

Gerald Drews

Οδηγός ανατροφής παιδιών

Για παιδιά
προεφηβικής
ηλικίας

Πρακτικές συμβουλές
και επιχειρήματα
για τις αντιπαραθέσεις
των γονιών
με τα παιδιά τους



Περιεχόμενα

Πρόλογος του συγγραφέα	6
Αντιπαραθέσεις – Εύφλεκτα ζητήματα μεταξύ γονιών και παιδιών	8
Χωρίς λεφτά δεν γίνεται	10
Χαρτζιλίκι –πόσο και από πότε;	10
Χρέη –συχνά ξεκινούν από νωρίς	14
Πρέπει να είναι πάντα επώνυμα;	16
Η μαγεία της επικοινωνίας	20
Κινητό –ποιος πρέπει να το πληρώνει;	20
Τηλεόραση –παντοτινό επίμαχο ζήτημα	21
Υπολογιστής –ο καθημερινός σύντροφος	24
Τσατ –διασκέδαση με κινδύνους	28
Πρώτα από όλα η υγεία	30
Καθαριότητα	30
Η λανθασμένη στάση του σώματος	31
Καλή όρεξη!	32
Προβλήματα βάρους	34
Ο φόβος για το πάχος	36
Τατουάζ και πέρσινγκ	40

Στην παγίδα των εξαρτήσεων	44
Τύφλα στο μεθύσι	44
Το κάπνισμα	46
Ναρκωτικά – γνώριμα σε όλο και περισσότερους εφήβους	47
Φίλοι και παρέες	52
Ο κολλητός μου	52
Μόμπινγκ –μπορεί να συμβεί στον καθένα	55
Βραδινή έξοδος –τι ώρα είναι το σιωπητήριο;	58
Διακοπές –αλλά χωρίς τους γονείς;	64
Ο πρώτος έρωτας	65
Έφηβοι και αντισύλληψη	67
Το καθημερινό πάρε-δώσε	70
Παίζω και μαθαίνω	70
Όταν ο ύπνος δημιουργεί προβλήματα	74
Η τάξη των πραγμάτων	76
Βοήθεια! Δουλειές του σπιτιού	79
Το επίμαχο θέμα του «διαβάσματος»	82
Καβγάδες στο παιδικό δωμάτιο	85
Οι φίλοι μας τα ζώα	90
Ευρετήριο	95

Πρόλογος του συγγραφέα

Αγαπητοί γονείς, κάθε ανθρώπινη σχέση έχει τις αντιπαραθέσεις της. Αυτό ισχύει τόσο μεταξύ ενηλίκων, όσο και μεταξύ γονιών και παιδιών. Ρούχα, χαρτζιλίκι, τηλεόραση, η ώρα για ύπνο –πάντα τα ίδια κλασικά θέματα που οδηγούν σε έντονες συζητήσεις. Όπως επιβεβαιώνει και η Αντρέ Κίβελ στον τρυφερό πρόλογό της, τα αγαπημένα μας παιδάκια χρησιμοποιούν πάντα την ίδια επωδό: «Αλλάάά... !», γνωστή σε όλους (σχεδόν) τους γονείς.

«Αλλάάά τον Τιμ τον αφήνουν να κάθεται πιο αργά...»

«Αλλάάά η Νικόλ παίρνει περισσότερο χαρτζιλίκι...»

«Αλλάάά τον Άντι τον αφήνουν οι γονείς του...»

Άραγε με ποιο τρόπο πρέπει να αντιδράσουμε σε τέτοιου είδους ισχυρισμούς; Οι απαγορεύσεις και οι εντολές χωρίς δικαιολόγηση, ακόμα και αν ως γονείς «έχουμε το πάνω χέρι», αφήνουν πάντα μια πικρή γεύση. Εξάλλου, κανένας δεν θέλει να φέρεται συνέχεια στα παιδιά του σαν αντιδραστικό στραβόξυλο. Όποιος μπορεί να δικαιολογήσει πειστικά τις αποφάσεις του ξεμπερδεύει με κάποια πράγματα. Πρώτα-πρώτα, δεν αφήνει περιθώρια γι' αυτό το «Αλλάάά ...» και δεύτερο, τα δεδομένα δίνουν την ευκαιρία σε γονείς και παιδιά να συζητήσουν ουσιαστικά πάνω στα επίμαχα ζητήματα διαπαιδαγώγησης. Έτσι μπορεί να προκύψουν λογικά και αποδεκτά αποτελέσματα και για τις δύο πλευρές, με τα οποία μπορούν να συμβιβαστούν. (Φυσικά, τίποτα δεν εγγυάται ότι τα βλαστάρια μας καταλαβαίνουν τις αμοιβαίες υποχωρήσεις που γίνονται!)

Αυτό το βιβλιαράκι σάς προσφέρει μερικά υποστηρικτικά εργαλεία: θεμελιώδεις αρχές και στατιστικές, θεωρίες και αλήθειες. Παρόλο που ως πατέρας έχω υποκειμενική ματιά, προσπάθησα

να είμαι δίκαιος. Δεν πρόκειται για ένα βιβλίο που περιλαμβάνει μόνο επιχειρήματα για γονείς. Πιστεύω ότι ως ενήλικες δεν μειώνεται η αξιοπρέπειά μας αν παραδεχτούμε ότι και τα επιχειρήματα των παιδιών μας είναι πειστικά. Εξάλλου, ακόμα κι εμείς οι μεγάλοι μπορεί να κάνουμε που και που λάθη... Έτσι κι αλλιώς, ελπίζω ότι οι επόμενες σελίδες θα σας διευκολύνουν στις αποφάσεις σας και θα σας βοηθήσουν στην επιχειρηματολογία σας.

Και κάτι τελευταίο: Επειδή η ανατροφή των παιδιών είναι μεν κατά βάση μια σοβαρή υπόθεση, αλλά έχει αποτελέσματα μόνο αν είμαστε χαλαροί, θα πρέπει πέρα από όλα τα γεγονότα, τους αριθμούς και τα δεδομένα να έχουμε και αίσθηση του χιούμορ. Χωρίς χιούμορ δεν καταφέρνουμε τίποτα σε κανέναν τομέα, πόσο μάλλον στην ανατροφή των παιδιών μας.

Σας εύχομαι να πετύχετε το στόχο σας με όσο γίνεται λιγότερους κόπους και προβλήματα...

Gerald Drews



Αντιπαραθέσεις

Εύφλεκτα ζητήματα μεταξύ γονιών και παιδιών

Υπάρχουν λογίων-λογίων στατιστικές. Έτσι, πριν λίγο καιρό, το Ινστιτούτο Έρευνας Αγοράς Dialego έκανε μια διαδικτυακή δημοσκόπηση με θέμα τις μεγαλύτερες αντιπαραθέσεις που δημιουργούνται μέσα στην οικογένεια. Τα αποτελέσματα: 69% των μαμάδων εκνευρίζονται όταν τα παιδιά τους χρησιμοποιούν το αγαπημένο τους επιχείρημα: «Τους άλλους τους αφήνουν!» Αυτή η δικαιολογία παιδιών και εφήβων είναι το απόλυτο προσάναμμα όταν θέλουν να επιβάλουν τις επιθυμίες τους.

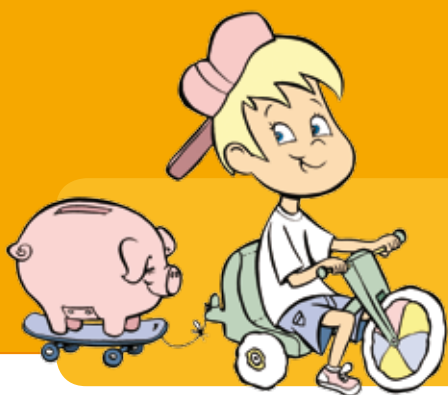
Πρώτο στη σειρά έρχεται το ζήτημα των μοντέρνων ρούχων, τα οποία σπανίως αρέσουν στους γονείς. Η μόδα είναι λοιπόν ένα από τα συχνότερα φλέγοντα ζητήματα, για το οποίο μαλλιοτραβιούνται τακτικά το 60% των παιδιών με τις μαμάδες τους. Επειδή, π.χ. κάποιες μαμάδες απαγορεύουν στα παιδιά τους να φορούν συγκεκριμένα ρούχα στο σχολείο. 52% των μαμάδων δεν συμφωνούν να αγοράσουν στα παιδιά τους ακριβά παντελόνια που «κρέμονται κάτω από τη μέση» ή «είναι γεμάτα τρύπες». Πολλοί γονείς θυμώνουν όταν τα παιδιά δεν φροντίζουν

τα καινούργια τους ρούχα, όταν δηλαδή δεν τα τακτοποιούν και τα πετάνε μέσα στο δωμάτιο τσαλακωμένα και βρόμικα.

Η «τακτοποίηση» παραμένει το πιο κλασικό θέμα διενέξεων: Τέσσερα στα πέντε παιδιά καταπιέζονται όταν πρέπει να τακτοποιήσουν το δωμάτιό τους το Σαββατοκύριακο. Πολλά παιδιά σιχαίνονται επίσης το πλύσιμο των πιάτων, έστω και αν απλώς πρέπει να βάλουν τα άπλυτα μέσα στο πλυντήριο πιάτων.

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, έχετε αρκετά καλές πιθανότητες να χαλάσετε τη διάθεση των παιδιών σας με τη φαινομενικά αθώα ερώτηση: «Πώς πήγε το σχολείο σήμερα;» Είναι μεγάλη γκάφα να κάνετε αυτή την ερώτηση στο 61% των παιδιών. Ένα τρίτο των παιδιών και των εφήβων εκνευρίζονται όταν η μητέρα μπαίνει συνέχεια στο δωμάτιο που κάθονται με τους φίλους τους, ή όταν οι γονείς σχεδιάζουν κάποια εκδρομή ενώ εκείνα θέλουν να μείνουν με τους φίλους τους. Επίσης ένα τρίτο των εφήβων εκνευρίζονται όταν οι μαμάδες τους παίρνουν κρυφά να ξεφορτωθούν τα ρούχα τους και αναγκάζονται να ψάξουν για τα αγαπημένα τους στα ρούχα για πέταμα.

Τέλος, αυτό που απαγορεύεται εντελώς: φιλάκια από τη μαμά μπροστά σε φίλους. Το ένα τρίτο των ερωτηθέντων θεωρούν ότι είναι η «απόλυτη αηδία».



Χωρίς λεφτά δεν γίνεται

Χαρτζιλίκι –πόσο και από πότε;

Η κυρία Μπρούγκερ το είχε καταλάβει από καιρό. Ο εξαχρονος γιος της Πάουλ, που πριν πάει στο σχολείο δεν ήξερε τι θα πει λεφτά, δεν έχει τίποτε άλλο στο μυαλό του. Ένα μεσημέρι γυρίζοντας από το σχολείο είπε ορθά κοφτά: «Όλοι παίρνουν χαρτζιλίκι! Μόνο εγώ δεν παίρνω...»

Χωρίς αμφιβολία, ποτέ δεν είναι πολύ νωρίς εφόσον μπορεί κανείς να μάθει να χειρίζεται τα χρήματα. Σύμφωνα με μια έρευνα του Ινστιτούτου Κοινωνιολογικής Οικονομίας του πανεπιστημίου της Βόννης, τουλάχιστον το 82% των εφήβων στη Γερμανία παίρνουν χαρτζιλίκι. Πανευρωπαϊκά όμως, το ποσοστό πέφτει στο 64%.

Επειδή όμως οι εποχές έχουν αλλάξει δραματικά σε σχέση με τότε που ήμασταν εμείς παιδιά, πολλοί γονείς αναρωτιούνται: από πότε και, κυρίως, πόσο; Όταν μάλιστα οι συνομήλικοί τους, όπως στην περίπτωση του Πάουλ, φαίνεται να κολυμπάνε στο χρήμα όπως ο Σκρουτζ Μακ Ντακ...

Το τι παίρνουν «οι άλλοι» μπορεί να αποτελέσει έναν μπούσου-λα, αλλά μπορεί και όχι. Εξάλλου, θα πρέπει να λάβετε υπόψη τον οικογενειακό σας προϋπολογισμό! Το πότε θα αρχίσετε να δίνετε χαρτζιλίκι εξαρτάται από εσάς. Και για να ηρεμήσετε: Νομική αξίωση για το χαρτζιλίκι δεν υπάρχει! Ή μάλλον υπάρχει από το 18ο έτος ηλικίας και μετά, αφού οι γονείς πρέπει να φροντίζουν οικονομικά τα παιδιά τους μέχρι να τελειώσουν το σχολείο. Αυτό όμως είναι άλλο κεφάλαιο.

- **Πρώτος εμπειρικός κανόνας:** Το ποσό δεν πρέπει να είναι πάρα πολύ μικρό, διότι τα παιδιά χρειάζονται μια κάποια άνεση. Από την άλλη, δεν πρέπει να είναι και πολύ μεγάλο, έτσι ώστε τα παιδιά να μάθουν ότι: Η εκπλήρωση μια επιθυμίας συχνά συνδέεται με την εγκατάλειψη μιας άλλης επιθυμίας.
- **Δεύτερος εμπειρικός κανόνας:** Μέχρι περίπου τα εννιά χρόνια μπορείτε να τους δίνετε χαρτζιλίκι κάθε εβδομάδα. Από αυτή την ηλικία και μετά μπορείτε να αρχίσετε να δίνετε χαρτζιλίκι κάθε δεκαπέντε ή κάθε μήνα ώστε τα παιδιά να μάθουν να οργανώνουν μόνα τους τα οικονομικά τους. Σε αυτό συμβάλλει το να είστε και εσείς συνεπείς στην πληρωμή ανεξαρτήτως αν το παιδί σας ήταν το προηγούμενο διάστημα καλό ή άτακτο.
- **Τρίτος εμπειρικός κανόνας:** Ακόμα και αν πιστεύετε ότι το παιδί σας σκορπάει τα λεφτά αλόγιστα, θα πρέπει να το αφήνετε να αγοράζει με το χαρτζιλίκι του ό,τι θέλει. Μπορείτε βέβαια να του επισημαίνετε ότι τα γλυκά είναι ανθυγιεινά ή ότι τα χαρτάκια που κάνει συλλογή μετά από λίγο θα είναι πεταμένα από δω και από κει. Ωστόσο, με τη διαχείριση του χαρτζιλικιού τους τα παιδιά μαθαίνουν άμεσα τι είναι σημαντικό και τι λιγότερο σημαντικό και κάποτε καταφέρνουν (ελπίζει κανείς) να αντιληφθούν ότι για κάποια πράγματα αξίζει να κάνεις οικονομία.

Προτάσεις για το ύψος του χαρτζιλικιού από το κέντρο καταναλωτών Βόρειας Ρηνανίας - Βεστφαλίας στο Ντίσελντορφ:

3 – 5 ετών	50 λεπτά κάθε εβδομάδα
6 – 7 ετών	1,50 έως 2 ευρώ κάθε εβδομάδα
8 – 9 ετών	2 έως 2,50 ευρώ κάθε εβδομάδα
10 ετών	12,50 ευρώ κάθε μήνα
11 ετών	15 ευρώ κάθε μήνα
12 ετών	17,50 ευρώ κάθε μήνα
13 ετών	20 ευρώ κάθε μήνα
14 ετών	22,50 ευρώ κάθε μήνα
15 ετών	25 ευρώ κάθε μήνα
16 ετών	30 ευρώ κάθε μήνα
17 ετών	40 ευρώ κάθε μήνα
18 ετών	60 ευρώ κάθε μήνα

Όταν τα παιδιά σας κλείσουν τα 14 μπορείτε να συζητήσετε μαζί τους τη δυνατότητα ενός τραπεζικού λογαριασμού στον οποίο θα καταθέτετε το χαρτζιλίκι. Σε αυτές τις συζητήσεις μπορείτε να συμπεριλάβετε και ένα ανεξάρτητο ποσό που θα καταθέτετε για την αγορά ρούχων, πραγμάτων που έχουν σχέση με το σχολείο, καθώς και προϊόντων για την προσωπική υγιεινή των παιδιών. Έτσι μπορείτε για παράδειγμα να βάζετε στο λογαριασμό της κόρης ή του γιου σας λεφτά για τα ρούχα τους. Μπορούμε εδώ να αναφέρουμε ενδεικτικά μερικά ποσά. Για τα ρούχα μπορείτε να διαθέτετε περίπου 50 ευρώ το μήνα, ενώ για σχολικά και προϊόντα υγιεινής περίπου 30 ευρώ το μήνα.

Από πού βρίσκουν τα παιδιά τα λεφτά τους;

Από μια εμπειρική έρευνα του Ινστιτούτου Νεανικών Ερευνών (IfJ) του Μονάχου σχετικά με τη σχέση παιδιών και εφήβων από 10 έως 17 ετών με το χρήμα προκύπτει ότι τα παιδιά και οι έφηβοι «βρίσκουν» λεφτά από διάφορες πηγές. Σε αυτές συγκαταλέγονται το χαρτζιλίκι, οι έκτακτες ενδιάμεσες «επιχορηγήσεις», η αμοιβή για δουλειές που κάνουν στον ελεύθερο χρόνο τους, οι σχολικές υποτροφίες, αλλά και τα χρηματικά δώρα τα Χριστούγεννα και στις γιορτές. Τα παιδιά και οι έφηβοι αυτής της ηλικιακής ομάδας «κερδίζουν» ετησίως κατά μέσο όρο σχεδόν 900 ευρώ. Φυσικά, δεν παίρνουν χρήματα όλα τα παιδιά και όλοι οι έφηβοι με όλους αυτούς τους τρόπους. Αν προσθέσουμε το χαρτζιλίκι και τις ενδιάμεσες «επιχορηγήσεις», προκύπτει ότι το τακτικό εισόδημα για περίπου 60% των εφήβων φτάνει γύρω στα 47 ευρώ το μήνα. Επίσης είναι σαφές ότι σε πολλές οικογένειες αυξάνεται το χαρτζιλίκι αλλά και οι ενδιάμεσες επιχορηγήσεις όσο αυξάνεται η ηλικία και οι ανάγκες των παιδιών και των εφήβων. Ανάλογα με την ηλικία αυξάνεται και η αμοιβή από τις δουλειές που κάνουν στον ελεύθερο χρόνο τους.

Μπορείτε να δείτε (δωρεάν) τη μελέτη του Ινστιτούτου Νεανικών Ερευνών (IfJ) στη διαδικτυακή διεύθυνση:

http://www.schulden-kompass.de/downloads/jugend-und-geld/Studie_Jugend_und_Geld_2005.pdf

Και άλλη μία στατιστική έρευνα: Στη Γερμανία, ο αριθμός των φτωχών παιδιών αυξάνεται δραματικά. Σύμφωνα με τη στατιστική υπηρεσία, το 1980 ζούσαν από την κοινωνική πρόνοια 2% των παιδιών κάτω των επτά ετών. Το 2002 το ποσοστό έφτασε στο 8,6%, δηλαδή περισσότερο από το τετραπλάσιο του 1980.

Στις ηλικίες 7 έως 14, το ποσοστό ανερχόταν το 1980 στο 2,4%, ενώ το 2002 έφτασε στο 5,8%. Και εδώ λοιπόν παρατηρούμε μια αύξηση κατά περίπου μιάμιση φορά.

Πού χαλάνε τα παιδιά τα λεφτά τους;

Σύμφωνα με μια μελέτη της Ένωσης Ερευνών της Παιδαγωγικής των Μέσων στη Στουτγάρδη, στην οποία ρωτήθηκαν 1200 παιδιά και μητέρες, στα γερμανικά παιδικά δωμάτια υπάρχουν οι ακόλουθες συσκευές (στοιχεία %, έρευνα του 2003).

Κασετόφωνο	54	Ραδιόφωνο/Στερεοφωνικό	51
Gameboy	45	Walkman/Discman	41
CD-player	39	Τηλεόραση	38
Βιντεοπαιχνίδι	27	Κινητό τηλέφωνο	24
Υπολογιστής	15	Video recorder	14
Mini-Disc-Recorder	11	Σύνδεση με το Διαδίκτυο	6
DVD-player	5		

Χρέη –συχνά ξεκινούν από νωρίς

«Δεν είναι φοβερό ότι όταν τελειώνει το χαρτζιλίκι μου περισσεύει τόσος μήνας;»

Η κυρία Κοχ δεν γελάει πλέον με το αστεϊάκι της 13χρονης κόρης της Μπεάτε. Τα 20 ευρώ που της δίνει ποτέ δεν φτάνουν για ολόκληρο το μήνα. Πρέπει συνέχεια να της δίνει συμπλήρωμα, ενώ η Μπεάτε, που πάει στην πρώτη γυμνασίου, τη διαβεβαιώνει ότι έτσι κάνουν «όλοι στην τάξη».

Όλοι; Μια έρευνα σχετικά με το χειρισμό του χρήματος από νέους κάτω των 18 ετών δείχνει ευτυχώς κάτι άλλο. Αποδεικνύει ότι οι χρηματοοικονομικές ικανότητες των νέων είναι πολύ μεγαλύτερες από αυτές που φανταζόμαστε. Με εντολή του Γερμανικού Οργανισμού Πληροφοριών για την Πιστοληπτική Ικανότητα (SCHUFA) και υπό την αιγίδα του ομοσπονδιακού υπουργείου για την οικογένεια, τους ηλικιωμένους, τις γυναίκες και τους νέους διενεργήθηκε μια έρευνα με τίτλο «Νέοι και χρήματα 2005». Σύμφωνα με αυτή την έρευνα, στη Γερμανία τα χρέη παιδιών και εφήβων κάτω των 18 ετών είναι υπό έλεγχο. Χρεωμένο θεωρείται το 6% των παιδιών και των εφήβων από 10 έως 17 ετών. Αυτό συμβαίνει όταν οι έφηβοι δανείζονται λεφτά που δεν μπορούν να επιστρέψουν αμέσως. Το ύψος του χρέους ανέρχεται κατά μέσο όρο στα 72 ευρώ. Λιγότερο από 1,5% των εφήβων έχει χρέος μεγαλύτερο από 100 ευρώ. Η δημοσκόπηση, που έγινε σε περίπου χίλιους εφήβους, έδειξε ότι στις ηλικίες από τα 10 ως τα 17 τα παιδιά έχουν στη διάθεσή τους κατά μέσο όρο 47 ευρώ μηνιαίως από το χαρτζιλίκι και άλλα έκτακτα χρηματικά δώρα. Κατά μέσο όρο ξοδεύουν 39 ευρώ, από τα οποία περίπου 25 ευρώ πάνε για ρούχα. Ακολουθούν τα παπούτσια με περίπου 24 ευρώ, οι έξοδοι με 19 ευρώ, και το κινητό τηλέφωνο με 18 ευρώ. Άλλα σημαντικά έξοδα είναι το λογισμικό για υπολογιστές με 13 ευρώ, τα CD και τα DVD από εννέα ευρώ, τα φαστφουντάδικα και τα καλλυντικά με κατά μέσο όρο επτά ευρώ το καθένα. (Στην έρευνα υπήρχε η δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων). Παρά τα χαμηλά έξοδα που τους αντιστοιχούν (7 ευρώ), τα φαστφουντάδικα έρχονται πρώτα ως αιτία χρέους. 23% των χρεωμένων εφήβων δήλωσαν ότι ο λόγος που χρειάστηκε να δανειστούν λεφτά ήταν το φαστφουντάδικο. 16% των ερωτηθέντων χρεώθηκαν για να αγοράσουν ρούχα ή για να βγουν έξω. Για το 13% αιτία του χρέους

είναι το λογισμικό και μόλις για το 8% είναι το συχνά «αναθεματισμένο» κινητό.

Σημαντικό: Σύμφωνα με τη μελέτη της SCHUFA, τα χρέη των νέων εμφανίζονται σε όλες τις ομάδες και τα κοινωνικά στρώματα και δεν έχουν καμία σχέση με ιδιαίτερες κοινωνικές σχέσεις. Και μια ευχάριστη τάση: 84% των παιδιών και των εφήβων αποταμιεύουν κατά μέσο όρο περίπου 1000 ευρώ το χρόνο. Στόχος τους είναι συνήθως είτε το δίπλωμα οδήγησης, είτε το τροχοφόρο που θα οδηγούν με το δίπλωμα οδήγησης.

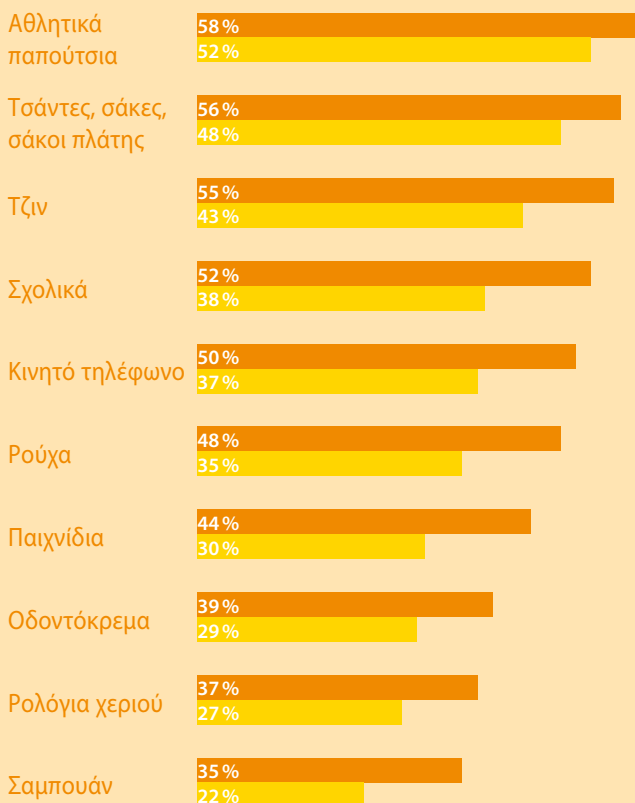
Πρέπει να είναι πάντα επώνυμα;

Η κυρία Κερν είχε καταλάβει τι θα ακολουθούσε. Πριν μαζέψουν καλά-καλά το βραδινό τραπέζι, η δωδεκάχρονη κόρη της Άννα άρχισε να γκρινιάζει χαμηλόφωνα, κάτι που έκανε ακόμα πιο επιτακτικό αυτό που ζητούσε: «Μαμά, πες ναι...» Η κυρία Κερν κούνησε το κεφάλι. Δεν άντεχε να το ξανακούσει. Ξέρει βέβαια ότι για τη μικρή υπάρχει μόνο ένα θέμα συζήτησης: τα ανεπανάληπτα αθλητικά παπούτσια που «έχουν όλοι» και που πρέπει να τα έχει και αυτή.

«Άννα, ξέρεις πολύ καλά ότι δεν έχω τα λεφτά για να στα αγοράσω», αναστενάζει η μητέρα που μεγαλώνει μόνη της την κόρη της. Ξέρει όμως ότι αργά ή γρήγορα θα πρέπει να βρει μια δημιουργική λύση ώστε με κάποιον τρόπο να αγοράσει αυτά τα «παλιοπράματα», όπως αποκαλεί αυτά τα παπούτσια όταν είναι μόνη της.

Πόσο σημαντικές είναι οι μάρκες για τα παιδιά

Η «ανάλυση των καταναλωτικών συνηθειών των παιδιών», που γίνεται κάθε χρόνο υπό την αιγίδα οχτώ μεγάλων γερμανικών εκδοτικών οίκων, δείχνει πώς αποτιμούν τα παιδιά και οι έφηβοι την εμφάνισή τους και πώς αντιδρούν σε αυτό οι γονείς:



Τόσο σημαντικές είναι οι μάρκες για τα παιδιά
 Τόσο συχνά εκπληρώνουν οι γονείς τις επώνυμες επιθυμίες

Πρέπει τα ρούχα να είναι οπωσδήποτε μάρκες;

Ένας παράπονο που ακούγεται όλο και πιο συχνά από εκατοντάδες χιλιάδες γονείς. Αδιάφορο αν πρόκειται για παπούτσια, τζιν, καλλυντικά ή σχολικές τσάντες, τα παιδιά τρελαίνονται για συγκεκριμένες «επώνυμες» μάρκες. Φυσικά, η διαφήμιση συμβάλλει να διατηρείται αυτή η κατάσταση. Όταν η ομάδα στόχου φτάνει τα έξι εκατομμύρια άτομα, διότι τόσα είναι τα παιδιά από 6 έως 13 χρονών στη Γερμανία, τα χρήματα που μπορείς να κερδίσεις είναι πάρα πολλά. Ωστόσο έχει παρατηρηθεί και μια αντίθετη τάση. Σύμφωνα με την παραπάνω ανάλυση, τα τελευταία χρόνια φαίνεται να υποχωρεί κάπως η τάση των παιδιών για επώνυμες μάρκες.



Τι είναι πραγματικά «κουλ»

«Ποιες είναι οι πιο κουλ μάρκες στον κόσμο; Ποιες μάρκες είναι σημαντικές για σένα; Ποιες είναι σημαντικές για το μέλλον;» Σε αυτές τις ερωτήσεις κλήθηκαν να απαντήσουν περίπου 8.000 μέλη του Δικτύου Προπαγάνδας Στόμα με Στόμα trnd στη Γερμανία, την Αυστρία και την Ελβετία. Το trnd είναι συντομογραφία της φράσης the real network dialogue, μιας διαδικτυακής πλατφόρμας για ενεργούς χρήστες, μπλόγκερ, διαμορφωτές κοινής γνώμης και διαφημιστές.

Τα μέλη πρότειναν μάρκες τις οποίες θεωρούν κουλ και σημαντικές. Το αποτέλεσμα ήταν ένας κατάλογος με 150 μάρκες, από τις οποίες έπρεπε τα μέλη του trnd να επιλέξουν και να ψηφίσουν.

Το Top 100 της δημοσκόπησης

Google	Bacardi	Logitech	AMD
Mini	Gillette	Hewlett Packard	ATI
Häagen Dazs	Jack Wolfskin	The Body Shop	Puma
Piaggio/Vespa	SONY	Audi	Siemens
trnd	Ahoi Brause	Mercedes-Benz	dm φαρμακεία
Aldi	Skype	Intel	Freitag
Tesa	Dolce & Gabbana	Web.de	Milka
Braun	Porsche	Nokia	Starbucks
Apple	Duden	Bang & Olufsen	GMX
Aspirin	Absolut Vodka	Daimler	Persil
Esprit	Gucci	Loewe	Nivea
IBM	kinder σοκολάτα/έκ- πληξη	adidas	Burger King
Wikipedia	Afri Cola	Ferrero	Kodak
Nike	Motorola	Chrysler	Obi
Philips	Carpe Diem	Tupperware	Levi's
Steiff	Adobe	Canon	Faber Castell
IKEA	Linux	Volkswagen	Fossil
Becks	Red Bull	Media Markt	Replay
ADAC	Storck	Vans	H&M
Smart	Coca-Cola	BMW	Samsung
eBay	Diesel	McDonald's	DELL
Boss	Nintendo	Converse	Sparkasse
swatch	Creative Labs	WASA	Calvin Klein
Microsoft	Mozilla	Sony Ericsson	Evian
amazon		Brockhaus	DKNY



Κινητό –ποιος πρέπει να το πληρώνει;

Εδώ και μια εβδομάδα ο Τομπίας (12) ρωτάει και ξαναρωτάει για το δώρο που θα του κάνουν στα γενέθλιά του. Πρέπει οπωσδήποτε να είναι κινητό τηλέφωνο! Όμως ο μπαμπάς και η μαμά Σάουμαν έχουν ενδοιασμούς, επειδή ξέρουν ότι αυτή η συσκευή θα αλλάξει πολύ τη ζωή του γιου τους. Δεν είναι μόνο τα τηλεφωνήματα που θα κάνει, είναι τα ringtones που θα κατεβάζει, τα SMS που θα στέλνει και ένα σωρό άλλα πράγματα. Πόσο θα κοστίζουν όλα αυτά; Θα πρέπει να συζητήσουν μαζί με τον Τόμπι το θέμα του κόστους, αφού κάποιος θα πρέπει να πληρώνει το λογαριασμό. Ποιος;

Μια μελέτη της SCHUFA (Γερμανικός Οργανισμός Πληροφοριών για την Πιστοληπτική Ικανότητα) έχει αντικείμενο τη σχέση παιδιών και εφήβων από δέκα έως 17 ετών με το κινητό τηλέφωνο. 70% των παιδιών και των εφήβων έχουν ένα κινητό, ενώ 4% περισσότερα από ένα. Ξοδεύουν γι' αυτό το ένα τέταρτο έως το ένα τρίτο του μηνιαίου προϋπολογισμού τους. Στο 25% των παιδιών πληρώνουν όλα τα έξοδα του κινητού οι

γονείς τους, ενώ το 75% των παιδιών πληρώνει το κινητό με δικά του λεφτά.

Τέσσερα στα πέντε παιδιά χρησιμοποιούν καρτοκινητά στα οποία οι κλήσεις είναι προπληρωμένες. Λίγα παιδιά διαθέτουν ειδικά προγράμματα κινητής τηλεφωνίας για νέους. Σταθερά και απεριόριστα συμβόλαια διαθέτουν κυρίως οι έφηβοι μεγαλύτερης ηλικίας. Στις περισσότερες από τις μισές περιπτώσεις αποφασίζουν οι γονείς σχετικά με τον τύπο συμβολαίου, ενώ περίπου στο ένα τρίτο των περιπτώσεων αποφασίζουν γονείς και παιδιά μαζί. Τα τέσσερα πέμπτα των γονιών επιλέγουν τα καρτοκινητά καθώς με αυτόν τον τρόπο έχουν τη δυνατότητα να ελέγχουν σε μεγάλο βαθμό τα έξοδα του κινητού των παιδιών τους. Επίσης, οι περισσότεροι γονείς γνωρίζουν τη δυνατότητα φραγής ακριβών κλήσεων.

Ένα ακόμα εύρημα της δημοσκόπησης είναι ότι στις περισσότερες από τις μισές περιπτώσεις οι γονείς αποφασίζουν μαζί με τα παιδιά για την απόκτηση κινητού. Στο ένα τέταρτο των περιπτώσεων αποφάσισαν οι γονείς για την απόκτηση κινητού, ενώ περίπου στο ένα πέμπτο των περιπτώσεων το επέβαλαν τα παιδιά με τα επιχειρήματά τους. Ωστόσο, δεν υπάρχουν παιδιά που αγοράζουν μόνα τους κινητό όταν οι γονείς τους το αρνούνται ρητώς.

Τηλεόραση –παντοτινό επίμαχο ζήτημα

Η Γιούλια (10) δεν προλαβαίνει να έρθει από το σχολείο το μεσημέρι και ανοίγει αμέσως την τηλεόραση. Βλέπει τα πάντα, τοκ σόου, σαπουνόπερες, κινούμενα σχέδια, καταναλώνει οτιδήποτε δείχνει η οθόνη. Η μητέρα της είναι αντίθετη με αυτό, ωστόσο τόσο αυτή όσο και ο άνδρας της επιστρέφουν από τη

δουλειά το απόγευμα και έτσι αισθάνεται αβοήθητη απέναντι στην τηλεορασομανία της κόρης της. Πολύ περισσότερο όταν η Γιούλια απαντάει στις επιπλήξεις με το θανάσιμο επιχείρημα: «Τις φίλες μου τις αφήνουν...».

Χαζοκούτι και υγεία

Ολόκληρες γενιές παιδιών μάλωναν και μαλώνουν με τους γονείς τους για το πόση τηλεόραση μπορούν να βλέπουν. Μια απάντηση σε αυτό το θέμα προκύπτει από μια μελέτη του αναγνωρισμένου πανεπιστημίου του Οτάγκο της Νέας Ζηλανδίας. Σύμφωνα με αυτή τη μελέτη τα παιδιά δεν πρέπει να κάθονται μπροστά στην τηλεόραση περισσότερες από δύο ώρες την ημέρα. Όποιος κάθεται περισσότερο θα πρέπει να περιμένει αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία του. Οι ερευνητές μελέτησαν χίλια παιδιά που γεννήθηκαν το 1972 και το 1973 από το τρίτο έτος της ζωής τους έως το 2005, δηλαδή για δύο δεκαετίες. Τόσο οι γονείς όσο και τα παιδιά απαντούσαν κάθε δύο έως τρία χρόνια σε ερωτήσεις σχετικά με το πόσες ώρες κατανάλωναν καθημερινά βλέποντας τηλεόραση. Στην ηλικία των 23 εξέτασαν την κατάσταση της υγείας τους, κυρίως την πίεση του αίματος, τη χοληστερίνη, το ύψος, το βάρος, τη φυσική κατάσταση, το αν καπνίζουν και το δείκτη μάζας σώματος (για το δείκτη μάζας σώματος δείτε στη σελίδα 37). Τα αποτελέσματα είναι σαφή: Οι νέοι που από παιδιά έβλεπαν πολλή τηλεόραση είχαν μεγαλύτερη τάση να γίνουν υπέρβαροι, κάπνιζαν περισσότερο και είχαν υψηλότερες τιμές χοληστερίνης. Ας τα δούμε σε αριθμούς: 17% των προβλημάτων βάρους, 15% των υψηλών τιμών χοληστερίνης, 17% των καπνιστών και 15% των καρδιοαγγειακών προβλημάτων συνδέονταν με τις υπερβολικά πολλές ώρες που περνούσαν μπροστά στην τηλεόραση οι εξεταζόμενοι όταν

ήταν παιδιά ή έφηβοι. Μόνο για τις τιμές της πίεσης δεν μπόρεσε να αποδειχθεί ότι υπάρχει κάποια σχέση με την τηλεθέαση.

Τι θέλουν και τι πρέπει να βλέπουν τα παιδιά

Το 2001, το Διεθνές Κεντρικό Ινστιτούτο Νεανικής και Εκπαιδευτικής Τηλεόρασης IZI έκανε μια διαδικτυακή δημοσκόπηση στην οποία ζητούσε από τους γονείς να επιλέξουν τρεις τηλεοπτικές εκπομπές που θεωρούσαν κατάλληλες ή ακατάλληλες για τα παιδιά. Παρουσιάζουμε περιγραφικά τα αποτελέσματα που ακόμα και σήμερα, αρκετά χρόνια αργότερα, παραμένουν επίκαιρα:

Από το 1998, η Ένωση Ερευνών της Παιδαγωγικής των Μέσων

Η άποψη των γονιών

Εκπομπές ιδιαίτερα κατάλληλες για παιδιά:

Die Sendung mit der Maus (γερμανικά κινούμενα σχέδια με ήρωα ένα ποντικάκι), Sandmännchen (γερμανικό παιδικό πρόγραμμα με μαριονέτες), Μάγια η μέλισσα, Χάιντι, Der Bär im großen blauen Haus (γερμανική παιδική σειρά με ηρωίδα μια αρκούδα), Σουσάμι άνοιξε (Sesame street), εκπαιδευτική τηλεόραση, εκπομπές με ζώα

Εκπομπές ακατάλληλες για παιδιά:

Ειδήσεις, ток σόου, αστυνομικές ταινίες, πόκεμον, ντίτζιμον, Σίμσονς

στη Στουτγάρδη διεξάγει κάθε χρόνο την έρευνα JIM, από τα αρχικά των λέξεων Jugend (νέοι), Information (πληροφορία), Multimedia (πολυμέσα), για τη σχέση των νέων της Γερμανίας από 12 έως 19 ετών με τα μέσα ενημέρωσης. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το 2005 τα αγαπημένα τηλεοπτι-

κά προγράμματα ήταν τα εξής: για τα κορίτσια οι σειρές OC California, Νοικοκυρές σε απόγνωση και Sex and the city, καθώς και καθημερινές γερμανικές σαπουνόπερες. Η πιο αγαπημένη εκπομπή των αγοριών ήταν οι Σίμσονς και ακολουθούσαν το κωμικό βραδινό ток σόου TV total και η αμερικάνικη κωμική σειρά King of Queens.

Υπολογιστής –ο καθημερινός σύντροφος

Ο Μάρτιν είναι ένα ήσυχο και συνεσταλμένο παιδί έντεκα ετών. Ποτέ δεν έρχεται στο σπίτι με σκισμένα ρούχα και ποτέ δεν έχει μπλέξει σε καβγάδες στην τάξη του. Όταν όμως ο ψιλόλιγνος ξανθούλης κλείνεται στο δωμάτιό του και χάνεται εκεί για ώρες μεταμορφώνεται από δόκτωρ Τζέκιλ σε μίστερ Χάιντ· τουλάχιστον έτσι λέει η μητέρα του. Στις φίλες της έχει πολλές φορές εκμυστηρευτεί ότι: «Στο δωμάτιο του Μάρτιν νομίζεις ότι έχει ξεσπάσει ο τρίτος παγκόσμιος πόλεμος. Ακούγονται εκκωφαντικοί θόρυβοι, πυροβολισμοί, πολεμικές ιαχές, λες και επιτίθεται ο Ράμσφελντ στη Μέση Ανατολή...»

Κλασική περίπτωση: Ο Μάρτιν αγαπάει τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, όπως και τόσοι άλλοι συνομήλικοί του –και κυρίως τα βίαια παιχνίδια. Όταν τα τανκ κάνουν επίθεση και τα πολεμικά αεροπλάνα βομβαρδίζουν σκορπώντας το θάνατο, τότε ο Μάρτιν βρίσκεται στο στοιχείο του. Είναι φυσικό η μητέρα να ανησυχεί για τον ψυχισμό του γιου της. Έχει δίκιο όμως που ανησυχεί; Εδώ οι γνώμες διίστανται.

- Σύμφωνα με την επανομαζόμενη **θεωρία της διέγερσης ή θεωρία μάθησης**, τα παιδιά μαθαίνουν και μιμούνται τις επιθετικές συμπεριφορές μέσω των παιχνιδιών βίας.

- Σύμφωνα με τη **θεωρία της έξης**, τα παιδιά που παίζουν πολλές ώρες τέτοιου είδους βίαια ηλεκτρονικά παιχνίδια αμβλύνονται συναισθηματικά, κάτι που φαίνεται να επιβεβαιώνεται από σύγχρονες έρευνες σε ομάδες ατόμων μέσης ηλικίας. Στη θέα μιας συναισθηματικά φορτισμένης εικόνας, τα παιδιά που πριν έπαιζαν π.χ. το βίαιο παιχνίδι Street Fighter δείχνουν λιγότερη συμπάθεια σε σχέση με τα παιδιά που πριν έπαιζαν κάποιο παιχνίδι που δεν έχει βία.
- Τέλος, σύμφωνα με τη **θεωρία της κάθαρσης**, τα βίαια ηλεκτρονικά παιχνίδια ή η παρακολούθηση βίαιων σκηνών μειώνουν την επιθετικότητα του παίχτη ή του θεατή. Κάθε πλευρά έχει τα δικά της επιχειρήματα...

Για τους γονείς που θέλουν να μάθουν περισσότερα σχετικά με τις μάχες που δίνει το παιδί τους στον υπολογιστή υπάρχει ο δικτυακός τόπος (στα γερμανικά):

<http://www.bpb.de/snp>

Εδώ έχει δημιουργήσει το Ομοσπονδιακό Κέντρο Πολιτικής Επιμόρφωσης (Bundeszentrale für politische Bildung) μια διαδραστική βάση δεδομένων για τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Στη βάση υπάρχουν κριτικές παιχνιδιών αλλά και η δυνατότητα να γράψετε εσείς τη δική σας κριτική. Επίσης, ο δικτυακός τόπος περιλαμβάνει μια συλλογή επιστημονικών άρθρων σχετικά με την παιδαγωγική των μέσων. Από τότε που η μητέρα του Μάρτιν έμαθε γι' αυτόν το δικτυακό τόπο, έχει εντυπωσιάσει το νεαρό με τις εξειδικευμένες γνώσεις της και δεν επιτρέπει στο γιο της, τον αρχιστράτηγο, να της ρίχνει στάχτη στα μάτια.

Η έρευνα JIM που αναφέραμε και προηγουμένως ασχολείται συχνά με τη συμπεριφορά παιδιών και εφήβων από 12 έως 19

ετών σε σχέση με τους υπολογιστές. Δεν μας προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι η τελευταία έρευνα, το 2005, έδειξε ότι η χρήση υπολογιστών θεωρείται κάτι το αυτονόητο για τα σημερινά παιδιά. Το 95% των παιδιών από 12 έως 19 ετών χρησιμοποιούν υπολογιστή τουλάχιστον μία φορά το μήνα. Μόλις 3% απάντησε ότι δεν έχει χρησιμοποιήσει ποτέ υπολογιστή –το 1998, το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 20%. 82% των αγοριών και 69% των κοριτσιών χρησιμοποιούν συστηματικά υπολογιστή, δηλαδή καθημερινά ή πολλές φορές την εβδομάδα. Τέλος, 57% των παιδιών έχουν το δικό τους υπολογιστή.



Ας επιστρέψουμε όμως στο θέμα των ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Σύμφωνα λοιπόν με την έρευνα JIM, σχεδόν όλα τα παιδιά (97% για την ακρίβεια) γνωρίζουν ότι υπάρχουν όρια ηλικίας γι' αυτά

τα παιχνίδια. Ωστόσο, περισσότερα από τρία στα πέντε (61%) έχουν παίξει παιχνίδια που δεν είναι για την ηλικία τους.

Μπορείτε να κατεβάσετε δωρεάν ολόκληρη την έρευνα σε αρχείο PDF από τη διεύθυνση www.mpf.s.de.

PC: Wirklichkeit & Wünsche (δεν υπάρχει μετάφραση)

Αγόρια

Υπολογιστής



Ηλεκτρονικά παιχνίδια



Κορίτσια

Υπολογιστής



Ηλεκτρονικά παιχνίδια



■ Έχουν
■ Επιθυμούν να αποκτήσουν

© Egmont Ehara Verlag, Αύγουστος 2005

Τσατ –διασκέδαση με κινδύνους

Κάποια παιδιά κουβεντιάζουν μέσω του υπολογιστή για τους Σίμσονς ή για το αγαπημένο τους συγκρότημα. Άλλα παιδιά ανταλλάσσουν online σχολικές γνώσεις ή συμβουλές για τα σπυράκια. Στη σύγχρονη εποχή, το τσατ (chat) –η ψιλοκουβέντα μέσω υπολογιστή– είναι τόσο διαδεδομένο στα παιδιά όσο και το τηλέφωνο. Όπως συμβαίνει με όλα τα καινούργια και μοδάτα πράγματα, έτσι και σε αυτή την πρακτική λειτουργία του διαδικτύου υπάρχουν μαύρα πρόβατα. Όλοι ξέρουμε ότι τα παιδιά και οι έφηβοι συχνά έχουν την αφέλεια να πιστέψουν οτιδήποτε τους πει κάποιος, και έτσι υπάρχει ο κίνδυνος να βρεθούν σε άβολες ή ακόμα και επικίνδυνες καταστάσεις.

Μερικοί κανόνες ασφαλείας που οι γονείς πρέπει να μάθουν στα παιδιά τους:

- Να μη δίνουν στο διαδίκτυο σε κανέναν τη διεύθυνσή τους, τον αριθμό του τηλεφώνου τους, ή τη διεύθυνση του σχολείου τους, αν πρώτα δεν το έχουν συζητήσει με τους γονείς ή με κάποιο φίλο ή φίλη.
- Να μη στέλνουν σε ξένους φωτογραφίες τους.
- Να μη μεταφέρουν πληροφορίες σχετικά με άλλους ανθρώπους όπως οι γονείς, τα αδέρφια ή οι φίλοι, αν πρώτα δεν έχουν ρωτήσει αν είναι σωστό.
- Να μη δίνουν τους αριθμούς των τραπεζικών καρτών ανάληψης ή των πιστωτικών καρτών και να μη συζητούν για την οικονομική κατάσταση της οικογένειας.
- Ποτέ να μη συναντούν μόνοι τους ανθρώπους που έχουν γνωρίσει μέσω διαδικτύου, αλλά πάντα να ενημερώνουν τους γονείς ή άλλα άτομα εμπιστοσύνης σχετικά με το ραντεβού.

- Σε περίπτωση συνάντησης να επιλέγουν ένα δημόσιο χώρο, όπως μια καφετέρια, ένα εστιατόριο ή ένα κέντρο νεότητας. Το καλύτερο είναι να τα συνοδεύει κάποιο άτομο εμπιστοσύνης, κατά προτίμηση ενήλικος.
- Να μην μπαίνουν σε χώρους συζητήσεων (chatrooms) όπου λέγονται περίεργα ή δυσάρεστα πράγματα που τους προκαλούν φόβο ή αμηχανία.
- Όταν κάποιος τους φαίνεται περίεργος, να εκμυστηρεύονται το γεγονός.

Το παιδί σας πρέπει να είναι δύσπιστο και θα πρέπει να ερευνήσετε εσείς ή κάποιο άλλο έμπιστο άτομο τι συμβαίνει όταν κάποιος στο διαδίκτυο...

- το ενοχλεί με χυδαίες λέξεις
- το ρωτάει συνέχεια για την εμφάνισή του ή για το σώμα του
- το ρωτάει για σεξουαλικές εμπειρίες και μιλάει κυρίως για σεξ
- το καλεί για φωτογράφιση
- το προσελκύει με ακριβά δώρα
- το εκβιάζει ή το απειλεί
- το προσελκύει με υποτιθέμενες ανεπανάληπτες προσφορές, για παράδειγμα συμμετοχή σε διαγωνισμό για σούπερ σταρ, εργασία ως μοντέλο, πάμφθηνα υπέροχα ρούχα και άλλα παρόμοια
- το στρέφει ενάντια σε γονείς, φίλους, αδέρφια ή άλλους ανθρώπους
- του εκμυστηρεύεται μυστικά ή απαιτεί από το παιδί να μην πει κάτι σε κανέναν άλλο
- προσπαθεί να το πείσει για κάτι ή να το αναγκάσει να κάνει κάτι.

Οδηγός ανατροφής παιδιών

**Δώστε κατευθύνσεις, θέστε όρια, και
πείστε με επιχειρήματα το παιδί σας**

Μέχρι τι ώρα επιτρέπεται να μένει ξύπνιο το βράδυ ένα δεκάχρονο παιδί; Ποιο είναι το «σωστό» χαρτζιλίκι σε κάθε ηλικία; Πρέπει να αφήνετε το παιδί σας να βλέπει τέσσερις ώρες τηλεόραση την ημέρα; Ο μικρός *Οδηγός ανατροφής παιδιών* του Gerald Drews δίνει πρακτικές συμβουλές και κατευθύνσεις γι' αυτά και άλλα επίμαχα ζητήματα που προκαλούν καβγάδες στην οικογένεια και αντιπαραθέσεις των γονιών με τα παιδιά —και, το κυριότερο, επιχειρήματα που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι γονείς στις συζητήσεις με τα παιδιά τους. Ο συγγραφέας δίνει, με σύντομο και παραστατικό τρόπο, τις «κανονικές» (συνηθισμένες) τιμές, τους κανόνες, και τις στατιστικές για τους σημαντικότερους κύκλους θεμάτων: Ελεύθερος χρόνος, χρήματα, ψυχαγωγία, παιδικό δωμάτιο, βοήθεια στις δουλειές του σπιτιού, φίλοι και επικοινωνία με τους άλλους.

Επισκεφθείτε μας στο Internet:
www.klidarithmos.gr



ΕΚΔΟΣΕΙΣ
ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ

Λογοκ. 4, Τσολιάς Λαρίσης, 10440 ΑΘΗΝΑ, Τηλ. 210-5237635

ISBN 978-960-461-316-8



9 789604 613168