

VI. Κεφάλαιο Πέμπτο

Reality shows- Η εποχή της τοξικής φλυαρίας

«Γνήσιος σκοταδισμός δεν είναι το να εμποδίζεις να απλωθεί το αληθινό, το ξεκάθαρο, το χρήσιμο, αλλά το να θέτεις σε κυκλοφορία το κίβδηλο»

Γκαίτε, Επιλογή από τα *Maximen und Reflexionen*, εκδ. Στιγμή

Το είδος των reality shows εμφανίστηκε στην Ελληνική ιδιωτική τηλεόραση στα μέσα περίπου της δεκαετίας του 1990, για να προκαλέσει πλήθος αντιδράσεις, αλλά και να επηρεάσει με τρόπο καταλυτικό το σύνολο σχεδόν του τηλεοπτικού προγράμματος και κυρίως τα δελτία ειδήσεων. Πρόκειται για τα τηλεοπτικά προγράμματα που καταργούν οριστικά πλέον τα όρια μεταξύ δημόσιας και ιδιωτικής σφαίρας, αναδεικνύοντας την ισχυρή θεαματικότητα της δεύτερης.

Η χώρα της οποίας η τηλεόραση είχε πρώτη την έμπνευση να καταφύγει σε αυτό το είδος εκπομπών που αίφνης κάλυψαν πλήθος προβλημάτων, ήταν οι ΗΠΑ. Το κυριότερο εξ αυτών ήταν το οικονομικό, καθώς τα reality shows, οι δημόσιες αυτές εξομολογήσεις προσωπικών υποθέσεων και οι αντιπαραθέσεις έως και γρονθοκοπήματα στο στούντιο οικογενειών και φίλων για ιδιωτικές υποθέσεις, πρόσφερε συναρπαστικό, πρωτότυπο θέαμα με ελάχιστα έξοδα. Ένας ταλαντούχος, κυνικός παρουσιαστής, σκηνικά ευτελή και πρόχειρα, σε ορισμένες περιπτώσεις κοινό στο στούντιο, που να χειροκροτεί ή να αποδοκιμάζει τους καλεσμένους, σε μια πρόχειρη αναπαράσταση αρένας, και τα υπόλοιπα τα αναλάμβαναν οι ίδιοι οι καλεσμένοι.

Το είδος αυτό της τηλεόρασης κατέκλυσε τα αμερικανικά κανάλια από τα μέσα της δεκαετίας του '80 προκαλώντας πλήθος συζητήσεις, εντείνοντας την ανησυχία για τις αξίες του αμερικανικού έθνους που ευτελίζονται στα τηλεοπτικά στούντιο. Για «τοξική τηλεόραση» μιλούν στο βιβλίο τους «Cultural Fallout in the Age of TV Talk shows» οι Vicki Abt και Leonard Mustazza, που εξετάζει πως επηρέασαν τα reality shows την αμερικανική κοινωνία. Οι τηλεοπτικές αυτές συζητήσεις, όπου για πολλούς και διαφορετικούς λόγους, συμπεριλαμβανομένης και της επιθυμίας να εκτεθούν και να εξηγηθούν δημοσίως άνθρωποι αποκλεισμένοι ή με την αίσθηση του αποκλεισμού, κατέληξαν να μετατρέπουν τους ανθρώπους σε θύματα, συμπεραίνουν οι δύο συγγραφείς. Εντέλει είναι η ίδια η αμερικανική κουλτούρα που «θυματοποιείται», υποστηρίζουν, από αυτή την διάλυση των ορίων μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού, μεταξύ διασημότητας και άσημης ζωής, μεταξύ θεραπευτικής ανάλυσης και εξομολόγησης.¹

Το είδος αυτό μεταφέρθηκε ταχύτατα και στην Ελληνική τηλεόραση, όπου οι συνθήκες του ασφυκτικού ανταγωνισμού το ανέδειξαν ως το σημαντικότερο, παραμερίζοντας συχνά και αυτές τις τηλεοπτικές σειρές, που υπήρξαν πάντα αγαπημένες του Ελληνικού κοινού .

Η μία μετά την άλλη προβάλλονται εκπομπές δημόσιων εξομολογήσεων, αυτό το νέο είδος των talk shows, όπου καλεσμένοι δεν είναι πλέον πολιτικοί ή καλλιτέχνες, αλλά άσημοι «της διπλανής πόρτας». Αυτό το τελευταίο ωστόσο είναι παραπλανητικό, καθώς στην πλειονότητά τους οι εκπομπές reality shows φιλοξενούν ακραίες περιπτώσεις ανθρώπων – περιθωριακούς, δυστυχισμένους και αφελείς. Αίφνης, αρχίζουν να έρχονται στο προσκήνιο προσωπικοί καημοί, ιδιωτικά πάθη, επιτρέποντας την θριαμβευτική επικράτηση στην γυάλινη οθόνη του ασήμαντου και του ευκαιριακού.

Η μακρά συζήτηση που είχε ξεκινήσει στις ΗΠΑ, ήδη από την δεκαετία του '70 για το αν η τηλεόραση είναι ένα μέσο επιμόρφωσης και ψυχαγωγίας ή ένα

¹ Vicki Abt, Leonard Mustazza «Cultural Fallout in the Age of the TV show», Bowling Green State University Popular Press, 1997, σελ. 17-19.

μέσο όπου κανείς προβάλλει τον εαυτό του και θέλει κιόλας να τον βλέπει, ξεκίνησε και στην χώρα μας με καθυστέρηση δύο δεκαετιών.

Οι υποστηρικτές των reality shows είπαν πως αποτελούν τον «καθρέφτη» της κοινωνίας, οι πολέμιοι πως πρόκειται για παραμορφωτικό καθρέφτη που μεγεθύνει το ελάττωμα. Πάντως, το είδος των εκπομπών και η ιδιομορφία του λόγου, που γίνεται πιο προσωπικός επηρέασε ακόμη και τις πολιτικές εκπομπές, περισσότερο δε, από όλα τα προγράμματα, τα δελτία ειδήσεων. Η τηλεόραση του τέλους του αιώνα άλλαξε εν τέλει οριστικά την δημόσια σφαίρα.

1) Κατηγορίες και είδη των reality shows

Οφείλουμε να κάνουμε έναν διαχωρισμό των εκπομπών reality shows, καθώς ο όρος σημαίνει μεν την θεαματοποίηση πραγματικών γεγονότων, αλλά αυτό γίνεται με δύο τρόπους. Είτε με την μέθοδο των talk shows, δηλαδή, οι άνθρωποι εκθέτουν τα προβλήματά τους στο στούντιο με την βοήθεια ενός παρουσιαστή που τους διευκολύνει στις εξομολογήσεις, είτε με έναν συνδυασμό «ρεπορτάζ» και talk shows.

Α) Στην πρώτη περίπτωση ανήκουν πλήθος εκπομπών από το «Επιτέλους μαζί» ως το «Μήνυμα ελήφθη» του ANT1 με τον Ανδρέα Μικρούτσικο (1996-2000), μέχρι και τις εκπομπές παντρολογημάτων που εμφανίστηκαν σε μικρά κανάλια, όπου μοναχικοί του περιθωρίου, δυστυχισμένοι και αφελείς, προσπαθούσαν να βρουν ταίρι τηλεοπτικώς, εκθέτοντας το δράμα της μοναξιάς τους. Πρόκειται για εκπομπές που μετατρέπουν σε θέαμα την δυστυχία περιθωριακών ατόμων, εκμεταλλεύονται την αφέλειά τους. Ήταν τα αυθεντικά reality shows, στα σαλονάκια των οποίων διαδραματίστηκαν οικογενειακά δράματα, καβγάδες, ξεσπάθωσαν πληγωμένοι και πίστεψαν πως θα βρουν λύση εξομολογούμενοι τις προσωπικές τους τραγωδίες.

Σαν εκπομπές μάλιστα, που σέβονται την «ψυχαναλυτική» διάστασή τους, συμπεριλαμβάνουν στο πάνελ των «επισήμων» που πλαισιώνουν τον παρουσιαστή, και έναν ψυχολόγο, ο οποίος μετά το ξέσπασμα του

«αναλυόμενου» βγάζει επί τόπου διάγνωση και με την ευκαιρία δίνει μερικές τετριμμένες συμβουλές.

Κάμψη των εκπομπών αυτών παρατηρήθηκε για μικρό διάστημα, την σεζόν 2000-2001, για να επανέλθουν δριμύτερες με τους ίδιους παρουσιαστές την σεζόν 2001-2002, στηρίζοντας ιδίως μικρότερα κανάλια, όπως το Tempo και το Alter, στο να κερδίσουν γρήγορα τηλεθέαση.

Β) Η δεύτερη κατηγορία εκπομπών που επισήμως αυτοαποκαλούνται ενημερωτικές, αλλά πρόκειται για έναν συνδυασμό είδους δημοσιογραφικής έρευνας και προσωπικών εξομολογήσεων καλεσμένων στο στούντιο, και όλα αυτά συνδυάζονται με συζήτηση στο στούντιο με άλλους καλεσμένους, είναι που προκάλεσε και τις μεγαλύτερες παρεξηγήσεις. Ο λόγος είναι ότι προκάλεσε την σύγχυση μεταξύ έρευνας για να αποκαλυφθεί ένα πρόβλημα – π.χ. η διαφθορά στον δημόσιο βίο– και σπύλωσης προσώπων.

Παράδειγμα τέτοιου είδους εκπομπών είναι η «Ζούγκλα» και ο «Κίτρινος Τύπος» του Alpha με παρουσιάστή τον Μάκη Τριανταφυλλόπουλο,² ο οποίος, προκειμένου να υποστηρίξει τις έρευνές του, υιοθέτησε σε πολλές περιπτώσεις μεθόδους αντιδεοντολογικές, όπως κρυφές κάμερες, ανώνυμες μαρτυρίες στο στούντιο κλπ. Υποστηρίζοντάς με πάθος την «διαφάνεια», αλλά εκείνη την εκτυφλωτική διαφάνεια του ελαττώματος, του είδους οι εκπομπές, θα μπορούσαμε να πούμε ότι αποτέλεσαν τον προπομπό για την εποχή της τηλεόρασης του «Μεγάλου Αδελφού», που εμφανίστηκε τον χειμώνα του 2001 στη χώρα μας. Η ανάδειξη του ιδιωτικού σε δημόσιο, η διαφάνεια της

² Οι εκπομπές απέκτησαν μεγάλο κοινό ή αυτό που λέμε «λαϊκό έρεισμα» με τις έρευνες για τα περίφημα «φακελάκια» στους γιατρούς, που ξεκίνησαν με ρεπορτάζ στο δελτίο ειδήσεων του καναλιού, που τότε είχε την επωνυμία SKY – το 1998 άλλαξε οριστικά σε Alpha, αλλάζοντας και ιδιοκτησιακό καθεστώς. Το μεγαλύτερο μέρος των επαγγελματιών που εργάζονταν σε αυτό, ωστόσο, παρέμεινε μαζί με τις εκπομπές τους.

Ήδη από την εποχή εκείνη είχε γίνει εμφανής η περιπτωσιολογική προσέγγιση των σοβαρών θεμάτων και η εξάντλησή τους μετά από μερικές εκπομπές, που έκαναν πρόσκαιρη φασαρία αναφέροντας μάλιστα και συγκεκριμένα ονόματα «ενόχων» με αποτέλεσμα να παρεμβαίνει συχνά και το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης. Οι εκπομπές του είδους στάθηκαν η αφορμή για έναν διάλογο σχετικά με το πώς επηρεάζει το τηλεοπτικό θέαμα την πολιτική και την κοινωνία, προκαλώντας συχνά αντιδράσεις έντονες και βιαστικές υπό την πίεση της φαντασμαγορίας του. Κορυφαία η περίπτωση Σορίν Ματέι τον Νοέμβριο του 1998, που αποκάλυψε την βίαιη παρέμβαση του τηλεοπτικού θεάματος στα κενά της λειτουργίας των θεσμών, με μοιραία αποτελέσματα.

ιδιωτικής ζωής, η προβολή της λεπτομέρειας και της προσωπικής περίπτωσης σε βάρος της συνολικής, εξαντλητικής προσέγγισης ενός προβλήματος, έγιναν με τρόπο βίαιο και προκαλώντας συχνά τριγμούς στη δημόσια και πολιτική ζωή της χώρας μας, κυρίως με τις δύο αυτές εκπομπές.

Η λατρεία της κάμερας ως μέσου που υπόσχεται (υποτίθεται) την «καθαρότητα», την απόλυτη διαφάνεια οδήγησε τις εκπομπές αυτές σε πουριτανικούς παροξυσμούς, με αποκορύφωμα παραμονές των εκλογών του 2000 την αποκάλυψη υποτιθέμενων ροζ σκανδάλων, με αήθεις έρευνες για τις ερωτικές επιλογές ορισμένων μαιτρ της Ελληνικής υψηλής ραπτικής, ενός ποπ ειδώλου, και ενός στελέχους πολιτικού κόμματος. Η εκπομπή έφτασε στο σημείο να προβάλλει ιδιωτικό βίντεο με σεξουαλική συνέντευξη του ποπ καλλιτέχνη με πολύ νεαρά δεσποινίδα, ανήλικη κατά το ρεπορτάζ, γεγονός που σύμφωνα με τον νόμο στοιχειοθετεί έγκλημα.

Το βίντεο-τσόντα, καθώς και μία σειρά καταγγελιών από πρόσωπα άγνωστα – δύο εξ αυτών συνελήφθησαν αργότερα για εκβιασμούς και άλλα αδικήματα – ότι εξαναγκάστηκαν σε ερωτική συνέντευξη με διάσημους Έλληνες μόδιστρους, οι οποίοι αίφνης καταγγέλλονταν για τις ερωτικές προτιμήσεις τους, προκάλεσε την παρέμβαση δικαιοσύνης και Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης.

Η ακραία κανιβαλική αυτή τηλεόραση, που στο όνομα μιας πουριτανικής καθαρότητας³ μετέτρεψε το τηλεοπτικό κοινό σε καταναλωτές αθλιότητων έφτασε ωστόσο σε εξαιρετικά ποσοστά τηλεθέασης. Το γεγονός αυτό την

³Jean Baudrillard, Η Διαφάνεια του Κακού, Αθήνα, εκδ. Εξάντας-Νήματα, σελ.55, «Ένα είδος λευχαιμίας έχει κυριέψει τις κοινωνίες μας, ένα είδος διάλυσης της αρνητικότητας μέσα σε μια συνεχή μετάγχιση ευφορίας. Ούτε η Επανάσταση, ούτε η φιλοσοφία του διαφωτισμού, ούτε η κριτική ουτοπία εκπληρώθηκαν μέσα σε ένα ξεπέρασμα των αντιφάσεων. Και αν τα προβλήματα επιλύθηκαν, αυτό έγινε χάρη στη ρήξη του αρνητικού ισοζυγίου, χάρη στη διασπορά των καταραμένων ενεργειών στο νήμα μιας προσομοίωσης ολοκληρωτικά αφιερωμένης στη θετικότητα και στη γεγονότητα, χάρη στην εγκαθίδρυση μιας οριστικής διαφάνειας. Η κατάσταση θυμίζει κάπως τον άνθρωπο που χάνει την σκιά του: είτε γίνεται διάφανος στο φως που τον διαπερνά, είτε φωτίζεται απ' όλες τις μορφές, υπερεκτεθειμένος, χωρίς άμυνες σε όλες τις πηγές φωτός. Φωτιζόμαστε έτσι από όλες τις μορφές, από τις τεχνικές, τις εικόνες, την πληροφόρηση, χωρίς να μπορούμε να διαθλάσουμε αυτό το φως, και είμαστε καταδικασμένοι σε μια λευκή δραστηριότητα, σε μια λευκή κοινωνικότητα, στη λεύκανση των σωμάτων όπως και του χρήματος, του εγκεφάλου και της μνήμης, σε μια πλήρη ασηψία.»

καθιέρωσε σε κυρίαρχη τηλεόραση, σε σημείο που να αναμεταδίδονται οι «αποκαλύψεις» των ιδιωτικών αυτών υποθέσεων και οι καταγγελίες και από τα δελτία ειδήσεων. Ο θόρυβος ήταν τέτοιος ώστε ο δημόσιος διάλογος της εποχής βάφτηκε «ροζ».

Παραμονές εκλογών (του 2000), την τηλεοπτική επικαιρότητα καταλάμβανε, αντί των συνηθισμένων αντιπαραθέσεων μεταξύ των πολιτικών χώρων, η σκανδαλογία.⁴

Φυσικά, δεν είναι το μέσον υπόλογο για την αξιοποίησή του με αυτό τον τρόπο. Η ευθύνη ανήκει στον εμπορικό κυνισμό των τηλεοπτικών επιχειρήσεων, που μετέτρεψε την συσκευή της τηλεόρασης σε συσκευή αφαίμαξης της σφαίρας του προσωπικού, του ιδιωτικού, για να το αποδώσει κατόπιν σαν καταναλωτική λιχουδιά δημοσίου ενδιαφέροντος.

⁴ Το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης παρενέβη ζητώντας τις κασέτες της εκπομπής με το βίντεο-τσόντα και κατέληξε στην επιβολή κυρώσεων στο κανάλι για την μορφή της προβολής του θέματος.

VII. Κεφάλαιο Έκτο

Το πνεύμα των reality shows

Παράδειγμα: Το «Πορτραίτο» του Ευάγγελου
Γιαννόπουλου (Εκπομπή: Ενώπιος Ενωπίω)

Η εκπομπή προβάλλεται την εποχή που ο Ευάγγελος Γιαννόπουλος είναι υπουργός Δικαιοσύνης. Πρόκειται για ένα αιογραφικό πορτραίτο, το οποίο διαπνέεται από τις αρχές της τηλεόρασης της εποχής, δηλαδή τον «ειλικρινή λόγο», τον «αποκαλυπτικό λόγο». Παράλληλα η εκπομπή είναι χωρισμένη σε επί μέρους «επεισόδια» το καθένα για κάθε περίοδο της ζωής του καλεσμένου πολιτικού, ενώ το σενάριο αποπνέει τις αξίες του κοινού στο οποίο απευθύνεται, δηλαδή του αγωνιστή της δημοκρατίας, του ασυμβίβαστου και κυρίως της «αυθεντικής προσωπικότητας».

Χατζηνικολάου: Να κάνουμε στην μάλιστα τα προβλήματα της εποχής και να μιλήσουμε για τον άνθρωπο Ευάγγελο Γιαννόπουλο.

(προβάλλεται βίντεο με το βιογραφικό του καλεσμένου, πλάνα από την περιοχή που γεννήθηκε και μεγάλωσε, από στιγμές της καριέρας του και κυρίως της πολιτικής του πορείας)

Χατζηνικολάου: Πριν πάμε στην απαρίθμηση των σελίδων της προσωπικής σας ιστορίας να αποκαλύψουμε το προσωπικό σας καταφύγιο.

(δεύτερο βίντεο με ρεπορτάζ από το κτήμα του υπουργού έξω από την Κόρινθο. Ο φακός τον παρακολουθεί να δείχνει τις τοματιές, τα λάχανα και τις κληματαριές, να μπαίνει στο κοτέτσι και να βγαίνει με φρέσκα αυγά, ενώ ξεναγεί υποτίθεται την κάμερα-θεατή στο κτήμα με τα πάμπολλα κατοικίδια)

Χατζ: Θέλω με το χέρι στην καρδιά μια ειλικρινή απάντηση. Θα θέλατε να ζείτε πέντε ημέρες εκεί και μόνο το σαββατοκύριακο στην Αθήνα για να διεκπεραιώσετε ορισμένες υποθέσεις;

Γιανν: Και νάθελα δεν μπορώ. Υπάρχουν λαϊκά προβλήματα που πρέπει να ασχοληθώ. Από 10 χρονών παιδί με απασχολούν τα προβλήματα του λαού. Γι αυτό και μπήκα στη νεολαία Παπαναστασίου.

Χατζ: Θα ήθελα να σταθώ στο ξεκίνημα της πολιτικής σας πορείας. Ένας πολιτικός στην ηλικία των 80 ετών, με τέτοια διαδρομή στην πολιτική σκηνή, ένα πρύτανης πλέον της πολιτικής, πως αντέχει και έχει ένα τέτοιο γεμάτο καθημερινό πρόγραμμα που ακόμη και έναν 35ρη πολιτικό θα εξόντωνε; Αισθάνεστε μια εσωτερική δύναμη;

Γιανν: Σκαρί, γερό σκαρί, γερό κόκαλο που λένε. Δεν ξέρω, αλλά δεν ένοιωσα ποτέ την ανάγκη της ξεκούρασης.

Χατζ: Δεν είπατε ποτέ ότι σήμερα δεν θέλω να κάνω τίποτε;

Γιανν: Όχι, δεν το σκέφτηκα ποτέ. Μου αρέσει να κινούμε, να πηγαίνω στο υπουργείο, να κάνω δουλειά και μετά σε επισκέψεις, όπου με καλούν, σε ομιλίες, σε εκδηλώσεις για το κόμμα.

Χατζ: Την σκέψη να τα βροντήζετε ποτέ την κάνατε;

Γιανν: Όχι, από μικρό παιδί πήγαινα παντού και στο θέατρο και σε καλλιτεχνικές εκδηλώσεις και στο μποξ τότε που πηγαίναμε και το βράδυ σε νυχτερινό σχολείο για να τελειώσω και να σπουδάσω.

Χατζ: Στο σπίτι τα οικονομικά πως ήταν;

Γιανν: Ένα από τα καλύτερα σπίτια του χωριού ήταν.

Χατζ: Τι δουλειά έκανε ο πατέρας;

Γιανν: Και γεωργός ήταν και μαραγκός, όλα για να τα φέρει βόλτα. Ήταν δύσκολα, πέθανε και η μητέρα μου όταν ήμουν 10 χρονών και από τότε βοηθούσα τον πατέρα μου.

Χατζ: Από 10 χρονών εργάζεστε;

Γιανν: Χρειάστηκε να με κρατήσει ο πατέρας όταν τέλειωσα το Σχολαρχείο, για 2 χρόνια να τον βοηθήσω.

Χατζ: Τι μαθητής είσατε μέτριος, καλός;

Γιανν: Πάντα πρώτος, αστέρι. Και όταν φώναζαν τα ονόματά μας για την παρέλαση, με φώναζαν να συνοδεύσω την σημαία, όπως τότε οι άριστοι μαθητές. Και στα μαθηματικά 20 είχα και στα Αρχαία 20...

Χατζ: Και διαγωγή καλή; Γιατί στη Βουλή είστε από τους άτακτους.

Γιανν: Ποτέ δεν επιτέθηκα πρώτος σε κανένα. Δεν συκοφάντησα κανένα. Τόχουν πάρει όλοι τώρα και λένε ο Γιαννόπουλος βρίζει. Απαντώ μόνο όταν μου επιτίθενται. Θυμώνω και με τους δικούς μας καμιά φορά. Προχθές στη Βουλή άκουγα κάποιον της Νέας Δημοκρατίας να λει για διαπλεκόμενα και για μίζες. Πετάγομαι επάνω, ήταν 4 – 5 δικοί μας βουλευτές, δεν άκουγαν, λέω τι πράγματα είναι αυτά, να μας λένε για μίζες. Παίρνω την άλλη μέρα τα πρακτικά και βλέπω μας έλεγε κυβέρνηση της μίζας, επέπληξα και τον πρόεδρο της Βουλής, που έπρεπε να διακόψει την συνεδρίαση, δεν επιτρέπεται να μας λένε τέτοια πράγματα, ότι είμαστε η κυβέρνηση της μίζας.

Χατζ: Βγάζετε «κόκκινη κάρτα» σε ορισμένους και σε δημοσιογράφους.

Γιανν: Ναι, και σε σας έχω βγάλει.

Χατζ: (γέλια) Ναι, αλλά εγώ εξέτισα γρήγορα την ποινή. Αλλά ποιος είναι ο λόγος της «κόκκινης κάρτας», πότε την βγάζετε;

Γιανν: Ο διάλογος, η δημοκρατική διαδικασία του διαλόγου, όταν δεν τηρείται η διαδικασία, η δημοσιογραφική δεοντολογία.

....

Χατζ: Πως καταφέρνετε και είστε αγαπητός στον καλλιτεχνικό χώρο;

(Βίντεο με δηλώσεις καλλιτεχνών για το πρόσωπο του Ευάγγελου Γιαννόπουλου. Μιλούν (φίρμες της σοουμπίζνες) ο Σπύρος Παπαδόπουλος, που τον χαρακτηρίζει έφηβο στην ψυχή και αυθεντικό, η Βάνα Μπάρμπα που τον χαρακτηρίζει μοντέρνο και της αρέσει που την αποκαλεί «Μπάρμπαρα», ο Πέτρος Φιλιππίδης που λει πως είναι άνθρωπος με καθαρή ψυχή και μυαλό και ο τραγουδιστής Λευτέρης Πανταζής που τον αποκαλεί λαϊκό ήρωα της εποχής, γιατί κατεβαίνει στο λαό ...)

Χατζ: Σαν μαγεμένοι μιλούν. Σαν πληρωμένη διαφήμιση ήταν το βίντεο. Πως έχετε αναπτύξει τέτοια σχέση; Που βρίσκετε το χρόνο και πάτε και στο θέατρο, στις γκαλερί, στα μαγαζιά που τραγουδούν όλοι αυτοί ...

Γιανν: Στα μαγαζιά πάω όταν με καλούν.

Χατζ: Το λει γιατί υπάρχει εκείνη η ιστορία που τα αποκαλέσατε «πολιτιστικά κέντρα»

Γιανν: Με ενόχλησε τότε που τα είπαν «σκυλάδικα». Εγώ όσες φορές βγήκα είδα χιλιάδες νέους να χορεύουν εκεί και να διασκεδάζουν και να σηκώνονται επάνω στο τσιφτετέλι και να γλεντούν. Στη Θεσσαλονίκη άλλωστε έχουμε τα καλύτερα μαγαζιά όλης της Ευρώπης, μεγάλα ωραία μαγαζιά, τα μεγαλύτερα, που χωράνε και δύο και τρεις χιλιάδες κόσμο και είναι γεμάτα και διασκεδάζει ο κόσμος.

Χατζ: Ναι, αλλά μερικά είναι σκυλάδικα...

Γιανν: Δεν είναι σκυλάδικα...

Χατζ: Οι γαρδένιες και τα τσιφτετέλια και αυτά δεν είναι σκυλάδικα; Είναι πολιτισμός;

Γιανν: Εγώ δεν είπα ότι αυτά είναι πολιτισμός. Εγώ είπα ότι η μουσική παράγει πολιτισμό. Και σε αυτά τα κέντρα ακούγεται μουσική.

....

Β' Μέρος

(ξεκινάει με βίντεο, όπου συνεργάτες του πολιτικού λένε τις πιστεύουν για αυτόν και τι θυμούνται από την συνεργασία τους μαζί του).

Χατζ: Δύο συγκινητικές στιγμές στη ζωή σας επισήμαναν οι συνεργάτες σας: όταν έφυγε από τη ζωή ο Ανδρέας Παπανδρέου και η δεύτερη, όταν γεννήθηκε το εγγονάκι σας. Μιλήστε μας για αυτές. Για τον Ανδρέα Παπανδρέου. Τι νιώθατε για αυτόν.

Γιανν: Είχα ευγνωμοσύνη...

Χατζ: Είχατε και άσχημες στιγμές στη σχέση σας όμως...

Γιανν: Ναι, τρεις-τέσσερις φορές τα βρόντηξα. Με πήρε μια φορά τηλέφωνο. «Κάτσε Βαγγέλη», μου είπε. «Δεν μπορώ. Δεν μπορώ.» του απάντησα, αφού δεν μπορούσα. Μια φορά που τα βρόντηξα ήταν μετά την προεδρία της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, που τα είχαμε πάει θαυμάσια, είχα δουλέψει πολύ ως υπουργός Εργασίας, όλοι είχαν επαίνους, γύρισα πίσω, κουβέντα για μένα. Λεω στο Υπουργικό Συμβούλιο ότι πρέπει να εφαρμόσουμε αυτά που είπαμε και δεσμευτήκαμε και ότι είδαμε τα λάθη μας μετά από 8 χρόνια διακυβέρνησης και πρέπει να πάμε μπροστά. Όχι, πήγαιναν πίσω. Πάλι από την αρχή. Παραιτήθηκα κι εγώ.

Χαζή: Ήταν όμως και άλλες στιγμές, που δεν μιλούσατε κιόλας...

Γιανν: Μετά όταν άρχισε η παραεξουσία και η παρακυβέρνηση με την κ. Λιάνη. Δεν μπορούσα να μην φύγω. Και διέσωσα έτσι και το ΠΑΣΟΚ.

Χατζ: Λένε πως σας έπαιρνε τηλέφωνο και μιλούσατε όμως, κρυφά τότε. Λένε και μια ιστορία, δεν ξέρω αν είναι αληθινή, πως κάποτε σας πήρε από το μπάνιο τηλέφωνο για να μην ακουστεί.

Γιανν: Όχι, δεν είναι έτσι ακριβώς. Μιλούσαμε στο τηλέφωνο και ξαφνικά μου λει «Πρέπει να σε κλείσω γρήγορα, γιατί έρχεται αυτή (σ.σ. Δήμητρα Λιάνη-Παπανδρέου). Και τότε σκέφτηκα μέσα μου κι εγώ «Ε, ρε τι τραβάς κι εσύ ταλαίπωρε!»

....

(Βίντεο με ρεπορτάζ δρόμου. Οι απόψεις δίστανται. Άλλοι μιλούν με θαυμασμό, άλλοι τον χαρακτηρίζουν γραφικό ή με υπερβολικές αντιδράσεις, πιστό στον αρχηγό του).

Χατζ: Είναι γεγονός ότι οι πολιτικοί σας αντίπαλοι έχουν έντονες αντιθέσεις. Υπάρχει πόλωση...

Γιανν: Όχι, αλλά απαντά πάντα στα στραβά.

Χατζ: Και τώρα θέλω να έρθω σε κάτι που θα σας γλυκάνει. Στον παππού Ευάγγελο Γιαννόπουλο...

Κλπ., κλπ., κλπ.

Όπως κι αν εξελίχθηκαν, τα talk shows παρέμειναν ο θρίαμβος της προσωπικότητας, ακόμη και όταν άρχισαν να διεκδικούν την θεματολογία τους προς κοινωνικά θέματα, για να καταλήξουν στο νέο είδος τηλεόρασης, αυτό της έκθεσης του προσωπικού, του ιδιωτικού, επηρεάζοντας το ύφος του δημόσιου λόγου, αλλά και όλες τις τηλεοπτικές εκπομπές, ακόμη και τα δελτία ειδήσεων.

Είναι η εποχή που ξεκινάει πλέον και στη χώρα μας η τηλεόραση ως μέσο ηδονοβλεψίας (voyeurism), σε μέσο εξιστόρησης οικογενειακών τραγωδιών ή άλλων δραμάτων, τα οποία συχνά κατέληγαν και σε αληθινούς καβγάδες στο στούντιο. Τα σαλονάκια των talk shows εξελίχθηκαν σε αληθινές αρένες, απ' όπου μπορούσαν να παρελάσουν κάθε είδους χτυπημένοι, δυστυχημένοι,

άνθρωποι με εμμονές, υποστηρικτές περιθωριακών αντιλήψεων, οτιδήποτε αρκεί να ήταν αρκετά θεαματικοί και έτοιμοι για όλα.¹ Ο δημόσιος λόγος αλλάζει, γίνεται προσωπικός και μαζί η πολιτική. Σαν να χάνεται ο συλλογικός χαρακτήρας των μηνυμάτων της, που γίνονται προσωπικά. Αρχίζουν πλέον να έχουν σημασία τα άτομα και τα γοητευτικά ή μη χαρακτηριστικά τους, και όχι οι απόψεις τους.²

Αν τα πρώτα talk shows είχαν ως χαρακτηριστικό την «ρεαλιστική ηθοποιία» του παρουσιαστή τους, όπως τουλάχιστον υποστηρίζει ο Brian G. Rose (1986), το στυλ παρουσίασης που είχαν υιοθετήσει οι πρώτοι σταρ-παρουσιαστές – π.χ. Johnny Carson – τα talk shows του τέλους της δεκαετίας του '90 χαρακτηρίζονται από την «ρεαλιστική ηθοποιία» των καλεσμένων τους.³ Η

¹ Eric Hobsbawm, Στους ορίζοντες του 20^{ου} αιώνα- Συνομιλία με τον Antonio Polito, εκδ. Θεμέλιο, Αθήνα, 2000, σελ. 131, «Κατά μία έννοια τα ΜΜΕ δεν πιστεύουν πως υπάρχει κοινωνία, αλλά μόνον άτομα. Εγκαθιστούν μία άμεση σχέση με κάθε άτομο από σπίτι σε σπίτι... Φοβάμαι ότι όσο η πολιτική αποπολιτικοποιείται τόσο θα διαβρώνεται η δημοκρατική διαδικασία. Η πολιτική γίνεται κάτι που κυριαρχείται από μειοψηφίες και, όπως στην Ιταλία, καταλήγει να θεωρείται ότι δεν έχει και πολύ σχέση με την πραγματική ζωή του λαού»

² Βλ. Κεφάλαια «Αλλαγή της δημόσιας σφαίρας» και «Reality shows, η επικράτηση»

³ Η ιδέα να γίνουμε «θεατές» της ζωής δεν είναι ωστόσο καινούργια, δεν γεννήθηκε στον 20^ο αιώνα και χάρη στην τηλεόραση. Είναι ενδιαφέρουσα η αναφορά των Abt και Mustazza (1997) στην εποχή που άνθισε το αρχαίο Ελληνικό δράμα στην Αθήνα του 5^{ου} π. Χ. Αιώνα. Την εποχή εκείνη ήταν συναρπαστικό για τους ανθρώπους να παίζουν τους «ωτακουστές», να «στήνουν αυτό» στα δράματα των γειτόνων τους, να ακούν τις διαδραματίζεται πίσω από τείχους και κλειστές πόρτες. Τέτοιες καταστάσεις υποτίθεται ότι αποτελούσαν την έμπνευση για σπουδαία έργα. Δύο αιώνες αργότερα, όταν οι Ρωμαίοι υιοθέτησαν αυτή τη μορφή διασκέδασης, οι θεατές είχαν αρχίσει ήδη να κουράζονται να ζητούν όλο και περισσότερο θέαμα που να αντιστοιχεί στα χρήματά τους. «Όπως η σύγχρονη Αμερική έτσι και η Ρώμη υπήρξε ένας τεχνικός πολιτισμός, όπου άνθισαν οι υλικές κατασκευές και όχι τα συμβολικά προϊόντος της τέχνης του λόγου. Η κωμωδία ηθών έδωσε τη θέση της στην φάρσα και η υπαινισσόμενη βία της αρχαιοελληνικής τραγωδίας αντικαταστάθηκε από τον λαϊκό συναισθηματισμό του Σενέκα σε έργα εκδίκησης, που έβριθαν σκηνών με αίμα και βία. Σταδιακά η προτίμηση για τη βία και το αίμα ως είδος διασκέδασης ξέφυγε από τα θεατρικά όρια για να βρει ανταπόκριση και να περιληφθεί στις αρένες με τους μονομάχους και τις δημόσιες εκτελέσεις στο Κολοσσαίο. Τι κι αν άνθρωποι πέθαιναν σε αυτό το θέατρο της βίας. Οι θεατές επιθυμούσαν αυτή τη μορφή της διασκέδασης.» Προφανώς, προσθέτουν στην ανάλυσή τους οι Abt και Moustazza, αυτού του είδους η άγρια διασκέδαση, που ξυπνούσε τα ένστικτα και κοίμιζε την σκέψη, εξυπηρετούσε την πολιτική, καθώς οι άρχοντες προτιμούσαν να εκτονώνουν οι πολίτες την ένταση και τις αντιθέσεις τους σε αυτές τις διασκεδάσεις και να ξεχνούν τα πραγματικά οικονομικά προβλήματα της εποχής. Πάντως, αυτά τα θεάματα της καταστροφής ανταποκρίνονται στην εποχή της παρακμής και της πτώσης του κλασικού πολιτισμού. Κάτι ανάλογο με την μορφή, την αίσθηση και τις προδιαγραφές αυτών των θεαμάτων και την ανταπόκρισή τους στο κοινό είναι και αυτό που συνέβη στην εποχή της αμερικανικής τηλεόρασης. Η διαφορά έγκειται στην τεχνολογία της τηλεόρασης που έκανε δυνατό να συμβεί σε δύο δεκαετίες αυτό που συνέβη στην αρχαία εποχή σε δύο αιώνες. Από την δεκαετία του '40 που άρχισε να λειτουργεί η τηλεόραση με την ραγδαία ανάπτυξη της

ατμόσφαιρα όπως διαμορφώνεται από την τηλεόραση που αναδεικνύει τις ιδιωτικές υποθέσεις σε δημόσιες, παραλληλίζεται από πολλούς με εκείνη της αρχαίας Ρώμης την εποχή της πτώσης και της παρακμής.

Ίσως δεν είναι τυχαίο ότι τα προγράμματα αυτά εμφανίστηκαν στην τηλεόραση και είχαν τόσο μεγάλη επιτυχία στο μεταίχμιο μιας εποχής στην οποία κορυφώθηκε το άγχος της μαζικότητας, δηλαδή η εξαφάνιση της προσωπικότητας σε έναν κόσμο όπου το άτομο μετατράπηκε σε μονάδα μέτρησης σε δημοσκοπήσεις ή μετρήσεις τηλεθέασης.

Πολύ περισσότερο όταν πλέον στη δεκαετία του 1990, η απομόνωση ενισχύεται από τον νέο άνθρωπο των κομπιούτερ, που πλέον απομονωμένος διαπραγματεύεται με την οθόνη του και όχι απ' ευθείας με ένα κοινωνικό περιβάλλον. Το μέλλον δείχνει να βουλιάζει σε ένα τεχνολογικό πεδίο ανθρώπινης α-προσωπίας.

Αυτά τα τηλεοπτικά προγράμματα, όπου πλέον συνωστίζονται οι άνθρωποι για να αυτοεκτεθούν, για να πυρπολήσουν τους εαυτούς τους μπροστά στους τηλεοπτικούς φακούς, με την ελπίδα ότι θα κερδίσουν την προσοχή των συνανθρώπων τους, δεν είναι παρά οι σπασμοί της απόλυτης κενότητας, η οποία απλώνεται διαρκώς στον κοινωνικό και πολιτικό χώρο. Μια κενότητα που αποζητάει την πλήρωσή της με την αναζήτηση της ορατότητας του προσωπικού, του ιδιωτικού, μετατρέποντας τους ανθρώπους σε «ηθοποιούς χωρίς τέχνη» και την κοινωνία σε ένα πεδίο όπου οι ανθρώπινες σχέσεις κατανοούνται αφηρημένα με δραματικούς όρους. Οι μεταβολές στο νόημα της έκφρασης επήλθαν ως επακόλουθο των μεταβολών στη δημόσια ταυτότητα, όπως υποστηρίζει ο Ρίτσαρντ Σένετ (1999), αναλύοντας τις κοινωνίες της οικειότητας, στις οποίες η αναπαράσταση των συγκινησιακών καταστάσεων εξαρτά την ουσία ενός συναισθήματος από το ποιος την προβάλλει...⁴

τεχνολογίας, την αύξηση των καναλιών, των συσκευών και της μαζικής παραγωγής άλλαξε ριζικά και ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι ενημερώνονται, λαμβάνουν πληροφορίες και διασκεδάζουν.

⁴ Ρίτσαρντ Σένετ, 1999, σελ 394-397: «Η αναπαράσταση του τι μου συμβαίνει σε κάποιον άλλο είναι ιδιοσυγκρασιακή. Όταν αναφέρετε σε κάποιον για έναν θάνατο στην οικογένεια, όσο πιο πολύ βλέπει αυτός τι σας έκανε να αισθανθείτε ο θάνατος, τόσο πιο έντονο του

Με αυτή την έννοια, η ίδια διαδικασία θα λέγαμε ότι ακολουθήθηκε επηρεάζοντας και διαμορφώνοντας αναλόγως και τον πολιτισμό της εποχής των reality shows, μετατοπίζοντας το δημόσιο ενδιαφέρον προς την ιδέα της προσωπικότητας. Ωστόσο, η λειτουργία της τηλεόρασης σε άμεση σχέση με το οικονομικό κέρδος κάθε άλλο παρά απελευθέρωσε την ανθρώπινη προσωπικότητα, φυλακίζοντάς την στους στενούς ορίζοντες μοκροεπιδιώξεων, απελευθερώνοντας και καλλιεργώντας τις επιδειξιμανείς τάσεις τους.

Η τηλεοπτική μας ενημέρωση, είτε δελτίο ειδήσεων είτε talk shows, χαρακτηρίστηκε, καθ' όλη τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990 –και ιδίως τα τελευταία χρόνια του αιώνα με τον εντεινόμενο ανταγωνισμό λόγω της μόνιμης κατάστασης ημιπαρανομίας– από ένα είδος στρες του σουξέ. Σύρθηκε ως την απόλυτη ελαφρότητα για να κερδίσει εκείνο το σιωπηρό, πολυπόθητο και θεοποιημένο «μεγάλο κοινό» και εν τέλει αυτοκαταργήθηκε μέσα σε σπασμούς αγωνίας για τα ποσοστά τηλεθέασης.

Αυτό που συμβαίνει σταδιακά είναι να κυριαρχεί η καλλιτεχνικο-κουτσομπολίστικη «επικαιρότητα» και από αυτή να αλιεύουν καλεσμένους τα talk shows, ακόμη και εκείνα των οποίων οι παρουσιαστές έκαναν καριέρα επιλέγοντας συνήθως πολιτικά θέματα. Σταρ του σινεμά ή των εξώφυλλων και της σόου μπίζνες, τραγουδίστριες κλπ, προτιμώνται επειδή εξασφαλίζουν τουλάχιστον τηλεθέαση, ενώ αν ασχοληθούν εκπομπές με την πολιτική αυτό γίνεται υπό την πίεση συγκυριών, όπως οι σεισμοί, το ναυάγιο του Σάμινα, η τρομοκρατία, η πρωτοφανής κακοκαιρία τον Ιανουάριο του 2002. Και αυτό επειδή η ένταση της στιγμής προσφέρεται για θεαματικές κόντρες και σκληρές αντιπαραθέσεις μεταξύ κυβέρνησης και αντιπολίτευσης.

Για παράδειγμα, ενώ η επικαιρότητα κατά το δίμηνο Δεκεμβρίου 2001 και Ιανουαρίου 2002 πρόσφερε θέματα «καυτά» για το κοινό, όπως προβλήματα στα νοσοκομεία και το σύστημα υγείας, ασφαλιστικό, απειλή για την δημόσια υγεία από μη ελεγχόμενες κρεαταγορές, αλλαγές στη βαθμολογία των πανελλαδικών εξετάσεων, την ίδια εποχή τα talk shows φλερτάρουν με

γίνεται το συμβάν καθ' εαυτό. Υπήρξε μια μετατόπιση από την πίστη στην ανθρώπινη φύση στην πίστη στις ανθρώπινες σχέσεις, μια μετατόπιση από την ιδέα του φυσικού χαρακτήρα στην ιδέα της προσωπικότητας».

πρόσωπα της τηλεοπτικής και καλλιτεχνικής επικαιρότητας: το «Ενώπιος Ενωπίω», με τον Νίκο Χατζηνικολάου παρουσιάζει την Άννα Βίτση, με την ευκαιρία της όπερας «Μάλα» που ανεβάζει, τον Λάκη Λαζόπουλο και τον Γιώργο Κωνσταντίνου με την ευκαιρία της θεατρικής τους συνεργασίας, την Νόνικα Γαληνέα. Η Έλλη Στάη στο δικό της talk shows στον ANT1 καλεί τους δημιουργούς της σατιρικής εκπομπής A.M.A.N. του καναλιού, τον επιχειρηματία Θωμά Λιακουνάκο που έρχεται στην επικαιρότητα με την πρότασή του για αγορά της Ολυμπιακής, την οποία εντέλει αποσύρει, αλλά ασχολείται και με τις εκλογές των μητροπολιτών, καθώς τα εκκλησιαστικά θέματα γίνονται προσφιλή προσφέροντας ίντριγκες και αντιπαραθέσεις. Ο Μανώλης Καψής στο «Talk shows» του Alpha, καλεί τον Μάκη Τριανταφυλλόπουλο παρουσιαστή εκπομπών του καναλιού, την Έλενα Ακρίτα, παρουσιάστρια του τηλεπαιχνιδιού «Αδύναμος Κρίκος» στο Mega, την παλαιά ηθοποιό Ελένη Ερήμου, την ηθοποιό και σεξ σύμπολ Βάνα Μπάρμπα, που βρίσκεται στην επικαιρότητα λόγω της εγκυμοσύνης της, την τραγουδίστρια Άντζελα Δημητρίου. Στην «Ανατροπή» του Mega ο Γιάννης Πρετεντέρης καλεί τον Ανδρέα Μικρούτσικο ως παρουσιαστή του τηλεπαιχνιδιού-φαινόμενο «Μεγάλος Αδελφός», ασχολείται με την δίκη του Ειδικού Δικαστηρίου το 1990, με το ταξίδι του Κώστα Σημίτη στον Λευκό Οίκο στις 10 Ιανουαρίου του 2002, καλεί τον λαϊκό τραγουδιστή Αντώνη Ρέμο, τον χρυσό Ολυμπιονίκη Κώστα Κεντέρη κλπ.

Τα παραδείγματα είναι ενδεικτικά της κατάστασης και αφορούν τα talk shows των μεγάλων καναλιών, γιατί υπάρχουν και πλήθος άλλα στα μικρότερα κανάλια που επιβιώνουν για μια σεζόν, χάνονται, για να επανεμφανιστούν σε άλλο κανάλι. Εκπομπές όπως το «Χωρίς Αναισθητικό» του εκδότη και διευθυντή εφημερίδων Γιώργου Τράγκα, που κατά καιρούς έχει παρουσιάσει έναν συνδυασμό talk shows και βαριετέ στον ANT1 και το Star, προβάλλεται εντέλει από το κανάλι Extra, στο οποίο βρίσκεται σταθερή στέγη και το «Προφίλ» του Πάνου Παναγιωτόπουλου, που μετά από μακρά καριέρα talk showsμαν περνάει στην πολιτική και εκλέγεται βουλευτής με την Νέα Δημοκρατία. Το χαρακτηριστικό των talk shows των μικρών λεγόμενων

καναλιών είναι η έντονη αντιπολιτευτική τους χροιά, η οποία υπηρετείται και από την επιλογή κατάλληλων προσώπων για τα πάνελ.

Πάντως η οθόνη της φλυαρίας και των εντάσεων έχει ως αποτέλεσμα να δημιουργείται μια ψευδαίσθηση αέναου νεότητας στην κοινωνία, με την έννοια της άρνησης να ωριμάσει ο πολίτης. Με την συμβολή του μιντιακού θεάματος καλλιεργήθηκε η ψευδαίσθηση μιας νεανικής ορμής στην αντιμετώπιση προβλημάτων. Προβλήματα όμως, που έφτασαν σε σημείο παροξυσμού τα οποία επίσης δημιούργησε το μιντιακό θέαμα.

Οι αλλεπάλληλες κρίσεις της χώρας από το 1997 μέχρι και το 2002 (υπόθεση Σορίν Ματέι το Φθινόπωρο 1998, η υπόθεση Αντόν Φλαμούρ, του απαγωγέα του λεωφορείου του ΚΤΕΛ, με τραγικά αποτελέσματα, τον Μάιο του 1999, η υπόθεση Οτσαλάν τον χειμώνα του 1999, η σύγκρουση κυβέρνησης και εκκλησία για το θέμα της αναγραφής του θρησκευματος στις ταυτότητες το καλοκαίρι του 2001, το ναυάγιο του «Σάμινα» το φθινόπωρο του 2000, αλλά και η κρίση του Ιανουαρίου του 2002 για την διαφθορά με αφορμή την υπόθεση του παράνομου τζόγου και των μεθόδων που χρησιμοποιήθηκαν για την αποκάλυψή της), όλες προβλήθηκαν από τα μίντια με τον ίδιο ακριβώς τρόπο: ξέσπασαν σαν τυφώνες, προκάλεσαν πανικό, και ο πανικός διογκώθηκε προκαλώντας το ίδιο μαζικό συναίσθημα, όπως ο φόβος απέναντι σε ένα κοινό εχθρό ενώνει όλους σε μια κοινότητα. Ο πανικός γλιτώνει από την σκέψη, είναι σχεδόν λυτρωτικός, είναι φυγή και καταλήγει να γίνεται εθισμός για μια κοινωνία που αναζητεί τα κοινά χαρακτηριστικά των μελών της στις αυθόρμητες, ενστικτώδεις αντιδράσεις τους, μέθοδος που κάθε άλλο παρά εμπιστοσύνη δημιουργεί για την ώριμη συνείδηση του πολίτη που απαιτεί η δημοκρατία.

Ζώντας σε μια εποχή, στην οποία η εικόνα έχει γίνει η επικρατούσα μορφή του δημόσιου λόγου διαγράφοντας όλες τις άλλες μορφές στην δόμηση του νοήματος, αποκτά μέγιστη σημασία η κατανόηση των κοινωνικών σχέσεων και των πολιτικών πράξεων ακριβώς σε αυτό το κυριαρχούμενο από τα μίντια κοινωνικό πεδίο. Αν ο λόγος είναι μια μορφή πράξης, τότε και τα talk shows θα μπορούσαν να θεωρηθούν μια πράξη που δίνει μορφή στην «κοινή γνώμη»,

που κάνει ορατές τις περισσότερες ή έστω τις κυρίαρχες φωνές της κοινωνίας. Μια πράξη επομένως που συνδέεται άμεσα με τις κοινωνικές και πολιτικές συνθήκες σε μια κατάσταση αλληλεπίδρασης, ενώ καθοριστικός παράγοντας είναι ο οικονομικός.

VIII. Κεφάλαιο Έβδομο

Δελτία Ειδήσεων

Η ανεξέλεγκτη απελευθέρωση των συχνοτήτων και κυρίως οι oligopolίες των κυβερνήσεων από το 1989 και για 13 ολόκληρα χρόνια (μέχρι το 2002, όταν ολοκληρώθηκε η παρούσα εργασία) να δώσουν επίσημες άδειες λειτουργίας στα ιδιωτικά κανάλια, έφτασε τον ανταγωνισμό των τηλεοπτικών επιχειρήσεων σε αιματηρές ακρότητες. Το είδος που επηρεάστηκε περισσότερο ήταν τα δελτία ειδήσεων. Κυρίως, γιατί σε αυτά υπήρξαν πιο εμφανείς οι στόχοι των υπευθύνων να πετύχουν υψηλή τηλεθέαση με οποιοδήποτε τίμημα. Και αυτό ήταν συνήθως η ενημέρωση του πολίτη.

Χάρη στο μοντέλο της φαντασμαγορικής infotainment (ένας συνδυασμός πληροφόρησης και διασκέδασης), οι ειδήσεις μπορούσαν να φέρουν υψηλή τηλεθέαση στο κανάλι με σχετικώς μικρότερο κόστος από την παραγωγή ενός σίριαλ, αρκεί να πρόσφεραν ψυχαγωγία. Αυτού του είδους η διασκεδαστική ενημέρωση έκανε σε ορισμένες περιπτώσεις το κανάλι επίκεντρο του ενδιαφέροντος και των συζητήσεων. Και αυτό συνέβαινε είτε με προκλητικά κοινωνικά θέματα, όπως ένα διαζύγιο διασημότητας, είτε με τον τρόπο κάλυψης εγκληματικών ενεργειών, που είχε ακόμη και μοιραία αποτελέσματα. Κορυφαίο παράδειγμα του είδους και σταθμός στην εγχώρια ενημέρωση ήταν η περίπτωση της οδού Νιόβης, που κατέληξε στον θάνατο νεαρής ομήρου από χειροβομβίδα που κρατούσε ο απαγωγές της, όταν οι αστυνομικοί, μέσα σε φορτισμένο από τα τηλεοπτικά συνεργεία και τις απ' ευθείας μεταδόσεις,

μπήκαν βεβιασμένα για να πετύχουν την απελευθέρωση των ομήρων. Το αποτέλεσμα ήταν να ξηλωθεί τότε ολόκληρη η ηγεσία της αστυνομίας.

Ένα ακόμη παράδειγμα ήταν οι καταλήψεις των φυλακών Κορυδαλλού⁵ από τους τροφίμους, που παρουσιάστηκαν σαν φαντασμαγορικό υπερθέαμα, το οποίο αξιοποιήθηκε για να στηλιτευτούν κυβερνητικές ολιγωρίες.

Τα χαρακτηριστικά στοιχεία των τηλεοπτικών δελτίων ειδήσεων, όπως διαμορφώνονται σταδιακά μέσα στη δεκαετία του 1990 για να πάρουν την πλέον ανησυχητική διασκεδαστική μορφή τους στις αρχές του νέου αιώνα, είναι η έμφαση στο επουσιώδες αλλά εντυπωσιακό – π.χ. αντί να προβληθούν οι πολιτικές ενέργειες υπουργών προβάλλονται οι αντιθέσεις και δη οι καβγάδες τους. Τα πρόσθετα στοιχεία, η μουσική υπόκρουση, η μυθιστορηματική αφήγηση, η δραματοποίηση των ρεπορτάζ, η έμφαση στα πρόσωπα και ανάδειξη ιδιωτικών υποθέσεων σε δημοσίου ενδιαφέροντος – π.χ. διαζύγια διασημοτήτων- διευκολύνουν στην υποχώρηση της ενημέρωσης μπροστά στο φαντασμαγορικό, σαπυνοπερικό θέαμα.

Ας δούμε τα πιο σημαντικά θέματα που προβάλλονται από τα δελτία των 8.00 μ.μ. αρχικώς και αργότερα 7.30 μ.μ. (σε ορισμένες περιπτώσεις μετά το 2000 η ώρα έναρξης έφτασε τις 7.15 μ.μ., για να κατέβει ακόμη και στις 6.00 μ.μ., σε μια προσπάθεια να προλάβει το κάθε δελτίο το κοινό λίγο νωρίτερα, θεωρώντας ότι αυτό αποτελεί πλεονέκτημα για την τηλεθέαση). Δύο έρευνες

⁵ Η περίπτωση της οδού Νιόβης υπήρξε από τις σοβαρότερες που αντιμετώπισε η εγχώρια τηλεοπτική ενημέρωση αποκαλύπτοντας την απειρία και την δική της και των αρχών του τόπου. Τον Νοέμβριο του 1998 ένας Ρουμάνος φυγάς ο Σορίν Ματέι αφού κυνηγήθηκε από την αστυνομία, μπήκε σε ένα μικρό διαμέρισμα της οδού Νιόβης και κράτησε εκεί ομήρους την οικογένεια θέτοντας όρους στην αστυνομία. Τα κανάλια έσπευσαν και κυρίως ο Alpha – είχε μόλις μετονομαστεί έτσι από SKY – που κατάφερε να πλησιάσει, ενώ ο παρουσιαστής Νίκος Ευαγγελάτος είχε επικοινωνία με τον ίδιο τον απαγωγέα μεταδίδοντας λεπτό προς λεπτό ολόκληρη την επιχείρηση απ' ευθείας. Η επιχείρηση από αστυνομική μετατράπηκε σε τηλεοπτική, ο Νίκος Ευαγγελάτος ανέλαβε να κάνει τις διαπραγματεύσεις, ενώ την κρίσιμη στιγμή που ήταν έτοιμη να μπει στο διαμέρισμα η αστυνομία και πάλι προηγήθηκαν οι κάμερες με αποτέλεσμα μέσα στη σύγχυση ο κακοποιός να χρησιμοποιήσει τις χειροβομβίδες και να σκοτωθεί η νεαρή, την οποία κρατούσε όμηρο, και να τραυματιστούν ο αρχηγός της αστυνομίας και η συνοδεία του. Το γεγονός είχε αλυσιδωτές αντιδράσεις, καθώς άλλαξε η ηγεσία της αστυνομίας, αλλά παρενέβη και το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης για την συμμετοχή των καναλιών στην εξέλιξη της υπόθεσης και κατέληξε επιβάλλοντας ποινές κυρίως στον τηλεοπτικό σταθμό Alpha. Ωστόσο υπήρξε εξαιρετικά δύσκολο το έργο του στην εφαρμογή των κανόνων, καθώς οι ίδιες οι αρχές και το υπουργείο Τύπου είχαν χρησιμοποιήσει την επαφή του Alpha με τον Σορίν Ματέι, προσπαθώντας να χειριστούν δια της τηλεοράσεως την υπόθεση.

που έγιναν σε διαφορετικά χρονικά διαστήματα, μία την άνοιξη του 1998 και μία το καλοκαίρι του 2001, με παρόμοια αποτελέσματα ως προς το περιεχόμενο και τους στόχους των δελτίων, με διαφορετικούς μόνον διευθυντές, οι οποίοι όμως υπηρετούν το ίδιο ακριβώς μοντέλο, αποδεικνύουν ότι στόχος είναι περισσότερο η καθήλωση του κοινού απ' ό,τι η ενημέρωση. Επίσης αποδεικνύουν ότι το προσωπικό, το ιδιωτικό, το κουτσομπολιό προβάλλονται ως ενημέρωση του κοινού και η ατμόσφαιρα αυτή διαχέεται σε όλα τα ενημερωτικά τηλεοπτικά είδη, τόσο στα δελτία ειδήσεων, όσο και στα talk shows.

Το 1998, συμπληρώνεται περίπου μία δεκαετία λειτουργίας της ιδιωτικής τηλεόρασης και η μάχη των καναλιών μαίνεται ιδιαίτερος σκληρή στον τομέα της ενημέρωσης, γεγονός όμως που ευνοεί την απόλυτη ομοιομορφία του περιεχομένου, καθώς ουδείς τολμάει να πρωτοτυπήσει από φόβο μήπως αυτό του κοστίζει ποσοστά τηλεθέασης.

Στα τρέηλερ που διαφημίζουν τα δελτία προβάλλονται οι πιο εντυπωσιακές ειδήσεις που αφορούν συνήθως εγκλήματα ή διασκεδαστικά στιγμιότυπα από τον πολιτικό χώρο (π.χ. γλέντια υπουργών και βουλευτών που έγιναν πολύ της μόδας κατά την προεκλογική περίοδο του Απριλίου του 2000, και υπήρξαν η πλέον διαδεδομένη μέθοδος για να προκληθούν οι τηλεοπτικές κάμερες και να προβάλλουν, τουλάχιστον την στιγμή της γιορτής, εφόσον οι πολιτικές ιδέες δεν θεωρούνται τηλεοπτικές).

Οι κόντρες των πολιτικών επίσης, οι αντιθέσεις, οι ίντριγκες, οι ομάδες των πέντε, των δέκα, των δεκαπέντε, οι διαφωνούντες, οι «δειπνοσοφιστές»,⁶ οι αθυρόστομοι της Βουλής, οι «μαχητές» των παραθύρων, συνιστούν τους θιάσους των πρωταγωνιστών στα καθημερινά τηλεοπτικά επεισόδια της πολιτικής, που υποδύονται την αντιπαράθεση απόψεων, ενώ στην πραγματικότητα πρόκειται για εναλλαγές διαφόρων ατραξιόν πολιτικών

⁶ Καθιερώθηκε από τις παραμονές του Συνεδρίου του ΠΑΣΟΚ που ανέδειξε πρόεδρο τον Κώστα Σημίτη και μετά το περίφημο γεύμα των τεσσάρων (Βάσω Παπανδρέου, Θόδωρος Πάγκαλος, Κώστας Σημίτης και Παρασκευάς Αυγερινός) τα γεύματα των πολιτικών να αποκτούν πολιτική σημασία. Έκτοτε από τους συνδαιτυμόνες μέχρι και το μενού κάθε φαγοποτίου οργανωμένου από πολιτικό παρουσιάζεται ως πολιτική είδηση.

αντιθέσεων, ενίοτε και απλών καβγάδων.⁷ Συστατικά της δημοκρατίας και αυτά, αλλά η δοσολογία που επιβάλλει η τηλεοπτική σκηνοθεσία και η ομοιομορφία εξαιτίας του ανταγωνισμού δίνει μεγάλη έμφαση στο επεισοδιακό, το φανταχτερό, το δραματοποιημένο, με αποτέλεσμα να καταδυναστεύεται η σκέψη και να αδρανεί φυσικά η κρίση, στοιχείο κάποτε απαραίτητο για τις πολιτικές διεργασίες και για τις πολιτικές επιλογές των ψηφοφόρων.⁸

Η επιμονή των τομέων ενημέρωσης των καναλιών να επιλέγουν τις ειδήσεις με βάση την ψυχαγωγική τους διάσταση είχε εντέλει ως αποτέλεσμα να

⁷Murray Edelman, Η Κατασκευή του Πολιτικού Θεάματος, εκδ. Παπαζήση, σελ 167, Α) «Τα μέσα αποφασίζουν τι αξίζει να μεταδοθεί. Ορισμένοι άνθρωποι και οργανισμοί είναι αποδεκτοί ως «πηγές ειδήσεων» και ορισμένα είδη γεγονότων υποτίθεται ότι κατανοούνται από το γενικό κοινό. Υπάρχει, εν ολίγοις, μια στυλιζαρισμένη άποψη για το τι αποτελεί είδηση: άποψη, η οποία επιτρέπει την διάδοση πολλών πληροφοριών, οι οποίες μικρή μόνον σχέση έχουν με τις μελλοντικές εξελίξεις ή την ποιότητα ζωής και αποκλείουν την διάδοση άλλων που έχουν ζωτική σημασία»

Β) Ο. Λανς Μπένετ, Ειδήσεις-Η Πολιτική των Ψευδαισθήσεων, εκδ. Δρομέας, σελ 173-174, «Οι ειδήσεις, φυσικά, μεγεθύνουν όλους τους παράγοντες που επηρεάζουν την αποδοχή των κανονικοποιημένων πολιτικών μηνυμάτων. Πρώτον, δίνοντας έμφαση στο στυλ σε βάρος του περιεχομένου, οι ειδήσεις μεγαλοποιούν το δράμα και τη σαφήνεια των οικείων μηνυμάτων, όταν τέτοια μηνύματα παρουσιάζονται με καινούργια κείμενα ή καινούργια πλαίσια. Δεύτερον, καλύπτοντας ειδησεογραφικά τις δραματοποιημένες και στυλιζαρισμένες πολιτικές παραστάσεις σαν να αντιπροσώπευαν τα πραγματικά κίνητρα και θέματα που διακυβεύονται στις πολιτικές καταστάσεις, οι ειδήσεις προωθούν την αποδοχή των συχνά διαστρεβλωμένων συμβολικών εκδοχών των γεγονότων. Τέλος επικυρώνοντας απόλυτα τις επίσημες απόψεις και αποκλείοντας την παρουσίαση εναλλακτικής πληροφόρησης, οι ειδήσεις υπερτιμούν την ψυχολογική απήχηση του επίσημου νοήματος ενώ παράλληλα υπονομεύουν την απήχηση των εναλλακτικών πρακτικών.

Η ελαστικότητα των συμβόλων είναι ένα σπουδαίο εφόδιο για τους πολιτικούς, που είναι αποφασισμένοι να μεταμορφώσουν τον πραγματικό κόσμο της πολιτικής σ' έναν κόσμο «ρεαλιστικών» πολιτικών εικόνων. Τα πιθανά χάσματα μεταξύ συμβόλου και πραγματικότητας είναι τόσο μεγάλα, που μερικές φορές οι πολιτικοί προτείνουν αληθινά παράλογους ή απλοϊκούς ορισμούς των καταστάσεων. Η συχνή απουσία ανάδρασης ή επεξηγηματικού σχολιασμού από τις ειδήσεις, μπορεί να κάνει το γελοίο να φαίνεται αποδεκτό αν όχι εξαιρετικό.»

⁸Ο. Λανς Μπένετ, Ειδήσεις – Η Πολιτική των Ψευδαισθήσεων, εκδ. Δρομέας, 1999, σελ. 335-336

«Όταν τα ΜΜΕ ψάχνουν μία δραματική πραγματικότητα προκειμένου να τροφοδοτήσουν ένα δεκτικό κοινό, δεν υπάρχει κανένας έλεγχος στην παρουσίαση της πολιτικής πραγματικότητας. Όταν οι πολιτικοί, ο Τύπος και το κοινό κρίνουν τα πολιτικά δρώμενα περισσότερο με δραματικά κριτήρια παρά με ηθικές αρχές, η συνείδηση της πολιτείας έχει χαθεί.

Εάν οι άνθρωποι συνηθίσουν σταδιακά να κρίνουν τα πολιτικά δρώμενα και να αξιολογούν τη δραματική τους ποιότητα περισσότερο από άλλα χαρακτηριστικά, όπως η αλήθεια, η αρχή ή οι αξιοσημείωτες συνέπειες, τότε, ίσως να συγχωρούν μικρότερα σταλάγματα, όπως είναι η ασυνέπεια, η υποκρισία ή η αποτυχία του πολιτικού να παίζει σωστά το ρόλο του προκειμένου να δώσει μια ακαταμάχητη δραματική παράσταση»

αποκλείονται οι διακριτικές φωνές, οι συνετές και μεστές απόψεις, προς όφελος των ακραίων και επιθετικών. Το γεγονός αυτό ωστόσο προσφέρει ένα στοιχείο έντονης δραματοποίησης στα δελτία ειδήσεων⁹, τα κάνει να μοιάζουν σαν σπονδυλωτά επεισόδια ενός ατελείωτου σίριαλ.

Αυτή η τακτική προκάλεσε και την μεγάλη αγωνία της εποχής σχετικά με την δύναμη του τηλεοπτικού θεάματος να αναστέλλει τις λειτουργίες του «οργανισμού» των σύγχρονων δημοκρατιών, δηλαδή των πολιτών τους παρασύροντάς τους στην απάθεια και την αδιαφορία.¹⁰

Το μοντέλο αυτό των ειδήσεων πάντως ανταποκρίνεται απολύτως στις ανάγκες της παγκοσμιοποιημένης αγοράς και τις προκλητικές της προοπτικές για τις επιχειρήσεις οπτικοακουστικής παραγωγής.¹¹ Ωστόσο η αποκάλυψη ότι το

⁹ Τζον Φισκ, *Η Ανατομία του Τηλεοπτικού Λόγου*, εκδ. Δρομέας, Αθήνα, 2000, σελ. 432-433

«Κοινωνικά και πολιτικά θέματα παρουσιάζονται μόνον εάν μπορεί να τα ενσαρκώσει ένα άτομο. Επομένως, η κοινωνική σύγκρουση συμφερόντων προσωποποιείται σε σύγκρουση μεταξύ ατόμων. Αποτέλεσμα αυτού είναι ότι χάνονται οι κοινωνικές καταβολές των γεγονότων και τα ατομικά κίνητρα θεωρούνται ως πηγή κάθε ενέργειας. Από αυτή την άποψη η ιστορία μιας απεργίας και η υπόθεση ενός σίριαλ είναι πανομοιότυπες»

¹⁰ Το ζήτημα της «απάθειας» του κοινού και κατ' επέκταση των πολιτών έχει απασχολήσει τους περισσότερους θεωρητικούς-μελετητές των μίντια.

Α) Ο Murrey Edelman αναφέρει στο βιβλίο του *Η Κατασκευή του Πολιτικού Θεάματος*, εκδ. Παπαζήση, 1999, σελ 154 : «Η πολιτική και οι πολιτικές ειδήσεις είναι απόμακρες, σπάνια ενδιαφέρουσες και στο μεγαλύτερο μέρος τους άσχετες. Αυτή η αδιαφορία των «μαζών» απέναντι στους ενθουσιασμούς και στους φόβους των ανθρώπων που διαγκωνίζονται για την προσοχή του κοινού σε πολιτικά ζητήματα, είναι το αίτιο της απελπισίας των τελευταίων... Από μια άλλη σκοπιά, αυτή η αδιαφορία που επισημαίνει η ακαδημαϊκή πολιτική επιστήμη ως εμπόδιο στο δρόμο για το διαφωτισμό ή τη δημοκρατία μπορεί να εκληφθεί και ως καταφύγιο απέναντι στο είδος της εμπλοκής που, ενδεχομένως, θα σπαταλούσε την ενέργεια των πάντων στον ακτιβισμό: προεκλογικές εκστρατείες, άσκηση πίεσεων, καταπίεση ορισμένων και απελευθέρωση άλλων, πόλεμοι και όλες οι άλλες πολιτικές δραστηριότητες που παραγκωνίζουν τη ζωή, τον έρωτα και τη δημιουργική εργασία. Τα καθεστώτα και οι υποστηρικτές ποικίλων πολιτικών σκοπών γνωρίζουν ότι για να εκδηλωθεί οποιαδήποτε αντίδραση εκ μέρους του κοινού απαιτείται μεγάλη άσκηση πίεσης και προπαγάνδας, καθώς και παρουσίαση των θεμάτων με τρόπο που να διασκεδάζουν, να διαστρεβλώνουν και να κλονίζουν»

Β) Ο Jean Baudrillard, στο *A L' Ombre des Majorities Silencieuses*, 1982, Denoel- Gonther, υποστηρίζει, σελ 30-33, πως το κοινό είναι μια «μαύρη τρύπα» μέσα στην οποία εξαφανίζονται οι προσπάθειες των πολιτικών χωρίς να αφήσουν κανένα ίχνος: «Η απάθεια, η αδιαφορία, η αταραξία και η αντίσταση του κοινού στη βιομηχανία της συνείδησης είναι εξαιρετικά εντυπωσιακή σε μια εποχή ευρέως διαδεδομένου αναλφαριθμητισμού και, στην κυριολεξία καθολικής πρόσβασης στα μέσα ενημέρωσης»

¹¹ Τζον Φισκ, Αθήνα, 2000, σελ 432 «Είναι προς το συμφέρον των τηλεοπτικών δικτύων να κάνουν το δράμα να μοιάζει πραγματικό, διότι ο ρεαλισμός είναι κεντρικό στοιχείο της ιδεολογίας των καπιταλιστικών κοινωνιών και, άρα, είναι πολύ σημαντικός για τις

αμερικανικό Πεντάγωνο χειρίστηκε την τηλεοπτική εικόνα στο πόλεμο του Περσικού Κόλπου, και αργότερα η επιβεβαίωση της ίδιας τακτικής με τον βομβαρδισμό της Γιουγκοσλαβίας, το 1999, υπήρξε η απόδειξη της δυνατότητας των νέων τεχνολογιών να προσφέρουν εξαιρετικώς εκλεπτυσμένες μεθόδους προπαγάνδας είτε για λόγους πολιτικούς είτε και απλώς καταναλωτικούς, για ενίσχυση δηλαδή της αγοράς.¹²

1. Η τηλεοπτική Δημοκρατία των Ειδήσεων

Η τεχνική της απ' ευθείας μετάδοσης, μετά τα ρεπορτάζ από τον Πόλεμο στον Περσικό Κόλπο και την ιστορική στιγμή, που ο Πίτερ Αρνέτ ανακοίνωνε μέσω του CNN με μικρόφωνο, που έβγαλε έξω από το παράθυρο του ξενοδοχείου του στη Βαγδάτη, την έναρξη των βομβαρδισμών, καθιερώνεται ως η πεμπτουσία της τηλεοπτικής Δημοκρατίας¹³. Υποτίθεται ότι αυτή η αμεσότητα, η αίσθηση του γεγονότος χωρίς την δημοσιογραφική διαμεσολάβηση, άρα χωρίς την επεξεργασία, είναι η πραγματοποίηση του ονείρου της Δημοκρατίας.

αναγνωστικές πρακτικές τους. Αλλά το μόνο που μπορούν είναι να εκμεταλλευτούν αυτή την ομοιότητα, επειδή η «είδηση» είναι ένας λόγος, όπως η μυθοπλασία, και η είδηση λειτουργεί μέσω ιστοριών που κατανοούν την πραγματικότητα με τον ίδιο ακριβώς τρόπο που το κάνουν οι μυθοπλαστικές ιστορίες»

¹² Την ανατομία αυτής της τάσης των σύγχρονων κοινωνιών που ακολουθούν τα ίχνη ενός νεοφιλελευθερισμού στις βασικές επιλογές του οικονομικού τους συστήματος, κάνει ο John Kane, Μέσα Επικοινωνίας και Δημοκρατία, εκδ. Πατάκης, Αθήνα, 1996, σελ 85-97. Αναλύει το φαινόμενο της λογοκρισίας της αγοράς, η οποία εν τέλει οδηγεί σε μια καθοδηγούμενη μορφή ενημέρωσης αν όχι απευθείας από το κράτος, όπως σε αυταρχικά καθεστώτα, από τις δυνάμεις της αγοράς, οι οποίες επιβάλλουν μια ορισμένη μορφή ειδήσεων (πιο ψυχαγωγική, άρα πιο καταναλωτική), σελ 90: «Ο νεοφιλελευθερισμός ερμηνεύει την «ελευθερία του Τύπου» ως το αποτέλεσμα του μακρόχρονου και ηρωικού αγώνα των ιδιωτών επιχειρηματιών να απελευθερωθούν από τις υποχρεώσεις και τους περιορισμούς που είτε η κυβέρνηση είτε το κοινό ίσως θέλουν να τους επιβάλουν. Οραματίζεται ένα χώρο αποκλειστικής κυριαρχίας, που θα παραχωρεί στα μέσα μαζικής επικοινωνίας ισχυρά πλεονεκτήματα έναντι όσων δεν ανήκουν στο χώρο αυτό (...) Το πρόβλημα είναι πως ο νεοφιλελευθερισμός παραβλέπει το γεγονός ότι η αγορά αποτελεί μια πολύπλοκη δομή, μέσα στην οποία εκείνοι που αποφασίζουν για λογαριασμό των εταιριών λειτουργούν μονίμως ως λογοκριτές. Ο ανταγωνισμός της αγοράς παράγει την Λογοκρισία της Αγοράς»

¹³ John B. Thompson, εκδ. Παπαζήσης, 1998, σελ. 195, «Η προσπάθεια που καταβλήθηκε στο να ελεγχθούν οι ανταποκρίσεις του πολέμου αποτελούν μία ακόμη απόδειξη του γεγονότος ότι στην εποχή των Μέσων, και ειδικά της τηλεόρασης, οι πόλεμοι πρέπει να διεξάγονται σε δύο μέτωπα: στο πεδίο της μάχης και στο σπίτι, όπου οι εικόνες από αυτό προσφέρονται στα άτομα από των οποίων την υποστήριξη τελικά εξαρτάται ο πόλεμος.»

Η ίδια όμως, τεχνολογία και για την ακρίβεια η κατάχρησή της είναι, που θα κάνει λίγο αργότερα τους επαγγελματίες των μέσων να μιλούν για «κατάλυση των παραδοσιακών αξιών της δημοσιογραφίας» επειδή η ταχύτητα και η αίσθηση του «ζωντανού» που προσφέρει βάζει σε δεύτερη μοίρα την έρευνα, την ανάλυση και διασταύρωση στοιχείων, τα οποία απαιτούν χρόνο και δεν εξασφαλίζουν απαραίτητως «καυτό» θέαμα.

Πρόκειται για μια αληθινή μέθη που καταλαμβάνει τα δελτία ειδήσεων, σε σημείο που να συνδέονται με ορισμένα σημεία ανεξαρτήτως του αν έχουν να δείξουν κάτι. Εν τέλει η κύρια πληροφορία των τηλεοπτικών δικτύων είναι η ικανότητα σύνδεσής τους με την άλλη άκρη του κόσμου, με έναν τόπο, και όχι αυτό που δείχνουν.

Θυσιάζεται έτσι στο βωμό της απ' ευθείας μετάδοσης ο χρόνος σκέψης και ανάλυσης. Οι αισθήσεις υπερισχύουν. Ο δημοσιογράφος αντιδρά εν θερμώ, ενστικτωδώς, και γίνεται και αυτός ένας ακόμη

«μάρτυρας» του γεγονότος που έχει κληθεί να καλύψει. Έτσι τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων, μαγεμένα από το θέαμα του συμβάντος, απογυμνώνουν την είδηση από το νόημά της και την ξαναβυθίζουν στο βάλτο του συναισθήματος. Καθιερώνουν ένα νέο τύπο εξίσωσης, που λέει ότι, αν το συναίσθημα που νιώθει κανείς όταν παρακολουθεί τις ειδήσεις είναι αληθινό, τότε και οι πληροφορίες είναι αληθινές.

Πρόκειται για μια «συνταγή ειδήσεων», που όπως γράφει και ο Λάνς Μπένετ¹⁴ δεν προσφέρει δυνατότητα για διορατική σκέψη σχετικά με τα πραγματικά προβλήματα της πολιτικής και της κοινωνίας, αλλά αντικατοπτρίζει πλήρως τα πιστεύω της μεσαίας συντηρητικής τάξης, από την υποστήριξη της οποίας εξαρτώνται τόσο τα μίντια όσο και το δικομματικό σύστημα. Η επιλογή των θεμάτων ακολουθεί τις αξίες αυτής της κοινωνικής κατηγορίας και η παρουσίασή τους έχει συνήθως μια συναισθηματική και ηθική χροιά.

¹⁴Ο. Λανς Μπένετ, Ειδήσεις- Η Πολιτική των Ψευδαισθήσεων, Δρομέας, 1999, σελ. 230-260

Συστατικό στοιχείο της «συνταγής» είναι επίσης το θέαμα μια πλαστής ποικιλίας θεμάτων, μιας δήθεν κίνησης ιδεών και προσώπων, που κάθε άλλο παρά την ιδεολογική ισορροπία έχει στόχο.

Η πολιτική- θέαμα, ο έρωτας-θέαμα, τα διαζύγια-θέαμα, η μητρική αγάπη-θέαμα, ο πόνος-θέαμα, το αίμα, η καταστροφή καταναλώνονται με πάθος. Ίσως γιατί αυτού του είδους το τηλεοπτικό προϊόν «αγγίζει με τις συμβολικές του μάχες τις βαθύτερες πολιτικές και πολιτιστικές μας ρίζες»¹⁵, ίσως και γιατί κατά τον αφορισμό του Γκυ Ντεμπόρ, του Γάλλου θεωρητικού της Κοινωνίας του Θεάματος, απλώς αποκαλύπτει «το άσχημο όνειρο μιας αλυσοδομένης σκέψης, η οποία δεν εκφράζει τελικά παρά μόνο την επιθυμία να κοιμηθεί». Όπως κι αν έχει, πρόκειται για ένα μοντέλο ενημέρωσης, που σηματοδοτεί το τέλος του αιώνα και θέτει τα όρια της καινούργιας αρένας της δημοσιότητας σε έναν κόσμο διαποτισμένο από τις αξίες που επιβάλλουν οι νέες τεχνολογίες και οι νέοι τρόποι διάχυσης της πληροφορίας, που συνολικώς έχουν αλλάξει τον συμβολικό χαρακτήρα της κοινωνίας.¹⁶

2. Το Ελληνικό περιβάλλον

Οι ευαίσθητες συνθήκες ανταγωνισμού, που δημιούργησε στο Έλληνικό τηλεοπτικό περιβάλλον ο στρεβλός τρόπος ανάπτυξής του, κάτω από την πίεση ενός μηδέποτε εφαρμοζόμενου νόμου και του οποίου η εφαρμογή χρησιμοποιούνταν από την εκάστοτε κυβέρνηση σαν ένα είδος «μπαμπούλα»

¹⁵ B.E. Gronbeck, The Presidential Campaign Dramas of 1984, Presidential Studies Quarterly, 15, σελ 386-393

¹⁶ Χρειάζεται να επανεκτιμήσουμε το νόημα της δημοσιότητας σήμερα, γράφει ο John B. Thomson στο βιβλίο του Νεωτερικότητα και Μέσα Επικοινωνίας, (εκδ. Παπαζήση, 1998), σε αυτό τον κόσμο όπου χάρη στις νέες τεχνολογίες τα άτομα έχουν την δυνατότητα να δρουν με άλλους και να παρατηρούν πρόσωπα και γεγονότα χωρίς να συναντώνται μαζί τους στην ίδια χωροχρονική εντοπιότητα. Επίσης καταγράφει και αναλύει το γεγονός ότι πολλές διαμεσολαβημένες δράσεις και γεγονότα διαδραματίζονται ή κατασκευάζονται με σκοπό (εν μέρει τουλάχιστον) να μεταδοθούν τηλεοπτικά και, ως εκ τούτου, διαμορφώνονται προσανατολιζόμενα στο απόν κοινό, Επιπλέον (σελ 185) υπάρχουν κάποια προγράμματα που επιδιώκουν ακριβώς την σύγχυση μεταξύ του φανταστικού και μη-φαντασιακού, όπως τα «δραματοποιημένα ντοκουμέντα»

για τα άτακτα κανάλια, έγιναν εκρηκτικές, ιδίως στην περίοδο 1989-1990 κατά την οποία οι τρεις εκλογικές αναμετρήσεις σε μικρό χρονικό διάστημα διαμόρφωσαν ιδιόμορφες κοινωνικοπολιτικές συνθήκες.

Τότε ξεκίνησε η ίδρυση και λειτουργία δεκάδων τηλεοπτικών σταθμών χωρίς άδεια, που επιβίωναν στην γκρίζα ζώνη μεταξύ παρανομίας και σχετικής νομιμότητας που υποτίθεται ότι ήταν αποτέλεσμα της τηλεθέασης, του γεγονότος ότι κάποιοι τα παρακολουθούσαν¹⁷. Η τηλεθέαση άρχισε να γίνεται ένας παράγοντας «νομιμοποίησης» ενός καναλιού και σε ορισμένες περιπτώσεις και μοχλός πίεσης από την πλευρά του για να αποφύγει κυρώσεις.

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον διαμορφώνεται και το μοντέλο των Ελληνικών δελτίων ειδήσεων, τα οποία συμμετέχουν στην παγκόσμια «συμφωνική ορχήστρα» της ενημέρωσης, παρακολουθώντας την μπαγκέτα της τηλεθέασης. Αυτή είναι ο επικεφαλής-μαέστρος του εμπορικού ενημερωτικού θεάματος.

Τα δελτία ειδήσεων ήταν εκείνα που κατά παράδοση στη χώρα μας αποτελέσαν το γόητρο του κάθε καναλιού, καθώς αυτά «έχτισαν» την αίσθηση εμπιστοσύνης του κοινού προς το κανάλι.

Παγκοσμίως άλλωστε, η κυριαρχία στην τηλεοπτική ενημέρωση αποτέλεσε την αιχμή του δόρατος εθνικών τηλεοπτικών επιχειρήσεων, αλλά και ιδιωτικών.

Ήδη η μεγάλη επιτυχία του μοντέλου του CNN αποτέλεσε και το δέλεαρ για τις Ελληνικές τηλεοπτικές επιχειρήσεις. Υιοθετούν τα βασικά του

¹⁷ Ως βασικά χαρακτηριστικά αυτού του μοντέλου αναφέρει σε άρθρο του στις «Επτά ημέρες» της εφημερίδας Καθημερινή (10 Μαρτίου 1996) που δημοσιεύθηκε μεταξύ άλλων σε ειδικό αφιέρωμα για την ιδιωτική Τηλεόραση, ο τότε διευθύνων Σύμβουλος της εταιρίας μελετών-συμβουλών EMS κ. Βαγγέλης Βαρουτάς: 1) Την απουσία φραγμών εισόδου στην τηλεοπτική αγορά (κατάληψη συχνοτήτων χωρίς την ύπαρξη των αναγκαίων κεφαλαίων για ανάπτυξη 2) Αδρανοποίηση του δημόσιου τομέα (απεμπόληση του παρεμβατικού ρόλου του, ορθολογικοποίηση δημόσιων επενδύσεων) 3) Ακραίος ανταγωνισμός μεταξύ των δυνάμεων της αγοράς (διαφημιζόμενοι, διαφημιστές, τηλεοπτικοί σταθμοί, παραγωγοί / διανομείς προγράμματος 4) Απουσία βασικών κανόνων του επιχειρηματικού παιχνιδιού (π.χ. αριθμός αδειών, κατοχύρωση συχνοτήτων προστασία πνευματικών δικαιωμάτων κλπ) ή μεταλλασσόμενοι κανόνες (π.χ. φορολόγηση διαφήμισης) 5) Υψηλή απορροφητικότητα των διεθνών τάσεων στον τομέα του προγράμματος (ανάπτυξη εγχώριου προγράμματος, εισαγωγή ξένων προγραμμάτων) 6) Περιορισμένες επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες (καλωδιακή ή δορυφορική μετάδοση) με εξαίρεση την συνδρομητική τηλεόραση. Από την σύγκριση του Ελληνικού μοντέλου ανάπτυξης με τα αντίστοιχα των κύριων ευρωπαϊκών χωρών προκύπτουν αναλογίες με δύο άλλες χώρες. Την Ιταλία (των δεκαετιών '70-'80) κυρίως όμως με την Τουρκία από το 1990 και μετά.

χαρακτηριστικά στην παρουσίαση, δηλαδή την απ' ευθείας μετάδοση, τους πηχυαίους τίτλους, την μουσική υπόκρουση.

Ωστόσο, το μοντέλο μπολιάζεται και με στοιχεία από τα δελτία ειδήσεων των τοπικών αμερικανικών καναλιών, που για να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό των μεγάλων κατέφυγαν σε άγριες μεθόδους εντυπωσιασμού.

Έχοντας να αντιμετωπίσουν επίσης συνθήκες σκληρού ανταγωνισμού τα δελτία ειδήσεων των εγχώριων καναλιών, κάνουν σύνθημά τους εκείνο το περίφημο των αμερικανών παραγωγών «if it bleeds it leads».

Τα προβλήματα του εγχώριου τηλεοπτικού ενημερωτικού τοπίου καταγράφονται με τον καλύτερο τρόπο, εμμέσως πλην σαφώς, από τους ίδιους του διευθυντές ειδήσεων, που μιλούν στην έρευνά μας.¹⁸

Αφορμή γι' αυτήν στάθηκαν οι παρατηρήσεις μας για τα χαρακτηριστικά του Ελληνικού τηλεοπτικού περιβάλλοντος. Το κυριότερο εξ αυτών υπήρξε, και είναι ακόμη, η ομοιομορφία, όχι μόνον ως προς τα ψυχαγωγικά προγράμματα, αλλά και ως προς το είδος της ενημέρωσης. Ομοιομορφία ασφυκτική, που αποδεικνύει την αγωνία μιας αγοράς να καλύψει μεγάλες αποστάσεις σε μικρό χρονικό διάστημα.

¹⁸ Α) Επιλέξαμε να μιλήσουμε με τους διευθυντές των τριών μεγαλύτερων την εποχή εκείνη (1998) καναλιών, που μάχονταν για τις πρώτες θέσεις στον πίνακα τηλεθέασης. Επίσης μιλήσαμε και με τον τότε διευθυντή ειδήσεων της κρατικής ΕΡΤ κ. Γιάννη Παπουτσάνη, ο οποίος είχε θητεύσει στον ΑΝΤ1 και κατόπιν επέστρεψε και πάλι εκεί το 1999, μετά από την θητεία του στην ΕΡΤ. Από την πλευρά του ΑΝΤ1 μιλάει στην έρευνά μας ο τότε διευθυντής ειδήσεων κ. Κώστας Σπυρόπουλος.

Β) Επίσης από την πλευρά του SKY μας μιλάει ο κ. Σταμάτης Μαλέλης, ο οποίος παρέμεινε ως διευθυντής ειδήσεων στο κανάλι και όταν αυτό μερικούς μήνες αργότερα άλλαξε την επωνυμία του σε Alpha. Ο κ. Μαλέλης αποχωρεί από τον Alpha το 2002. Υπήρξε ο πλέον ένθερμος υποστηρικτής της διασκεδαστικής ενημέρωσης. Το δικό του δελτίο κάνει θέμα την σχέση του αντιστασιακού με την τραβεστί Χειλουδάκη για ένα ολόκληρο καλοκαίρι, όπως και το διαζύγιο του Τόλη Βοσκόπουλου με την τότε σύζυγό του Τζούλια Παπαδημητρίου (1996-1997)

Ο SKY πάντως ήταν το πρώτο κανάλι που καθιέρωσε τα δελτία ειδήσεων με τα τηλεπαράθυρα συνδυάζοντας ειδήσεις και talk shows. Πρώτη παρουσιάστρια που υποστήριξε το είδος ήταν η Έλλη Στάη, που άφησε την σκυτάλη στον Νίκο Ευαγγελάτο, για να αναδειχθεί αυτός μαέστρος της ενημέρωσης-σόου με ιδιόμορφο καταγγελτικό ύφος. Τόση ήταν η επιτυχία του στο είδος ώστε του έδωσαν το παρατσούκλι Εισαγγελάτος.

Γ) Την εποχή κατά την οποία διεξήχθη η έρευνα διευθυντής ειδήσεων στο Mega ήταν ο κ. Γιάννης Λεβεντογιάννης, ο πρώτος διευθυντής ειδήσεων του καναλιού, ο οποίος λίγο αργότερα αποχώρησε, για να τοποθετηθεί στη θέση του μετά από σύντομες θητείες άλλων ο κ. Νίκος Χατζηνικολάου, παρουσιαστής του κεντρικού δελτίου ειδήσεων. Πάντως οι δύο «εποχές» του δελτίου ειδήσεων του καναλιού δεν παρουσιάζουν διαφορές ως προς το κόνσεπτ.

Καταργείται η έννοια του αποκλειστικού, οι πολιτικές ειδήσεις είναι ίδιες, καθώς και ο τρόπος προσέγγισης των πολιτικών θεμάτων, ενώ αίμα και βία προσφέρει το αστυνομικό δελτίο και τραγωδίες το δελτίο των νοσοκομείων.

Όλα τα ανησυχητικά συμπτώματα ενός συστήματος που βασίζεται στο θέαμα παρουσιάζονται πλέον σε μορφή παροξυσμού. Πολύωρες απ' ευθείας μεταδόσεις μετατρέπουν σε κυρίαρχα ζητήματα του Ελληνικού βίου περιθωριακές εκδοχές προβλημάτων¹⁹ των οποίων η ουσία και το νόημα χάθηκε μέσα στην φαντασμαγορία των εικόνων. Οι κρίσεις που έζησε το τηλεοπτικό κοινό ήταν πολλές και αλλεπάλληλες, ενώ ο διάλογος για το αν η τηλεόραση αντανakλά την πραγματικότητα, την παραμορφώνει ή την κατασκευάζει, επανήλθε πολλές φορές.²⁰

Υπήρξαν ακόμη και περιπτώσεις εθνικά ευαίσθητες όπως εκείνης των Ιμίων (Ιανουάριος του 1996) όπου τα μίντια έπαιξαν τον ρόλο της εξωτερικής πολιτικής για Ελλάδα και Τουρκία.²¹

¹⁹ Η βραδιά του Πολυτεχνείου το Φθινόπωρο του 1997, όταν ομάδα αναρχικών καταλαμβάνει το κτίριο και γίνονται συμπλοκές στην Πατησίων μεταδίδεται από όλα τα κανάλια, σε απ' ευθείας σύνδεση δίνοντας την αίσθηση εμφύλιου πολέμου στην οδό Πατησίων. Τα γεγονότα στην πραγματικότητα δεν κατέλαβαν παρά μία έκταση 200 μέτρων μπροστά από την είσοδο του Πολυτεχνείου.

²⁰ Ακόμη και την ώρα που ολοκληρωνόταν το παρόν πόνημα, μέγα ζήτημα είχε προκύψει με αφορμή μια τηλεοπτική εκπομπή, την «Ζούγκλα» του Μάκη Τριανταφυλλόπουλου, που με χρήση κρυφής κάμερας αποκάλυψε την εμπλοκή ενός βουλευτή του κυβερνητικού κόμματος με παιχνίδι παράνομου τζόγου (έπαιζε «φρουτάκια» σε κουλοχέρη). Η προκλητική εικόνα, και το γεγονός που στηλιτεύτηκε με το ακραίο πάθος, ενός νεοπουριτανισμού που ευνοούν αυτού του είδους οι «δημοσιογραφικές» αποκαλύψεις προκάλεσε παλιρροϊκά κύματα σε όλες τις ενημερωτικές εκπομπές και τα δελτία ειδήσεων. Εισαγγελικές κατηγορίες απευθύνονταν από το δημοσιογράφο που αποκάλυψε το γεγονός προς πάσα κατεύθυνση, θεωρώντας το ύψιστη απόδειξη εθνικής διαφθοράς. Η υπόθεση έφτασε σε σημείο να εμπλακεί ακόμη και ο Πρόεδρος τη Δημοκρατίας ως ιδιοκτήτης, κατά ένα ποσοστό, ενός οικήματος που από τον συνιδιοκτήτη έχει ενοικιαστεί σε επιχείρηση που κατηγορήθηκε ότι λειτουργούσε τα παράνομα μηχανήματα. Το μέρδεμα λίγο έλειψε να προκαλέσει πολιτική κρίση τον Ιανουάριο του 2002. (βλ. Κεφάλαιο Talk shows, οι Ελληνικές ιδιομορφίες)

²¹ Όλα ξεκίνησαν από ένα φιλμάκι που προβάλλει ιδιωτικό τουρκικό κανάλι, σύμφωνα με το οποίο Τούρκοι κομάντος καταλαμβάνουν Ελληνική βραχονησίδα του συμπλέγματος των Ιμίων, υποστέλλουν την Ελληνική σημαία και ανεβάζουν την τουρκική. Το αναμεταδίδουν Ελληνικά κανάλια και αμέσως ξεκινάει μια έντονη κρίση στις σχέσεις με την γείτονα χώρα, της οποίας τον χορό σέρνουν τα Ελληνικά κανάλια, με κορυφαίο του χορού τον SKY, ο οποίος όχι μόνον αναμεταδίδει διαρκώς πληροφορίες και με απ' ευθείας συνδέσεις επιδεινώνει την ατμόσφαιρα κρίσης, αλλά φτάνει μέχρι του σημείου να δείξει σε απ' ευθείας μετάδοση και την έξοδο του Ελληνικού στόλου από τον Ναύσταθμο, ο οποίος βρισκόταν σε επιφυλακή. Ο πανικός, η φασαρία, η φαντασμαγορία του παρ' ολίγον πολέμου σε απ' ευθείας μετάδοση ασκούν πλέον ψυχολογική πίεση στους εμπλεκόμενους, ενώ ενέργειες και εντολές

Ουδείς αμφισβητεί ότι ο ρόλος της τηλεόρασης υπήρξε καθοριστικός, αλλά η δημοσιογραφία εμφανίζεται να ακροβατεί μεταξύ των ορίων του σεβασμού των κανόνων δεοντολογίας και των ορίων του σεβασμού των κανόνων της αγοράς. Το πρόβλημα γίνεται εμφανές μέσα από τις συζητήσεις με τους διευθυντές ειδήσεων, χωρίς κανείς να παραδέχεται την ύπαρξή του ή τουλάχιστον την σοβαρότητά του.

3. Το μοντέλο ΣΚΑΙ- ενημέρωση σαν παραμύθι

Σαφής, χωρίς περιστροφές και χωρίς ενδοιασμό ο κ. Σταμάτης Μαλέλης μιλάει για «σόου» στα δελτία ειδήσεων, το «οποίο είναι απαραίτητο». «Το δίλημμα σόου ή ενημέρωση είναι για μένα λάθος. Η ειδησεογραφία πρέπει να παρουσιάζεται από την τηλεόραση σαν μια σύνθεση από ιστορίες, που οι δημοσιογράφοι αφηγούνται 'σαν παραμύθι'». Αυτός ο τρόπος έδωσε στον SKY (αργότερα Alpha) υψηλή θέση στον πίνακα της τηλεθέασης των καναλιών και τον διατηρεί εκεί.

Ερ: Το θέαμα προέχει και στα εθνικά θέματα;

Απ: Κάνω 18 χρόνια τηλεόραση και έχω κατασταλάξει. Ναι, το θέαμα προέχει στην τηλεόραση. Μερικά πράγματα είναι μόνον για τις εφημερίδες. Η τηλεόραση δεν μπορεί να τα δώσει με την ανάλυση και το βάθος τους.

Ερ: Ακόμη και περιθωριακά κοινωνικά θέματα αξίζουν να προβληθούν ως εθνικά, μόνο και μόνο γιατί είναι πιπεράτα; (Το καλοκαίρι του '97, το έθνος είχε παρακολουθήσει την ερωτική ιστορία ενός αντιεισαγγελέα και μιας τραβεστί, οι οποίοι αντάλλασσαν όρκους αγάπης δια της μικρής οθόνης. Ήταν η εποχή που τα ριάλιτι σόου άρχισαν να καθιερώνουν το θέαμα της ιδιωτικής ζωής)

στρατιωτικών, όπως το να απογειωθεί ελικόπτερο και να επιθεωρήσει τα Ιμια, το οποίο και κατέπεσε κάτω από αδιευκρίνιστες συνθήκες, επιδεινώνουν διαρκώς το κλίμα. Μετά την αποσόβηση της κρίσεως, το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης διενήργησε τον έλεγχο της συμπεριφοράς των καναλιών και επέβαλε κυρώσεις.

Απ: Ήταν ένα ερωτικό παραμύθι και αυτό. Έτσι το δώσαμε και νομίζω άρεσε στον κόσμο.

Ερ: Δεν υπάρχει ένα στοιχείο υπερβολής, που φτάνει ως την κατασκευή ενός γεγονότος ως σημαντικού ενώ δεν είναι;

Απ: «Κατασκευασμένα ρεπορτάζ» για μένα βρίσκονται μόνο στο χώρο του πολιτικού ρεπορτάζ. Το να ανακοινώσεις μια συνάντηση ρουτίνας του Πρωθυπουργού με την κυβέρνησή του ως είδηση είναι για μένα «κατασκευή». Πρόκειται για μια λαθεμένη «πατερναλιστική» αντίληψη ενός τύπου δημοσιογραφίας, που πιστεύει ότι εμείς οι δημοσιογράφοι ξέρουμε τι πρέπει να ενδιαφέρει τον κόσμο. Στον κοινωνικό τομέα κανείς δεν «κατασκευάζει», μπορεί να υπερβάλλει, μπορεί να κιτρινίζει, αλλά δεν κατασκευάζει.

Ερ: Άρα διαπιστώνετε το πρόβλημα της υπερβολής σε ορισμένα γεγονότα...

Απ: Βεβαίως. Υπερβάλαμε συχνά και στις απευθείας συνδέσεις και γι' αυτό ευθύνεται ο Sky. Εμείς το ξεκινήσαμε σε μια εποχή, που θέλαμε να δηλώσουμε την παρουσία μας με κάτι ξεχωριστό και που δεν μπορούσε να είναι ούτε οι πανάκριβες σειρές, ούτε οι σπουδαίες ταινίες. Τότε που ξεκινήσαμε τις απ' ευθείας μαραθώνιες συνδέσεις, μας έπαιρναν τηλέφωνο από τα άλλα κανάλια και μας έλεγαν σταματήστε, γιατί ρίχνετε έξω το πρόγραμμά μας. Αναγκάζονταν και εκείνοι να ακολουθήσουν λόγω του ανταγωνισμού και έχαναν από τις διαφημίσεις των σειρών, τις οποίες διέκοπταν. Έτσι άρχισε η υπερβολή. Τότε θεωρούσαμε ότι όποιος σταματήσει πρώτος τη σύνδεση θα χάσει. Ένας να σταματούσε, θα σταματούσαν όλοι. Κανείς δεν έπαιρνε την πρωτοβουλία.²²

Ερ: Μιλάτε σαν να πέρασε αυτή η εποχή.

²²John B. Thompson, Νεωτερικότητα και Μέσα Επικοινωνίας, εκδόσεις Παπαζήση, σελ. 183-184,

«Τα γεγονότα των μέσων είναι το τρίτο είδος δράσης εξ αποστάσεως. Σύμφωνα με τους Dayan και Katz μπορούμε να χρησιμοποιούμε τον όρο «γεγονότα των μέσων» για να αναφερθούμε στις μεγάλες και εξαιρετικές περιστάσεις που σχεδιάζονται εκ των προτέρων και μεταδίδονται απ' ευθείας και οι οποίες διακόπτουν την συνηθισμένη ροή των γεγονότων... Το ίδιο το γεγονός μεταδίδεται απευθείας, συχνά από διαφορετικά κανάλια, δίκτυα και μέσα. Διακόπτουν τα κανονικά προγράμματα και την κανονική ροή της καθημερινότητας. Είναι εξαιρετικές περιστάσεις: διακόπτουν τη ρουτίνα και δημιουργούν μια ατμόσφαιρα υψηλών προσδοκιών συγκεντρώνοντας την προσοχή εκατομμυρίων τηλεθεατών...»

ΑΠ: Εμείς το θέλουμε. Τώρα αναγκάζομαι εγώ να πάρω τους άλλους τηλέφωνο. Σταματάμε εμείς πλέον πρώτοι.

ΕΡ: Διαπιστώνετε πρόβλημα ομοιομορφίας των δελτίων ειδήσεων, τουλάχιστον ως προς την θεματολογία;

ΑΠ: Βεβαίως και υπάρχει. Είναι πρόβλημα του κακώς εννοούμενου ανταγωνισμού. Αντί να κοιτάει ο καθένας το δελτίο του, κοιτάει ο ένας τον άλλον. Κυνηγάμε όλοι, όλα τα θέματα παρόλο που δεν έχουμε τα μέσα να το κάνουμε.

ΕΡ: Τι σας καθοδηγεί ως προς το ενδιαφέρον του κοινού: πως επιλέγετε «το ενδιαφέρον θέμα» για να το αναδείξετε;

ΑΠ: Το βασικό στοιχείο είναι πώς ο δημοσιογράφος κρίνει ότι μια είδηση μπορεί να επηρεάσει τη ζωή του τηλεθεατή, γιατί ο ίδιος ο τηλεθεατής πολλές φορές δεν το καταλαβαίνει.

ΕΡ: Αυτό δεν είναι «πατερναλιστικό»;

ΑΠ: Ναι, είναι. Αρκεί να μην είναι ο «πατερναλισμός» μονόπλευρος. Να μην πιστεύεις ότι το μόνο που ενδιαφέρει είναι η πολιτική. Υπάρχουν και άλλα πράγματα.

ΕΡ: Πιστεύετε ότι η έμφαση στα κοινωνικά θέματα, πολλά από τα οποία είναι ακραία (διαζύγια, εγκλήματα) έχουν σημασία για τη ζωή των πολιτών;

ΑΠ: Τα ακραία θέματα ήταν «νησίδες» για να πετύχουμε κάποιους στόχους.

ΕΡ: Στόχους τηλεθέασης;

ΑΠ: Ναι, στόχους τηλεθέασης, και τους πετύχαμε. Ο Sky είναι πρώτος πλέον σταθερά. Είναι πρώτος ακόμη και όταν παρουσιάζουμε ρεπορτάζ για το «Ευρώ».

ΕΡ: Πιστεύετε ότι αυτή η έμφαση στο εντυπωσιακό θέαμα, μπορεί να είναι η αφορμή για δημοσιογραφικά «ολισθήματα», όπως αυτά που καταγγέθηκαν στην εκπομπή «Ρεπορτάζ χωρίς σύνορα» ότι έγιναν στην Αλβανία;²³

²³ Τα Ελληνικά κανάλια κάλυψαν πλήρως τα γεγονότα στην Αλβανία και την «εξέγερση» κατά της κυβέρνησης Μπερίσσα με εντυπωσιακά ρεπορτάζ, όπου Αλβανοί πάνοπλοι πυροβολούσαν στον αέρα με καλάζνικοφ για να επιδείξουν το ετοιμοπόλεμο των εξεγερμένων. Στην εκπομπή «Ρεπορτάζ χωρίς Σύνορα» του Στέλιου Κούλογλου έγινε έρευνα για τα παραπλανητικά ρεπορτάζ της τηλεόρασης και μεταξύ άλλων υπήρξαν επώνυμες

ΑΠ: Έχω απόλυτη εμπιστοσύνη στους ρεπόρτερ που πήγαν εκεί, που έθεσαν σε κίνδυνο ακόμη και τη ζωή τους.

ΕΡ: Και το «θέατρο» με τους πυροβολισμούς των καλάζνικοφ;

ΑΠ: Αυτό είναι άλλο. Θα δούμε όταν πλησιάζει η κάμερα σε κάποια πρόσωπα, αυτά αλλάζουν συμπεριφορά. Θα δείτε σε μια πορεία όταν πλησιάζει η κάμερα αρχίζει η φασαρία και τα συνθήματα. Αυτό γίνεται πάντα.²⁴ Εγώ πάντως δεν θα θύμωνα με δικό μου ρεπόρτερ που θα μου έφερνε ένα υπερβολικό ρεπορτάζ για ένα έγκλημα, αλλά δεν θα τον συγχωρούσα αν έκανε μια συζήτηση με τον υπουργό και τους αγρότες και έκοβε τις ερωτήσεις των αγροτών, όπως έχω δει σε άλλα κανάλια. Είναι άλλο να υπερβάλεις σε κάποιο κοινωνικό θέμα και άλλο να παρεμβαίνει στη συνείδηση του πολίτη με ύπουλα πολιτικά ρεπορτάζ και να περνάς τη γραμμή της κυβέρνησης. Και ποτέ δεν θα κάνω συμφωνίες με την πολιτική εξουσία για το πόσα λεπτά για παράδειγμα θα παρουσιάσω την εξέγερση των αγροτών.²⁵

καταγγελίες για Έλληνες ρεπόρτερ που σκηνοθετούσαν ατμόσφαιρα εμφυλίου πολέμου προκειμένου να παρουσιάσουν στα κανάλια τους εντυπωσιακά ρεπορτάζ.

²⁴ Το γεγονός αυτό που περιγράφει από την εμπειρία του ο διευθυντής ειδήσεων του SKY και αναλύουν οι θεωρητικοί των μίντια έμελλε να το πληρώσει λίγο αργότερα η Ελληνική κοινωνία με την περίπτωση Σορίν Ματέι, που έχουμε περιγράψει πιο πάνω, του Ρουμάνου κακοποιού του οποίου η απαγωγή μιας οικογένειας με τη δραματική κατάληξη ήταν όλη σε απευθείας μετάδοση με δική του επιθυμία, αλλά και αργότερα με την περίπτωση άλλου απαγωγέα, του Αλβανού Αντόν Φλαμούρ. Ο Φλαμούρ απήγαγε λεωφορείο του ΚΤΕΛ και ζητώντας τα κανάλια τα οποία και έσπευσαν, έστησε μια ολόκληρη τραγική επιχείρηση, ζητώντας άλλοτε να αφεθεί ελεύθερος, άλλοτε λύτρα και άλλοτε άτομα με τα οποία είχε αντιδικία. Η απευθείας μετάδοση, τα κοντινά πλάνα στον Φλαμούρ και γενικώς το τηλεοπτικό υπερθέαμα επηρέασε την εξέλιξη της υπόθεσης που έγινε και αυτή τηλεοπτική από αστυνομική με τραγικό αποτέλεσμα να δώσουν δυναμική και θανατηφόρο λύση οι Αλβανοί αστυνομικοί, όταν πλέον το λεωφορείο του ΚΤΕΛ μπήκε στο έδαφός τους. Έκτοτε – στα επόμενα δύο χρόνια – δύο ακόμη περιπτώσεις απαγωγής λεωφορείου έληξαν δίχως τις κάμερες και μααραθώνιες αναμεταδόσεις, χωρίς τουλάχιστον να πληγούν επιβάτες.

²⁵ Ιγκνάσιο Ραμονέ, Η τυραννία των ΜΜΕ, Αθήνα, 1999, εκδ. Πόλις, σελ 32, «Όταν λέμε πως κάποιος ζει σε μια ελεύθερη χώρα, εννοούμε πως ζει σε ένα πολιτικό καθεστώς που δεν ασκεί αυτή τη μορφή λογοκρισίας και που, αντίθετα σέβεται το δικαίωμα της έκφρασης του Τύπου, της γνώμης, του αντιλόγου και της συζητήσεως.

Την ανοχή αυτή τη βιώνουμε σαν ένα θαύμα και δεν συνειδητοποιούμε πως στο μεταξύ έχει εγκαθιδρυθεί αθόρυβα μια νέα μορφή λογοκρισίας, την οποία θα μπορούσαμε να αποκαλέσουμε «αθόρυβη λογοκρισία». Αυτή σε αντιδιαστολή με την αυταρχική λογοκρισία, δεν βασίζεται πλέον στην κατάργηση ή στην περικοπή, στον ακρωτηριασμό ή στην απαγόρευση των στοιχείων αλλά στη συσσώρευση, τον κορεσμό, την υπερβολή και την υπεραφθονία των πληροφοριών.»

ΕΡ: Η «προπαγάνδα» όμως στην εποχή μας έχει πολλές πτυχές και εκλεπτυσμένους τρόπους.²⁶ Μήπως και η δημιουργία μιας μόνιμης ατμόσφαιρας ανησυχίας, που οδηγεί τον τηλεθεατή στην απάθεια, εμμέσως διευκολύνει την πολιτική ή οικονομική εξουσία να πάρουν σκληρά μέτρα για την επίτευξη των στόχων τους; Το έχετε σκεφτεί αυτό;

ΑΠ: Ναι, με έχει απασχολήσει. Κάθε φορά που βγάζουμε ένα ρεπορτάζ με τους συνεργάτες μου συζητάμε για το πως παρεμβαίνουμε στην κοινωνία.²⁷ Πιστεύω όμως, ότι το κριτήριο του κόσμου είναι δυνατό και κάθε μέρα γίνεται ισχυρότερο...

ΕΡ: Μήπως και η επιλογή των θεμάτων που θα προβληθούν από ένα δελτίο ειδήσεων δεν είναι πολιτική θέση; Άραγε για σας είναι καλύτερος ένας πολίτης ενημερωμένος για την τελευταία λεπτομέρεια ενός κοινωνικού θέματος ή ένα πολίτης που ενημερώνεται για την πολιτική σκηνή; Ή μήπως θεωρείτε πως άλλο τηλεθεατής και άλλο πολίτης;

ΑΠ: Τα πάντα είναι πολιτικά. Όλα αυτά που λες είναι σωστά. Το βασικό μας πρόβλημα είναι πάντα ο ανταγωνισμός και η στρεβλή του μορφή. Δεν σου αφήνει πολλά περιθώρια. Είναι ακόμη πολλά που μπορούμε να κάνουμε, αλλά δεν γίνονται για λόγους ανταγωνισμού.

ΕΡ: Η μορφή του δελτίου είναι να λέγονται οι ιστορίες «σαν παραμύθι», όταν φεύγει ένας ρεπόρτερ για θέμα τι εντολές του δίνετε;

²⁶ Λανς Ο. Μπένετ, Ειδήσεις-Η Πολιτικής των Ψευδαισθήσεων, εκδ. Δρομέας, σελ. 275, «Καθώς οι ποικίλες πολιτικές απόψεις εξαφανίζονται βαθμηδόν από τις ειδήσεις ή έχαναν την αξιοπιστία τους σαν να μην ήταν αντικειμενικές, έγινε ευκολότερο να πείσεις τον κόσμο ότι η κυρίαρχη πολιτική άποψη των Μαζικών Μέσων Ενημέρωσης που παρέμενε ήταν αντικειμενική. Η λογική ενός τέτοιου ισχυρισμού είναι πολύ απλή: καθώς μια πραγματικότητα καταφέρνει να υπερισχύσει όλων των άλλων, η κυρίαρχη πραγματικότητα αρχίζει να φαίνεται αντικειμενική. Η απουσία αξιόπιστης άμιλλας στηρίζει τον τεχνητό ισχυρισμό περί αντικειμενικότητας. Δυστυχώς, αυτή η ψευδαίσθηση αντικειμενικότητας, έχει δημιουργηθεί από ένα σύνολο δημοσιογραφικών πρακτικών που προάγουν ενεργά τις καθιερωμένες πολιτικές απόψεις, ενώ καταπνίγουν τις αντίθετες απόψεις»

²⁷ Murray Edelman, η Κατασκευή του Πολιτικού Θεάματος, εκδ. Παπαζήση, σελ. 167, «Δεν υπάρχει απαραίτητως σχέση ανάμεσα στη σημασία ενός συμβάντος για την κοινωνική ευημερία και στην παρουσία του στις έντυπες ή ηλεκτρονικές ειδήσεις. Πολλά από τα θέματα που εμφανίζονται στις ειδήσεις είναι σημαντικά. Το ζήτημα, όμως, είναι ότι η σημαντικότητα (βάσει οποιουδήποτε ελέγχου) δεν είναι το κριτήριο με το οποίο επιλέγονται. Είναι προφανές ότι οι κανόνες σχετικά με το τι θα πρέπει να αναφερθεί και τι να αγνοηθεί γίνονται για πολλούς ανθρώπους δείκτες για το ποια γεγονότα θεωρούνται σημαντικά, ανεξάρτητα από τον όποιο σκεπτικισμό.»

ΑΠ: Το πρώτο πράγμα που έμαθα είναι να λες την είδηση σαν ιστορία με αρχή μέση και τέλος, και η εντολή στον ρεπόρτερ είναι να καταλάβει καλά την ιστορία του και να την αφηγηθεί σαν παραμύθι. Αν έχει εικόνα να την δώσει, αν δεν έχει να κάνει stand up, και αν δεν μπορεί ούτε αυτό να βρει αυτόπτη μάρτυρα και να του πει την ιστορία.

ΕΡ: Αυτό δεν δίνει μια μυθιστορηματική διάσταση στην ενημέρωση;

ΑΠ: Εγώ έκανα το απλό στην τηλεόραση, να παρουσιάζονται τα γεγονότα σαν ιστορίες. Όταν δεν μου αρέσει ένα ρεπορτάζ και θέλω να ξαναγραφτεί τους λεω: Εδώ πρέπει να πούμε «γεια σας κυρίες και κύριοι, μια φορά και έναν καιρό...»

ΕΡ: Υπάρχει όριο σε αυτή τη μορφή;

ΑΠ: Ναι και αν το υπερβείς γίνεσαι γραφικός. Πολλές φορές αγγίξαμε τον κίνδυνο. Αλλά τώρα οι εποχές άλλαξαν. Υπάρχουν πράγματα που έκανα και τώρα δεν θα ξανάκανα ποτέ.

ΕΡ: Για παράδειγμα;

ΑΠ: Το διαζύγιο Τόλη-Τζούλιας, η υπόθεση Βεντούρη²⁸ κ.α. Έχει κόστος αυτή η αλλαγή, το έχουμε συνειδητοποιήσει, αλλά θέλουμε το καλύτερο. Ο τηλεθεατής πλέον δεν θα έχει την παλιά δυνατότητα του ζάπινγκ, να ανακαλύπτει ότι έχεις τη Χειλουδάκη και να σταματάει εκεί. Θα πρέπει να είσαι η σταθερή του επιλογή.

²⁸ Το διαζύγιο του δημοφιλή αοιδού Τόλη Βοσκόπουλου με την σύζυγό του Τζούλια Παπαδημητρίου έγινε ένα από τα μεγάλα καθημερινά θέματα του δελτίου ειδήσεων του SKY με τις δύο αντιμαχόμενες πλευρές να καβγαδίζουν δια της μικρής οθόνης. Όσο για την υπόθεση Βεντούρη πρόκειται για την δραματική ιστορία της συζύγου του εφοπλιστή Βεντούρη, η οποία προσπαθούσε να εξασφαλίσει την επιμέλεια των παιδιών της, την οποία όμως ο πρώην σύζυγος αρνιόταν να παραχωρήσει με αποτέλεσμα τραγικά επεισόδια μπροστά στις κάμερες. Προκειμένου η άτυχη μάνα να κερδίσει την υπόθεσή της, πείθεται πως η δημοσιότητα θα την βοηθήσει και δέχεται να δίνει παράσταση μπροστά στο τηλεοπτικό φακό, να πέφτει επάνω σε αυτοκίνητα και να μαλλιοτραβιέται.

4. Το δελτίο ειδήσεων του ANT1

Το ίδιο μοντέλο δελτίου περιγράφει και ο διευθυντής ειδήσεων του ANT1 κ. Κώστας Σπυρόπουλος²⁹, δίνοντας όμως έμφαση στην ανάγνωση των εικόνων.

ΕΡ: Πως διαμορφώνετε ένα δελτίο ειδήσεων, τι καθοδηγεί τις επιλογές σας;

ΑΠ: Οι επιλογές γίνονται με γνώμονα την καταγραφή του σφυγμού και του ρυθμού μιας χώρας, αλλά με τρόπο, που να μην εξατμίζεται η προοπτική τους μέσα από μια στιγμιαία εντύπωση. Να δίνουμε στο κόσμο αυτό που «προόρίζεται» να ζήσει.

ΕΡ: Να προκαλείτε προβληματισμό;

ΑΠ: Όχι, δεν θέλουμε να προβληματίσουμε. Θέλουμε απλώς οι τηλεθεατές μας να είναι πολίτες του κόσμου. Να μοιράζονται μαζί μας την αίσθηση ότι μπορούν να υποβάλουν στον πρωταγωνιστή μιας υπόθεσης τα ερωτήματά τους.

ΕΡ: Δίνετε έμφαση στην εικόνα για να επιλέξετε ένα θέμα που θα παρουσιάσετε;

ΑΠ: Συνδυασμός εικόνας και λόγου. Η εικόνα είναι μακριά και την φέρνει κοντά ο λόγος του δημοσιογράφου.

ΕΡ: Ποιο στοιχείο κυριαρχεί;

²⁹ Ο κ. Κώστας Σπυρόπουλος ανέλαβε την διεύθυνση του δελτίου ειδήσεων του ANT1 διαδεχόμενος τον κ. Γιάννη Παπουτσάκη που ανέλαβε την διεύθυνση ειδήσεων της κρατικής τηλεόρασης. Λίγο αργότερα, το 1999 ο κ. Σπυρόπουλος φεύγει από τον ANT1, όπου επιστρέφει ο κ. Παπουτσάκης, ενώ ο κ. Σπυρόπουλος αναλαμβάνει την διεύθυνση ειδήσεων του Tempo (New Tempo τότε και μετά σκέτο Tempo), που με την εξαγορά του από τον όμιλο Ανδρουλιδάκη, των εφημερίδων «Εξουσία» και «Επενδυτής», επιχείρησε να αναβαθμιστεί. Άλλαξαν τα δελτία ειδήσεων μορφή, άλλαξαν παρουσιαστές. Ωστόσο ούτε ο κ. Σπυρόπουλος παρέμεινε για πολύ στη θέση αυτή. Μετά από αλλεπάλληλες αλλαγές και απόπειρες αναβάθμισης του προγράμματος την σεζόν 2001 αναλαμβάνει την διεύθυνση ειδήσεων του καναλιού ο Νίκος Ευαγγελάτος, επί χρόνια κεντρικός παρουσιαστής του SKY και αργότερα Alpha, όπου και παρέμεινε περίπου τρίμηνο. Αποχώρησε για να αναλάβει το δελτίο του καναλιού Alter (πρώην κανάλι 5 του ομίλου Κουρή, εξαγοράστηκε από τον όμιλο Altec των ηλεκτρονικών υπολογιστών και το 2001 προστέθηκε στην ομάδα των ιδιοκτητών του και ο Κώστας Γιαννίκος, ο επί χρόνια διευθυντής του Star.

ΑΠ: Υπάρχουν περιπτώσεις που έχεις εικόνα και έχεις θέμα χωρίς λόγο, εννοώ Λόγο, με κεφαλαίο.

ΕΡ: Υπάρχει περίπτωση να έχεις Λόγο χωρίς εικόνα στην τηλεόραση;

ΑΠ: Τα Ίμια. Όταν αποκαλύψαμε την υπόθεση των βραχονησίδων του συμπλέγματος Ίμια, δεν είχαμε εικόνα.

ΕΡ: Δεν προβλήθηκαν οι εικόνες της «τουριστικής» απόβασης; Το περίφημο σόου της σημαίας;

ΑΠ: Αυτό που έχει μείνει στη συνείδηση του κόσμου είναι η σημαία. Τα «Ίμια» όμως ξεκινούν πολύ πιο πριν. Ο ANT1 αποκάλυψε ότι υπάρχει τουρκική απαίτηση επί Ελληνικού εδάφους. Η είδηση αυτή ήταν σημαντική και δεν είχε εικόνα.

ΕΡ: Ως εικόνα όμως τι δώσατε; Δεν προβάλλατε το φιλμ που πρόβαλλε η τουρκική τηλεόραση με την περίφημη «απόβαση» των Τούρκων κομάντος;

ΑΠ: Δώσαμε την εικόνα που παρήγαγε ένας τουρκικός σταθμός σε μια απαράδεκτη εμπλοκή δημοσιογράφων στην παραγωγή γεγονότος. Αυτό που έχει αξία, όπως δώσαμε το θέμα εμείς, δεν ήταν το γεγονός της υποστολής της σημαίας, αλλά η πολιτική της Τουρκίας, που αποκαλύφθηκε με αυτή την εικόνα. Δώσαμε την εικόνα ως τουρκική τηλεοπτική παραγωγή και ευτυχώς που δώσαμε αυτή την εξειδικευμένη προσέγγιση, γιατί μετά αποκαλύφθηκε ότι όλο αυτό μπορεί να ήταν μια πλήρως σκηνοθετημένη παραγωγή.³⁰

ΕΡ: Είπατε όμως ότι στη συνείδηση του κόσμου έμεινε η υποστολή της σημαίας...³¹

³⁰ Είναι γεγονός ότι αποκαλύφθηκε πως η περίφημη απόβαση των Τούρκων κομάντος στη βραχονησίδα Ίμια, τον Ιανουάριο του 1997 υπήρξε σκηνοθετημένη από Τούρκους δημοσιογράφους που ανέλαβαν να προκαλέσουν επεισόδιο μεταξύ των δύο χωρών. Εκμεταλλεύτηκαν την λειτουργία των μίντια, το γεγονός ότι το φιλμ θα αναμεταδιδόταν και στις δύο χώρες προκαλώντας έντονες αντιδράσεις και συναισθήματα στους τηλεθεατές και των δύο πλευρών. Η ένταση που προκλήθηκε ήταν ισχυρή, ενώ ο ρόλος των τηλεοπτικών μέσων καθοριστικός.

³¹ Ιγκνάσιο Ραμονέ, Αθήνα, 1999, εκδ. Πόλις, σελ. 72, «Τι είναι αληθινό και τι πλασματικό; Εάν ο τύπος, το ραδιόφωνο ή η τηλεόραση λένε πως κάτι είναι αληθινό, τότε επιβάλλεται ως αληθινό, ακόμη και αν είναι πλασματικό. Ο παραλήπτης δεν έχει άλλα κριτήρια για να κρίνει, αφού δεν έχει συγκεκριμένη εμπειρία στο συμβάν και δεν έχει άλλα σημεία αναφοράς εκτός από τη σύγκριση των διαφόρων μέσων μεταξύ τους. Κι αν όλα λένε το ίδιο πράγμα, είναι υποχρεωμένος να δεχτεί ότι αυτή είναι η σωστή εκδοχή, η νέα 'επίσημη αλήθεια»

ΑΠ: Αυτό δεν έγινε από την τηλεόραση, αλλά από μερίδα του πολιτικού κόσμου, που ενίσχυσε αυτή την αίσθηση. Τα σύμβολα άλλωστε έχουν ισχυρή δύναμη.

ΕΡ: Η εξουσία μπορεί να διαχειριστεί, λοιπόν, τις τηλεοπτικές εικόνες;

ΑΠ: Θυμόμαστε πολύ καλά παλιές εποχές, επί μονοπωλίου της ΕΡΤ, ότι υπήρχε έλεγχος στην πληροφορία και η κυβερνητική εξουσία ασκούσε έτσι την πολιτική της.³²

ΕΡ: Υπάρχουν όμως, και στο σύγχρονο απελευθερωμένο τοπίο περιπτώσεις, που η υπερβολική εικόνα, δημιούργησε αυτό που λέμε «ψευδογεγονός», με αφορμή το οποίο άρχισαν να τοποθετούνται βουλευτές. Τα γεγονότα για παράδειγμα στο Πολυτεχνείο τον Νοέμβριο του 1996, όταν μία ομάδα αναρχικών το κατέλαβε και έγιναν επεισόδια με τις δυνάμεις καταστολής.

ΑΠ: Αυτή είναι μια όψη του πολιτικού συστήματος, η χρήση της τηλεοπτικής εικόνας ως υποκατάστατο πολιτικών διαδικασιών³³. Σε όλες αυτές τις τηλεοπτικές εξεγέρσεις, που μερικοί αρνούμενοι κάθε κοινωνικό δεδομένο λένε ότι γίνονται μόνο επειδή υπάρχουν κάμερες, η πραγματικότητα είναι ότι το πρόβλημα υπάρχει. Την εποχή που θρηνήσαμε δύο νεκρούς σε πορεία φοιτητική, τον Κουμή και την Κανελλοπούλου δεν υπήρχαν κάμερες. Στις μέρες μας που υπάρχουν, επειδή από την άλλη δεν υπάρχει και μία μέθοδος αξιόπιστη ή νομιμοποιημένη προβολής αιτημάτων, χρησιμοποιούν αυτές. Και όσοι υποστηρίζουν ότι στο Πολυτεχνείο έγιναν καταστροφές επειδή υπήρχαν τα κανάλια, η άποψή τους είναι ανάπηρη ιστορικά, κοινωνικά και πολιτικά.

³² Οι συχνότητες της τηλεόρασης απελευθερώθηκαν το 1989. Μέχρι τότε υπήρχε κρατικό μονοπώλιο.

³³ Ο. Λανς Μπένετ, Αθήνα, 1999, σελ.179, «Οι πλήρως ελεγχόμενες παρουσιάσεις των ΜΜΕ, ονομάζονται συχνά ψευδογεγονότα. Τα ψευδογεγονότα καλύπτουν τις πραγματικές πολιτικές περιστάσεις με ρεαλιστικές αναπαραστάσεις, σχεδιασμένες για τη δημιουργία χρήσιμων πολιτικά εικόνων. Το ψευδογεγονός χρησιμοποιεί προσεκτικό σκηνικό πλαίσιο, κείμενο, παίξιμο για να δημιουργήσει πειστικές εικόνες, που συχνά δεν έχουν ιδιαίτερη σχέση με τη βασική πραγματικότητα της κατάστασης. Ενσωματώνοντας αποσπάσματα από μια πραγματική κατάσταση, μέσα σε μια δραματοποιημένη παρουσίαση, το ψευδογεγονός προκαλεί τη φαντασία να γεμίσει τα κενά και να σχηματίσει μια ολοκληρωμένη αντίληψη μέσα από κομματιασμένα γεγονότα. Το κείμενο, η δράση και το πλαίσιο ενός καλά διαμορφωμένου ψευδογεγονότος κάνουν αρκετές αναφορές από γνωστά χαρακτηριστικά της κατάστασης ώστε να γίνει δύσκολος ο διαχωρισμός μεταξύ του τι είναι πραγματικό και τι απλά αληθοφανές.»

ΕΡ: Κανείς δεν ισχυρίστηκε ούτε ότι δεν συνέβη απολύτως τίποτε, ούτε ότι δεν υπάρχει κοινωνικό πρόβλημα, αλλά οι πολιτικοί έκαναν το «κομμάτι» τους με βάση την υπερβολή της εικόνας.

ΑΠ: Από την πλευρά των πολιτικών πρόκειται για «παραγωγή γεγονότος». Ο πολιτικός κάθεται στο σπίτι του, πίνει το ουισκάκι του και βγαίνει στο τηλέφωνο για να κάνει το εφφέ του. Αυτά είναι από τα πράγματα που σιχαίνομαι. Ο ΑΝΤ1 καλύπτει τα γεγονότα με κάμερες. Δεν κάνουμε την ίδια δουλειά. Αισθάνομαι προσωπική ανάγκη να πω ότι αυτό το μπάχαλο της τηλεόρασης δεν με αφορά.

ΕΡ: Που το αποδίδετε το μπάχαλο;

ΑΠ: Στην ανάγκη για φτηνή τηλεόραση. Εμείς προσπαθούμε με αποστολές που κοστίζουν χρήμα και πνευματικό κόπο να διαφοροποιηθούμε.

ΕΡ: Μπορεί, αλλά στα βασικά θέματα της επικαιρότητας είναι η προσέγγισή σας ίδια με εκείνη των άλλων καναλιών, με την φτηνή τηλεόραση.

ΑΠ: Κάνετε λάθος και ιδεολογικής μορφής ως προς το είδος των δελτίων και αξιολογικής κρίσεως. Το δικό μας δελτίο για παράδειγμα δεν έχει καμιά σχέση με «παράθυρα». Το «παράθυρο» είναι μια τεχνική. Την χρησιμοποιούμε, αλλά πιστεύουμε ότι ανήκει στον κόρυφαίο πρωταγωνιστή ενός γεγονότος. Στόχος μας στην επιλογή των θεμάτων και στην παρουσίαση των ειδήσεων είναι το «ευρύτερο συμφέρον».

ΕΡ: Πιστεύετε πως δεν κάνατε υπερβολές σε περιπτώσεις, όπως στην «εξέγερση» των Αλβανών, προβάλλοντας θεματικά πλάνα με πυροβολισμούς και καλάζνικοφ;

ΑΠ: Εσάς αυτό σας έμεινε από την Αλβανία; Το θέαμα με τα καλάζνικοφ; Το πού τα βρήκαν όμως; Όλα αυτά τα ρεπορτάζ των Ελληνικών καναλιών για τις μυστικές αποθήκες, μας έδωσαν την δυνατότητα να αντιληφθούμε ότι υπήρχαν διασυνδέσεις των εξεγερμένων με ανθρώπους που γνώριζαν το πού είναι κρυμμένα τα όπλα.

Η Αλβανία ήταν το πρώτο μεγάλο διεθνές γεγονός, όπου οι Έλληνες δημοσιογράφοι κινήθηκαν πιο γρήγορα από ανταποκριτές άλλων χωρών. Ειδικώς δε τις πρώτες μέρες, όποιος είχε άνθρωπο εκεί, μάθαινε τι γινόταν.

Οποιο μέσο δεν είχε, μάθαινε από τους άλλους. Αυτό το στοιχείο δεν αναφέρεται, και δείχνει ότι η συζήτηση που γίνεται από ορισμένα Μέσα και δημοσιογράφους, γίνεται για φτηνό εντυπωσιασμό. Τα σημαντικά στοιχεία, που μας έδωσε η πληροφόρηση των ανταποκριτών για να διαγνώσουμε την κατάσταση στην Αλβανία, δεν αναφέρονται.

ΕΡ: Μα αυτό ακριβώς είναι το πρόβλημα. Ότι είδαμε τις εντυπωσιακές εικόνες, μιλάμε γι' αυτές και δεν γνωρίζουμε ακόμη τι ακριβώς συνέβη και σε ποια έκταση.

ΑΠ: Αυτά τα λέτε εσείς που βλέπετε με επιμέλεια τηλεόραση. Ο κόσμος δεν τα βλέπει έτσι....

ΕΡ: Μήπως αυτό είναι ακόμη χειρότερο; Μήπως το γεγονός ότι το κοινό εντυπωσιάζεται από το θέαμα, ότι δεν αναλύει με επιμέλεια τις εικόνες, μήπως αυτό κάνει την τηλεόραση υπόλογη... όπως στην περίπτωση του Πολέμου στον Περσικό;

ΑΠ: Ουδείς παρασύρεται όταν κάνει καλά τη δουλειά του. Όταν παίρνει εικόνες που γράφουν Cleared by US Army, ξέρει τι δείχνουν. Οποίος έχει στοιχειώδη εμπειρία πολεμικών ανταποκρίσεων, γνωρίζει ότι ο πολεμικός ανταποκριτής τελεί υπό το κράτος των περιορισμών που επιβάλλουν οι πόλεμοι.

ΕΡ: Για σας δεν ήταν ο πόλεμος εκείνος η αφορμή για να καθιερωθεί το CNNικό μοντέλο ενημέρωσης, που δίνει έμφαση στο εντυπωσιασμό μέσω των εικόνων, των τίτλων και της μουσικής υπόκρουσης;

ΑΠ: Υπάρχει μια παγκόσμια αγορά πληροφόρησης, που κυριαρχείται από μεγάλους διανομείς. Υπάρχουν κυρίαρχοι και κυριαρχούμενοι. Εμείς ανήκουμε στους δεύτερους. Μόνο στην Αλβανία, η Ελλάδα είχε τη δική της στάθμιση και αυτό όποιος δεν το βλέπει είναι δείγμα αναχωρητισμού από την πραγματικότητα. Πάντως συμμετέχουμε σε μια παγκόσμια αγορά. Αυτό δεν σου επιβάλλει ένα μονοσήμαντο μοντέλο ενημέρωσης. Κάθε προϊόν που βγαίνει από την πρωτογενή αγορά, μπορεί να παρουσιαστεί με πολλούς

τρόπους από την δευτερογενή.³⁴ Πάντως μπροστά μας έχουμε ήδη μια νέα εποχή. Ο κόσμος είναι πιο μορφωμένος, πιο απαιτητικός, έχει ασκηθεί το κριτήριό του.

5. Η περίπτωση του Mega

Η συζήτηση διεξάγεται με τον κ. Γιώργο Λεβεντογάννη, τότε διευθυντή ειδήσεων του καναλιού, του οποίου πεποίθηση είναι ότι για την ποιότητα της τηλεόρασης υπάρχει συνενοχή κοινού και τηλεόρασης.

ΕΡ: Πώς κάνετε την επιλογή και την αξιολόγηση των θεμάτων σας;

ΑΠ: Ακόμη και μετά από 32 χρόνια στη δημοσιογραφία πιάνω τον εαυτό μου να αναρωτιέται. Για μένα πάντως, οδηγός είναι η χρησιμότητα μιας πληροφορίας.

ΕΡ: Δεν σας καθορίζει η εικόνα;

ΑΠ: Όχι, αν δεν υπάρχουν στοιχεία που να της δώσουν χρήσιμες διαστάσεις.

ΕΡ: Μια τραγική εικόνα ενός τροχαίου, το αίμα κλπ., δεν είναι στοιχεία που θα σας κάνουν να πείτε «το δείχνουμε»;

ΑΠ: Όχι, μα τι λες, δεν είμαι βαμπίρ. Η θέα του αίματος μου προκαλεί βδελυγμία. Βέβαια, όταν είναι τροχαίο πρέπει να πληροφορήσουμε τον κόσμο. Πώς έγινε, αν υπάρχουν θύματα κλπ.

³⁴ John B. Thompson, Αθήνα, 1998, σελ 289, «Η οικειοποίηση προϊόντων των μέσων είναι πάντα ένα τοπικό φαινόμενο, με την έννοια ότι υπάρχουν πάντα συγκεκριμένα άτομα σε συγκεκριμένες κοινωνικο-ιστορικές περιοχές, και αυτά τα άτομα ανασύρουν τις διαθέσιμες σε αυτούς πηγές, προκειμένου να δώσουν νόημα στα μηνύματα των μέσων και να τα ενσωματώσουν στην καθημερινή τους ζωή. Και μέσα στην διαδικασία της οικειοποίησης, τα μηνύματα συχνά μεταμορφώνονται καθώς τα άτομα τα προσαρμόζουν στο πρακτικό περιεχόμενο της καθημερινής ζωής.

Η παγκοσμιοποίηση της επικοινωνίας δεν έχει μειώσει τον τοπικό χαρακτήρα της οικειοποίησης, αλλά μάλλον έχει δημιουργήσει έναν νέου είδους συμβολικό άξονα στον σύγχρονο κόσμο. Πρόκειται για τον άξονα πλανητικής διάδοσης και τοπικής οικειοποίησης. Καθώς η παγκοσμιοποίηση της επικοινωνίας ολοένα αυξάνεται σε ένταση και έκταση, η σημασία αυτού του άξονα αυξάνεται. Η αυξανόμενη σημασία του επιβεβαιώνεται από το διττό γεγονός ότι η κυκλοφορία της επικοινωνίας και της πληροφορίας έχει γίνει παγκόσμια, την στιγμή που η διαδικασία της οικειοποίησης παραμένει εγγενώς ερμηνευτική, και συμβαίνει σε συγκεκριμένα κάθε φορά πλαίσια αναφοράς.»

ΕΡ: Κι όμως έχω δει εικόνες στο δελτίο του Mega που δεν είχαν χρησιμότητα και είχαν βία³⁵.

ΑΠ: Δεν θυμάμαι ακριβώς, άλλα για μένα το μέτρο για να μην δείξεις μια σκηνή είναι αν η σκληρότητά της σε κάνει να κλείνεις τα μάτια. Αυτό σημαίνει ότι δεν πρέπει να το δείξεις.

ΕΡ: Μήπως με τόσα που έχουμε δει το κριτήριο έχει αμβλυνθεί;

ΑΠ: Γίνεται μεγάλη προσπάθεια να σταματήσουν αυτά, Τον πρώτο καιρό που κάναμε τηλεόραση, δεν ξέραμε. Κάναμε υπερβολές. Τώρα έχουμε την εμπειρία.

ΕΡ: Ο υπερτονισμός γεγονότων ελάσσονος σημασία για την ζωή του πολίτη, η υπερπροβολή του θέματος του Άκη Πάνου, που προβλήθηκε μάλιστα ως πρώτο του δελτίου με απ' ευθείας σύνδεση με την αίθουσα του δικαστηρίου για να ακούσουμε την απόφαση...³⁶

ΑΠ: Για μένα ο Άκης Πάνου είναι ένα σημαντικό πρόσωπο, που έχει συμβάλει στη λαϊκή κουλτούρα με τα τραγούδια του. Είδα συνεντεύξεις του στα περιοδικά, απασχόλησε τον κόσμο, αγαπήθηκαν τα τραγούδια του. Τώρα τι έκανε στην προσωπική του ζωή δεν μ' ενδιαφέρει. Θεώρησα ότι ήταν σημαντικό γεγονός όλη αυτή η υπόθεση. Το θέμα είναι τι δείχνεις από την σκληρότητα του κόσμου. Για παράδειγμα, έναν πόλεμο. Το αίμα όχι. Τα πεινασμένα παιδιά, ναι. Γιατί ευαισθητοποιείς την κοινή γνώμη.

ΕΡ: Ας κάνουμε διάκριση, ποιο είναι το όριο;

ΑΠ: Σε όλα πρέπει να υπάρχουν κανόνες. Όχι γιατί θεσμοθετούνται. Αν δεν υπάρχει συνείδηση παραβιάζονται. Η δύναμη της εικόνας είναι τρομερή.

ΕΡ: Εσείς αισθάνεστε ότι μπορείτε να τηρήσετε το μέτρο κυνηγώντας την τηλεθέαση;

³⁵Τζον Φισκ, Αθήνα, 2000, σελ. 420, «Η βία, ως κυρίαρχος τρόπος αναπαράστασης της σχέσης μεταξύ ηρώων και κακών, είναι μια απτή μεταφορά της κοινωνικής ή ταξικής σύγκρουσης»

³⁶ Δημοφιλής λαϊκός συνθέτης, στιχουργός και ερμηνευτής, ο Άκης Πάνου έγινε θέμα στα δελτία ειδήσεων για την παθολογική αγάπη προς την κόρη του, η οποία έφυγε για να ζήσει με τον αγαπημένο της. Λίγο αργότερα, την άνοιξη του '98, ο Άκης Πάνου δολοφονεί τον εραστή της κόρης του και παραδίδεται, για να γίνει η πολύκροτη δίκη του, λίγο αργότερα, κεντρικό θέμα των περισσότερων δελτίων ειδήσεων.

ΑΠ: Σε καμία περίπτωση δεν αγνοούμε την τηλεθέαση. Αλλά η ποιότητα πρέπει να μας καθοδηγεί.

ΕΡ: Δεν σας καθοδηγούν οι κανόνες της αγοράς; Τι πουλάει, όπως λέμε; Δεν κυνηγάτε το σόου, το θέαμα;

ΑΠ: Όχι, δεν σκέφτομαι έτσι. Αν την ημέρα που είχα πρώτη είδηση τον Άκη Πάνου είχα σημαντικό πολιτικό θέαμα, θα έβαζα αυτό πρώτο. Και ύστερα, «σόου» δεν είναι μια λέξη που μου αρέσει. Προτιμώ την Ελληνική λέξη «θέαμα», και είναι μαγκιά να μην υπερβείς τα όρια και ικανοποιήσεις το «ηδονοβλεπτικό» ένστικτο του κοινού. Το αίμα είναι «ναρκωτικό» και γι' αυτό το δίνουν στο κοινό.

ΕΡ: Το Ωνάσειο δεν ήταν σόου;³⁷

ΑΠ: Ήταν, αλλά δεν το έκανε η τηλεόραση. Εκείνοι που πήγαιναν εκεί και έκαναν δηλώσεις, το έκαναν το σόου.

ΕΡ: Ήταν όμως στημένες οι κάμερες.

ΑΠ: Ναι, ήθελε ο κόσμος να μάθει, και εκείνοι που αγαπούσαν τον Ανδρέα Παπανδρέου και εκείνοι που τον μισούσαν. Ο κόσμος έχει έμφυτη περιέργεια. Ιδιαίτερα όταν τα πρόσωπα είναι διάσημα.

ΕΡ: Και πρέπει να του την καλλιεργούμε και μετά να την εκμεταλλευόμαστε για εμπορικούς σκοπούς;

ΑΠ: Όχι βέβαια. Αλλά η τηλεόραση αυτό κάνει. Δείχνει. Σιγά-σιγά θα μάθει ο κόσμος την ποιότητα. Πιστεύω πως όλοι είμαστε συνένοχοι για το τηλεοπτικό προϊόν που προβάλλεται.

³⁷ Η ασθένεια του Πρωθυπουργού Ανδρέα Παπανδρέου οδήγησε τα κανάλια έξω από το Ωνάσειο καρδιοχειρουργικό κέντρο όπου εισήχθη για νοσηλεία. Τότε (1996) στήθηκε μια πρωτοφανής τηλεοπτική επιχείρηση τρίμηνης και πλέον διάρκειας, για να αναμεταδίδονται, άλλοτε απ' ευθείας και άλλοτε διακόπτοντας και την κανονική ροή του προγράμματος, όλες οι λεπτομέρειες της εξέλιξης της υγείας του Πρωθυπουργού. Οι αναμεταδόσεις, πάντα μαραθώνιες, έδιναν τις πλέον απίθανες λεπτομέρειες για τις μεθόδους θεραπείας και τα αποτελέσματά τους, ενώ τα ιατρικά ανακοινωθέντα είχαν σχεδόν την θέση πολιτικών ανακοινώσεων, καθώς αναλόγως με αυτά οργίαζε και η παραπολιτική φημολογία. Για εκείνους τους τρεις και πλέον μήνες, η πολιτική και τηλεοπτική ενημέρωση διαδραματιζόταν στην αυλή του Ωνασείου, γεγονός που άφησε παροιμιώδεις εκφράσεις για τις ακρότητες της απ' ευθείας μετάδοσης, όπως «Ωνάσειο-τέντα» (τίτλος των ρεπορτάζ της εποχής που υποδήλωνε ότι η αναμετάδοση γινόταν από τον ειδικά διαμορφωμένο χώρο για τους δημοσιογράφους, ένα αντίσκηνο δηλαδή, έξω από το Ωνάσειο), που χρησιμοποιούνταν για χρόνια μετά προκειμένου να υπογραμμιστεί η υπερβολική χρήση της απ' ευθείας μετάδοσης σε κάποιο δελτίο ειδήσεων.

6. Ειδήσεις στην EPT- Εναλλακτική πρόταση;

Διευθυντής ειδήσεων στην κρατική τηλεόραση την εποχή που κάναμε την έρευνα ήταν ο Γιάννης Παπουτσάνης, ο οποίος είχε ήδη θητεύσει στην ιδιωτική τηλεόραση, στο κανάλι ANT1, στο οποίο και επέστρεψε μετά από σύντομη καριέρα στη NET. Υπήρξε ο «ανανεωτής» του κρατικού δελτίου ειδήσεων εμπλουτίζοντάς το με στοιχεία infotainment, δηλαδή τίτλους, μουσική υπόκρουση, γραφήματα. Ωστόσο η επιλογή των θεμάτων κράτησε κάτι από την παράδοση της κρατικής EPT, κυρίως την έμφαση στα πολιτικά θέματα.

ΕΡ: Μπορεί η EPT να ξεφύγει από την επικαιρότητα που διαμορφώνουν τα ιδιωτικά κανάλια;

ΑΠ: Ναι, κάθε μέσο ενημέρωσης και ιδίως όταν έχει δημόσιο ρόλο πρέπει να επιλέγει τα θέματα που πραγματικά ενδιαφέρουν τον πολίτη, χωρίς το άγχος της «πώλησης». Αλλά μακριά από μένα ο πειρασμός της μη ανταγωνιστικότητας.³⁸

ΕΡ: Αυτή τη στιγμή το δελτίο με τους μεγάλους τίτλους και την μουσική υπόκρουση δεν μοιάζει να έχει αντιγράψει το γνωστό εμπορικό μοντέλο;

ΑΠ: Ναι, η αισθητική βαρύνει εμένα, αλλά δεν νομίζω ότι η διαφορετικότητα έγκειται στη μορφολογία. Αν οι τίτλοι δεν είναι παραπλανητικοί, γιατί να μην υπάρχουν; Η τηλεόραση είναι ήχος και εικόνα. Είναι θέαμα.

ΕΡ: Είτε για ιδιωτική είτε για δημόσια, λοιπόν, τηλεόραση το μοντέλο είναι ίδιο, το αμερικανικό.

ΑΠ: Ναι, αυτό είναι το επικρατέστερο.

³⁸ Ο ίδιος ο νόμος για την λειτουργία της Κρατικής ή Δημόσιας Τηλεόρασης, της επιφυλάσσει ρόλο εναλλακτικό. Ωστόσο η πολύ χαμηλή τηλεθέαση μετά το '89, που δεν κατάφερε ποτέ να ανέβει σε ικανό ποσοστό ώστε να γίνει υπολογίσιμη ενημερωτική δύναμη, δεν δικαίωσε τις ελπίδες του κοινού. Ουδέποτε η κρατική τηλεόραση έγινε ανταγωνιστική και όχι μόνον αυτό, αλλά από την τρίτη θέση που κατείχε, όταν λειτουργούσαν δύο μόνο μεγάλα κανάλια το Mega και ο ANT1, πέρασε στην τέταρτη με την λειτουργία του SKY, στην πέμπτη με την λειτουργία του Star κ.ο.κ

ΕΡ: Τότε μιλάμε για ένα μοντέλο που καθιερώθηκε και υιοθετήθηκε μετά την CNNική επιτυχία στον Πόλεμο του Περσικού Κόλπου, άρα μοντέλο «ενοχοποιημένο» για τους κινδύνους που δημιουργεί με τις απ' ευθείας συνδέσεις, ευνοώντας την παραπλάνηση τόσο των ανταποκριτών, που δεν έχουν χρόνο για την διασταύρωση των στοιχείων, όσο και του κοινού.

ΑΠ: Στην περίπτωση του πολέμου στον Κόλπο δόθηκαν ακραίες εκδοχές αυτού του μοντέλου, αυτές που επιδίωκαν οι πρωταγωνιστές των γεγονότων. Ας δούμε την υπόθεση των Ιμίων, που είναι πιο πρόσφατη και όπου είδαμε τα κέντρα εξουσίας να διαθέτουν ευκολίες στα τουρκικά κανάλια, προκειμένου να έχουν την παραγωγή τηλεοπτικών εικόνων που θα εξυπηρετούσαν τους σκοπούς τους. Είχαμε μια ακραία περίπτωση σκηνοθεσίας, άριστα οργανωμένης.

Στην περίπτωση της Αλβανίας επίσης, υπάρχουν ενδείξεις ότι τα κανάλια εκεί που δεν μπορούσαν να έχουν υλικό, σκηνοθετούσαν ένα εικονικό περιβάλλον.

ΕΡ: Αναπαρήγαγαν το γεγονός, δημιουργώντας ένα εκ νέου δικό τους γεγονός;

ΑΠ: Όχι εκ του μηδενός. Αυτό δεν γίνεται. Αυτό που πιθανότατα δεν υπήρχε ήταν οι μάχες των 8.00 μ.μ., την ώρα ακριβώς των δελτίων ειδήσεων

ΕΡ: Ποια είναι τα βασικά χαρακτηριστικά του μοντέλου, λοιπόν, που περιγράφουμε και ποια τα «ευαίσθητα» σημεία του;

ΑΠ: Το βασικό του χαρακτηριστικό, που υιοθετήθηκε στην υπερβολή του, είναι η απ' ευθείας σύνδεση. Πολλοί μίλησαν και για δικτατορία του live. Δεν είναι όμως η απ' ευθείας σύνδεση αυτή καθεαυτή το πρόβλημα, αλλά ο τρόπος που χρησιμοποιείται.

ΕΡ: Γιατί χρησιμοποιείται, λοιπόν, με αυτό τον τρόπο που δημιουργεί προβλήματα;

ΑΠ: Γιατί πουλάει. Δίνει την δυνατότητα στον τηλεθεατή να κάθεται στην πολυθρόνα του και εκ του ασφαλούς να έχει την αίσθηση ότι «ζει» ένα γεγονός. Στις περισσότερες όμως «ζωντανές» συνδέσεις, ο μόνος «ζωντανός» είναι ο ρεπόρτερ, που βρίσκεται στον τόπο του γεγονότος και αφηγείται. Αυτά τα δελτία ειδήσεων είναι ενημερωτικές εκπομπές με έμφαση στο σόου. Ο τηλεθεατής τα χαζεύει, αλλά δεν ενημερώνεται.

ΕΡ: Υπάρχει ένα άλλο μοντέλο; Για παράδειγμα, σε τηλεοράσεις του εξωτερικού παρουσιάζουν τα θέματα σαν μικρά ντοκιμαντέρ, που και θεαματικά είναι και ουσιαστικά.

ΑΠ: Υψηλό κόστος...

ΕΡ: Αυτό μόνον;

ΑΠ: Κυρίως, αλλά χρειάζονται και εξειδικευμένες ομάδες δημοσιογράφων, που να αμείβονται καλά και να ασχολούνται με ένα θέμα κάθε φορά.

ΕΡ: Ποια προβλήματα στη χώρα μας εμπόδισαν μια τέτοια ανάπτυξη των τομέων ενημέρωσης;

ΑΠ: Για να επιβιώσει ο δημοσιογράφος στο καθεστώς ανασφάλειας που δημιουργήθηκε τόσο στην κρατική τηλεόραση με την απειλή ξεκαθαρισμάτων, όσο και στην ιδιωτική με την μη εφαρμογή των νόμων και τις οικονομίες, βρέθηκε στην ανάγκη να κάνει περισσότερες από μία δουλειές. Αλλά και αυτό να μην συμβαίνει, η ανάπτυξη της ιδιωτικής τηλεόρασης έγινε βιαστικά. Κληθήκαμε να τη στελεχώσουμε χωρίς να γνωρίζουμε το μέσον. Μάθαμε στην πορεία. Αντιγράψαμε το «αμερικανικό μοντέλο» που ήταν δοκιμασμένο και αυτό μάθαμε.

ΕΡ: Υπάρχει δυνατότητα εναλλακτικής λύσης και μπορεί να την προσφέρει η ΕΡΤ;

ΑΠ: Για μένα υπήρξε συνενοχή. Όταν βλέπεις ότι κάτι σου αποδίδει, απλώς προσπαθείς να επιτείνεις την κατάσταση, να συντηρήσεις μια αγορά για να συνεχίσει να σου αποδίδει. Αυτά τα 9 χρόνια, με την τακτική των καναλιών να δίνουν έμφαση στα ακραία φαινόμενα, διογκώθηκαν ορισμένα από αυτά. Τώρα όμως αλλάζει η εποχή. Έχουμε μια απαξία προς τέτοιου είδους τηλεοπτικές συμπεριφορές. Στο μέλλον, αυτό που θα πουλάει θα είναι το κύρος.

ΕΡ: Και πώς προσδιορίζετε εσείς το κύρος;

ΑΠ: Ως μία ορθολογική χρήση εικόνας και ήχου, που δεν θα λειτουργεί παραπειστικά. Θα χρησιμοποιεί όλα τα μέσα που διαθέτει σήμερα η τηλεόραση για την παραγωγή θεάματος, την τεχνολογία δηλαδή, αλλά δεν θα κάνει σόου προς εντυπωσιασμό. Η δική μας «συνταγή» θα είναι διαφορετική. Έχουμε τα μέσα –αν και όχι τόσο τελειοποιημένα όσο θα έπρεπε– αλλά και τους

ανθρώπους, και παρά τις δυσλειτουργίες της μπορεί να αποπειραθεί η ΕΡΤ να δημιουργήσει την δική της προσωπικότητα στην ενημέρωση.

ΕΡ: Και το σόου πώς θα μετατραπεί σε ενημέρωση;

ΑΠ: Ενημέρωση δεν είναι ένα δελτίο που διαρκεί 75 λεπτά. Το δελτίο πρέπει να είναι το πολύ 25-40 λεπτά και να λειτουργεί σε ένα ενημερωτικό κανάλι και όχι ψυχαγωγικό. Το δελτίο θα δίνει την είδηση και θα ακολουθούν ειδικές εκπομπές που θα την αναλύουν αν είναι σημαντική. Επίσης αναδεικνύει πρόσωπα, πρωταγωνιστές μεγάλων γεγονότων και όχι μικροϊστοριών της καθημερινότητας ή του περιθωρίου. Θα δίνεται έμφαση στην έρευνα και την ανάλυση στοιχείων.

Συμπεράσματα

Όλοι οι διευθυντές ειδήσεων, οι άνθρωποι που εφήρμοσαν το εντυπωσιακό μοντέλο της ψυχαγωγικής ενημέρωσης στην Ελληνική τηλεόραση, αναγνωρίζουν υπερβολές στη χρήση της τεχνολογίας. Δεν διστάζουν να αναγνωρίσουν τις παραπλανητικές ακρότητες, αν και ορισμένοι, όπως ο διευθυντής ειδήσεων του ΑΝΤ1, δεν θεωρούν ότι ευθύνονται τα κανάλια, αλλά ο τρόπος που αξιοποιούν τις ειδήσεις και το θέαμα οι πολιτικοί και η δική τους ικανότητα να ερμηνεύουν και να παρεμβαίνουν ουσιαστικά ή απλώς να συμμετέχουν στο τηλεοπτικό θέαμα. Αρνούνται πάντως να δουν ότι υπάρχει οποιαδήποτε υπερβολή στο τηλεοπτικό θέαμα, και αν υπάρχει το στοιχείο της σκηνοθεσίας, λένε πως αυτό είναι στη φύση του τηλεοπτικού μέσου. Το πώς αυτό επηρεάζει την πραγματικότητα, δεν εντάσσεται στα ενδιαφέροντά τους.

Πάντως όλοι μιλούν για νέα εποχή, για αναγκαστική σχεδόν στροφή στην ποιότητα. Το γεγονός ότι αναφέρουν την «ποιότητα» ως στόχο που δεν έχει επιτευχθεί, ως ιδανικό, αποδεικνύει ότι υπάρχει συναίσθηση των ενεργειών τους. Ωστόσο, τα χρόνια που ακολούθησαν διέψευσαν τις τοποθετήσεις όλων. Ο σκληρός ανταγωνισμός συνεχίστηκε και διευρύνθηκε με την λειτουργία και άλλων ακόμη καναλιών, ενώ η τακτική του εντυπωσιασμού απογειώθηκε. Το έθνος, ένα χρόνο αργότερα, βρέθηκε να παρακολουθεί απ' ευθείας απαγωγές, όπως η περίπτωση Σορίν Ματέι (1998) και Αντόν Φλαμούρ (1999). Ο τρόπος

κάλυψης αυτών των επεισοδίων αποκάλυψε την απειρία ολόκληρου του κρατικού μηχανισμού για την δύναμη της τηλεοπτικής εικόνας και τα όρια της χρήσης της. Αποτέλεσμα ήταν να ακολουθήσουν τριγμοί στα σώματα ασφαλείας, που πρώτα πλήρωσαν με αλλαγές στην ηγεσία τους τις ρωγμές στη λειτουργία τους, τις οποίες αποκάλυψε μεγεθύνοντάς τες φυσικά, το τηλεοπτικό θέαμα.

Επίσης, αποκαλύφθηκαν οι ολιγωρίες στο σύστημα ελέγχου της ραδιοτηλεοπτικής λειτουργίας, γεγονός που οδήγησε σε κρίση τις σχέσεις Υπουργείου Τύπου και Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης, η οποία και αυτή κατέληξε σε αλλαγές³⁹. Τέλος, έφερε στο φως τους κινδύνους που μπορεί να διατρέξουν την δημοκρατία, για την ακρίβεια να παρεμποδίσουν την ευρυθμία της από την μη λειτουργία των θεσμών και από την αδιαφάνεια στις σχέσεις ραδιοτηλεοπτικών μέσων και πολιτικής εξουσίας.

Η συμβολή των δελτίων ειδήσεων των μεγάλων ιδιωτικών καναλιών στη δραματοποίηση της αλήθειας αποκάλυψε αφενός την ψυχαγωγική αξία της πραγματικότητας και αφετέρου έδειξε τον τρόπο στην πραγματικότητα να υιοθετεί τεχνικές βρίσκοντάς τες πιο ψυχαγωγικές και πιο αποτελεσματικές.

³⁹ Η υπόθεση αυτή κατέληξε στην παραίτηση του Προέδρου του ΕΣΡ κ. Παύλου Σούρλα (καθηγητής της φιλοσοφίας του Δικαίου) και του αντιπροέδρου του Συμβουλίου κ. Αντώνη Μανιτάκη (καθηγητής Συνταγματικού Δικαίου) όσο και πολλών μελών του 15 μήνες αργότερα (1999) και με αφορμή την μη επικύρωση από την πλευρά του υπουργού Δημήτρη Ρέππα για την επιβολή ποινών σε κανάλια που υπερέβησαν τους κανόνες δεοντολογίας με κορυφαία την περίπτωση Σορίν Ματέι. Ωστόσο η περίπτωση αυτή έφερε μια σύγχυση στους χειρισμούς, καθώς και η ίδια η αστυνομία χρησιμοποίησε την τηλεοπτική σύνδεση για να επικοινωνήσει με τον απαγωγέα γεγονός που περιέπλεξε την κατάσταση. Πάντως η περίπτωση εκείνη υπήρξε και η πλέον χαρακτηριστική της στρεβλής λειτουργίας του τηλεοπτικού πεδίου και κυρίως των υπερβολικών και μη ψύχραιμων αντιδράσεων απέναντι στην τηλεοπτική υπερβολή τόσων των αρχών, όσο και των πολιτικών δυνάμεων. Το ίδιο πρόβλημα ωστόσο θα επανέλθει και πολλές ακόμη φορές με παρόμοιες ευκαιρίες.

7. Έρευνα Δεύτερη- Δελτία Ειδήσεων: Τρία Χρόνια Μετά (καλοκαίρι 2001)

α. Ο αγχωτικός μαραθώνιος των 7.30 μ.μ.

(Το καλοκαίρι του 2001, τρία χρόνια μετά την πρώτη έρευνά μας για τα Ελληνικά δελτία ειδήσεων και παρά τις τότε εξαγγελίες των διευθυντών τους ότι θα αλλάξει το περιεχόμενό τους προς το καλύτερο και θα μειωθεί η διάρκεια τους, συμβαίνει το αντίθετο.)

Κάθε μέρα, γύρω στις 7.30 μ.μ., ξεκινάει στην Ελληνική τηλεόραση ένας αγχωτικός μαραθώνιος προβολής ξεχειλωμένων δελτίων ειδήσεων, όπου τα αυτονόητα παρουσιάζονται σαν σπουδαία γεγονότα. Αίφνης ο αθηναϊκός καύσωνας το καλοκαίρι του 2001 αποτελεί κύρια είδηση, παρά την μακραίωνη παράδοση των θερμοκρασιών αυτών τους μήνες του θέρους στην πόλη των Αθηνών.

Οι πολιτικές ειδήσεις υποχωρούν μπροστά σε ευτράπελα στιγμιότυπα. Για να καλυφθεί η 90λεπτη και πλέον διάρκεια των δελτίων ειδήσεων, συμπεριλαμβάνονται παντός είδους παράδοξες ατραξιόν, μεταξύ των οποίων η ενδεδειγμένη μέτρηση των προτεταμένων καμπυλών παντός είδους καλλονών, τις οποίες ανακαλύπτει ο φακός των ειδήσεων σε παραλίες, πισίνες ή νυχτερινά κέντρα.

Φταιει η μεγάλη διάρκεια, διαπιστώνουν οι διευθυντές ειδήσεων των μεγάλων καναλιών και αποφασίζουν να ξεκινήσουν την προσπάθεια να συζητήσουν τη μείωση του χρόνου των δελτίων.

Πάντως τα δελτία ειδήσεων καλύπτουν μεγάλο μέρος των τηλεοπτικών προγραμμάτων. Τουλάχιστον ανά μία ώρα προβάλλεται και ένα σε κάποιο κανάλι.

Τα περισσότερα εξ αυτών έχουν μαραθώνια διάρκεια (από 90 λεπτά, ενίοτε και δίωρη). Όλα δείχνουν πως τα δελτία ειδήσεων έχουν φτάσει να σηκώνουν το βάρος της διασκέδασης του κοινού παρά της ενημέρωσης, ιδίως το καλοκαίρι, όταν πλέον απομένουν το μοναδικό «ζωντανό» πρόγραμμα. Γι' αυτό και

μοιάζουν περισσότερο με επιθεωρήσεις, όπου αντί για πολιτικά γεγονότα προβάλλονται πλήθος ατραξιόν (π.χ. η βόλτα του Πρωθυπουργού σε μπαράκι της Σίφνου, η νυχτερινή βουτιά του υπουργού Άμυνας, το μακροβούτι του επίτιμου της Ν.Δ., κ.ο.κ.)

Το καλοκαίρι του 2001, η κατάσταση φαίνεται εκτός ελέγχου. Ειδήσεις γίνονται τα μπάνια του λαού στις παραλίες, η διασκέδαση στα νησιά και λικνιζόμενες ημίγυμνες καλλονές. Ήδη από τα τέλη Μαΐου, εγκαταστάθηκε ως είδηση στα δελτία των 7.30 ο καύσων, είτε υπήρχε, είτε τον περιμέναμε, είτε έφυγε για να επιστρέψει, και, με αφορμή αυτόν, το έθνος των Ελλήνων έφθασε, με το τέλος του καλοκαιριού, να αναγνωρίζει τις λουόμενες στις πέριξ των Αθηνών παραλίες από τα οπίσθια στα οποία έκαναν θεαματικά ζουμ καθημερινώς επί δίμηνο οι φακοί της εθνικής ενημέρωσης.⁴⁰

Όσο για τον θρίαμβο των αυτονόητων, υπήρξε πραγματικά μοναδικός. Τέλος, όπως οι επιθεωρήσεις επαναλαμβάνουν για καιρό τα επιτυχημένα τους νούμερα έτσι και τα θερινά δελτία ειδήσεων βρέθηκαν να επαναλαμβάνουν μέχρι οπτικής «δυσπεψίας» τις ίδιες ακριβώς ειδήσεις. Το καλοκαίρι του 2001, κορυφαία είδηση γίνονται τρεις Γιουγκοσλάβες καλλονές, που, άγνωστο για ποιους λόγους, πρωταγωνιστούν επί δεκαπενθήμερο με τις προκλητικές τους καμπύλες στα εγχώρια δελτία. Δεν έλειψαν βέβαια και τα τροχαία, τα εγκλήματα, ενώ κορυφαία μεταξύ των ανθρώπινων τραγωδιών υπήρξαν τα ρεπορτάζ για την ασθένεια λαϊκών αστέρων⁴¹. Στο προσκεφάλι τους

⁴⁰ Ο. Λανς Μπένετ, Αθήνα, 1999, σελ. 41-42, «Θα ήταν παρήγορο να σκεφτεί κανείς ότι η καθημερινή συγκέντρωση και διανομή των ειδήσεων γίνεται με οδηγό το αίσθημα ευθύνης απέναντι στο δημοκρατικό πολίτευμα. Όλο και περισσότερες ενδείξεις δείχνουν ότι τα κίνητρα για οικονομικό κέρδος και οι δυνάμεις της αγοράς υπερισχύουν. Στη θέση της τεκμηριωμένης κάλυψης και της εποικοδομητικής κριτικής οι ειδήσεις προβάλλουν ένα καθηλωτικό μείγμα από κρίσεις, σκάνδαλα και προεκλογικές εκστρατείες που μοιάζουν περισσότερο με υπόδρομο, μουσικές επενδύσεις και σκηνικά εφφέ κατασκευασμένα από σχεδιαστές, παρουσιαστές που παίρνουν μέρος σε σαφάρι φορώντας το αντίστοιχο κοστούμι και πολεμικούς ανταποκριτές που μεταδίδουν μέσα από μάσκες αερίων. Τα τοπικά κανάλια προβάλλουν ζωντανό υλικό με σκηνές από αυτοκινητιστικά δυστυχήματα στους εθνικούς δρόμους και ανταλλαγές πυροβολισμών και μειώνουν την κάλυψη του έργου της τοπικής κυβέρνησης και της νομοθεσίας. Η αγορά έχει κατακλυστεί από ηλεκτρονικά βοηθήματα.»

⁴¹ Το καλοκαίρι του 2001 ασθενούν βαριά ο ηθοποιός Κώστας Χατζηχρήστος και ο λαϊκός βάρδος Στέλιος Καζαντζίδης. Οι κάμερες και τα μικρόφωνα βρίσκονται στο προσκεφάλι τους για κάθε ανατριχιαστική λεπτομέρεια.

στήνονται πανομοιότυπα αρρωστολαγνικά σόου και ξεφλουδίζονται ζωές και προσωπικές στιγμές στο όνομα μιας ψευδοσυγκίνησης, με στόχους απολύτως ποσοστοθηρικούς.

Είναι αλήθεια πως τα μακράς διάρκειας δελτία ειδήσεων, με τα ρεπορτάζ, την παρέλαση πολιτικών από τα τηλεπαράθυρα, τις έντονες συζητήσεις, την τεχνολογία που χρησιμοποιείται με τις απ' ευθείας συνδέσεις, δίνουν την αίσθηση ενός κόσμου σε διαρκή κίνηση, μιας δημοκρατίας σε εγρήγορση και μιας τηλεόρασης εξαιρετικά «ζωντανής». Με σχετικά χαμηλό κόστος, τουλάχιστον πολύ χαμηλότερο από εκείνο που απαιτούν οι παραγωγές των σίριαλ, η ενημερωτική τηλεόραση προσφέρει δυνατές συγκινήσεις και γρήγορες εναλλαγές. Άλλωστε, η ενημερωτική φρενίτιδα, που μετά από 13 χρόνια λειτουργίας της ιδιωτικής τηλεόρασης κορυφώνεται στη χώρα μας και χαρακτηρίζει το τηλεοπτικό τοπίο τής αρχής του νέου αιώνα, έχει χαρακτηρίσει ήδη τον διεθνή χώρο, με οδηγό το CNN και την παγκόσμια εξάπλωσή του, που την ακολούθησαν ανταγωνιστές του, όπως το BBC World, το Euronews, το Sky News, το Bloomberg TV, το Canale 24 Horas (του ισπανικού TVE).

Με την αμερικανική τηλεόραση να προηγείται και σε αυτό το είδος, όπως άλλωστε και σε όλα τα υπόλοιπα, ήταν επόμενο να δώσει εκείνη τον τόνο. Στη βραδινή ζώνη (22.00-23.00) υπερπολλαπλασιάστηκαν τα ενημερωτικά μαγκαζίνο. Για παράδειγμα, το μαγκαζίνο Dateline του NBC είχε αρχικώς μόνο μία εκπομπή την εβδομάδα, το 2000 είχε πέντε, ενώ οι παραγωγοί του υπολογίζουν να προβάλλουν τουλάχιστον 700 ρεπορτάζ τον χρόνο. Αναπόφευκτα, όπως αναφέρει ο Ιγκνάσιο Ραμονέ (Τυραννία των ΜΜΕ, Εκδ. Πόλις) κάνει υποχωρήσεις αυτού του είδους η κατατρεγμένη ενημέρωση ως προς τον κιτρινισμό και τη δημοσιογραφία των υπονόμων.

Η ενημέρωση-θέαμα, ωστόσο, το κυνήγι σκανδάλων και γαστριμαργικών θεμάτων, ακόμη και από τον χώρο της πολιτικής, οδήγησε ήδη στις χώρες του εξωτερικού, που προηγήθηκαν σ' αυτού του είδους την τηλεόραση, σε

μαρασμό των δελτίων ειδήσεων, τουλάχιστον εκείνων με την πιο παραδοσιακή μορφή. Στη Βρετανία προκαλείται ακόμη και παρέμβαση του Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης για την αλλαγή της ώρας προβολής των δελτίων κρατικής και ιδιωτικής τηλεόρασης, προκειμένου να κερδίσουν το κοινό που έχασαν, ενώ τα αμερικανικά δελτία ακολουθούν όλο και περισσότερο το μοντέλο της εντυπωσιακής, γαστριμαργικής ενημέρωσης.

Προφανώς, τον μαρασμό του δελτίου μπροστά σε φανταχτερά κουτσομπολίστικα μαγκαζίνο φοβάται και ο Σταμάτης Μαλέλης, διευθυντής ειδήσεων του Alpha όταν μας είπε: «Το μωρό του Βοσκόπουλου⁴² είναι για δελτίο ή για μαγκαζίνο;». «Για μαγκαζίνο». «Μάλιστα, το βάζω στο μαγκαζίνο και ο ANT1, για παράδειγμα, μου το βάζει στο δελτίο δεύτερη είδηση, τι να κάνω τότε εγώ;» Με άλλα λόγια, στη χώρα μας προτιμούν μια μπερδεμένη εκδοχή τού δύο σε ένα.

Υπάρχει και μία ακόμη εκδοχή για την μακρά διάρκεια του δελτίου, η οικονομική. Καλύπτει ένα μεγάλο μέρος του ημερήσιου προγράμματος, αξιοποιώντας τον προϋπολογισμό ενισχυμένων ενημερωτικών τμημάτων και ακριβού τεχνολογικού εξοπλισμού.⁴³

Ωστόσο, η διάρκεια των ίδιων των δελτίων πουθενά στον κόσμο δεν αυξήθηκε, προκειμένου να κερδίσουν το χαμένο κοινό. Το περιεχόμενό τους παραμένει αυστηρώς δημοσιογραφικό, έστω και αν γέρνει συχνά στον κιτρινισμό και την

⁴² Έχοντας ξαναπαντρευτεί, ο λαϊκός βάρδος Τόλης Βοσκόπουλο γίνεται είδηση τέσσερα χρόνια μετά το διαζύγιό του από την προηγούμενη σύζυγό του, η γέννηση του μωρού του από την καινούργια του σύζυγο.

⁴³ Ο. Λανς Μπένετ, Αθήνα, 1999, σελ. 45, «Το επιχειρηματικό συμφέρον εξηγεί την αύξηση των ειδησεογραφικών μαγκαζίνο της τηλεόρασης. Η παραγωγή τους είναι πιο βολική από τις ειδήσεις που μεταδίδονται ζωντανά και η μετάδοση στοιχίζει τα μισά απ' ό,τι τα ψυχαγωγικά προγράμματα. Όπως γράφτηκε σε μια επικεφαλίδα «η πραγματικότητα είναι πιο φθηνή από τα sitcoms. Το πιο παλιό και σταθερά στην κορυφή της θεαματικότητας πρόγραμμα της τηλεόρασης το 60 Minutes έχει την μεγαλύτερη διάρκεια ζωής... Πλέον έχουν δημιουργηθεί τόσα μαγκαζίνο του είδους που καλύπτουν τουλάχιστον το 15% των προγραμμάτων ... Με το να προβάλλουν αυτά τα ντοκουμενταρισμένα δράματα και γενικότερα τις τεχνικές των προγραμμάτων infotainment, ρίχνουν το περισσότερο βάρος στα ναρκωτικά, στο έγκλημα, στην κακοποίηση των μικρών παιδιών, σε μεθόδους για αδυνάτισμα, στην εκμετάλλευση των καταναλωτών, στα σκάνδαλα των διασημοτήτων και σε αστυνομικές επιχειρήσεις με κρυμμένη κάμερα.»

υπερβολή. Στο αμερικανικό CBS, η διάρκεια του αυστηρώς δημοσιογραφικού δελτίου είναι 20λεπτη, στο αυστραλέζικο ABC είναι ημίωρης διάρκειας, στο Channel 8 της Σιγκαπούρης είναι επίσης ημίωρης διάρκειας. Όσο για την Ευρώπη, στο BBC1 είναι ημίωρης διάρκειας, στο BBC2 υπάρχει μια 40λεπτη εκπομπή ανάλυσης των ειδήσεων, στο Channel 4 είναι ημίωρης διάρκειας το δελτίο ειδήσεων, στη RAI 1 επίσης ημίωρης διάρκειας και στη RAI3 μόνον υπάρχει ωριαίο δελτίο, ενώ τα γερμανικά κανάλια προτιμούν την 15λεπτη εκδοχή. Στη Γαλλία είναι, επίσης, ημίωρα τα δελτία με ένα ωριαίο μόνον, της FR3.

Τα εγχώρια δελτία αντιθέτως όχι μόνον είναι μακροσκελή, αλλά ξεχειλώνουν και κατά περίσταση. Με την συνήθη υπερβολή που χαρακτηρίζει τις εκδηλώσεις του τόπου, ο ανταγωνισμός πήρε τέτοιες διαστάσεις, ώστε το ενδιαφέρον του Ελληνικού κοινού για ορισμένα μεγάλα γεγονότα, που καλύφθηκαν με υπερπαραγωγές των ενημερωτικών τομέων, οδήγησε στην πεποίθηση ότι οι ενημερωτικές οπερέτες κερδίζουν το κοινό. Από την εποχή του Ειδικού Δικαστηρίου⁴⁴ ήδη διαπιστώθηκε το ενδιαφέρον για συναρπαστικές υποθέσεις σε απ' ευθείας μετάδοση. Ο δρόμος άνοιξε, και κατόπιν δεν ήταν δύσκολο να διογκωθούν γεγονότα, προκειμένου να υπάρξει η σκηνοθεσία παρόμοιων υπερπαραγωγών. Η υπόθεση Σορίν Ματέι και το ναυάγιο του «Σάμινα»⁴⁵, είναι μερικά μόνον παραδείγματα των ενημερωτικών υπερβολών και της διογκωτικής επεξεργασίας των γεγονότων.

Από την άλλη, λόγω της σύγχυσης που επέφερε στο περιεχόμενο των δελτίων το κυνήγι του εντυπωσιασμού και η σκηνοθετική εκμετάλλευση της αίσθησης

⁴⁴ Η απευθείας μετάδοση του Ειδικού Δικαστηρίου το 1990 υπήρξε από τα ισχυρότερα τηλεοπτικά γεγονότα, καθώς ολόκληρο το έθνος παρακολουθούσε με πάθος τις δίκες πανίσχυρων πολιτικών προσώπων.

⁴⁵ Τον Σεπτέμβριο του 2000, στο λιμάνι της Πάρου ναυαγεί το φέρυ μποουτ «Σάμινα» προκαλώντας κραδασμούς στην πολιτική και οικονομική ζωή της χώρας. Μαραθώνιες ενημερωτικές εκπομπές και talk shows καλύπτουν το γεγονός, που συντάραξε όχι μόνον για την τραγωδία των θανάτων, αλλά και για τις επιπτώσεις στο χρηματιστήριο, μια και το πλοίο ανήκε σε ανερχόμενη εταιρεία, της οποίας ο Πρόεδρος είχε ριζοσπαστικές ιδέες και στόχους για την αλλαγή καθεστώτος στην ακτοπλοΐα. Η υπόθεση εκείνη σφραγίστηκε εν τέλει και με μια αυτοκτονία, του Προέδρου της εταιρείας του μοιραίου πλοίου, του Παναγή Σφηνιά.

του «σημαντικού» που δίνει ένα γεγονός όταν προβάλλεται από δελτίο ειδήσεων και όχι από ενημερωτικό μαγκαζίνο (π.χ. πολύκροτα διαζύγια, όπως Τόλης-Τζούλια, συζυγικές απιστίες, ροζ σκάνδαλα, όπως η υπόθεση Κορκολή⁴⁶ και τα παρεπόμενα, που προβάλλονταν από το δελτίο του Alpha, προσωπικές εκμυστηρεύσεις, όπως τα περί εγκυμοσύνης της συζύγου του Τόλη Βοσκόπουλου) οδήγησαν στην υπερδιόγκωση των δελτίων με αφρώδη υλικά.

Αυτό ήταν αρκετό για να καθιερωθεί η αμιγώς πλέον ψυχαγωγική εκδοχή των δελτίων, ανοίγοντας δρόμους για να συμπεριλάβουν κάθε είδους θέμα, από τα αλεπουδάκια που έχουν γίνει κατοικίδια, μέχρι το αν χαιρετήθηκαν οι Τομ Κρουζ και Νικόλ Κίντμαν όταν συναντήθηκαν στην πρεμιέρα ταινίας τους.

8. Το πρόβλημα της διάρκειας

Οι διευθυντές ειδήσεων των μεγάλων καναλιών ρίχνουν το βάρος του προβλήματος στη μεγάλη διάρκεια. Η μείωσή της σε μία ώρα μάξιμουμ θα μας γλιτώσει από τις υπερβολές, λένε και ξεκινούν κιόλας το καλοκαίρι του 2001 οι προσπάθειες να συναντηθούν και να συζητήσουν το θέμα ο Νίκος Χατζηνικολάου (Mega), ο Σταμάτης Μαλέλης (Alpha) και ο Γιάννης Παπουτσάνης (ANT1), για να βρουν μια κοινή λύση.

Πάντως, ήταν ο Alpha και για την ακρίβεια ο Sky, όπως λεγόταν τότε, που έσυρε πρώτος τον χορό της μακράς διαρκείας, ξεκινώντας το 1994 μαραθώνια δελτία ειδήσεων, για να καλύψει όσο γίνεται περισσότερο πρόγραμμα του

⁴⁶ Η υπόθεση συντάραξε τα τηλεοπτικά και κοινωνικοπολιτικά ύδατα παραμονές εκλογών του 1999. Η εκπομπή «Ζούγκλα» του Μάκη Τριανταφυλλόπουλου στον Alpha προκειμένου να καταγγείλει την διαφθορά στα κυκλώματα της σόου μπίζνες διέσυρε πρόσωπα για τις ερωτικές τους επιλογές, ενώ τον ποπ σταρ Στέφανο Κορκολή κατήγγειλε για άνομες ερωτικές σχέσεις με ανήλικες, προβάλλοντας μάλιστα προς απόδειξη ιδιωτικό βίντεο που, άγνωστο πώς, βρέθηκε στα χέρια του παρουσιαστή της εκπομπής, και το οποίο έδειχνε ερωτικές στιγμές του τραγουδιστή με ανήλικη, όπως καταγγελλόταν, κοπέλα. Το βίντεο-τσόντα υπήρξε μόνον η αφορμή μιας κανιβαλικής επίθεσης κατά προσώπων, που κλήθηκαν να υπερασπίσουν το δικαίωμά τους στις ερωτικές επιλογές σε κανάλια και δικαστήρια προσφέροντας το θέαμα της ταπείνωσης και του θυμού τους.

καναλιού, καθώς δεν είχε άλλες παραγωγές. Με την Έλλη Στάη ξεκίνησε τα τηλεπαράθυρα, γεγονός που έδινε στο δελτίο ένα σύνθετο ύφος μαγκαζίνο και talk shows, με αποτέλεσμα να μοιάζει με ενημερωτική υπερπαραγωγή. Σύντομα ακολούθησαν, όπως ήταν αναμενόμενο, και οι υπόλοιποι, διογκώνοντας σιγά-σιγά το περιεχόμενο των δελτίων. Το ίδιο συνέβη και με την ώρα έναρξης, που και πάλι ο Alpha την μετέθεσε, διολισθαίνοντας λίγο λίγο από τις 8.00 στις 7.30 μ.μ., οπότε ακολούθησαν και οι υπόλοιποι. Γιατί συμβαίνει αυτό; «Έχει παρατηρηθεί, πως όποιος ξεκινά νωρίτερα έχει χαριστικά ένα μεγαλύτερο ποσοστό τηλεθέασης», λέει ο Νίκος Χατζηνικολάου, γι' αυτό και περιμένουν όλοι στο νήμα στις 7.30 μ.μ.⁴⁷

Πώς θα τα βρουν οι διευθυντές για το θέμα της διάρκειας, ώστε να μειωθούν τουλάχιστον τα απίθανα βίντεο που παραγεμίζουν τα δελτία; Σαφής ο Σταμάτης Μαλέλης: «Θα γλιτώσουμε από τον ανταγωνισμό, μόνο αν αποφασίσουμε να αρχίζει ο καθένας σε διαφορετική ώρα. Τότε θα δίνει και ο καθένας το περιεχόμενο που θέλει, χωρίς να κοιτάζει τον απέναντι».

Σαφέστατος, όμως, και ο Νίκος Χατζηνικολάου: «Κλειδί, για να επιτευχθεί συνεννόηση στο θέμα της διάρκειας, είναι να συνεννοηθούμε και στην ίδια ακριβώς ώρα έναρξης. Δεν γίνεται να υπάρξουν αιφνιδιασμοί και να αρχίζει κάποιος νωρίτερα. Πρέπει να υπάρξουν κανόνες και να είναι έντιμος ο ανταγωνισμός».

Τόσο εύθραυστες και ταυτοχρόνως σημαντικές, τόσο πολύπλοκες και μαζί σπουδαίες συνεννοήσεις για το ισορροπημένο μοίρασμα του τηλεοπτικού χρόνου ούτε το μοίρασμα του κόσμου μετά τον πόλεμο δεν είχε. Εντέλει συμφωνία δεν επετεύχθη, ενώ την επόμενη σεζόν του 2002 ο ανταγωνισμός

⁴⁷ Μαίνεται σκληρός ο ανταγωνισμός: «Βάζω πρώτο θέμα Σκόπια, δεύτερο θέμα Παλαιστίνη και η τηλεθέαση πέφτει αμέσως. Βάζει ο ANT1 δεύτερο θέμα το μωρό του Βοσκόπουλου, τι να κάνω, περιμένω να τελειώσουν οι άλλοι και το βάζω κι εγώ τρίτος, αλλιώς θα πάρουν την τηλεθέαση», λέει ο Σταμάτης Μαλέλης, δίνοντας μια σύντομη εικόνα της καθημερινής μάχης στήθος με στήθος των δελτίων ειδήσεων.

γίνεται ακόμη πιο σκληρός, καθώς μπαίνουν στη μάχη και μικρότερα κανάλια διεκδικώντας μεγαλύτερη θέση.

9.Ο θρίαμβος της ταυτολογίας

Ας δούμε, όμως, πώς επιτυγχάνεται αυτή η τερατόμορφη διόγκωση των δελτίων ειδήσεων. Ο απλούστερος τρόπος είναι να επαναλαμβάνεται πάμπολλες φορές η ίδια είδηση με διαφορετικούς τρόπους. Πρώτα την ανακοινώνει ο παρουσιαστής, μετά την ξαναλέει ο ρεπόρτερ, στη συνέχεια την επαναλαμβάνουν μάρτυρες και την ανακεφαλαιώνει ο ρεπόρτερ, με αποτέλεσμα να ακούμε το ίδιο ακριβώς πράγμα επί ώρα. Μαέστρος στο είδος, ο Alpha. Διαλέξαμε στην τύχη την είδηση για το μωρό του Βοσκόπουλου και της Άντζελας Γκερέκου (καλοκαίρι 2001).

Ο Μανώλης Καψής, παρουσιαστής του δελτίου, ανακοινώνει στο έθνος τη γέννηση του μωρού. Κοριτσάκι, υγιέστατο, ελαφρώς πρόωρο. Ακολουθεί το βίντεο με το ρεπορτάζ, που ξεκινάει με το τραγούδι του Βοσκόπουλου «Κουράγιο φίλε» και κατόπιν η ρεπόρτερ επιδίδεται σε λυρικές περιγραφές του ίδιου γεγονότος, που μόλις είχαμε ακούσει: «Σε πελάγη ευτυχίας πλέει το ζεύγος... κλπ. Το μωρό τους βιάστηκε να αντικρίσει το φως (εννοεί πρόωρο). Ανήμερα της Παναγίας γεννήθηκε, μπλα, μπλα, μπλα... Ο πελαργός χτύπησε την πόρτα της Άντζελας και του Τόλη στις 4.00 χθες το απόγευμα. Μία ώρα αργότερα έμπαιναν στην αίθουσα του τοκετού». Εδώ παρεμβάλλεται μαρτυρία του γιατρού, για να δώσει ζωντάνια και να επιβεβαιώσει το ίδιο πάντα γεγονός της γέννησης. Γιατρός: «Γεννήθηκε ένα υγιέστατο κοριτσάκι» (το είχαμε ακούσει κιόλας τρεις φορές). Παρεμβάλλεται η φωνή της ρεπόρτερ, για να μας ξαναπεί τα περί πρόωρου τοκετού με άλλα λόγια: «Παρά το γεγονός ότι η Άντζελα αιφνιδιάστηκε, γιατί το μωρό της ήρθε νωρίτερα, παρέμεινε ψύχραιμη». Παρεμβάλλεται δήλωση άλλου γιατρού, που μιλάει για τον Τόλη: «Είναι πολύ συγκινημένος». Εδώ, προστίθεται μαρτυρία της αδελφής του

Τόλη, που μας ξαναλέει τα παρόμοια: «Το κοριτσάκι είναι υγιέστατο, βρίσκεται σε θερμοκοιτίδα». Κατόπιν, άλλος γιατρός κάνει επίσης δηλώσεις: «Είναι ένα όμορφο κοριτσάκι, υγιέστατο. Προς το παρόν, οι γονείς του ανησυχούν μόνο για την υγεία του». Μεσολαβούν παλαιότερα βίντεο με την Αντζελα έγκυο και ευτυχή σύζυγο δίπλα στον Τόλη, άλλο βίντεο με την αδελφή του Τόλη να μας λέει ότι βοήθησε η Παναγία για να γεννηθεί η μικρή και ξανά η ρεπόρτερ ανακεφαλαιώνει και καταλήγει πως «οι ευτυχείς γονείς προσπαθούν να ηρεμήσουν και να συνέλθουν από το γεγονός της ξαφνικής γέννας, που τους έδωσε χαρά... μπλα, μπλα μπλα».

10. Επίλογος

Με τις δύο έρευνες, οι οποίες απέχουν χρονικά τρία χρόνια επιχειρήσαμε να αποδείξουμε ότι ο τομέας της ενημέρωσης στην Έλληνική ιδιωτική τηλεόραση έχει υιοθετήσει τις αρχές της infotainment στο σύνολό του. Με το άγχος ενός ανταγωνισμού χωρίς κανόνες έφθασε στην απόλυτη ομοιομορφία, γεγονός που είχε ως αποτέλεσμα αφενός να αδρανήσει η ερευνητική δημοσιογραφία, καθώς οι εντυπωσιακές εικόνες και οι προσωπικές μαρτυρίες κάλυψαν το κενό των ερευνών στον κοινωνικό χώρο, αφετέρου μέθοδοι ακραίες, όπως αποκαλύψεις μέσω κρυφής κάμερας, να γίνουν αποδεκτές ως δημοσιογραφικές επιτυχίες.

Με άλλα λόγια δημιουργήθηκε μία γκρίζα ζώνη στον τηλεοπτικό δημοσιογραφικό χώρο, που επέτρεψε να ευδοκιμήσουν και να καθιερωθούν εκπομπές που συνδύαζαν το ριάλιτι σόου, τις καταγγελίες και το talk shows, ως δημοσιογραφικές εκπομπές αποκαλύψεων.

Επίσης καθιερώθηκε ένα νέο είδος πολιτικού λόγου, που έπρεπε να ακολουθεί τις τηλεοπτικές συνθήκες προκειμένου να δημοσιοποιηθεί. Οι πολιτικοί για να γίνουν «είδηση» έπρεπε είτε να κάνουν ακραίες δηλώσεις, είτε να έχουν προκλητικό λόγο (οι αθυροστομίες έκαναν τον κ. Ευάγγελο Γιαννόπουλο, βουλευτή του ΠΑΣΟΚ και υπουργό επί σειρά ετών, τον πλέον προσφιλή

προσκαλεσμένο των talk shows) είτε να συμμετέχουν σε τηλεοπτικά σόου και να ακολουθούν την σκηνοθεσία τους.

Ακόμη, ο προσωπικός λόγος, οι αφηγήσεις για ιδιωτικές στιγμές, οι αποκαλύψεις συναισθημάτων άρχισαν να αποτελούν τα απαραίτητα προσόντα για να συμπεριληφθεί κάποιος στον θίασο των τηλεπαραθύρων και των προσώπων με τα οποία ασχολούνται τα δελτία ειδήσεων της χώρας.

Άγριες, αιμοσταγείς αρένες οι μικρές «κοινότητες» ανθρώπων στην κατασκευασμένη πραγματικότητα των ριάλιτυ, δελτία ειδήσεων που βομβαρδίζουν το κοινό με τετριμμένες πληροφορίες και «ξεχειλώνουν» τον χρόνο τους με τηλεπαραθυράτα τοκ-σόου, ψυχολόγοι δίνουν συμβουλές για ζητήματα καρδιάς και σεξουαλικής συμπεριφοράς σε ένα έθνος που ξαπλώθηκε στα ντιβάνια και ψυχαναλύεται ομαδικώς και τηλεοπτικώς, εκπομπές κουτσομπολιού για να μάθουμε ποιος κοιμάται με ποιόν, ανάσκελα ή μπρούμυτα και πρωινή τηλεόραση που απευθύνεται στον μεροκαματιάρη και μισθοσυντήρητο, πόση αύξηση θα πάρει, πόσα ευρουδάκια θα προστεθούν στην τσέπη του και αυτή, η τσέπη του μέσου Έλληνα, έγινε τοτέμ της πρωινάδικης δημοσιογραφίας και διαμόρφωσε την προεκλογική ατζέντα.

Αυτή είναι η τηλεόρασή μας. Διόλου χειρότερη από την τηλεόραση των άλλων χωρών. Διόλου καλύτερη. Με μια ωστόσο ιδιομορφία. Την παθιασμένη αντιγραφή συνταγών του σουζέ. Σε κάθε της τομέα. Με αποτέλεσμα είτε για δημοσιογραφική εκπομπή πρόκειται είτε για σίριαλ ή ριάλιτυ το τελετουργικό να είναι ίδιο δίνοντας την αίσθηση της απόλυτης ομοιομορφίας. Συγκίνηση, εντυπωσιασμός, πρόκληση, σόου και παροξυσμική χρήση της τεχνολογίας είναι τα μόνιμα χαρακτηριστικά ενός τηλεοπτικού τοπίου, που ελάχιστες στιγμές πραγματικής ενημέρωσης ή ψυχαγωγίας προσφέρει..

Ειδικώς η τεχνολογία της απ' ευθείας μετάδοσης παραμένει το απόλυτα γοητευτικό στοιχείο της ενημερωτικής τηλεόρασης διαμορφώνοντας ακόμη και για ασήμαντα γεγονότα την ατμόσφαιρα του σπουδαίου και επείγοντος. Και εμείς υποταγμένοι στην μαγγανεία της. Όλοι. Κοινό και επαγγελματίες των μέσων. Αποτέλεσμα; Κάθε τόσο ξεσπάσματα αντίδρασης από το πρώτο και

αυτοκριτικής από τους δεύτερους. Τι συμβαίνει; Έχουμε μια «κακή τηλεόραση»;

Οι θεωρητικοί των μίντια είναι κάθετοι στην απάντησή τους. Δεν υπάρχει «καλή τηλεόραση» ή τέλος πάντων αυτό που αποκαλούμε «καλή τηλεόραση» έχει σχέση μόνο με την ποιότητα των εικόνων και όχι με τον λόγο ή άλλες μορφές δημόσιας επικοινωνίας. Το πρόβλημα είναι αν διαθέτουμε ως έθνος άλλες μορφές δημόσιας επικοινωνίας. Αν υπάρχει δημόσιος διάλογος εκτός τηλεόρασης ή αν έχουμε αναθέσει την διεξαγωγή του στα τηλεπαράθυρα και θεωρούμε ιδανικούς φορείς του τα μέλη του τηλεοπτικού θιάσου ηθοποιοί, δημοσιογράφοι μόνιμοι των τηλεπαραθύρων, παρουσιαστές των ριάλιτυ, τηλεψυχολόγοι, ξανθές κυρίες των πρωινάδικων και ιέρειες της θρησκείας του τηλεοπτικού κουτσομπολιού στις εκπομπές του απομεσήμερου.

Αυτό που κυρίως χαρακτήρισε την καθυστερημένη συγκριτικώς με άλλες χώρες ανάπτυξη της εμπορικής τηλεόρασης στη χώρα μας είναι αφ' ενός η αίσθηση ότι ευαγγελίζεται την ελευθερία και ποικιλία επιλογών, επομένως δεν υπήρχε εμπειρία και γνώση για το τι πραγματικά είναι η τηλεόραση, ιδίως στον τομέα της ενημέρωσης και αφ' ετέρου η εξέλιξή της σε καθεστώς μη εφαρμογής των νόμων, που οδήγησε σε έναν ασφυκτικό ανταγωνισμό.

Έτσι όλα τα ελαττώματα της σύγχρονης χρήσης του τηλεοπτικού μέσου βάρυναν υπερβολικά το δημόσιο περιβάλλον, προκάλεσαν κραδασμούς και τελικώς επιβλήθηκαν σαν όροι εξέλιξης της εγχώριας κουλτούρας.

Η παγκόσμια στροφή της τηλεόρασης στην ιδιωτική σφαίρα μέσω των ριάλιτυ καθόρισε ακόμη και τους όρους της ενημέρωσης. Η διαχείριση της δυστυχίας ως εντυπωσιακό θέαμα που γοητεύει και καθηλώνει το τηλεοπτικό κοινό έθεσε όρους ακόμη και στην ενημέρωση. Η ατομική περίπτωση, το προσωπικό δράμα, τα μυστικά της ιδιωτικής ζωής αποτέλεσαν την γαργαλιστική πρώτη ύλη για να διαμορφωθεί ένα είδος ενημέρωσης με σαπυνοπερικά χαρακτηριστικά.

Σοκ και δέος ή ηδονοβλεψία και ερεθισμός αποτέλεσαν τους «οδηγούς» τηλεθεαμάτων που απευθύνονταν στο εγχώριο κοινό με στόχο την κατήλωσή του μπροστά στη μικρή οθόνη.

Έτσι στα δελτία ειδήσεων ρεπορτάζ δείχνουν την πίκρα και την ανάγκη του παρία, του αδικημένου, του μοναχικού, προκαλώντας εκείνη την ανακουφιστική φιλανθρωπία του ματιού, τον ξεκούραστο οίκτο της απόστασης. Στα ριάλιτυ διαλύεται το όνειρο της τρυφερής συνύπαρξης των ανθρώπων, της ομάδας, της κοινότητας στα οξέα ενός θεαματικού θυμού, που ξεσπάει λυσσασμένος και αδιάφορος για το ότι αποτελεί προϊόν της μπιγκμπραδερικής βιομηχανίας που καταστρέφει το περιβάλλον των ειλικρινών συναισθημάτων.

Με την βαρβαρότητα μιας αρένας, το τηλεοπτικό θέαμα, αποκαλύπτει τον νοσηρό εγωκεντρισμό της εποχής που οδηγεί στην απόλυτη συναισθηματική αναπηρία. Τα συναισθήματα υπάρχουν αόριστα στις ψυχές για να γίνουν τελικώς το δηλητήριό τους. Άλλωστε τα μπιγκμπραδερικά θεάματα, όπως και οι υστερικές σειρές δεν κάνουν άλλο από το να επιβεβαιώνουν την διασκεδαστική εντέλει πτυχή αυτού του θεάματος της αενάου καταστροφής και της βαθιάς πεποίθησης, πως ο κόσμος είναι ζούγκλα και η συμβίωση αδύνατη.

Όσο πιο φριχτή είναι η κανιβαλική τηλεόραση, τόσο πιο ανέγγιχτο παραμένει το τηλεοπτικό κοινό στη μακαριότητά του, ότι η ίδια η μικρή οθόνη, το θεάμά της διαχειρίζεται και τον πόνο και την λύση του.

Μέσα από αυτού του είδους τα θεάματα που επέβαλαν τους όρους τους στο δημόσιο διάλογο αναπτύχθηκε και το είδος της ενημέρωσης, το οποίο ακολουθεί τις ίδιες επιταγές.

Προβάλλει πρόσωπα και τα καθιερώνει ως εκφραστές μιας «σοκαριστικής» κριτικής των πάντων, η οποία αναδεικνύει απαραιτήτως τα συγκινησιακά στοιχεία που παγιδεύουν τη σκέψη. Στοιχεία τα οποία ανταποκρίνονται σε παγιωμένες μυθολογίες του εγχώριου μικροαστικού πολιτισμού: οι Έλληνες λαός περιούσιος πλην όμως και κακόμοιρος, χτυπημένος από μια άδικη μοίρα, κάθε δυστυχισμένος είναι εξ ορισμού αθώος, ενώ η φυλή εμπνέεται από τα ιδανικά του Πατρίς, Θρησκεία, Οικογένεια.

Όλα αυτά αποτελούν τον καμβά θεαμάτων με τα οποία γαλουχήθηκε το έθνος την εποχή του ασπρόμαυρου σινεμά και τα οποία αποτέλεσαν το «οδηγό» μιας

τηλεόρασης η οποία αντέγραψε στην εφαρμογή του την «συνταγή» του αμερικανικού μοντέλου, αυτό με πρότυπο το Χόλλιγουντ.

Ένα μείγμα, επομένως χολιγουντιανών εφέ και εγχώριας μικροκακόμοιρης πλην θρησκευάμενης κουλτούρας σφράγισαν το τηλεοπτικό μας θέαμα.

Και επειδή κάθε θέαμα πόνου και μιζέριας απαιτεί σωτήρες, Ζορρό-προστάτες-αδικημένων κάνουν σουξέ με εκπομπές που επιχειρούν να παρέμβουν στη δημόσια ζωή, προβάλλοντας τις ίδιες αξίες της συντήρησης επικαλυμμένες με το λούστρο της λαϊκής επανάστασης. Κάθε τηλεόραση έχει παρόμοιους τηλε-Ζορρό, απλώς η δική μας τους καθιερώνει ως εκφραστές του κυρίαρχου δημόσιου λόγου.

Η απ' ευθείας μετάδοση έγινε αυτοσκοπός. Άσκοπες συνδέσεις με τόπους όπου δεν συμβαίνει τίποτε διαμορφώνουν συχνά κλίμα έντασης, ενώ αναλυτές παντός είδους εμφανίζονται στα τηλεπαράθυρα σε κάθε κρίση μετατρέποντας την ενημέρωση σε απλό θόρυβο.

Την ίδια στιγμή οι ζωές των κοινών θνητών μετατράπηκαν σε δημόσιο θέαμα και οι ίδιοι σε ηθοποιοί του εαυτού τους.

Η παροξυσμική διόγκωση του τηλεοπτικού ελαττώματος είναι εντέλει αυτό που διαμορφώνει το κλίμα τής έντασης και μετατρέπει την τηλεόραση σε επίκεντρο των εξελίξεων καταλύοντας την ψυχραιμία.

VIII. Κεφάλαιο Όγδοο

Αλλαγή της Δημόσιας Σφαίρας

«Και πρόσεξα πως ο πόνος βλέπεται μάλλον παρά γίνεται αισθητός, ενώ η χαρά γίνεται κυρίως αισθητή αντί ορατή», Φερνάντο Πεσσόα, «Το Βιβλίο Της Ανησυχίας», εκδ. Αλεξάνδρεια, επιλογή κειμένων, πρόλογος, μετάφραση Άννυ Σπυράκου

Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1980 στα σαλονάκια των αμερικανικών talk shows καλεσμένοι ήταν διασημότητες, μίντιαντάρλινγκ προσωπικότητες, ηθοποιοί, ροκ σταρ και πολιτικοί. Το 1986, η Oprah Winfrey, μια εύσωμη, έγχρωμη παρουσιάστρια ανέλαβε την πρώτη σειρά εκπομπών, που θα άλλαζαν το τοπίο, την ίδια την δομή της εμπορικής τηλεόρασης, θα καθιέρωναν μια νέα εποχή με το δικό της διαφορετικό μήνυμα. Αίφνης καλεσμένοι της Oprah ήταν οι λεγόμενοι «άνθρωποι της διπλανής πόρτας», εκείνοι φυσικά που είχαν την διάθεση να εκθέσουν τα προσωπικά τους προβλήματα, να εξομολογηθούν δημοσίως τις ενοχές τους, να αποκαλύψουν τα πιο ιδιωτικά μυστικά.

Η τηλεόραση μετετράπη σε ένα είδος δημόσιου θεραπευτηρίου. Η μοναδική ανταμοιβή γι' αυτούς τους πρωταγωνιστές του ενός ημιώρου ήταν η ευκαιρία τους να αποκαλύψουν τα μύχια της ψυχής τους μπροστά σε εκατομμύρια θεατές.

Τα talk shows του είδους ανέτρεψαν την παραδοσιακή αντίληψη για το περιεχόμενο των τηλεοπτικών συνεντεύξεων. Το κυριότερο ήταν, ότι

αντανακλούσαν τις αξίες μιας νέας Αμερικής, η οποία είχε εγκαταλείψει τον κοινωνικό ακτιβισμό και είχε πλέον περάσει στον ατομισμό, στον εγωισμό, στον περιορισμό του ατόμου στα προσωπικά του προβλήματα. Στριπτιζέζ με τεράστια στήθη εμφανίζονταν στα τηλεοπτικά σαλονάκια για να εξομολογηθούν πως δεν αντέχουν ούτε το σώμα τους, ούτε την ψυχή τους. Άνδρες που είχαν κακοποιήσει συζύγους και παιδιά, εμφανίζονταν για να ρίξουν το φταίξιμο για την συμπεριφορά τους στην κακοποίηση που υποτίθεται πως είχαν δεχτεί και οι ίδιοι από την κοινωνία.

Στα talk shows αυτού του είδους, όπου η αίσθηση του «ζωντανού» και οι απρόβλεπτες εξελίξεις, που έφτασαν σε ορισμένες εκπομπές μέχρι και σε χειροδικίες μεταξύ καλεσμένων (π.χ. στις εκπομπές του περιβόητου Τζέρι Σπρίνγκερ) πάθιασαν το τηλεοπτικό κοινό. Ο οποιοσδήποτε μπορούσε στο εξής να έχει άποψη και λόγο για οτιδήποτε. Με δεδομένο ότι η τηλεόραση αντανακλά τις κοινωνικές αξίες κάθε εποχής, μεταδίδοντας ένα είδος «εθνικού μηνύματος», τότε η νέα αυτή αμερικανική τηλεόραση ανάτρεψε το μέχρι τότε ισχύον εθνικό μήνυμα.⁴⁸ Την δεκαετία του '60 και του '70 τα «εθνικά μηνύματα» τα έδιναν τα κοινωνικά κινήματα, η αναγνώριση των μειονοτήτων, ο κοινωνικός ακτιβισμός.

Την δεκαετία του '80, αφού πλέον υπάρχει διάχυτη η αίσθηση της αποτυχίας αυτών των κινημάτων, με αποτέλεσμα την επιστροφή του κόσμου στο σπίτι, το «κοκούνινγκ», την διάλυση του κοινωνικού ιστού και την απομόνωση, το νέο εθνικό μήνυμα είναι «ας νιώσουμε καλά με τον εαυτό μας». Αρχίζει η εποχή που ο άνθρωπος κλείνεται στον εαυτό του και αποζητάει τρόπους να αισθανθεί καλά γι' αυτό. Πλήθος εκδόσεων για το πώς ο καθένας θα ολοκληρώσει την προσωπικότητά του, θα πετύχει την προσωπική ηρεμία, την προσωπική ολοκλήρωση, την προσωπική ισορροπία έχουν τεράστια επιτυχία, ενώ ένα είδος αυτο-ψυχανάλυσης κερδίζει έδαφος. Καθώς δε τα κοινωνικά προβλήματα κορυφώνονται, οι άνθρωποι αρχίζουν να φοβούνται τις επαφές με ξένους, τον συγχρωτισμό και σιγά-σιγά το «κοκούνινγκ» συνδυάζεται με την

⁴⁸ Vicki Abt and Leonard Mustazza, *Cultural Fallout in the Age of the TV talk shows*, Bowling Green University Popular Press, 1997, σελ. 58-59

«ηδονοβλεψία». Όσο λιγότερο ζουν οι άνθρωποι μαζί, τόσο περισσότερο θέλουν να παρακολουθούν τους άλλους, τους γείτονες. Αλλά πλέον δεν χρειάζεται να «κάνουν μάτι» από την κλειδαρότρυπα, πίσω από μισόκλειστο πατζούρι, από μισάνοιχτη πόρτα. Τους βλέπουν στην τηλεόραση. Το είδος αυτό των εκπομπών, η νέα μορφή τηλεόρασης, περνάει πολύ σύντομα τον Ατλαντικό και έρχεται στην Ευρώπη, όπου εγκαθίσταται στις τηλεοράσεις, που εμφανίζουν χαρακτηριστικά απορρύθμισης, τα οποία θυμίζουν το αμερικανικό περιβάλλον. Τέτοιο περιβάλλον είναι και το Ελληνικό, όπου η απουσία κανόνων δημιουργεί ένα πεδίο άγριου ανταγωνισμού και την ανάγκη για πρόγραμμα φτηνό, εύκολο και εντυπωσιακό. Τέτοιο είναι, όπως αναλύουμε στο σχετικό κεφάλαιο, τα reality shows, τα οποία κατακλύζουν και την Ελληνική τηλεόραση, επιβάλλοντας νέους κανόνες στα talk shows και νέου είδους καλεσμένους. Άτομα τα οποία είναι πρόθυμα να ξεφλουδίσουν την ψυχή τους μπροστά στο φακό, να αποκαλύψουν τις ιδιωτικές τους υποθέσεις χωρίς αιδώ, αντιθέτως με την ελπίδα ότι η στιγμιαία ηλεκτρική θέρμη των προβολέων, θα αντικαταστήσει την απουσία ανθρώπινης θέρμης από τη ζωή τους.

Έτσι εισάγονται στη χώρα μας οι αρχές της αυτοέκθεσης, του να-είσαι-καλά-με-τον-εαυτό-σου (feel good).

Στην πραγματικότητα μοιάζει να αλλάζει το παράδειγμα του σύγχρονου ανθρώπου. Στο νέο είδος ανθρώπου-τηλεθεατή αίφνης συνδυάζονται δύο εκ πρώτης όψεως αντικρουόμενα στοιχεία, εκείνο της εξωστρέφειας με την έννοια της αυτοέκθεσης και εκείνο της ενδοστρέφειας με την έννοια του περιορισμού στα ατομικά ενδιαφέροντα, στον προσωπικό χώρο. Για την ακρίβεια πρόκειται για μια πλασματική εξωστρέφεια, καθώς δεν χαρακτηρίζει όλες τις εκφάνσεις της καθημερινής ζωής, αλλά απλώς μια στιγμιαία της αντίδραση, που οδηγεί τον άνθρωπο σε ένα τηλεοπτικό σαλονάκι για να ξεσπάσει μπροστά στις κάμερες. Στην πραγματικότητα, η ζωή είναι ερμητικά κλειστή στις εμπειρίες και ανοιχτή μόνον στην τηλεθέαση.

Μια νέα μορφή οικειότητας, μια διαμεσολαβημένη από την τηλεόραση οικειότητα, απαντάει στο αίτημα της οικειότητας που προβάλλει η αμερικανική

κοινωνία του 20^{ου} αιώνα ως απάντηση στον τρόμο της απροσωπίας, που γέννησε η κρίση της δημόσιας ζωής τον προηγούμενο αιώνα, η αποτυχία των κοινωνικών κινημάτων να απαντήσουν στα ανθρώπινα προβλήματα, η αποτυχία της συλλογικότητας.

Αλλά ας δούμε εν συντομία πώς καταλήγουμε σε αυτό το εκ πρώτης όψεως πολύπλοκο αποτέλεσμα.

Ο θεωρητικός της αμερικανικής εξωστρέφειας David Riesman, υποστήριξε στο γραμμένο το 1949 «Μοναχικό πλήθος»⁴⁹, ότι μια τέτοια τάση –η εξωστρέφεια– θα ήταν μεταστροφή της κοινωνίας προς το καλύτερο, τόσο της αμερικανικής, που θα αποδεσμευόταν από την πουριτανική κουλτούρα της εσωστρέφειας, όσο και της ευρωπαϊκής, αν ακολουθούσε τον ίδιο δρόμο. Ωστόσο οι θέσεις του μάλλον παρεξηγήθηκαν, όπως αναλύει και ο Richard Sennett,⁵⁰ λόγω της κουλτούρας του κοινού στο οποίο απευθύνθηκε ο Riesman: *«Η γενιά εκείνη κυριαρχούνταν από τον πόθο να χρησιμοποιήσει την ψυχική ζωή ως διαφυγή από έναν κενό κοινωνικό κόσμο και συνάμα ως μομφή εναντίον του»*.

Οι απόψεις του Riesman ήρθαν να προστεθούν και να συνδυαστούν με την παράδοση του Alexis de Tocqueville,⁵¹ οποίος έδωσε στην ανάλυσή του για το αμερικανικό σύστημα, έμφαση στις συνθήκες της καθημερινής ζωής σε κατάσταση ισότητας, πιστεύοντας ότι, τότε μόνον, η οικειότητα θα αποκτούσε ιδιαίτερη σημασία. Κατά τον Tocqueville, από την στιγμή που το δημόσιο θα συντίθεται από ένα ομοιόμορφο πλήθος, οι μεν δημόσιες υποθέσεις μπορούν να βρίσκονται στα χέρια κρατικών λειτουργών που θα μεριμνούν για τα κοινά, ενώ οι πολίτες θα είχαν πλέον μεγαλύτερο ενδιαφέρον για θέματα ιδιωτικά. Υποστηρίζοντας με πάθος την ισότητα και διακρίνοντάς την σαφώς από την ελευθερία, ο Tocqueville, έγραφε ότι πρόβλημα είναι ο εγωισμός, ο οποίος στις

⁴⁹ Ελληνική έκδοση: Μοναχικό Πλήθος, David Riesman, εκδ. Νησίδες, μετφρ. Βασίλης Τομανάς

⁵⁰ Richard Sennett, Η Τυραννία της Οικειότητας, εκδ. Νεφέλη, 1999, σελ. 50

⁵¹ Αλέξης Ντε Τοκβίλ, Η Δημοκρατία Στην Αμερική, εκδόσεις Στοχαστής, μετάφραση Μπάμπης Λυκούδης

δημοκρατικές κοινωνίες αναπτύσσεται ως ατομικισμός, που απειλεί τις δημόσιες αρετές.⁵²

Έτσι η γενιά του '60 που επαναστάτησε εναντίον της κυρίαρχης κουλτούρας, στην πραγματικότητα βρέθηκε στριμωγμένη ανάμεσα σε μια κενή δημόσια σφαίρα και μια σφαίρα της οικειότητας που απαιτούσε καθήκοντα, τα οποία δεν μπορούσε να επιτελέσει.

Προβλήματα όπως, ότι η υπερβολή της οικειότητας οδηγεί στην σύνθλιψη της εκφραστικότητας, ή αυτά που ανέδειξε η σχολή της Φρανκφούρτης ασχολούμενη με το την εμπειρία της καθημερινής ζωής και με την αυθεντικότητα του συναισθήματος –άποψη του Theodor Adorno– ή η σύνδεσή τους με την σφαίρα της οικονομίας και την αλλοτρίωση του ανθρώπου, που μετατρέπεται έτσι σε πλάσμα με καταστροφικές τάσεις, και εκφραστική ανεπάρκεια, είναι μερικά ακόμη από αυτά που αναλύονται από τις θεωρίες για την αλλαγή της δημόσιας σφαίρας στην μοντέρνα εποχή.

Οι μαρξιστικές αναλύσεις περιγράφουν με τη σειρά τους τα δεινά ενός ανθρώπου, που είναι ένα αποξενωμένο, βασανισμένο πλάσμα στα χέρια ενός φρικαλέου συστήματος. Η γλώσσα της θυματοποίησης έκανε τότε την εμφάνισή της. Μόλις ένα θύμα κάνει την εμφάνισή του ως παθητικός δέκτης των πληγμάτων της τύχης, χάνονται από το πεδίο όλες οι συνθήκες που μπορεί να το οδήγησαν εκεί, ακόμη και η δική του συμμετοχή στο δράμα του.⁵³

Όλα όσα περιγράφουμε μοιάζουν να έρχονται στο προσκήνιο με την τηλεόραση των reality shows, τα οποία από την δεκαετία του '80 διαχέουν ένα κλίμα τυραννικής οικειότητας στην κοινωνία.

Αναδεικνύεται το ιδιωτικό, το προσωπικό, συχνά με μια θυματική σκηνοθεσία, όπου ο πρωταγωνιστής του δράματος καλείται να ερμηνεύσει τον δυστυχημένο εαυτό του μπροστά στον τηλεοπτικό φακό. Λες και οι θεωρίες

⁵² Αλέξης Ντε Τοκβίλ, Η Δημοκρατία στην Αμερική, εκδ. Στοχαστής, Αθήνα, 1997, σελ. 517 «Ο εγωισμός αποξηραίνει το σπόρο όλων των αρετών, ο ατομικισμός στερεύει κατ' αρχήν μόνο την πηγή των δημοσίων αρετών. Μακροπρόθεσμα όμως, προσβάλλει και καταστρέφει όλα τα άλλα και απορροφάται εντέλει στον εγωισμό», .

⁵³ Ρίτσαρντ Σέννετ, Η Τυραννία της Οικειότητας, εκδ. Νεφέλη, Αθήνα, 1999, μετάφραση Γιώργος Μερτίκας, σελ. 51-52.

που ανέδειξαν την νέα δημόσια σφαίρα αλλοιώνονται από την θέρμη των τηλεοπτικών προβολών, για να έρθουν στα μέτρα του τηλεθεάματος.

Στην πραγματικότητα ο τηλεοπτικός πολιτισμός του είδους ανταποκρίθηκε σε μια κοινωνία, όπου η δεσπόζουσα πεποίθηση ήταν ότι η εγγύτητα μεταξύ προσώπων συνιστά ηθικό αγαθό και ότι τα δεινά της κοινωνίας μπορούν να κατανοηθούν ως δεινά προερχόμενα από την αποξένωση και την ψυχρότητα.

Ο Σέννετ γράφει ρητώς πως η ιδεολογία της οικειότητας καθορίζει το ανθρωπιστικό πνεύμα μιας κοινωνίας χωρίς θεούς, και όπου η εγκαρδιότητα γίνεται ο θεός μας. Ωστόσο, η εξέλιξη της τεχνολογίας, η αποσάθρωση των κοινωνικών σχέσεων, οι τάσεις της απομόνωσης σε ιδιωτικούς χώρους, αφήνουν στην τηλεόραση το έργο να παράγει την προσομοίωση αυτής της εγκαρδιότητας. Να εισχωρήσει στα κενά και να διαμορφώσει μια πλασματική εγγύτητα των ανθρώπων, μέσω της θέασης των προσωπικών προβλημάτων και των ελαττωμάτων.

Και εν τέλει αντιδρώντας στο φόβο της κενότητας, οι άνθρωποι κατανοούν και το Πολιτικό ως χώρο, όπου θα εκδηλωθεί με σθένος η προσωπικότητα.

Γίνονται τότε παθητικοί θεατές κάποιας πολιτικής προσωπικότητας, η οποία τους προσφέρει προς κατανάλωση τις προθέσεις της, τα αισθήματά της και όχι τις πράξεις της.⁵⁴

Όσο και αν η κοινωνία η οποία εξαναγκάζει τον πολιτικό να δραματοποιεί τα κίνητρά του είναι απολίτιστη, και η ηγεσία με αυτούς τους όρους αποτελεί μορφή αποπλάνησης, όπως γράφει ο Σέννετ, στο τέλος του 20^{ου} αιώνα κυριαρχεί η δραματοποίηση της πολιτικής και οι πολιτικοί που κατορθώνουν να γίνουν μιντια-ντάρλινγκ.

Έτσι καταλήγουμε σε μία νέα κατάσταση δημόσιας σφαίρας, όπου κυρίαρχη αξία είναι η προσωπικότητα, η οποία καθορίζει και τους μικρούς κοινοτικούς χώρους, τους οποίους εκπροσωπεί.

Μέσω αυτής της διαδικασίας αρχίζει να κυριαρχεί μια νέα έννοια αδελφοσύνης, για την ακρίβεια μια διαστροφή της αδελφοσύνης, την οποία επιβάλλει αυτή η μιντιακή «κοινότητα». Οι παρείσακτοι, οι άγνωστοι, οι

⁵⁴ Ρίτσαρντ Σέννετ, Αθήνα, 1999, σελ. 331

διαφορετικοί, γίνονται πλάσματα προς αποφυγήν. Η αδελφοσύνη γίνεται μια συναισθηματική ταύτιση, που αφορά μια επίλεκτη ομάδα ανθρώπων, οι οποίοι συνδέονται μεταξύ τους με την απόρριψη όσων δεν έχουν τα αποκλειστικά χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης κοινότητας.

«Η διαδικασία της αδελφοσύνης με τον αποκλεισμό των 'παρείσακτων' δεν τελειώνει ποτέ, αφού δεν εδραιώνεται η συλλογική εικόνα του 'εμείς'. Ο κατατεμαχισμός και ο εσωτερικός διχασμός αποτελεί ακριβώς τη λογική αυτής της αδελφοσύνης, καθώς οι μονάδες των ανθρώπων που πράγματι ανήκουν γίνονται όλο και μικρότερες. Πρόκειται για μια εκδοχή αδελφοσύνης, η οποία οδηγεί στην αδελφοκτονία.

Ο πόλεμος, όμως, ανάμεσα στην ψυχή και στην κοινωνία διεξάγεται και σ' ένα δεύτερο μέτωπο, μέσα σε κάθε μεμονωμένο άτομο. Το τελευταίο χάνει την ικανότητα να παίζει και να υποδύεται, σε μια κοινωνία που δεν του προσφέρει κάποιον απρόσωπο χώρο που να παίζει.»⁵⁵

Σε αντικατάσταση του χαμένου αυτού εδάφους του παιχνιδιού, η τηλεόραση προσφέρει τους νέους χώρους των τηλεπαιχνιδιών- reality shows, όπου ο άνθρωπος-παίκτης καλείται να υποδυθεί δημοσίως τον εαυτό του, συμμετέχοντας σε ένα δήθεν παιχνίδι, όπου για να κερδίσει οφείλει να εκθέσει την προσωπικότητά του, να αποκαλύψει τον ιδιωτικό του χώρο.

Τέτοιου είδους τηλεόραση καθιερώνει η πλημμυρίδα των reality shows, και ακολούθως οι εκπομπές τύπου «Μεγάλος Αδελφός» και σειρά παρόμοιων, που προϋποθέτουν τον εγκλεισμό μιας ομάδας σε έναν χώρο και την παρακολούθησή της με κάμερες.

1. Το υπνωτικό θέαμα του εαυτού

Στο προηγούμενο κεφάλαιο αναλύσαμε εν τάχει το αμερικανικό παράδειγμα, καθώς η αμερικανική τηλεόραση υπήρξε η αντανάκλαση των κοινωνικών αξιών που επικρατούσαν σε κάθε εποχή.

⁵⁵ Ρίτσαρντ Σέννετ, Αθήνα, 1999, σελ. 338

Την τηλεόραση αυτή, ωστόσο, αντέγραψε και η δική μας, καθώς είχε στη διάθεσή της έτοιμες και επιτυχημένες συνταγές.

Εκείνο που παραμένει ως ερώτημα μόνον είναι αν, την δεκαετία του 1990 που κορυφώθηκε αυτού του είδους η τηλεόραση, αντανakλούσε πραγματικά τις εγχώριες κοινωνικές αξίες ή εάν ήταν κυρίαρχες εισαγόμενες, που να είναι εξ ολοκλήρου ξένες, αλλιώς δεν θα έβρισκαν ανταπόκριση από το Ελληνικό κοινό, εντούτοις επιβλήθηκαν και παραμέρισαν τις εγχώριες.

Την απορία ενισχύει και το γεγονός ότι την εποχή της έκρηξης της ιδιωτικής τηλεόρασης, η δημόσια EPT βρέθηκε σε θέση αδυναμίας, με αποτέλεσμα στη χώρα μας περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη ευρωπαϊκή να μην υπάρξουν εναλλακτικές επιλογές για το τηλεοπτικό κοινό.

Όπως κι αν έχει, πολύ γρήγορα οι εκπομπές εξομολόγησης, τα reality shows με την μορφή talk shows γίνονται η αφορμή ώστε ένας νέος λόγος, ναρκισσιστικός, να αναδύεται από την μικρή οθόνη.

Οι πολιτικοί δεν δίνουν απλώς συνεντεύξεις για το πώς θα ενεργήσουν για την επίλυση ενός κοινωνικού ή πολιτικού προβλήματος, αλλά μιλούν και για τον εαυτό τους, παρουσιάζουν τις οικογένειές τους, τα χόμπι τους, ενίοτε διηγούνται πώς γνώρισαν και ερωτεύτηκαν την σύζυγό τους. Ειδικώς στις προεκλογικές περιόδους τα θεάματα του είδους θεωρούνται απαραίτητα για κάθε υποψήφιο, ενώ ακόμη και ο πρωθυπουργός Κώστας Σημίτης, ο πολιτικός που εμφανώς είχε δύσκολες σχέσεις με την τηλεοπτική δημοσιότητα, κατά την προεκλογική περίοδο του 2000, εμφανίζεται σε εκπομπές, που αναλύουν την προσωπικότητά του και μιλά για τα χόμπι και τα ενδιαφέροντά του.

Όλα αυτά τα πολύ θεαματικά είχαν τα αναπόφευκτα αποτελέσματά τους στην πολιτική ζωή και στην σκέψη και κρίση των πολιτών. «Όταν ένα πολιτισμός ενθαρρύνει τον ναρκισσισμό, αποθαρρύνει τους ανθρώπους από το να παίρνουν», γράφει ο Ρίτσαρντ Σέννετ,⁵⁶ που είναι σαφής στο πόνημά του, ότι η είσοδος της προσωπικότητας στο δημόσιο χώρο – ήδη συνέβη αυτό από τον 19^ο αιώνα προετοιμάζοντας το έδαφος για την «κοινωνία της οικειότητας»- διασκεδάσει την κρίση των ανθρώπων. Ο πολιτικός για παράδειγμα, εστιάζει

⁵⁶ Ρίτσαρντ Σέννετ, Αθήνα, 1999, σελ. 283

την προσοχή στον εαυτό του, απομακρύνοντάς την από τις ενέργειές του, οι οποίες και αφορούν το δημόσιο σύνολο. Την τάση αυτή επιτείνει η λειτουργία μιας συγκινησιακής τηλεόρασης, που μετατρέπει τον πολίτη σε θεατή, κάνοντάς τον να χάσει την αίσθηση του εαυτού του.

Σε αυτό το στοιχείο βασίζεται η θεαματική, συγκινησιακή τηλεόραση και γίνεται έτσι άκρως διασκεδαστική προσφέροντας την φυγή από την καθημερινότητα και το προσωπικό πρόβλημα του τηλεθεατή.⁵⁷

2) Το ρεύμα της εποχής

Είναι τέτοια η επιτυχία πάντως αυτής της τηλεόρασης των εξομολογήσεων, της τηλεόρασης της οικειότητας, της τηλεόρασης που αναδεικνύει το ιδιωτικό σε δημόσιο, ώστε το ύφος της διεισδύει και στα δελτία ειδήσεων, ανατρέποντας τις καθιερωμένες πεποιθήσεις για τις αρχές λειτουργίας του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

Η ανάδειξη του προσωπικού στοιχείου και η συναισθηματική προσέγγιση ενός θέματος ή η επίτευξη ενός δημόσιου ξεσπάσματος θεωρείται δημοσιογραφική επιτυχία για τον παρουσιαστή του δελτίου ειδήσεων ή μιας ενημερωτικής εκπομπής.

Επηρεάζεται τόσο η τηλεοπτική ενημέρωση από αυτή την αίσθηση του «ζωντανού», της έκπληξης, της εξομολόγησης, της εκτόνωσης ώστε σιγά σιγά καθιερώνονται τα περίφημα «παράθυρα» στο δελτίο, που μετατρέπουν ένα μέρος των ειδήσεων σε talk shows με έντονους διαξιφισμούς.⁵⁸

⁵⁷ Ρίτσαρντ Σέννετ, Αθήνα, 1999, σελ. 283, «Στο μέτρο που ο πολιτικός στον δημόσιο χώρο προκαλεί ένα κύμα εμπιστοσύνης προς το πρόσωπό του, στο ίδιο μέτρο όσοι είναι εύπιστοι χάνουν την αίσθηση του εαυτού τους. Είδαμε πώς λειτουργεί στην καλλιτεχνική δημόσια συνάφεια η αναστολή της κρίσης δυνάμει της παθητικότητας και του σκεπτικισμού. Αντί να κρίνουν τον καλλιτέχνη, οι ακροατές του επιθυμούν να συγκινηθούν από τούτον, να τον βιώσουν. Το ίδιο πράγμα αληθεύει για την πολιτική 'προσωπικότητα'. Οι ακροατές της χάνουν κι αυτοί επίσης την αίσθηση του εαυτού τους. Εστιάζουν την προσοχή τους στο ποιος είναι και όχι στο τι μπορεί να κάνει γι' αυτούς.»

⁵⁸ Τηλεπαράθυρα στο δελτίο ειδήσεων καθιερώνει για πρώτη φορά ο τηλεοπτικός σταθμός SKY στην δύσκολη εποχή που προσπαθούσε με περιορισμένα οικονομικά μέσα να καθιερωθεί, περίπου στα μέσα της δεκαετίας του '90. Τα τηλεπαράθυρα έδιναν πρόσθετο

Η τηλεοπτική τεχνολογία αξιοποιείται από τους τομείς παραγωγής ειδήσεων για την σκηνοθεσία υπερθεαμάτων, όπου αναλύεται ένα πρόβλημα, μια είδηση, ένα γεγονός από ειδικούς και μη, μέσα σε μια ατμόσφαιρα τεχνητής συχνά έντασης – καλούνται πάντα ζεύγη αντιθέτων, ώστε να είναι εξασφαλισμένη η καβατζίδικη ατμόσφαιρα.

Πάντως αυτή η ατμόσφαιρα reality shows, η έκθεση του προσωπικού της δυστυχίας, του πόνου κερδίζει διαρκώς έδαφος.

Στη μάχη για την τηλεθέαση τα δελτία ειδήσεων των μεγάλων καναλιών δεν διστάζουν να προβάλλουν ειδήσεις από το αστυνομικό δελτίο, δίνοντας έμφαση στις τραγωδίες των οικογενειών. Οι κηδείες γίνονται από τα πλέον προσφιλή θεάματα του τηλεοπτικού φακού.

Η αίσθηση του ζωντανού, της τραγωδίας που εξελίσσεται «μπροστά στα μάτια του τηλεθεατή» κερδίζει τηλεθέαση.

Η πολιτική βρέθηκε να ανταγωνίζεται τις τραγωδίες της καθημερινής ζωής. Για να βρει δρόμο προς την μικρή οθόνη έπρεπε να επινοήσει ένα ελκυστικό θέμα ή σύνθημα. Για την ακρίβεια την δουλειά αυτή ανέλαβαν οι ίδιοι οι επαγγελματίες που υπηρετούσαν την τηλεοπτική ενημέρωση καθώς το παραδοσιακό πολιτικό ρεπορτάζ, π.χ. οι συζητήσεις στη Βουλή, δεν αξιοποιούνταν πλέον από τα δελτία ειδήσεων. Το «ζωντανό», με την έννοια του προκλητικού, του φαντασμαγορικού, του έντονου γίνεται ο κύριος στόχος¹².

πρόγραμμα στο κανάλι, καθώς το δελτίο ειδήσεων άρχισε να διαρκεί πολύ περισσότερο από το παραδοσιακό ημίωρο, για να φτάσει μέχρι τα τέλη της δεκαετίας τα 90', επίσης πρόσφεραν ζωντανία και έντονο ύφος. Η πρώτη τηλεπαρουσιάστρια που υπηρέτησε το είδος αυτό ήταν η Έλλη Στάη, ενώ διευθυντής ειδήσεων που υιοθέτησε το είδος ο Σταμάτης Μαλέλης. Εκτοτε τόσο τα τηλεπαράθυρα όσο και η μεγάλη διάρκεια καθιερώθηκαν, για να καταλήξουν στα τέλη της δεκαετίας σχεδόν η μάλιστα των δελτίων, τόσο ώστε οι διευθυντές όλων ακόμη και ο ίδιος ο Σταμάτης Μαλέλης να αναζητούν τρόπους για να τα περιορίσουν – ιδίως την μεγάλη διάρκεια. Το καλοκαίρι ωστόσο του 2001 έγινε η πιο σοβαρή απόπειρα συμφωνίας μεταξύ των μεγάλων καναλιών (Mega, Ant1, Alpha) αλλά χωρίς ουσιαστικό αποτέλεσμα καθώς τη νέα σεζόν 2001-2002 ο ανταγωνισμός έγινε σκληρότερος από τα μικρότερα, ωστόσο, κανάλια. Με την έκρηξη της τηλεοπτικής ενημέρωσης το καλοκαίρι του 2002 με αφορμή τις συλλήψεις κατηγορουμένων για συμμετοχή σε τρομοκρατικές οργανώσεις η μακρά χρονική διάρκεια των δελτίων επανέρχεται, ενώ τα τηλεπαράθυρα αναδεικνύονται και πάλι σε ειδησεογραφικό γεγονός.

⁵⁹Ο. Λανς Μπένετ, Αθήνα, 1999,, σελ 164-165, «Η δημιουργία μιας εικόνας απαιτεί κάτι περισσότερο από την επινοήση ενός ελκυστικού θέματος ή συνθήματος. Οι εικόνες αποκτούν

Το είδος αυτό της τηλεοπτικής ενημέρωσης αποκαλείται infotainment (όρος εισαγόμενος και αυτός από την αμερικανική τηλεόραση, όπου και πρωτοεμφανίστηκε το είδος, ο οποίος συνδυάζει τις λέξεις information=πληροφορία και entertainment=διασκέδαση). Πρόκειται για την διασκεδαστική ενημέρωση που κερδίζει έδαφος, κατακλύζει το σύνολο των καναλιών, με αδύναμη εξαίρεση την κρατική τηλεόραση, η οποία προσπαθεί να αντισταθεί επιλέγοντας μεγαλύτερη αυστηρότητα στην κάλυψη της πολιτικής επικαιρότητας, αλλά παραμένοντας πιστή στην παράδοση της ευνοϊκής προβολής των κυβερνητικών θέσεων.

Για να χρησιμοποιήσουμε μια προσφιλή μεταφορά των δασκάλων των ΜΜΕ της γαλλικής σχολής, τα «γυαλιά» με τα οποία βλέπουν οι δημοσιογράφοι της infotainment την πραγματικότητα αναδεικνύουν συγκεκριμένες πτυχές της. Τα «γυαλιά» αυτά είναι που καθορίζουν τι θεάται και τι όχι, και τα «φίλτρα» τους είναι αποτέλεσμα της εκπαίδευσης των δημοσιογράφων, της ιστορίας τους, αλλά φυσικά και των στόχων τηλεθέασης των καναλιών τους.⁶⁰

Όπως κι αν έχει, η τηλεοπτική ενημέρωση αρχίζει να δίνει έμφαση στο διαφορετικό, το «συγκλονιστικό», το ελάττωμα διαμορφώνοντας ένα σύμπαν ισχυρών μιντιακών συμβόλων.⁶¹ Επιστρατεύει μάλιστα και λέξεις

οντότητα μόνο όταν το συμβολικό συστατικό ή μήνυμα αποτελεί ένα συχνό σημείο αναφοράς για τη λαϊκή φαντασία. Πολλά ελκυστικά μηνύματα διαφεύγουν της λαϊκής φαντασίας γιατί δεν καταφέρνουν να τραβήξουν τη γενική προσοχή. Η ανάγκη να τραβά την προσοχή ένα μήνυμα εξηγεί γιατί ο δεύτερος στόχος της δημιουργίας εικόνων είναι να κατακλύζονται τα κανάλια επικοινωνίας με το μήνυμα. Αν ένα μήνυμα γίνει πιο γνωστό από τα υπόλοιπα ανταγωνιστικά μηνύματα, έχει περισσότερες πιθανότητες διαμόρφωσης των σκέψεων και των ενεργειών του κοινού. Ο στόχος της υπεροχής του μηνύματος, εξηγεί γιατί οι διαφημιστές ξοδεύουν δισεκατομμύρια δολάρια για να διαλαλούν τα συνθήματά τους ξανά και ξανά στα Μέσα. Ο ίδιος στόχος εξηγεί γιατί οι πολιτικοί ξοδεύουν σημαντική ενέργεια προσπαθώντας να ενσωματώσουν τα απλοϊκά μηνύματά τους στην πλοκή των στόρι των ειδήσεων»

⁶⁰Pierre Bourdieu, Για την τηλεόραση, εκδ. Liber, Αθήνα, 1998, σελ 36, «Βασική αρχή της επιλογής είναι η επιδίωξη του εντυπωσιακού, του θεαματικού. Η τηλεόραση καλεί σε δραματοποίηση, με την διπλή έννοια του όρου: σκηνοθετεί σε εικόνες ένα γεγονός και υπερβάλλει τη σημασία του, τη βαρύτητά του και το δραματικό, τραγικό χαρακτήρα του»

⁶¹Ο. Λανς Μπένετ, Αθήνα, 1999, σελ. 170-171, «Τα σύμβολα επιτρέπουν την αφήγηση και την δι' αντιπροσώπου συμμετοχή σε εμπειρίες, με ανθρώπους που δεν είχαν πάρει μέρος σε αυτές τις εμπειρίες από πρώτο χέρι. Λόγω των συμβόλων, πολύπλοκες ιδέες και μηνύματα μπορούν να μεταδοθούν απλά, όπως όταν ένας ένστολος αξιωματούχος της αστυνομίας μεταβιβάζει ένα μεγάλο πλήθος συνειρμών στον κόσμο που παρευρίσκεται στην σκηνή του εγκλήματος. Πολλά από τα καθημερινά θέματα (περιλαμβανομένων και των θεμάτων ειδήσεων) μπορούν να μεταβληθούν σε συμβολικές φόρμουλες με σκοπό την αποτελεσματική επικοινωνία. Τα σύμβολα επιτρέπουν ακόμη και στη φαντασία μας να

εντυπωσιακές, εξαιρετικές, καθώς με τις συνηθισμένες δεν θαμπώνεται ο κόσμος. Έτσι η εικόνα των ειδήσεων κυριαρχείται από τις λέξεις. Αυτές καθοδηγούν την ερμηνεία του γεγονότος. («Στυγερός δολοφόνος», «Στη Βουλή ... άρχισαν τα όργανα» ή «Κορέα η Βουλή» σε περίπτωση έντονων διαπληκτισμών μεταξύ βουλευτών κλπ).

Με αυτή την αίσθηση του ζωντανού, όσο και αν μεγθύνεται η στιγμιαία απόλαυση –με την εντύπωση της παρακολούθησης ακραίων ατραξιόν σε αρένα– ωστόσο αδρανεί η κρίση. Το τηλεοπτικό κοινό γίνεται όλο και περισσότερο καταναλωτής εντυπώσεων.

Και από την άλλη το κυρίαρχο πλέον αυτό είδος της τηλεόρασης διαμορφώνει και τους όρους του σύγχρονου πολιτισμού. Η διαφάνεια του ελαττώματος γίνεται εκτυφλωτική.

Ισχυρό παράδειγμα αυτής της παγκόσμιας καταναλωτικής διάθεσης του ελαττώματος είναι και η διεθνής αναμετάδοση της ομολογίας του προέδρου των ΗΠΑ Μπιλ Κλίντον για το είδος της σχέσης του με την νεαρή ασκούμενη του Λευκού Οίκου Μόνικα Λεβίνσκι. Ήταν το πρώτο παγκόσμιο reality shows, που καταναλώθηκε σε απευθείας μετάδοση, συμβολίζοντας την νέα φαντασμαγορία της διαφάνειας, που καθίσταται όμως μέσο ελέγχου της ζωής.

Από την «διαφάνεια» των ανθρώπινων τραγωδιών δια των reality shows φτάσαμε σταδιακά στη «διαφάνεια» ολόκληρης της ζωής, ως μορφή μιας οικουμενικής ηδονοβλεπτικότητας που εκφράστηκε με την περίπτωση Κλίντον, αλλά αποθεώθηκε αργότερα με την παγκόσμια επιτυχία των

λειτουργήσει σε συμφωνία, για να δημιουργεί και να πρεσβεύει κοινές ιδέες για πράγματα που δεν υπήρξαν ποτέ (όπως ο μυθικός μονόκερος) ή που ίσως μια μέρα υπάρξουν (όπως ο γενετικά κατασκευασμένος κλώνος του μονόκερου). Από την στιγμή που μια πρώτιστη απασχόληση των πολιτικών είναι πως να παρουσιάζουν πραγματικές καταστάσεις με όσο το δυνατόν ευνοϊκότερους όρους, είναι καταφανές γιατί τα σύμβολα έχουν τόση σημασία για την πολιτική. Μέσα από την επιδέξια χρήση των συμβόλων, οι πραγματικές πολιτικές περιστάσεις, μπορούν να επαναπροσδιοριστούν και για πρακτικούς λόγους, να αντικατασταθούν με μια μεγάλη ποικιλία εναλλακτικών επιλογών. Με δυο λόγια τα σύμβολα παρέχουν στους πολιτικούς στρατηγικές επιλογές για το πως να δεσμεύσουν την λαϊκή φαντασία σε κάθε πολιτική κατάσταση.»

εκπομπών τύπου «Μεγάλος Αδελφός», στις οποίες θα αφιερώσουμε ειδικό κεφάλαιο.⁶²

3. Πού οφείλεται η επιτυχία των reality shows

Οι λόγοι πολλοί, και οι περισσότεροι έχουν τις ρίζες τους στην ανθρώπινη προσωπικότητα. Ανέκαθεν το ενδιαφέρον για τα βάσανα του Άλλου κατείχε σημαντική θέση στην καθημερινότητα, άλλοτε με ειλικρινή διάθεση προσφοράς και άλλοτε με κανιβαλική τάση κατανάλωσης της δυστυχίας. Η τηλεόραση του είδους αξιοποιεί ακριβώς αυτές τις τάσεις.

Α) Γι' αυτό και θεωρείται ότι η παρακολούθησή τους για μια μεγάλη κατηγορία κοινού σημαίνει εκτόνωση των ενοχών τους, είτε γιατί βρίσκονται στην ίδια κατάσταση είτε γιατί με την στιγμιαία συγκίνηση αισθάνονται το φευγαλέο ρίγος της ανθρωπιάς.

Β) Η κατανάλωση των συμφορών και της δυστυχίας των άλλων κρύβει έναν άγριο σαδισμό, μια απληστία για το δράμα, τον σπαραγμό, το ψυχορράγημα.

Γ) Σε ορισμένες κατηγορίες κοινού κυριαρχεί επίσης και ένα αίσθημα ανακούφισης, που οι παρουσιαστές –εκπρόσωποι του κοινού– αναλαμβάνουν να χαρίσουν για λίγο την προσοχή στον δυστυχισμένο, την οποία η απάνθρωπη οργάνωση της ζωής δεν μπορεί να προσφέρει.

Δ) Η θέαση μαρτύρων αποδεικνύεται ιδιαιτέρως ψυχαγωγική και εξελίσσεται κυριολεκτικώς σε ρεύμα της εποχής.

⁶² Πωλ Βιρλιό, Η πληροφορική βόμβα, εκδ. Νησίδες, Σκόπελος, 2000, μεταφρ. Βασίλης Τομανάς, σελ. 67, «Λοιπόν, μετά την κατάδοση από στόμα σε αντί, την κακολογία και την συκοφαντία, τη θραύση που κάνει στην κοινωνία η φημολογία, η δωρεάν τηλεφωνική κλήση για τους καταδότες ή τις υποκλοπές τηλεφωνημάτων των υπόπτων, αρχίζει η βασιλεία της οπτικής κατάδοσης, με την γενίκευση της κάμερας επιτήρησης –όχι μόνο στους δρόμους, στις λεωφόρους, στις τράπεζες και τα σουπερ μάρκετ, αλλά και μέσα στο σπίτι, στο κοινωνικό ενδιαίτημα υποβαθμισμένων συνοικιών– και κυρίως με τον παγκόσμιο πολλαπλασιασμό των Live cameras στο Διαδίκτυο, όπου μπορείς να επισκεφθείς τον πλανήτη μένοντας στο σπίτι σου... Μορφές μιας οικουμενικής ηδονοβλεπτικότητας που κατευθύνει το βλέμμα όλων προς προνομιούχα «σημεία θέασης», καθώς αυτός ο ξαφνικός πολλαπλασιασμός των σημείων θέασης είναι πάντα μόνο το αποτέλεσμα αναγγελίας μελλοντικών 'σημείων πώλησης' της τελευταίας συνολικοποίησης, της συνολικοποίησης του βλέμματος του μοναδικού ματιού.»

Οι διαπιστώσεις από το νέο αυτό τηλεοπτικό φαινόμενο δεν ήταν διόλου ευχάριστες, μια και η τηλεόραση του είδους δεν ανέδειξε μόνο την ύπαρξη ενός κόσμου δυστυχισμένου και προβληματικού, η οποία προσβάλλει τον πολιτισμό και αποδεικνύει την αποτυχία πολιτικών επιλογών, αλλά και την αγριότητα της εμπορικής εκμετάλλευσης αυτού του κόσμου. Μιας εκμετάλλευσης που με δέλεαρ την ανακούφιση, την στιγμιαία εκτόνωση υπέβαλλε συμπεριφορές ταπείνωσης.⁶³

Οι απελπισμένοι, οι αφελείς, οι μη τυχεροί αυτής της ζωής έγιναν ευχαρίστως αντικείμενα οίκτου. Με την γνωστή, όσο και πολύ ανθρώπινη, «πονηριά» του αδικημένου, έσπευσαν να ξεφορτώσουν τους βεβαρημένους από κόπους ώμους τους μπροστά σε ένα τεράστιο κοινό, κυνηγώντας την ευεργετική αίσθηση που δίνει η εξομολόγηση. Σκηνοθέτησαν τον εαυτό τους, συνειδητοποιώντας ότι η οδύνη τους σαν μαρτύρων αν δεν είναι αρκετά έντονη, δεν δικαιούνται την γυάλινη ελεημοσύνη των συναισθημάτων. Γιατί καμιά εκπομπή ευεργεσίας προς τον συνάνθρωπο δεν έχει λόγο ύπαρξης στο τηλεοπτικό πρόγραμμα, αν δεν προσφέρει πραγματικά έντονες συγκινήσεις στο κοινό.

Είναι τέτοια η ορμή της επιβολής του ιδιωτικού στο δημόσιο και τόσο εκκωφαντικός ο θόρυβος των κλαυθμών και οδυρμών, ώστε να επιβάλλεται εν τέλει μια παράδοξη σιωπή, μια σιωπή της ανοχής, μια σιωπή εκείνων που είχαν ενδεχομένως να πουν κάτι ουσιαστικό, μια και γίνεται του συρμού πλέον το ανούσιο, το ευκαιριακό, το δραματοποιημένο.

Την μορφή αυτή της δημόσιας σφαίρας θα μπορούσαμε ίσως να την παραλληλίσουμε με εκείνη που είχε ωριμάσει στα μέσα του 19^{ου} αιώνα στο Παρίσι και το Λονδίνο, όπου το ιδιωτικό επιβαλλόταν στο δημόσιο και πλέον η δημόσια σιωπή ήταν ο μόνος τρόπος για να επιβιώσει κανείς στη δημόσια ζωή, τη ζωή του δρόμου, χωρίς να συντρίβεται.

⁶³ Ένας μεγάλος διάλογος έγινε και στη χώρα μας, όπως στις περισσότερες του αναπτυγμένου κόσμου, για το αν υπάρχει πραγματικά προσβολή της προσωπικότητας ή αν, εφόσον συμμετέχουν οικειοθελώς στα reality shows όλοι αυτοί οι άνθρωποι, δεν τίθεται τέτοιο θέμα. Ωστόσο η λειτουργία της τηλεόρασης, η γοητεία του τηλεοπτικού φακού και της δημοσιότητας, η αίσθηση ότι με την τηλεοπτική παρουσία τους, θα κερδίσουν έστω και για λίγο την προσοχή, είναι στοιχεία παραπλάνησης. Αυτή τουλάχιστον ήταν και η επίσημη θέση του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης

Η δημόσια συμπεριφορά αποτελούσε ζήτημα παρατήρησης, παθητικής συμμετοχής, ενός ορισμένου είδους ηδονοβλεψία. Ο Balzac την αποκαλούσε, γράφει ο Ρίτσαρντ Σέννετ⁶⁴ «γαστρονομία του ματιού»: καθένας είναι ανοικτός σε κάθε τι, κανείς δεν απορρίπτει τίποτε *a priori* από το οπτικό του πεδίο εφόσον δεν χρειάζεται να εμπλακεί ο ίδιος, να συμμετάσχει. Αυτός ο αόρατος τοίχος σιωπής εν είδη δικαιώματος, σήμαινε ότι η δημόσια γνώση ήταν ζήτημα παρατήρησης – παρατήρηση σκηνών, άλλων ανδρών και γυναικών, διαφόρων επεισοδίων. Η γνώση δεν έμελλε πλέον να παράγεται με την κοινωνική συναναστροφή.

4. Καθρέφτης της αλλαγής του κόσμου

Η τηλεόραση που κάνει θέαμα το προσωπικό, η τηλεόραση-ριάλιτι-σόου αναδιαμορφώνει την πραγματικότητα με όρους θεάματος. Στον νέο αυτό τηλεοπτικό πολιτισμό, οι άνθρωποι μαθαίνουν να σκηνοθετούν τον εαυτό τους. Για να πείσουν ότι είναι πραγματικά δυστυχισμένοι, πρέπει να υποδυθούν με τρόπο ικανοποιητικό την δυστυχία τους.

Ωστόσο αυτό που παραμερίζεται υπέρ μιας ψυχαγωγικής προσέγγισης της δυστυχίας είναι η πολιτική, ο πολιτικός λόγος. Συνέπεια αυτού είναι να απομακρύνεται και η δυνατότητα λύσης.

Όσο οι συγκινησιακές εξάρσεις, που προσφέρει η γυάλινη οθόνη, γίνονται το μοναδικό πιστοποιητικό συνοχής σε μια κοινωνία θρυμματισμένη από τις ανισότητες και την αυξανόμενη ανασφάλεια τόσο απομακρύνεται η δυνατότητα αποκατάστασης πραγματικών σχέσεων αλληλεγγύης. Οι άνθρωποι απομονωμένοι γίνονται καταναλωτές του θεάματος του εαυτού τους, των ιδιωτικών τους στιγμών και απομακρύνονται από την πολιτική σκέψη και την έννοια της συλλογικότητας. Το μόνο που επικρατεί είναι η διαρκώς εντεινόμενη ανάγκη της επικοινωνίας που μεταφράζεται σε αξιοποίηση της τεχνολογίας της επικοινωνίας και όχι σε ουσιαστική επαφή.

⁶⁴ Ρίτσαρντ Σέννετ, Αθήνα, 1999, σελ. 45

Με αυτό το νέο είδος τηλεόρασης αναδεικνύεται και ο νέος άνθρωπος-τηλεθεατής-τηλεπρωταγωνιστής, αυτός που μέχρι χθες κρατούσε στη σκιά τις επιθυμίες και τις ανάγκες του τώρα τις βγάζει χωρίς δισταγμό σε κοινή θέα. Είναι έτοιμος να ξεγυμνώσει την ψυχή του για να κερδίσει αυτό που νιώθει ότι έχασε στον αγώνα για πρόοδο, και επομένως έχασε και την ελευθερία: το ενδιαφέρον των συνανθρώπων του, το οποίο μεταφράζεται σε προσοχή του κόσμου για την ιδιωτική του ζωή και η κηδεμονία της τηλεόρασης φαντάζει προστατευτική, σχεδόν μητρική.

Χαρακτηριστική η σκέψη του Πολ Βιριλιό, πολεοδόμου και ιστορικού, που κατέγραψε τις ανησυχίες του για τις ραγδαίες εξελίξεις της τεχνολογίας των επικοινωνιών, οι οποίες ανατρέπουν τις χρήσεις του χώρου και μαζί αλλάζουν τα εργαλεία αντίληψης του κόσμου, του χρόνου, των διαστάσεων: η περίφημη Παγκοσμιοποίηση απαιτεί να αυτοπαρατηρούμαστε και να συγκρινόμαστε ακατάπαυστα με τους άλλους. Πώς θα επιτευχθεί αυτό;

Με μια νέα Συνολική Οπτική που καθίσταται δυνατή χάρη στην τηλεοπτική κάμερα, παντού εγκατεστημένη και κυρίαρχη. Αυτή μπορεί να οδηγήσει στην εμφάνιση μιας Πανοπτικής Όρασης – με την έννοια του Πανοπτικού που περιγράφει ο Μισέλ Φουκώ, όπου ο παρατηρούμενος βρίσκεται εκτεθειμένος στη θέα του παρατηρητή ανά πάσα στιγμή – απολύτως απαραίτητης για την εγκαθίδρυση της αγοράς του ορατού.⁶⁵

Ωστόσο, με τον τρόπο αυτό της έκθεσης του προσωπικού, οι άνθρωποι δρουν με τρόπο που μοιάζει με την ηθοποιία στο θέατρο. Προσπαθούν να

⁶⁵Πολ Βιριλιό, Σκόπελος, 2000, σελ 64-69. Το παράδειγμα της 25χρονης αμερικανίδας Jane Houston αναφέρει ο Πολ Βιριλιό στο βιβλίο του, για να αναλύσει τις νέα συνθήκη της επιτήρησης και της κάμερας της κατάδοσης. Η Houston εγκατέστησε 14 κάμερες στο σπίτι της ώστε να επιβλέπουν στρατηγικές θέσεις: κάτω από το κρεβάτι, μπροστά από την πόρτα, το υπόγειο κλπ. Και όλα αυτά γιατί φοβόταν τα φαντάσματα. Η κάθε μία από αυτές τις κάμερες (Live cam) προορίζεται να μεταδίδει ότι «βλέπει» σε ένα site, οι δε επισκέπτες του να γίνονται έτσι φύλακες φαντασμάτων. Μέσω ενός «παραθύρου» διαλόγου επιτρέπεται ο επισκέπτης-παρατηρητής να στείλει μήνυμα στην κοπέλα σε περίπτωση που δει φάντασμα. «Με αυτή την ηδονοβλεπτικότητα, η τηλε-επιτήρηση αποκτά καινούργιο νόημα: το ζήτημα δεν είναι πια να προφυλαχθούμε από μια εγκληματική εισβολή, αλλά να μοιραστούμε τα άγχη μας, τις έμμενες ιδέες μας με ένα ολόκληρο δίκτυο χάρη στην υπερ-έκθεση ενός τρόπου ζωής».

Θα λέγαμε ότι η Houston εκτός των άλλων είναι και ο πρόδρομος των εκπομπών τύπου «Μεγάλος Αδελφός» που ελάχιστα χρόνια αργότερα θα κάνουν παγκόσμια επιτυχία.

παρουσιάσουν πειστικά τον εαυτό τους, που όμως διαφέρει ως προς την πραγματικότητα χωρίς κάμερες, καθώς μπροστά στις κάμερες η συμπεριφορά παρουσιάζει αλλοιώσεις. Είναι μια προσποιητή καθημερινή συμπεριφορά. Αυτό συμβαίνει όταν άτομα προσποιούνται συμπεριφορές, δήθεν καθημερινές, προκειμένου να μαγνητοσκοπηθούν.

Ενώ αυτή η δραστηριότητα είναι προσποιητή, όπως γράφει και ο John B. Thompson στο «Νεωτερικότητα και Μέσα Επικοινωνίας», (εκδ. Παπαζήση, σελ. 183), διακρίνεται από την φανταστική δράση, ακριβώς επειδή λαμβάνει χώρα σε ένα πραγματικό πλαίσιο και παρουσιάζεται σαν να ήταν αληθινή.

Κάτι τέτοιο παρουσιάζεται και στις εκπομπές τύπου «Μεγάλος Αδελφός» (ανάλυση στο ειδικό Κεφάλαιο) που επιδιώκουν την σύγχυση των ορίων μεταξύ φανταστικού και μη φανταστικού, όπως μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού.

Όλο αυτό ωστόσο λαμβάνει τον χαρακτήρα «παιχνιδιού», υπακούοντας στο αίτημα, υποτίθεται, της αυθεντικότητας και της διαφάνειας. Ακριβώς επειδή η κληρονομιά της μεσοαστικής τάξης, της μεγάλης κατηγορίας δηλαδή του τηλεοπτικού κοινού, από τον 19^ο αιώνα και από τα εργατικά κινήματα, ήταν η απώλεια της ικανότητας για παιχνίδι. Και αυτό γιατί το παιχνίδι έδινε την αίσθηση ότι οι καταστάσεις είναι εύπλαστες και ότι μπορεί να απολεσθεί μια νομιμοποιημένη με κόπους κοινωνική κατάσταση.

Η εκφραστική ικανότητα ευνουχίστηκε, εφόσον στα χρόνια που ακολούθησαν και με τα κοινωνικά και πολιτικά κινήματα για την βελτίωση των συνθηκών ζωής, οι άνθρωποι πάσχισαν να καταστήσουν την εμφάνισή τους αντιπροσωπευτική της προσωπικότητάς τους και να συνδέσουν την αποτελεσματικότητά τους με την αυθεντικότητά τους. Ωστόσο το παιχνίδι δεν έχει σχέση ούτε με την ανάγκη, ούτε με την ταυτότητα, αντιθέτως απαιτεί απαλλαγή και από τις δύο.

Οι εκπομπές τύπου «Μεγάλος Αδελφός» εμφανίστηκαν σαν ευκαιρίες για δημόσια αυθεντική έκφραση, για απαλλαγή από το «στενό κολάρο» των κοινωνικών συμβάσεων μιας εποχής υποκριτικής και καταπιεστικής επειδή

επέβαλλε υποτίθεται συλλογικές δράσεις, άρα αγνόηση του προσωπικού προς όφελος του συνόλου.

Η δημόσια έκθεση του προσωπικού στην εποχή της τηλεοπτικής οικειότητας παρουσιάστηκε σαν απελευθέρωση και σαν κατάργηση υποτίθεται της απροσωπίας, σαν θρίαμβος του Εγώ. Ωστόσο έχει περισσότερα χαρακτηριστικά ενός ναρκισσιστικού ξεσπάσματος, που μάλλον αναζητεί στοιχεία ταυτότητας μέσα από τις εκδηλώσεις αυτές ιδιωτικών στιγμών, παρά την απαλλαγή από αυτά.

X. Κεφάλαιο Ένατο

Η εποχή του Μεγάλου Αδελφού

Η λατρεία του «ζωντανού», το πάθος για το σκανδαλώδες, η δημοσιοποίηση του ιδιωτικού παραμένουν τα κύρια στοιχεία του τηλεοπτικού προγράμματος, το οποίο βρίσκει σε αυτά την χρυσή οικονομική λύση. Αυτό που παθιάζει πλέον το τηλεοπτικό κοινό είναι η αίσθηση ότι παρακολουθεί τη «ζωή σε απ' ευθείας μετάδοση» και μια σειρά εκπομπές που εμφανίζονται στις τηλεοράσεις στις αρχές του νέου αιώνα σηματοδοτούν τις καινούργιες αξίες ζωής, που είναι η έκθεση στις κάμερες, το «με-βλέπουν-άρα-υπάρχω», το κυνήγι της δημοσιότητας, αλλά μιας δημοσιότητας που δεν βασίζεται πλέον σε ταλέντα ή σε ακραίες ιδιότητες, μιας διασημότητας που την κερδίζει κανείς υποδυόμενος τον εαυτό του. Με την ανατολή του νέου αιώνα, τα ριάλιτυ σόου του περασμένου γίνονται η τηλεόραση του μέλλοντος. Εκείνο που παραμένει ως «καυτό» θέαμα είναι η αποκάλυψη του ιδιωτικού, η έκθεση του μύχιου, του προσωπικού.

Σύμφωνα με τις αναλύσεις της εταιρείας New On The Air (NOTA) για τις τάσεις των τηλεοπτικών προγραμμάτων κατά το έτος 2000, μια νέα γενιά ριάλιτυ σόου κάνουν την εμφάνισή τους, τα οποία συνδυάζουν το πραγματικό με το σκηνοθετημένο, όπως ο «Μεγάλος Αδελφός».

Η ιδέα, που γεννήθηκε στην Ολλανδία μέσα από συζητήσεις κλινικών ψυχιάτρων για το πώς μπορούν να μελετήσουν τις αντιδράσεις ανθρώπων που συμβιώνουν απομονωμένοι σε ένα χώρο, βρέθηκε να αποτελεί την πιο «καυτή» τηλεοπτική συνταγή των αρχών του νέου αιώνα, ξεπερνώντας ακόμη και εκείνη των ριάλιτι σόου. Μόνο που στον Μεγάλο Αδελφό συμμετέχουν υποτίθεται «κανονικοί» άνθρωποι, καθημερινοί, σαν και το κοινό το οποίο θα τους παρακολουθεί.

Οι παίκτες που επιλέγονται, απομονώνονται σε ένα σπίτι για αρκετές ημέρες, μέχρι και τρεις μήνες, χωρίς ραδιόφωνο, τηλεόραση, εφημερίδες, επικοινωνία με τον έξω κόσμο και επιχειρούν να συμβιώσουν, ψηφίζοντας, όμως, κάθε εβδομάδα εκείνους που θέλουν να αποβάλουν από την ομάδα τους. Την τελική ψηφοφορία θα την κάνει το κοινό συμμετέχοντας σε αυτήν τη διαδικασία της «απόρριψης»-«αποβολής», ακριβώς όπως οι θεατές στις ρωμαϊκές αρένες έδιναν την τελική εντολή στον νικητή μονομάχο να κάνει τη θανατηφόρο κίνηση.

Αυτό το τοξικό κοκτέιλ των πιο άγριων πτυχών της ανθρώπινης ύπαρξης, του κανιβαλισμού, της ηδονοβλεψίας, της κατάργησης του άλλου μέσα από μια σχέση εξουσίας, της προσβολής της ανθρώπινης υπόστασης θεωρείται και η πεμπτουσία της επιτυχίας της σειράς με τον απόλυτο κυνισμό της αγοράς που θεωρεί τα ποσοστά τηλεθέασης ως ιδανική αξία. Και είναι γεγονός ότι στην Ολλανδία μόνο, όταν πρωτοπροβλήθηκε, έφθανε περίπου τα 4 εκατομμύρια τηλεθεατές το κάθε επεισόδιο. Στη Γερμανία δημιουργήθηκαν μέχρι φαν κλαμπ των παικτών.

Πώς να αρνηθεί κανείς ότι το δέλεαρ μιας τέτοιας στιγμής διασημότητας για έναν κοινό θνητό, «αθέατο» στις κοινωνίες της αποξένωσης μέχρι χθες και πασιφανή πλέον, χάρη στον Μεγάλο Αδελφό, είναι πανίσχυρο. Άλλο ένα στοιχείο ανθρώπινης ανάγκης με το οποίο «παίζει» αυτού του είδους η τηλεόραση.

Επιτέλους είμαστε ορατοί, διάσημοι χωρίς κόπο, αναγνωρίσιμοι, άρα αποδεκτοί, σύμφωνα με την κορυφαία σύγχυση των τηλεοπτικών καιρών μας, μα τι άλλο μπορεί να επιθυμήσει ένας κοινός θνητός! Μόνο που το απολύτως ορατό –αυτό το οποίο καταργεί τον ιδιωτικό χώρο, εκχωρεί την υψίστη κατάκτηση της δημοκρατίας, τον σεβασμό στην ιδιωτικότητα και την προσωπικότητα, στην τηλεοπτική οθόνη, με φτηνό αντίτιμο μερικά εκατομμύρια, και μια πρόσκαιρη δημοσιότητα– είναι ταυτοχρόνως και το ιδανικό του ολοκληρωτισμού. Και μάλιστα, ενός ύπουλου ολοκληρωτισμού, μιας εξουσίας της ορατότητας που φαίνεται πως δίνεται πολύ «δημοκρατικά» στους πολλούς για να βλέπουν τους λίγους, εξοικειώνοντας έτσι τους πάντες με την ιδέα να εκχωρούν την εικόνα τους στη δημόσια παρακολούθηση. Και είναι πολύ εύκολη η σύγχυση. Ως πρωτοπόρος του είδους τής παρακολούθησης θεωρείται η 25χρονη Αμερικανίδα Τζουν Χιούστον, που το 1997 έβαλε κάμερες παντού στο σπίτι της και συνδέθηκε με το Διαδίκτυο, προβάλλοντας ως δικαιολογία τον φόβο της για τα φαντάσματα. Ημιπαράφρων η νεαρή, πίστευε ότι έτσι μοιραζόταν τους φόβους της, δίνοντας καινούργιο νόημα στην εισβολή του ξένου βλέμματος στον ιδιωτικό χώρο. Αξιοποιήθηκε δεόντως από τα σαΐνια της τηλεοπτικής και διαδικτυακής αγοράς η παραφροσύνη τής Τζουν, και πλέον προβάλλεται ως ιδεολογία.

Φυσικά δεν λείπουν εκείνοι που βλέπουν ως «πρόκληση» την εκπομπή. Προβάλλεται ως πρόταση για την καλλιέργεια του ομαδικού πνεύματος. Μόνο που κυρίως αυτό δεν είναι, καθώς δεν ενδιαφέρει η συνοχή της ομάδας χάρη στον αυτοέλεγχο και την αυτοσυγκράτηση του καθενός, αλλά η απελευθέρωση των κρυφών, πιο άγριων και πιο θεαματικών πτυχών των παικτών. Γι' αυτό και επιλέγονται εκ των προτέρων, γίνεται κάστινγκ δηλαδή, όπως σε οποιοδήποτε σίριαλ, όπου οι ειδικοί επιχειρούν να πετύχουν την εκρηκτική σύνθεση. Επίσης, στόχος είναι η αποβολή του ενοχλητικού, του συμπαίκτη, το κάρφωμά του, αλλιώς δεν υπάρχει νίκη. Κανείς δεν είναι ίδιος μετά τη συμμετοχή του στο παιχνίδι, κρούουν τον κώδωνα του κινδύνου οι συνετοί ψυχίατροι επιστήμονες. Τι συμβαίνει στ' αλήθεια με αυτές τις εκπομπές; Η εξάλειψη της

προσωπικότητας που αποτέλεσε το συστατικό της ολοκληρωτικής ιδεολογίας, η οποία αιματοκύλισε την Ευρώπη, επιστρέφει ως τηλε-ζαχαρωτό ενός πολιτισμού που μάχεται να καταργήσει τη μνήμη, άρα τους κανόνες, την παράδοση, το πολιτικό, το κοινωνικό, και φυσικά τις διεκδικήσεις που απαιτούν την ύπαρξη συνείδησης.

1. Πλημμυρίδα

Μια πλημμυρίδα πάντως νέων εκπομπών αυτού του είδους εμφανίστηκε στα κανάλια των ανεπτυγμένων χωρών. Όλες έχουν ως κύριο χαρακτηριστικό τους να προσφέρουν μια ηδονοβλεπτική εκδοχή της πραγματικότητας. Τα στοιχεία που δημοσιεύονται από την έγκυρη εταιρεία ερευνών και μετρήσεων Mediametrie το καλοκαίρι του 2001 είναι συγκλονιστικά, διόλου αισιόδοξα για τη μελλοντική ποιότητα των τηλεοπτικών προγραμμάτων και ταυτοχρόνως το ίδιο απογοητευτικά και για την τηλεθέαση. Γιατί, ενώ παρατηρείται το φαινόμενο της αύξησης των ριάλιτι σόου νέας γενιάς, όπως είναι αυτά που βασίζονται στην ιδέα του «Μεγάλου Αδελφού» (μια ομάδα αγνώστων μεταξύ τους προσπαθεί να επιβιώσει, ζώντας απομονωμένη, ενώ τα μέλη της μειώνονται ύστερα από ψηφοφορία του κοινού), από την άλλη, με την πάροδο μιας δυο σεζόν εμφανίζεται απότομη κάμψη του ενδιαφέροντος του κοινού. Για παράδειγμα, έπειτα από μια εντυπωσιακή κούρσα στο κανάλι Verónica της Ολλανδίας ο «Μεγάλος Αδελφός» γνώρισε μια εξίσου εντυπωσιακή πτώση. Την πρώτη σεζόν προβολής του, το κανάλι έφτασε το 27,4%, ενώ κατά τη δεύτερη σεζόν προβολής του ίδιου ριάλιτι σόου-τηλεπαιχνιδιού η τηλεθέαση έπεσε αυτομάτως στο 16,5%, ποσοστό όμως και αυτό υψηλότερο από το 5,2% στο οποίο βρέθηκε το κανάλι τον Ιανουάριο του 2001, όταν πια δεν προβαλλόταν η συγκεκριμένη εκπομπή.

Η ανησυχία των καναλιών ήταν ότι η πτώση, όταν αρχίσει, είναι ασυγκράτητη, ίσως γιατί ο κορεσμός του κοινού από το είδος αυτό των προγραμμάτων είναι ταχύτατος λόγω της υπερβολικής προβολής, διαφήμισης και εκμετάλλευσής τους. Στη Γερμανία, για παράδειγμα, η ιδέα (το κόνσεπτ, όπως αποκαλείται)

του «Μεγάλου Αδελφού», που προβαλλόταν από το RTL2, μοιράστηκε σε πολλές διαφορετικές τηλεοπτικές εκπομπές: παιχνίδι γύρω από τους φίλους και τον οικογενειακό κύκλο των παικτών, τα «ανέκδοτα» γυρίσματα του παιχνιδιού, το κουίζ του «Μεγάλου Αδελφού» κ.ο.κ. Το αποτέλεσμα ήταν να «μπουκώσει» ο κόσμος γρήγορα.

Ωστόσο, είναι εντυπωσιακή η αύξηση των ριάλιτι σόου στα προγράμματα όλων σχεδόν των καναλιών του κόσμου. Το 2000, προβλήθηκαν περίπου 450 καινούργια προγράμματα στις χώρες τις οποίες μελετά η NOTA (ΗΠΑ, Γαλλία, Βρετανία, Αυστραλία, Γερμανία, Ισπανία, Ιταλία και Ολλανδία), ενώ από το σύνολο των προγραμμάτων το 45% ήταν οι σειρές έναντι του 52% που ήταν το 1999. Παρατηρήθηκε, δηλαδή, μια πτώση στην παραγωγή σειρών, η οποία αντικαταστάθηκαν από «ζωντανά» προγράμματα.

Για την ακρίβεια, το καινούργιο είδος που επιχειρεί να κερδίσει το κοινό είναι ένα ανακάτωμα σειράς και ριάλιτι σόου. Στην Ισπανία στο κανάλι Tele5 έχει εμφανιστεί η σειρά «El Grupo», η οποία συνδυάζει τα δύο είδη. Πρόκειται για τη μεταφορά στη μικρή οθόνη της ψυχοθεραπείας μιας ομάδας, με σκηνοθεσία που έχει οργουελικές επιρροές. Τα «ψυχολογικού» περιεχομένου ριάλιτι γνωρίζουν και τη μεγαλύτερη άνθηση. Στις ΗΠΑ, η σειρά «Curb Your Enthusiasm» είναι επίσης από τις καινοτομίες της χρονιάς καθώς παρουσιάζει μια σειρά από ντοκιμαντέρ για την καθημερινή ζωή με μορφή τηλεοπτικής σειράς. Η σύγχυση μεταξύ «ρεαλισμού» (ρεαλιστικής απόδοσης της πραγματικότητας, αλλά μέσα από τον τηλεοπτικό φακό, άρα οπωσδήποτε σκηνοθετημένης) και πραγματικότητας ήρθε πολύ γρήγορα.

Από την άλλη, οι παραδοσιακές τηλεοπτικές παραγωγές, οι σειρές παραμένουν οι πιο σταθερές αξίες του τηλεοπτικού προγράμματος, σύμφωνα με τις αναλύσεις της NOTA. Απέναντι στον κορεσμό και την πτώση των εκπομπών ριάλιτι είναι οι μόνες που μπορούν να διασώσουν την κατάσταση και να στηρίξουν μακροπρόθεσμους σχεδιασμούς. Όμως ουδείς μπορεί να αρνηθεί την πραγματικότητα όπως διαμορφώνεται και αυτή είναι περισσότερα ριάλιτι

σού νέας γενιάς σε διάφορες μορφές, τουλάχιστον μέχρι να εξαντληθούν όλοι οι δυνατοί συνδυασμοί. Πάντα υπάρχει ο πάτος στην πτώση κάθε είδους, πόσο μάλλον της ποιότητας θεωρητικώς τουλάχιστον, ακόμη και όταν δεν είναι ορατός.

2. Η ελληνική εκδοχή του «Μεγάλου Αδελφού»

Ήταν αρχές Σεπτεμβρίου του 2001 όταν άρχισε η προβολή από τον Antenna του ριάλιτι τηλεπαιχνιδιού ολλανδικής προέλευσης «Big Brother», το οποίο έχει προκαλέσει θύελλα αντιδράσεων αρκετό καιρό πριν από την προβολή του. Οι 12 παίκτες, επιλεγμένοι κάθε ένας από διαφορετική περιοχή της Ελλάδας, για να δίνουν την αίσθηση του διαφορετικού, κλείστηκαν σε ειδικά διαμορφωμένο στούντιο στην Παιανία, για 112 ημέρες διεκδικώντας ο καθένας τους το εξαιρετικά μικρό χρηματικό έπαθλο των 50 εκατομμυρίων δραχμών.

Εκπομπές σαν τον «Μεγάλο Αδελφό» που βρίσκονται στην γκρίζα ζώνη μεταξύ πραγματικότητας και φαντασίας, που καταργούν όλες τις κατηγορίες δημιουργών, από σεναριογράφους μέχρι σκηνοθέτες και ηθοποιούς, ενώ αποτελούν την πρώτη ύλη για την ανάπτυξη μιας αγοράς παρα-προϊόντων (από γκάτζετ μέχρι μουσικά σουξέ), και ενισχύουν διαφημιστικά από νυχτομάγαζα μέχρι ραδιοφωνικούς σταθμούς, σηματοδοτούν τη νέα εποχή της τηλεόρασης.

Μια εποχή που χαρακτηρίζεται από τη χρήση μιας εξελιγμένης τηλεοπτικής τεχνολογίας για την παραγωγή ευτελών προϊόντων, από την προώθηση νέων νοοτροπιών, όπως είναι η έκθεση του προσωπικού, ο εθισμός στην παρακολούθηση από τις κάμερες και η κατάργηση της ιδιωτικής σφαίρας, όπως οι αρχές της Δημοκρατίας μέχρι σήμερα την ορίζουν και την προστατεύουν.

Δεύτερο χαρακτηριστικό της εποχής είναι ο εμφανής κορεσμός του τηλεοπτικού προγράμματος, και ιδίως του ενημερωτικού σκέλους, από την

αναπαραγωγή του ίδιου και την προβολή ασημαντοτήτων, που από μια στρεβλή αντίληψη περί διασκέδασης προβάλλονται ως «ψυχαγωγία». Τα διασημότερα τοκ σόου ανταγωνίζονται πλέον στις προσκλήσεις καλλιτεχνών ή μιντια-ντάρλινγκ προσωπικοτήτων αδιαφορώντας για την πολιτική επικαιρότητα. Ασφαλιστικό, ανεργία, διεθνείς γεωπολιτικές ανακατατάξεις «δεν πουλάνε» για τους επαγγελματίες της τηλεόρασης που, με την επιτυχία της εκπομπής «Μεγάλος Αδελφός», αφιερώνουν σε αυτή, και στη διερεύνηση δήθεν του φαινομένου, αρκετές από τις εκπομπές τους.

Αυτό που εκπλήσσει είναι ότι το νέο είδος τηλεόρασης παρουσιάζει υψηλή τηλεθέαση ιδίως μεταξύ των νέων. Έρευνα που γίνεται για την επιτυχία της γαλλικής σειράς αποκαλύπτει ένα συγκλονιστικό στοιχείο. Νέοι απαντούν ότι στο τηλεπαιχνίδι βλέπουν ανθρώπους της ηλικίας τους να βαριούνται, όπως και οι ίδιοι και αυτό τους ξεκουράζει.⁶⁶ Ένα ακόμη στοιχείο που παθιάζει μια νεολαία, η οποία βρίσκεται να αναζητεί ευκαιρίες σε μια δύσκολη αγορά, είναι η εύκολη δημοσιότητα που προσφέρει η εκπομπή. Άλλωστε, μεγάλη έρευνα για τους νέους της χώρας μας (καλοκαίρι 2001) αποδεικνύει πως αποτελεί γι' αυτούς ιδανικό στόχο η δημοσιότητα, ενώ ως καλύτερα επαγγέλματα θεωρούν αυτά που θα τους ανεβάσουν στις πασαρέλες ή θα τους βάλουν στη διαφήμιση, την τηλεόραση, στις πόρτες των νυχτερινών κέντρων κ.λπ. Μόνο θλιβερός μπορεί να είναι ο απολογισμός μιας παιδείας και ενός πολιτισμού που δεν έχει εμψυχήσει στους νέους του ως αρχές παρά τα φρου-φρου και τα μπιχλιμπίδια.

Ωστόσο, η εποχή του «Μεγάλου Αδελφού» προετοιμάστηκε από μια τηλεόραση, η οποία έκανε διαρκείς εκπτώσεις στην αισθητική της, που ανέδειξε το ασήμαντο, που έβγαλε στην επιφάνεια όλο τον οπισθοδρομικό συντηρητισμό των μικρών, κλειστών κοινωνιών, αφού στένεψε τους ορίζοντες του κοινού της. Επί μία και πλέον δεκαετία οι περίφημες κωμικές σειρές του πράιμ τάιμ κολάκευαν τη μικροαστική μιζέρια, τον επαρχιώτικο εγωκεντρισμό των μετρίων που αίφνης είδαν να αντανakλώνται τα ελαττώματά τους στο γυαλί σαν χαριτωμένα χαρακτηριστικά της φυλής, ταυτίστηκαν με τους ήρωες,

⁶⁶ Εκπομπή «Ρεπορτάζ Χωρίς Σύνορα» του Στέλιου Κούλογλου, Δεκέμβριος του 2001, NET.

φωνακλάδες με μικρο-όνειρα, μικρο-σχέσεις, μικρο-απαιτήσεις, μικρο-φλέρτ και έμειναν ικανοποιημένοι από την τηλεοπτική αποκατάσταση της στενής ζωής τους. Το παιχνίδι δεν προσφέρει παρά έναν παρόμοιο «καθρέφτη», με το επιπλέον προσόν ότι είναι «ζωντανό», δίνει την αίσθηση του «αληθινού».

Το παιχνίδι αυτό, όπως και ολόκληρη η γενιά παρόμοιων που ακολούθησε (το «Μπαρ», το «Loft Story», η πιο προκλητική εκδοχή του, που προβλήθηκε στη Γαλλία, το αμερικανικό «Survivor», που είναι η πιο περιπετειώδης εκδοχή, και πολλά ακόμη που εκθέτουν τους παίκτες σε απίθανα βασανιστήρια μπροστά στις κάμερες και εκείνοι τα δέχονται για ένα χρηματικό έπαθλο), σηματοδοτούν μια νέα εποχή του πολιτισμού.

Αξιοπρέπεια, προσωπικότητα, αρχές, ιδιωτική ζωή, μυστικότητα, αισθήματα, όλα διαλύονται στη δίνη ενός αδιάκοπου κυνηγητού της «ευκαιρίας» για δημοσιότητα, καθώς η παρακολούθηση όλων από όλους ανατέλλει ως η Νέα Αξία της ύπαρξης. Μιας ύπαρξης, που πρέπει να γίνει τόσο διάφανη και προβλέψιμη, ώστε να μην απειλεί τις ισορροπίες μιας ευαίσθητης αγοράς.

XI. Επίλογος

Τα δεκατρία χρόνια της λειτουργίας της εμπορικής τηλεόρασης (1989-2002) στη χώρα μας κύλησαν μέσα σε αλλεπάλληλες κρίσεις και εντάσεις. Κατά τη διάρκεια αυτών των χρόνων αναπτύχθηκε ο διάλογος για τα όρια του τηλεοπτικού θεάματος. Υπήρξαν στιγμές που τέθηκε πιεστικά ο προβληματισμός για το πώς το τηλεοπτικό θέαμα επηρεάζει την πολιτική, αλλά και την καθημερινότητα των πολιτών. Υπήρξαν στιγμές που η τηλεόραση δαιμονοποιήθηκε. Υπήρξαν όμως και στιγμές κατά τις οποίες οι τηλεοπτικές υπερβολές κατάφεραν να καταλύσουν την ψυχραιμία, την οποία απαιτεί η λειτουργία της Δημοκρατίας.

Με την εργασία αυτή επιχειρήσαμε την ιστορική καταγραφή των κρίσεων αυτών, θεωρώντας ότι έτσι υπάρχει ένα είδος χαρτογράφησης της εξέλιξης του τοπίου της εγχώριας τηλεόρασης. Μια τηλεόρασης, που χωρίς να είναι διαφορετική από αυτή των άλλων χωρών, συνδέθηκε με τις εγχώριες ιδιομορφίες φτάνοντας σε στιγμές ακόμη και γελοίων υπερβολών του θεάματος.

Με δεδομένο ότι η τηλεόραση είναι ένα εξαιρετικά ανταγωνιστικό «παιχνίδι», που παράγει όμως πολιτικό αποτέλεσμα, επιχειρήσαμε να καταδείξουμε ότι η έλλειψη κανόνων του παιχνιδιού, οδήγησε στη ραγδαία και σαρωτική επιβολή νέων όρων διεξαγωγής του δημόσιου διάλογου, προκαλώντας ακόμη και εθνικές κρίσεις (Οτσαλάν, υστερία για τα τυχερά παιχνίδια με φρουτάκια κλπ).

Η εγχώρια ιδιομορφία στην εξέλιξη της τηλεόρασης είναι ότι δεν υπήρξε παράδοση μιας διαφορετικής, πιο αυστηρής και υψηλής ποιότητας τηλεόρασης, όπως π.χ. μπορούν να ισχυριστούν οι Βρετανοί με την παράδοση

του BBC. Άλλωστε ο διάλογος για την τηλεόραση σε όλο τον αναπτυγμένο κόσμο και δη στην Ευρώπη, καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η λειτουργία μιας υγιούς δημόσιας τηλεόρασης ως αντίπαλον δέος της ιδιωτικής είναι απαραίτητη για την ισορροπία του τηλεοπτικού τοπίου, για την διαμόρφωση εναλλακτικών λύσεων για απαιτητικούς τηλεθεατές, κυρίως στον τομέα της ενημέρωσης.

Η εγχώρια τηλεοπτική ενημέρωση πέρασε από την ελεγχόμενη από την κυβέρνηση ενημέρωση της ΕΡΤ στην ελεύθερη (όπως χαιρετίστηκε) ενημέρωση της εμπορικής τηλεόρασης, με αποτέλεσμα να μην υπάρξουν αντιστάσεις, αλλά ούτε καν μέτρο σύγκρισης για τα εμπορικά δελτία ειδήσεων, που έδωσαν έμφαση στο «περιτύλιγμα», στην εντύπωση και βρέθηκαν να ανταγωνίζονται σαπουνόπερες και σόου στην τηλεθέαση.

Ήταν επόμενο η ανάπτυξη του μέσου σε καθεστώς αλληπάλληλων ελλειμμάτων- από δημοσιογράφους, οι οποίοι έμαθαν τηλεόραση στην πράξη, από παραγωγούς και σεναριογράφους, μέχρι διαφημιστές- να δημιουργήσει πολύ μεγαλύτερους κραδασμούς σε πολιτικό και πολιτισμικό επίπεδο, συχνά φέρνοντας αντιμέτωπη την Ελληνική κοινωνία με τον εαυτό της και τις ίδιες της τις ελλείψεις.

Συνηθίζεται η αποφθεγματική ρήση «κάθε λαός έχει την τηλεόραση που του αξίζει». Για την εγχώρια τηλεόραση έχουμε επιφυλάξεις ότι είναι αυτή που πραγματικά αξίζει στον λαό που την παρακολουθεί, κυρίως επειδή αυτός ο λαός των τηλεθεατών δεν είχε ουδέποτε την δυνατότητα ούτε πραγματικής επιλογής ούτε πραγματικής σύγκρισης.

Η έλλειψη ενός πολιτικού οράματος για την ποιότητα της παιδείας και της κουλτούρας του λαού επηρέασε, όπως είναι φυσικό, και την ίδια την ποιότητα του τηλεοπτικού προϊόντος. Οι Έλληνες τηλεθεατές πριν απολαύσουν την απελευθέρωση της τηλεόρασης βρέθηκαν στη δίνη της παγκόσμιας κρίσης της τηλεόρασης, που ανέδειξε τα ριάλιτυ και την ενημέρωση με προδιαγραφές Χόλλιγουντ (παρακολουθήσαμε μετά την 11^η Σεπτεμβρίου του 2001 την κατασκευή «ενημερωτικών προϊόντων» από την ομάδα Μπους που επιχείρησαν να πείσουν την παγκόσμια κοινότητα, αλλά και το αμερικανικό

έθνος για το δίκαιο του πολέμου κατά του Ιράκ, εφόσον ο Σαντάμ Χουσεϊν κατασκεύαζε χημικά όπλα. Μετά την εισβολή στη χώρα το 2002 και την πολύμηνη παραμονή εκεί αμερικανικών στρατευμάτων άρχισαν οι αποκαλύψεις και οι αποδείξεις ότι ολόκληρο το «ενημερωτικό» υπερθέαμα περί «εφιάλτη Σαντάμ» ήταν κατασκευασμένο από διαφημιστικές και ειδικούς της προπαγάνδας)

Ωστόσο το θέαμα των «ριάλιτ» ήταν αυτό που αναδιαμόρφωσε τους όρους ψυχαγωγίας και ενημέρωσης στη χώρα μας.

Προστέθηκαν δελτία ειδήσεων που βομβαρδίζουν το κοινό με τετριμμένες πληροφορίες και «ξεχειλώνουν» τον χρόνο τους με τηλεπαραθυράτα τοκ-σόου, ψυχολόγοι οι οποίοι υποτίθεται δίνουν συμβουλές για ζητήματα καρδιάς και σεξουαλικής συμπεριφοράς σε ένα έθνος που ξαπλώθηκε στα ντιβάνια και ψυχαναλύεται ομαδικώς και τηλεοπτικώς. Προστέθηκαν εκπομπές κουτσομπολιού για να μάθουμε ποιος κοιμάται με ποιόν, ανάσκελα ή μπρούμυτα και πρωινή ενημερωτική τηλεόραση, η οποία απευθύνεται στον μεροκαματιάρη και μισθοσυντήρητο, ενημερώνοντάς τον για αυξήσεις και ζητήματα καθημερινής οικογενειακής οικονομίας. Η τσέπη του μέσου Έλληνα, έγινε «τοτέμ» της πρωινάδικης δημοσιογραφίας και διαμόρφωσε την προεκλογική ατζέντα (εκλογές 2004).

Αυτή είναι η τηλεόρασή μας. Διόλου χειρότερη από την τηλεόραση των άλλων χωρών. Διόλου καλύτερη. Με μια ωστόσο ιδιομορφία. Την παθιασμένη αντιγραφή συνταγών του σουζέ. Σε κάθε της τομέα. Με αποτέλεσμα είτε για δημοσιογραφική εκπομπή πρόκειται είτε για σίριαλ ή ριάλιτυ το τελετουργικό να είναι ίδιο δίνοντας την αίσθηση της απόλυτης ομοιομορφίας. Συγκίνηση, εντυπωσιασμός, πρόκληση, σόου και παροξυσμική χρήση της τεχνολογίας είναι τα μόνιμα χαρακτηριστικά ενός τηλεοπτικού τοπίου, που ελάχιστες στιγμές πραγματικής ενημέρωσης ή ψυχαγωγίας προσφέρει..

Ειδικώς η τεχνολογία της απ' ευθείας μετάδοσης παραμένει το απόλυτα γοητευτικό στοιχείο της ενημερωτικής τηλεόρασης διαμορφώνοντας ακόμη και για ασήμαντα γεγονότα την ατμόσφαιρα του σπουδαίου και επείγοντος. Και εμείς υποταγμένοι στην μαγγανεία της. Όλοι. Κοινό και επαγγελματίες των

μέσων. Αποτέλεσμα; Κάθε τόσο ξεσπάσματα αντίδρασης από το πρώτο και αυτοκριτικής από τους δεύτερους. Τι συμβαίνει; Έχουμε μια «κακή τηλεόραση»;

Οι θεωρητικοί των μίντια είναι κάθετοι στην απάντησή τους. Δεν υπάρχει «καλή τηλεόραση» ή τέλος πάντων αυτό που αποκαλούμε «καλή τηλεόραση» έχει σχέση μόνο με την ποιότητα των εικόνων και όχι με τον λόγο ή άλλες μορφές δημόσιας επικοινωνίας.

Το πρόβλημα είναι αν διαθέτουμε ως έθνος άλλες μορφές δημόσιας επικοινωνίας. Αν υπάρχει δημόσιος διάλογος εκτός τηλεόρασης ή αν έχουμε αναθέσει την διεξαγωγή του στα τηλεπαράθυρα και θεωρούμε ιδανικούς φορείς του τα μέλη του τηλεοπτικού θιάσου ηθοποιοί, δημοσιογράφοι μόνιμοι των τηλεπαραθύρων, παρουσιαστές των ριάλιτυ, τηλε-ψυχολόγοι, ξανθές κυρίες των πρωινάδικων και ιέρειες της θρησκείας του τηλεοπτικού κουτσομπολιού στις εκπομπές του απομεσήμερου.

Αυτό που κυρίως χαρακτήρισε την καθυστερημένη συγκριτικώς με άλλες χώρες ανάπτυξη της εμπορικής τηλεόρασης στη χώρα μας ήταν η εξέλιξή της υπό το καθεστώς μη εφαρμογής των νόμων, που οδήγησε σε έναν ασφυκτικό ανταγωνισμό.

Έτσι όλα τα ελαττώματα της σύγχρονης χρήσης του τηλεοπτικού μέσου βάρυναν υπερβολικά το δημόσιο περιβάλλον, προκάλεσαν κραδασμούς και τελικώς επιβλήθηκαν σαν όροι εξέλιξης της εγχώριας κουλτούρας.

Η παγκόσμια στροφή της τηλεόρασης στην ιδιωτική σφαίρα μέσω των ριάλιτυ καθόρισε ακόμη και τους όρους της ενημέρωσης. Η ατομική περίπτωση, το προσωπικό δράμα, τα μυστικά της ιδιωτικής ζωής αποτέλεσαν την γαργαλιστική πρώτη ύλη για να διαμορφωθεί ένα είδος ενημέρωσης με σαπουνοπερικό χαρακτηριστικά.

Σοκ και δέος ή ηδονοβλεψία και ερεθισμός αποτέλεσαν τους «οδηγούς» τηλεθεαμάτων που απευθύνονταν στο εγχώριο κοινό με στόχο την καθήλωσή του μπροστά στη μικρή οθόνη.

Έτσι στα δελτία ειδήσεων ρεπορτάζ δείχνουν την πίκρα και την ανάγκη του παρία, του αδικημένου, του μοναχικού, προκαλώντας εκείνη την

ανακουφιστική φιλανθρωπία του ματιού, τον ξεκούραστο οίκτο της απόστασης. Στα ριάλιτυ διαλύεται το όνειρο της τρυφερής συνύπαρξης των ανθρώπων, της ομάδας, της κοινότητας στα οξέα ενός θεαματικού θυμού, που ξεσπάει λυσσασμένος και αδιάφορος για το ότι αποτελεί προϊόν της μιγκμπραδερικής βιομηχανίας που καταστρέφει το περιβάλλον των ειλικρινών συναισθημάτων.

Με την βαρβαρότητα μιας αρένας το τηλεοπτικό θέαμα, αποκαλύπτει τον νοσηρό εγωκεντρισμό της εποχής που οδηγεί στην απόλυτη συναισθηματική αναπηρία. Τα συναισθήματα υπάρχουν αόριστα στις ψυχές για να γίνουν τελικώς το δηλητήριό τους. Άλλωστε τα μιγκμπραδερικά θεάματα, όπως και οι υστερικές σειρές δεν κάνουν άλλο από το να επιβεβαιώνουν την διασκεδαστική εντέλει πτυχή αυτού του θεάματος της αενάου καταστροφής και της βαθιάς πεποίθησης, πως ο κόσμος είναι ζούγκλα και η συμβίωση αδύνατη.

Όσο πιο φριχτή είναι η κανιβαλική τηλεόραση, τόσο πιο ανέγγιχτο παραμένει το τηλεοπτικό κοινό στη μακαριότητά του, ότι η ίδια η μικρή οθόνη, το θέαμά της διαχειρίζεται και τον πόνο και την λύση του.

Μέσα από αυτού του είδους τα θεάματα που επέβαλαν τους όρους τους στο δημόσιο διάλογο αναπτύχθηκε και το είδος της ενημέρωσης, το οποίο ακολουθεί τις ίδιες επιταγές.

Προβάλλει πρόσωπα και τα καθιερώνει ως εκφραστές μιας «σοκαριστικής» κριτικής των πάντων, η οποία αναδεικνύει απαραιτήτως τα συγκινησιακά στοιχεία που παγιδεύουν τη σκέψη. Στοιχεία τα οποία ανταποκρίνονται σε παγιωμένες μυθολογίες του εγχώριου μικροαστικού πολιτισμού: οι Έλληνες λαός περιούσιος πλην όμως και κακόμοιρος, χτυπημένος από μια άδικη μοίρα, κάθε δυστυχισμένος είναι εξ ορισμού αθώος, ενώ η φυλή εμπνέεται από τα ιδανικά του Πατρίς, Θρησκεία, Οικογένεια.

Όλα αυτά αποτελούν τον καμβά θεαμάτων με τα οποία γαλουχήθηκε το έθνος την εποχή του ασπρόμαυρου σινεμά και τα οποία αποτέλεσαν το «οδηγό» μιας τηλεόρασης η οποία αντέγραψε στην εφαρμογή του την «συνταγή» του αμερικανικού μοντέλου, αυτό με πρότυπο το Χόλλιγουντ.

Ένα μείγμα, επομένως χολιγουντιανών εφέ και εγχώριας μικροκακόμοιρης πλην θρησκευάμενης κουλτούρας σφράγισαν το τηλεοπτικό μας θέαμα.

Η απ' ευθείας μετάδοση έγινε αυτοσκοπός. Άσκοπες συνδέσεις με τόπους όπου δεν συμβαίνει τίποτε διαμορφώνουν συχνά κλίμα έντασης, ενώ αναλυτές παντός είδους εμφανίζονται στα τηλεπαράθυρα σε κάθε κρίση μετατρέποντας την ενημέρωση σε απλό θόρυβο.

Την ίδια στιγμή οι ζωές των κοινών θνητών μετατράπηκαν σε δημόσιο θέαμα και οι ίδιοι σε ηθοποιοί του εαυτού τους.

Η παροξυσμική διόγκωση του τηλεοπτικού ελαττώματος είναι εντέλει αυτό που διαμορφώνει το κλίμα της έντασης και μετατρέπει την τηλεόραση σε επίκεντρο των εξελίξεων καταλύοντας την ψυχραιμία.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Abt, Vicki & Mustazza, Leonard (1997), *Coming after Oprah, Cultural Fallout in the Age of the TV Talk Show*, Bowling Green, State University Popular Press.
- Abt, Vicki (1994), «Phil, Sally, Oprah Drag Society Down», στο *New York Daily News*, 4 Σεπτεμβρίου 1994.
- Adorno, Theodor W. (1975), «Television and the Patterns of Mass Culture», στο Schramm, W. (επιμ.), *Mass Communications*, Urbana: University of Illinois Press.
- Alberoni, F. (1972), «The Powerless 'Elite': Theory and Sociological Research on the Phenomenon of the Stars», στο McQuail, D. (επιμ.), *Sociology of Mass Communication*, London: Penguin Books.
- Alley, R.S. (1977), *Television: Ethics for Hire*, Nashville: Abigdon.
- Althchull, J.H. (1984), *Agents of Power: The News Media in Human Affairs*, NY: Longman.
- Arendt, H (1980), *The Human Condition*, Garden City NY: Doubleday.
- Atkinson, M (1985), *Our masters' voices: The Language and Body Language of Politics*, London: Methuen.
- Barber, J. D. (1980), *The Pulse of Politics: Electing Presidents in the Media Age*, N.Y: Norton.
- Baudrillard Jean (1996), *Η διαφάνεια του κακού*, Αθήνα: Εξάντας.
- Barthes, R. (1972), *Mythologies*, Paris: Editions du Seuil.
- Becker, L.B., McCombs, M.E. & McLeod, J.M. (1975), «The development of political cognitions», στο S.H. Chaffe (επιμ.), *Political Communication: Issues and Strategies for Research*, Beverly Hills, CA: Sage.
- Bell, D.V.J. (1975), *Power, Influence and Authority: An Essay in Political Linguistics*, NY: Oxford University Press.
- Bernstein, B. (1971), *Class, Codes and Control*, London: Paladin.
- Bennett, W. L. (1988), *News: The Politics of Illusion*, New York: Longman.
- Bennet, T., Boyd-Bowman, S., Mercer, C., & Woollacott, J. (επιμ.) (1981), *Popular Television and Film*, London: British Film Institute.

- Bennet, T. (1982), «Theories of the media, theories of society», στο Gurevitch, M., Curran, J., Gurevitch, M., Woollacott, J. (επιμ.), *Mass Communication and Society*, London: Edward Arnold.
- Bennet, T. (1982), «Media, reality, signification», στο Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., and Woollacott, J. (επιμ.), *Culture, Society and the Media*, London: Methuen, σελ. 287-308.
- Bennet, W.L. (1977), «The ritualistic and pragmatic bases of political campaign discourse», στο *Quarterly Journal of Speech*, τόμ.63.
- Μπένετ, Ο. Λανς (1999), *Ειδήσεις, Η πολιτική των ψευδαισθήσεων*, Αθήνα: Δρομέας.
- Berg D.M. (1972), «Rhetoric, reality and mass media», στο *Quarterly Journal of Speech*, τόμ.58, σελ. 255-263.
- Berger, P.L, & Luckmann, T. (1967), *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, Garden City, N.Y :Doubleday.
- Berry, C. (1987), *Learning from Television News: Effects of Presentation on Comprehension and Memory*, London: Independent Broadcasting Authority.
- Berquist, G.F. & Golden, J.L. (1981), «Media rhetoric, criticism, and the public perception of the 1980 presidential debates», στο *Quarterly Journal of Speech*, τόμ.67, σελ.125-137.
- Black E. (1965), *Rhetorical Criticism: A Study in Method*, New York: Macmillan.
- Blumler, J.G., (1969), *Symbolic Interactionism*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Blumler, J.G., & Katz, E. (επιμ.) (1974), *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Boorstin, D.J. (1973), *The Image*, New York: Atheneum.
- Bourdieu, P., & Passeron. J.C. (1977), *Reproduction in Education, Society and Culture*, London: Sage.
- Boyd- Barret, O. (1977), «Media Imperialism: towards an international framework for the analysis of media systems», στο Curran, J., Gurevitch, M., Woollacott, J. (επιμ.), *Mass Communication and Society*, London: Edward Arnold.
- Campell, K.K. (1972), *Critiques of Contemporary Rhetoric*, Belmont, CA: Wadsworth.
- Carter, D.(επιμ.) (1976), *Television as Cultural Force*, N.Y.: Preager.
- Caudewell, C. (1971), *Studies and Further Studies in Dying Culture*, N.Y.: Monthly Review Press.
- Chagall, D. (1981), *The New King-makers*, New York: Harcourt Brace Jovanovich.

- Chaney, D. (1986), «A Symbolic mirror of ourselves: Civic ritual in mass society», στο R. Chaney, D. (1986), *Media, Culture and Society: A Critical Reader*, London: Sage.
- Chomsky, N (1966), *Cartesian Linguistics*, NY:Harper & Row.
- Chomsky, N (1976), *Reflections on Language*, London: Fontana.
- Chomsky, N (1981), *Lectures on Government and Binding*, Dordrecht, the Netherlands:Foris.
- Combs, J.E., (1980), *Dimensions of Political Drama*, Santa Monica, CA:Goodyear.
- Connolly, W.E. (1987), *Politics and Ambiguity*, Madison: University of Wisconsin Press.
- Curran, J. (1977), «Capitalism and Control of the Press 1800-1975», στο Curran, J., Gurevitch, M., Woollacott, J. (επιμ.), *Mass Communication and Society*, London: Edward Arnold.
- Curran, J. (1982), «Communications, power and social order», στο Curran, J., Gurevitch, M. and Woollacott, J. (επιμ.), *Culture, Society and the Media*, London: Methuen.
- Dallmayr, F.R. (1984), *Language and Politics: Why Does Language Matter to Political Philosophy*, Notre Dame IN: University of Notre Dame Press.
- Davis, H. and Walton, P. (1983), *Language, Image, Media*, London: Blackwell.
- Derrida, J. (1976), *Of Grammatology*, μτφρ. G.C. Spivak, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Derrida, J. (1978), *Writing and difference*, Chicago: University of Chicago Press.
- Deutsh, K. W. (1966), *The nerves of government: Models of political communication and control*, NY: Free Press.
- Eco, U. (1972), «Towards a Semiotic Inquiry into the TV message», *Working Papers in Cultural Studies*, τόμ.2, σελ. 115-116.
- Edelman, M. (1964), *The Symbolic Uses of Politics*, Urbana: University of Illinois Press.
- Edelman, M. (1974), *Politics as Symbolic Action*, N.Y. Academic Press.
- Edelman, M. (1988), *Constructing the Political Spectacle*, Chicago: University of Chicago Press.
- Edelman Murray (1999), *Η κατασκευή του πολιτικού θεάματος*, Αθήνα: Παπαζήσης.
- Elliot, Philip (1972), *Television and the People*, London: Penguin.
- Ζέρη, Περσεφόνη (1990), *Ιδιωτική Τηλεόραση*, Αθήνα: Παπαζήσης.
- Fiske, J. (1987), *Television Culture*, London, Methuen.
- Fiske, J. (1978), *Reading Television*, London: Methuen.
- Φισκ, Τζον (2000), *TV- Η ανατομία του τηλεοπτικού λόγου*, Αθήνα: Δρομέας.
- Geertz, C. (1973), *The Interpretation of Cultures*, New York: Basic Books.

- Gerbner, G. (1967), «Mass Media and Human Communication Theory», στο McQuail, D. (επιμ.) (1972), *Sociology of Mass Communication*, London: Penguin Books.
- Goldsen, R.K. (1977), *The Show and Tell Machine: How Television Works and Works you Over*, New York: Dial.
- Graber, D.A., *Verbal Behavior and Politics*, Urbana: University, Illinois Press.
- Graber, D.A. (1987), *Processing the News: How People Tame the Information Tide*, NY: Longman.
- Groombridge, B. (1972), *Television and the People*, London: Penguin.
- Gregg, R.B., «The rhetoric of political news casting», στο *Central States Speech Journal*, τόμ. 28, σελ. 221-237.
- Gronbeck, B., E., (1985), «The presidential campaign dramas of 1984», στο *Presidential Studies Quarterly*, τόμ. 15, σελ. 386 – 393.
- Hall, S, Critcher, C., Jefferson T., Clark J., and Roberts, B. (1978), *Policing the Crisis*, London: Macmillan.
- Hall, S. (1980), «Encoding/ Decoding», στο S. Hall, A. Lowe, & P. Willis (επιμ.), *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson.
- Hartman, P., & Husband, C. (1972), «The mass media and racial conflict», στο D. McQuail (επιμ.), *Sociology of Mass Communication*, London: Penguin.
- Hebdige, D. (1979), *Subculture: The Meaning of Style*, London: Methuen.
- Jacobs, N. (επιμ.) (1962), *Culture for the Millions*, Boston: Beacon.
- Jameson, Fredric (1999), *Το Μεταμοντέρνο ή η πολιτισμική λογική του ύστερου καπιταλισμού*, Αθήνα: Νεφέλη.
- Jamieson, K.H. (1988), *Eloquence in an Electronic Age: The Transformation of Political Speech-making*, New York: Oxford University Press.
- Kaid, L.L. & Wadsworth, A. J. (επιμ.) (1985), *Political Campaign Communication: A Bibliography and Guide to the Literature 1973-1982*, Metuchen, NJ: Scarecrow.
- Keane, John (1996), *Μέσα Επικοινωνίας και Δημοκρατία*, Αθήνα: Πατάκης.
- Kertzer, D.I. (1988), *Ritual, Politics and Power*, New Haven, CT: Yale University Press.
- Klapper, J. T. (1960), *The Effects of Mass Communication*, Glencoe, Il: Free Press.
- Kraus, S, (επιμ.) (1962), *The Great Debates: Background-perspective effects*, Bloomington: Indiana University Press.
- Leymore, V.L. (1975), *Hidden Myth, Structure and Symbolism in Advertising*, London: Heinemann.
- Lodjiak, C. (1987), *The Power of Television*, London: Frances Pitter.

- Lull, J. (1988), *World Families Watches Television*, Beverly Hills, CA: Sage.
- Lofland, J., (1979), *State Executions, Viewed Historically and Sociologically*, Montclair, NJ: Paterson Smith.
- MacArthur, C. (1981), «Historical drama», στο T. Bennett, S. Boyd-Bowman, C. Mercer, & J. Woollacott (επιμ.), *Popular Television and Film*, London: British Film Institute/Open University Press.
- ΜακΚουέιλ, Ντένις (1997), *Εισαγωγή στη θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας*, Αθήνα: Καστανιώτης.
- MacDonald, D. (1959), «A Theory of mass culture», στο B. Rosenberg and D. Manning-White (επιμ.), *Mass Culture: the Popular Arts in America*, NY: Macmillan, σελ. 59-73.
- McLuhan M. (1965), *Understanding Media: The Extensions of Typographic Man*, New York, McGraw-Hill.
- Meyrowitz J. (1985), *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York: Oxford University Press.
- Moore J. & Pierce A.C. (1976), *Voters, Primaries, and Parties*, Cambridge, M.A.: Harvard University Press.
- McQuail, D. (επιμ.) (1972), *Sociology of Mass Communication*, London: Penguin Books.
- McQuail, D. (1983), *Mass Communication Theory*, London: Sage.
- Moubnt F. (1973), *The Theatre of Politics*, New York: Schocken.
- Murdock, G. (1982), «Large corporations and the control of the communication industries», στο Curran, J., Gurevitch, M. and Woollacott, J. (επιμ.), *Culture, Society and the Media*, London: Methuen.
- Neale, S. (1981), «Genre and cinema», στο Bennet, S. Boyd-Bowman, C. Mercer, & J. Woollacott (επιμ.), *Popular Television and Film*, London: British Film Institute/Open University.
- Newcomb, H. (1974), *TV, The Most Popular Art*, Garden City, NY: Anchor.
- Newcomb, H. (επιμ.) (1974), *Television: The Critical View*. NY: Oxford University Press.
- Nimmo D., & Combs, J.E. (1980), *Subliminal Politics: Myths and Mythmakers in America*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Nimmo D., & Combs, J.E. (1983), *Mediated Political Realities*, New York: Longman.
- Patterson, T.E. (1980), *The Mass Media Election: How the Americans Choose Their President*, New York: Preager.

- Postman N. (1985), *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, New York: Penguin.
- Πόστμαν, Νιλ (1998), *Διασκέδαση μέχρι θανάτου: Ο δημόσιος λόγος στην εποχή του θεάματος*, Αθήνα: Δρομέας.
- Ραμονέ, Ιγνάσιο (1999), *Η τυραννία των ΜΜΕ*, Αθήνα: Πόλις.
- Ραμονέ, Ιγνάσιο (2001), *Σιωπηρή προπαγάνδα*, Αθήνα: Πόλις.
- Rath, C.D. (1986), «The invisible network: TV as an institution in every day life», στο P. Drumond & R. Paterson (επιμ.), *Television in Transition*, London: British Film Institute.
- Real, M.R. (1977), *Mass-mediated Culture*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ρήσμαν, Ντέιβιντ- σε συνεργασία με τους Νάθαν Γκλέιζερ και Ριούελ Ντένυ, (1949), *Το μοναχικό πλήθος*, Αθήνα: Νησίδες.
- Robinson, J. P., & Levy, M. R. (1986), *The Main Source: Learning From Television News*, Beverly Hills, CA: Sage.
- Σένετ, Ρίτσαρντ (1999), *Η τυραννία της οικειότητας: Ο δημόσιος και ιδιωτικός χώρος στον Δυτικό Πολιτισμό*, Αθήνα: Νεφέλη.
- Schudson, M. (1981), *Discovering the News*, NY: Basic Books.
- Stillman P.R. (1977), *Introduction to Myth*, Rochelle Park, NJ: Hayden.
- Τοκβίλ, ντε, Αλέξις (1996-1997), *Η Δημοκρατία στην Αμερική*, Αθήνα: Στοχαστής.
- Wirth, L. (1975), «Consensus and Mass Communications», στο Schramm, W. (επιμ.), *Mass Communications*, Urbana: University of Illinois Press.
- Woollacott, J. (1982), «Messages and meanings», στο Curran, J., Gurevitch, M. and Woollacott, J. (επιμ.), *Culture, Society and the Media*, London: Methuen, σελ. 91-111.



