

Π Ρ Α Κ Τ Ι Κ Α Σ Υ Ν Ε Δ Ρ Ι Ο Υ



ΤΑΚΤΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ
ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΗΣ
ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

[Η Κοινωνιολογία και
ο Δημόσιος Ρόλος της
στην Εποχή της Μεταμόρφωσης
του Κόσμου]

Επιμέλεια: Απόστολος Γ. Παπαδόπουλος

Αθήνα | 29-31.3.2018

ΠΑΝΤΩΝ
ΧΡΗΜΑΤΩΝ
ΜΕΤΡΩΝ
ΑΝΘΡΩΠΟΣ
ΠΡΩΤΑΓΟΡΑΣ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (ΕΚΕ)
HELLENIC SOCIOLOGICAL SOCIETY (HSS)

ΤΑΚΤΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

[Η Κοινωνιολογία και
ο Δημόσιος Ρόλος της
στην Εποχή
της Μεταμόρφωσης του Κόσμου]

Επιμέλεια: Απόστολος Γ. Παπαδόπουλος

Αθήνα | 29-31.3.2018



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Σχολή Περιβάλλοντος, Γεωγραφίας & Εφαρμοσμένων Οικονομικών
Ελ. Βενιζέλου 70 | Καλλιθέα | Τ.Κ. 17671

Αθήνα | 29-31 Μαρτίου 2018

6^ο Τακτικό Συνέδριο της ΕΚΕ

“Η Κοινωνιολογία και ο Δημόσιος Ρόλος της στην Εποχή της Μεταμόρφωσης του Κόσμου”

Διοργανωτής:

Ελληνική Κοινωνιολογική Εταιρεία | <http://www.hellenicsociology.gr>

Με την υποστήριξη της Σχολής Περιβάλλοντος, Γεωγραφίας & Εφαρμοσμένων Οικονομικών

Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο | <https://www.hua.gr>

Επιμέλεια Πρακτικών Συνεδρίου:

Απόστολος Γ. Παπαδόπουλος

Μορφοποίηση Κειμένων:

Αθανάσιος Λακριντής & Ντορίνα Καλέμη

Γραφιστική Επιμέλεια:

Δημήτρης Φραγκουλάκης

© Ελληνική Κοινωνιολογική Εταιρεία, 2018

ISBN: 978 960 9596 04 6

Ριζοσπαστικός συντηρητισμός και τηλεοπτική ψυχαγωγία στην Ελλάδα της κρίσης

Βασίλης Βαμβακάς

Περίληψη

Η ανακοίνωση αυτή μελετά τις βασικές διαστάσεις της ψυχαγωγικής τηλεθέασης στην Ελλάδα την περίοδο της κρίσης (2009-2017). Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνονται σε τρία είδη του ψυχαγωγικού τηλεοπτικού προγράμματος: Μυθοπλαστικές σειρές, τηλεοπτική σάτιρα και ριάλιτι σόου. Μέσα από την επικέντρωση στις εκπομπές εκείνες των τριών αυτών ειδών που συγκέντρωσαν τη μεγαλύτερη τηλεθέαση ανιχνεύεται ο τρόπος που το ελληνικό κοινό "διασκέδασε" την πρωτοφανή οικονομική και πολιτική κρίση που βίωσε τα μεταπολιτευτικά χρόνια. Διερευνώνται δηλαδή οι ιδεολογικές και πολιτισμικές αναφορές που κυρίως επέλεξε μέσα από τις δημοφιλέστερες ψυχαγωγικές εκπομπές.

Η διασκεδαστική έκθεση του ελληνικού τηλεοπτικού κοινού εν καιρώ κρίσης δείχνει να χαρακτηρίζεται από μια διττή συνθήκη. Από τη μια πλευρά, η εξωστρεφής και μάλλον εξομαλυντική συνθήκη ψυχαγωγίας (οικογενειακές σειρές, ριάλιτι σόου) και από την άλλη μια ριζοσπαστικοποίηση προγράμματος και τηλεθεατών, κυρίως μέσα από τις δημοφιλέστερες εκδοχές τηλεοπτικής σάτιρας που συγχρονίζονται με τις εθνικολαϊκιστικές κορώνες της πολιτικής και δημοσιογραφικής σφαίρας.

Αυτή η διτλή λειτουργία της ψυχαγωγικής τηλεόρασης μας δίνει τη δυνατότητα να μελετήσουμε μια σημαντική παράμετρο των ευρύτερων ιδεολογικών διεργασιών που έχουν δρομολογηθεί στην περίοδο της κρίσης, δηλαδή τη μεταστροφή ενός σημαντικού μέρους των μέσων επικοινωνίας και της κοινής γνώμης προς τον ριζοσπαστικό συντηρητισμό.

Λέξεις κλειδιά: Ελληνική τηλεόραση, δημοφιλής κουλτούρα, ιδεολογία

Radical conservatism and television entertainment in Greece during the crisis

Vassilis Vamvakas

Summary

This paper studies the basic dimensions of TV entertainment in Greece during the contemporary crisis (2009-2017). Particular emphasis is given to three genres of the television programs: series, satire and reality shows. Through the focus on the shows of these three genres that gathered the best ratings, we try to explore the ways in which the greek audience "enjoyed" this unprecedented economic and political crisis. In other words, basic ideological and cultural references of the greek TV and audience during the crisis are being explored by analyzing briefly the significance of the most popular entertainment programs.

The TV entertainment of the greek audience in times of crisis seems to be characterized by a duality: On the one hand, an extroverted and rather normative entertainment (family series, reality shows). On the other hand, a radicalization of the program and viewers, mainly through the most popular versions of television satire which are synchronized with the national-populist utterances of the political and journalistic sphere.

This dual function of TV entertainment gives us the opportunity to study an important parameter of the wider ideological processes that have been launched by the crisis, particularly the shift of a significant part of the greek media and public opinion towards radical conservatism.

Key words: Greek television, popular culture, ideology

Εισαγωγή στην κοινή συνεδρία

Η τελευταία περίπου δεκαετία στην Ελλάδα αποτελεί μια περίοδο απροσδόκητων οικονομικών, πολιτικών, επικοινωνιακών και ευρύτερα πολιτισμικών ανακατατάξεων που εύλογα έχουν συμπυκνωθεί στον όρο "κρίση" αφού δεν οδηγούν σε μια επιθυμητή αλλαγή αλλά σε ένα σπινάλι αναγκαστικών ή εξαναγκασμένων και όχι πάντα ολοκληρωμένων προσαρμογών στην έτσι κι αλλιώς ρευστή συνθήκη της

σύγχρονης παγκοσμιοποίησης. Την ίδια περίοδο, η τηλεόραση, το κυρίαρχο μέσο ενημέρωσης και ψυχαγωγίας της ελληνικής κοινωνίας κατά τη μεταπολίτευση διέρχεται μια πολύ σημαντική μεταβολή λόγω εσωτερικών όσο και διεθνών εξελίξεων. Είτε για πολιτικοοικονομικούς λόγους είτε για τεχνολογικούς η τηλεόραση μεταλλάσσεται σε παγκόσμιο επίπεδο (ενδεικτικά, Anderson 2008, Kim 2007, Sepulchre 2010, Bennett 2011, Kuipers 2011). Σαν αποτέλεσμα αυτής της μετάβασης, ο καθρέφτης της σύγχρονης ελληνικής κοινωνίας ράισε αλλά δεν διαλύθηκε, περισσότερο τεμαχίστηκε σε πολλά μικρά κομμάτια (παραδοσιακή τηλεοπτική οθόνη, υπολογιστής, κινητό τηλέφωνο), περνώντας οριστικά από το στάδιο της μονόδρομα μαζικής σε αυτό της μαζικά εξατομικευμένης μορφής επικοινωνίας.

Στο τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ του ΑΠΘ και στο εργαστήριο Οπτικών και Πολιτισμικών Σπουδών, μέσα από πτυχιακές και διπλωματικές εργασίες μέσα από διδακτορικές διατριβές και έρευνες προσπαθούμε να μελετήσουμε την ιστορία και μεταβολή της τηλεοπτικής πραγματικότητας ως αντανάκλαση σύνθετων ιδεολογικών, θεσμικών και τεχνολογικών εξελίξεων. Με άλλα λόγια, μελετάμε την τηλεόραση ως ένα πολύ σημαντικό κοινωνιολογικό δείκτη, ως εκείνο το μέσο που υποστήριξε την σύγχρονη μαζική-ατομιστική δημοκρατία όσο κανένα άλλο από τα προγενέστερά της (Wolton 2005). Ένα δείγμα αυτής της προσπάθειας αποτελεί η σημερινή ειδική συνεδρία στο πλαίσιο του 6ου Συνεδρίου της Κοινωνιολογικής Εταιρείας, στην οποία θα παρουσιαστούν μελέτες που αφορούν την τηλεοπτική ψυχαγωγία στην Ελλάδα τόσο στις παραδοσιακές όσο και στις πιο σύγχρονες εκδοχές της. Βασικό στοιχείο που ενώνει τις μελέτες αυτές είναι η υπογράμμιση της σημασίας του δημοφιλούς χαρακτήρα του τηλεοπτικού προϊόντος και η ανάγκη σε βάθος μελέτης του. Η τηλεοπτική δημοφιλής κουλτούρα αντιμετωπίζεται όχι ως συνώνυμο της ψευδούς συνείδησης που υποβάλλει ένας ισχυρός ιδεολογικός μηχανισμός (τηλεόραση) αλλά ως ευρετήριο στάσεων, πεποιθήσεων, προτύπων που η ελληνική κοινωνία αναπτύσσει, συντηρεί ή μεταλλάσσει στο πέρασμα των χρόνων. Ακολουθείται, δηλαδή, η προσέγγιση του McNair (2006) ο οποίος μας καλεί να αφήσουμε στη μελέτη της επικοινωνίας το ξεπερασμένο πλέον ερμηνευτικό παράδειγμα του από τα πάνω "ελέγχου", της οργάνωσης της συναίνεσης και να δοκιμάσουμε αυτό των χαοτικών αντιφάσεων, της οργάνωσης της απόκλισης, που επεξηγεί ίσως καλύτερα τις σημερινές συνθήκες.

Τρεις εισηγήσεις από αυτές που περιλαμβάνει η κοινή συνεδρία (η παρούσα, αυτή για το *Mega*, και αυτή για το *Survivor*) επικεντρώνουν στο παραδοσιακό -αλλά αλλαγμένο- τηλεοπτικό τοπίο, ενώ οι άλλες δύο μελέτες διερευνούν τη νέα τηλεόραση και τη σύγκλισή της με τη διαδικτυακή πραγματικότητα (*Game of Thrones*, *House of Cards*). Όλες οι μελέτες που θα ακολουθήσουν επιχειρούν να μπουν στη σύνθετη έρευνα πρόσληψης του ελληνικού τηλεοπτικού κοινού, τη διερεύνηση, με άλλα λόγια, του πώς συγκεκριμένες κοινωνικές κατηγορίες αντιδρούν στα τηλεοπτικά ψυχαγωγικά μηνύματα. Μια προσέγγιση που ελάχιστα έχει ακολουθηθεί στο χώρο έρευνας των μέσων επικοινωνίας στην Ελλάδα (Μαδιανού 2008, Βαμβακάς και Γαζή 2017).

Η ελληνική τηλεοπτική ψυχαγωγία την περίοδο της κρίσης

Η συγκεκριμένη εισήγηση επιχειρεί να δώσει μια συνοπτική εικόνα της υψηλότερης ψυχαγωγικής τηλεθέασης τα χρόνια 2008-2017. Στη συνέχεια με βάση το περιεχόμενο των πιο επιτυχημένων προγραμμάτων που προβλήθηκαν στα συμβατικά κανάλια της ελληνικής τηλεόρασης (σύμφωνα με τα στοιχεία της Nielsen), διαπιστώνονται βασικοί τρόποι με τους οποίους "διασκέδασε" η ελληνική κοινωνία την κρίση την οποία διέρχεται, δηλαδή, ψηλαφίζονται συμβολικές παράμετροι των δημοφιλών τηλεοπτικών ψυχαγωγικών προγραμμάτων που μπορούν να συναρτηθούν με έμμεσο ή άμεσο τρόπο με την πολιτικοκοινωνική συγκυρία των τελευταίων χρόνων.

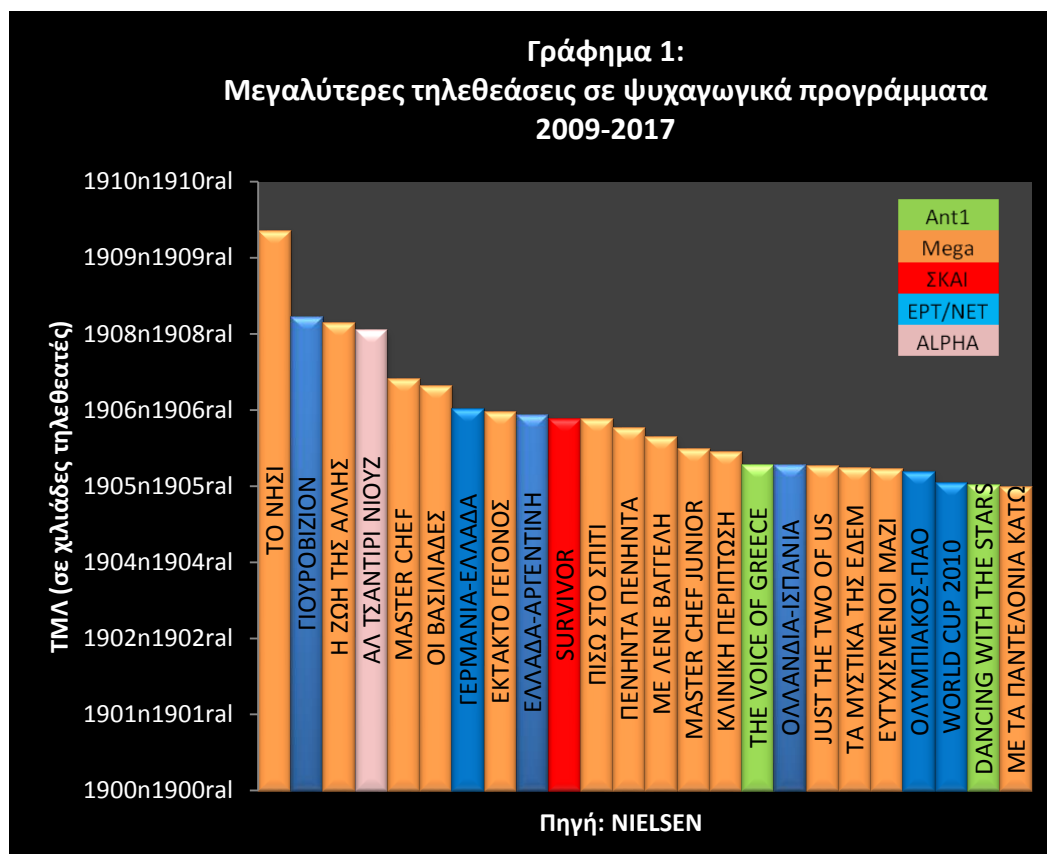
Επιλέγεται κυρίως η ανάλαφρη ψυχαγωγία χωρίς πολιτικές αναφορές ή αντιθέτως υπάρχει στροφή του ενδιαφέροντος σε μια πιο πολιτικοποιημένη διασκέδαση; Μπορεί να ανιχνευτεί ιδεολογική κατεύθυνση στα δημοφιλή προγράμματα που με κάποιο τρόπο προτίμησαν οι θεατές τους; Αυτά είναι τα βασικά ερωτήματα που επιχειρεί να απαντήσει η εισήγηση, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι μπορούμε να διακρίνουμε μια ενδιαφέρουσα αντίφαση στις επιλογές τόσο των καναλιών όσο και των τηλεθεατών μεταξύ αντισυστημικής και κανονικοποιητικής, παραδοσιακής και σύγχρονης τηλεοπτικής ψυχαγωγίας

(Πλειός 2010) που μας βοηθούν να διερευνήσουμε μια υβριδική πολιτισμική και ιδεολογική συνθήκη που από το χώρο της πολιτικής κοινωνιολογίας έχει αποκαλεστεί "ριζοσπαστικός συντηρητισμός" (Βούλγαρης 2012).

α. Όψεις επαπειλούμενης κανονικότητας

1. Eurovision, ποδόσφαιρο και έμμετρος εθνικισμός

Εύκολα μπορεί να διαπιστώσει κανείς ότι η τηλεόραση δεν παύει να αποτελεί μέσο διασκέδασης της μεγάλης πλειονότητας του κοινού ακόμη και σήμερα (παρά τη σχετική μείωση τηλεθεατών η οποία όμως έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αίτια: ηλικιακά, μείωση καναλιών, μείωση τηλεοπτικών προγραμμάτων μυθοπλασίας). Τα ποσοστά τηλεθέασης που καταγράφονται σε αυτό το κομμάτι του τηλεοπτικού προγράμματος παραμένουν πολύ υψηλότερα σε σχέση με το ενημερωτικό κομμάτι της τηλεόρασης που ειδικά μετά το 2015, ως δια μαγείας, συρρικνώνεται ακόμη περισσότερο τόσο σε ποσότητα όσο και σε επιρροή. Τα τηλεοπτικά προγράμματα ψυχαγωγίας που έφτασαν στα υψηλότερα επίπεδα τηλεθέασης τα χρόνια 2008-2017 δεν προκαλούν ιδιαίτερη εντύπωση σε σχέση με την περίοδο πριν την κρίση (Γράφημα 1).



Πριν περάσουμε στα επί μέρους είδη, βλέπουμε να παραμένει στις θεαματικότερες εκπομπές της περιόδου ο διαγωνισμός της *Eurovision* (δεύτερη θέση). Ενδιαφέρον όμως παρουσιάζει η κάμψη της τηλεθέασης του τελικού του 2017 σε σχέση με τον τελικό του 2009 περίπου κατά 2.000.000 τηλεθεατές. Το μιντιακό γεγονός που στη δεκαετία του 2000 αποτέλεσε βασικό ζήτημα προώθησης της εγχώριας μουσικοτηλεοπτικής ψυχαγωγίας και εθνικής αυτοπεποίθησης είναι προφανές ότι συναντά αμβλυμένο ενδιαφέρον τόσο από το κοινό όσο και από τους εγχώριους φορείς προώθησής του. Οι αποστολές, άλλωστε, τραγουδιών από το 2015 και ύστερα που εκπροσώπησαν την Ελλάδα (*Utopian Land*-Argo, *Όνειρο*

μου-Τερζή) τείνουν να ενισχύσουν την εθνική ιδιαιτερότητα της ελληνικής μουσικής και όχι την επιτυχημένη ένταξή της στην παγκοσμιοποιημένη ποπ μουσική σκηνή που ταιριάζει στη *Eurovision*.

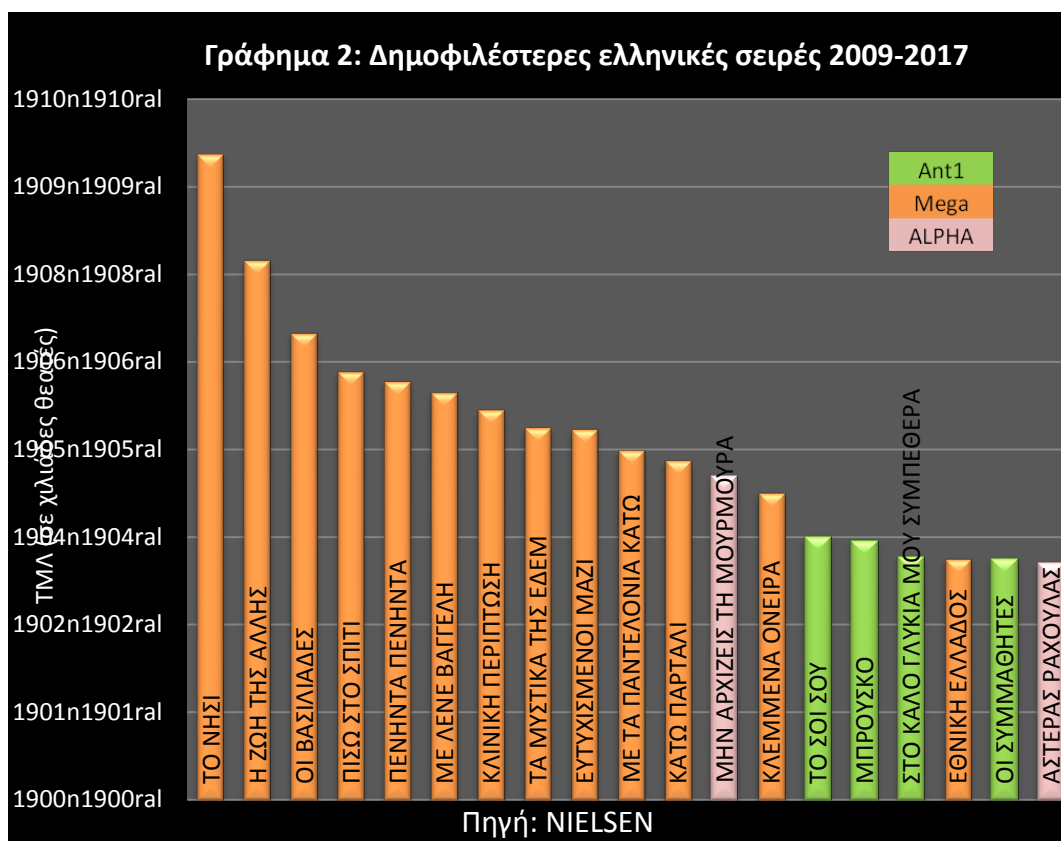
Το ίδιο αναμενόμενες και ουσιαστικά σταθερές είναι οι παρουσίες ψηλά στο πίνακα θεαματικότητας των ποδοσφαιρικών αγώνων, κυρίως της εθνικής ομάδας (αφού οι σημαντικοί αγώνες των ομάδων ποδοσφαίρου και μπάσκετ έχουν σχεδόν ολοκληρωτικά μετακομίσει στην συνδρομητική τηλεόραση). Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι ο αγώνας που καταλαμβάνει την υψηλότερη θέση μεταξύ των αθλητικών γεγονότων και την έκτη μεταξύ όλων των προγραμμάτων, αυτός μεταξύ Ελλάδας-Γερμανίας στο πλαίσιο του Euro στις 22 Ιούνιου του 2012, δεν αποτέλεσε ένα απλό ποδοσφαιρικό γεγονός. Σηματοδοτήθηκε τόσο στην Ελλάδα όσο και στη Γερμανία ως μια συμβολική αναμέτρηση με τεράστιο πολιτικό και κοινωνικό ενδιαφέρον εξαιτίας της αντιπαράθεσης των δύο αντίθετων οικονομικών πόλων της Ε.Ε. και έδωσε τροφή για σειρά εκατέρωθεν προσβλητικών σχολίων από το λαϊκιστικό-αθλητικό τύπο των δύο χωρών (Εικόνα 1). Παρά το γεγονός ότι εθνικιστικές κορώνες πριν την αναμέτρηση κυριάρχησαν, μετά τον αγώνα η νίκη τη γερμανικής ομάδας δεν αμφισβητήθηκε σοβαρά. Οι θεωρίες συνωμοσίας που συχνά αναπτύσσονται στην εγχώρια ποδοσφαιρική κουλτούρα δεν αποτέλεσαν βάση εξήγησης της ελληνικής ήττας. Η ανωτερότητα της αντίπαλης ομάδας αλλά και η προσωρινή ήττα στις εκλογές του 2012 του αναπτυσσόμενου εθνικολαϊκιστικού μετώπου, ανέστειλε την οποιαδήποτε αναγωγή της εθνικής αποτυχίας σε ευφάνταστα σενάρια αδικίας από σκοτεινά κυκλώματα.



Εικόνα 1: Εξώφυλλα γερμανικών και ελληνικών εφημερίδων πριν τον αγώνα Ελλάδας-Γερμανίας (Euro 2012)

2. Ήπιες κοινωνικοπολιτικές μεταφορές στις ελληνικές σειρές

Όσον αφορά το μυθοπλαστικό μέρος της τηλεοπτικής παραγωγής η οποία συρρικνώθηκε εντυπωσιακά τα χρόνια της κρίσης (εξαιτίας βέβαια και της κρίσης και ουσιαστικής παύσης του τηλεοπτικού σταθμού *Mega*), οι τάσεις του τηλεοπτικού κοινού δεν αλλάζουν δραματικά. Οι εγχώριες κωμικές τηλεοπτικές σειρές, εκτυλίσσόμενες κυρίως στο οικογενειοκεντρικό πλαίσιο, σημειώνουν αξιοσημείωτα επίπεδα τηλεθέασης (*Πίσω στο σπίτι*, *Πενήντα-πενήντα*, *Κλινική περίπτωση*, Γράφημα 2).



Η σημαντικότερη περίπτωση εξαίρεσης από των κωμικό κανόνα είναι η τεράστια επιτυχία της δραματικής σειράς *το Νησί* (φτάνει τη σεζόν 2010-11 τη μεγαλύτερη τηλεθέαση έναντι οποιουδήποτε άλλο προγράμματος κατά την εξεταζόμενη περίοδο), η οποία πήρε συχνά μεταφορικές σημασίες στο δημόσιο λόγο που είχαν να κάνουν με τον τρόπο που βίωναν οι σύγχρονοι Έλληνες την κρίση και κυρίως τον τρόπο που τους αντιμετώπιζαν οι «άλλοι», οι ευρωπαίοι εταίροι (Εικόνα 2). Η δραματική αυτή σειρά γνωρίζει τεράστια επιτυχία αν και ουσιαστικά σηματοδοτεί μια τηλεοπτική παραγωγή στα πρότυπα της περιόδου πριν την κρίση. Εντούτοις, η ιστορία των λεπρών της Σπιναλόγκας και του αποκλεισμού και στιγματισμού που βίωναν λειτούργησε σε μεγάλο βαθμό όχι μόνο στο ρομαντικό αισθηματικό πλαίσιο που φιλοτέχνησε το σενάριο της Μιρέλλας Παπαοικονόμου (πάνω στο ομώνυμο βιβλίο της Βικτόρια Χίσλοπ) αλλά και ως μεταφορική εικόνα της συλλογικής "περιθωριοποίησης" που αισθάνθηκαν οι έλληνες τηλεθεατές τα πρώτα χρόνια της κρίσης.

«Η Ελλάδα είναι η Σπιναλόγκα της Ευρώπης»

Η Βικτόρια Χίσλοπ μιλά για την κατάσταση στην Ελλάδα

ΕΛΛΑΔΑ 15.02 - 20/01/2013



Εικόνα 2: Συνέντευξή της Βικτόρια Χίσλοπ (Εθνος, 20/1/2013), συγγραφέας του ομώνυμου βιβλίου που διασκευάστηκε τηλεοπτικά σε σενάριο της Μιρέλλας Παπαοικονόμου

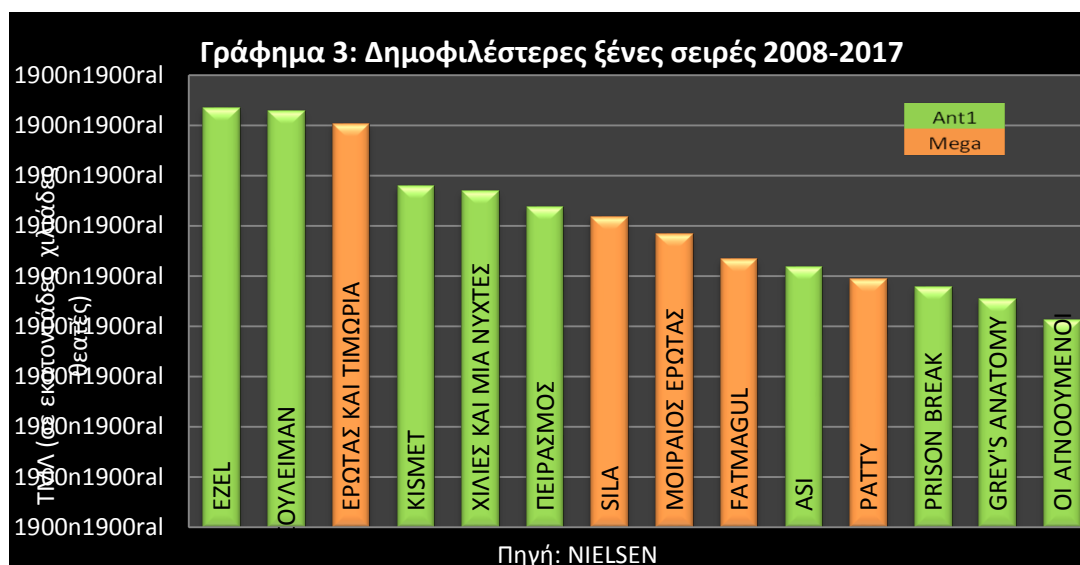
Από τις κωμικές σειρές μόνο η περίπτωση του *Πίσω στο σπίτι* (με πρωταγωνιστές το Θοδωρή Αθερίδη και τη Μαρία Καβογιάννη, 2011) σχετίζεται θεματολογικά πιο άμεσα με την κρίση αφού διηγείται τις κωμικοτραγικές επιπτώσεις της επιστροφής τριών παιδιών στο οικογενειακό τους σπίτι εξαιτίας της οικονομικής δυσπραγίας (Aitaki 2017). Μάλιστα για να βγάλουν πέρα διάφορες δυσκολίες και να ανταπεξέλθουν στις παλιές τους επιθυμίες οι πρωταγωνιστές δανείζονται από μια γερμανίδα φίλη, η οποία τους βάζει πολύ σκληρούς όρους συγκατοίκησης καθιστώντας προφανή τη μεταφορά που φέρνει σε απόλυτο συσχετισμό τα όσα συμβαίνουν στη δημόσια-πολιτική σφαίρα και σε αυτή της ιδιωτικότητας-οικειότητας. Επίσης η τελευταία σειρά του Γιώργου Καμπουτζίδη στο *Mega* το 2015, *Εθνική Ελλάδα*, βάζει μεταξύ κωμωδίας και δράματος σημαντικά θέματα της ελληνικής κρίσης (ρατσισμός, σεξισμός κ.α.), αλλά αυτή, η εξελληνισμένη εκδοχή του *Νοικοκυρές σε απόγνωση*, θα διακοπεί άδοξα μέσα στις δυσκολίες που αντιμετώπισε στη συνέχεια το "μεγάλο" κανάλι.

Σε κάθε περίπτωση, μυθοπλαστικές παραγωγές που δείχνουν να έχουν πιο σταθερή απήχηση στο τηλεοπτικό κοινό την περίοδο της κρίσης, είναι οι καθημερινές σειρές που στηρίζονται σε προσαρμογή σεναρίου από αντίστοιχες λατινοαμερικάνικες «σαπουνόπερες» (*Οι βασιλιάδες*, 2012 *Η ζωή της άλλης*, 2009), οι οποίες δεν φαίνεται να αναπτύσσουν ιδιαίτερα ιδεολογικοπολιτικά συμφραζόμενα.

3. Ο οικείος εξωτισμός των τουρκικών σειρών

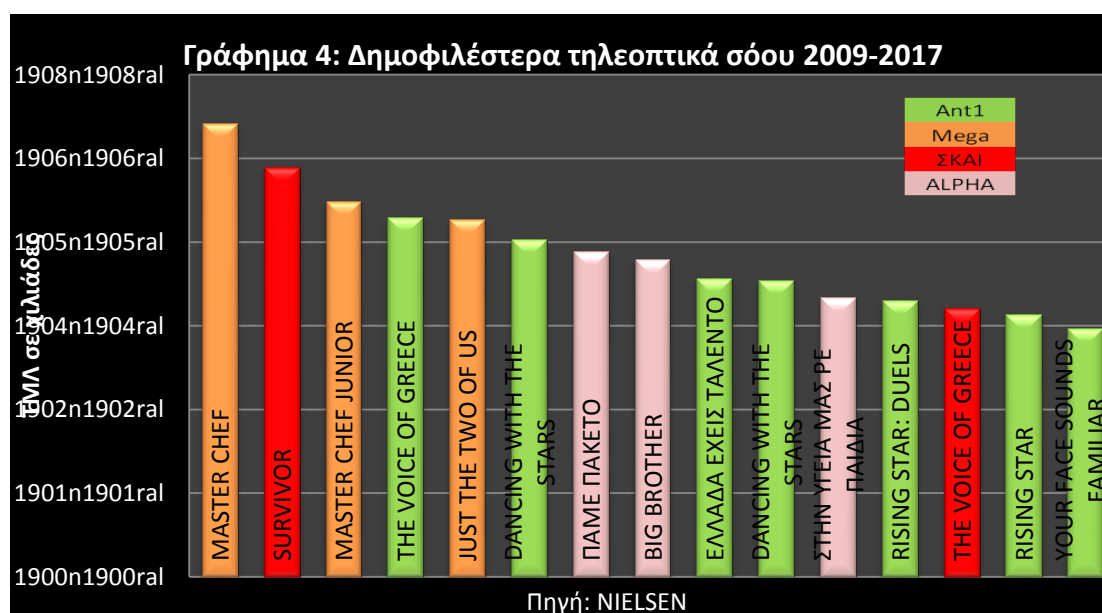
Στο μυθοπλαστικό πλαίσιο ψυχαγωγίας είναι απαραίτητο να γίνει λόγος για τη μετάλλαξη του προγραμματισμού των μεγάλων ιδιωτικών καναλιών την περίοδο της κρίσης όσον αφορά τις ξένες σειρές και την ενσωμάτωση πολλών τουρκικών σαπουνόπερων σε ώρες, μάλιστα, τηλεοπτικής αιχμής. Για να κατανοηθεί η μεγάλη τηλεθέαση που σημειώνουν οι τουρκικές αυτές επιτυχίες πρέπει να συγκριθούν όχι τόσο με τις (λίγες) ελληνικές παραγωγές που τις ξεπερνούν το διάστημα της κρίσης αλλά και με την γενικότερη «ιστορία» της τηλεθέασης ξένων τηλεοπτικών σειρών στην Ελλάδα (Γράφημα 3).¹

Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι το ενδιαφέρον για τις τουρκικές σαπουνόπερες συμπίπτει με εκείνο που δείχνει ένα κοινό με μάλλον διαφορετικά ηλικιακά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά που στρέφει περίπου το ίδιο διάστημα την προσοχή του στις αμερικανικές τηλεοπτικές σειρές ως επί τω πλείστων εκτός συμβατικής τηλεόρασης. Το μη παραδοσιακό τηλεοπτικό αυτό κοινό βλέπει τις αμερικανικές σειρές είτε μέσω της πειρατικής διαδικτυακής πρακτικής είτε μέσω της συνδρομητικής τηλεόρασης, επιλέγοντας να παρακολουθήσει "φανατικά" το νέο πλαίσιο παραγωγής τους σε όρους κόστους, σκηνοθεσίας και θεματολογικής-αισθητικής εναλλακτικότητας. Το 2008 και το 2009 τα δύο κοινά (το περισσότερο τηλεοπτικά και το περισσότερο διαδικτυακά προσανατολισμένο) φαίνεται να συναντιούνται και μπροστά στην τηλεοπτική οθόνη παρακολουθώντας μαζί μετά από αρκετά χρόνια αμερικανικές παραγωγές (*Prison Break*, *Οι αγνοούμενοι* κ.α.) οι οποίες σημειώνουν αξιοσημείωτη μεγάλη τηλεθέαση. παρά το γεγονός ότι ένα σημαντικός αριθμός θεατών τους τις έχει παρακολουθήσει πριν την προβολή τους στην ελληνική τηλεόραση. Αυτό αποδεικνύεται όμως μια προσωρινή συνθήκη. Έκτοτε η συνάντηση δεν είναι δεδομένη, η απόκλιση του τηλεοπτικού κοινού της εποχής της σύγκλισης των μέσων φαίνεται να είναι ο κανόνας. Εντούτοις οι τουρκικές σαπουνόπερες που παρακολουθεί ένα κοινό γαλουχημένο περισσότερο στη συμβατική εποχή της τηλεόρασης δεν έχουν πάντα μονοσήμαντο περιεχόμενο, πετυχαίνουν να διαπραγματευτούν συνδυαστικά παραδοσιακές θεματολογίες (έρωτας, βιασμός, οικογενειακές σχέσεις, πατριαρχική εξουσία) και οικείες φιγούρες πρωταγωνιστών μέσα από εικονογραφικές φόρμες και σκηνικά που δεν έχουν τίποτα να ζηλέψουν από τον υπερμοντέρνο κόσμο του δυτικού θεάματος (το ντοκιμαντέρ της Ν.Μ Πασχαλίδη *Κίσμετ* δείχνει ακριβώς αυτή την πολυπρισματικότητα των τουρκικών σειρών για τους θεατές τους που γνωρίζουμε από πολλές μελέτες πρόσληψης του τηλεοπτικού κοινού για το είδος της σαπουνόπερας και ειδικότερα του γυναικείου, Ang 1996).



4.Η προώθηση μιας χειρωνακτικής τέχνης

Ενδιαφέρουσες μετατοπίσεις θα μπορούσε να δει κανείς και στο άλλο είδος της ψυχαγωγικής τηλεόρασης που γνώρισε μεγάλη άνθηση μετά το 2000: τα ριάλιτι και τάλεντ σόου (Σόρογκας 2004, Βώβου 2010). Από το 2008 και ύστερα η παρακολούθηση των ιδιωτικών στιγμών της καθημερινότητας (Andrejevic 2004) εκλείπει σχεδόν ολοκληρωτικά. (παρά την προσπάθεια επαναφοράς του *Big Brother* το 2010). Η τηλεοπτική προσομοίωση του πραγματικού στα πρώτα χρόνια της κρίσης αλλάζει διαδρομή (Γράφημα 4). Ενδεικτικό παράδειγμα, η πιο επιτυχημένη στο είδος της εκπομπή, ο διαγωνισμός *Master Chef*, που βάζει τους ανταγωνιστές να συγκατοικήσουν όσο κρατάει ο διαγωνισμός και η μαθητεία τους, αδιαφορώντας τουλάχιστον στην πρώτη εκδοχή του (*Mega*) για προσωπικές-καθημερινές σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των παικτών και εκτός των μαγειρικών πρακτικών. Στην πρώτη φάση της κρίσης (και μέχρι το 2013 σίγουρα) το ενδιαφέρον για τα ριάλιτι προσομοίωσης της λειτουργίας του εγχώριου σταρ σύστημα αντικαθίστανται είτε με εικόνες πραγματικής ή σκηνοθετημένης κρίσης (π.χ. *Για λογαριασμό σας*, *Οικογενειακές ιστορίες*), είτε με την έμμεση εξύμνηση μιας χειρωνακτικής τέχνης και γνώσης, της μαγειρικής (π.χ. *Master Chef*, *Top Chef* κ.α.).

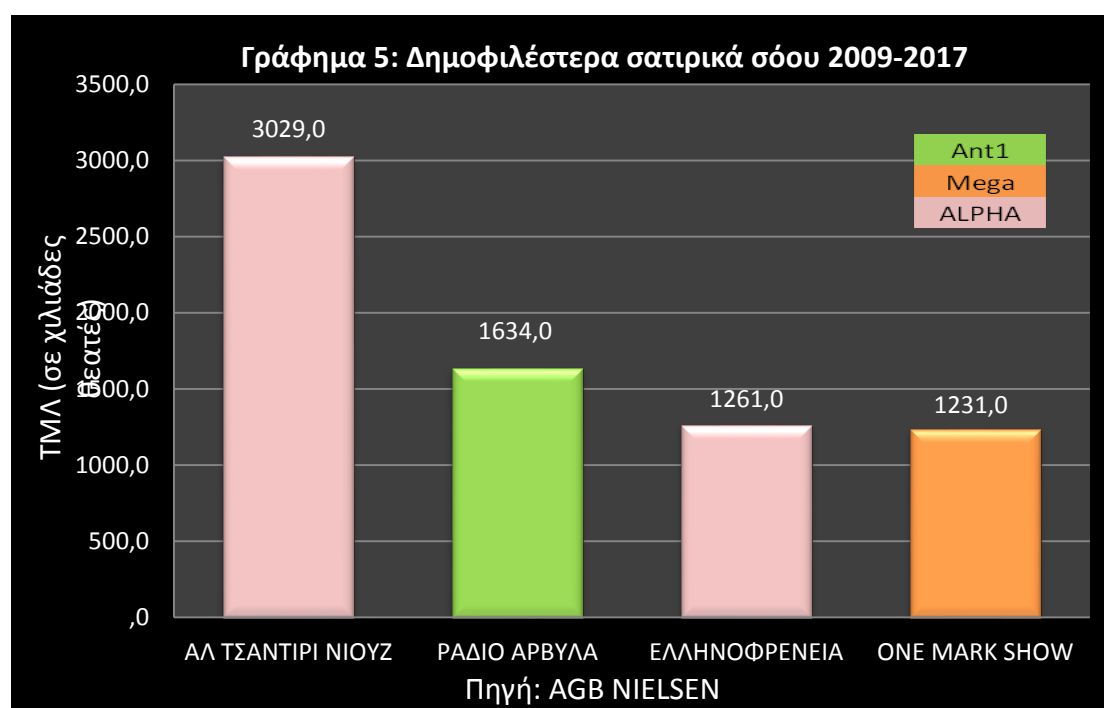


Οι δύο διαφορετικές αυτές στρατηγικές της τηλεοπτικής αναπαράστασης του πραγματικού των πρώτων χρόνων της κρίσης, συναντήθηκαν ίσως με τον πιο ξεκάθαρο και τραχύ τρόπο στο ριάλιτι *Εφιάλτης στην Κουζίνα* (που σημειώνει μέχρι και 1.400.000 τηλεθεατές στον ALPHA τη σεζόν 2012-13) όπου ο σεφ Έκτορας Μποτρίνι, σχεδόν στον ρόλο εξωτερικού επιτηρητή, καλούνταν να στηλιτεύσει και να αναμορφώσει τις κακές επιχειρηματικές πρακτικές στο χώρο της ελληνικής εστίασης και να τις προσαρμόσει στα σύγχρονα διεθνή πρότυπα, μακριά από την ερασιτεχνική προχειρότητα και τον οικογενειοκεντρικές εμπλοκές που αυτές χαρακτηρίζονται.

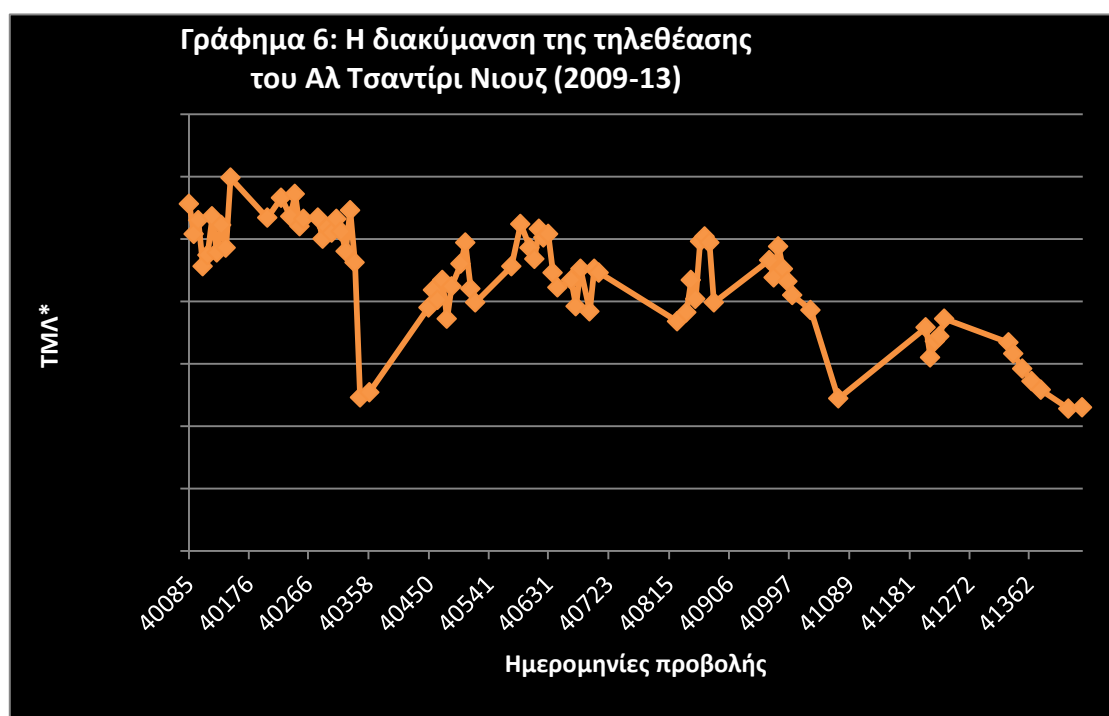
Τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα μετά το 2016 η επανεμφάνιση των τάλεντ σόου (π.χ. *Voice*) αλλά και μιας προσομοιωμένης επιστροφής με αθλητικούς όρους στη φύση (βλ. *Survivor*) γνωρίζουν σημαντικότητα επιτυχία, αποτελώντας πιθανότατα πόλους αναπόλησης μιας κάποιας εικονικής κανονικότητας στην προ του 2009-10 εποχή και στην κουλτούρα της διασημότητας του καθημερινού που αυτή προήγαγε.

β. Ψυχαγωγικός ριζοσπαστισμός: η περίπτωση της τηλεοπτικής σάτιρας

Το σημαντικότερο με πολιτικούς όρους παράδειγμα του ψυχαγωγικού προγράμματος της ελληνικής τηλεόρασης δεν είναι άλλο από την τηλεοπτική σάτιρα. Η εκπομπή του Λάκη Λαζόπουλου αποτελεί τον αδιαφιλονίκητο νικητή της τηλεθέασης όλη την περίοδο της κρίσης (και όσο αυτή έχει σταθερή προβολή). Το είδος της σάτιρας του *Αλ Τσαντίρι Νιουζ*, η ανάμιξη κλασσικής ελληνικής επιθεώρησης με το standup comedy και ο ακραιφνής εθνικολαϊκιστικός του χαρακτήρας αποτέλεσαν τη αναμφισβήτητη βάση της επιτυχίας του. Ο Λαζόπουλος δεν είναι η μόνη παραδειγματική περίπτωση γι αυτό που θα αποκαλούσαμε εθνικολαϊκιστική (Taguieff 2013) σάτιρα, δηλαδή το είδος τηλεοπτικής επιθεώρησης που τείνει μέσα από το χιούμορ να αποδώσει την κρίση σε ένα οργανωμένο σχέδιο εθνικών και οικονομικών συμφερόντων του εξωτερικού και αγαστούς συνεργάτες (προδότες) του εσωτερικού και τελικά να καταλήξει σε ένα σχήμα εθνικής θυματοποίησης και εξιδανίκευσης των ελλήνων (Kuipers 2006). Τόσο η περίπτωση της *Ελληνοφρένειας* όσο και οι εκπομπές (και οι θεατρικές παραστάσεις) του Μάρκου Σεφερλή οι οποίες καταλαμβάνουν τη τρίτη και τέταρτη θέση στις θεαματικότητες της τηλεοπτικής σάτιρας μπορούν να συγκαταλεχθούν σε αυτή την υφολογία παρά τις όποιες μικρές ή μεγάλες διαφοροποιήσεις τους (Γράφημα 5).



Ο μέσος όρος τηλεθέασης των εκπομπών του Λ. Λαζόπουλου το διάστημα της 2009-13 είναι πάνω 2.100.000 τηλεθεατές ανά επεισόδιο (Γράφημα 6). Κάθε εκπομπή είναι ένα ψυχαγωγικό και ταυτόχρονα πολιτικό γεγονός, στο βαθμό που ο πρωταγωνιστής του δεν περιορίζεται σε διακωμώδηση πολιτικών αλλά και τηλεοπτικών προσώπων όπως έκανε ήδη από τη σεζόν 2004-05 όπου πρωτοεμφανίστηκε στον σταθμό ALPHA. Το *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* υιοθετεί και πάλι στην περίοδο της κρίσης μια πιο επιθεωρησιακή υφολογία (προσκαλώντας γνωστούς κωμικούς ηθοποιούς, τραγουδιστές κτλ) επιχειρώντας μέσω του δημιουργού του να παρέμβει στην επικαιρότητα με πιο άμεσο και διδακτικό τρόπο από ότι στο παρελθόν. Ενδεικτικές είναι οι εκπομπές που καταγράφουν και σημαντικό αριθμό τηλεθέασης όπου ο Λαζόπουλος υπερασπίζεται τον αγώνα των κατοίκων της Κερατέας (15/2/2011, 2.620.000 τηλεθεατές) ή αυτόν στις Σκουριές (28/5/2013, 1.140.000 τηλεθεατές), καλεί τους αγανακτισμένους να μιλήσουν στην εκπομπή του (14/6/2011, 2.230.000 τηλεθεατές), υπερασπίζεται το δικαίωμα του διαδηλώνειν και επιρρίπτει τις ευθύνες της δολοφονίας των θυμάτων της Marfin κυρίως στην ίδια την τράπεζα και την κυβέρνηση (11/5/2010, 2.660.000 τηλεθεατές) ή διαβάσει την επιστολή-παρέμβαση του Μίκη Θεοδωράκη στην εκπομπή του (15/11/2011, 2.480.000 τηλεθεατές).



Το σατιρικό ύφος ακτιβισμού και διδαχής που καλλιέργησε ο Λ.Λαζόπουλος κατά την περίοδο της κρίσης, δεν τυγχάνει μιας διαρκώς αυξανόμενης αποδοχής στο τηλεοπτικό κοινό. Με ορόσημο το Μάρτιο του 2012 βλέπει κανείς ότι η εκπομπή διατηρεί φυσικά τη σημασία της αλλά ταυτόχρονα σημειώνει σημαντική απώλεια τηλεθεατών.

Η δεύτερη σημαντική αναφορά στο είδος της τηλεοπτικής σάτιρας είναι το *Ράδιο Αρβύλα* του ANT1. Η εκπομπή των Αντώνη Κανάκη, Γιάννη Σερβετά, Χρήστου Κιούση και Στάθη Παναγιωτόπουλου δεν φτάνει τις πολύ υψηλές τηλεθεασίες του *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* αλλά αν υπολογίσει κανείς ότι στο αρχικό διάστημα προβάλλεται καθημερινά, οι πάνω από 1 εκατομμύριο τηλεθεατές που καταγράφει μέσο όρο, την καθιστά επίσης ιδιαίτερο σημείο αναφοράς για την περίοδο που μας ενδιαφέρει. Κι αυτό γιατί ακριβώς λόγω του καθημερινού και κυρίως σχολιογραφικού χαρακτήρα που έχει απέναντι στα πολιτικά, κοινωνικά και τηλεοπτικά γεγονότα της περιόδου δεν συνιστά απλά ένα σατιρικό πρόγραμμα αλλά μάλλον μια διασκεδαστική ενημερωτική εκπομπή για μεγάλο τμήμα του κοινού της και ιδιαίτερα των νεότερων ηλικιών στις οποίες καταγράφει και τη μεγαλύτερη επιτυχία.

Το ύφος της εκπομπής διαφοροποιείται αρκετά από τη λαζοπουλική εκδοχή επιθεώρησης και standup comedy, αναπαράγει την «πλάκα» της ανδρικής παρέας και επικεντρώνεται σχεδόν αποκλειστικά στα

κωμικά τεκταινόμενα της επικαιρότητας, με ορισμένες δώσεις μικρών σκηνοθετημένων βίντεο που αναπλάθουν μια ακόμη πιο ακραία εκδοχή των γεγονότων και των προσώπων που καταγράφονται από την ειδησιογραφία. Παρ' όλα αυτά δεν απουσιάζουν τόσο οι ηθικολογικές κορώνες όσο και η καλλιέργεια μιας γελοιογραφικής αποστροφής εν γένει προς την πολιτική πραγματικότητα. Σε ορισμένες περιπτώσεις οι πρωταγωνιστές της εκπομπής και κυρίως ο Αντώνης Κανάκης που κατέχει ηγετικό ρόλο, στηλιτεύουν όχι μόνο τα πολιτικά πρόσωπα αλλά και ορισμένες κοινωνικές πρακτικές που βρίσκουν γενεσιουργές της ευρύτερης κοινωνικοπολιτικής παθολογίας (π.χ. δημοσιοϋπαλληλική νοοτροπία).

Η γενικότερη τους πάντως πολιτική και ιδεολογική τοποθέτηση, χωρίς να είναι στον ίδιο βαθμό ανοιχτά ενθαρρυντική στο αντιμνημονιακό μέτωπο όπως η εκπομπή Λαζόπουλου, αποφεύγει να διακωμωδήσει ή να αμφισβητήσει στερεότυπα που βρίσκονται εντός αυτού του ιδεολογικού περιβάλλοντος την πρώτη περίοδο της κρίσης μέχρι το 2015. Στις παραμονές των εκλογών του 2012 μάλιστα η προτροπή τους προς τους τηλεθεατές ψηφοφόρους να μη στηρίξουν τον παλιό δικομματισμό ήταν απολύτως σαφής, επισείοντας την προσοχή στο ότι αν κάνουν ως εκλογικό σώμα τα λάθη του παρελθόντος θα είναι οι ίδιοι υπεύθυνοι. Είναι εξαιρετικά ενδιαφέρον ότι η στάση τους αλλάζει ριζικά από το 2015 και ύστερα όπου ασκούν σφοδρή σάτιρα στη διακυβέρνηση των ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ, υιοθετώντας ως ένα βαθμό ένα αντιλαϊκιστικό ύφος σάτιρας.

Συμπεράσματα: Ένα αμφιταλαντευόμενο τηλεοπτικό τοπίο

Επιχειρώντας ένα συνοπτικό απολογισμό των όσων με ιδεολογικό ενδιαφέρον έχουν διαδραματιστεί στο ψυχαγωγικό τηλεοπτικό περιβάλλον της Ελλάδας στην περίοδο της κρίσης θα επισημαίναμε τα εξής:

1. Στα δημοφιλή τηλεοπτικά σήριαλ -όσο αυτά ακόμη παράγονται από ελληνικούς τηλεοπτικούς σταθμούς- παρατηρείται σπάνια ιδεολογικό-πολιτικό ενδιαφέρον και όταν αυτό σημειώνεται μάλλον έχει να κάνει με προβλήματα της εσωστρεφούς ελληνικής κουλτούρας (απάτη, βία κ.α.) και των αδυναμιών προσαρμογής της σε διεθνή-σύγχρονα πλαίσια λειτουργίας (*Πίσω στο σπίτι, Εθνική Ελλάδα κ.α.*). Η οικονομική κρίση και το ουσιαστικό τέλος του σταθμού με τη μεγαλύτερη ιστορία και απήχηση τις τελευταίες δεκαετίες όσον αφορά την εγχώρια μυθοπλασία, του *Mega*, σηματοδοτεί όχι μόνο το μεγάλο περιορισμό των σχετικών παραγωγών, αλλά και εκείνων που έχουν ένα ευρύτερο κοινωνικοπολιτικό προβληματισμό, ο οποίος έφτασε στο μελοδραματικό αποκορύφωμά του με τη σειρά *Το Νησί*. Το οικογενειακό αναπαραστασιακό πλαίσιο αντλεί το μεγαλύτερο ενδιαφέρον από το κοινό είτε όταν αφορά νέες οικογενειακές συνθήκες (π.χ. *Ευτυχισμένοι Μαζί*) είτε το διατομικό επίπεδο σχέσης του ζευγαριού και των μεταξύ τους (μη αξεπέραστων τελικά) τριβών (*Μην αρχίζεις τη μουρμούρα*). Σε κάθε περίπτωση η ιδιωτική σφαίρα είναι αυτή που κεντρίζει το ενδιαφέρον στην ελληνική τηλεοπτική μυθοπλασία και μέσα από αυτήν διαθλώνται οποιαδήποτε στοιχεία της ευρύτερης δημόσιας (πολιτικής η μη) ζωής.
2. Στα ξένα σήριαλ η κυριαρχία των τουρκικών σειρών (και του *ANT1*) είναι το απόλυτο φαινόμενο της εξεταζόμενης περιόδου, το οποίο χρήζει ιδιαίτερης προσοχής και ερμηνείας. Προφανώς οι ψηλοί δείκτες τηλεθέασης ενός πιο κλασικά προσανατολισμένου στην τηλεοπτική οθόνη κοινού καθώς και η εικονογραφική και θεματολογική τους ισορροπία μεταξύ παράδοσης και υπερμοντερνισμού δεν επαρκούν ως επεξηγηματικοί άξονες αλλά ευσταθούν ως υποθέσεις εργασίας προς περεταίρω διερεύνηση. Είναι σημαντικό ότι το συγκριμένο τηλεοπτικό προϊόν αναπτύσσει την επιτυχία του παράλληλα (και όχι αναγκαστικά σε αντίθεση) με το ήθος της μαραθώνιας παρακολούθησης της νέας αμερικανικής τηλεοπτικής μυθοπλασίας έξω από τη συμβατική τηλεόραση (συνδρομητική, διαδίκτυο). Επίσης δεν πρέπει η μεγάλη επιτυχία των σειρών αυτών να θεωρηθεί ασύνδετη με τη γενικότερη εξομάλυνση που σημειώθηκε τις τελευταίες δεκαετίες μεταξύ Ελλάδας-Τουρκίας σε διπλωματικό επίπεδο, γεγονός που το τελευταίο καιρό μπαίνει σε νέα φάση κρίσης και διακινδύνευσης (που θέτει το ερώτημα εάν θα επηρεάσει τον προγραμματισμό των καναλιών και τις προτιμήσεις των θεατών).
3. Τα τηλεοπτικά σόου και ιδίως αυτά που θα εντάσσαμε στη μεγάλη κατηγορία των ριάλιτι, έχουν δύο μεγάλες φάσεις στην εξεταζόμενη περίοδο: α) Πριν το 2016, οπότε σημειώνεται η προβολή προτύπων εκτός του τυπικού πλαισίου διασημότητας που συγκροτήθηκε πριν τη κρίση, τα οποία συντείνουν στην

ανάδειξη-επιβράβευση χειρωνακτικών δεξιοτήτων και γνώσεων κυρίως στα μαγειρικά σόου. β) Από το 2016 και μετά έχουμε την επαναφορά των τάλεντ σόου, μουσικών (κυρίως με την περίπτωση του *Voice*) ή αθλητικών (κυρίως το *Survivor*) ικανοτήτων. Η δομή των εισαγόμενων αυτών φορμάτ παραμένει πάντα στο πλαίσιο της σύγχρονης-παγκοσμιοποιημένης εξομολογητικής κουλτούρας αλλά τα πρότυπα που προβάλλονται στην κάθε περίπτωση ποικίλουν και χρήζουν προσεχτικότερης ανάλυσης (το *Σκαϊ* στο είδος αυτό φαίνεται να κυριαρχεί). Η οικονομική, για τα σημερινά δεδομένα των σταθμών, επιλογή των ριάλιτι εκπομπών δείχνει να γίνεται ο κανόνας, επαναφέροντας μνήμες μιας κοινωνικής ευμάρειας που έχει απολεστεί αλλά και αναζωπυρώνοντας την κουλτούρα του στριπτίζ (σε περιπτώσεις όπως *Survivor*, *Power of Love*, *Game of Love*) που ο πολιτικός ριζοσπαστισμός των χρόνων μέχρι το 2015 φαίνεται να είχε περιορίσει εκτός της, τηλεοπτικής τουλάχιστον, πραγματικότητας. Ενδιαφέρον έχει να εξεταστεί το κατά πόσο η κορύφωση του τηλεοπτικού *chic porno* (Mc Nair 2006β) συνδέεται, συνδυάζεται με ή αντιστρατεύεται την πολιτική εξουσία πολιτικών φορέων που από το 2015 και μετά (οπότε και έρχονται αυτές οι εκπομπές στο προσκήνιο) επαίρονται την ηθική, ακόμη και την αισθητική, ανωτερότητα.

4. Η τηλεοπτική σάτιρα αποτελεί την κατεξοχήν πολιτικοποιημένη εκδοχή τηλεοπτικής ψυχαγωγίας τα χρόνια της κρίσης (εδώ φαίνεται να ηγείται ο σταθμός του *Alpha*). Η εθνικολαϊκιστική αντιμετώπιση της επικαιρότητας επικρατεί στα τέσσερα δημοφιλέστερα σόου, με μικρές διακυμάνσεις και διαφορετικούς στόχους διακωμώδησης, αλλά μάλλον με αρκετά συγγενές υφολογικό και αισθητικό πλαίσιο. Ενδιαφέρον πάντως παρουσιάζει το γεγονός ότι από τη σεζόν 2017-18 και ύστερα οι εκπομπές τηλεοπτικής σάτιρας περιορίζονται σημαντικά σε αριθμό στα ιδιωτικά κανάλια, ενώ αξιοσημείωτο είναι ότι η ηγεμονική εκπομπή ολόκληρου του τηλεοπτικού τοπίου της κρίσης, το *Αλ Τσαντίρι Νιουζ* παύει οριστικά, ενώ ο δημιουργός του μετακομίζει τηλεοπτικά στον *Ant1* με μια επανέκδοση της εκπομπής που αρχικά τον έκανε ιδιαίτερη δημοφιλή στη δεκαετία του 1990 (*Δέκα Μικροί Μήτσοι*). Με κάποιο περίεργο τρόπο θα έλεγε κανείς ότι τα τελευταία χρόνια και ειδικά μετά το 2015 η τηλεοπτική σάτιρα δείχνει να έχει χάσει το ρόλο της, ο οποίος τα πρώτα χρόνια της κρίσης ξεπερνούσε κατά πολύ το ψυχαγωγικό σκέλος και εντρυφούσε περισσότερο στο ενημερωτικό.

5. Σε εκπομπές που αποτελούν επικοινωνιακά γεγονότα εκτός της κανονικής ροής προγράμματος και τα οποία είναι στα μόνα που εμφανίζεται η δημόσια τηλεόραση στις υψηλές θέσεις τηλεθέασης (*Eurovision*, ποδόσφαιρο) υπάρχουν δύο τάσεις που μάλλον λειτουργούν σε αντίθετες κατευθύνσεις: από τη μια αποφόρτιση της επένδυσης στη παγκοσμιοποιημένη ποπ μουσική διάκριση, επιστροφή στο εθνικά αυθεντικό, ειδικά μετά την πολιτική αλλαγή του 2015 (το 2018 πρώτη φορά μετά από χρόνια που θα εκπροσωπήσει την Ελλάδα στη *Eurovision* τραγούδι με ελληνικό στοίχο). Από την άλλη, μεγάλο ενδιαφέρον για το διεθνοποιημένο κόσμο του αθλητισμού και αποδοχή των συσχετισμών δύναμης χωρίς να κυριαρχούν ιδιαίτερα τα συνωμοσιολογικά ή εθνικιστικά σχήματα.

Συμπερασματικά, μπορεί αν δει κανείς σχετικά εύκολα ότι τόσο το περιεχόμενο των τηλεοπτικών σταθμών όσο και οι προτιμήσεις του κοινού μοιράζονται μεταξύ δύο διαφορετικών αλλά όχι απαραίτητα αναιρετικών διαθέσεων. Η μια έχει να κάνει με υιοθέτηση και παρακολούθηση προγραμμάτων που δημιουργούν μια εικονική διαφυγή από την κρίση, μια εμμονή με την ιδιωτική-οικογενειακή ζωή, ένα μερικό αναστοχασμό για τους όρους της κοινωνικής επιτυχίας (στις εκπομπές μαγειρικής), και τέλος την αποδοχή της παγκοσμιοποιημένης αθλητικής πραγματικότητας. Η δεύτερη διάθεση έχει να κάνει με μια δραματοποιημένη (βλ. *Το Νησί*) ή επιθετικά χιουμοριστική θυματοποίηση (βλ. *Αλ Τσαντίρι Νιουζ*) των αναξιοπαθούντων ή των αδικημένων ελλήνων, μια υπερταύτιση με τα στοιχεία και τους πρωταγωνιστές της κρίσης, μια εθνοκεντρική στροφή σε όρους πολιτισμικής προβολής (βλ. *Eurovision*) και ένα πρόδηλο σωματικό αισθησιασμό στην επαναφορά των ριάλιτι εκπομπών (προσωρινής) διασημότητας. Κάπου ανάμεσα και ίσως συνδυάζοντας τις δύο διαθέσεις βρίσκεται η παρακολούθηση τουρκικών σειρών που με κάποιο τρόπο φέρνουν σε σύγκλιση και διαπραγμάτευση παραδοσιακές και μετα-μοντέρνες, εθνικές και υπερεθνικές προβολές της σημερινής κατάστασης.

Σημειώσεις

¹ Το ενδιαφέρον του τηλεοπτικού κοινού για ξένες σειρές μυθοπλασίας επανέρχεται ήδη από τη σεζόν 2004-05, με σημείο αναφοράς την τουρκική σαπουνόπερα *Τα σύνορα της αγάπης*, η οποία καταγράφει τηλεθέαση-ρεκόρ για ξένη σειρά στα χρονικά της Nielsen, της τάξης των 1.800.000 τηλεθεατών

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Aitaki, G. (2017) Domesticating pathogenies, evaluating Change: the eurozone crisis as a 'hot moment' in greek television fiction, *Media, Culture and Society*, 2017

Anderson, C. (2008) Overview: Producing an aristocracy of culture in American Television. Στο G.Edgerton, *The essential HBO reader*, Kentucky, The University Press

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

Ang, I. (1996) *Living Room Wars. Rethinking media audiences for a postmodern world*. Routledge, London, New York

Bennett, J.S. (ed) (2011). *Television as digital media*. Durham, NC: Duke University Press

Kim, M. J. (ed) (2007), *Quality TV. Contemporary American television and beyond*, London, Tauris

Kuipers, G (2006), *Good Humor, Bad Taste: A Sociology of the Joke*, Mouton de Gruyter, Βερολίνο

Kuipers, G. (2011) Cultural globalization as the emergence of a transnational cultural field: Transnational television and national media landscapes in four European countries. *American Behavioral Scientist*, 55:5. σσ. 541-557

McNair, B. (2006) *Cultural Chaos. Journalism, news and power in a globalised world*, Λονδίνο και Ν.Υόρκη, Routledge, 2006

Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία

Βαμβακάς, Β. & Γαζή, Α. (επιμ.) *Αμερικανικές σειρές στην ελληνική τηλεόραση. Δημοφιλής Κουλτούρα και Ψυχοκοινωνική Δυναμική*, Αθήνα, Παπαζήσης

Βούλγαρης, Γ. (2012), Ο ριζοσπαστικός συντηρητισμός του ΣΥΡΙΖΑ, *Τα Νέα*, 8/12/2012

Βώβου, Ι. (2010), «Εισ το όνομα της αλήθειας: η ζωή είναι ένα (τηλε)παιχνίδι». Στο Ι.Βώβου (επιμ.), *Ο κόσμος της τηλεόρασης. Θεωρητικές προσεγγίσεις, ανάλυση προγραμμάτων και ελληνική πραγματικότητα*, Αθήνα: Ηρόδοτος σσ.483-516

Κανέλης, Η. (2010) Λάκης ο λαϊκιστής, *The Books' Journal*, τ.1

Μαδιανού, Μ. (2008) Έθνος, ταυτότητες και τηλεόραση στη σύγχρονη Ελλάδα, *Μελέτη πάνω στη θεωρία της διαμεσολάβησης*, Αθήνα, Πατάκης

McNair, B. (2006β) *Η κουλτούρα του στριπτίζ. Σεξ, μέσα ενημέρωσης και ο εκδημοκρατισμός της επιθυμίας*, Αθήνα, Σαββάλας

Πλειός, Γ. (2010). Ο πολιτισμός των τηλεοπτικών ειδήσεων στο Ι. Βώβου (επιμ.) *Ο κόσμος της τηλεόρασης*, Αθήνα, Ηρόδοτος, σσ.260-262

Σόρογκας, Ε. (2004), *Το φαινόμενο των «ριάλιτι»*, Αθήνα: Καστανιώτης.

Serulchre, S. (2010) Τηλεοπτικές μυθιστορίες: η εποχή της πολυπλοκότητας. Στο Ι. Βώβου, *Ο κόσμος της τηλεόρασης. Θεωρητικές προσεγγίσεις, ανάλυση προγραμμάτων και ελληνική πραγματικότητα*, Αθήνα, Ηρόδοτος, σσ. 453-482

Taguieff, P. (2013). *Ο νέος εθνικολαϊκισμός*, Θεσσαλονίκη, Επίκεντρο

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