

Πόσο πραγματική είναι η πραγματικότητα; Μια εξέταση του αντιληπτικού ρεαλισμού και της ψυχολογικής επιρροής που ασκούν οι τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών σε νεαρούς ενήλικες σε σχέση με τις επιτρεπτές σεξουαλικές συμπεριφορές/στάσεις.

Υποβολή Μεταπτυχιακής Διατριβής για Τμήμα Ψυχολογίας
Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Κοινωνική και Αναπτυξιακή Ψυχολογία

Μιχαλίτσα Τσαμπίκα Μαστροσαββάκη

Επόπτης : Δρ. Κώστας Α. Φάντη

Πανεπιστήμιο Κύπρου



Έντυπο Έγκρισης Μεταπτυχιακής Διατριβής

Όνομα Φοιτητή: Μιχαλίτσα Τσαμπίκα Μαστροσαββάκη

Αρ. Ταυτότητας: AN9955783

Πρόγραμμα Σπουδών: Κοινωνική και Αναπτυξιακή Ψυχολογία

Έτος Εισδοχής: 2019/2020

Τίτλος Διατριβής: Πόσο πραγματική είναι η πραγματικότητα; Μια εξέταση του αντιληπτικού ρεαλισμού και της ψυχολογικής επιρροής που ασκούν οι τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών σε νεαρούς ενήλικες σε σχέση με τις επιτρεπτές σεξουαλικές συμπεριφορές/ στάσεις.

Βαθμός: ΚΑΛΩΣ (5-6.49) / ΛΙΑΝ ΚΑΛΩΣ (6.50-8.49) / ΑΡΙΣΤΑ (8.50-10)

Η διατριβή εγκρίθηκε από:

Πρόεδρος Επιτροπή

Δρ. Κώστας Φάντης

Υπογραφή

Μέλος Επιτροπής

Δρ. Παναγιώτης Σταυρινίδης

Υπογραφή

Μέλος Επιτροπής

Δρ. Χάρης Ψάλτης

Υπογραφή

Ημερομηνία Παρουσίασης:

Ημερομηνία Έγκρισης Συμβουλίου

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να εξετάσει, μέσα από δομημένη περιγραφική ερευνητική διαδικασία, την επιρροή των τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών. Δείγμα αποτέλεσαν N=373 γυναίκες και N=83 άντρες Ελληνικής και Κυπριακής καταγωγής και ηλικίας 18-25 ετών που επιλέχθηκαν τυχαία και συμπλήρωσαν τέσσερα ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια σχετικά με την ψυχολογική επιρροή (DASS-21), τον αντιληπτικό ρεαλισμό (Perceived Realism Scale), τις σεξουαλικές συμπεριφορές/ στάσεις (Brief Sexual Attitude Scale) καθώς και την ποσότητα και τα κίνητρα παρακολούθησης τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών (Self-reported Scale Overall Television Viewing and Motives of viewing). Συγκεκριμένα, η έρευνα επιχειρεί να απαντήσει σε πέντε συγκεκριμένα ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία ελέγχθηκαν μέσω συσχετιστικών αναλύσεων. Τα ευρήματα και οι στατιστικές αναλύσεις, παρουσιάζουν θετική συσχέτιση ως προς το γυναικείο φύλο ως επικρατέστερος και συνηθέστερος τηλεθεατής τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών. Επιπλέον, βρέθηκε στατιστική σημαντική διαφορά ανάμεσα στον τύπο θέασης και τον αντιληπτικό ρεαλισμό καθώς και στον τύπο θέασης και τον αντιληπτικό ρεαλισμό, ανά την ομάδα συμμετεχόντων που βρισκότουσαν σε ερωτική σχέση και αποτελούσαν συνήθεις τηλεθεατές εκπομπών γνωριμιών. Από την άλλη, παρατηρείται μικρή εξάρτηση ανάμεσα στις ανεκτικές σεξουαλικές στάσεις και τους συνήθεις τηλεθεατές εκπομπών γνωριμιών καθώς και στο αν οι τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών ασκούν ψυχολογική επιρροή σε άτομα με ανεκτικές σεξουαλικές συμπεριφορές. Μελλοντικές μεταanalύσεις, αλλά και πιθανές μοντελοποιήσεις των εν λόγω μεταβλητών, θα αναδείξουν ακόμα καλύτερα την επίδραση των τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών ειδικότερα σε νεαρούς ενήλικες που αποτελούν μείζων ομάδα ερευνητικής μελέτης.

Λέξεις Κλειδιά: Τηλεοπτική εκπομπή γνωριμιών· Νεαροί Ενήλικες· Σεξουαλικές Συμπεριφορές· Ψυχολογική Επιρροή.

Abstract

The present study examines through a structured descriptive research process the influence of television dating shows. The sample consisted of $N = 373$ women and $N = 83$ men of Greek and Cypriot origin and aged 18-25 years who were randomly selected and completed four electronic questionnaires on psychological influence (DASS-21), Perceived Realism Scale, sexual behaviors / attitudes (Brief Sexual Attitude Scale) as well as the amount and motivation to watch Self-reported Dating TV shows (Self-reported Scale Overall Television Viewing and Motives of viewing). In particular, the research answered five specific research questions which were tested through correlational analyzes. The findings and statistical analyzes indicate a positive correlation about the female gender as the predominant and most common viewer of dating TV shows. In addition, a statistically significant difference was found between the type of viewing and the perceptual realism as well as the type of viewing and the perceptual realism, across the group of participants who were in a love affair and were regular viewers of dating shows. On the other hand, there is moderate correlation between tolerant sexual attitudes and the usual viewer of dating shows as well as whether dating TV shows have a psychological influence on people with tolerant sexual behaviors. Future meta-analyzes as well as possible modeling of these variables, will highlight even better the effect of dating acquaintances, especially on young adults who are a major research study group.

Keywords: TV dating show; Young Adults; Sexual Behaviors; Psychological Influence.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΩΝ

Περίληψη	3
Abstract.....	4
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΩΝ	5
Νεαροί Ενήλικες και Λόγοι Παρακολούθησης Τηλεοπτικών Εκπομπών.....	10
Θεωρητικό Υπόβαθρο.....	11
Κοινωνική Γνωστική Θεωρία και Τηλεοπτικές Εκπομπές γνωριμιών.....	11
Θεωρία Καλλιέργειας και Τηλεοπτικές εκπομπές Γνωριμιών	12
Ψυχολογική Επιρροή Τηλεοπτικών Εκπομπών Γνωριμιών.	13
Σεξουαλικό Περιεχόμενο και Τηλεοπτικές Εκπομπές Γνωριμιών.	14
Τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών και Επιτρεπτές Σεξουαλικές Στάσεις/Συμπεριφορές	15
Αντιληπτός Ρεαλισμός και Τηλεοπτικών Εκπομπές Γνωριμιών	16
Ερευνητικό Πλαίσιο.....	18
Μεθοδολογία Έρευνας.....	19
Συμμετέχοντες	19
Διαδικασία Διαλογής.....	20
Ψυχομετρικά Εργαλεία Έρευνας.....	20
Self-reported Scale Overall Television Viewing and Motives of viewing (2020).	21
Brief Sexual Attitude (Hendrick, Hendrick, & Reich, 2006).	21
Perceived Realism Scale (Cho, Shen, and Wilson, 2014).	22
Depression, Anxiety and Stress Scale - 21 Items (DASS-21 Scale), (Syd Lovibond and Peter Lovibond, 1995).	23
Ηθικά Ζητήματα	24
Στατιστική Ανάλυση.....	24
Αποτελέσματα	25
Πίνακας 1: Αποτελέσματα στατιστικού Kolmogorov-Smirnov test ως έλεγχος κανονικότητας.	27
Πίνακας 2.1: Περιγραφικά στατιστικά μεταβλητών Φύλο και Τύπος θέασης (SOTVM_Total).	28
Πίνακας 2.2: Στατιστικά στοιχεία τάξης του στατιστικού Mann-Whitney U της μεταβλητής Τύπος θέασης (SOTVM_Total) ανά ομάδα της μεταβλητής Φύλο.	28
Πίνακας 2.3: Αποτελέσματα ανάλυσης στατιστικού Mann-Whitney U της μεταβλητής Τύπος θέασης (SOTVM_Total) ανά ομάδα της μεταβλητής Φύλο.	28
Πίνακας 3.1: One-way ANOVA για την μεταβλητή Αντίληψη Ρεαλισμού (PRS_Total) μεταξύ των ομάδων Τύπου θέασης (SOTVM_Grouped).	29
Πίνακας 3.2: Περιγραφικά στοιχεία της μεταβλητή Αντίληψη Ρεαλισμού (PRS_Total) όσον αφορά τις ομάδες Τύπου θέασης (SOTVM_Grouped).	29
Πίνακας 4.1: Περιγραφικά στοιχεία στατιστικού Mann-Whitney U μεταξύ των μεταβλητών Τύπος Θέασης – ομαδοποιημένη μορφή (SOTVM_Grouped) και Σεξουαλικές Προτιμήσεις (BSAS_Total).....	30

Πίνακας 4.2: Αποτελέσματα στατιστικού <i>Mann-Whitney</i> μεταξύ των μεταβλητών Τύπος Θέασης – ομαδοποιημένη μορφή (<i>SOTVM_Grouped</i>) και Σεξουαλικές Προτιμήσεις (<i>BSAS_Total</i>)	30
Πίνακας 4.3: Αποτελέσματα στατιστικού <i>Kruskal-Wallis H</i> μεταξύ των μεταβλητών Τύπος Θέασης (<i>SOTVM_Total</i>) και Σεξουαλικές Προτιμήσεις (<i>BSAS_Total</i>)	31
Πίνακας 4.4: Συντελεστής συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών Τύπος Θέασης (<i>SOTVM_Total</i>) και Σεξουαλικές Συμπεριφορές (<i>BSAS_Total</i>).....	31
Πίνακας 5.1: Αποτελέσματα στατιστικού <i>Kruskal-Wallis H</i> μεταξύ των μεταβλητών Ψυχολογικές Επιπτώσεις (<i>Dass_Total</i>) και Σεξουαλικές Συμπεριφορές (<i>BSAS_Total</i>). ...	32
Πίνακας 5.2: Συντελεστής συσχέτισης <i>Spearman (r)</i> των μεταβλητών Ψυχολογικές Επιπτώσεις (<i>Dass_Total</i>) και Σεξουαλικές Συμπεριφορές (<i>BSAS_Total</i>).	33
Συζήτηση.....	34
Πρακτικές επιπτώσεις.....	34
Περιορισμοί Έρευνας	35
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι	45
Σύντομη Κλίμακα Σεξουαλικών Στάσεων/Συμπεριφορών	45
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ.....	46
Κλίμακα Αντιληπτικού Ρεαλισμού.....	46
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ.....	46
Κλίμακα Αυτοαναφοράς Τηλεοπτικών Συνηθειών και Κινήτρων	46
Κλίμακα Κατάθλιψης Άγχους και Στρες.....	48
Διάγραμμα 1.0 - Διάγραμμα πίτας για τον αριθμό των ατόμων φύλου στο δείγμα.	49
Διάγραμμα 2.0- Ιστόγραμμα μέσων τιμών μεταβλητής Σεξουαλικών Συμπεριφορών (<i>BSAS_Total</i>) ανά ομάδα μορφωτικού επιπέδου και ομάδα φύλου.	49

Εισαγωγή

Μια μελέτη του Nielsen (2011), αναφέρει ότι η μηνιαία τηλεοπτική προβολή στις ΗΠΑ αποτελείται από 283 εκατομμύρια τηλεθεατές, δηλαδή περισσότερο από τα δύο τρίτα του πληθυσμού στη χώρα. Σύμφωνα με τον Thielman (2014), ο μέσος υπολογισμός χρόνος τηλεοπτικής παρακολούθησης κάθε ατόμου, κυμαίνεται στις 146 ώρες το μήνα. Η σωρεία δικτύων και καναλιών διαθέσιμα για το κοινό, εξυπηρετούν επίσης διάφορες θέσεις στον κλάδο, είτε βρίσκονται ραδιοτηλεοπτικά είτε διαδικτυακά διευκολύνοντας την αυξανόμενη παρακολούθηση. Για τον λόγο αυτό, δεν είναι μόνο η παραδοσιακή τηλεόραση που αποτελεί μια ανταγωνιστική επιχείρηση, αλλά και υπηρεσίες ροής όπως το “Netflix”, το “Hulu” και το “Amazon Prime” που έγιναν δημοφιλείς τα τελευταία χρόνια. Ειδικότερα, καθώς οι τηλεοπτικές εκπομπές «πραγματικότητας» βρίσκονται στο τηλεοπτικό επίκεντρο των θεατών, ένα αμφιλεγόμενο περιεχόμενο προβληματίζει την κοινωνία, κατά πόσον δηλαδή, οι τηλεοπτικές εκπομπές «πραγματικότητας», περιέχουν αναληθές περιεχόμενο, πόση αλήθεια υπάρχει σε αυτού του είδους εκπομπών, και τέλος αν είναι ικανές οι εκπομπές αυτές να χειραγωγήσουν τη σκέψη των ανθρώπων. Ακόμα και σήμερα, οι ερευνητές προσπαθούν να ανακαλύψουν τι είδους επιπτώσεις προκαλεί η τηλεόραση στους θεατές της και πώς η χρήση της καθώς και ορισμένα είδη και υποκατηγορίες μπορούν να επηρεάσουν τις αντιδράσεις, τις πεποιθήσεις και τις στάσεις των θεατών (Thielman, 2014).

Ειδικότερα, οι τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών, που αφορούν εκπομπές με ερωτικό ή σεξουαλικό περιεχόμενο, όπου οι συμμετέχοντες αποσκοπούν να βρουν ερωτικό σύντροφο ή ραντεβού, έχουν υποτιμηθεί ως η χαμηλότερη μορφή ψυχαγωγίας, απειλή για τη νοημοσύνη και μέσον εξυπηρέτησης πρωτόγονων ανθρώπινων ενστίκτων (Scharrer & Blackburn, 2018). Μέχρι προσφάτως, τα αποτελέσματα παρακολούθησης και μέτρησης ανθρωπίνων χαρακτηριστικών των τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών παρέμεναν ελάχιστα (Rodenhizer et al., 2019). Ένας λόγος αποτελεί η συνεχόμενη αλλαγή της «πραγματικότητας» των

τηλεοπτικών αυτών εκπομπών, καθιστώντας δύσκολο για τους ερευνητές να συλλέγουν και να αναλύουν δεδομένα. Επιπρόσθετα, ενδέχεται πολλοί ερευνητές να αμφισβητούν την διάρκεια στο χρόνο τέτοιου είδους εκπομπών, θεωρώντας πως αποτελούν παροδικό μέσον ευχαρίστησης των τηλεθεατών. Παρόλο που οι τηλεοπτικές εκπομπές «πραγματικότητας» έρχονται σε διαφορετικές μορφές, ίσως είναι η υπόσχεση να δούμε πραγματικούς ανθρώπους σε υποτιθέμενες πραγματικές καταστάσεις που ίσως αποτελέσουν επίκεντρο δημόσιων καταστάσεων περιφρόνησης και έντονης δημόσιας συζήτησης (Scharrer & Blackburn, 2018).

Αναφορικά με τις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών, αν και έχουν γραφεί διάφορες απόψεις τόσο από παρατηρητές και όσο και από σχολιαστές των μέσων ενημέρωσης, υπάρχει πολύ λίγη επιστημονική βιβλιογραφία γι' αυτού του είδους εκπομπών. Ειδικότερα, μελέτες αναφορικά με τα κίνητρα παρακολούθησης περιλαμβάνουν κυρίως την απόσπαση της προσοχής, την πλήξη (Nabi et al., 2003), την παρακολούθηση ως κοινωνική δραστηριότητα, (Lundy, et al., 2003) καθώς και την παρακολούθηση ως «ένοχη» ευχαρίστηση (Andrejevic, 2004). Υποστηρίζοντας επομένως αυτήν την προσέγγιση, εκπομπές τέτοιου είδους βρέθηκαν να περιλαμβάνουν περισσότερη σχεσιακή επιθετικότητα από εκείνες «μη πραγματικότητας» και η παρακολούθηση των τηλεοπτικών εκπομπών «πραγματικότητας» σχετίστηκε αρνητικά με ένα κίνητρο να αισθάνεται κοινωνικά σημαντικό το άτομο (Rousseau et al., 2019).

Πολλές θεωρίες, αναφέρουν πως οι θεατές ήταν «παθητικοί» και ότι τα μηνύματα των τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών ήταν ισχυρά και επηρέασαν σε μεγάλο βαθμό τα άτομα (Littlejohn & Foss, 2011). Άλλοι, πρότειναν ότι τα μηνύματα αυτά είχαν ελάχιστες επιπτώσεις στους θεατές και ότι χρειάστηκε διαπροσωπική επικοινωνία για να επηρεαστεί η στάση και οι πεποιθήσεις άλλων ατόμων (Littlejohn & Foss, 2011). Η μελέτη της Bilandzic (2006), προχωρά περαιτέρω δηλώνοντας πως καθώς οι άνθρωποι παρακολουθούν τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών, αρχίζουν σταδιακά να απορροφούν τις ιδέες, απόψεις και ήθη που τους παρουσιάζονται. Συνεπακόλουθα, μελέτες υποδεικνύουν πως το «τηλεοπτικό

περιεχόμενο» είναι ικανό να επηρεάσει τα άτομα και να προσαρμόσει τις πεποιθήσεις τους, εφόσον οι πληροφορίες από τις περιεχόμενο αφομοιωθούν μέσω της τηλεοπτικής προβολής (Bilandzic, 2006).

Ανάγκη για Εκτεταμένη Μελέτη

Με τις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών να προβάλλονται σε συχνή βάση, η έρευνα βρίσκεται σε εξέλιξη για την εξέταση των διαζόντων χαρακτηριστικών αυτού του είδους εκπομπών (Martino, 2005). Σύμφωνα με τους Peek & Beresin (2016), οι τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών, «θολώνουν» σκόπιμα τις διαχωριστικές γραμμές μεταξύ της πραγματικής ζωής και της ψυχαγωγίας, με σκοπό την απόκτηση περαιτέρω προβολής. Ως προς το ηλικιακό εύρος των τηλεθεατών, οι νεαροί ενήλικες αποτελούν ιδανικό δείγμα προς εξερεύνηση αφού δεν θεωρούνται ιδιαίτερα επιρρεπείς ως προς την παρακολούθηση και εσωτερίκευση της διαφοράς μεταξύ αυτού που προβάλλετε και των πραγματικών γεγονότων (Peek & Beresin, 2016). Οι «θολές γραμμές» επιτρέπουν στην πραγματικότητα της τηλεόρασης να διευκολύνει τη χρήση αρνητικών, στερεοτυπικών πεποιθήσεων και συμπεριφορών (Ward, 2002). Αν και ψυχαγωγικής φύσεως, οι τηλεθεατές τηλεοπτικών εκπομπών πραγματικότητας τείνουν να δέχονται και διαιωνίζουν τις αρνητικές πεποιθήσεις και συμπεριφορές που παρακολουθούν (Palmer, 2013). Η βιβλιογραφία δεν έχει ακόμη εξετάσει εις βάθος τι οδηγεί τον τηλεθεατή στην επιρροή από τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών. Επομένως, εάν εξεταστεί, ποιοι τηλεθεατές είναι πιθανότερο να ενσωματώσουν τις εμφανιζόμενες τηλεοπτικές συμπεριφορές στην πραγματική ζωή, οι επόμενοι μελετητές θα κατέχουν τη γνώση για να μειώσουν τον αντίκτυπο για τους νεαρούς ενήλικες.

Σε συνάρτηση με τα παραπάνω, η τρέχουσα μελέτη επιδιώκει να επεκτείνει την προηγούμενη έρευνα σχετικά με τις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών. Το ηλικιακό δείγμα που έχει επιλεγεί προς μελέτη αφορά τους νεαρούς ενήλικες (18-25 ετών). Συγκεκριμένα, παρατηρείται έλλειψη έρευνας και αποτελεσμάτων στη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα λόγω

και της δυσκολίας που αναφέρθηκε παραπάνω ως προς την συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα όπως και για την εκτεταμένη και ποικιλόμορφη χρήση ηλεκτρονικών μέσων που καθιστά δύσκολη την ουσιαστική μέτρηση παρακολούθησης συγκεκριμένου τηλεοπτικού περιεχομένου (Jager et al., 2020). Αυτή η μελέτη επιδιώκει επίσης να ενισχύσει τα στοιχεία που συνδέουν την έκθεση με τα ραντεβού σε τηλεοπτικό χρόνο και τις ανεκτές σεξουαλικές στάσεις (Jager et al., 2020).

Νεαροί Ενήλικες και Λόγοι Παρακολούθησης Τηλεοπτικών Εκπομπών

Η περίοδος μεταξύ εφηβείας και ενηλικίωσης, ηλικίας 18-25 ετών, έχει οριστεί ως αναδυόμενη ενηλικίωση (Nelson & Barry, 2005). Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, η δημιουργία σεξουαλικών σχέσεων είναι μια αναπτυξιακή πρόκληση που αντιμετωπίζουν οι νεαροί ενήλικες ειδικότερα όταν αποτελεί κεντρικό θέμα προβολής στις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών (Ward, 2002). Οι ερευνητές έχουν στοχεύσει τα αποτελέσματα της τηλεόρασης πραγματικότητας εξετάζοντας πτυχές των προθέσεων των θεατών με σκοπό την παρακολούθηση. Μελέτες έχουν εξετάσει τις προθέσεις των θεατών μέσω του φακού της θεωρίας τηλεοπτικής χρήσης και ικανοποίησης. Αυτή η θεωρία υποδηλώνει ότι νεαροί ενήλικες παρακολουθούν είτε για ψυχαγωγικούς είτε για μαθησιακούς σκοπούς (Rubin, 1986).

Μελέτες κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι θεατές παρακολουθήσαν το τηλεοπτικό περιεχόμενο που ταιριάζει πιο σταθερά με τις προσωπικές τους ανάγκες (Katz, Blumer, & Gurevitch, 1974; Rubin, 1986). Μια πιο πρόσφατη μελέτη εξέτασε αυτήν την έννοια με την αξιολόγηση των κινήτρων των τηλεθεατών. Οι ερευνητές χρησιμοποίησαν μια κλίμακα Likert 17 αντικειμένων που αξιολόγησε 4 παράγοντες: ρύθμιση της διάθεσης (δηλ. "Παρακολουθώ τηλεόραση για να δημιουργήσω μια συγκεκριμένη διάθεση για μένα"), ψυχαγωγία (δηλ. "Βρίσκω χαλάρωση στην παρακολούθηση τηλεόρασης"), εξάρτηση από την τηλεόραση (δηλ. "Επέλεξα να παρακολουθήσω τηλεόραση παρά κάνοντας κάτι άλλο»), και

απομόνωση (δηλ. «Βλέπω τηλεόραση όταν θέλω όλοι να με αφήσουν μόνο»). Αφού εξέτασε τα κίνητρα των θεατών, η μελέτη κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η παρακολούθηση επηρέασε την πεποίθηση ότι τα αγόρια έχουν εμμονή με το σεξ και ότι τα κορίτσια είναι σεξουαλικά αντικείμενα (Vandenbosch & Eggermont, 2011). Αυτή η μελέτη έδειξε την ανάγκη για διαχρονική εξερεύνηση των τηλεοπτικών κινήτρων και της σεξουαλικότητας των νεαρών ενηλίκων (Vandenbosch & Eggermont, 2011).

Θεωρητικό Υπόβαθρο

Κοινωνική Γνωστική Θεωρία και Τηλεοπτικές Εκπομπές γνωριμιών

Όσον αφορά τις μη τηλεοπτικές γνωριμίες δηλαδή ραντεβού σε πραγματικό χρόνο, νεαρών ενηλίκων, που ξεκινάνε να συναναστρέφονται ρομαντικά, απαιτούνται «άτυποι κανόνες» για τις επακόλουθες προσδοκίες τους. Ειδικότερα, σύμφωνα με την Κοινωνική Γνωστική Θεωρία (SCT) (Bandura, 1986), τα τηλεοπτικά μοντέλα μπορεί να διδάσκουν ή να υπενθυμίζουν στους τηλεθεατές κατάλληλους κανόνες ή πρότυπα για τη διαπροσωπική συμπεριφορά σε συγκεκριμένα πλαίσια. Αυτή η θεωρία προτείνει ότι οι άνθρωποι δεν είναι απλώς «παθητικοί» θεατές του περιεχομένου, αλλά «γνωστικοί» καταναλωτές που αντανακλούν, ρυθμίζουν και μαθαίνουν εναλλακτικά από το υλικό που προβάλλεται στην τηλεόραση (Bandura, 2001). Η τηλεόραση συχνά μπορεί να είναι μια πηγή που «παρέχει πληροφορίες που οι νέοι δεν μπορούν να αποκτήσουν από αλλού» και συνδέεται με τη στάση και τις προσδοκίες των εφήβων για σεξουαλικές σχέσεις και ραντεβού (Ward & Rivadenrya, 1999). Επομένως εάν οι συμμετέχοντες σε τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών θεωρηθούν από τους τηλεθεατές «ομότιμη ομάδα», δηλαδή θεωρηθούν ως «πραγματικοί άνθρωποι», και όχι διασημότητες ή ηθοποιοί, οι τηλεθεατές μπορεί να ταυτιστούν περισσότερο με τους χαρακτήρες της τηλεοπτικής εκπομπής παρά με φανταστικούς δραματικούς χαρακτήρες άλλου είδους προβολής.

Σύμφωνα με τον Bandura (2001), τέσσερις διαδικασίες συμβαίνουν ως εξής: προσοχή, διατήρηση, παραγωγή και κίνητρα. Οι δύο πρώτες διεργασίες ασχολούνται με την παρακολούθηση και την απομνημόνευση μιας συμπεριφοράς. Εάν ένας τηλεθεατής δεν παρακολουθεί τη συμπεριφορά ή δεν τη δεσμεύει στη μνήμη του, η συμπεριφορά έχει μικρή πιθανότητα να επαναληφθεί. Η διαδικασία παραγωγής σχετίζεται με την ικανότητα του ατόμου να αναπαράγει πραγματικά τη συμπεριφορά. Μόλις μια συμπεριφορά αποκτήσει την προσοχή και διατηρηθεί, ένας τηλεθεατής πρέπει να διαθέτει τις απαραίτητες δεξιότητες για να πραγματοποιήσει αυτήν τη συμπεριφορά. Η τελική διαδικασία ασχολείται με παρακινητικές πτυχές, όπως παρατηρούμενο κόστος και οφέλη από την εκτέλεση της συμπεριφοράς. Μια συμπεριφορά είναι πιο πιθανόν να μοντελοποιηθεί εάν ανταμείβεται παρά τιμωρείται. Για παράδειγμα, εάν το ραντεβού λήξει με ένα ερωτικό φιλί και αυτό εμφανίζεται συχνά ως ανταμοιβή, τότε είναι πιο πιθανόν η συμπεριφορά να μοντελοποιηθεί (Bandura, 2001).

Θεωρία Καλλιέργειας και Τηλεοπτικές εκπομπές Γνωριμιών

Μια πρόσθετη θεωρία μπορεί να βοηθήσει στην περιγραφή πιθανών επιπτώσεων από την παρακολούθηση εκπομπών ραντεβού με την πραγματικότητα. Αναπτύχθηκε από τον George Gerbner και τους συναδέλφους, η Θεωρία Καλλιέργειας (Cultivation Theory) υποστηρίζει ότι οι θεατές, με την πάροδο του χρόνου, παρακολουθούν μηνύματα και εικόνες που βρέθηκαν στην τηλεόραση που συμβολίζουν μια τυποποιημένη αναπαράσταση του κόσμου (Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1980, 1986). Μια αρχή είναι το φαινόμενο πρώτης τάξεως όπου οι τηλεθεατές είναι πιο πιθανό να αντιληφθούν ότι ο πραγματικός κόσμος είναι όπως αυτός που παρουσιάζεται στην τηλεόραση και το δεύτερο αποτέλεσμα ότι οι στάσεις των τηλεθεατών είναι πιθανό να διαμορφωθούν από εκείνες που παρουσιάζονται στην τηλεόραση. Επομένως, εάν τα προγράμματα στην τηλεόραση απεικονίζουν τα ερωτικά ραντεβού και γνωριμίες και όχι την αναζήτηση μακροχρόνιας σχέσης, οι τηλεθεατές θα είναι

πιθανότερο να υποστηρίξουν αυτή τη στάση γνωριμίας και να αποτυπώσουν παρόμοιες συμπεριφορές. Στη μελέτη τους σχετικά με τα στερεότυπα σεξουαλικού ρόλου και την τηλεοπτική προβολή, οι Walsh-Childers & Brown (1993), διαπίστωσαν ότι η τηλεοπτική προβολή (π.χ. κωμωδίες, περιπέτεια δράσης, σαπουνόπερες κ.λπ.) προέβλεπε την αποδοχή των εφήβων για ετερόφυλα σχεσιακά στερεότυπα. Ωστόσο, η συνολική προβολή της τηλεόρασης και αυτά τα στερεότυπα δεν σχετίζονται. Ο Buerkel-Rothfuss, Strouse & Long (1995), διαπίστωσαν ότι η προβολή τηλεοπτικών σειρών ημέρας και απογεύματος με έντονο σεξουαλικό περιεχόμενο σχετίζονται θετικά με τις αντιλήψεις των νέων ενηλίκων για σεξουαλικές συμπεριφορές όπως το σεξ χωρίς αγάπη (Strouse, Buerkel-Rothfuss & Long, 1995).

Ψυχολογική Επιρροή Τηλεοπτικών Εκπομπών Γνωριμιών.

Οι Sayre και King (2003) ταξινομήσαν τις επιδράσεις που έχει η τηλεόραση στους τηλεθεατές σε τρεις κατηγορίες: ψυχολογική, συμπεριφορική και φυσιολογική. Εξετάστηκαν διαφορετικά παραδείγματα. Το παράδειγμα που κυριάρχησε στα μέσα ενημέρωσης επηρεάζει το τοπίο μέχρι τα μέσα του 20ού αιώνα, γνωστό ως παράδειγμα «ισχυρά εφέ» ή «μαζική κοινωνία», υποστηρίχθηκε ότι «τα μέσα είναι όλα ισχυρά και ότι ο μέσος άνθρωπος είναι ανυπεράσπιστος ενάντια σε αυτήν την επιρροή» (Sayre and King, 2003). Αυτό το παράδειγμα ήταν σύγχρονο με την άνοδο των τωρινών μέσων μαζικής ενημέρωσης και έδειξε ότι το κοινό δεν είχε τη δύναμη να σκεφτεί κριτικά και να αμφισβητήσει τι διάβαζε, άκουσε και είδε. Αυτές οι θεωρίες πιστεύουν ότι «τα μέσα μπορούν να έχουν ψυχολογικές, φυσικές και φυσιολογικές επιδράσεις στο κοινό τους», αλλά «αυτά τα φαινόμενα θεωρήθηκαν» περιορισμένα »από πολλούς παράγοντες» (Sayre και King, 2003). Σε μια νέα εποχή επιπτώσεων των μέσων ενημέρωσης, όπου το κοινό θεωρούσε ότι είχε ρεαλιστικές ικανότητες λογικής και μακριά από «πλύση εγκεφάλου» και από κάθε μήνυμα που αντιμετώπισαν.

Η απελπισία μπορεί να οριστεί ως ένα σύστημα γνωστικών σχημάτων που χαρακτηρίζονται από αρνητικές προσδοκίες για το μέλλον (Beck, Weissman, Lester, & Trexler, 1974). Είναι ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της κατάθλιψης και έχει εμπλακεί στην αυτοκτονία, τον αλκοολισμό και τη σωματική ασθένεια (Beck et al., 1974). Η σχέση μεταξύ τηλεοπτικής προβολής και συναισθημάτων που σχετίζονται με την απελπισία έχει συζητηθεί και εξεταστεί από πολλούς μελετητές. Η μοναξιά είναι η δυσάρεστη εμπειρία που συμβαίνει όταν οι κοινωνικές σχέσεις κάποιου θεωρούνται ανεπαρκείς ή περιορισμένες σε ποιότητα ή ποσότητα (Rubin, Perse, & Powell, 1985). Είναι μια αρνητική ψυχολογική κατάσταση που περιλαμβάνει την αίσθηση μιας ασυμφωνίας μεταξύ της επιθυμητής και της ληφθείσας σχεσιακής αλληλεπίδρασης, υποστήριξης και οικειότητας (Canary & Spitzberg, 1993). Η μοναξιά σχετίζεται θετικά με την αίσθηση της κατάθλιψης, της εγκατάλειψης, του κενού, της απελπισίας, της απομόνωσης, του εαυτού, της μη κοινωνικής και δυσαρεστημένης (Russell, Peplau, & Cutrona, 1980).

Σεξουαλικό Περιεχόμενο και Τηλεοπτικές Εκπομπές Γνωριμιών.

Μερικές από τις τελευταίες αναλύσεις της προβολής σεξουαλικού περιεχομένου σε τηλεοπτικές εκπομπές υποδηλώνουν πως εξακολουθεί να αποτελεί συχνό φαινόμενο, με πρόσφατα στοιχεία τις εκπομπές γνωριμιών οι οποίες περιέχουν κάποιο είδος σεξουαλικού περιεχομένου το οποίο κυμαίνεται από 64% έως 82% (Kunkel, et al., 2007). Συνηθέστερα μηνύματα που περιέχονται σε τηλεοπτικά προγράμματα με σεξουαλικό περιεχόμενο αποτελούν «Το σεξ είναι περιστασιακό», «Το σεξ είναι εντάξει οποτεδήποτε, οπουδήποτε, για οποιονδήποτε σκοπό», κοινό (π.χ. «Όλοι κάνουν σεξ»), και θετικοί (π.χ. «Το σεξ συνήθως επιδοκιμάζεται στην τηλεόραση» και «Το σεξ είναι δημοφιλές», (Epstein & Ward, 2007).

Λιγότερο συχνή είναι η έλλειψη συνεπειών για επικίνδυνη σεξουαλική συμπεριφορά. Η μελέτη του Aubrey (2004), έψαχνε για απεικονίσεις τόσο συναισθηματικών όσο και

σωματικών συνεπειών της σεξουαλικής συμπεριφοράς και διαπίστωσε ότι σε σκηνές που περιείχαν σεξουαλικές αναφορές, μόνο το 32,5% απεικόνιζε αρνητική συνέπεια (Steinberg & Monahan, 2011). Οι Eyal & Kunkel (2008), διαπίστωσαν ότι όταν απεικονίζονταν αρνητικές συνέπειες, οι συμμετέχοντες είχαν περισσότερες πιθανότητες να έχουν αρνητικές στάσεις απέναντι στο σεξ και να κρίνουν τους χαρακτήρες που εμπλέκονταν στη συμπεριφορά ως χαμηλού ηθικού. Επομένως, όταν υπάρχει έλλειψη αρνητικών συνεπειών, οι θεατές δεν λαμβάνουν πάντα ένα μήνυμα ότι η σεξουαλική συμπεριφορά μπορεί να είναι επικίνδυνη ή να επιφέρει αρνητικές συνέπειες (Punyanunt- Carter, 2006).

Τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών και Επιτρεπτές Σεξουαλικές Στάσεις/Συμπεριφορές

Εστιάζοντας στις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών, οι Cato & Carpentier (2010), ενδιαφέρθηκαν για τη σεξουαλική ενδυνάμωση, έναν όρο που αναφέρεται συνήθως σε γυναίκες που χρησιμοποιούν τη σεξουαλικότητά τους για να πάρουν αυτό που θέλουν ή που θέλουν να πρεσβεύουν στην ζωή (Wood et al., 2002). Αυτοί οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι οι θεατές που ενδιαφέρονταν για τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών, υποστήριζαν συχνά αυτήν την ιδέα της σεξουαλικής ενδυνάμωσης, η οποία με τη σειρά της οδηγεί σε υποστήριξη της σεξουαλικής ασυμφωνίας (Wright, 2020). Το εύρημα της εν λόγω έρευνας υποδεικνύει ότι οι θεατές μπορούν να αποκτήσουν αυτές τις στάσεις παρακολουθώντας τέτοιου είδους εκπομπές καθώς και να επιδιώξουν να τις ενισχύσουν. Υποστηρίζοντας τα ευρήματα των Cato & Carpentier (2010), οι Marron & Collins (2009) διαπίστωσαν ότι οι συστηματικοί θεατές είχαν περισσότερες πιθανότητες να έχουν απόψεις για το σεξ που ήταν παρόμοιες με τα προγράμματα γνωριμιών που παρακολουθούσαν, πράγμα που οδηγεί σε αυξημένη υποστήριξη επικίνδυνων σεξουαλικών συμπεριφορών (Marron & Collins, 2009).

Εστιάζοντας στις ρομαντικές διασυνδέσεις και σχέσεις που προβάλλονται τηλεοπτικά, το σεξουαλικό κομμάτι αποτελεί ένα από τα κυρίαρχα στοιχεία. Συγκεκριμένα, οι εκπομπές

τέτοιου είδους προωθούν σεξιστικά στερεότυπα και προβάλλουν τις γυναίκες και τους άνδρες ως σεξουαλικά αντικείμενα (Ferris et al., 2007).

Παρόμοια ευρήματα παρουσιάστηκαν σε μια μελέτη που διεξάχθηκε από τους Zurbriggen & Morgan (2006), όπου εξετάστηκαν και μετρήθηκαν οι τηλεοπτικές εκπομπές που προβάλλονται περισσότερο από τους τηλεθεατές. Το βασικό εύρημα ήταν ότι υπήρχε μια σημαντική, θετική συσχέτιση μεταξύ της προβολής των εκπομπών γνωριμιών και της υποστήριξης των σεξουαλικών στερεοτύπων όπως αναφέρθηκε παραπάνω, με την επίδραση να συμβαίνει και για τους άνδρες και τις γυναίκες (Seabrook et al., 2019). Τέλος, βρέθηκαν ισχυροί στατιστικοί συσχετισμοί για τη σχέση παρακολούθησης τηλεοπτικών εκπομπών «πραγματικότητας» και στάσεων παρά για τη σχέση στάσεων και γενικής τηλεοπτικής προβολής (Zurbriggen & Morgan, 2006).

Αντιληπτός Ρεαλισμός και Τηλεοπτικών Εκπομπές Γνωριμιών

Οι ερευνητές έχουν εξετάσει πώς ο αντιληπτός ρεαλισμός μπορεί να διαφέρει ανάλογα με το πλαίσιο στο οποίο παρουσιάζεται το υλικό και πώς διαχωρίζεται ως φανταστικό ή πραγματικό. Οι Shapiro & Chock (2004), διαπίστωσαν ότι το στοιχείο της τυπικότητας σχετίζεται θετικά με τον αντιληπτό ρεαλισμό, καθώς όσο περισσότερο οι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονταν την ιστορία ως φυσική τόσο περισσότερο πίστευαν ότι ήταν ρεαλιστική ή «σαν την πραγματική ζωή». Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό των τηλεοπτικών ιστοριών, τόσο των ειδήσεων όσο και της ψυχαγωγίας, είναι ότι περιέχουν ένα μείγμα τυπικών και άτυπων ανθρώπων και εκδηλώσεων. Τα άτυπα αντικείμενα ορίζονται ως αντικείμενα που είναι εύλογα αλλά δεν είναι απαραίτητα ή συνηθισμένα μέρη της ιστορίας. Οι ερευνητές ανακάλυψαν επίσης ότι το πλαίσιο διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο εάν θεώρησαν οι συμμετέχοντες τυπική την ιστορία καθώς και πόσο πραγματική την εξέλαβαν. Μερικοί ερευνητές έχουν υποθέσει ότι τα τυπικά τηλεοπτικά γεγονότα συσσωρεύονται με την πάροδο του χρόνου και επηρεάζουν τις πεποιθήσεις και τις στάσεις των τηλεθεατών (Gerbner, Gross,

Morgan, & Signorielli, 1986). Οι Nabi, Biely, Morgan & Stitt (2003) ισχυρίστηκαν ότι οι θεατές αντιλαμβάνονται μόνο τις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών ως ρεαλιστικές. Ωστόσο, σε σύγκριση με τηλεοπτικά προγράμματα τηλεοπτικού χαρακτήρα, εκείνα της «πραγματικότητας» θεωρήθηκαν πιο ρεαλιστικά (Nabi et al, 2003).

Όσο περισσότερη τηλεόραση παρακολουθεί ένας θεατής δύναται να προβλέψει πόσο θα επιδράσει η τηλεόραση στο αισθητηριακό κομμάτι του πραγματικού του κόσμου. Όταν τα ραντεβού των τηλεοπτικών γεγονότων είναι αυτά που ο θεατής βασίζεται τις γνώσεις του για τον πραγματικό κόσμο, θα ήταν λογικό να πιστεύουμε ότι θα αντιλαμβανόταν αυτές τις εκπομπές ως ρεαλιστικές, καθώς η παρακολούθηση αυτών των εκπομπών μπορεί να διαμορφώσει την αντίληψη του θεατή για την πραγματικότητα (Manganello, 2008). Ρεαλιστική, σημαίνει πως οι θεατές που βλέπουν τις εκπομπές θα έχουν αφομοιώσει στοιχεία της αληθοφάνειας, συνήθως, της πραγματικότητας, της εμπλοκής, της αφηγηματικής συνέπειας και της αντιληπτικής πειστικότητας (Nikkelen et al, 2012). Εάν ένας θεατής ήταν εκτεθειμένος σε εκπομπές γνωριμιών, θα μπορούσε να προταθεί ότι αυτό θα καλλιέργησε μια αίσθηση ρεαλισμού, καθώς ο κόσμος τους θα βασίζεται εν μέρει στα θέματα και τα σενάρια που επαναλαμβάνονται σε αυτούς τους τύπους εκπομπών (Tian & Yoo, 2016). Υπήρξαν πολλές μελέτες που διερεύνησαν διάφορα είδη που υποστηρίζουν τα παραπάνω προτεινόμενα αποτελέσματα.

Οι Peter και Valkenburg (2010), εξέτασαν τον σεξουαλικό περιεχόμενο σε συσχέτιση με τον αντιληπτικό ρεαλισμό για τους τηλεθεατές και διαπίστωσε ότι οι συνηθέστεροι τείνουν να αντιλαμβάνονται το υλικό ως πιο ρεαλιστικό από τους μη συχνούς θεατές (Peter & Valkenburg, 2010). Για εκπομπές με ρομαντικά θέματα, οι Segrin και Nabi (2002), διαπίστωσαν ότι οι γυναίκες, που είναι συνηθέστερες θεατές ρομαντικών τηλεοπτικών προγραμμάτων, τείνουν να αντιλαμβάνονται την τηλεόραση ως πιο ρεαλιστική, αλλά δεν

φάνηκε να παίζει ρόλο στις προσδοκίες τους αναφορικά με τις ρομαντικές σχέσεις (Sergin & Nabi, 2002).

Ερευνητικό Πλαίσιο

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να διερευνήσει την άμεση σχέση των ψυχικών επιπτώσεων που επιφέρει η προβολή τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών, στους νεαρούς ενήλικες (18 έως 25 ετών), επιπτώσεις όπως κατάθλιψη, άγχος και στρες, καθώς και να εξερευνήσει μεταβλητές όπως ο αντιληπτικός ρεαλισμός και σεξουαλικές στάσεις/συμπεριφορές. Παρά την ελάχιστη υπάρχουσα βιβλιογραφία, δεν έχει ακόμη αποδειχθεί πως η προβολή τέτοιου είδους εκπομπών οδηγεί τους νεαρούς ενήλικες σε ψυχοπαθολογικά συμπτώματα και προβληματικά μοτίβα αντίληψης και σεξουαλικών στάσεων και συμπεριφορών. Οι πλείστες μελέτες έχουν περιορίσει την έρευνα τους στο σύνολο των τηλεοπτικών εκπομπών «πραγματικότητας» και σε ενθαρρυντικούς λόγους παρακολούθησης αυτών (Peter & Valkenburg, 2010).

Επιπρόσθετα, η διερεύνηση των συγκεκριμένων μεταβλητών, επιλέχθηκε υπό την προϋπόθεση, ότι ακόμα παραμένουν ανεξερεύνητες σε Κύπρο και Ελλάδα, και δη, στην ηλικιακή ομάδα των νεαρών ενηλίκων (18 έως 25 ετών), η οποία σε συνάρτηση με τους παραπάνω στόχους, χρήζει την παρούσα μελέτη ακόμα πιο αναγκαία και σημαντική για τον ερευνητικό τομέα. Η εξέταση και διερεύνηση του ερευνητικού ερωτήματος πέρα από την πρωτοτυπία που προσφέρει σηματοδοτεί την αρχή για μια καλύτερη κατανόηση του προβλήματος, όσο και για μελλοντική ερευνητική κληρονομία της επιστημονικής κοινότητας. Με βάση τους παραπάνω δηλωμένους σκοπούς και στόχους, προτείνονται τα ακόλουθα υποθετικά ερωτήματα:

Υπόθεση 1: Οι γυναίκες αποτελούν τους συνήθεις θεατές παρακολούθησης τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών.

Υπόθεση 2: Οι συνήθεις θεατές των τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών αντιλαμβάνονται ότι οι εκπομπές γνωριμιών είναι πιο ρεαλιστικές από τους λιγότερο συνήθεις θεατές.

Υπόθεση 3: Οι συνήθεις θεατές των εκπομπών γνωριμιών έχουν πιο ανεκτικές σεξουαλικές στάσεις/συμπεριφορές από τους λιγότερο συνήθεις θεατές.

Υπόθεση 4 : Οι τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών ασκούν ψυχολογική επιρροή σε άτομα με μη ανεκτικές σεξουαλικές συμπεριφορές.

Υπόθεση 5: Ο τύπος θέασης και ο αντιληπτικός ρεαλισμός, οι σεξουαλικές στάσεις, και η ψυχολογική επιρροή που προάγεται από τις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών, επηρεάζονται από τον αν βρίσκεται ο θεατής σε ερωτική σχέση ή μη.

Μεθοδολογία Έρευνας

Κύριος σκοπός της πρότασης αποτελεί να σκιαγραφήσει μια γενική και πρωταρχική εικόνα με βάση ποιοτικά δεδομένα που θα παρθούν ψυχομετρικά, σε έναν ποσοτικό σχεδιασμό. Οι μεθοδολογικές διαδικασίες που χρησιμοποιούνται στη μελέτη εισάγονται σε αυτό το κεφάλαιο. Συγκεκριμένα θα αναλυθούν θέματα όπως το δείγμα, η διαδικασία συλλογής δεδομένων, τα μέσα συλλογής και οι τεχνικές ανάλυσης.

Συμμετέχοντες

Η παρούσα έρευνα εξετάζει 456 νεαρούς ενήλικες (373 γυναίκες και 83 άντρες) ηλικίας 18 έως 25 ετών από Κύπρο και Ελλάδα. Οι συμμετέχοντες συμπλήρωσαν συγκεκριμένα ψυχομετρικά εργαλεία μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας Google Forms. Η επιλογή του δείγματος έγινε τυχαία (τυχαία δειγματοληψία) μέσω ενός ποσοτικού σχεδιασμού. Με το πέρας της έρευνας, οι συμμετέχοντες φοιτητές του Πανεπιστημίου Κύπρου, έλαβαν 5% έξτρα βαθμολογία σε κάποιο από τα μαθήματά τους για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, έπειτα από συνεννόηση με τον αρμόδιο καθηγητή. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια παρακολούθησης αυτής της έρευνας, η οποία στο τέλος αξιολόγησε τις επιτρεπτές σεξουαλικές συμπεριφορές, μεταξύ νεαρών αντρών και γυναικών

ηλικίας 18 έως 25 ετών, τον αντιληπτικό ρεαλισμό των ατόμων αναφορικά με τις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών καθώς και την ψυχολογική επιρροή που ασκείται. Δεν υπάρχει περιορισμός στα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων, επιλέχθηκαν ανεξαιρέτου μορφωτικού επιπέδου καθώς και ανεξαρτήτως εάν έχουν σεξουαλικές σχέσεις ή όχι. Παρόλα αυτά οι συμμετέχοντες θα πρέπει να πληρούν τρία κριτήρια: να μιλούν την ελληνική γλώσσα, να έχουν Ελληνική ή Κυπριακή υπηκοότητα και το ηλικιακό εύρος να είναι από 18 έως 25 ετών.

Διαδικασία Διαλογής

Η παρούσα έρευνα εξετάζει νεαρούς ενήλικες (γυναίκες και άντρες) ηλικίας 18 έως 25 ετών Κυπριακής και Ελληνικής υπηκοότητας, χρησιμοποιώντας μια μέθοδο τυχαίας δειγματοληψίας όπου οι συμμετέχοντες συμπλήρωσαν τα ψυχομετρικά εργαλεία στο διαδίκτυο, μέσω δωρεάν ιστότοπου παροχής ψυχολογικών πειραμάτων και ερευνών. Η έρευνα ύστερα από της Εθνικής Επιτροπής Βιοηθικής Κύπρου (ΕΕΒΚ ΕΠ 2021.01.12) κοινοποιήθηκε σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε ηλεκτρονικά ταχυδρομεία. Ένας σύνδεσμος για την έρευνα κοινοποιήθηκε μέσω Facebook, ο σύνδεσμος οδήγησε τους συμμετέχοντες σε μια φόρμα συναίνεσης στη πλατφόρμα του “Google Forms”, ζητώντας από τους συμμετέχοντες να συμμετάσχουν σε μια μελέτη. Όλοι οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν πως η συμμετοχή στη μελέτη είναι εθελοντική και όλα τα δεδομένα θα παραμείνουν εμπιστευτικά και ανώνυμα ύστερα από την συμπλήρωση του εν λόγω εγγράφου καθώς και των ερωτήσεων σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία. Μερικά από εκείνα αποτελούν εάν βρίσκονται σε ερωτητική σχέση, το επίπεδο μόρφωσης τους και εάν διαμένουν μόνοι τους ή π.χ. με γονείς, σύντροφο κ.τ.λ. Τέλος, ο μέσος χρόνος ολοκλήρωσης της έρευνας διήρκεσε περίπου 15 λεπτά με μηδενικό κόστος.

Ψυχομετρικά Εργαλεία Έρευνας

Τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για την διεξαγωγή της έρευνας αποτέλεσαν: Ένα ερωτηματολόγιο δημογραφικών στοιχείων, ένα αυτοσχέδιο ερωτηματολόγιο, τρία ερωτηματολόγια ύστερα από έγκριση των δημιουργών για παροχή στους συμμετέχοντες, ένα εκ των οποίων (DASS-21) χορηγήθηκε με την σταθμισμένη του εκδοχή στην ελληνική γλώσσα. Προσφέρθηκαν μέσω διαδικτυακής πλατφόρμας για την διευκόλυνση των συμμετεχόντων και η χρήση κάποιων από τα παρακάτω εργαλεία, έγινε ύστερα από μετάφραση από την γλώσσα πηγή (αγγλικά) στην γλώσσα στόχο (ελληνική) για τους σκοπούς της έρευνας. Τέλος, εμφανίζουν καλό ψυχομετρικό προφίλ καθώς έχουν χρησιμοποιηθεί σε προηγούμενες έρευνες.

Self-reported Scale Overall Television Viewing and Motives of viewing (2020). Η

αυτοαναφερόμενη Κλίμακα Συνολικής Προβολής Τηλεόρασης και Κινήτρων Προβολής (2020) αποτελείται από 16 αντικείμενα και βασίστηκε στην κλίμακα Τηλεοπτικών Κινήτρων του Rubin's (1983) 27 αντικειμένων με κάποιες παραλλαγές στις λέξεις η στην διατύπωση των ερωτήσεων. Σχεδιάστηκε για σκοπούς της έρευνας και μετράει συγκεκριμένα στοιχεία που αναμένουν να οδηγήσουν σε άμεση σύνδεση με τα υπόλοιπα ερωτηματολόγια. Οι συμμετέχοντες απάντησαν αναφορικά με τα κίνητρα και τους λόγους που τους οδήγησαν να παρακολουθήσουν τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών. Χωρίζεται σε τέσσερις υποκλίμακες : Τηλεοπτικές Εκπομπές Γνωριμιών, Συχνότητα Παρακολούθησης Τηλεόρασης, Χαλάρωση και Διασκέδαση, Ψυχολογική και Συναισθηματική Συμπεριφορά. Τα στοιχεία αξιολογήθηκαν με κλίμακα τύπου Likert που κυμαίνεται από Α (Συμφωνώ Απόλυτα) έως Ε (Διαφωνώ Απόλυτα). Κάποιες από τις ερωτήσεις αποτελέσαν: Πόσες ώρες παρακολουθούν τηλεόραση μια μέση ημέρα της εβδομάδας, Η παρακολούθηση τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών με βοηθάει να κατανοήσω και να λύσω τα ερωτικά μου προβλήματα.

Brief Sexual Attitude (Hendrick, Hendrick, & Reich, 2006). Ερωτηματολόγιο 10

αντικειμένων της κλίμακας Brief Sexual Attitude Scale. Η κλίμακα σεξουαλικών

στάσεων/συμπεριφορών παρείχε βαθμολογίες για κάθε υποκλίμακα εκχωρώντας αριθμητικές τιμές στις απαντήσεις A, B, C, D και E για την κλίμακα τύπου Likert όπου A(Συμφωνώ Απόλυτα) έως E (Διαφωνώ Απόλυτα). Οι Hendrick, Hendrick & Reich (2006) βρήκαν υψηλή εσωτερική συνέπεια και για τις τέσσερις κλίμακες της σύντομης έκδοσης. Το Brief Sexual Attitude Scale χωρίζεται σε τέσσερις υποκλίμακες : Επιτρεπτότητας, Αντισύλληψης, Επικοινωνίας και Επαφής.

Η υποκλίμακα Επιτρεπτότητας περιλαμβάνει δέκα στοιχεία και αξιολογεί τη στάση ενός ατόμου απέναντι στο «παιχνίδι» του σεξ. Μερικά από τα αντικείμενα αποτελούν «Το σεξ είναι καλύτερο χωρίς δεσμεύσεις» και «Δε χρειάζεται να δευσιμετώ σε κάποιον για να κάνω σεξ μαζί του». Η υποκλίμακα Αντισύλληψης περιλαμβάνει τρία στοιχεία και μετρά τις στάσεις σχετικά με την ευθύνη αντισύλληψης. Για παράδειγμα, «Μια γυναίκα πρέπει να μοιράζεται την ευθύνη για αντισύλληψη». Η υποκλίμακα της Επικοινωνίας περιλαμβάνει πέντε στοιχεία που μετρούν τις στάσεις που σχετίζονται με τη συναισθηματική σημασία του σεξ. Μερικά από τα αντικείμενα αποτελούν: «Το σεξ είναι η πιο κοντινή μορφή επικοινωνίας μεταξύ δύο ανθρώπων» και «Το σεξ είναι ένα πολύ σημαντικό μέρος της ζωής». Η υποκατηγορία Επαφής εστιάζει στη φυσική ευχαρίστηση. Μερικά από τα αντικείμενα αποτελούν "Το σεξ είναι κατά κύριο λόγο η ευχαρίστηση από άλλο άτομο." Παραδείγματα των αντικειμένων είναι «Το περιστασιακό σεξ είναι αποδεκτό» και «Είναι δυνατόν να απολαύσεις το σεξ με ένα άτομο χωρίς να σε ελκύει ιδιαίτερα». (Hendrick, Hendrick, & Reich, 2006). Τέλος, οι Hendrick, Hendrick & Reich (2006) βρήκαν υψηλή εσωτερική συνέπεια και για τις τέσσερις υποκλίμακες της σύντομης έκδοσης. Το Cronbach A για κάθε κλίμακα είχε ως εξής: Επιτρεπτότητα = .93, Αντισύλληψη = .84, Επικοινωνία = .71 και Επαφή = .77 .

Perceived Realism Scale (Cho, Shen, and Wilson, 2014). Ο αντιληπτικός ρεαλισμός αξιολογήθηκε με μια έκδοση των 21 αντικειμένων της κλίμακας Ρεαλισμού που

δημιουργήθηκε από τους Cho, Shen και Wilson (2014). Στη συνέχεια, προσαρμόστηκε αντικαθιστώντας τη λέξη «διαφήμιση» με τη φράση «τηλεοπτική εκπομπή γνωριμιών» ύστερα από έγκριση ενός εκ των συγγραφέων προκειμένου να είναι καταλληλότερη η εφαρμογή στην έρευνα. Τα αντικείμενα αναπτύχθηκαν για να μετρήσουν τις θετικές πέντε διαστάσεις του αντιληπτού ρεαλισμού: Αληθοφάνεια, Τυπικότητα, Πραγματικότητα, Αφηγηματική Συνέπεια και Αντιληπτική Ποιότητα. Τα στοιχεία βαθμολογούνται σε κλίμακα τύπου Likert που κυμαίνεται από Α (Συμφωνώ Απόλυτα) έως Ε (Διαφωνώ Απόλυτα). Αυτή η κλίμακα τροποποιήθηκε από την κλίμακα Likert 7 σημείων σε κλίμακα Likert 5 σημείων για να ταιριάζει με την μέτρηση επιτρεπτής σεξουαλικής συμπεριφοράς των ψυχικών χαρακτηριστικών (DASS-21) και του εργαλείου για να εξασφαλίσει λιγότερη σύγχυση, έχοντας τον ίδιο αριθμό επιλογών απάντησης Το Cronbach α του εργαλείου είναι 0.86. Παραδείγματα των αντικειμένων είναι "Οι τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών δείχνουν κάτι που θα μπορούσε πραγματικά να συμβεί" και "Οι τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών δείχνουν γεγονότα που συμβαίνουν σε πολλούς ανθρώπους". (Cho et al., 2014).

Depression, Anxiety and Stress Scale - 21 Items (DASS-21 Scale), (Syd Lovibond and

Peter Lovibond, 1995). Η κλίμακα κατάθλιψης, άγχους και στρες αποτελείται από 21 αντικείμενα (DASS-21). Αποτελεί ένα σύνολο τριών κλιμάκων αυτό-αναφοράς που έχουν σχεδιαστεί για τη μέτρηση των συναισθηματικών καταστάσεων κατάθλιψης, άγχους και στρες. Κάθε μία από τις τρεις κλίμακες DASS-21 περιέχει 7 στοιχεία, χωρισμένα σε υποκλίμακες με παρόμοιο περιεχόμενο. Κάθε στοιχείο περιλαμβάνει μια δήλωση και τέσσερις επιλογές σύντομης απόκρισης που αντικατοπτρίζουν τη σοβαρότητα και βαθμολογούνται από 0 (Δεν ισχύει καθόλου) έως 3 (Ισχύει για μένα πολύ ή τις περισσότερες φορές). Προκειμένου να αποδοθούν ισοδύναμες βαθμολογίες με το πλήρες DASS 42, η συνολική βαθμολογία κάθε κλίμακας πολλαπλασιάζεται με δύο και κυμαίνεται από 0 έως 42.

Στο κανονιστικό δείγμα που βασίζεται σε 1870 Αυστραλιανές γυναίκες ηλικίας 17 έως 79 ετών, σημαίνει (πρότυπο απόκλιση) ήταν 6,14 (6,92) για την υπο-κλίμακα DASS21-D. 4.80 (5.03) για την υποκατηγορία DASS21-A (άγχος) και 10.29 (8.16) για την υποκατηγορία DASS21-S (στρες). Η αξιοπιστία του DASS-21 έδειξε ότι έχει εξαιρετικές τιμές Cronbach alpha 0,81, 0,89 και 0,78 για τις υποκατηγορίες της κατάθλιψης, άγχους και στρες, αντίστοιχα. (Lovibond & Lovibond, 1995).

Ηθικά Ζητήματα

Όλοι οι συμμετέχοντες αντιμετωπίστηκαν με σεβασμό και ευγένεια και συγκεκριμένα, υιοθετήθηκε μια στρατηγική «συναίνεσης μετά από ενημέρωση». Ειδικότερα, η ανωνυμία των συμμετεχόντων προστατεύθηκε και επικυρώθηκε πριν την έναρξη της έρευνας, με ηλεκτρονική φόρμα συγκατάθεσης καθώς και σχετική έγκριση για τη ερευνητική μελέτη δόθηκε από την Βιοηθική Επιτροπή της Κύπρου (EEBK ΕΠ 2021.01.12).

Στατιστική Ανάλυση

Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία χρησιμοποιήθηκαν για τον υπολογισμό των μέσων βαθμολογιών και των τυπικών αποκλίσεων των μεταβλητών της μελέτης, ενώ πρόσθετες αναλύσεις εκτίμησαν την επίδραση δημογραφικών παραγόντων (φύλο, εκπαιδευτικό επίπεδο, χώρα καταγωγής). Η στατιστική ανάλυση της έρευνας ολοκληρώθηκε με την χρήση του λογισμικού SPSS 23.0. Αρχικά χρησιμοποιήθηκε το τεστ υποθέσεων Kolmogorov-Smirnov test ως έλεγχος κανονικότητας ώστε να διαπιστωθεί κατά πόσον οι μεταβλητές στις οποίες θα γίνει ανάλυση ακολουθούν κανονική κατανομή ή όχι. Οι υποθέσεις της έρευνας έχουν ως κύριο στοιχείο την εξάρτηση δυο μεταβλητών. Βάση των παραπάνω, εύλογο αποτελεί να γίνει χρήση στατιστικών όπως independent sample T-test ή διαφορετικά ANOVA σε περίπτωση που η χρήση των μέσων τιμών για την ύπαρξη ή όχι συσχέτισης δεν αποτελεί την καλύτερη επιλογή. Όλα τα παραπάνω εφαρμόζονται στην περίπτωση που το δείγμα και οι

μεταβλητές στις οποίες γίνεται η ανάλυση ακολουθούν την κανονική κατανομή.

Διαφορετικά, στην περίπτωση αντιμετώπισης δείγματος μη παραμετρικών μεταβλητών θα πρέπει να ακολουθηθεί διαφορετική διαδικασία. Τέλος όλα τα παραπάνω οδηγούν στην επιβολή χρήσης στατιστικών όπως Mann-Whitney test ή Kruskal-Wallis test, για μη παραμετρικά δείγματα, αναλόγως πάντοτε την υπόθεση και τι είναι προτιμότερο να χρησιμοποιηθεί την εκάστοτε φορά.

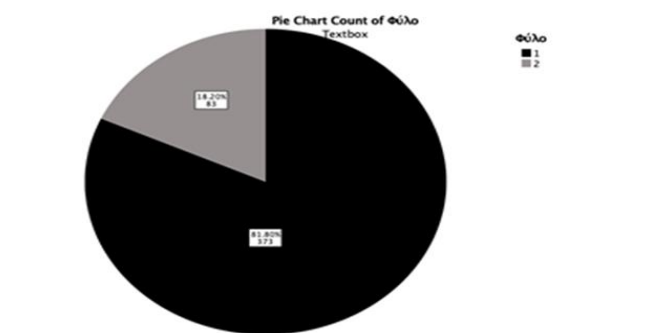
Αποτελέσματα

Στόχος των αποτελεσμάτων που θα παρουσιαστούν αποτελεί, η τοποθέτηση και ανάλυση των στατιστικών αναλύσεων που έγιναν για τον έλεγχο των ερευνητικών υποθέσεων της έρευνας. Παρατίθενται τα ακόλουθα:

Αρχικά παρατηρείται πως το δείγμα ανέρχεται στους **N=456**. Η μέση ηλικία είναι 23.27. Ως SOTVM_TOTAL, DASS_TOTAL, PRS_TOTAL, BSAS_TOTAL περιγράφονται οι μεταβλητές που χαρακτηρίζουν το σύνολο των ερωτηματολογίων ονομαζόμενα ως *Self-reported Overall Television Viewing and Motives of viewing, Dass-21 Scale, Perceived Realism Scale, Brief Sexual Attitude* αντίστοιχα. Οι μέσες βαθμολογίες που συλλέχθηκαν από το δείγμα για τα παραπάνω test είναι 22.08, 32.83, 32.87, 49.61. Παρακάτω σύμφωνα με τις υποθέσεις θα γίνει εμφανές εάν σχετίζονται με το φύλο, τις εκπομπές.

Λόγω του τρόπου συλλογής του δείγματος, δεν συλλέχθηκε ένα ομοιόμορφο δείγμα μεταξύ αρσενικών και θηλυκών καθώς παρατηρούνται **373** θηλυκά και **83** αρσενικά δείγματα. Υπάρχουν κάποιες ακραίες τιμές στο φύλο των γυναικών οι οποίες δεν υπάρχουν στους άντρες όσον αφορά τις μεταβλητές BSAS_TOTAL (η οποία αναφέρεται στην σεξουαλικές συμπεριφορές αυτών) και την SOTVML_TOTAL (η οποία αναφέρεται στον τρόπο θέασης, τακτικό ή όχι). Παρακάτω σύμφωνα με τις υποθέσεις θα γίνει εμφανές εάν σχετίζονται με το φύλο, τις εκπομπές ή οι ακραίες αυτές τιμές που καταγράψαμε δημιουργήθηκαν από εξωγενείς παράγοντες.

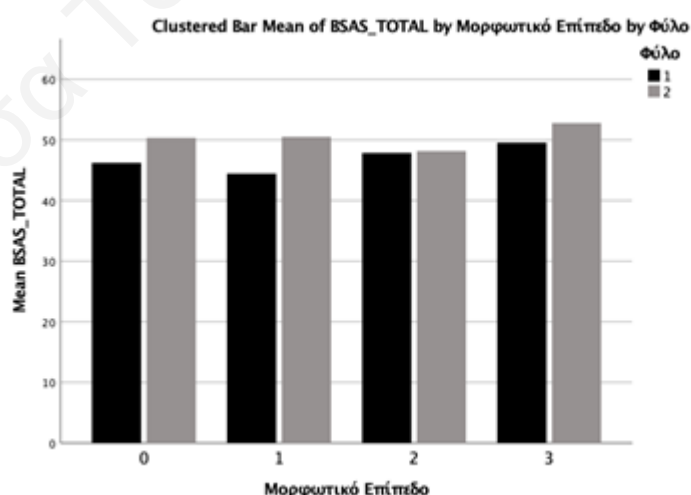
Διάγραμμα 1.0



Διάγραμμα 1.0-Διάγραμμα πίτας για τον αριθμό των ατόμων φύλου στο δείγμα

Στο **Διάγραμμα 2.0** εξετάζεται η συμπεριφορά της μεταβλητής φύλο ως προς το μορφωτικό επίπεδο συγκριτικά με την ανεκτική σεξουαλική συμπεριφορά. Το αποτέλεσμα που διαφαίνεται είναι πως για το **Φύλο = 1** (Θηλυκό) παρατηρείται πως από το μορφωτικό επίπεδο 0 προς το μορφωτικό επίπεδο 1 σημειώνεται μια μικρή πτώση ενώ στην συνέχεια μέχρι το μορφωτικό επίπεδο 3 μια ανοδική πορεία (ως μορφωτικό επίπεδο 0 έχουμε τις αναφορές ως 'Άλλο', μορφωτικό επίπεδο 1 έχουμε 'Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση' κ.τ.λ). Όσον αφορά την μεταβλητή **Φύλο = 2** (Αρσενικό) σημειώνεται αν και μικρή, συνεχόμενη αύξηση ανά επίπεδο.

Διάγραμμα 2.0



Διάγραμμα 2.0- Ιστόγραμμα μέσω τιμών μεταβλητής Σεξουαλικών Συμπεριφορών (BSAS_Total) ανά ομάδα μορφωτικού επιπέδου και ομάδα φύλου.

Από την χρήση του στατιστικού Kolmogorov-Smirnov test ως έλεγχο κανονικότητας προκύπτουν τα ακόλουθα αποτελέσματα. Παρακάτω, στον **Πίνακα 1**, υποβάλλονται οι συνεχείς μεταβλητές οι οποίες θα αναλυθούν για να ελέγχουν οι υποθέσεις τις έρευνας αυτής. Αναλυτικά τα αποτελέσματα είναι πως οι μεταβλητές Τύπος Θέασης (SOTVM_Total) **D(456)=0.104, p<.001**, Ψυχολογικές Επιπτώσεις (DASS_Total) **D(456)=0.075, p<.001**, Σεξουαλικές Συμπεριφορές (BSAS_Total) **D(456)=0.057, p=.001** δεν ακολουθούν κανονική κατανομή. Από την άλλη όμως, είδαμε πως η μεταβλητή Αντίληψη Ρεαλισμού (PRS_Total) **D(456)=0.036, p=.182** ακολουθεί κανονική κατανομή.

Πίνακας 1: Αποτελέσματα στατιστικού Kolmogorov-Smirnov test ως έλεγχος κανονικότητας.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		SOTVM_TOTA			
		L	DASS_TOTAL	PRS_TOTAL	BSAS_TOTAL
N		456	456	456	456
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	22.08	32.83	32.87	49.61
	Std. Deviation	6.668	20.691	10.393	8.998
Most Extreme	Absolute	.104	.075	.036	.057
Differences	Positive	.104	.075	.036	.041
	Negative	-.052	-.056	-.031	-.057
Test Statistic		.104	.075	.036	.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c	.182 ^c	.001 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Υπόθεση 1- Για την ανάλυση του πρώτου ερευνητικού ερωτήματος χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό Mann-Whitney U, καθώς η μεταβλητή Τύπος Θέασης (SOTVM_Total) δεν ακολουθεί κανονική κατανομή. Σε αυτό το σημείο χρήζει αναφοράς το γεγονός πως υπάρχει μια αρκετά μεγάλη διαφορά μεταξύ των 2 ομάδων της μεταβλητής Φύλο (**Πίνακας 2.1**) καθώς βλέπουμε πως για την ομάδα **Φύλο = 1** (Γυναίκες) έχουμε **N = 373** ενώ για την ομάδα **Φύλο = 2** (Άντρες) έχουμε **N = 83**. Η διαφορά αυτή είναι σημαντική αλλά η συγκεκριμένη

ανάλυση δεν επηρεάζεται από την διαφορά των παρατηρήσεων ανά τις ομάδες. Έτσι, αναφορικά (Πίνακες 2.2 και 2.3) έχουμε $U=13142.000$, $Z=-2.155$, $p=.031$ ($<.05$). Ως αποτέλεσμα προκύπτει η απόρριψη της μηδενικής υπόθεσης του συγκεκριμένου στατιστικού (οι μέσες τάξεις της εξεταζόμενης μεταβλητής, ανά ομάδα, είναι ίσες). Επόμενο αποτελεί το συμπέρασμα ότι οι γυναίκες αποτελούν τους συνήθεις θεατές παρακολούθησης τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών.

Πίνακας 2.1: Περιγραφικά στατιστικά μεταβλητών Φύλο και Τύπος θέασης (SOTVM_Total).

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
SOTVM_TOTAL	456	22.08	6.668	7	45
Φύλο	456	1.18	.386	1	2

Πίνακας 2.2: Στατιστικά στοιχεία τάξης του στατιστικού Mann-Whitney U της μεταβλητής Τύπος θέασης (SOTVM_Total) ανά ομάδα της μεταβλητής Φύλο.

<i>Ranks</i>				
	Φύλο	N	Mean Rank	Sum of Ranks
SOTVM_TOTAL	1	373	234.77	87568.00
	2	83	200.34	16628.00
	Total	456		

Πίνακας 2.3: Αποτελέσματα ανάλυσης στατιστικού Mann-Whitney U της μεταβλητής Τύπος θέασης (SOTVM_Total) ανά ομάδα της μεταβλητής Φύλο.

<i>Test Statistics^a</i>	
	SOTVM_TOTAL
Mann-Whitney U	13142.000
Wilcoxon W	16628.000
Z	-2.155
Asymp. Sig. (2-tailed)	.031

a. Grouping Variable: Φύλο

Υπόθεση 2- Για την απάντηση αυτού του ερευνητικού ερωτήματος, το δείγμα χωρίστηκε ως προς την μεταβλητή Τύπος θέασης (SOTVM_Total) σε δύο ομάδες. Τύπος θέασης (SOTVM_Total) = 0 είναι η πρώτη ομάδα για τους τύπους χαμηλής θέασης θεατές και

Τύπος Θέασης (SOTVM_Total) = 1 ως τους τύπους υψηλής θέασης. Ο διαχωρισμός (για τις ανάγκες τους συγκεκριμένου ερωτήματος) έγινε στην μέση τιμή του δείγματος. Έγινε η χρήση του στατιστικού one-way ANOVA test καθώς η μεταβλητή η οποία εξετάστηκε σε αυτήν την περίπτωση ακολουθεί κανονική κατανομή. Είναι εμφανές, όπως φαίνεται και στον **Πίνακα 3.1**, πως **F=38.442, p<00.1**. Αυτό υποδηλώνει πως υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ομάδων τύπου θέασης και τον Αντιληπτικό Ρεαλισμό. Παρατηρείται, επομένως στον **Πίνακα 3.2**, πως η μέση τιμή του Αντιληπτικού Ρεαλισμού της ομάδας χαμηλής θέασης είναι **M=30.40**, σαφώς λιγότερη έναντι της ομάδας υψηλής θέασης η οποία έχει **M=36.87**. (Πρέπει να σημειωθεί πως όσο πιο χαμηλός είναι ο δείκτης τόσο πιο ρεαλιστική είναι η αντίληψη του θεατή).

Πίνακας 3.1: *One-way ANOVA για την μεταβλητή Αντίληψη Ρεαλισμού (PRS_Total) μεταξύ των ομάδων Τύπου θέασης (SOTVM_Grouped).*

ANOVA

PRS_TOTAL

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3836.311	1	3836.311	38.442	.000
Within Groups	45306.529	454	99.794		
Total	49142.840	455			

Πίνακας 3.2: *Περιγραφικά στοιχεία της μεταβλητή Αντίληψη Ρεαλισμού (PRS_Total) όσον αφορά τις ομάδες Τύπου θέασης (SOTVM_Grouped).*

Report

PRS_TOTAL

SOTVM_Grouped	Mean	N	Std. Deviation
0	30.40	265	9.884
1	36.28	191	10.135
Total	32.87	456	10.393

Υπόθεση 3- Χρησιμοποιώντας την πλέον ομαδοποιημένη μεταβλητή Τύπος Θέασης (SOTVM_Grouped), χωρισμένη σε 2 ομάδες αυτή της Χαμηλής θέασης (SOTVM_Grouped = 0) και αυτή της Υψηλής θέασης (SOTVM_Grouped =1) εξετάστηκε εάν υπάρχει συσχέτιση με την μεταβλητή Σεξουαλικές Συμπεριφορές (BSAS_Total). Με βάση αυτές τις

δύο ομάδες, έγινε χρήση του στατιστικού Mann-Whitney U. Έπειτα, για να επιβεβαιωθεί το αποτέλεσμα χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό Kruskal-Wallis H test μεταξύ των μεταβλητών Τύπος Θέασης (SOTVM_Total) και Σεξουαλικές Συμπεριφορές (BSAS_Total). Τέλος χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης Spearman (r) μεταξύ των προαναφερθέντων μεταβλητών. Αναλυτικά από τα αποτελέσματα του Mann-Whitney U (Πίνακες 4.1-4.2) προέκυψε πως $U=23555.000$, $Z=-1.263$, $p=.207$ ($>.05$). Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα υποδεικνύει πως δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ομάδων χαμηλής και υψηλής θέασης ως προς τις σεξουαλικές συμπεριφορές. Αυτό διαφαίνεται από τα περιγραφικά στοιχεία που αναφέρονται από το στατιστικό Mann-Whitney U στον Πίνακα 4.1.

Πίνακας 4.1: Περιγραφικά στοιχεία στατιστικού Mann-Whitney U μεταξύ των μεταβλητών Τύπος Θέασης – ομαδοποιημένη μορφή (SOTVM_Grouped) και Σεξουαλικές Προτιμήσεις (BSAS_Total)

<i>Ranks</i>				
	SOTVM_Grouped	N	Mean Rank	Sum of Ranks
BSAS_TOTAL	0	265	221.89	58800.50
	1	191	237.67	45395.50
	Total	456		

Πίνακας 4.2: Αποτελέσματα στατιστικού Mann-Whitney μεταξύ των μεταβλητών Τύπος Θέασης – ομαδοποιημένη μορφή (SOTVM_Grouped) και Σεξουαλικές Προτιμήσεις (BSAS_Total)

<i>Test Statistics^a</i>	
	BSAS_TOTAL
Mann-Whitney U	23555.500
Wilcoxon W	58800.500
Z	-1.263
Asymp. Sig. (2-tailed)	.207

Παρατηρείται δηλαδή πως **MeanRank = 221.89** με **N = 265** για την ομάδα χαμηλής θέασης ενώ **MeanRank = 237.67** με **N = 191** για την ομάδα υψηλής θέασης. Για να επιβεβαιωθεί το παραπάνω αποτέλεσμα χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό Kruskal-Wallis H

έχοντας τα εξής αποτελέσματα. Παρατηρείτε πως (**Πίνακας 4.3**) $H(33)=32.397, p=.497$

(**>.05**).

Πίνακας 4.3: Αποτελέσματα στατιστικού *Kruskal-Wallis H* μεταξύ των μεταβλητών Τύπος Θέασης (*SOTVM_Total*) και Σεξουαλικές Προτιμήσεις (*BSAS_Total*)

<i>Test Statistics^{a,b}</i>	
	BSAS_TOTAL
Kruskal-Wallis H	32.397
Df	33
Asymp. Sig.	.497

Η πληροφορία που εξάγεται από τα συγκεκριμένα αποτελέσματα είναι η επιβεβαίωση της παραπάνω παρατήρησης από το στατιστικό Mann-Whitney U. Τέλος έγινε χρήση του συντελεστή συσχέτισης για μη παραμετρικές μεταβλητές Spearman (r) δηλαδή, για τις μεταβλητές που εξετάζονται στο συγκεκριμένο ερευνητικό ερώτημα (**Πίνακας 4.4**). Επομένως, προκύπτει πως $r=.087$, το οποίο δηλώνει πως η εξάρτηση μεταξύ των μεταβλητών είναι πολύ μικρή.

Πίνακας 4.4: Συντελεστής συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών Τύπος Θέασης (*SOTVM_Total*) και Σεξουαλικές Συμπεριφορές (*BSAS_Total*).

<i>Correlations</i>		SOTVM_TOTA		
			L	BSAS_TOTAL
Spearman's rho	SOTVM_TOTAL	Correlation Coefficient	1.000	.087
		Sig. (2-tailed)	.	.063
		N	456	456
	BSAS_TOTAL	Correlation Coefficient	.087	1.000
		Sig. (2-tailed)	.063	.
		N	456	456

Υπόθεση 4- Προκειμένου να αποφανθεί κάποιο συμπέρασμα θα χρειαστεί να εξεταστεί η ύπαρξη συσχέτισης των μεταβλητών Ψυχολογικές επιπτώσεις (DASS_TOTAL) και Σεξουαλικές συμπεριφορές (BSAS_TOTAL). Δυο μεταβλητές οι οποίες αποδείχθηκε πως είναι μη παραμετρικές. Έγινε χρήση του στατιστικού Kruskal-Wallis ώστε στη συνέχεια να ερμηνευτούν τα αποτελέσματα. Έπειτα επιλέχθηκε ο συντελεστής συσχέτισης για να ελεγχθεί υπό αυτή την σκοπιά το αποτέλεσμα το οποίο εξήχθη από το προηγούμενο στατιστικό. Αναλυτικά φαίνεται πως (Πίνακας 5.1) $H(46)=48.774$, $p=.362$ ($>.05$). Επομένως είναι εμφανές πως δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ψυχολογικών επιπτώσεων (DASS_Total) ανά την μεταβλητή Σεξουαλικές Συμπεριφορές (BSAS_Total).

Test Statistics^{a,b}

	DASS_TOTAL
Kruskal-Wallis H	48.774
Df	46
Asymp. Sig.	.362

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: BSAS_TOTAL

Πίνακας 5.1: Αποτελέσματα στατιστικού Kruskal-Wallis H μεταξύ των μεταβλητών Ψυχολογικές Επιπτώσεις (Dass_Total) και Σεξουαλικές Συμπεριφορές (BSAS_Total).

Από τον συντελεστή συσχέτισης (Πίνακας 5.2) παρατηρείται πως η συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών του ερευνητικού αυτού ερωτήματος είναι πολύ ασθενής, καθώς φαίνεται λεπτομερώς πως $r=.113$. Έτσι με βεβαιότητα πλέον είναι εμφανές πως η συσχέτιση των δυο μεταβλητών δεν είναι μεγάλη, δηλαδή δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ομάδων ανεκτικών σεξουαλικών συμπεριφορών ως προς τις ψυχολογικές επιπτώσεις που ασκούνται από τις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών.

Correlations

			BSAS_TOTAL	DASS_TOTAL
Spearman's rho	BSAS_TOTAL	Correlation Coefficient	1.000	.113*
		Sig. (2-tailed)	.	.016
		N	456	456
	DASS_TOTAL	Correlation Coefficient	.113*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.016	.
		N	456	456

Πίνακας 5.2: Συντελεστής συσχέτισης Spearman (r) των μεταβλητών Ψυχολογικές Επιπτώσεις (Dass_Total) και Σεξουαλικές Συμπεριφορές (BSAS_Total).

Υπόθεση 5-Επιπρόσθετα επιλέχθηκε να μελετηθούν οι διαφορές (αν υπάρχουν) των μεταβλητών Τύπος θέασης (SOTVM_TOTAL), Ψυχολογικές επιπτώσεις (DASS_Total), Σεξουαλικές Συμπεριφορές (BSAS_Total), και Αντίληψη Ρεαλισμού (PRS_Total) ανά τις ομάδες του δείγματος μας εάν βρίσκονται σε σχέση (2) ή όχι (1). Χρίζει αναφοράς το γεγονός πως τα δύο δείγματα δεν είναι ίσα, και πως υπάρχουν πολλά άτομα τα οποία δεν βρίσκονται σε σχέση από εκείνα που είναι σε σχέση. Αναφορικά φαίνεται (Πίνακας 6.1) πως ο αριθμός του δείγματος των ατόμων που έχουν δηλώσει ελεύθερα, είναι **N=403** ενώ τα άτομα που δηλώνουν σε σχέση είναι μόλις **N=53**. Παρόλα αυτά, έγινε χρήση του στατιστικού Mann-Whitney U για ελεγχθεί εάν υπάρχει κάποια σχέση στις δύο ομάδες.

Πίνακας 6.1: Περιγραφικά στατιστικά τάξεως από το στατιστικό Mann-Whitney U μεταξύ των ομάδων ελεύθερα (1) ή σε σχέση (2) και των μεταβλητών που εξετάζονται στην συγκεκριμένη έρευνα.

Ranks

	Προσωπική Κατάσταση	N	Mean Rank	Sum of Ranks
SOTVM_TOTAL	1	403	224.11	90316.50
	2	53	261.88	13879.50
	Total	456		
DASS_TOTAL	1	403	225.10	90717.00
	2	53	254.32	13479.00
	Total	456		
PRS_TOTAL	1	403	221.30	89185.50

	2	53	283.22	15010.50
	Total	456		
BSAS_TOTAL	1	403	230.19	92768.00
	2	53	215.62	11428.00
	Total	456		

Έτσι στον **Πίνακα 6.2** είναι εμφανές πως υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά για τις μεταβλητές Τύπος θέασης (SOTVM_Total) μεταξύ των δύο ομάδων με **U=8910.500, Z=-1.964, p=.05**, και Αντίληψη Ρεαλισμού (PRS_Total) με **U=7779.500, Z=-3.217 με p=(.001)**. Τέλος, η προσωπική κατάσταση του καθενός δεν επηρεάζει τις μεταβλητές Ψυχολογικές Επιπτώσεις (DASS_Total) με **U=9311.000, Z=-1.518, p=.129 (>.05)** και Σεξουαλικές Συμπεριφορές (BSAS_Total) με **U=9997.000, Z=-.755, p=.449 (>.05)**.

Πίνακας 6.2: Αποτελέσματα του στατιστικού Mann-Whitney U ως προς τις εξεταζόμενες μεταβλητές για τις ομάδες ελεύθερος/α ή σε σχέση.

Test Statistics^a

	SOTVM_TOTAL	DASS_TOTAL	PRS_TOTAL	BSAS_TOTAL
Mann-Whitney U	8910.500	9311.000	7779.500	9997.000
Wilcoxon W	90316.500	90717.000	89185.500	11428.000
Z	-1.964	-1.518	-3.217	-.757
Asymp. Sig. (2-tailed)	.050	.129	.001	.449

a. Grouping Variable: Προσωπική Κατάσταση

Συζήτηση

Πρακτικές επιπτώσεις

Τα ευρήματα της έρευνας έχουν άμεσες επιπτώσεις στο πώς οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται τις τηλεοπτικές εκπομπές «πραγματικότητας». Καθώς οι διαγωνιζόμενοι αποτελούν πραγματικά άτομα και όχι χαρακτήρες, οι τηλεθεατές φαίνεται να σχετίζονται με τους διαγωνιζόμενους. Η εκπομπή προσπαθεί να απεικονίσει την ιστορία ως φυσιολογική και επιθυμητή, αλλάζοντας την αντίληψη της κοινωνίας για την πραγματικότητα. Η εν λόγω έρευνα υποδεικνύει ότι υπάρχει μια αρνητική συσχέτιση με την αυξημένη έκθεση στις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών και τις υψηλότερες αντιλήψεις των τηλεοπτικών αυτών

εκπομπών ως πραγματικότητα. Επομένως, εάν συνεχιστούν να υπάρχουν και να σχετίζονται αυτές οι τάσεις με τους εν λόγω τηλεθεατές, οι κοινωνικοί κανόνες θα συνεχίσουν να αντικατοπτρίζουν αυτές τις ασυνεπείς πραγματικότητες που απεικονίζονται στις τηλεοπτικές εκπομπές «πραγματικότητας» και συγκεκριμένα «γνωριμιών».

Περιορισμοί Έρευνας

Η επιλογή μιας εύκολης δειγματοληψίας, χρησιμοποιώντας κατά κύριο λόγο τη διαδικτυακή πλατφόρμα επικοινωνίας “Facebook”, πραγματοποιήθηκε για τη προσέλκυση συμμετεχόντων, μέσω της εύκολης προσβασιμότητας. Ωστόσο, αυτή η ευκολία ήρθε με ορισμένους περιορισμούς. Συγκεκριμένα, ένας πρώτος περιορισμός αποτέλεσε η διαδικτυακή επιλογή παροχής του ερωτηματολογίου, δεν προσέφερε εκείνες τις προοπτικές που προσδίδει η δια ζώσης διαλογή δείγματος, όπως η διαδραστικότητα και η παροχή τόσο ηλικιακά όσο και για το φύλο. Επιπρόσθετα, ως δεύτερος περιορισμός μπορεί να σταθεί, η μειωμένη συμμετοχή από Ελληνοκύπριους/ες έναντι Ελλήνων/ίδων που καθιστά περιοριστική την εφαρμογή των αποτελεσμάτων ως προς την πολιτισμική διαφορά των δύο χωρών. Ένας τρίτος περιορισμός αποτέλεσε το γεγονός πως το δείγμα που συμμετείχε στην διεξαγωγή της μελέτης αποτέλεσαν διαδικτυακοί φίλοι στο Facebook. Εξαιτίας αυτού, μεγάλο μέρος του δείγματος κυμαινόταν μεταξύ των ηλικιών 23 και 25. Αυτή η πλειοψηφία των ηλικιών μπορεί να προσέδωσε διαφορετικά αποτελέσματα από ό, τι πιθανόν να είχε δώσει νεότερος πληθυσμός. Ταυτόχρονα, η συμμετοχή 373 γυναικών έναντι 83 αντρών κατάστισε περιοριστική την περαιτέρω ποικιλομορφία ως προς τις απαντήσεις από το αντρικό δείγμα αποτελεί έναν τέταρτο περιορισμό. Επιπρόσθετα, δεν κατέστη δυνατόν να ληφθούν υπόψη πιθανόν διαφορετικά χαρακτηριστικά και απόψεις ατόμων που δεν διατηρούσαν διαδικτυακούς λογαριασμούς “Facebook” προκειμένου να μελετηθεί η διαφορά ως προς τις συνήθειες ή τις απόψεις ατόμων σε αντίθεση με αυτών που διατηρούσαν λογαριασμούς, όπου προήλθε και το δείγμα οδηγώντας μας στον πέμπτο περιορισμό. Εν κατακλείδι, έκτος και

τελευταίος περιορισμός αποτέλεσε το ότι ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να απαντήσουν το BSAS (Brief Sexual Attitude Scale) με γνώμονα την ερωτική σχέση. Συγκεκριμένα, εάν οι συμμετέχοντες δεν ήταν επί του παρόντος σε σχέσεις, τους δόθηκε εντολή να χρησιμοποιήσουν τις πιο πρόσφατες σχέσεις τους. Επομένως, είναι πιθανόν οι προηγούμενες αρνητικές ερωτικές εμπειρίες των συμμετεχόντων να οδήγησαν σε αναβίωση άσχημων γεγονότων και εμπειριών επηρεάζοντας έτσι τις αμεροληψία των απαντήσεώς τους.

Συμπεράσματα

Παρά τους περιορισμούς της, η παρούσα μελέτη είναι η πρώτη που εξετάζει εμπειρικά το ηλικιακό εύρος των 18 έως 25 ετών ως προς την παρακολούθηση τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών αναφορικά με την ψυχολογική επιρροή που ασκούν, τον αντιληπτικό ρεαλισμό των συμμετεχόντων καθώς και τις σεξουαλικές στάσεις και συμπεριφορές αυτών. Η εφαρμογή και εξέταση των παραπάνω μεταβλητών σε Ελλάδα και Κύπρο, άνοιξε έναν νέο ερευνητικό δρόμο κατανόησης της συμπεριφοράς και των συλλεγόμενων δεδομένων για το άμεσο μέλλον, καθώς αποτελεί αυξανόμενη και ίσως προβληματική ανθρώπινη δραστηριότητα. Η παρούσα έρευνα επιβεβαιώνει σύμφωνα και με προηγούμενες έρευνες, πως η επιλογή παρακολούθησης τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών επηρεάζει τον τρόπο που αντιλαμβάνονται τα άτομα την πραγματικότητα και τις ερωτικές σχέσεις (Wright, 2020; Peter & Valkenburg, 2010).

Με βάση τα αποτελέσματα που παρουσιάστηκαν παραπάνω, παρατηρείται, πως στους νεαρούς ενήλικες και δη στις γυναίκες, εμφανίζονται κάποιες ακραίες τιμές οι οποίες δεν υπάρχουν στους άντρες αναφορικά με τις σεξουαλικές συμπεριφορές αυτών και το τρόπο θέασης, δηλαδή συνήθης ή όχι. Ειδικότερα, αναφορικά με το φύλο και το μορφωτικό επίπεδο συγκριτικά με την σεξουαλική συμπεριφορά, παρατηρείτε πως υπάρχει μια μικρή πτώση στις ανεκτικές σεξουαλικές συμπεριφορές σε γυναίκες με χαμηλόβαθμη εκπαίδευση ενώ ταυτόχρονα σε εκείνες με υψηλόβαθμη εκπαίδευση σημειώνεται ανοδική πορεία ανεκτικών

σεξουαλικών στάσεων και συμπεριφορών. Όσον αφορά το αντρικό φύλο παρατηρείται αν και μικρή, μια συνεχόμενη αύξηση ανά επίπεδο εκπαίδευσης. Σύμφωνα με τα παραπάνω ευρήματα, υποδηλώθηκε πως το ακαδημαϊκό επίπεδο επηρεάζει τόσο ανεκτικές σεξουαλικές συμπεριφορές και στάσεις. Από την άλλη πλευρά διαφάνηκε, πως όσο πιο υψηλό είναι το εκπαιδευτικό επίπεδο στους άντρες, τόσο πιο εύκολα παρατηρούνται οι ανεκτικές σεξουαλικές στάσεις και συμπεριφορές. Παρόλα αυτά, η μεταβλητή της εκπαίδευσης δεν χαρακτηρίζεται τόσο ισχυρή ώστε να χρησιμοποιηθεί για την ορθή πρόβλεψη ανεκτικών σεξουαλικών συμπεριφορών. Επομένως, ενδιαφέρον θα αποτελούσε, στο άμεσο μέλλον να ερευνηθεί, εάν όντως υπάρχει κάποια γραμμική σχέση που συνδέει την εκπαίδευση με τις ανεκτικές σεξουαλικές συμπεριφορές που προβάλλονται από τηλεοπτικές εκπομπές.

Συγκριτικά με την Υπόθεση 2 (Οι συνήθεις θεατές των εκπομπών γνωριμιών έχουν πιο ανεκτικές σεξουαλικές συμπεριφορές από τους λιγότερο συνήθεις θεατές) και Υπόθεση 3 (Οι τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών ασκούν ψυχολογική επιρροή σε άτομα με μη ανεκτικές σεξουαλικές συμπεριφορές), δεν βρέθηκε θετική συσχέτιση στην επιρροή των τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών υπό την σκοπιά της ψυχολογικής επιρροής και του σεξουαλικού περιεχομένου των εκπομπών με γνώμονα τις ανεκτικές σεξουαλικές συμπεριφορές/στάσεις και τύπο θέασης. Αυτό το αποτέλεσμα λόγω έλλειψης υπάρχοντων ευρημάτων και λόγω της δυσαναλογίας του γυναικείου και αντρικού δείγματος δεν μπορεί να επιβεβαιωθεί από την υπάρχουσα βιβλιογραφία. Συνεπακόλουθα, με βάση τις στατιστικές αναλύσεις που πραγματοποιήθηκαν, αναφορικά με την Υπόθεση 2 (Οι συνήθεις θεατές των τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών αντιλαμβάνονται ότι οι εκπομπές γνωριμιών είναι πιο ρεαλιστικές από τους λιγότερο συνήθεις θεατές) και την Υπόθεση 5 (Ο τύπος θέασης και ο αντιληπτικός ρεαλισμός, οι σεξουαλικές στάσεις, και η ψυχολογική επιρροή που προάγεται από τις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών, επηρεάζονται από τον αν βρίσκεται ο θεατής σε ερωτική σχέση ή μη) βρέθηκε θετική συσχέτιση όσον αφορά τον τύπο τηλεθέασης και τον

αντιληπτικό ρεαλισμό των θεατών με συνηθέστερους το γυναικείο φύλο (Υπόθεση 1).

Ειδικότερα με την εξέταση ενός ακόμη παράγοντα φαίνεται πως ο αντιληπτικός ρεαλισμός συσχετίζεται θετικά και υπό το πρίσμα υπαρχουσών ερωτικών σχέσεων των συμμετεχόντων.

Αυτή προοπτική, συμβαδίζει με προηγούμενη μελέτη που ανέφερε μια άμεση σχέση του διαστρεβλωμένου αντιληπτικού ρεαλισμού και των τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών.

Σχετικά με την χώρα καταγωγής και αν επηρεάζει τα δύο φύλα η συνεχής παρακολούθηση τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών εκτιμήθηκε πως δεν αποτελεί προγνωστικό παράγοντα.

Σημαντικό είναι να αναφερθεί και με βάση τον περιορισμό του δείγματος, πως το παρόν δημογραφικό μπορεί μελλοντικά να εκτιμηθεί εκτενέστερα σε Ελλάδα και Κύπρο καθώς και σε άλλους πολιτισμούς ή κουλτούρες με στόχο την εκτίμηση πιο ορθών αποτελεσμάτων.

Με βάση την προϋπάρχουσα βιβλιογραφία και την απόπειρα εξέτασης, δόθηκε μια πιο διευρυμένη εικόνα για αυτού του είδους τηλεοπτικών εκπομπών, ενώ ενισχύθηκε η κατανόηση και ο διαχωρισμός από τα υπόλοιπα είδη προβολής και περιεχομένου, εντοπίζοντας τις διαστάσεις του στην νεαρή ενηλικίωση. Τα αποτελέσματα που παρατέθηκαν επιβεβαίωσαν τις δύο υποθέσεις της έρευνας και έτσι μπορεί να χαρακτηριστεί πως η τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών επηρεάζουν αρνητικά την αντίληψη και ρεαλιστικότητα των ατόμων ως προς το περιεχόμενο (Peter & Valkenburg, 2010). Σημείο αναφοράς της μελέτης αποτελεί η συμβολή των αποτελεσμάτων της για απόκτηση επιπρόσθετων γνώσεων και τεχνικών προώθησης με στόχο μελλοντικά, την καλύτερη χρήση της τηλεοπτικής προβολής εκπομπών «πραγματικότητας». Επιπρόσθετα, η σημασία των ευρημάτων της παρούσας μελέτης, χρήζει τη περαιτέρω στοχευμένη και στοιχειοθετημένη ερευνητικής ανασκόπησης σχετικά με τις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών και την ψυχική υγεία.

Μια από τις σημαντικότερες συνεισφορές αυτής της μελέτης είναι η μεθοδική μελέτη του αρνητικού αντίκτυπου τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών προσθέτοντας στην βιβλιογραφία έναν σημαντικό αντίκτυπο της προβολής πέραν του θετικού σε νεαρούς ενήλικες που

αποτελεί σύμφωνα με την βιβλιογραφία το δύσκολο δείγμα προς μελέτη. Ο χρόνος που αφιερώνεται, η συχνότητα και διαπροσωπικοί παράγοντες όπως η ερωτική σχέση αποτελούν προγνωστικό παράγοντα για την διαστρέβλωση της αντίληψης του ατόμου.

Ολοκληρώνοντας, βασικός στόχος και επιθυμία στο άμεσο μέλλον είναι τα νέα δεδομένα και στοιχεία που παρουσιάστηκαν στην παρούσα έρευνα, να αποτελέσουν πρωτοπόρα οδό για την κατανόηση της προβληματικής παρακολούθησης τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών τόσο σε άλλες ηλικιακές ομάδες όσο και σε άλλες κουλτούρες ή πολιτισμούς.

Μιχαλίτσα Τσαμπίκα Μαστροσαββάκη

Βιβλιογραφία

Andrejevic, M. (2004). *Reality TV: The work of being watched*. Rowman & Littlefield Publishers.

American Psychological Association. (2004). Report of the Ethics Committee, 2003. *American Psychologist*, 59(5), 434-441.

Aubrey, C. (2004). Implementing the foundation stage in reception classes 1. *British Educational Research Journal*, 30(5), 633-656.

Aubrey, J. S., Olson, L., Fine, M., Hauser, T., Rhea, D., Kaylor, B., & Yang, A. (2012). Investigating personality and viewing-motivation correlates of reality television exposure. *Communication Quarterly*, 60(1), 80-102.

Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual review of psychology*, 52(1), 1-26.

Behm-Morawitz, E., Lewallen, J., & Miller, B. (2016). Real mean girls? Reality television viewing, social aggression, and gender-related beliefs among female emerging adults. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(4), 340.

Cato, M., & Carpentier, F. R. D. (2010). Conceptualizations of female empowerment and enjoyment of sexualized characters in reality television. *Mass Communication and Society*, 13(3), 270-288.

Cho, H., Shen, L., & Wilson, K. (2014). Perceived realism: Dimensions and roles in narrative persuasion. *Communication Research*, 41(6), 828-851.

Chock, T. M. (2011). Is it seeing or believing? Exposure, perceived realism, and emerging adults' perceptions of their own and others' attitudes about relationships. *Media Psychology*, 14(4), 355-386.

- Coleman, M. N., Reynolds, A. A., & Torbati, A. (2019). The relation of Black-oriented reality television consumption and perceived realism to the endorsement of stereotypes of Black women. *Psychology of Popular Media Culture*.
- Connolly, J., Friedlander, L., Pepler, D., Craig, W., & Laporte, L. (2010). The ecology of adolescent dating aggression: Attitudes, relationships, media use, and socio-demographic risk factors. *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma, 19*(5), 469-491.
- Epstein, M., & Ward, L. M. (2008). "Always use protection": Communication boys receive about sex from parents, peers, and the media. *Journal of youth and adolescence, 37*(2), 113-126.
- Eyal, K., & Kunkel, D. (2008). The effects of sex in television drama shows on emerging adults' sexual attitudes and moral judgments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 52*(2), 161-181.
- Ferris, A. L., Smith, S. W., Greenberg, B. S., & Smith, S. L. (2007). The content of reality dating shows and viewer perceptions of dating. *Journal of Communication, 57*(3), 490-510.
- Jaeger, D. A., Joyce, T. J., & Kaestner, R. (2020). A Cautionary Tale of Evaluating Identifying Assumptions: Did Reality TV Really Cause a Decline in Teenage Childbearing?. *Journal of Business & Economic Statistics, 38*(2), 317-326.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. *Perspectives on media effects, 1986*, 17-40.
- Greenwood, D. N., & Long, C. R. (2011). Attachment, belongingness needs, and relationship status predict imagined intimacy with media figures. *Communication Research, 38*(2), 278-297.
- Hendrick, C., Hendrick, S. S., & Reich, D. A. (2006). The brief sexual attitudes scale. *Journal of sex research, 43*(1), 76-86.

- Karsay, K., & Schmuck, D. (2019). "Weak, Sad, and Lazy Fatties": Adolescents' Explicit and Implicit Weight Bias Following Exposure to Weight Loss Reality TV Shows. *Media Psychology*, 22(1), 60-81.
- Kunkel, D., Farrar, K. M., Eyal, K., Biely, E., Donnerstein, E., & Rideout, V. (2007). Sexual socialization messages on entertainment television: Comparing content trends 1997–2002. *Media Psychology*, 9(3), 595-622.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). Theories of human communication (10th ed.). *Long Grove, IL: Waveland Press*.
- Lovibond, P. F., & Lovibond, S. H. (1995). The structure of negative emotional states: Comparison of the Depression Anxiety Stress Scales (DASS) with the Beck Depression and Anxiety Inventories. *Behaviour research and therapy*, 33(3), 335-343.
- Lundy, L. K., Ruth, A. M., & Park, T. D. (2008). Simply irresistible: Reality TV consumption patterns. *Communication Quarterly*, 56(2), 208-225.
- Manganello, J. A. (2008). Teens, dating violence, and media use: A review of the literature and conceptual model for future research. *Trauma, Violence, & Abuse*, 9(1), 3-18.
- Martino, S. C., Collins, R. L., Kanouse, D. E., Elliott, M., & Berry, S. H. (2005). Social cognitive processes mediating the relationship between exposure to television's sexual content and adolescents' sexual behavior. *Journal of personality and Social Psychology*, 89(6), 914.
- Maroon, J. C., & Collins, M. (2009). Management of the Concussion Patient: Subacute Management. In *Sixth Annual Sports-Related Conference on Concussion and Spine Injury*. Boston, MA.
- Nabi, R. L., Biely, E. N., Morgan, S. J., & Stitt, C. R. (2003). Reality-based television programming and the psychology of its appeal. *Media psychology*, 5(4), 303-330.

- Nabi, R. L., Finnerty, K., Domschke, T., & Hull, S. (2006). Does misery love company? Exploring the therapeutic effects of TV viewing on regretted experiences. *Journal of communication, 56*(4), 689-706.
- Niemann-Lenz, J., Gölz, H., & Schenk, M. (2018). Why do adolescents watch scripted reality-tv? A typology based on viewing motives. *Youth and Media: Current Perspectives on Media Use and Effects, 38*, 19.
- Nikkelen, S. W., Anschutz, D. J., Ha, T., & Engels, R. C. (2012). Influence of visual attention on male body dissatisfaction after idealized media exposure. *Psychology of Men & Masculinity, 13*(3), 308.
- Peek, H. S., & Beresin, E. (2016). Reality check: How reality television can affect youth and how a media literacy curriculum can help. *Academic Psychiatry, 40*(1), 177-181.
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2010). Processes underlying the effects of adolescents' use of sexually explicit internet material: The role of perceived realism. *Communication Research, 37*(3), 375-399.
- Porter, J., & Standing, K. (2019). Love Island and Relationship Education. *Frontiers in Sociology, 4*, 79.
- Punyanunt-Carter, N. M. (2006). Love on Television: Reality Perception Differences Between Men and Women. *North American Journal of Psychology, 8*(2).
- Rodenhizer, K. A. E., Siller, L., MacPherson, A. R., & Edwards, K. M. (2019). Reality check! Perceptions of MTV's Jersey shore and 16 and pregnant/teen mom and dating violence attitudes and experiences. *Journal of interpersonal violence, 0886260519844776*.
- Rousseau, A., Rodgers, R. F., & Eggermont, S. (2019). A short-term longitudinal exploration of the impact of TV exposure on objectifying attitudes toward women in early adolescent boys. *Sex Roles, 80*(3-4), 186-199.

- Seabrook, R. C., Ward, L. M., & Giaccardi, S. (2019). Less than human? Media use, objectification of women, and men's acceptance of sexual aggression. *Psychology of violence, 9*(5), 536.
- Scharrer, E., & Blackburn, G. (2018). Is reality TV a Bad Girls Club? Television use, docusoap reality television viewing, and the cultivation of the approval of aggression. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 95*(1), 235-257.
- Shapiro, M. A., & Chock, T. M. (2004). Media dependency and perceived reality of fiction and news. *J. Broad. & Elec. Media, 48*, 675.
- Steinberg, L., & Monahan, K. C. (2011). Adolescents' exposure to sexy media does not hasten the initiation of sexual intercourse. *Developmental psychology, 47*(2), 562.
- Tian, Y., & Yoo, J. H. (2016). Realism matters: The role of perceived realism in The Biggest Loser. *Communication Research Reports, 33*(4), 303-309.
- Thielman, S. (2014). What Women Watch on TV: Their viewing habits may surprise You.
- Ward, L. M., & Rivadeneyra, R. (1999). Contributions of entertainment television to adolescents' sexual attitudes and expectations: The role of viewing amount versus viewer involvement. *Journal of sex research, 36*(3), 237-249.
- Wood, E., Senn, C. Y., Desmarais, S., Park, L., & Verberg, N. (2002). Sources of information about dating and their perceived influence on adolescents. *Journal of adolescent research, 17*(4), 401-417.
- Wright, P. J. (2020). Media and sexuality. *Media effects: Advances in theory and research, 227-242*.
- Zurbriggen, E. L., & Morgan, E. M. (2006). Who wants to marry a millionaire? Reality dating television programs, attitudes toward sex, and sexual behaviors. *Sex Roles, 54*(1-2), 1-17.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Σύντομη Κλίμακα Σεξουαλικών Στάσεων/Συμπεριφορών

APPENDIX 1. THE BRIEF SEXUAL ATTITUDES SCALE

Listed below are several statements that reflect different attitudes about sex. For each statement fill in the response on the answer sheet that indicates how much you agree or disagree with that statement. Some of the items refer to a specific sexual relationship, while others refer to general attitudes and beliefs about sex. Whenever possible, answer the questions with your current partner in mind. If you are not currently dating anyone, answer the questions with your most recent partner in mind. If you have never had a sexual relationship, answer in terms of what you think your responses would most likely be.

For each statement:

- A = Strongly agree with statement
- B = Moderately agree with the statement
- C = Neutral - neither agree nor disagree
- D = Moderately disagree with the statement
- E = Strongly disagree with the statement

Permissiveness

I do not need to be committed to a person to have sex with him/her.
 Casual sex is acceptable.
 I would like to have sex with many partners.
 One-night stands are sometimes very enjoyable.
 It is okay to have ongoing sexual relationships with more than one person at a time.
 Sex as a simple exchange of favors is okay if both people agree to it.
 The best sex is with no strings attached.
 Life would have fewer problems if people could have sex more freely.
 It is possible to enjoy sex with a person and not like that person very much.
 It is okay for sex to be just good physical release.

Birth Control

Birth control is part of responsible sexuality.
 A woman should share responsibility for birth control.
 A man should share responsibility for birth control.

Communion

Sex is the closest form of communication between two people.
 A sexual encounter between two people deeply in love is the ultimate human interaction.
 At its best, sex seems to be the merging of two souls.
 Sex is a very important part of life.
 Sex is usually an intensive, almost overwhelming experience.

Instrumentality

Sex is best when you let yourself go and focus on your own pleasure.
 Sex is primarily the taking of pleasure from another person.
 The main purpose of sex is to enjoy oneself.
 Sex is primarily physical.
 Sex is primarily a bodily function, like eating.

Note. The BSAS includes the instructions shown at the top. The items are given in the order shown. The BSAS is usually part of a battery with items numbered consecutively. The scoring may be reversed, so that A = strongly disagree, etc. The scale names and lines separating scales are not shown to participants.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II

Κλίμακα Αντιληπτικού Ρεαλισμού*Appendix**Items for the Perceived Realism Scale*

Plausibility

1. The ad showed something that could possibly happen in real life.
2. The event in the ad portrayed possible real-life situations.
3. The story in the ad could actually happen in real life.
4. Never in real life would what was shown in the ad happen.
5. Real people would not do the things shown in the ad.

Typicality

1. Not many people are likely to experience the event portrayed in the ad.
2. The ad portrayed an event that happens to a lot of people.
3. What happened to the people in the ad is what happens to people in real world.

Factuality

1. The ad was based on facts.
2. The ad showed something that had really happened.
3. What was shown in the ad had actually happened.

Narrative Consistency

1. The ad showed a coherent story.
2. The story portrayed in the ad was consistent.
3. Parts of the ad were contradicting each other.
4. The story portrayed in the ad made sense.
5. The event in the ad had a logical flow.

Perceptual Quality

1. The visual elements of the ad were realistic.
2. The audio elements of the ad were realistic.
3. The acting in the ad was realistic.
4. The scenes in the ad were realistic.
5. I felt that the overall production elements of the ad were realistic.

Acknowledgments

The authors wish to thank the two anonymous reviewers of the manuscript for their insightful comments that improved this manuscript substantially.

Declaration of Conflicting Interests

The authors declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ III

Κλίμακα Αυτοαναφοράς Τηλεοπτικών Συνηθειών και Κινήτρων

Κλίμακα Αυτοαναφοράς Τηλεοπτικών Συνηθειών και Κινήτρων

Τηλεοπτικές Εκπομπές Γνωριμιών

- 1) Έχω ακούσει για τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών όπως το Ραντεβού στα Τυφλά, The Bachelor ή Power of Love.
- 2) Παρακολουθώ τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών.
- 3) Η παρακολούθηση τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών με βοηθά να γνωρίσω την τρέχουσα κοινωνική κατάσταση και την κοινωνική αξία, ειδικά για το γάμο.
- 4) Παρακολουθώντας τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών ταυτίζομαι με τους διαγωνιζόμενους.
- 5) Οι διαγωνιζόμενοι στις τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών πολύ πιθανόν να συμπεριφέρονται το ίδιο και στην πραγματική τους ζωή.
- 6) Η παρακολούθηση τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών με βοηθάει να κατανοήσω και να λύσω τα ερωτικά μου προβλήματα.
- 7) Οι τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών προβάλλουν σεξιστικά στερεότυπα.

Συχνότητα Παρακολούθησης Τηλεόρασης

- 1) Παρακολουθώ τηλεόραση 1 έως 3 φορές την εβδομάδα.
- 2) Παρακολουθώ τηλεόραση 2 έως 4 φορές την εβδομάδα.
- 3) Παρακολουθώ τηλεόραση 5 έως 7 φορές την εβδομάδα.
- 4) Δεν παρακολουθώ τηλεόραση.
- 5) Παρακολουθώ τηλεόραση λίγες ώρες την ημέρα.
- 6) Παρακολουθώ τηλεόραση πολλές ώρες την ημέρα.
- 7) Παρακολουθώ τηλεόραση το μεγαλύτερο μέρος της ημέρας.

Χαλάρωση και Διασκέδαση

- 1) Παρακολουθώ τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών γιατί με διασκεδάζει.
- 2) Παρακολουθώ τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών γιατί μου επιτρέπει να χαλαρώσω.
- 3) Παρακολουθώ τηλεοπτική εκπομπή γνωριμιών γιατί με ενθαρρύνει να παρακολουθώ την προσωπική ζωή των άλλων.

Ψυχολογική και Συναισθηματική Συμπεριφορά

- 1) Παρακολουθώ τηλεόραση γιατί με κάνει να νιώθω λιγότερη μοναξιά.
 - 2) Παρακολουθώ τηλεόραση όταν δεν υπάρχει κανείς άλλος να μιλήσω ή να περάσω χρόνο μαζί.
 - 3) Με εζιτάρει η παρακολούθηση τηλεοπτικών εκπομπών γνωριμιών.
 - 4) Νιώθω καλύτερα για τον εαυτό μου όταν παρακολουθώ τηλεοπτικές εκπομπές γνωριμιών.
-

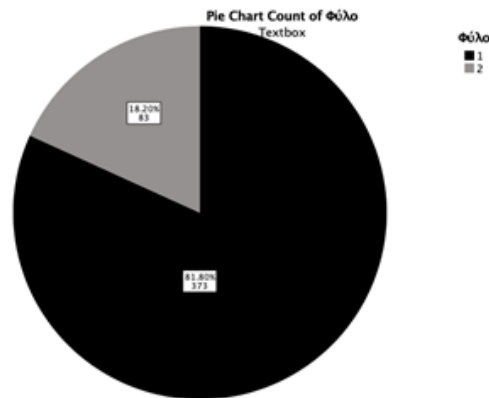
Σημείωση. Τα στοιχεία παρέχονται με τη σειρά που εμφανίζονται. Για σκοπούς των αναλύσεων, έχουμε $A=1$ και $E=5$. (Η βαθμολογία μπορεί να αντιστραφεί, έτσι ώστε $a = \text{έντονα διαφωνούν, κ.λπ.}$)

Κλίμακα Κατάθλιψης Άγχους και Στρες

DASS		Name:	Date:
<p>Please read each statement and circle a number 0, 1, 2 or 3 which indicates how much the statement applied to you <i>over the past week</i>. There are no right or wrong answers. Do not spend too much time on any statement.</p> <p><i>The rating scale is as follows:</i></p> <p>0 Did not apply to me at all 1 Applied to me to some degree, or some of the time 2 Applied to me to a considerable degree, or a good part of time 3 Applied to me very much, or most of the time</p>			
1	I found myself getting upset by quite trivial things	0	1 2 3
2	I was aware of dryness of my mouth	0	1 2 3
3	I couldn't seem to experience any positive feeling at all	0	1 2 3
4	I experienced breathing difficulty (eg, excessively rapid breathing, breathlessness in the absence of physical exertion)	0	1 2 3
5	I just couldn't seem to get going	0	1 2 3
6	I tended to over-react to situations	0	1 2 3
7	I had a feeling of shakiness (eg, legs going to give way)	0	1 2 3
8	I found it difficult to relax	0	1 2 3
9	I found myself in situations that made me so anxious I was most relieved when they ended	0	1 2 3
10	I felt that I had nothing to look forward to	0	1 2 3
11	I found myself getting upset rather easily	0	1 2 3
12	I felt that I was using a lot of nervous energy	0	1 2 3
13	I felt sad and depressed	0	1 2 3
14	I found myself getting impatient when I was delayed in any way (eg, elevators, traffic lights, being kept waiting)	0	1 2 3
15	I had a feeling of faintness	0	1 2 3
16	I felt that I had lost interest in just about everything	0	1 2 3
17	I felt I wasn't worth much as a person	0	1 2 3
18	I felt that I was rather touchy	0	1 2 3
19	I perspired noticeably (eg, hands sweaty) in the absence of high temperatures or physical exertion	0	1 2 3
20	I felt scared without any good reason	0	1 2 3
21	I felt that life wasn't worthwhile	0	1 2 3

Κατάλογος Γραφικών Παραστάσεων/Εικόνων/Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1.0 - Διάγραμμα πίτας για τον αριθμό των ατόμων φύλου στο δείγμα.



Διάγραμμα 2.0- Ιστόγραμμα μέσων τιμών μεταβλητής Σεξουαλικών Συμπεριφορών (BSAS_Total) ανά ομάδα μορφωτικού επιπέδου και ομάδα φύλου.

