research in Child Development*. Seattle.
- Δουλκέρη, Τ. (1992). *Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και ισότητα των δύο φύλων: μια πρώτη θεωρητική προσέγγιση και εμπειρική έρευνα*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Δουλκέρη, Τ. (1994). *Παιδικά Μέσα Επικοινωνίας και σεξισμός*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Δουλκέρη, Τ. (1995). Τα στερεότυπα των φύλων στα παιδικά μέσα επικοινωνίας. Στο Ν. Παπαγεωργίου (επιμ. εκδ.). *Εκπαίδευση και ισότητα ευκαιριών. Πρακτικά Ευρωπαϊκού Συνεδρίου*. Αθήνα: Υπουργείο Προεδρίας της Κυβέρνησης - Γενική Γραμματεία Ισότητας.
- Foss, K. & Foss, S. (1983). The Status of Research on Women and Communication. *Communication Quarterly*, 31, 195-204.
- Λεάνδρος, Ν. (1992). *Μαζικά Έντυπα Επικοινωνίας στην Ελλάδα*. Αθήνα: Δελφίνι.
- Παπαθανασόπουλος, Στ. (1997). *Η δύναμη της τηλεόρασης*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Popper, K. & Condry, J. (1995). *Τηλεόραση, κίνδυνος για τη Δημοκρατία*. Αθήνα: Νέα Σύνορα.
- Zoonen, L. van (1994). *Feminist Media Studies*. London: Sage.

Η εργασία αυτή αποτελεί μέρος ενός ευρύτερου ερευνητικού προγράμματος με τίτλο: «Επιδράσεις που ασκούν τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας στην πληροφόρηση-διαμόρφωση των επαγγελματικών αντιλήψεων, στάσεων και επιλογών των νέων όσον αφορά στην ένταξή τους στο χώρο της εργασίας». Η έρευνα χρηματοδοτήθηκε από το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο (τομέας Σ.Ε.Π.) και διεξήχθη από το Εργαστήριο Θεωρητικής και Εφαρμοσμένης Παιδαγωγικής του Παιδαγωγικού Τμήματος Προσχολικής Εκπαίδευσης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.