

Η κοινωνία της δημόσιας ιδιωτέυσης και οι αντανάκλασεις της στην τηλεοπτική οθόνη

(Ένα σχέδιο έρευνας για την ιστορία της ιδιωτικής τηλεόραση)

Βασίλης Βαμβακάς

Γιατί η (ιδιωτική) τηλεόραση

Η τηλεόραση παραμένει στην Ελλάδα το σημαντικότερο σύγχρονο μέσο επικοινωνίας, με την ολιγότερο συστηματική μελέτη. Οι λόγοι είναι πολλοί και δεν αξίζει εδώ να επαναληφθούν, τους έχουμε τονίσει και στα δύο συλλογικά έργα που εκπονήθηκαν τα τελευταία χρόνια (βλ. οι Αμερικάνικες σειρές στην ελληνική τηλεόραση, 50 χρόνια ελληνική τηλεόραση κ.α.)

Σιγά-σιγά αναπτύσσεται ένα παράδειγμα διαφορετικό και στην Ελλάδα, πιο κοντά σε αυτό των τηλεοπτικών σπουδών διεθνώς. Με σημαντικό ενδιαφέρον βέβαια να εντοπίσει τις συγκριτικές ιδιαιτερότητες του ελληνικού τηλεοπτικού πεδίου σε σχέση με τη διεθνή εμπειρία.

Πέρα από τον ίδιο των χώρο μελέτης της επικοινωνίας, η τηλεόραση αποτελεί ιδανικό μέσο, κοινωνιολογικής έρευνας, ειδικά μιας κοινωνίας που έχει αποδώσει σε αυτό τεράστια σημασία στο παρελθόν. Για να θυμηθούμε και τον D.Wolton, είναι το μέσο που μπορεί να εξεταστεί ως το σημείο μακροχρόνιας συνάντησης της σύγχρονης, παγκοσμιοποιούμενης κοινωνίας, της κοινωνίας που ταυτόχρονα είναι μαζική και ατομιστική:

"Το ενδιαφέρον για την τηλεόραση τοποθετείται σε ένα περιβάλλον απουσίας κοινωνικοπολιτικών σχέσεων μεταξύ της ατομικής εμπειρίας και της συλλογικότητας. Προσφέρει ένα δεσμό μεταξύ αυτών των επιπέδων και χώρων"

Η τηλεόραση γίνεται ο βασικός κοινωνικός δεσμός σε κοινωνικές συνθήκες που οι πρωτογενείς δεσμοί -όπως η οικογένεια, το χωριό, ο επαγγελματικός κλάδος, η κοινωνική τάξη, η θρησκευτική ένταξη- αποδυναμώνονται. Το διακύβευμα της μαζικής τηλεόρασης του παρελθόντος (και όχι τόσο της σημερινής μετα-τηλεόρασης που αποσυνδέει τα κοινά) είναι η κοινωνική συνοχή και όχι η ριζοσπαστικότητα, για την απουσία της οποίας έχει ασκηθεί πολύ μεγάλη κριτική από τους αντιτηλεοπτικούς διανοούμενους.

¹ D.Wolton, *Σκέψεις για την επικοινωνία*, Σαββάλας, Αθήνα, 2005

Η προσέγγιση του Wolton δίνει τη βάση πάνω στην οποία μπορεί να μελετηθεί και η ελληνική τηλεόραση στην συμβατική της τουλάχιστον μορφή. Είναι ίσως η προσέγγιση εκείνη που μπορεί να μας κάνει να κατανοήσουμε καλύτερα γιατί το ελληνικό τηλεοπτικό πεδίο αντανάκλασε και αντανάκλα ακόμη τη συναίρεση παραδοσιακών και σύγχρονων, αρχαϊκών και νεωτερικών τάσεων της ελληνικής κοινωνίας, και όχι την κατίσχυση ενός και μόνο στοιχείου από αυτά.

Ειδικότερα η προσπάθεια μελέτης της ιστορίας της ιδιωτικής τηλεόρασης στην Ελλάδα μπορεί να οδηγήσει ακόμη καλύτερα στην κατανόηση του συνεκτικού-συναιρετικού χαρακτήρα της "μαζικής" τηλεοπτικής εποχής. Οι αιτίες-αφορμές για να αναπτυχθεί μια τέτοια προσπάθεια επίσης πολλές. Δεν είναι μόνο ότι συμπληρώνονται εφέτος ακριβώς 3 δεκαετίες λειτουργίας της. Είναι ότι αυτή κυριάρχησε σε βαθμό πρωτόγνωρο για τα ευρωπαϊκά δεδομένα απέναντι στη δημόσια-κρατική τηλεόραση. Ανόμνη και σήμερα άλλωστε -και χάρη στο ιδιόμορφο καθεστώς που επικράτησε για όλο αυτό το διάστημα- η ιδιωτική τηλεόραση παραμένει πολιτικό και πολιτισμικό πεδίο αντιπαράθεσης, παρότι το γεγονός ότι παγκοσμίως έχουμε μπει σε μια άλλη τηλεοπτική εποχή, μέσω της διαδικτυακής και ψηφιακής επανάστασης. Το κλείσιμο του δημοφιλέστερου σταθμού όλης αυτής της εποχής, του Mega, καθώς και η ουσιαστική υποτίμησή του στο δημόσιο διάλογο (εκτός από παροδικές εκφράσεις νοσταλγίας) σηματοδοτεί ένα ιδιαίτερα κρίσιμο γεγονός, ίσως το τέλος ενός μεγάλου κύκλου, που κάνει επιτακτικό ακόμη περισσότερο να εξετάσουμε και να καταλάβουμε το τηλεοπτικό σύμπαν που αλλάζει ή χάνεται στις μέρες μας, στις μέρες της μιντιακής σύγκλισης, της απόκλισης των ακροατηρίων και της οικονομικής κρίσης.

Από την απελευθέρωση στο στίγμα

Ιστορικά μιλώντας και πηγαίνοντας πίσω στο χρόνο θα πρέπει ίσως να υπογραμμίσουμε το γεγονός ότι η έλευση της ιδιωτικής τηλεόρασης, μετά από αυτή του ιδιωτικού ραδιοφώνου, έρχεται με πολύ μικρές κοινωνικές αντιδράσεις (παρά τις σθεναρές αδράνειες του εγχώριου κρατισμού). Είναι η μόνη πιθανότητα "ιδιωτικοποίηση" στην Ελλάδα που δεν έτυχε καμίας κοινωνικής-πολιτικής διαμαρτυρίας στα τέλη της δεκαετίας του '80.

Είναι ίσως ένα από εκείνα τα γεγονότα που σηματοδοτούν με τον καλύτερο τρόπο το τέλος μιας εποχής και την αρχή μιας άλλης. Είναι το γεγονός που μαρτυρά την τάση "απελευθέρωσης" της ελληνικής κοινωνίας από παλιές δεσμεύσεις, στρατεύσεις, οριοθετήσεις. Την οριστική στροφή από τις πολιτικές

εντάξεις στην ατομιστική επανάσταση που έχει για τα καλά δρομολογηθεί τα προηγούμενα χρόνια. Τη ρήξη με τη μονοσήμαντη, σοβαροφανή ενημέρωση-ψυχαγωγία που σηματοδοτούσε η κρατική τηλεόραση και το άνοιγμα σε μια πιο πλουραλιστική, πιο ανάλαφρη και πιο συγκεχυμένη μορφή διαμεσολάβησης.

Το καθεστώς της "απορρύθμισης" που επήλθε μετά το τέλος του κρατικού μονοπωλίου, έγινε πράγματι πυρήνας πολλών παθολογιών της τηλεκρατίας που επικράτησε τα τελευταία 30 χρόνια, οι οποίες έχουν εντοπιστεί επαρκώς από την υπάρχουσα βιβλιογραφία. Το ενδιαφέρον όμως στο δημόσιο και επιστημονικό λόγο (και ειδικά στην τηλεοπτική κριτική) που αναπτύχθηκε είναι ότι η ιδιωτική τηλεόραση έγινε σχετικά γρήγορα, μετά το σύντομο μήνα του μέλιτος, το συνώνυμο δύο μεγάλων "κακών".

Το πρώτο είναι η "χαμηλή αισθητική", το γεγονός ότι οι παραγωγές, κυρίως οι ψυχαγωγικές, δεν ικανοποιούσαν το αισθητικό κριτήριο ποιότητας, το οποίο όπως γνωρίζουμε από τον Μπουρντιέ, πάντα προσδιορίζουν κάποιες κοινωνικοπολιτικές ελίτ. Η τυποποίηση και η ανακύκλωση συνταγών επιτυχίας πράγματι αποτέλεσε συχνά τον κανόνα χωρίς ιδιαίτερες προσδοκίες πρωτοτυπίας ως προς το προσφερόμενο αποτέλεσμα. Όμως το τηλεοπτικό κοινό επέδειξε ενδιαφέρον, δηλαδή παρακολούθησε τις συγκεκριμένες επιλογές σε μεγάλο ποσοστό, προφανώς όχι γιατί υπέστη πλήση εγκεφάλου, αλλά διότι κάτι καθρεφτίστηκε στον τηλεοπτικό του δέκτη που δεν ήταν άσχετο με την πραγματικότητά του, τις επιθυμίες του, τις συμβολικές και φαντασιακές προβολές του. Κάτι που παραμένει ερευνητικά άγνωστο. Αυτή τη δημοτικότητα της ιδιωτικής τηλεόρασης (και τη σταδιακή άμβλυνσή της) πρέπει να καταλάβουμε και να ερευνήσουμε, πέρα από στερεότυπα για την παθητικότητα και την ανοησία του τηλεοπτικού κοινού (ξέρουμε βιβλιογραφικά ότι δεν ισχύουν), ανεξάρτητα από κρίσεις για την αισθητική ορθότητα ή μη των παραγόμενων τηλεοπτικών προϊόντων. Άλλωστε δύσκολα θα μπορούσε να θεωρήσει κανείς όλες τις σειρές και σόου που παράχθηκαν τα 30 αυτά χρόνια και βρήκαν μεγάλη δημοφιλία, εξίσου ανόητες, πρόχειρες ή άνευ κοινωνικοπολιτικού περιεχομένου. Ο κόσμος του θεάτρου, της μουσικής, ακόμη και κινηματογράφου θα ήταν σίγουρα διαφορετικός χωρίς την ιδιωτική τηλεόραση και την αναγνωρισιμότητα που έδωσε όχι μόνο σε "λαϊκές" και εμπορικές αλλά έντεχνες και λιγότερο τυποποιημένες περιπτώσεις.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η διαδικτυακή εποχή αναδεικνύει το πρόσφατο αυτό τηλεοπτικό παρελθόν ως μια πολύ σημαντική ανάμνηση/βίωμα του κοινού. Κατά αναλογία οι "κακές" ελληνικές σειρές της τελευταίας 30ετίας επιτελούν

τη νοσταλγική λειτουργία που παίζουν εδώ και πολλά χρόνια οι ταινίες του παλιού ελληνικού κινηματογράφου. Εάν κάποιος παρακολουθήσει τα ρετρό διαδικτυακά φόρουμ που έχουν φτιαχτεί θα το καταλάβει αμέσως. Το ίδιο εάν δει τους δείκτες τηλεθέασης των παλιών σειρών σε επανάληψη. Το Μέγικα επιβίωσε μετά το θάνατο πάνω σε αυτό σχεδόν 2 χρόνια...

Το δεύτερο μεγάλο "καιό" με το οποίο είναι συνώνυμο η ιδιωτική τηλεόραση είναι η "διαπλοκή". Το γεγονός δηλαδή ότι η τηλεοπτική ενημέρωση αποκαλύφθηκε σταδιακά ως μια στημένη διαδικασία εξυπηρέτησης συγκεκριμένων οικονομικοπολιτικών συμφερόντων που λειτουργούσαν επί χρόνια σε αβυσσική (αλλά κρυφή) συνεργασία. Λίγο-πολύ όλοι όσοι μελετούμε τα ΜΜΕ στην Ελλάδα έχουμε εντοπίσει τα δομικά στοιχεία δραματοποίησης, εντυπωσιασμού, εθνικολαϊκισμού που η τηλεοπτική ενημέρωση συχνά προέταξε. Εντούτοις είναι ελάχιστες οι περιπτώσεις συστηματικών μελετών του πεδίου της σκανδαλοθηρικής ή εντυπωσιοθηρικής δημοσιογραφίας που επικράτησε. Ακόμη λιγότερες είναι οι προσπάθειες να μελετηθούν τα μοτίβα και οι πρακτικές σημαντικών τηλεοπτικών εκπομπών και ειδήσεων που όχι μόνο έδιναν επί χρόνια το στίγμα της δημόσιας ενημέρωσης αλλά συχνά επικοινωνούσαν με σοβαρές παραγωγές του εξωτερικού. Η κατηγορία της "συστημικής" ενημέρωσης που προέκυψε κυρίως τα χρόνια της κρίσης ως συνώνυμο της διαπλοκής επέφερε μια τεράστια συγκάλυψη των διαφορών μεταξύ των ειδών τηλεοπτικής ενημέρωσης, απέτρεψε το ερευνητικό βλέμμα από τη "συστημικότητα" ριζοσπαστικών-λαϊκιστικών δημοσιογραφικών εκπομπών αλλά και από εκείνες τις περιπτώσεις που κέρδισαν τηλεθέαση χωρίς να ακολουθούν τη δημαγωγική πεπατημένη. Σε γενικές γραμμές αυτό που ελάχιστα έχει ερευνηθεί είναι σε ποιές περιπτώσεις ο δημοσιογραφικός τηλεοπτικός λόγος βγήκε από τα κλισέ και τις στερεοτυπικές ευκολίες στις αναπαραστάσεις του και επίσης για ποιο λόγο και με τι αποτέλεσμα κυριάρχησε η αρχαϊκή ενημέρωση μέσα σε ένα υπερ-μοντέρνο τεχνολογικό περιβάλλον. Η εξήγηση της εμπορευματοποίησης είναι σίγουρα βάσιμη αλλά από ένα σημείο και ύστερα καταντά ταυτολογία (το κοινό βλέπει αυτά που πουλάνε κτλ).

Οι μέχρι τώρα έρευνες που έχουμε στο χώρο της πολιτικής επικοινωνίας και πολιτικής οικονομίας δυσκολεύονται να θέσουν ερευνητικά ερωτήματα αυτού του τύπου γιατί με κάποιο τρόπο περιορίζονται στο πατροπαράδοτο ερώτημα εάν υπάρχει προπαγάνδα υπέρ κάποιων συμφερόντων ή αντιλήψεων που συνήθως δύσκολα εντοπίζονται ή ονοματίζονται και ανακυκλώνουν γενικότητες μαρξιστικής ή τσομσκιανής έμπνευσης. Ελάχιστα έχουν εξιχνιαστεί οι ίδιες οι

δημοσιογραφικές συμβάσεις και η δύναμή τους, οι ιδεολογικοπολιτικές διαθέσεις των ίδιων των εργαζομένων στην τηλεόραση που είχαν πόστα ευθύνης, η διαχρονικότητα ή παροδικότητα πρόταξης συγκεκριμένων πλαισίων αναπαράστασης (εθνικισμός, ρατσισμός, εκσυγχρονισμός, αριστερισμός κ.α.), αλλά και οι ιδιοκτησιακές αλλαγές και περιπλοκές που έχουν προκύψει τόσο στα χρόνια της μονοκρατορίας της τηλεόρασης με άλλα μέσα (ράδιο, εφημερίδες) όσο και στη σημερινή διαδικτυακή ηγεμονία.

Γι αυτούς τους λόγους που πρόχειρα διατυπώνονται εδώ, η ιστορία της ιδιωτικής τηλεόρασης είναι ένα ερευνητικό διακύβευμα όχι μόνο για το ίδιο το πολύ σημαντικό αυτό μέσο. Είναι ένα διακύβευμα κατανόησης μιας κοινωνίας που μετασχηματίζεται ταχύτατα σε μια κοινωνία μεσοταξικής αφθονίας και μετά μεταπίπτει σε μια κοινωνία χρεωκοπίας. Είναι επίσης ένα διακύβευμα για τον εμπλουτισμό ή άρση των επιστημονικών στερεοτύπων που τείνουν να κυριαρχήσουν όταν αντιμετωπίζουμε το σημαντικότερο αξιόπιστο (ρεαλιστικό και παραμορφωτικό μαζί) καθρέφτη που είχαμε μπροστά μας 30 χρόνια. Την τηλεοπτική μας οθόνη.

Η προσπάθεια να ερευνήσουμε αυτό το δύσκολα προσδιορίσιμο πεδίο μελέτης είναι ένα πολύ σημαντικό στοίχημα. Τόσο στην πραγματολογική τιθάσευση του υλικού, όσο και ως προς τους ερμηνευτικούς-μεθοδολογικούς δρόμους που θα ακολουθηθούν για τη μελέτη του. Η μεταστροφή της Ελλάδας της ύστερης μεταπολίτευση σε μια κοινωνία επιτρεπτική, ηδονιστική, εναλλακτική και ταυτόχρονα παραδοσιακή, συντηρητική και κανονιστική είναι το μεγάλο θεωρητικό ερώτημα που πρέπει να τεθεί μέσα από την αναμόχλευση της τηλεοπτικής μας μνήμης. Είναι το σημείο εκκίνησης για να μπορέσουμε να καταλάβουμε ακόμη καλύτερα το σημερινό κρισιμικό συλλογικό και ατομικό μας εαυτό στον οποίο τείνει να επικρατήσουν όλο και περισσότερο μονοδιάστατα σχήματα σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο. Η κοινωνία της εξατομίκευσης που απο-ατομικοποιείται ξαφνικά, ριζοσπαστικά και βίαια την τελευταία δεκαετία μέσα στην οικονομική κρίση, που αναδιοργανώνεται σε κοινότητες και στρατόπεδα ιδεολογικού ή άλλου χαρακτήρα είναι ένα ζήτημα που μπορεί να τεθεί μόνο αν καταλάβουμε τι υπήρξε πριν αυτή τη συνθήκη, μια συνθήκη που μπορεί να εξιστορηθεί σε μεγάλο βαθμό μέσα από τα τηλεοπτικά είδωλα της τελευταίας 30ετίας. Αυτό το δύσκολο σχέδιο έρευνας έχει νόημα να επιχειρηθεί.

Τ(ο)όποι έρευνας

Δεν διεκδικώ σε αυτή την εισαγωγική προσέγγιση να προτείνω ανελαστικές λύσεις. Μονάχα ορισμένες ιδέες μπορώ να διατυπώσω οι οποίες προφανώς μπορεί να αλλάξουν στο πλαίσιο των σεμιναρίων που θα λάβουν χώρα το επόμενο διάστημα. Οι ιδέες αυτές χωρίζονται σε 3 πεδία που προσπαθούν να βγάλουν από την εστίασή μας το πολύ δημοφιλές σήμερα παραδείγμα έρευνας που είναι οι μεμονωμένες "περιπτώσεις μελέτης". Ένα case study που έχει να κάνει με μια εκπομπή, με μια σειρά, με κάτι που δεν διατρέχει το χρόνο, που δεν έχει ιστοριότητα και δεν δίνει μια γενικότερη κάτοψη κοινωνικών, πολιτικών και πολιτισμικών μεταβολών ή συνεχειών, δεν μπορεί να λειτουργήσει καλά στο φιλόδοξο σχέδιο να κάνουμε μια συνοπτική αλλά κατατοπιστική καταγραφή της ιστορίας της ιδιωτικής τηλεόρασης (και μέσα από αυτή της ελληνικής κοινωνίας της ύστερης μεταπολίτευσης). Φυσικά θα μπορούσε να γίνει αυτό για τη *Λάμψη*, τον *Πρωινό καφέ*, τους *Διαξιφισμούς*, αλλά τα παραδείγματα είναι σχετικά λίγα. Χρειαζόμαστε ευρυνώνιους φακούς που θα διατρέξουν το χρόνο και θα περιλάβουν παραπάνω από μια περίπτωση μελέτης. Αναφέρω τρία παραδείγματα:

α. Πεδίο 1: Μελέτη τηλεοπτικών ειδών (ενημερωτικών-ψυχαγωγικών) στη διαχρονική τους πορεία, μέσα από τα παραδείγματα με μεγαλύτερη τηλεθέαση. Το πρόβλημα εδώ είναι ότι το είδος συχνά μας οδηγεί σε πολύ μεγάλες κατηγορίες, π.χ. δραματικές-κωμικές σειρές, δελτία ειδήσεων, reality shows κτλ που είναι δύσκολο να τις διαχειριστεί κανείς πληροφοριακά αλλά και ερευνητικά, είτε επιλέξει ανάλυση περιεχομένου είτε κάποια μορφή μελέτης ακροατηρίου. Υπάρχουν όμως περιπτώσεις που το πλήθος των περιπτώσεων είναι πιο περιορισμένο, η σπανιότητα του είδους δηλωτική και εκεί μπορούν να γίνουν πολύ καλύτερες μελέτες. Π.χ. αστυνομικές σειρές, τηλεοπτική πολιτική σάτιρα, τηλεοπτικό ντοκιμαντέρ, talk shows, σαπουνόπερα.

β. Πεδίο 2: Θεματικές κατηγορίες ή σημαντικοί κοινωνικοί χαρακτήρες-ζητήματα που έρχονται και επανέρχονται. Κάτι τέτοιο επιχείρησα σε πρόσφατο κείμενό μου για τις τηλεοπτικές σειρές με μεγάλη τηλεθέαση (στο συλλογικό "50 χρόνια ελληνική τηλεόραση"). Στη δική μου μελέτη π.χ. εντόπισα ως βασικά δημοφιλή πλαίσια τη φιλία, την οικογένεια, την αντίθεση πόλης/υπαίθρου τον ετερόδοξο έρωτα. Πλαίσια που μας οδηγούν να κανονίσουμε μια κοινωνία της δημόσιας ιδιώτευσης με πολλούς και ενδιαφέροντες τρόπους. Νομίζω ότι κάλλιστα μπορούν να γίνουν δουλειές με ιστορικό-κοινωνιολογικό πρίσμα επάνω σε αυτές τις θεματικές. Όπως επίσης και για τη φιγούρα του "μικρομεσαίου" νεοέλληνα (Καφετζόπουλος μέχρι

πρωταγωνιστές 50-50), της "μικρομεσαίας" (μη) χειραφετημένης γυναίκας (από Απαράδεικτους μέχρι Μουρμούρα). Ακόμη και στο ενημερωτικό πεδίο ίσως μπορούμε να σκεφτούμε παρόμοιες κατηγορίες που ανατέμνουν τα ενημερωτικά είδη: π.χ. εγκληματικότητα, εθνικά θέματα, πολεμικά γεγονότα κ.α. και να δούμε τη διαχρονική εξέλιξη των αναπαραστάσεων τους ανά σταθμό ή και είδος.

γ. Πεδίο 3: η βιογραφική προσέγγιση. Εκεί που ίσως το παράδειγμα της περίπτωσης μελέτης μπορεί να λειτουργήσει στη στοχοθεσία μας με ιδανικό τρόπο είναι στη μελέτη συγκεκριμένων πολύ σημαντικών περιπτώσεων ανθρώπων της ιδιωτικής τηλεόρασης και τη μακρόχρονης πορείας τους στο μέσο. Π.χ. Ν. Χατζηνικολάου, Ν.Ευαγγελάτος, Ε.Στάη, Σ.Θεοδωράκης, Μ.Τριανταφυλλόπουλος στα ενημερωτικά, Μ.Παπαϊκονόμου, Μ.Μανουσάκης, Ν.Φώσκολος, Ρ.Κορομηλά, Ε.Μενεγάκη, Α.Μικρούτσικος, Λ.Λαζόπουλος στα ψυχαγωγικά.

Σε όλη αυτή την ερευνητική προσπάθεια και όποιο μεθοδολογικό πλαίσιο και αν επιλεγεί (είναι ευνόητο ότι όχι μόνο ανάλυση αναπαραστάσεων αλλά και μελέτες πρόσληψης θα πρέπει να προταχθούν) δεν νοείται η παραμέληση σημαντικών πηγών-παραμέτρων: AGB, τηλεκριτική, διαδικτυακή νοσταλγία, συνεντεύξεις με σημαντικούς παράγοντες της ιδιωτικής τηλεόρασης².

Από τη στιγμή που δεν μπορούμε και δεν θέλουμε να κάνουμε μια εξιστόρηση του αντικείμενου έρευνάς μέσα από την εγκυκλοπαιδική φόρμα (και εκατοντάδες λήμματα), πρέπει να μπούμε στην πραγμάτευση των περιπτώσεων εκείνων που δημιούργησαν το μεγαλύτερο κοινωνικό αντίκτυπο είτε σε όρους τηλεθέασης, είτε σε όρους δημόσιας συζήτησης που προκλήθηκε. Το αντικείμενό μας δεν βοηθά να μελετήσουμε αυτό που με μεγάλη όρεξη συνήθως κάνουν οι εγχώριες κοινωνικές επιστήμες, τις περιπτώσεις το εξαιρετικού, το περιθωριοποιημένου, του αδικημένου, αλλά όλο εκείνο το φάσμα ειδώλων που μπορούν να μας περιγράψουν την παραγνωρισμένη εικόνα της "μέσης" "κανονικής" ελληνικής κοινωνίας, χωρίς πρόθεση δικαίωσης αλλά ούτε και καταδίκης της.

² Εκκρεμεί επίσης η αξιοποίηση στοιχείων που έχουν συλλέξει φοιτητές μου για το ψυχαγωγικό πρόγραμμα της τηλεόρασης