

ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES



ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ»

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

**Πολιτισμική Διαμεσολάβηση μέσω διαδικτύου στην Ελλάδα: παραδείγματα από τον
χώρο του θεάτρου**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Νίκος Γιαλελής

Αθήνα, 2020

Τριμελής Επιτροπή

Μάρθα Μιχαλίδου, Επίκουρη Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου (Επιβλέπουσα)

Γιάννης Σκαρπέλος, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου

Πατρίσια Κόκκορη, Επίκουρη Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright © Νίκος Γιαλελής, 2020

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας εξ' ολοκλήρου ή τμήματος αυτής για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διπλωματικής εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνωμών του συγγραφέα.

Ευχαριστίες

Ολοκληρώνοντας την εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας, αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω θερμά όλους όσους συνέβαλαν στην ολοκλήρωση τόσο αυτής όσο και των σπουδών μου, γενικότερα, στο πλαίσιο του ΠΜΣ «Πολιτιστική Διαχείριση» του Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου.

Ιδιαίτερος ευχαριστώ την Επίκουρη Καθηγήτρια κα Μάρθα Μιχαηλίδου, επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, για την πολύτιμη υποστήριξη, επιστημονικά και ηθικά, τις καίριες παρατηρήσεις, την ενθάρρυνση και την εμπιστοσύνη σε όλα τα στάδια της εκπόνησης της παρούσας εργασίας, από τη σύλληψη έως την τελική της μορφή.

Ένα μεγάλο «ευχαριστώ» οφείλω στους τρεις πολιτισμικούς διαμεσολαβητές που δέχτηκαν πρόθυμα να μου παραχωρήσουν τον χρόνο τους στις, αρκετά μεγάλης διάρκειας, συνεντεύξεις μας. Κατά τη διάρκειά τους, είμαι βέβαιος ότι μοιράστηκαν μαζί μου από καρδιάς την εμπειρία και τις απόψεις τους, επιβεβαιώνοντάς μου, με τον πλέον συγκινητικό τρόπο ότι μας ενώνει η αγάπη για το θέατρο. Η εργασία αυτή δε θα ήταν δυνατόν να πραγματοποιηθεί χωρίς αυτούς.

Ευχαριστώ επίσης όλους τους καθηγητές μου στο ΠΜΣ, πέραν από τις πολύτιμες γνώσεις τους και τα ερεθίσματα για περαιτέρω μελέτη που αφειδώς μου παρείχαν, για την κατανόηση και την συμπαράσταση, κατά τη διάρκεια των σπουδών μου οι οποίες έτυχε να συμπέσουν με μία ιδιαίτερα επιβαρυνμένη σε φόρτο εργασίας χρονιά.

Τέλος, για τον ίδιο λόγο ευχαριστώ και τους συμφοιτητές μου στο ΠΜΣ, καθώς και τους συναδέλφους ηθοποιούς, τους σκηνοθέτες, τους σπουδαστές μου και, βέβαια, την οικογένειά μου, φυσική και επιλογής, για την ενθάρρυνση, την εμπιστοσύνη, την υπομονή και την έμπρακτη βοήθεια. Χωρίς τα παραπάνω, οι σπουδές μου αλλά και η παρούσα εργασία πιθανότατα δεν θα είχαν ολοκληρωθεί ποτέ.

Περιεχόμενα

Διαγράμματα.....	6
Εικόνες.....	7
Πίνακες.....	7
Περίληψη.....	10
Abstract.....	11
Εισαγωγή.....	12
Πρώτο Κεφάλαιο: Βιβλιογραφική επισκόπηση.....	14
1.1 Εισαγωγικά – ένα γενικό θεωρητικό πλαίσιο.....	14
1.2 Οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές.....	21
1.3 Διαδίκτυο και πολιτισμική διαμεσολάβηση.....	32
1.4 Ο χώρος του θεάτρου σε Ευρώπη και Ελλάδα και η ανάδυση της διαδικτυακής πολιτισμικής διαμεσολάβησής του.....	35
Δεύτερο Κεφάλαιο: Μεθοδολογία.....	38
2.1 Δειγματοληπτική Μέθοδος – Οι Περιπτώσεις Α΄, Β΄ και Γ΄.....	38
2.2 Η έρευνα.....	41
2.2.1 Ανάλυση Περιεχομένου: δειγματοληπτικό πλαίσιο, λειτουργικό μέγεθος, μονάδα ανάλυσης, μονάδες καταγραφής.....	41
2.2.2 Οι συνεντεύξεις.....	43
Τρίτο Κεφάλαιο: Ευρήματα και Συζήτηση.....	45
3.1 Παρουσίαση Προσώπων και σχόλια πάνω στην επικαιρότητα: οι Περιπτώσεις Α΄ και Β΄.....	45
3.1.1 Περίπτωση Α΄: Εβδομαδιαία Παρουσίαση Προσώπων.....	45
3.1.2 Περίπτωση Β΄: Ιστολόγιο Καλλιτεχνικού Συντάκτη.....	49
3.2 Βραβεία: οι Περιπτώσεις Α΄ και Γ΄.....	54
3.2.1 Τα βραβεία της Α΄ Περιπτώσεως.....	54
3.2.2 Τα Βραβεία της Γ΄ Περιπτώσεως.....	60
3.3. Αντιπαραβολή αποτελεσμάτων.....	66
3.3.1 Οι κοινές κατηγορίες.....	66
3.3.2 Τα Βραβεία των Περιπτώσεων Α΄ και Γ΄.....	73
3.4 Οι Συνεντεύξεις.....	78
3.4.1 Πολιτισμικό κεφάλαιο και προσωπική διαδρομή.....	78

3.4.2 Οι προσωπικές αισθητικές διαθέσεις και η παρακολούθηση παραστάσεων ως επαγγελματική ενασχόληση	80
3.4.3 «Ιδεώδης αναγνώστης», έντυπη και διαδικτυακή διαμεσολάβηση, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και επικοινωνία θεατρικών γεγονότων.....	82
3.4.4 Οι άλλοι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές, η κριτική και οι προσωπικές σχέσεις με καλλιτέχνες	88
3.4.5 Οι νέοι και τα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄	92
3.4.6 Βραβεία, Βραβεία Κοινού και κριτικές κοινού	94
3.4.7 Τα επαγγέλματα των καλλιτεχνών του θεάτρου και των πολιτισμικών διαμεσολαβητών, κέρδος και ψυχική αποζημίωση	99
Τέταρτο Κεφάλαιο: Συμπεράσματα.....	102
Πηγές – Βιβλιογραφία	108
Πηγές.....	108
Ιστοσελίδες	108
Βιβλιογραφία.....	108
Ελληνόγλωσση	108
Ξενόγλωσση	109
Παράρτημα.....	116
I. Ενδεικτικός κατάλογος ιστοσελίδων και ιστολογίων για το θέατρο	116
II. Η Κλείδα Κωδικοποίησης	118
III. Συμπληρωματικοί Πίνακες και Διαγράμματα.....	124
A) Πίνακες.....	124
B) Διαγράμματα.....	132
IV. Οδηγός Συνέντευξης	138

Διαγράμματα

Διάγραμμα 1. Κατανομή των φωτογραφιών στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α'	47
Διάγραμμα 2. Οι κατηγορίες κειμένου στη Β' Περίπτωση	50
Διάγραμμα 3. Οι φωτογραφίες στη Β' Περίπτωση	51
Διάγραμμα 4. Απόλυτες Συχνότητες Αναφορών Ονομάτων στην Περίπτωση Β'	52
Διάγραμμα 5. Σχετική Κατανομή των φωτογραφιών στα Βραβεία της Περίπτωσης Α'	54
Διάγραμμα 6. Σχετική κατανομή των αναφορών σε πρόσωπα και οργανισμούς στα Βραβεία της Περίπτωσης Α'	59
Διάγραμμα 7. Σχετική κατανομή των φωτογραφιών στα Βραβεία της Γ' Περίπτωσης	61
Διάγραμμα 8. Φωτογραφίες σε Α', Β' και Γ' - Σχετικές Κατανομές	67
Διάγραμμα 9. Αναφορές σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές σε Α', Β' και Γ'	68
Διάγραμμα 10. Απόλυτες Συχνότητες των κύριων ονομάτων που αναφέρονται σε Α', Β' και Γ'	69
Διάγραμμα 11. Κατανομή Σχετικών συχνοτήτων για τις αναφορές κύριων ονομάτων στις Περιπτώσεις Α', Β' και Γ'	70
Διάγραμμα 12. Απόλυτη Κατανομή κύριων ονομάτων ανάλογα με τον αριθμό των Περιπτώσεων για τις οποίες είναι κοινά	71
Διάγραμμα 13. Σχετική Κατανομή κοινών ονομάτων ανάλογα με τον αριθμό των Περιπτώσεων για τις οποίες είναι κοινά	72
Διάγραμμα 14. Απόλυτη κατανομή των ονομάτων που είναι κοινά για Α', Β' και Γ'	73
Διάγραμμα 15. Σύγκριση Σχετικών κατανομών των βραβευθέντων ως προς τα έτη επαγγελματικής ενασχόλησης	74
Διάγραμμα 16. Σχετική Κατανομή των βραβευθέντων σε Α' και Γ' Περιπτώσεις ως προς το αν έχουν παρουσιαστεί από την αντίστοιχη ιστοσελίδα	75
Διάγραμμα 17. Σχετική Κατανομή Βραβευθέντων ως προς το θέατρο όπου η παράσταση για την οποία βραβεύονται παρουσιάστηκε	76
Διάγραμμα Α 1. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις Κατηγορίες Κειμένου στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α	132

Διάγραμμα A 2. Χρόνος επαγγελματικής ενασχόλησης για τα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄	132
Διάγραμμα A 3. Απόλυτες συχνότητες αναφορών κύριων ονομάτων στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄	133
Διάγραμμα A 4. Οι αναφορές σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές στην Περίπτωση Β΄	134
Διάγραμμα A 5. Σχετική Κατανομή των αναφορών σε κύρια ονόματα στην Περίπτωση Β΄	134
Διάγραμμα A 6. Αναφορές κύριων ονομάτων στα Βραβεία της Περίπτωσης Α΄	135
Διάγραμμα A 7. Αναφορές κύριων ονομάτων στα Βραβεία της Περίπτωσης Γ΄	136
Διάγραμμα A 8. Αναφορές σε πρόσωπα και οργανισμούς στα Βραβεία της Περίπτωσης Γ΄	136
Διάγραμμα A 9. Κοινές νικήτριες και νικητές στα Βραβεία των Περιπτώσεων Α΄ και Γ΄ και ο αριθμός των βραβείων τους	137

Εικόνες

Εικόνα 1. Σύννεφο λέξεων με τα κύρια ονόματα που αναφέρονται συχνότερα στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄	49
Εικόνα 2. Σύννεφο λέξεων με τα κύρια ονόματα που αναφέρονται συχνότερα στην Περίπτωση Β΄	53
Εικόνα 3. Σύννεφο λέξεων με τα κύρια ονόματα που αναφέρονται συχνότερα στα Βραβεία της Περίπτωσης Α΄	60
Εικόνα 4. Σύννεφο λέξεων με τα κύρια ονόματα που αναφέρονται συχνότερα στα Βραβεία της Γ΄ Περίπτωσης	65

Πίνακες

Πίνακας 1. Ετήσια Στοιχεία για τα Βραβεία της Περίπτωσης Α΄	59
Πίνακας 2. Ετήσια Στοιχεία για τα Βραβεία της Περίπτωσης Γ΄	63

Πίνακας 3. Αναλυτικότερα στοιχεία για τα βραβεία «Καλύτερης Παράστασης» της Περίπτωσης Γ΄	64
Πίνακας 4. Οι νικήτριες παραστάσεις των Βραβείων της Α΄ στην Περίπτωση Γ΄	76
Πίνακας Α 1. Κοινές κατηγορίες Κλείδας Κωδικοποίησης	119
Πίνακας Α 2. Η επέκταση της Κλείδας Κωδικοποίησης για τα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄	120
Πίνακας Α 3. Η επέκταση της Κλείδας Κωδικοποίησης για την Περίπτωση Β΄	121
Πίνακας Α 4. Η επέκταση της Κλείδας Κωδικοποίησης για τα Βραβεία των Περιπτώσεων Α΄ και Γ΄	123
Πίνακας Α 5. Μ. Τιμές και Στατιστικά Στοιχεία για τις Κατηγορίες Κειμένου στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄	124
Πίνακας Α 6. Κατανομή ετών επαγγελματικής ενασχόλησης των Προσώπων της Περίπτωσης Α΄	124
Πίνακας Α 7. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις φωτογραφίες στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄	125
Πίνακας Α 8. Κατανομή και Στατιστικά στοιχεία για τις Εσωτερικές και Εξωτερικές Υπερσυνδέσεις στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄	125
Πίνακας Α 9. Συχνότητες και Σχετικές Συχνότητες των υπερσυνδέσεων στα άρθρα για τα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄	125
Πίνακας Α 10. Κατανομή των αναφορών σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄	125
Πίνακας Α 11. Κατανομή των αναφορών ύπαρξης σχέσης των Προσώπων της Περίπτωσης Α΄ με τον ιστότοπο Α΄	126
Πίνακας Α 12. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις αναφορές κύριων ονομάτων στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄	126
Πίνακας Α 13. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις Κατηγορίες Κειμένου στην Περίπτωση Β΄	126
Πίνακας Α 14. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις φωτογραφίες της Περίπτωσης Β΄	127
Πίνακας Α 15. Αναφορές σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές στην Περίπτωση Β΄	127
Πίνακας Α 16. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις αναφορές κύριων ονομάτων στην Περίπτωση Β΄	127

Πίνακας A 17. Κατανομή των υπερσυνδέσεων στα κείμενα της Περίπτωσης Β'	127
Πίνακας A 18. Εσωτερικές και Εξωτερικές Υπερσυνδέσεις (links) στην Περίπτωση Β'	128
Πίνακας A 19. Κατανομή των Φωτογραφιών στα Βραβεία της Περίπτωσης Α'	128
Πίνακας A 20. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις υπερσυνδέσεις στα Ρεπορτάζ για τα βραβεία της Περίπτωσης Α'	128
Πίνακας A 21. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις αναφορές ονομάτων στα Άρθρα για τα Βραβεία της Περίπτωσης Α'	128
Πίνακας A 22. Κατανομή Φωτογραφιών στα κείμενα για τα Βραβεία της Περίπτωσης Γ'	129
Πίνακας A 23. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις αναφορές ονομάτων στα Βραβεία της Περίπτωσης Γ'	129
Πίνακας A 24. Συγκεντρωτικός Πίνακας της Κατανομής των Φωτογραφιών	129
Πίνακας A 25. Συγκεντρωτικός Πίνακας για τις αναφορές σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές	129
Πίνακας A 26. Συγκεντρωτικός Πίνακας για τις αναφορές σε πρόσωπα και οργανισμούς	130
Πίνακας A 27. Απόλυτες και Σχετικές Κατανομές κοινών ονομάτων στις Περιπτώσεις	130
Πίνακας A 28. Πρόσωπα που αναφέρονται από κοινού	130
Πίνακας A 29. Έτη επαγγελματικής ενασχόλησης για τους βραβευθέντες με Α' Βραβείο Σκηνοθεσίας και Καλύτερης Γυναικείας και Ανδρικής Ερμηνείας στα Βραβεία της Α' και Γ' Περίπτωσης	130
Πίνακας A 30. Σύγκριση των Σχετικών Κατανομών Βραβευθέντων-εισών Ηθοποιών, Σκηνοθετών και Παραστάσεων με Α' Βραβείο στα Βραβεία των Περιπτώσεων Α' και Γ' ως προς την προηγούμενη σχέση τους με τις Περιπτώσεις που τους βραβεύουν.	131
Πίνακας A 31. Σύγκριση των Κατανομών Βραβευθέντων-εισών Ηθοποιών, Σκηνοθετών και Παραστάσεων με Α' Βραβείο στα Βραβεία των Περιπτώσεων Α' και Γ' ως προς το θέατρο στο οποίο παρουσιάστηκαν οι νικήτριες παραστάσεις ή οι παραστάσεις για τις οποίες βραβεύονται	131

Περίληψη

Η πολιτισμική διαμεσολάβηση έχει αναδειχτεί από μεγάλη μερίδα των κοινωνιολόγων της Τέχνης ως μια σημαντική λειτουργία στο πολιτισμικό πεδίο, ήδη από το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα, ωστόσο η άνοδος του διαδικτύου μοιάζει να της επιφέρει σημαντικές αλλαγές. Παράλληλα, ενώ η θεατρική παραγωγή στην Ελλάδα έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, η διαμεσολάβηση του θεάτρου έχει ελάχιστα μελετηθεί.

Η παρούσα εργασία θέτει στον πυρήνα του ερευνητικού της ερωτήματος το καθεστώς της πολιτισμικής διαμεσολάβησης του θεάτρου στην Ελλάδα μέσω διαδικτύου καθώς και τους παλαιούς και νέους δρώντες στο συγκεκριμένο πεδίο. Εφαρμόζοντας δειγματοληψία σκοπιμότητας, επιλέχθηκαν τρεις περιπτώσεις: α) μια πολιτιστικού περιεχομένου ιστοσελίδα της οποίας σημαντικό μέρος της ύλης είναι αφιερωμένο στο θέατρο και η οποία διοργανώνει τα τελευταία επτά χρόνια Βραβεία Κοινού, β) το ιστολόγιο ενός σημαντικού καλλιτεχνικού συντάκτη εφημερίδας που σήμερα βρίσκεται στη σύνταξη, και, τέλος, γ) η ιστοσελίδα ενός περιοδικού-οδηγού διασκέδασης για την πόλη της Αθήνας, το οποίο επίσης διοργανώνει Βραβεία Κοινού για πάνω από είκοσι χρόνια. Η έρευνα διεξάχθηκε σε δύο φάσεις: η πρώτη περιλάμβανε ανάλυση περιεχομένου από κείμενα και των τριών περιπτώσεων και η δεύτερη τρεις ημιδομημένες συνεντεύξεις, με έναν σημαντικό διαμεσολαβητή από κάθε περίπτωση.

Η έρευνα επέτρεψε τον σχηματισμό μιας σαφέστερης εικόνας για το καθεστώς της διαμεσολάβησης του θεάτρου μέσω του διαδικτύου στην Ελλάδα, ενώ ανέδειξε το ενδεχόμενο αυτή να συμβάλει στη νομιμοποίηση καλλιτεχνών και θεατρικών οργανισμών. Παράλληλα, αναδείχθηκαν κοινά σημεία αλλά και διαφορές μεταξύ παλαιών και νέων πολιτισμικών διαμεσολαβητών, καθώς και επιμέρους πεδία για περαιτέρω έρευνα, όπως η έρευνα του κοινού των διαδικτυακών διαμεσολαβητών ή μια ιστορική έρευνα της διαμεσολάβησης του θεάτρου στην Ελλάδα.

Λέξεις-κλειδιά: πολιτισμικοί διαμεσολαβητές, διαδικτυακή διαμεσολάβηση, ελληνικό θέατρο, νομιμοποίηση, θεατρικά Βραβεία Κοινού

Digital cultural mediation in Greece: examples from the theatrical milieu

Nikos Gialelis

Abstract

Although cultural mediation has already been analyzed by sociologists of Art, in the second half of the 20th century, as an important function within the cultural field, the rise of the internet seems to be bringing important changes in the mediating process. Moreover, theatrical production seems to have increased these past years in Greece, and, at the same time, the mediation of theatre has barely been studied.

This dissertation puts at the core of its research the online cultural mediation of theatre in Greece, and earlier and recent actors in this particular field. Using purposive sampling, three cases were chosen: a) a site with cultural content, that dedicates a major part of its content to theatre and has also been organizing Theatrical Audience Awards for the past seven years, b) a blog, belonging to a prominent art journalist who is currently retired, and, finally, c) the site of an arts and entertainment guide-magazine in Athens that has been organizing Theatrical Audience Awards for more than twenty years. The research was conducted in two steps. First, a content analysis of the texts of all three cases was carried out, and second, semi-structured interviews were conducted, with the intermediary of each site.

Research results provide a clearer insight of theatre mediation through the internet in Greece, bringing out the possibility that mediation could play a part in legitimizing artists as well as theatrical organizations. Differences and similarities between recent and earlier intermediaries are pointed out, as well as several fields for possible further research, such as a survey on the audiences of digital intermediaries, or a diachronic study of theatre mediation in Greece.

Keywords: cultural intermediaries, online mediation, Greek theatre, legitimation, Theatrical Audience Awards

Εισαγωγή

Η πολιτισμική διαμεσολάβηση έχει αναδειχτεί από μεγάλη μερίδα των κοινωνιολόγων της Τέχνης ως μια σημαντική λειτουργία στο πολιτισμικό πεδίο ήδη από το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα. Η άνοδος του διαδικτύου φαίνεται, σύμφωνα και πάλι με τους ίδιους, να επέφερε αρκετές μεταβολές και στη διαμεσολάβηση, διευρύνοντας τα μέσα που η τελευταία έχει στη διάθεσή της και τις λειτουργίες που επιτελεί, μεταβάλλοντας σε κάποιο βαθμό το περιεχόμενό της, και, παράλληλα, δίνοντας τη δυνατότητα σε περισσότερα άτομα και οργανισμούς να την ασκήσουν. Μια πρώτη βιβλιογραφική έρευνα φανερώνει γρήγορα πως η διαμεσολάβηση έχει μελετηθεί κατά κύριο λόγο για τις τέχνες της μουσικής, του κινηματογράφου και του βιβλίου, και πολύ λιγότερο για τις παραστατικές τέχνες, όπως ο χορός ή το θέατρο, πιθανώς γιατί οι τελευταίες έχουν αρκετά μικρότερο, από αριθμητικής άποψης, κοινό.

Στη χώρα μας ωστόσο, η τέχνη του θεάτρου φαίνεται να γνωρίζει τα τελευταία χρόνια μιαν άνθηση, καθώς ο αριθμός των θεατρικών παραστάσεων, στην Αθήνα τουλάχιστον, μοιάζει να έχει αυξηθεί σημαντικά, τάση που δεν ανακόπηκε ούτε κατά τα πρώτα χρόνια της οικονομικής κρίσης, οπότε μειώθηκε ή και ανεστάλη για κάποια χρόνια η, ζωτικής, όπως θα δούμε, σημασίας για το θέατρο, κρατική επιχορήγηση. Συνεπώς, η διαμεσολάβηση θεατρικών γεγονότων μοιάζει να αποτελεί σημείο όπου δύο φαινόμενα που παρουσιάζουν άνοδο συναντώνται, κάτι που αποτέλεσε το έναυσμα για την εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας, η οποία διαρθρώνεται σε τέσσερα κεφάλαια.

Στο Πρώτο Κεφάλαιο επιχειρείται μια επισκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας, όπου, αφού παρουσιαστεί το γενικότερο θεωρητικό πλαίσιο από το οποίο αναδείχθηκε η έννοια της πολιτισμικής διαμεσολάβησης, παρουσιάζεται η ειδικότερη βιβλιογραφία γύρω από αυτήν, ακολουθούμενη από θεωρίες σχετικά με το διαδίκτυο και, στο τέλος του κεφαλαίου, από μιαν επιγραμματική αναφορά στις πρόσφατες εξελίξεις στον χώρο του θεάτρου στην Ελλάδα.

Στο Δεύτερο Κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε κατά την έρευνα, για την οποία επιλέχθηκε δειγματοληψία σκοπιμότητας, λόγω του εύρους του δείγματος και της απουσίας σχετικών ερευνών. Έτσι, επιλέχθηκαν τρεις περιπτώσεις: α) μια πολιτιστικού περιεχομένου ιστοσελίδα της οποίας σημαντικό μέρος της ύλης είναι αφιερωμένο στο θέατρο, και η οποία διοργανώνει τα τελευταία επτά χρόνια Βραβεία Κοινού, β) το ιστολόγιο ενός σημαντικού καλλιτεχνικού

συντάκτη εφημερίδας που σήμερα βρίσκεται στη σύνταξη, και, τέλος, γ) η ιστοσελίδα ενός περιοδικού-οδηγού διασκέδασης για την πόλη της Αθήνας, το οποίο επίσης διοργανώνει Βραβεία Κοινού για πάνω από είκοσι χρόνια. Η έρευνα διεξήχθη σε δύο φάσεις: η πρώτη περιλάμβανε ανάλυση περιεχομένου κειμένων και των τριών περιπτώσεων και η δεύτερη τρεις ημιδομημένες συνεντεύξεις, με έναν σημαντικό διαμεσολαβητή για κάθε περίπτωση.

Τα ευρήματα της έρευνας παρουσιάζονται και συζητούνται υπό το πρίσμα της μελετηθείσας βιβλιογραφίας στο Τρίτο Κεφάλαιο. Στην αρχή παρουσιάζεται το ποσοτικό μέρος, με δεδομένα από την ανάλυση περιεχομένου για κάθε περίπτωση διαρθρωμένα σε επιμέρους υποκεφάλαια, ενώ ακολουθεί η σύγκρισή τους, όπου αυτή θεωρήθηκε χρήσιμη. Στο δεύτερο μισό του κεφαλαίου παρουσιάζονται, σε θεματικές ενότητες, τα ποιοτικά δεδομένα που αντλήθηκαν από τις συνεντεύξεις των διαμεσολαβητών από τις τρεις περιπτώσεις.

Στο Τέταρτο κεφάλαιο, τέλος, διατυπώνονται συμπεράσματα και προτάσεις για μελλοντικές έρευνες.

Πρώτο Κεφάλαιο: Βιβλιογραφική επισκόπηση

1.1 Εισαγωγικά – ένα γενικό θεωρητικό πλαίσιο

Πριν επιχειρήσουμε μιαν επισκόπηση της σχετικής με την πολιτισμική διαμεσολάβηση βιβλιογραφίας, μοιάζει απαραίτητη μια, κατά το δυνατόν, επιγραμματική αναφορά στο γενικότερο θεωρητικό πλαίσιο στο οποίο, κατά το πλείστον, στηρίζεται. Έτσι, το έργο του Pierre Bourdieu (1979/2002, 1993) είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τη μελέτη της πολιτισμικής διαμεσολάβησης, καθώς, πέραν του ότι στον ίδιο οφείλεται η πρώτη διατύπωση του όρου, έννοιες που ο ίδιος έχει εισάγει, όπως αυτές του **πεδίου**, εν προκειμένω της πολιτισμικής παραγωγής, και των σχέσεων εξουσίας εντός του, του **συμβολικού κεφαλαίου** και της σχέσης του με το οικονομικό, της **πολιτισμικής νομιμότητας**, της **νομιμοποίησης**, της **καθιέρωσης** και της «έξησης» (Bourdieu, 1979/2002, 1993), επανέρχονται σε μεγάλο μέρος της σχετικής βιβλιογραφίας.

Οι Townley και Gullledge (2013) συνοψίζουν εύστοχα τα **είδη του κεφαλαίου** κατά Bourdieu, ως εξής:

α) οικονομικό (εισόδημα, οικονομικοί πόροι και περιουσιακά στοιχεία),

β) πολιτισμικό, που περιλαμβάνει αφ' ενός, σε σωματοποιημένη μορφή (*habitus*), τις «αισθητικές διαθέσεις» που αποκτώνται μέσω της κοινωνικοποίησης εντός της οικογένειας και με τη συναναστροφή των συνομηλίκων και, αφ' ετέρου την εκπαίδευση, είτε ως προσωπική καλλιέργεια είτε στη θεσμοποιημένη της μορφή, που εκφράζεται με τους τίτλους σπουδών, και, τέλος,

γ) κοινωνικό, που το αποτελούν οι υπάρχουσες και οι πιθανές πηγές σχέσεων που βασίζονται στην αμοιβαία αναγνώριση ή ακόμα και την απλή γνωριμία, έχουν διάρκεια και συνήθως σχηματίζουν δίκτυα (Townley & Gullledge, 2013).

Τα δύο τελευταία αποτελούν για τον Bourdieu «κεφάλαια» όχι μόνο επειδή απαιτείται εργασία για τη συσσώρευσή τους, αλλά και επειδή αποτελούν μετασχηματισμένες, μεταμφιεσμένες μορφές του πρώτου, χωρίς να είναι δυνατόν να αναθούν ποτέ εντελώς σε αυτό – μάλιστα φαίνεται να επιτυγχάνουν τα πιο ειδικά τους αποτελέσματα μόνο στο βαθμό που αποκρύπτουν, ακόμα και από τους ίδιους τους κατόχους τους, το γεγονός ότι στη βάση τους βρίσκεται πάντα το οικονομικό κεφάλαιο (Townley & Gullledge, 2013). Ως **συμβολικό κεφάλαιο**, τέλος, νοείται γενικότερα κάθε είδος κεφαλαίου που εξασφαλίζει **νομιμοποίηση** – κύρος, σεβασμό

και αναγνώριση – εντός ορισμένου πεδίου, καθώς τα είδη κεφαλαίου δεν έχουν απαραίτητα την ίδια ισχύ εντός όλων των πεδίων (Savage, Warde και Devine, 2005). Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια ανανέωση της τάσης για συμπερίληψη όλων των ειδών κεφαλαίου στη μελέτη της ταξικής διαστρωμάτωσης (Savage, Devine, Cunningham, Taylor, Li, Hjellbrekke, Le Roux, Friedman & Miles, 2013), ενώ έχει επιβεβαιωθεί και εμπειρικά η σημασία τους **για την είσοδο των δρώντων εντός του πεδίου της πολιτισμικής παραγωγής και την παραμονή τους «στο παιχνίδι»** (Randle, Forson & Calveley, 2015).

Σύμφωνα με τον Bourdieu (1979/2002), **το κεφάλαιο είναι δυνατόν να μετατρέπεται από ένα είδος σε άλλο**, μάλιστα «το ποσοστό μετατροπής (...) είναι ανά πάσα στιγμή διακύβευμα πάλης» (Bourdieu, 1979/2002, σ. 288), ενώ, όπως επισημαίνει, στο πεδίο της τέχνης η άρνηση του ενδιαφέροντος για το οικονομικό κεφάλαιο μοιάζει να εξασφαλίζει στους δρώντες εχέγγυα για τη συσσώρευση συμβολικού κεφαλαίου, λειτουργώντας εντός του πεδίου σαν ένα είδος «πίστωσης» με μακροπρόθεσμη εγγύηση απόδοσης σε οικονομικό ή πολιτικό κεφάλαιο – αυτά δηλαδή που είχαν αποτελέσει το αρχικό αντικείμενο της άρνησης. Έτσι,

για τον συγγραφέα, τον κριτικό, τον έμπορο τέχνης, τον εκδότη, τον διευθυντή θεάτρου, η μόνη νόμιμη συσσώρευση κεφαλαίου συνίσταται στο να δημιουργήσει όνομα, ένα γνωστό, αναγνωρισμένο όνομα, **ένα κεφάλαιο καθιέρωσης** (Bourdieu, 1993, σ.75).

Το να «δημιουργήσει κανείς όνομα» συνίσταται στο να κερδίσει την **αναγνώριση** της διαφορετικότητάς του από τους άλλους δρώντες, ειδικότερα τους πιο καθιερωμένους, καθώς «ο μόνος τρόπος να υπάρξει κανείς είναι να είναι διαφορετικός» (Bourdieu, 1993, σ. 106), μέσα στο καλλιτεχνικό πεδίο, που αποτελεί για τον ίδιο

ένα πεδίο δυνάμεων αλλά και ένα πεδίο πάλης για να μεταμορφωθεί ή να διατηρηθεί αυτό το πεδίο δυνάμεων. Το δίκτυο των αντικειμενικών σχέσεων μεταξύ των θέσεων βρίσκεται κάτω από – και προσανατολίζει – τις στρατηγικές τις οποίες οι κάτοχοι των διαφόρων θέσεων μετέρχονται κατά τους αγώνες τους να υπερασπιστούν ή να βελτιώσουν τις θέσεις τους (...), στρατηγικές των οποίων η δύναμη και η μορφή εξαρτάται από τη θέση που ο κάθε δρών καταλαμβάνει στις σχέσεις ισχύος (Bourdieu, 1993, σ.30)

Έτσι, αν κανείς θέλει να εργαστεί ως καλλιτέχνης, μοιάζει απαραίτητο, σύμφωνα με τα παραπάνω, να κατακτήσει ορισμένες θέσεις εντός του πεδίου, οι οποίες αποτελούν αντικείμενο ανταγωνισμού – συνεπώς ενδέχεται τελικά **η επιτυχία να εξαρτάται περισσότερο από τη νίκη στον αγώνα κατάληψης θέσεων παρά από οποιεσδήποτε καλλιτεχνικές δεξιότητες ή ταλέντα**, από επαγγελματικούς ελιγμούς,

παρά από οποιαδήποτε έμπνευση ή δημιουργική ικανότητα (Negus & Pickering 2004).

Σύμφωνα, τέλος με τον Bourdieu (1993), η κοινωνιολογία της τέχνης οφείλει να υπολογίζει ως συμμετέχοντες στην δημιουργία ενός έργου τέχνης όχι μόνον τους καλλιτέχνες, αλλά και τους **παραγωγούς της αξίας και του νοήματος** του (κριτικούς, εκδότες, ιδιοκτήτες γκαλερί κλπ), και να αντιμετωπίζει ένα έργο τέχνης ως **μια εκδήλωση που συμπυκνώνει όλες τις δυνάμεις που δρουν εντός ολόκληρου του πεδίου** (Bourdieu, 1993). Στο συγκεκριμένο σημείο, η σκέψη του φαίνεται να συναντά εκείνη ενός άλλου σημαντικού κοινωνιολόγου της τέχνης, του Howard S.Becker.

Στους *Κόσμους της Τέχνης* (1982), ο Becker, αφού αναφερθεί εισαγωγικά στην ξεχωριστή θέση που επιφυλάσσουν οι δυτικές κοινωνίες στους «ταλαντούχους» καλλιτέχνες - βάσει της «**ιδεολογίας της δημιουργίας**» ή «**του χαρίσματος**» όπως την ονομάζει ο Bourdieu (1993, σ. 76) – ορίζει ότι ένας «**κόσμος της τέχνης**» **αποτελείται από «όλα τα πρόσωπα των οποίων οι δραστηριότητες είναι σημαντικές στην παραγωγή των χαρακτηριστικών έργων που ο συγκεκριμένος κόσμος, καθώς ενδεχομένως και άλλοι, ορίζουν ως τέχνη»** (Becker, 1982, σ. 34), με τους καλλιτέχνες να αποτελούν απλώς μian υποομάδα, ευρισκόμενη «στο κέντρο ενός ευρέος δικτύου συνεργαζόμενων ατόμων» (Becker, 1974, σ.769).

Για τον Becker (1982), χαρακτηριστικό γνώρισμα κάθε παγιωμένου κόσμου της τέχνης αποτελεί η χρήση συμβάσεων εντός του, και οι απόπειρες να δράσει κάποιος εκτός σύμβασης έχουν ως αποτέλεσμα είτε την απόρριψη, το να θεωρηθεί «**άσχετος**» (Becker, 1982, σ. 296-297), είτε, αν βρει υποστηρικτές, την παραγωγή καινοτομίας (Becker, 1982). Η **εξασφάλιση της υποστήριξης ενός δικτύου** θεωρείται λοιπόν τόσο θεμελιώδης ώστε η ιστορία της τέχνης να αφορά, στην ουσία, σε καινοτόμους και καινοτομίες που **είτε πέτυχαν να κυριαρχήσουν σε υπάρχοντα δίκτυα, είτε δημιούργησαν δικά τους** (Becker, 1982).

Ο Becker (1982) επισημαίνει πως **οι αισθητικές κρίσεις αποτελούν μέρος της συλλογικής δραστηριότητας εντός ενός κόσμου της τέχνης**, με τους καλλιτέχνες να τις λαμβάνουν οπωσδήποτε υπόψη, ιδιαίτερα εκείνες όσων θεωρούνται «**πιστά**» **μέλη του κοινού** - δηλαδή γνωρίζουν καλά την ιστορία, επίσημη και ανεπίσημη, ενός κόσμου της τέχνης, αντιλαμβάνονται τις αναφορές εντός των καλλιτεχνικών έργων και έχουν τη δυνατότητα να αντιληφθούν ως τέχνη ακόμα και μη συμβατικές καλλιτεχνικές απόπειρες (Becker, 1982).

Επιπλέον, για τον ίδιο καμία τέχνη δεν μπορεί να υποστηρίξει για όλους επαγγελματική καριέρα (Becker, 1982). Όσοι καταφέρουν να γίνουν «ενσωματωμένοι επαγγελματίες» (Becker, 1982, σ. 231), αποτελούν μια δεξαμενή απ' όπου ο κόσμος της τέχνης μπορεί να αντλεί προσωπικό, καθώς διαθέτουν παρεμφερείς δεξιότητες – συνεπώς για τον κόσμο της τέχνης είναι **αντικαταστάσιμοι**, όσο κι αν οι ίδιοι αντιλαμβάνονται διαφορές στην απόδοσή τους (Becker, 1982). Έτσι, η **φήμη** των καλλιτεχνών αποκτά εξέχουσα σημασία, καθώς, μαζί με τη **δικτύωση**, φαίνεται να καθορίζει την ευκολία εξεύρεσης εργασίας σε τέτοια επισφαλή επαγγέλματα (Becker, 1982). Επίσης, όπως υποστηρίζει, **η καλλιτεχνική παραγωγή αποτελεί την πρώτη ύλη για άλλα επαγγέλματα**, που συχνά έχουν το ρόλο «**πυλωρού**», όπως αυτό του κριτικού, τα οποία **δημιουργούν φήμη**, προσφέροντας στους καλλιτέχνες ευκαιρίες **να γίνουν ορατοί** από το κοινό – που τα ίδια αυτά επαγγέλματα εκπαιδεύουν, γράφοντας περί αισθητικής και τέχνης – και αυξάνοντας τελικά τις πιθανότητες για έναν καλλιτέχνη να ζηήσει από την εργασία του (Becker, 1982). Παράλληλα, αναδεικνύει την κυκλικότητα της σχέσης μεταξύ φήμης και διανομής ενός έργου τέχνης (Becker, 1974, 1982): ό,τι δε διανέμεται δεν θεωρείται καλό ή σημαντικό, και ό,τι δε θεωρείται καλό ή σημαντικό συνήθως δεν βρίσκει διανομή, οδηγώντας στη θέση ότι «η αισθητική του έργου τέχνης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τα κανάλια διανομής του» (Becker, 1974, σ. 774), καθώς **η γνώμη όσων καθορίζουν την πρόσβαση στα κανάλια αυτά μοιάζει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη από τους καλλιτέχνες**, κατά τις «διαδικασίες διόρθωσης» (editing) του έργου τους (Becker, 1982). Με το παραπάνω φαίνεται να συμφωνούν και οι Peterson και Anand (2004), όταν υποστηρίζουν ότι, από την «**οπτική της παραγωγής της κουλτούρας**», το συμβολικό περιεχόμενο της τελευταίας διαμορφώνεται από «τα συστήματα εντός των οποίων δημιουργείται, διανέμεται, αξιολογείται, διδάσκεται και διατηρείται» (Peterson & Anand, 2004, σ.311).

Αξίζει, τέλος, να αναφέρουμε την επισήμανσή του Becker ότι όσοι γράφουν περί αισθητικής, γράφουν πάντα **αποκλείοντας** κάτι – άλλο ένα σημείο συνάντησής του με την σκέψη του Bourdieu (1979/2002) – και, κυρίως, γράφουν και **με όρους ηθικής**: έργα που «δεν αξίζουν» να λέγονται τέχνη έναντι έργων που επάξια «κέρδισαν» τον τίτλο (Becker, 1982, σ. 136-137).

Έχοντας σκιαγραφήσει ως αυτό το σημείο την συνύπαρξη εντός του πεδίου της καλλιτεχνικής παραγωγής, ή εντός των «κόσμων της τέχνης», καλλιτεχνών και δημιουργών νοήματος, αλλά και την, ως εδώ, διαφαινόμενη **αβεβαιότητα** που

χαρακτηρίζει αυτούς τους κόσμους, γίνεται κατανοητή η θέση του David Hesmondhalgh ότι «όλοι οι δημιουργοί πρέπει να βρουν κάποιο κοινό και, στον μοντέρνο κόσμο, κανείς δε μπορεί να το κάνει χωρίς τη βοήθεια της τεχνολογικής διαμεσολάβησης και την υποστήριξη μεγάλων οργανισμών» (Hesmondhalgh, 2002, σ. 71). Μια προσέγγιση λοιπόν από την πλευρά της **θεωρίας των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών** θα μπορούσε, στο σημείο αυτό, να φανεί χρήσιμη.

Χαρακτηριζόμενες από **αβεβαιότητα** ως προς τη ζήτηση των προϊόντων τους, και, συνεπώς, από υψηλό **επιχειρηματικό ρίσκο**, οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες τείνουν να υιοθετούν στρατηγικές μείωσής του (Hesmondhalgh, 2002), όπως η, κατά το δυνατόν, τυποποιημένη διαμόρφωση των προϊόντων τους – για παράδειγμα η **κατασκευή stars** στη βιομηχανία του θεάματος ή η **τυποποίηση** των ειδών της μουσικής (Hesmondhalgh, 2002). Έχει διαπιστωθεί εμπειρικά πως ακόμα και σχετικά μικρής κλίμακας επιχειρήσεις φαίνεται να εφαρμόζουν κάποιες αντίστοιχες στρατηγικές (Peterson, 1997).

Η **αβεβαιότητα** και τα υψηλά επίπεδα **ανασφάλειας** θεωρείται πως χαρακτηρίζουν αντίστοιχα και την **εργασία** εντός των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών (Bielby & Bielby, 1999· Hesmondhalgh & Baker, 2010· Menger, 2007): πράγματι, τα συνήθη εργασιακά καθεστάτα αφορούν σε συμβάσεις ορισμένου χρόνου και σχετικά μικρής διάρκειας, ή συνεργασίες με σχέση ελεύθερου επαγγελματία-εξωτερικού συνεργάτη ενός πολιτιστικού οργανισμού (Hesmondhalgh, 2002· Hesmondhalgh & Baker, 2010· Randle et al., 2015· Wittel, 2001). Πολύ συχνά η είσοδος στο χώρο γίνεται με τη μορφή καθόλου, ή ελάχιστα αμειβόμενης πρακτικής (Randle et al., 2015), με τη μη αμειβόμενη εργασία να αποτελεί συνήθη συνθήκη για ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό των νεοεισερχόμενων, εξαιτίας του **πλήθους των ατόμων που επιθυμούν να εισέλθουν** και της εμπειρίας που απαιτείται από αυτά (Hesmondhalgh, 2002· Hesmondhalgh & Baker, 2010· Randle et al., 2015). Την ίδια στιγμή οι νεοεισερχόμενοι προτιμάται να διαθέτουν ευελιξία χρόνου, σπάνια πληρώνονται ανάλογα με τις ώρες της εργασίας τους και πολύ συχνά κάνουν και μια δεύτερη δουλειά για να ζήσουν (Brauneck, 2017· Hesmondhalgh & Baker, 2010). Ωστόσο, «δεν είναι ασυνήθιστο **η απλήρωτη εργασία να παράσχει τη βάση για τη φήμη** που θα επιτρέψει σε κάποιον να γίνει επαγγελματία» (Hesmondhalgh & Baker, 2010, σ. 13).

Η αδυναμία να εργαστεί κανείς κάτω από τέτοιες συνθήκες συχνά τείνει να εκλαμβάνεται ως έλλειψη αφοσίωσης ή αποφασιστικότητας, με συνέπεια όσοι έχουν

οικονομική στήριξη ώστε να μπορούν εργαστούν χωρίς αμοιβή να εξασφαλίζουν μάλλον μεγαλύτερη πρόσβαση στις ευκαιρίες (Hesmondhalgh & Baker, 2010· Randle et al., 2015). Παράλληλα, οι εργαζόμενοι σε Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες, τείνουν να αξιολογούν την εργασία τους και με **όρους ηθικής**, χρησιμοποιώντας έννοιες όπως το **ταλέντο** ή η **αφοσίωση** και αποδεχόμενοι ότι το να πληρώνονται ελάχιστα είναι ένα δυσάρεστο αλλά αναγκαίο τίμημα στο δρόμο προς την επιτυχία (Banks, 2006). Η εφαρμογή τέτοιων αξιολογήσεων μοιάζει να ερμηνεύει και την ύπαρξη **«δεξαμενών υποαπασχολούμενης δημιουργικής εργασίας»**, στις οποίες αρκετοί φαίνονται διατεθειμένοι να περάσουν καιρό, «αποφασισμένοι να παραγάγουν πολιτιστικό έργο για το οποίο να είναι περήφανοι» (Hesmondhalgh, 2002, σ. 167). Τέλος, έχει επισημανθεί ότι η **έλλειψη αυτοπεποίθησης**, η **αμφιβολία**, η **αυτοαμφισβήτηση** και η συνεχής **πάλη με την αυτοεκτίμηση** μοιάζουν να χαρακτηρίζουν σε σημαντικό βαθμό τα δημιουργικά επαγγέλματα (Hesmondhalgh & Baker, 2010).

Από την άλλη μεριά, πολλοί δημιουργικοί εργαζόμενοι δηλώνουν πως, καθώς η απασχόλησή τους αφορά ταλέντα και προτιμήσεις της παιδικής τους ηλικίας, τους δημιουργεί αισθήματα **αυτοπραγμάτωσης**, αποτελώντας συχνά και μέσο **αυτοπροσδιορισμού** (Hesmondhalgh & Baker, 2010): άλλωστε, έχει επισημανθεί ότι από τέτοιες σταδιοδρομίες μοιάζει να αντλείται ένα είδος **«ψυχικού εισοδήματος»**, που σε ένα βαθμό αντισταθμίζει την επαγγελματική αβεβαιότητα (Andler, 2006).

Έχει υποστηριχθεί πως οι κόσμοι της τέχνης μπορούν πάντα να ειπωθούν ως ανταγωνιστικά πεδία αλλά και ως **δίκτυα** (Rule & Bearman, 2016). Τα δίκτυα άλλωστε έχουν θεωρηθεί καθοριστικός παράγοντας, τόσο **για την εξεύρεση εργασίας** στο πεδίο (Becker, 1982· Randle et al., 2015) – το «από στόμα σε στόμα» είναι συχνά η κυρίαρχη πρακτική αναζήτησης προσωπικού (Randle et al., 2015) – όσο και **για την επιτυχία ενός πολιτισμικού προϊόντος**, καθώς αυτή θεωρείται συχνά αποτέλεσμα της συνδυασμένης δράσης είτε μεταξύ διαφορετικών πολιτιστικών οργανισμών, είτε μεταξύ ενός πολιτιστικού οργανισμού και ανεξάρτητων εξωτερικών δρώντων, όπως, για παράδειγμα, ελευθέρων επαγγελματιών (Hirsh, 1978, 2002). Σε αυτό το πλαίσιο, θα είχε σημασία η αναφορά στη σκέψη του Kadushin (1976), ο οποίος, αναφερόμενος στα δίκτυα εντός της παραγωγής της κουλτούρας, έχει επισημάνει ότι αφορούν σε σχέσεις που δεν είναι επίσημα καθιερωμένες και δεν είναι ιδιαίτερω ορατά, ενώ περιλαμβάνουν διαφορετικών ειδών κοινωνικές μονάδες. Όπως υπογραμμίζει, **οι παραγωγοί της κουλτούρας είναι ταυτόχρονα**

καταναλωτές: μουσικοί, συγγραφείς, ηθοποιοί, ποιητές, είναι καταναλωτές ο ένας της παραγωγής του άλλου, όπως ακριβώς στον ακαδημαϊκό χώρο οι δρώντες χρησιμοποιούν παραπομπές σηματοδοτώντας πως έχουν καταναλώσει αποδεδειγμένα έργα άλλων (Kadushin, 1976).

Σύμφωνα με τον ίδιο, ο γενικός τύπος της μορφής των δικτύων της παραγωγής της κουλτούρας είναι ο τύπος του **κοινωνικού κύκλου**: κάθε μέλος είναι **οδηγός για το σχηματισμό γνώμης** κάποιου άλλου, κάτι που μπορεί να συμβαίνει σε άπειρα βήματα (Kadushin, 1976). Οι κοινωνικοί κύκλοι, σύμφωνα με τον Kadushin (1976) έχουν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, μεταξύ των οποίων δύσκολα προσδιορίσιμα όρια, δυνατότητα έμμεσης αλληλεπίδρασης των μελών, απουσία επίσημης ηγεσίας και επίσημου χαρακτήρα, ενώ δύσκολα γίνονται ορατοί στην ολότητά τους (Kadushin, 1976).

Παράλληλα κάνει ειδική αναφορά στη δικτύωση με σκοπό την εξεύρεση εργασίας και την κοινωνικοποίηση εντός της επαγγελματικής κοινότητας, αποκαλώντας αυτού του είδους τα δίκτυα «κύκλους ειδικευμένων εργατών» ή «κύκλους μεσιτείας», ενώ επισημαίνει ότι **το να είναι κανείς επαγγελματίας**, σε ένα τέτοιο περιβάλλον, **σημαίνει να μπορεί να συμμετέχει σε τέτοια δίκτυα** και να βρίσκει αμειβόμενες θέσεις εργασίας, έστω και με έναν βασικό κατώτατο μισθό, φέρνοντας ως παράδειγμα τα μάλλον εκτεταμένα δίκτυα που σχηματίζουν, με αυτόν το σκοπό, οι ηθοποιοί (Kadushin, 1976). Σ' αυτούς τους κύκλους, που έχουν μεν σημεία πυκνότητας αλλά όχι σαφή πυρήνα, φαίνεται να αποκαλύπτεται η, συχνά αποκρυπτόμενη όπως είδαμε, σημασία του οικονομικού κεφαλαίου (Townley & Gullledge, 2013), καθώς «αυτά που στους κύκλους της παραγωγής της κουλτούρας είναι δευτερεύοντα – ωφελιμιστικές ανησυχίες – γίνονται πρωτεύοντα, και τα πρωτεύοντα – η παραγωγή κουλτούρας – δευτερεύοντα» (Kadushin, 1976, σ. 780).

Προς επίρρωση των παραπάνω, ο Wittel (2001) έχει επισημάνει ότι **το «networking» έχει άμεση σχέση με την μετατροπή των κεφαλαίων**, καθώς πλέον μοιάζει σαν **οι κοινωνικές σχέσεις να υπολογίζονται ως κεφάλαιο** – οι επαφές κάποιου θεωρούνται υλικό αγαθό, δυνάμενο να χαθεί, να κλαπεί κλπ (Wittel, 2001). Παράλληλα, καθώς τα δίκτυα διακινούν πληροφορία και γνώσεις, κεφάλαιο, εργασία, πελάτες και προϊόντα, «οι νέες εργασιακές πρακτικές είναι ουσιαστικά πρακτικές δικτύωσης» (Wittel, 2001, σ. 53), συχνά χαρακτηριζόμενες από ασάφεια ορίων μεταξύ εργασίας και παιχνιδιού, με **την ικανότητα στον τομέα της δικτύωσης και των διαπροσωπικών σχέσεων να αποτελεί καθοριστικό κριτήριο**

αποτελεσματικότητας (Wittel, 2001), ενώ οι Hesmondhalgh και Baker (2010) επισημαίνουν πως στα δημιουργικά επαγγέλματα η δικτύωση αποτελεί μια δραστηριότητα τόσο σημαντική ώστε **συχνά φτάνει να μετατρέπει όλες τις ώρες της ημέρας σε ώρες εργασίας** (Hesmondhalgh & Baker, 2010). Σε αυτά τα επαγγέλματα έχει κατατάξει ο Hesmondhalgh (2002) και όσα ασκούν κάποιο είδος διαμεσολάβησης μεταξύ πολιτισμικής παραγωγής και κατανάλωσης στη συγκεκριμένη – ευρεία, και ολόένα διευρυνόμενη, όπως θα δούμε – κατηγορία θα εστιάσει το αμέσως επόμενο υποκεφάλαιο.

1.2 Οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές

Ο όρος «**πολιτισμικοί διαμεσολαβητές**» χρησιμοποιήθηκε από τον Pierre Bourdieu στη *Διάκριση* (Bourdieu, 1979/2002) – μάλιστα με τον προσδιορισμό «νέου» – για την περιγραφή των επαγγελματιών αυτών, χωρίς ωστόσο να αναλυθεί εκτενώς ο ρόλος τους στη σχέση μεταξύ πολιτισμικής παραγωγής και κατανάλωσης, κάτι που έχει γίνει αντικείμενο αρκετής κριτικής (Lizé, 2016· Savage et al., 2005). Ωστόσο σ' εκείνον μοιάζει να οφείλεται η ανάδειξη της ανάγκης για περαιτέρω μελέτη της πολιτισμικής διαμεσολάβησης, ανάγκη την οποία επισημαίνει σχεδόν την ίδια περίοδο και ο DiMaggio (1983) και, με το πέρασμα του χρόνου, όλο και περισσότεροι (Maguire & Matthews, 2010· Moor, 2008· Nixon & Du Gay, 2002).

Ο όρος έχει θεωρηθεί σημαντικός γιατί, αφενός, υπογραμμίζει την ύπαρξη μιας επαγγελματικής κατηγορίας της οποίας βασικό μέλημα είναι η **δημιουργία και η διατήρηση της σχέσης μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης της κουλτούρας** (Lizé, 2016· Negus, 2002), σε αντίθεση με τα προγενέστερα «διαβιβαστικά» μοντέλα και, αφετέρου, μετακινεί την οπτική, από την αντίληψη ότι το οικονομικό κεφάλαιο διαμορφώνει το πολιτισμικό, στο ενδεχόμενο να συμβαίνει και το αντίθετο, ή, έστω, να αλληλοδιαμορφώνονται (Negus, 2002). Ωστόσο, ο όρος έχει γίνει και αντικείμενο αρκετής κριτικής: ένα πρώτο σημείο αφορά στο χαρακτηρισμό «νέου», που μοιάζει προβληματικός, καθώς διαδικασίες πολιτισμικής διαμεσολάβησης μοιάζει να υπάρχουν από πολύ νωρίτερα στην ανθρώπινη ιστορία, ενώ, τουλάχιστον στη Μ. Βρετανία, δε διαπιστώνεται ιδιαίτερη αύξηση του αριθμού των πολιτισμικών διαμεσολαβητών κατά το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα, έστω και αν, ενδεχομένως αυξήθηκε η επιρροή τους (Maguire & Matthews, 2010· Moor, 2008· Nixon & Du Gay, 2002). Επίσης, έχοντας χρησιμοποιηθεί για να περιγράψει ένα μεγάλο εύρος

δημιουργικής ή πολιτισμικής απασχόλησης ατόμων αλλά και οργανισμών, έχει δεχτεί την κριτική ότι είναι ένας όρος ιδιαίτερος γενικός (Maguire & Matthews, 2012), συμπεριληπτικός (Moore, 2008· Negus, 2002· Nixon & Du Gay, 2002) ή ασαφής και προϊόν παρεξήγησης των προθέσεων του Bourdieu (Hesmondhalgh, 2002· Molloy & Larner, 2010).

Έτσι, ικανό μέρος της σχετικής βιβλιογραφίας τείνει να προτιμά – ή να χρησιμοποιεί ταυτόχρονα – τον όρο «**πυλωρός**» για την περιγραφή επαγγελματιών και οργανισμών «ως μια μεταφορά, για τα φίλτρα μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης» (Pareschi, 2015, σ. 3) με συνέπεια **συχνά οι όροι «πυλωρός» και «πολιτισμικός διαμεσολαβητής» να αλληλεπικαλύπτονται** (Pareschi, 2015). Πράγματι, συχνά χρησιμοποιείται ο όρος «πυλωρός», προκειμένου για πολιτισμική διαμεσολάβηση (Becker, 1982· DiMaggio & Hirsch, 1976· Greenfeld, 1988· Hirsch, 1978· Reddy et al., 1998), οι Foster και Ocejó (2013) χρησιμοποιούν ταυτόχρονα τους όρους «πυλωρός» και «**μεσίτης**» (Foster & Ocejó, 2013), ενώ και άλλοι όροι έχουν χρησιμοποιηθεί: ο Caves (2006) αναφέρεται σε «**πιστοποιητές**» της αξίας ενός πολιτισμικού προϊόντος (Caves, 2006), ενώ ο Hesmondhalgh (2002) προτιμά όπως είδαμε να αναφέρεται γενικότερά σε «**δημιουργικούς εργαζόμενους**» (Hesmondhalgh, 2002), θέση με την οποία συντάσσονται και οι Molloy και Larner (2010), επισημαίνοντας ότι στη νέα «πολιτισμική οικονομία» ή «πολιτισμικό καπιταλισμό», όπου **οι ρόλοι του παραγωγού, του διαμεσολαβητή και του καταναλωτή μπορούν να αφορούν στο ίδιο πρόσωπο**, ο όρος ενδέχεται να μην έχει καμία αξία, αν είχε ποτέ (Molloy & Larner, 2010).

Χαρακτηριστικό είναι το **εύρος των επαγγελματιών αλλά και των θεσμών** που έχουν θεωρηθεί «πολιτισμικοί διαμεσολαβητές» και έχουν ερευνηθεί με τέτοιους όρους: επαγγέλματα σχετιζόμενα με τις εκδόσεις, τη λογοτεχνία, τη λογοτεχνική κριτική και το βιβλίο (Pareschi, 2015· Van Rees, 1983), τον κινηματογράφο, την κινηματογραφική κριτική και την τηλεόραση (Allen & Lincoln, 2004· Randle et al., 2015· Verboord, 2013), τις γκαλερί τέχνης, την κριτική - και γενικότερα τον χώρο - των εικαστικών τεχνών (Acord, 2006· Benhamou, Moureau & Sagot-Duvaurox, 2002· Cook, 2001· François & Chartrain, 1990· Moulin & Quemin, 1993· Peist, 2016· Peterson, 1997· Riccioni, 2018), τα πρακτορεία για σεναριογράφους (Bielby & Bielby, 1999), τις παραστατικές τέχνες και την κριτική για αυτές (Dempster, 2006· Reddy et al., 1998· Wachtel, 1981), την πολιτιστική διαχείριση (Dubois, 2015), τον χώρο των δημόσιων σχέσεων και της διαφήμισης (Edwards, 2015· Hesmondhalgh,

2002· Moor, 2008), τη μουσική βιομηχανία (Anand & Peterson, 2000· Lizé, 2016· Negus, 2002· Zwaan & ter Bogt, 2009), τον χώρο της μόδας (Molloy & Lerner, 2010), ή ακόμη και «απρόσμενα» επαγγέλματα που χρησιμοποιούνται ως «brand ambassadors», όπως σεφ και εργαζόμενοι σε μπαρ (Foster & Ocejó, 2013).

Μια πρώτη παρατήρηση σε σχέση με μεγάλο μέρος του ανωτέρω καταλόγου επαγγελμάτων θα μπορούσε να είναι ότι δραστηριοποιούνται σε πεδία που χαρακτηρίζονται από **αστάθεια, υπερπροσφορά** – πολιτισμικών αγαθών και επίδοξων καλλιτεχνών – και **έλλειψη αδιαμφισβήτητων ποιοτικών κριτηρίων** (Janssen & Verboord, 2015), καθώς και από **ασάφεια** σχετικά με τα όρια μεταξύ ζωής και εργασίας (Hesmondhalgh & Baker, 2010· Kadushin, 1976): συχνά μοιάζει σαν οι ίδιες οι **βιογραφίες, οι στάσεις, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά** και το **ενσωματωμένο κεφάλαιο** όσων εργάζονται σε τέτοια επαγγέλματα να αποτελούν ουσιαστικά την πηγή της απασχόλησής τους, καθιστώντας τους αξιόπιστους «**κοντινούς καταναλωτές**» για το εκάστοτε κοινό (Maguire και Matthews, 2010).

Παράλληλα, σε ανταγωνιστικά περιβάλλοντα, όπως είναι αυτό της σύγχρονης τέχνης αλλά και της διαμεσολάβησής της, οι σταδιοδρομίες μοιάζει πράγματι να είναι χαοτικές, με τρόπο ώστε καριερίστες με αίσθηση της αγοράς να ενθαρρύνονται στη **δημιουργία επαγγελματικών σταδιοδρομιών «από κάτω προς τα πάνω»**, **εκκινώντας από άλλα, πιθανόν παρεμφερή ή έμμεσα σχετιζόμενα με τη διαμεσολάβηση επαγγέλματα** (Peterson & Anand, 2004). Έτσι, οι François και Chartrain (1990), εντοπίζουν τρία στάδια στην καριέρα ενός επίδοξου **κριτικού**: αρχικά τη συνειδητοποίηση της κλίσης προς το γράψιμο και την κριτική, μέσω συχνά της **τυχαίας ενασχόλησης** μ' αυτήν, την προσπάθεια **βιοπορισμού** από την συγγραφή άρθρων για την τέχνη, όπου, για να αντιμετωπίσει τις πολύ χαμηλές αμοιβές, ένας κριτικός αναγκάζεται να γράφει όσο περισσότερο του είναι δυνατόν και, τέλος, μετά από ορισμένο χρονικό διάστημα, την απόφαση είτε να **εγκαταλείψει** εντελώς τον κόσμο της τέχνης και το γράψιμο, είτε να αναζητήσει εργασία γενικά ως δημοσιογράφος, είτε, ακόμα, να **παραμείνει εντός του πεδίου της τέχνης από άλλη θέση**, διδάσκοντας, για παράδειγμα, σε κάποια καλλιτεχνική σχολή, ή ως υπεύθυνος ενός χώρου τέχνης – έχοντας πλέον εξασφαλίσει τα προς το ζην, ενδεχομένως να επιδοθεί ξανά στη συγγραφή κειμένων κριτικής (François & Chartrain, 1990). Ωστόσο, όπως επισημαίνουν, η κριτική, σε κάποιες περιπτώσεις, μπορεί να προσφέρει, ειδικά σε άτομα προικισμένα με εκπαιδευτικό κεφάλαιο που ταυτόχρονα στερούνται οικονομικού, **μια ευκαιρία εισόδου στον κόσμο της τέχνης** – κάτι που

ενδεχομένως ερμηνεύει την αποδοχή από τους κριτικούς των χαμηλών αμοιβών που τους προσφέρονται: πρόκειται και εδώ για επένδυση προκειμένου να αποκτηθεί **συμβολικό κεφάλαιο προς αναμετατροπή** σε επόμενο χρόνο (Hesmondhalgh & Baker, 2010· François & Chartrain, 1990).

Ο Pareschi (2015), ερευνώντας τη διαμεσολάβηση μεταξύ συγγραφέων και εκδοτικών οίκων στο ιταλικό λογοτεχνικό πεδίο, παρέχει μια ενδιαφέρουσα οπτική της δυνατότητας άσκησης της διαμεσολάβησης **παράλληλα** με ένα κύριο επάγγελμα, και αποκόμισης οφέλους από αυτήν με όρους **αναμετατροπής κεφαλαίου**: ισχυρίζεται ότι, στο πεδίο που μελετά, οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές **«μοχλεύουν τις άλλες μορφές κεφαλαίου που κατέχουν και τις ‘μετουσιώνουν’ σε συμβολικό κεφάλαιο, ανακαλύπτοντας νέους συγγραφείς»** (Pareschi, 2015, σ.404-405), και εντοπίζει δύο τύπους διαμεσολαβητών: τους **«περιστασιακούς»**, για τους οποίους η διαμεσολάβηση δε μοιάζει να αποτελεί συνειδητό και οργανωμένο στόχο, και τους **«συστηματικούς»** (Pareschi, 2015). Όπως επισημαίνει, οι «περιστασιακοί» αμείβονται «με μια φίλια, μια μπύρα, μια χάρη...» (Pareschi, 2015, σ. 410), με την πιθανότητα απόκτησης επιπλέον **κοινωνικού κεφαλαίου** δηλαδή, ενώ η επιτυχής διαμεσολάβηση δε μοιάζει να τους προσθέτει κάτι σημαντικό σε συμβολικό κεφάλαιο – το διαθέτουν ήδη από την κύρια απασχόλησή τους στο πεδίο, συχνά ως επιτυχημένοι συγγραφείς (Pareschi, 2015). Οι «συστηματικοί» ωστόσο, αν και επίσης συχνά δεν αμείβονται, **έχουν τη δυνατότητα να μετατρέψουν**, επαναλαμβάνοντας τη διαδικασία, το **συσσωρευόμενο κοινωνικό κεφάλαιο σε συμβολικό, κερδίζοντας σε νομιμοποίηση**: καθώς αναγνωρίζονται σταδιακά ως αξιόπιστοι διαλογείς αξιόλογων χειρογράφων, μπορούν να προσεγγίσουν και άλλες, αμειβόμενες πια, θέσεις (επιμελητές, διορθωτές και σύμβουλοι σε εκδοτικούς οίκους), **μετατρέποντας τελικά το συμβολικό κεφάλαιο που έχουν συσσωρεύσει σε οικονομικό** (Pareschi, 2015). Οι επίδοξοι συγγραφείς μπορούν να τους προσεγγίσουν εύκολα: αντίθετα με τους περιστασιακούς, δεν υψώνουν κανένα τείχος, ενώ δηλώνουν ότι η διαμεσολάβηση τους ευχαριστεί, είναι μέρος της προσωπικότητάς τους, καθώς και ότι για την αξιολόγηση των χειρογράφων **ακολουθούν το δικό τους γούστο** και όχι μια σειρά ορισμένων κριτηρίων σχετικά με το τι θα αρέσει στο κοινό ή στους εκδότες (Pareschi, 2015). Τέλος, σύμφωνα με την ίδια έρευνα, ένας τρόπος με τον οποίο οι «συστηματικοί» διαμεσολαβητές επιχειρούν να αυξήσουν το συμβολικό τους κεφάλαιο (και ταυτόχρονα να εξασφαλίζουν πρόσβαση σε νέα χειρόγραφα) είναι

διδάσκοντας δημιουργική γραφή ή συμμετέχοντας σε επιτροπές απονομής λογοτεχνικών βραβείων (Pareschi, 2015).

Στη βάση της οπτικής που βλέπει στη διαμεσολάβηση έναν τρόπο αναμετατροπής κεφαλαίων βρίσκεται και πάλι η σκέψη του Bourdieu στη *Διάκριση* (1979/2002): όπως έχει επισημανθεί, εκτός από το να περιγράψει μια συγκεκριμένη κατηγορία επαγγελματιών κι επαγγελματιών, μεταξύ των οποίων τους «υπεύθυνους πολιτιστικών εκπομπών του ραδιοφώνου ή της τηλεόρασης ή τους κριτικούς εφημερίδων και περιοδικών ‘ποιότητας’ και όλους τους δημοσιογράφους – συγγραφείς ή συγγραφείς – δημοσιογράφους» (Bourdieu, 1979/2002, σ.367), χρησιμοποίησε τον όρο για να καταδείξει **και μια μεταβολή στην ταξική δομή** (Adkins, 2001). Πράγματι, μοιάζει να είδε στα επαγγέλματα «πώλησης συμβολικών αγαθών και υπηρεσιών» (Bourdieu, 1979/2002, σ. 354) την αντίδραση ενός κατώτερου τμήματος της μεσαίας τάξης απέναντι στον **κίνδυνο της απόταξης**: κατέχοντας ατελές ή μη πιστοποιημένο πολιτισμικό κεφάλαιο, οι «νέοι» πολιτισμικοί διαμεσολαβητές φαίνεται να στηρίζονται στην **αυτοοργάνωση** προκειμένου να **δημιουργήσουν εναλλακτικές θέσεις απασχόλησης**, ώστε να παρακάμψουν την προδιαγεγραμμένη κοινωνική τους τροχιά (Conlin, 2014).

Προσεγγίζοντας την πολιτισμική διαμεσολάβηση **με ταξικούς όρους** ο Conlin (2014) επισημαίνει ότι, καθώς οι νεοφιλελεύθερες κοινωνίες χαιρετίζουν την αυτοαπασχόληση ως το νέο είδος επιχειρηματικότητας, η ταξική διάσταση της πολιτισμικής διαμεσολάβησης δε μοιάζει να γίνεται αντικείμενο ιδιαίτερης προσοχής (Conlin, 2014). Σύμφωνα με τον ίδιο, οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές κινούνται «στην πλατιά, και ταυτόχρονα σαν ξυράφι λεπτή, ζώνη μεταξύ υψηλής κουλτούρας και συνθηκών εργατικής τάξης» (Conlin, 2014, σ.12). Ωστόσο, εμπειρικά δεδομένα από τη Γαλλία φαίνεται να δείχνουν πως, τουλάχιστον μετά το 2000, τα επαγγέλματα αυτά είναι αρκετά πιθανό να αποτελούν εξίσου, αν όχι περισσότερο, πεδίο αυτοπραγμάτωσης των γόνων της ανώτερης κοινωνικής τάξης από ό,τι στίβο κοινωνικής ανόδου για τα παιδιά της εργατικής ή της κατώτερης μεσαίας τάξης σε κίνδυνο απόταξης (Dubois, 2015). Επιπλέον, ο Conlin (2014) επιχειρεί να ερμηνεύσει με ταξικούς όρους το γεγονός ότι, όπως έχει συχνά επισημανθεί, οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές μοιάζουν να **συγκρούονται με κατεστημένες μορφές τέχνης**, ή να **βρίσκονται συχνά στο πλάι της εκάστοτε αβανγκάρντ**, διερωτώμενος «κατά πόσον απορρίπτουν τους θεσμούς λόγω αρχών ή επειδή είναι οι ίδιοι αποκλεισμένοι από πιο περίοπτες θέσεις» (Conlin, 2014, σ.8). Πράγματι, και οι Maguire και Matthews

(2010) επισημαίνουν ότι οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές **ασχολούνται μάλλον με «υπό νομιμοποίηση» ή «χρηζοντα νομιμοποίησης» πολιτισμικά προϊόντα** (Maguire & Matthews, 2010) – άλλωστε οι νόμιμες μορφές τέχνης δεν έχουν ανάγκη από διαμεσολάβηση, καθώς η πολιτιστική τους αξία είναι επικυρωμένη (Bourdieu, 1979/2002) – και ότι, θέτοντας στο στόχαστρό τους τη νόμιμη κουλτούρα, επιχειρούν να την μεταβάλουν (Maguire & Matthews, 2012).

Ως προς τη **σχέση των πολιτισμικών διαμεσολαβητών με τη νόμιμη κουλτούρα**, ο Bourdieu (1979/2002) ισχυρίζεται ότι, εφαρμόζοντας σε επαγγέλματα σχετικά (και) με την πολιτιστική και καλλιτεχνική παραγωγή έναν «δημιουργικό επαναπροσδιορισμό» (Bourdieu, 1979/2002, σ. 196), οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές **τείνουν να επιβάλουν τα δικά τους γούστα, αισθητικές διαθέσεις, ταξινομήσεις**, και μάλιστα ότι **απέκτησαν αυξανόμενη εξουσία και δύναμη** αναλαμβάνοντας σημαντικές θέσεις στα μέσα επικοινωνίας **εκλαϊκεύοντας** έργα της υψηλής κουλτούρας για **κοινωνικές τάξεις έως τότε αποκλεισμένες** από αυτά και **αμφισβητώντας την αυθεντία των παραδοσιακών taste-makers** (Adkins, 2001· Nixon & Du Gay, 2002).

Παράλληλα, ο Slater (1997) επισημαίνει πως για τον Bourdieu (1979/2002), καθώς η μεσαία τάξη βρίσκεται μεταξύ υψηλής και χαμηλής κουλτούρας, είναι

σε άβολη σχέση με τις υπάρχουσες «ιεραρχίες του γούστου» και την ίδια στιγμή προτρέπει τα μέλη της να υποστηρίζουν, ή να νιώθουν άνετα, με ένα νέο και διασπαστικό σχήμα πολιτιστικών διακρίσεων και νομιμοποίησης, (τον μεταμοντερνισμό), το οποίο μπορούν να χρησιμοποιήσουν για να προωθήσουν τα συμφέροντά τους στο οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό πεδίο... (Slater, 1997, σ. 161).

Έτσι, οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές **έχουν συχνά συνδεθεί και με την έλευση της μεταμοντέρνας κουλτούρας:**

καθώς η κατασκευή πραγμάτων έδωσε τη θέση της στην κατασκευή νοήματος σχετικά με τα πράγματα στην ύστερη νεωτερικότητα, ο πολιτισμικός διαμεσολαβητής είναι κεντρικός παραγωγός νοήματος (...). Σε μια κοινωνία γεμάτη από διαφορετικές επιλογές στυλ ζωής και πρόσφατα απελευθερωμένη από τις ιεραρχίες του πολιτιστικού γούστου, οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές αποκτούν αξία ως αγαθοί οδηγοί του γούστου στην εποχή της αυτοαναφορικής μετανεωτερικότητας (Wright, 2005, σ. 110 - 111).

Σε κάθε περίπτωση, όπως έχει επισημανθεί, κάθε αισθητική έχει ανάγκη από ανθρώπους που θα την ερμηνεύσουν (Becker, 1982· Townley & Gullledge, 2013), είτε στα πλαίσια των κυρίαρχων συμβάσεων ενός κόσμου της τέχνης, είτε εξηγώντας στο κοινό την καινοτομία και τη ρήξη με την ισχύουσα σύμβαση, συντελώντας έτσι στην «κανονικοποίηση της νέας πρακτικής» (Becker, 1982, σ.134). Σε αυτήν την

διαδικασία, **οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές φαίνεται να δημιουργούν – αλλά και να δημιουργούνται από – κατηγορίες πολιτισμικής νομιμότητας** (Maguire & Matthews, 2012), **μέσω της απόδοσης αξίας** (Janssen & Verboord, 2015). Έτσι, μια πλευρά της εργασίας των πολιτισμικών διαμεσολαβητών έχει θεωρηθεί ότι αφορά σε **διαδικασίες νομιμοποίησης** καλλιτεχνικών ειδών και καλλιτεχνών (Edwards, 2015· Lizé, 2016· Maguire & Matthews, 2012· Moor, 2008): σύμφωνα με αυτήν την οπτική, οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές, επικαλούμενοι το πολιτισμικό κεφάλαιο που έχουν (ή ισχυρίζονται ότι έχουν), φαίνεται συχνά να υποδεικνύουν **ποιος ή τι είναι (ή δεν είναι) νόμιμο**, τόσο διακρίνοντας μεταξύ «υψηλής» και «χαμηλής» κουλτούρας, όσο και **επιχειρώντας να δημιουργήσουν «καθιερωμένες» μορφές, επικαλούμενοι έννοιες όπως trendy, αυθεντικότητα, ηθική κλπ** (Maguire & Matthews, 2012). Έχει μάλιστα υποστηριχθεί πως η παραγωγή συμβολικού περιεχομένου από πλευράς τους δεν είναι παρά η προσπάθειά τους να **διαμορφώσουν και να ελέγξουν την αξία χρήσης και την ανταλλακτική αξία των πολιτισμικών προϊόντων** (Negus, 2002), «διαμορφώνοντας το πλαίσιο εντός του οποίου οι άλλοι (οι τελικοί καταναλωτές, καθώς και άλλοι παράγοντες της αγοράς, ακόμα και άλλοι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές) εμπλέκονται με τα πολιτισμικά προϊόντα» (Maguire & Matthews, 2012, σ. 552).

Την σκέψη του Bourdieu (1979/2002) φαίνεται να προεκτείνει και ο Lizé (2016), υποστηρίζοντας ότι, ευρισκόμενοι στον πυρήνα του σημείου έντασης μεταξύ της καλλιτεχνικής παραγωγής και της εμπορικής της εκμετάλλευσης, οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές μοιάζει να **ειδικεύονται ουσιαστικά στην αναμετατροπή κεφαλαίου** (Lizé, 2016), κάτι που γίνεται αρκετά αισθητό όταν εξετάζεται **ο ρόλος τους σε σχέση με τις σταδιοδρομίες των καλλιτεχνών** – αρκεί να αναλογιστεί κανείς την ιδιαίτερη σημασία της **φήμης** εντός των κόσμων της τέχνης και την ιδιαίτερα εφήμερη φύση της (Becker, 1982· Bielby & Bielby, 1999), για να αντιληφθεί την πιθανή **σημασία των πολιτισμικών διαμεσολαβητών για τους καλλιτέχνες**. Για τους νεοεισερχόμενους καλλιτέχνες μάλιστα, η φήμη θεωρείται κυριολεκτικά ζωτικής σημασίας (Negus & Pickering, 2004). Η **σχέση ωστόσο ενδέχεται να είναι και αμφίδρομη**, καθώς όπως είδαμε και παραπάνω, έχουν συσχετιστεί οι **προσπάθειες νομιμοποίησης των νέων καλλιτεχνών από πλευράς διαμεσολαβητών με την επιδίωξη των τελευταίων να κερδίσουν οι ίδιοι νομιμοποίηση** (Conlin, 2014· Peist, 2016), ενώ έχει υποστηριχθεί ότι, σ' αυτό το

πλαίσιο, είναι δυνατόν να κατασκευαστούν κυριολεκτικά από αυτούς σταδιοδρομίες καλλιτεχνών, ή ακόμα και καλλιτεχνικά κινήματα (Cook, 2001).

Η **αναγνώριση από πλευράς της κριτικής** μοιάζει πράγματι σημαντική για τη δημιουργία **συναίνεσης** γύρω από τους καλλιτέχνες (Allen & Lincoln, 2004· Becker, 1982· Menger, 2007) – έχει επισημανθεί χαρακτηριστικά **ότι και μόνο η επιλογή ενός κριτικού να ασχοληθεί με ένα πολιτιστικό προϊόν αποτελεί ήδη μια πράξη αναγνώρισης της ιδιαίτερης αξίας του** (VanRees, 1983). Παράλληλα, διαμεσολαβητές όπως τα πρακτορεία εκπροσώπησης μοιάζει να εκλαμβάνονται οι ίδιοι ως εγγύηση της αξίας ενός καλλιτέχνη (Bielby & Bielby, 1999), άλλωστε ουσιαστικά επιδίδονται «στην προσπάθεια να επεκτείνουν το ειδικό κεφάλαιο ενός καλλιτέχνη και, ειδικότερα, να επιτύχουν αυτό να αναγνωριστεί» (Lizé, 2016, σ. 38), επιδιώκοντας αφενός την **αύξηση της ορατότητας** του καλλιτέχνη – να «γίνει γνωστός» - και αφετέρου την **αύξηση της νομιμότητάς** του – να «είναι αναγνωρισμένος» (Lizé, 2016). Έτσι, συναντάται όλο και συχνότερα ο τύπος του επίδοξου νέου καλλιτέχνη ο οποίος πληρώνει κάποιον μεσολαβητή για όλο το «πακέτο» της επικοινωνίας (Riccioni, 2018).

Καθώς η **αβεβαιότητα** μοιάζει να αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της σύγχρονης τέχνης, τόσο σε ατομικό (όσοι σταδιοδρομούν σε κόσμους της τέχνης με οποιονδήποτε τρόπο) όσο και σε επίπεδο πολιτιστικών βιομηχανιών – **αβεβαιότητα οικονομικής αλλά και αισθητικής φύσης** (Anand & Peterson, 2000· Bielby & Bielby, 1999· Dempster, 2006· Hennion, 2018· Hesmondhalgh, 2002· Moulin & Quemín, 1993· Peterson, 1997· Quemín, 2018) – **οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές φαίνεται πως παίζουν κομβικό ρόλο στη μείωσή της** (Dempster, 2006· Janssen & Verboord, 2015· Quemín, 2018· Riccioni, 2018). Σ' αυτό το πλαίσιο, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η δημιουργία και η χρήση από πρόσωπα και θεσμούς που μπορούν να θεωρηθούν πολιτισμικοί διαμεσολαβητές (Dempster, 2006· Quemín, 2018), «αξιολογικών» ιεραρχικών κατατάξεων, όπως για παράδειγμα οι διάφορες **λίστες** ή τα **βραβεία**, πρακτικές οι οποίες μοιάζει να συμβάλουν στην **αντικειμενικοποίηση της καλλιτεχνικής αξίας** (Quemín, 2018).

Πράγματι, έχει υποστηριχθεί ότι η κριτική φαίνεται να **δυσκολεύεται να αγνοήσει** λογοτέχνες που έχουν κερδίσει βραβεία, πολύ περισσότερο από ό,τι όσους έχουν απλώς εμπορική επιτυχία (Allen & Lincoln, 2004), ενώ οι λίστες κατάταξης φαίνεται πως χρησιμοποιούνται και από τις Πολιτιστικές Βιομηχανίες για την **άντληση στοιχείων για την αγορά**: στις εικαστικές τέχνες συμβάλλουν στον

καθορισμό της τιμής των έργων και του status των καλλιτεχνών (Quemin, 2018), λαμβάνονται υπόψη για το **πού θα κατευθυνθούν οι επενδύσεις** των Πολιτιστικών Βιομηχανιών, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τη λίστα του Billboard για τη μουσική βιομηχανία των ΗΠΑ - παρά τις υπόνοιες για παρεμβάσεις στη διαμόρφωσή της και την αμφισβητούμενη μεθοδολογία κατάρτισής της (Anand & Peterson, 2000). Έχει θεωρηθεί πως τέτοιες λίστες **πιθανότατα επηρεάζουν και την καταναλωτική ζήτηση** (Wachtel, 1981· Dempster, 2006), ή ακόμα ότι **δομούν πεδία αγοράς** (Anand & Peterson, 2000), ενώ αξίζει να σημειωθεί ότι σε εμπειρική έρευνα έχει διαπιστωθεί και η ακόλουθη, ενδιαφέροντος αντιφατική, στάση απέναντί τους: **άρνηση της σημασίας των λιστών, αλλά ταυτόχρονα γνώση του περιεχομένου τους** και συχνή χρήση τους για **άντληση πληροφοριών**, σχετικών, για παράδειγμα, με το **status των καλλιτεχνών**, κάτι που τελικά φαίνεται να επιβεβαιώνει τη σημασία τους (Quemin, 2018). Αξίζει, τέλος, να επισημάνουμε ότι η απονομή βραβείων από έναν οργανισμό που δραστηριοποιείται εντός ενός πολιτισμικού πεδίου έχει θεωρηθεί ότι στην ουσία **προάγει και την νομιμοποίηση του ίδιου του πεδίου**, ως πεδίου πραγματοποίησης εξαιρετικών επιτευγμάτων αλλά ταυτόχρονα, και καθόλου αμελητέα, ότι **αποδίδει και νομιμοποιητική ισχύ στον οργανισμό που τα απονέμει** (Allen & Lincoln, 2004).

Η **αναγνώριση** από τον κόσμο της τέχνης της **αρμοδιότητάς** και η απόκτηση της **φήμης του «ειδικού»**, θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση ύπαρξής του (Becker, 1982· Moulin & Quemin, 1993). Συνεπώς, ένα μεγάλο μέρος της δραστηριότητάς των πολιτισμικών διαμεσολαβητών φαίνεται να περιλαμβάνει **«μάχες νομιμότητας»** (Negus & Pickering, 2004), με σκοπό την **καθιέρωση του τομέα τους και του εαυτού τους** (Maguire & Matthews, 2012). Από πλευράς βιβλιογραφίας, ωστόσο, τα κριτήρια, οι γνώσεις και η πληροφόρηση που διαθέτουν οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές μάλλον τυγχάνουν ιδιαίτερης αμφισβήτησης. Σύμφωνα, για παράδειγμα με τον Van Rees (1983), ο οποίος γράφει για τους βιβλιοκριτικούς, η αξιολόγηση ενός κειμένου δεν βασίζεται σε καμία ειδική ενόραση από μέρους του κριτικού, αλλά το νομιμοποιητικό στοιχείο μοιάζει να είναι μάλλον **η δυνατότητα του κριτικού να συμμορφώνεται με τις κρατούσες μεταξύ των ομοτέχνων του απόψεις περί τέχνης και να χρησιμοποιεί το σωστό ύφος** (VanRees, 1983), μοιάζοντας να απηχεί τη σκέψη των Becker (1982) και Bourdieu (2002), ενώ κατά άλλους, **μια γνώση του τι η αγορά θεωρεί νόμιμο φαίνεται αρκετή** (Maguire & Matthews, 2012). Οι Moulin και Quemin (1993) μάλιστα, φτάνουν να ισχυρίζονται

ευθέως ότι «οποιοσδήποτε μπορεί να αξιωθεί τον τίτλο του ειδικού», εφόσον μάλιστα αυτή η «ειδικότητα» (connoisseurship) **θεωρείται πως δε διδάσκεται**, πως αποτελεί δώρο της φύσης, πως κάποιος έχει « 'μάτι', 'βλέμμα', 'έκτη αίσθηση'» (Moulin & Queminn, 1993, σ.1428), βρισκόμαστε, δηλαδή, ξανά, όπως και για τους καλλιτέχνες, μπροστά στην «**ιδεολογία του χαρίσματος**» κατά Bourdieu (1993). Παράλληλα έχει υποστηριχθεί ότι οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές μάλλον δημιουργούν την εντύπωση πως γεφυρώνουν το χάσμα μεταξύ πολιτιστικής παραγωγής και κατανάλωσης, με τις εικόνες, τις λέξεις και τα σύμβολα που χρησιμοποιούν, χωρίς απαραίτητως τελικά να το πραγματοποιούν, ενώ κατά κάποιους ενδέχεται ως και να αναπτύσσουν δεξιότητες σχετικές με την απόκρυψη ή τη διαστροφή της αλήθειας και τη διασπορά ψευδών πληροφοριών (Negus, 2002).

Όπως οι καλλιτέχνες λαμβάνουν πάντα υπόψη τις πιθανές αντιδράσεις του κοινού αλλά και των πυλωρών (Becker, 1982), έτσι φαίνεται να κάνουν και οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές, καθώς συχνά επιλέγουν να **προβάλουν όποιον καλλιτέχνη θεωρούν ότι είναι ή θα γίνει αρεστός σε άλλους επαγγελματίες της διαμεσολάβησης** (Zwan & ter Bogt, 2009). Καθώς μάλιστα το κοινό μοιάζει να είναι πιο πιστό σε καλλιτέχνες που είναι δημοφιλείς ασχέτως αν θεωρούνται οι πιο ταλαντούχοι (Andler, 2006), κάτι που φαίνεται να γνωρίζουν καλά οι διαμεσολαβητές (Janssen & Verboord, 2015· Zwan & ter Bogt, 2009), συχνά **διαμεσολαβείται ευκολότερα κάτι δοκιμασμένο**, όπως οι σταρ (Edwards, 2015).

Ωστόσο θα άξιζε να ληφθούν υπόψη και οι εξής επισημάνσεις: πρώτον, ότι, δεδομένου του όγκου της καλλιτεχνικής παραγωγής και λαμβάνοντας υπόψη τα ειδικά χαρακτηριστικά του εκάστοτε Μέσου στο οποίο εργάζονται και του κοινού στο οποίο θεωρούν ότι απευθύνονται, δε μοιάζει αδικαιολόγητη η από μέρους τους αναζήτηση **εγγυήσεων νομιμότητας**, όπως οι **σταδιοδρομίες** των καλλιτεχνών που παρουσιάζουν και η αντιμετώπιση των τελευταίων από **άλλα αντίστοιχα μέσα** (Janssen & Verboord, 2015)· δεύτερον, ότι, καθώς συχνά μοιάζει σαν η ίδια η ιδέα της πρωτοποριακής τέχνης να αντιτίθεται στην εφαρμογή οποιουδήποτε κριτηρίου, οι πυλωροί είναι αναγκασμένοι να αποφασίζουν **με ιδεολογικά κριτήρια**, διαχειριζόμενοι την ένταση μεταξύ ιδεολογημάτων περί «ελευθερίας» και «ανοικτότητας» και την, στην πράξη, **υπεράσπιση της «δικής τους» τέχνης, εκείνης που οι ίδιοι υποστηρίζουν** (Greenfeld, 1988). Σ' αυτό το πλαίσιο, βέβαια, αξίζει μνείας η θέση ότι η τρέχουσα απόλυτη αδυναμία να οριστεί κάτι ως τέχνη (Greenfeld, 1988· Hennion, 2018· Moulin & Queminn, 1993), εκτός από το ότι αφήνει

απεριόριστες δημιουργικές δυνατότητες και επιλογές, επιτρέπει και μια «**νέα γεωγραφία θέσεων**» (Hennion, 2018, σ.151) στη σχέση της τέχνης με την εξουσία, η οποία συχνά αντανακλάται και στην υπεροψία των πετυχημένων καλλιτεχνών, των μεσολαβητών και γενικότερα όσων ανήκουν στους κόσμους της πρωτοποριακής τέχνης, των οποίων οι αποφάνσεις τείνουν να διαθέτουν κατηγορηματικότητα δόγματος (Hennion, 2018).

Σε κάθε περίπτωση, βεβαίως, δεν θα έπρεπε να αγνοείται ότι οι ίδιοι οι διαμεσολαβητές είναι **εξ' ορισμού φορείς αισθητικών διαθέσεων**, κάτι που καθιστά λογική την αμφισβήτηση της αντικειμενικότητας των κρίσεών τους, ανεξαρτήτως των προθέσεών τους (Moor, 2008). Άλλωστε, εφόσον ανήκουν και οι ίδιοι στο σώμα των καταναλωτών, δεν είναι παράξενο ότι συχνά **χρησιμοποιούν ως «ιδεατούς καταναλωτές» τους εαυτούς τους** (Maguire και Matthews, 2010).

Έχουν εκφραστεί αρκετές επιφυλάξεις σχετικά με τις **πραγματικές δυνατότητες επιρροής** των διαμεσολαβητών στο κοινό καθώς, ακόμα και όταν οι ίδιοι επιχειρούν συνειδητά μια τέτοια προσπάθεια, φαίνεται πως συχνά υπερεκτιμούν την ικανότητά τους να κατανοούν τα γούστα και τις προτιμήσεις του κοινού-στόχου, κρίνοντας, πιθανόν, τελικά αυθαίρετα και σύμφωνα με τα δικά τους γούστα, εικασίες και στερεότυπα (Di Maggio & Hirsh, 1976· Moor, 2008· Negus, 2002). Ωστόσο, στις σύγχρονες συνθήκες ζωής, όπου ο χρόνος είναι περιορισμένος και η αγορά μεγάλη, η επίδρασή τους θα μπορούσε να είναι σημαντική, ενώ αποκτά **ακόμα μεγαλύτερη σημασία όταν δεν υπάρχουν αντικειμενικές εγγυήσεις νομιμότητας** για ένα πολιτισμικό προϊόν, όπως, για παράδειγμα, θα ήταν οι γνωστοί πρωταγωνιστές, προκειμένου για μια κινηματογραφική ταινία ή θεατρική παράσταση (Janssen & Verboord, 2015). Παράλληλα η απήχηση και η εγκυρότητα του Μέσου το οποίο χρησιμοποιεί ή στο οποίο εργάζεται ένας κριτικός φαίνεται να του εξασφαλίζει και ανάλογη αξιοπιστία (Janssen & Verboord, 2015).

1.3 Διαδίκτυο και πολιτισμική διαμεσολάβηση

Η ανάπτυξη του διαδικτύου φαίνεται να μεταβάλλει στον τρόπο που η πληροφορία σε σχέση με τα πολιτισμικά προϊόντα διανέμεται, αναζητείται, και αποτιμάται, συντελώντας στην **αύξηση της αβεβαιότητας** στα επαγγέλματα που σχετίζονται με διαδικασίες πολιτισμικής διαμεσολάβησης, καθώς η **κριτική «από κάτω προς τα πάνω»** φαίνεται να θέτει σε δοκιμασία την **«παραδοσιακή» κριτική** (Janssen & Verboord, 2015). Πράγματι, τα ψηφιακά δίκτυα ενδέχεται να κληρονόμησαν από την αντικουλτούρα την σύνδεση της προσωπικής χρήσης του υπολογιστή με τη δημοκρατικότητα (Hesmodhalgh, 2002), ίσως και λόγω της αποκεντρωμένης τεχνολογικής αρχιτεκτονικής του ίδιου του διαδικτύου (Mansell, 2016). Τα παραπάνω, μαζί με τον, από δεκαετίες, εκδημοκρατισμό της εκπαίδευσης (Bourdieu, 1979/2002), φαίνεται πως **ενθαρρύνουν τους χρήστες να εκφράζουν τις δικές τους αισθητικές κρίσεις**. Ένα τέτοιο πλαίσιο ενδεχομένως ερμηνεύει την **αύξηση των ιστοτόπων πολιτιστικού περιεχομένου**, με κάποιους μάλιστα να διαθέτουν συμμετοχικό interface, όπου μπορεί ο χρήστης-μέλος του κοινού να δώσει την κριτική του, να αλληλεπιδράσει με άλλους χρήστες και να συμμετάσχει στη διαμόρφωση γνώμης για τα πολιτισμικά προϊόντα (Janssen & Verboord, 2015). Οι χρήστες του διαδικτύου φαίνεται πως αναζητούν ενημέρωση, όχι μόνο από τους παραδοσιακούς κριτικούς, αλλά και από άλλους χρήστες, τάση που βαίνει αυξανόμενη (Janssen & Verboord, 2015· Verboord, 2013), ακόμα κι αν συχνά οι διαδικτυακές κριτικές των χρηστών μοιάζουν να εστιάζουν σε πληροφορίες **μάλλον αμιγώς πρακτικού χαρακτήρα**, χωρίς διάκριση μεταξύ «υψηλής» και «χαμηλής» κουλτούρας ή στάτους και συχνά **χωρίς καν ενδιαφέρον για το περιεχόμενο** (Alexander, Blank, & Hale, 2018). Ωστόσο, οι Foster και Ocejó (2013) επισημαίνουν πως η ψηφιακή τεχνολογία δημιούργησε **νέους, λιγότερο φανερούς, ρόλους μεσιτείας**, που συχνά χαιρετίζονται ως δείγματα εκδημοκρατισμού και «από-διαμεσολάβησης» (Foster & Ocejó, 2013, σ.2), ενώ υπογραμμίζουν και τη δυνατότητα, τουλάχιστον των σχετικών με τη μουσική ιστοτόπων, **να δημιουργούν διασημότητα** (Foster & Ocejó, 2013). Επιπλέον, έχει υποστηριχθεί ευθέως ότι, χάρη στο διαδίκτυο, οι καλλιτέχνες και το κοινό μπορούν **να παρακάμψουν τους παραδοσιακούς πυλωρούς**, με τους πρώτους να κερδίζουν απευθείας πρόσβαση στο κοινό, το οποίο αποκτά άμεση πρόσβαση στη γνώση, με τρόπο ώστε να θεωρείται δυνατόν να παραγάγει δικές του ερμηνείες (Legros, 2006).

Ο Verboord (2013) επισημαίνει ότι ελάχιστη προσοχή έχει δοθεί ως τώρα στο διαδίκτυο ως μεσολαβητή γούστου, καθώς και στο **πώς τα διαδικτυακά μέσα επηρεάζουν την συμβολική παραγωγή της κουλτούρας**, ενώ ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η παρατήρησή του ότι η ανάδυση όλο και περισσότερων ιστοσελίδων όπου οι καταναλωτές συνομιλούν σχετικά με πολιτισμικά προϊόντα είχε δύο αντιφατικές συνέπειες: τη **σχετικοποίηση της αξιοπιστίας** τους από τη μια, αλλά και την ταυτόχρονη ανάδυση **νέων καθεστώτων αξιοπιστίας και δημιουργίας φήμης**, πλάι στις παραδοσιακές πηγές νομιμοποίησης, από την άλλη (Verboord, 2013).

Παράλληλα, σύμφωνα πάντα με τον ίδιο, φαίνεται να προκύπτει μια νέα σχέση μεταξύ διαδικτυακής και συμβατικής κριτικής, με τη διαδικτυακή κριτική να θέτει πράγματι σε δοκιμασία την θεσμοποιημένη, που δεν εγκαταλείπεται, βεβαίως, από το κοινό. Ωστόσο ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η θέση του ότι η προσπάθεια των διαδικτυακών κριτικών να αποδώσουν αξία σε πολιτισμικά προϊόντα τους οδηγεί στη διαμόρφωση ενός **ιδιαίτερου είδους λόγου**, ο οποίος τείνει συχνά να προσομοιάζει του ακαδημαϊκού (Verboord, 2013). Όπως υποστηρίζει, η χρήση ακαδημαϊκού τύπου «κριτηρίων και τεχνικών όχι μόνο παρέχει μιαν **νομιμοποιητική ιδεολογία**, αλλά έχει επίσης αντίκτυπο στο **πολιτισμικό κεφάλαιο του κοινού, των άλλων κριτικών και άλλων μελών του πεδίου**» (Verboord, 2013, σ.923). Ωστόσο, διαπιστώνει ότι παράλληλα με τον «υψηλό» και νομιμοποιητικό λόγο περί πολιτισμικής αξίας, άλλοι λόγοι, περισσότερο εκλαϊκευμένοι είναι ευρέως προσιτοί και,

καθώς πολλοί επαγγελματίες του πολιτισμικού πεδίου και τα ακροατήριά τους έχουν συγκρίσιμα επίπεδα πολιτισμικού κεφαλαίου στη διάθεσή τους, είναι σχετικά εύκολο να βρεθεί κοινός τόπος. Αυτή είναι και η θεσμική «κόλλα» - η κυρίαρχη λογική – που τείνει να αναπτύσσεται και να διαδίδεται... (Verboord, 2013, σ. 924).

Θα άξιζε επίσης να αναφερθεί η θέση του σε σχέση με τους δημιουργούς διαδικτυακών σελίδων πολιτιστικού περιεχομένου, η οποία φέρνει στο νου την έννοια του πολιτισμικού κεφαλαίου που αποκτάται «μέσω μιας επιχείρησης **αυτοδιδασκαλίας**» – όπως την χαρακτηρίζει ο Bourdieu (1979/2002, σ.370) και την υπενθυμίζει ο Wright (2005) – με την οποία υποστηρίζει ότι

δρώντες χωρίς επαγγελματική θέση στο πολιτισμικό πεδίο δημιουργούν το δικό τους ατομικό (blog) ή συλλογικό (webzine) σημείο έκφρασης, ή συνεισφέρουν χωρίς αμοιβή σε υπάρχουσες διαδικτυακές σελίδες ή forums (...) η είσοδος στο πεδίο των εργαζομένων στα Μέσα δρώντων που δεν έχουν επίσημη εκπαίδευση αλλάζει την αντίληψη για τους ρόλους και για τις πρακτικές στα Μέσα, καθώς

τα όρια μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης διαβρώνονται (Verboord, 2013, σ. 924),

θυμίζοντας τις θέσεις του Jenkins (2006) περί **σύγκλισης** μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης.

Παράλληλα, ο Verboord (2013) επισημαίνει ότι

οι κριτικοί των διαδικτυακών μέσων έχουν χαλαρότερους δεσμούς με τις θεσμικές διευθετήσεις σχετικά με το πώς οφείλει να επιτελείται η πολιτισμική αξιολόγηση: οι υποκειμένες αισθητικές διαθέσεις και επαφές με άλλους θεσμούς στο πεδίο, ευθυγραμμίζονται λιγότερο με τις επικρατούσες οπτικές πάνω στο πολιτισμικό κεφάλαιο. Αλλάζοντας τον λόγο, οι συμμετέχοντες στα διαδικτυακά μέσα, έχουν πιθανόν τη δυνατότητα να επηρεάσουν την ίδια την ιδεολογική βάση της απόδοσης αξίας (Verboord, 2013, σ. 924).

Η παραπάνω θέση του, συνδυαζόμενη με την διαπίστωσή του ότι η συμβολική διάσταση της διαδικτυακής κριτικής δεν έχει μελετηθεί αρκετά (Verboord, 2013), αφήνει ανοικτό το ερώτημα σχετικά με τον αν και σε ποιο βαθμό υπάρχει επίδρασή της στην πολιτισμική αξιολόγηση, ενώ επισημαίνει την **«άνοδο της οικονομίας της προσοχής»** (Verboord, 2013, σ. 924): **σε μια κορεσμένη από Μέσα κοινωνία, η προσοχή γίνεται σπάνιο εμπόρευμα**, και θεωρείται ότι ρέει με τρόπο που συχνά δεν είναι ανάλογος του κύρους του οργανισμού που τη ζητά. Έτσι, οι ισχυρισμοί περί αυθεντίας ή ειδικότητας δεν είναι πια παρά μία ανάμεσα σε πολλές στρατηγικές προσέλκυσης της δημόσιας προσοχής, όπως είναι και η αναφορά σε «διασημότητες», ή ο χαρακτηρισμός ενός προϊόντος ως «νέου», ενώ την ίδια στιγμή πολλοί ερασιτέχνες αρθρογράφοι απλώς μοιράζονται με το κοινό, **ως όμοιοι**, την προσωπική τους εμπειρία (Verboord, 2013). Τέλος, αξίζει αναφοράς η επισήμανσή του ότι η **ανάδυση συστημάτων online αξιολόγησης, βαθμολόγησης, συστάσεων** «έχει κάνει τα μοτίβα της προσοχής των Μέσων πιο διαφανή» (Verboord, 2013, σ. 925): οι διαδικτυακοί χρήστες έχουν τη δυνατότητα να συγκρίνουν τις αξιολογήσεις επαγγελματιών και ερασιτεχνών κριτικών, **κάτι που δεν αποκλείεται να λαμβάνεται υπόψη και από τη θεσμοποιημένη και εκτός διαδικτύου κριτική** (Verboord, 2013).

Έχει επισημανθεί ότι η ψηφιακή εποχή, φέρνοντας στο προσκήνιο νέες μορφές ερασιτεχνικής ή ημι-επαγγελματικής παραγωγής, όπως η Wikipedia, τα διάφορα ιστολόγια κλπ., οδήγησε συχνά τη θεωρία σε θέσεις που μοιάζουν να μην ενδιαφέρονται για το ότι η απασχόληση στο διαδίκτυο εξακολουθεί να αποτελεί εργασία (Hesmodhalgh & Baker, 2010). Ωστόσο, αν δεχτούμε την επισήμανση των Golder και Macy (2014) ότι

οι χρήστες (...) εισέρχονται σε ένα μεταφυσικό βασίλειο όποτε ανοίγουν το πρόγραμμα περιήγησής τους. Ο διαδικτυακός κόσμος δεν ταυτίζεται με τον φυσικό, αλλά είναι εντελώς πραγματικός. Οι χρήστες που αναζητούν κύρος, θαυμασμό, κοινωνική αποδοχή και προσοχή στις σχέσεις τους στο φυσικό κόσμο, θα μεταφέρουν αυτές τους τις επιθυμίες και στο ψηφιακό κοινωνικό τους δίκτυο (Golder & Macy, 2014, σ. 143),

μοιάζει η διαδικτυακή κοινωνικότητα να αποτελεί σημαντικό παράγοντα διαμόρφωσης του «**προσωπικού αφηγήματος**» των χρηστών, και ακόμη περισσότερο των καλλιτεχνών αλλά και των ίδιων των πολιτισμικών διαμεσολαβητών. Η δημιουργία ενός τέτοιου αφηγήματος είναι, όπως παρατηρούν οι Negus & Pickering (2004),

...στενά συνδεδεμένη με το ιδανικό του αυτό-προσδιορισμού στις νεωτερικές κοινωνίες (...), την ανάπτυξη μιας αναστοχαστικής (κριτικά αυτό-αναφορικής) προσέγγισης του παρελθόντος μας ως βιογραφίας, και την διάδοση μιας ηθικά φορτισμένης πεποίθησης ότι κατασκευάζουμε οι ίδιοι τις αφηγήσεις της ζωής μας (Negus & Pickering, 2004, σ. 33-34).

1.4 Ο χώρος του θεάτρου σε Ευρώπη και Ελλάδα και η ανάδυση της διαδικτυακής πολιτισμικής διαμεσολάβησής του

Θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι το θέατρο αποτελεί ένα καλλιτεχνικό πεδίο όπου η **διαμεσολάβηση αποκτά ιδιαίτερη σημασία**, αν αναλογιστεί κανείς ότι, για παράδειγμα, από την οπτική των οικονομικών του πολιτισμού, μια θεατρική παράσταση αποτελεί ένα «**αγαθό εμπειρίας**» (Reddy et al., 1998· Throsby, 2006): ο θεατής εισέρχεται ως καταναλωτής, επενδύοντας χρήμα και χρόνο, σε μια αγοραστική συμφωνία της οποίας δε γνωρίζει το περιεχόμενο (Dempster, 2006). Συνεπώς, η πληροφόρηση γύρω από αυτήν, ανήκει στις στρατηγικές μείωσης του ρίσκου, από πλευράς του αγοραστή-θεατή (Reddy et al., 1998).

Η επιτυχία μιας θεατρικής παράστασης μοιάζει να εξαρτάται λοιπόν από «πηγές πληροφόρησης», πέραν, βεβαίως και από κάποια «αντικειμενικά χαρακτηριστικά» (τιμή εισιτηρίου, είδος παράστασης, καλλιτέχνες και χρόνος πρεμιέρας) (Dempster, 2006· Reddy et al., 1998). Αξίζει να επισημανθεί ότι τα «**ονόματα**» καθώς και τα **βραβεία** που κατέχουν φαίνεται να εκλαμβάνονται ως **δείκτης ποιότητας** από κοινό και κριτικούς (Dempster, 2006· Reddy et al., 1998), αλλά οι πηγές πληροφόρησης (**γνώμη άλλων μελών του κοινού, κριτικές, παρουσιάσεις, διαφήμιση και γενικότερα κάλυψη από τα Μέσα**) φαίνεται να παίζουν πιο σημαντικό ρόλο (Dempster, 2006· Reddy et al., 1998· Wachtel, 1981), ενώ η πίστη στην κριτική από άλλα μέλη του κοινού ή κριτικούς μοιάζει να

προϋπάρχει αρκετά του διαδικτύου: το **«στόμα σε στόμα», η γνώμη φίλων, τα άρθρα κριτικής και τα βραβεία** φαίνεται πως, και στις αρχές της δεκαετίας του 1980, έπαιζαν αποφασιστικότερο ρόλο στο να παρακολουθήσει κανείς μια παράσταση στο Broadway από ότι η διαφήμιση μέσω τηλεόρασης και καταχωρήσεων (Wachtel,1981). Ωστόσο, ειδικότερα για την διαμεσολάβηση του θεάτρου, το διαδίκτυο έχει ευθέως προταθεί ως **εναλλακτικό κανάλι διάχυσης της πληροφορίας, ώστε να αποδυναμωθούν οι κριτικοί των εφημερίδων** (Reddy et al., 1998), αλλά και ως **σημαντικό μέσο προσέγγισης νεότερων θεατών από τους θεατρικούς οργανισμούς**, μέσω εξατομικευμένης επικοινωνίας (Fraser, 2004).

Το «μη εμπορικό» θέατρο, εκείνο που λειτουργεί εκτός θεσμοποιημένων οργανισμών, εκτός θεάτρων ρεπερτορίου και ως απάντηση σε αυτά, χωρίς αμιγώς εμπορικούς όρους, αντιστοιχώντας στο αμερικάνικο «off» και «off off Broadway», στο Αγγλικό «Fringe» ή «independent» (Brauneck, 2017), θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως αποτελεί την σημερινή ευρωπαϊκή θεατρική **αβανγκάρντ**, η οποία, σύμφωνα με όσα εκθέσαμε παραπάνω, ενδέχεται να αποτελεί ελκυστικό πεδίο για τους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές. Ένα τέτοιο είδος θεάτρου έχει θεωρηθεί πως ανέκαθεν έδινε την ευκαιρία σε νέους ανθρώπους που επιθυμούσαν να δοκιμαστούν στη θεατρική τέχνη, σε κάποιες περιπτώσεις ακόμα και αν δεν έχουν τη σχετική εκπαίδευση, ενώ, συχνά, **για τους νέους καλλιτέχνες, οι οποίοι συχνά μόλις έχουν αποφοιτήσει από τη δραματική σχολή, έχει αποτελέσει το εφελτήριο για την είσοδό τους στο θεσμοποιημένο θέατρο ρεπερτορίου** (Brauneck, 2017).

Όπως έχει υποστηριχθεί, στην Ελλάδα το θέατρο μοιάζει, έστω και με κάποια καθυστέρηση, να παρακολουθεί τις ευρωπαϊκές εξελίξεις (Ιωαννίδης, 2020· Μαυρομούστακος, 2005), ενώ και στη χώρα μας η θεατρική αβανγκάρντ υπήρξε, από την μεταπολίτευση και έπειτα, στενά **συνδεδεμένη με το καθεστώς των επιχορηγήσεων** (Μαυρομούστακος, 2005· Hager, 2017). Η οικονομική κρίση του 2008 έφερε αρκετές εξελίξεις στο θέμα αυτό στην Ευρώπη (Brauneck, 2017) αλλά και στην Ελλάδα, όπου **οι επιχορηγήσεις καταργήθηκαν, για να επανέλθουν μόλις πρόσφατα**, ενώ **νέοι «παίκτες»,** όπως η Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών του Ιδρύματος Ωνάση ήρθαν στο προσκήνιο, αλλάζοντας σημαντικά το τοπίο (Ιωαννίδης, 2020· Hager, 2017). Παράλληλα, στην Ελλάδα λειτουργεί ένας **ικανός αριθμός δραματικών σχολών, ιδιωτικών και δημοσίων** (Μαυρομούστακος, 2005), των οποίων, σύμφωνα με το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, ο συνολικός αριθμός φτάνει σήμερα πανελλαδικά τις 26, παρά το γεγονός ότι η **ανεργία στον**

κλάδο των ηθοποιών φαίνεται να αγγίζει ιδιαίτερος υψηλά ποσοστά και οι αμοιβές θεωρούνται ιδιαίτερα χαμηλές για μεγάλο μέρος του (Κλεφτόγιαννη, 2013). Ωστόσο η θεατρική ζωή της Αθήνας μοιάζει αρκετά πλούσια, καθώς **βαίνει αυξανόμενος ο αριθμός των θεατρικών χώρων και των παραστάσεων** (Δημάδη & Κρύου, 2013· Ιωαννίδης, 2020· Μαυρομούστακος, 2005), παρά το γεγονός ότι φαίνεται να επιβεβαιώνεται εμπειρικά ότι το θέατρο **δεν αφορά παρά ένα μάλλον μικρό ποσοστό του πληθυσμού** (Καυταντζόγλου & Εμμανουήλ, 2016), κάτι που φαίνεται να συμβαίνει και σε ευρωπαϊκό επίπεδο (Brauneck, 2017).

Η θεατρική κριτική έχει συμπορευτεί με το ελληνικό θέατρο ολόκληρο τον 20^ο αιώνα, σε δημοσιογραφική και δοκιμακή μορφή, διαμορφώνοντας, σε ένα βαθμό, το θεατρικό τοπίο, και διαμορφωνόμενη από αυτό (Μαυρομούστακος, 2005). Τα τελευταία χρόνια, ωστόσο, η προαναφερθείσα άνοδος του διαδικτύου φαίνεται να επηρέασε και στη χώρα μας την κριτική αλλά και γενικότερα τη διαμεσολάβηση θεατρικών γεγονότων καθώς διαδικτυακά περιοδικά, σελίδες και ιστολόγια περί το θέατρο μοιάζουν να αποκτούν ολοένα σημαντικότερο ρόλο και αποδοχή ως πολιτισμικοί διαμεσολαβητές, αντικαθιστώντας πιο «παραδοσιακές» μορφές διαμεσολάβησης: γίνονται «χορηγοί επικοινωνίας», θεσπίζουν θεατρικά βραβεία και συστήματα αξιολόγησης, παρουσιάζουν και δίνουν βήμα σε πρωτοεμφανιζόμενους καλλιτέχνες, φιλοξενούν στήλες κριτικής, διοργανώνουν ηλεκτρονικές ψηφοφορίες, κ.α.

Η παρούσα εργασία αποτελεί προϊόν της σκέψης ότι, στο πλαίσιο που ως τώρα τέθηκε, **θα είχε ενδιαφέρον μια έρευνα γύρω από την διαδικτυακή πολιτισμική διαμεσολάβηση θεατρικών γεγονότων στη χώρα μας**. Το ερευνητικό ερώτημα, η μεθοδολογία και τα ευρήματα της έρευνας αυτής παρουσιάζονται στα αμέσως επόμενα κεφάλαια.

Δεύτερο Κεφάλαιο: Μεθοδολογία

Το εμπειρικό μέρος της παρούσας εργασίας αποσκοπεί στη διερεύνηση της διαμεσολάβησης θεατρικών γεγονότων μέσω διαδικτύου στη χώρα μας, υπό το πρίσμα του θεωρητικού πλαισίου που παρουσιάστηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, εστιάζοντας στους ίδιους τους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές. Έτσι, ως **κεντρικό ερευνητικό ερώτημα** τίθεται το εξής: **ποιο είναι το καθεστώς της πολιτισμικής διαμεσολάβησης θεατρικών γεγονότων μέσω διαδικτύου και ποιοι οι τύποι των δρώντων στο συγκεκριμένο πεδίο;**

Το παραπάνω ερώτημα θα μπορούσε να αναλυθεί στα ακόλουθα επιμέρους υποερωτήματα:

α) Ποια τα χαρακτηριστικά της διαδικτυακής πολιτισμικής διαμεσολάβησης από άποψη μορφής και περιεχομένου;

β) Υπάρχουν ενδείξεις νομιμοποιητικών διεργασιών αναφορικά με θεατρικά είδη, καλλιτέχνες αλλά και τους ίδιους τους διαμεσολαβητές, και, αν ναι, πώς φαίνεται να συντελούνται;

γ) Πώς αντιλαμβάνονται τη διαδικασία αλλά και το πεδίο οι ίδιοι οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές, υπάρχουν σχέσεις μεταξύ τους και ποια είδη κεφαλαίου τους χρησιμοποιούν και επικαλούνται κατά την άσκηση της διαμεσολάβησης;

δ) Υπάρχουν διαφορές μεταξύ παλαιών και νέων δρώντων στο πεδίο;

2.1 Δειγματοληπτική Μέθοδος – Οι Περιπτώσεις Α΄, Β΄ και Γ΄

Αποφασίζοντας κανείς να μελετήσει τη διαμεσολάβηση του θεάτρου μέσω του διαδικτύου βρίσκεται πράγματι αντιμέτωπος με έναν διόλου ευκαταφρόνητο αριθμό σχετικών ιστολογίων (blogs), σελίδων, ατομικών προφίλ σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και διαδικτυακών περιοδικών, ενώ ψηφιακές εκδόσεις περιοδικών, που κυκλοφορούν και σε έντυπη μορφή, έχουν στους ιστοτόπους τους την δυνατότητα αλληλεπίδρασης με τους χρήστες/αναγνώστες, δίνοντας συχνά στους τελευταίους τη δυνατότητα να βαθμολογούν οι ίδιοι θεατρικές παραστάσεις καθώς και να γράφουν τη δική τους κριτική.¹

¹ Ένας ενδεικτικός κατάλογος παρατίθεται στο Παράρτημα Ι.

Δεδομένου του περιορισμένου χώρου μιας εργασίας σαν την παρούσα σε συνδυασμό με το εύρος του δειγματοληπτικού πλαισίου αλλά και την έλλειψη σχετικών ερευνών, ως δειγματοληπτική μέθοδος επιλέχθηκε η **δειγματοληψία σκοπιμότητας**, προκειμένου να υπάρξει η δυνατότητα διερεύνησης όσο γίνεται περισσότερων από τα ζητήματα που θίγει η βιβλιογραφία της οποίας η επισκόπηση προηγήθηκε. Η επιλογή αυτής της δειγματοληπτικής μεθόδου δεν επιτρέπει να γενικεύσουμε για τον πληθυσμό, κάτι που συνιστά τον βασικό **περιορισμό της έρευνας**, ωστόσο επιτρέπει να περιγραφεί το δείγμα μας και να εξεταστεί υπό το πρίσμα της μελετηθείσας βιβλιογραφίας, χρησιμοποιώντας, ίσως, ως βάση για μελλοντική έρευνα (Babbie, 2008· Dawson, 2002). Έτσι, επιλέχθηκαν **τρεις περιπτώσεις** που θεωρήθηκε ότι παρουσιάζουν συνάφεια με τη βιβλιογραφία, οι οποίες στο εξής θα αναφέρονται ως **Περιπτώσεις Α', Β' και Γ'**. Δε θεωρήθηκε σκόπιμο να κατονομαστούν οι ιστότοποι, οι ιστοσελίδες και οι διαχειριστές τους, ενώ, ως μια επιπλέον εγγύηση εχεμύθειας, διατηρείται και η ανωνυμία των τριών διαμεσολαβητών που συμμετείχαν στις συνεντεύξεις.

Οι περιπτώσεις που επιλέχθηκαν προς μελέτη παρουσιάζουν τα ακόλουθα ειδικότερα χαρακτηριστικά:

Η **Περίπτωση Α'** είναι ιστότοπος ο οποίος έχει συμπληρώσει δέκα έτη λειτουργίας και διαθέτει περιεχόμενο σχετικό με τη διασκέδαση και την ψυχαγωγία. Είναι χορηγός επικοινωνίας σημαντικού αριθμού ιδιωτικών αλλά, τα τελευταία χρόνια και δημόσιων θεατρικών οργανισμών και διαθέτει – πέρα από θέματα που σχετίζονται με το θέατρο – περιεχόμενο σχετικό με τον κινηματογράφο, το βιβλίο, τη μουσική, το χορό, τα εικαστικά και την τηλεόραση, ακόμα και στήλη αστρολογίας. Ωστόσο εμφανίζει ιδιαίτερος πλούσιο περιεχόμενο σχετικό με το θέατρο και τους καλλιτέχνες του, προτείνοντας παραστάσεις, φιλοξενώντας συνεντεύξεις και διαθέτοντας στήλη ειδικά αφιερωμένη σε ανακοινώσεις ακροάσεων για ηθοποιούς, ενώ σε εβδομαδιαία βάση παρουσιάζει σε ειδική στήλη πρόσωπα από τον χώρο του θεάτρου αλλά και των τεχνών γενικότερα. Τέλος, από το 2013 οργανώνει ετήσια απονομή Θεατρικών Βραβείων Κοινού. Έτσι, η Περίπτωση Α' επιλέγεται προς μελέτη γιατί αποτελεί ηλεκτρονικό μέσο που διαμεσολαβεί θεατρικούς οργανισμούς και παραστάσεις, παρουσιάζει εξατομικευμένα καλλιτέχνες, οργανώνει βραβεία των οποίων η απονομή αποτελεί μίαν εκδήλωση στον «φυσικό» κόσμο και συμμετέχει, με όλη την σχετική με το θέατρο ύλη του, στην παραγωγή νοήματος γύρω από θεατρικές

παραστάσεις, παρουσιάζοντας, συνεπώς, σημαντική συνάφεια με τα ζητήματα που θίγει η βιβλιογραφία της παρούσας εργασίας.

Η **Περίπτωση Β'** αφορά σε ιστολόγιο το οποίο είναι σε λειτουργία από το 2011, και στις 29/08/2020 (οπότε προσπελάστηκε για τελευταία φορά) είχε σύνολο 2.999.930 επισκέψεων. Το ιστολόγιο φέρει το όνομα της εβδομαδιαίας στήλης που διατηρούσε ο συντάκτης του από το 1999 σε καθημερινή αθηναϊκή εφημερίδα ως καλλιτεχνικός συντάκτης, το κείμενο της οποίας, για ένα διάστημα, αναρτούσε και στο ιστολόγιο. Από τα τέλη του 2012 η συγκεκριμένη στήλη υπάρχει αποκλειστικά ηλεκτρονικά, συνήθως, αλλά όχι αυστηρά, σε εβδομαδιαία βάση ενώ το ιστολόγιο έχει εμπλουτιστεί και με άλλες, ξεχωριστές, στήλες, πάντα με τον ίδιο συντάκτη: θετικές ή αρνητικές κριτικές, παρουσιάσεις παραστάσεων, ειδήσεις καλλιτεχνικού περιεχομένου κ.α. Παρότι οι τίτλοι και το περιεχόμενο αυτών των επιμέρους στηλών έχουν μεταβληθεί αρκετές φορές στην πάροδο των ετών, η κεντρική στήλη έχει διατηρήσει το όνομα και το γενικότερο στυλ που είχε στην εφημερίδα, και περιέχει ειδήσεις καλλιτεχνικής αλλά, συχνά, και πολιτικής φύσης, παρουσιάσεις, σχόλια ή και κριτικές επισημάνσεις για παραστάσεις θεάτρου ή και όπερας, και, σχετικά πιο σπάνια, συναυλίες, εκθέσεις. Ο συγκεκριμένος blogger έχει διατελέσει στο παρελθόν μέλος της επιτροπής επιχορηγήσεων του ΥΠΠΟ καθώς και κριτικής επιτροπής αναγνωρισμένου βραβείου για νέους ηθοποιούς. Το Ιστολόγιο-Περίπτωση Β' επιλέγεται, αφενός, γιατί ο συντάκτης του έχει μακρόχρονη εμπειρία τόσο στην έντυπη όσο, πλέον, και στην ηλεκτρονική διαμεσολάβηση και, αφετέρου, λόγω της μακροβιότητας της κεντρικής στήλης, της οποίας η παρουσία, συνυπολογίζοντας την έντυπη και την ηλεκτρονική της μορφή, ξεπερνά τα είκοσι έτη. Συνεπώς, μοιάζει να συνδυάζονται, με ενδιαφέροντα για την παρούσα έρευνα τρόπο, η νέα ηλεκτρονική μορφή πολιτισμικής διαμεσολάβησης και η εμπειρία ενός «παραδοσιακού» καλλιτεχνικού συντάκτη.

Την **Γ' Περίπτωση** αποτελεί η ηλεκτρονική έκδοση ενός περιοδικού που κυκλοφορεί σε φυσική μορφή περισσότερο από 40 έτη και προτείνει επιλογές για τον ελεύθερο χρόνο στην πόλη της Αθήνας, περιλαμβάνοντας κινηματογράφο, θέατρο, εικαστικά, γαστρονομία, εκδηλώσεις για το παιδί, αλλά και στήλες κριτικής, συνεντεύξεις, αφιερώματα. Στην ηλεκτρονική σελίδα που αφορά στο θέατρο, μπορεί κανείς να πραγματοποιήσει αναζήτηση κατά θεατρικό χώρο, κατά είδος, κατά τίτλο έργου, κατά πρωταγωνιστή κ.α., ενώ, υπάρχει διαθέσιμη και η στήλη της κριτικής που περιέχεται στην έντυπη έκδοση. Επιπλέον, στη διαδικτυακή μορφή του

περιοδικού παρέχεται στους χρήστες η δυνατότητα, στη σελίδα κάθε παράστασης, να δώσουν οι ίδιοι τις κριτικές τους και να βαθμολογήσουν την παράσταση, βαθμολογία της οποίας ο μέσος όρος είναι ορατός στη σελίδα. Αυτή η δυνατότητα, της ανάρτησης περιεχομένου από τους χρήστες και της δυνατότητας βαθμολόγησης, αποτελούν έναν πρώτο σημαντικό λόγο για την επιλογή του συγκεκριμένου ιστοτόπου. Έναν επιπλέον λόγο αποτελεί το γεγονός ότι και το εν λόγω περιοδικό έχει θεσμοθετήσει Βραβεία Κοινού, από το 1999, τα οποία απονέμονται μετά από ψηφοφορία των αναγνωστών τόσο της φυσικής όσο και της ηλεκτρονικής, πλέον, έκδοσής του.

2.2 Η έρευνα

Η έρευνα χωρίστηκε σε δύο φάσεις: Κατά την **πρώτη φάση** χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της **ανάλυσης περιεχομένου** για τις στήλες κάθε περίπτωσης που μοιάζουν να παρουσιάζουν συνάφεια με τα θέματα που θίγονται από τη βιβλιογραφία. Η συγκεκριμένη μέθοδος επιλέχθηκε γιατί παρέχει τη δυνατότητα συστηματικής μελέτης της σημασίας των κειμένων ώστε να εξαχθούν συμπεράσματα για αυτά (Κόλλιας, 2014· Krippendorff, 2004), και, συνεπώς, θεωρήθηκε κατάλληλη για την άντληση δεδομένων κυρίως ως προς τα α', β' και δ' υποερωτήματα: χαρακτηριστικά μορφής και περιεχομένου του δείγματος, διαδικασίες νομιμοποίησης και, τέλος, διαφορές στην άσκηση της διαμεσολάβησης, σχετιζόμενες με την παλαιότητα στο πεδίο. Τη **δεύτερη φάση** της έρευνας, η οποία επιδιώκει να καλύψει το γ' ερευνητικό υποερώτημα, αποτέλεσαν **ημιδομημένες συνεντεύξεις εις βάθος** με ένα πρόσωπο που επιτελεί λειτουργία πολιτισμικού διαμεσολαβητή για κάθε Περίπτωση. Θα αναφερθούμε εκτενέστερα σε αυτήν στην Ενότητα 2.2.2.

2.2.1 Ανάλυση Περιεχομένου: δειγματοληπτικό πλαίσιο, λειτουργικό μέγεθος, μονάδα ανάλυσης, μονάδες καταγραφής

Κατά την **πρώτη φάση** ερευνητικό πληθυσμό για την ανάλυση περιεχομένου αποτέλεσαν:

- για την **Περίπτωση Α'**: α) τα άρθρα της στήλης εβδομαδιαίας παρουσίασης προσώπων (στο εξής «Πρόσωπα της Περίπτωσης Α'»), γιατί αποτελούν μια ιδιαίτερα χαρακτηριστική στήλη για τον συγκεκριμένο ιστότοπο και β) το σύνολο των δημοσιευμάτων που αφορούν στις απονομές βραβείων, τους υποψηφίους και τους νικητές.

- για την **Περίπτωση Β΄**: οι αναρτήσεις της κεντρικής στήλης, γιατί, αποτελώντας την εκτενέστερη κατηγορία αναρτήσεων στο συγκεκριμένο ιστολόγιο, περιέχουν κάτω από ενιαίο τίτλο ειδήσεις, παρουσιάσεις παραστάσεων, κριτικό σχολιασμό παραστάσεων που έχουν παρουσιαστεί στο θέατρο κ.α., θέματα που αλλιώς αναρτώνται μεμονωμένα στο ιστολόγιο.
- για την **Περίπτωση Γ΄**: τα άρθρα παρουσίασης και τα ρεπορτάζ (στη συγκεκριμένη περίπτωση αποτελούν χωριστές αναρτήσεις) σχετικά με τις βραδιές απονομής των βραβείων του περιοδικού.

Καθώς τα βραβεία της Α΄ Περιπτώσης απονεμήθηκαν για πρώτη φορά το 2013 για την θεατρική περίοδο που ξεκινούσε από τον Οκτώβριο του 2012, ο συγκεκριμένος μήνας αποτελεί το χρονικό σημείο εκκίνησης της ταυτόχρονης ύπαρξης περιεχομένου και για τους τέσσερις πληθυσμούς. Έτσι, ως **λειτουργικό μέγεθος δείγματος** και για τους τέσσερις επιμέρους πληθυσμούς ορίστηκαν τα δημοσιεύματα της χρονικής περιόδου από τον Οκτώβριο του 2012 ως και τον Φεβρουάριο του 2020, ώστε να υπάρχει μια στοιχειώδης δυνατότητα σύγκρισης, έστω σε επίπεδο σχετικών κατανομών και συχνοτήτων. Συνεπώς, **δείγμα της έρευνας** αποτελούν ειδικότερα:

- για την **Α΄ Περίπτωση**: α) το σύνολο των πρώτων παρουσιάσεων προσώπου του κάθε μήνα (89 συνολικά άρθρα). Επιλέχθηκαν οι πρώτες αναρτήσεις κάθε μήνα ώστε να εξασφαλιστούν κατά το δυνατόν η τυχαιότητα και η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος (Κόλλιας, 2014), και να περιοριστεί, κατά το δυνατόν, το ενδεχόμενο προκατάληψης του ερευνητή (Babbie, 2008· Krippendorff, 2004). Ως προς το σκέλος των βραβείων, επιλέχθηκαν β) το σύνολο των ρεπορτάζ της σελίδας (συνολικά 7 δημοσιεύματα) που παρουσιάζουν αναλυτικά την βραδιά της απονομής και αναφέρουν παρόντες, παρουσιαστές της βραδιάς, κατηγορίες βραβείων, υποψηφιότητες και νικητές.
- για τη **Β΄ Περίπτωση**: οι πρώτες αναρτήσεις κάθε μήνα – για τους λόγους που αναφέρθηκαν αμέσως παραπάνω – της κεντρικής στήλης, από τον Οκτώβριο 2012 ως τον Δεκέμβριο του 2019 (συνολικά 82 αναρτήσεις, καθώς για κάποιους μήνες, μεταξύ των οποίων και οι δύο πρώτοι του 2020, δεν πραγματοποιήθηκαν αναρτήσεις).
- για τη **Γ΄ Περίπτωση**: τα ρεπορτάζ σχετικά με τις βραδιές απονομής των βραβείων (13 συνολικά δημοσιεύματα, καθώς όλες, πλην μιας, τις απονομές βραβείων της επταετίας 2013-2019 που εξετάζονται η ιστοσελίδα τις καλύπτει με δύο δημοσιεύματα: ένα ρεπορτάζ που παρουσιάζει την εκδήλωση και τους παρόντες και ένα θεματικό αφιέρωμα στις υποψηφιότητες και τους νικητές).

Ως **μονάδες ανάλυσης** ορίστηκαν οι αυτοτελείς αναρτήσεις, ενώ χρησιμοποιήθηκαν ως **μονάδες καταγραφής** α) η λέξη, καθώς δίνει τη δυνατότητα καταγραφής μονολεκτικών παρεμβάσεων, για παράδειγμα ρημάτων σε α' πρόσωπο που μπορούν να υπενθυμίσουν την «παρουσία» του συντάκτη σε μια κατά τα λοιπά άλλης κατηγορίας φράση, β) η φωτογραφία, γ) ο αριθμός υπερσυνδέσεων δ) το κύριο όνομα ή ο τίτλος προκειμένου για την μέτρηση των αναφορών σε πρόσωπα και οργανισμούς. Αποφασίστηκε να μετρηθούν και να κατηγοριοποιηθούν τα ονόματα που οι διαμεσολαβητές (ή και οι καλλιτέχνες, στην περίπτωση των Προσώπων) αναφέρουν, γιατί θεωρήθηκε ότι θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως ένδειξη δικτύωσης (Kadushin, 1976· Wittel, 2001), κατοχής πολιτισμικού κεφαλαίου – ως αποδείξεις παλιότερης κατανάλωσης πολιτισμικών προϊόντων (Kadushin, 1976· Townley & Gullede, 2013) – και, ενδεχομένως, προτιμήσεων των διαμεσολαβητών (Maguire & Matthews, 2010 και 2012· VanRees, 1983).

Η **Κλείδα Κωδικοποίησης** και οι κατηγορίες στις οποίες λειτουργικοποιήθηκαν τα **υποερωτήματα α', β'** παρουσιάζεται αναλυτικά στο Παράρτημα II. Με τη σύγκριση μεταξύ των ευρημάτων κάθε περίπτωσης και των συνεντεύξεων επιχειρήθηκε η άντληση δεδομένων και για το **δ' υποερώτημα**.

Κατά την διαδικασία της ανάλυσης και κωδικοποίησης, κρατούνταν ξεχωριστές σημειώσεις σχετικά με άλλα ποιοτικά δεδομένα, όπως το ύφος, αλλά και πληροφορίες που αντλήθηκαν από τα ρεπορτάζ και θεωρήθηκαν ενδεχομένως αξιοποιήσιμες.

2.2.2 Οι συνεντεύξεις

Το γ' υποερώτημα διερευνήθηκε, όπως αναφέραμε ήδη, κυρίως **κατά τη δεύτερη φάση** της έρευνας, όπου, έχοντας υπόψη τα αποτελέσματα της ανάλυσης περιεχομένου, διεξάχθηκαν ημιδομημένες συνεντεύξεις εις βάθος με έναν από τους τρεις διαχειριστές της Περίπτωσης Α', που είναι ταυτόχρονα και ο συντάκτης των άρθρων που μελετήσαμε για τα Πρόσωπα αλλά και τα Βραβεία, με τον συντάκτη του ιστολογίου της Περίπτωσης Β' και μία κριτικό του περιοδικού της Περίπτωσης Γ'. Τέθηκαν ερωτήσεις σχετικά με τις ατομικές τους επαγγελματικές τροχιές, τη σχέση τους με την εργασία τους, τις απόψεις τους για το επάγγελμά τους και για το πεδίο της ελληνικής θεατρικής πραγματικότητας και της διαμεσολάβησής της². Η

² Ο Οδηγός των συνεντεύξεων παρατίθεται στο Παράρτημα IV.

ημιδομημένη συνέντευξη επιλέχθηκε ώστε να υπάρξει η δυνατότητα να αναδειχθούν ενδεχομένως από τους τρεις διαμεσολαβητές θέματα που δεν είχαν προβλεφθεί από τον ερευνητή (Κυριαζή, 2011), ενώ τηρήθηκαν όλοι οι κανόνες δεοντολογίας.

Τρίτο Κεφάλαιο: Ευρήματα και Συζήτηση

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται και συζητούνται, υπό το πρίσμα της βιβλιογραφίας που παρουσιάστηκε στο 1^ο Κεφάλαιο, τα ευρήματα της έρευνας. Το κεφάλαιο χωρίζεται σε τέσσερα υποκεφάλαια: Τα Υποκεφάλαια 3.1 και 3.2 περιλαμβάνουν τα ευρήματα της ανάλυσης περιεχομένου, σε ξεχωριστές, για κάθε Περίπτωση, ενότητες, το Υποκεφάλαιο 3.3 την σύγκριση μεταξύ τους, όπου αυτό ήταν δυνατόν, και, τέλος, στο Υποκεφάλαιο 3.4, παρουσιάζονται, κατά το δυνατόν συνοπτικά, οι συνεντεύξεις.

3.1 Παρουσίαση Προσώπων και σχόλια πάνω στην επικαιρότητα: οι Περιπτώσεις Α' και Β'

3.1.1 Περίπτωση Α': Εβδομαδιαία Παρουσίαση Προσώπων

Το σύνολο των 89 άρθρων είναι ενυπόγραφο και στον τίτλο αναφέρεται το ονοματεπώνυμο και η ιδιότητα του παρουσιαζόμενου Προσώπου. Τα άρθρα είναι μάλλον εκτενή, με μέση έκταση 1547,90 λέξεις. Υπάρχει μια εισαγωγή του Συντάκτη Α, όπου δίνονται κάποια στοιχεία για το Πρόσωπο και επιχειρείται να του **αποδοθεί αξία**, στη λογική των Janssen και Verboord (2015), συχνά αντλώντας από το κείμενο της συνέντευξης του Προσώπου ή/και με επισημάνσεις του Συντάκτη σε πρώτο πρόσωπο όπως, για παράδειγμα, «ο [ονοματεπώνυμο παρουσιαζόμενου] προσωπικά μου θυμίζει κάτι από Κέβιν Μπέικον» ή

Υπάρχει μια κατηγορία καλλιτεχνών, τους οποίους με το που τους συναντάς για πρώτη φορά νιώθεις πως τους γνωρίζεις από καιρό. Την [ονοματεπώνυμο παρουσιαζόμενης] την πρωτοείδα από κοντά μια κυριακάτικη βραδιά του Φλεβάρη στο [όνομα μπαρ] και με κέρδισε αμέσως η θετική της διάθεση και η ευγενική της φυσιογνωμία.

Ακολουθούν σε μορφή ενιαίου κείμενου οι απαντήσεις των Προσώπων σε έναν, επί το πλείστον κοινό για το σύνολο του δείγματος, οδηγό συνέντευξης, που περιλαμβάνει, ενδεικτικά, ερωτήσεις σχετικά με την απόφαση του Προσώπου να ασχοληθεί με την τέχνη, την παράσταση που προετοιμάζει ή/και συμμετέχει, τα μελλοντικά της/του σχέδιά, τις δυσκολίες που η οικονομική κρίση έχει δημιουργήσει στον καλλιτεχνικό χώρο κ.ο.κ. Κατά το β' εξάμηνο του 2015 και το α' εξάμηνο του 2016 εμφιλοχωρεί και η πολιτική επικαιρότητα, καθώς προστίθεται και ερώτηση σχετικά με το δημοψήφισμα των αρχών του καλοκαιριού του 2015 (για μια

λεπτομερέστερη εικόνα της μέσης κατανομής του κειμένου βλ. Πίνακα Α5 και Διάγραμμα Α1).

Η απόδοση αξίας ωστόσο φαίνεται πράγματι να λειτουργεί αμφίδρομα (Maguire & Matthews, 2010 και 2012, Peist, 2016), καθώς στο τέλος κάθε παρουσίασης τα Πρόσωπα καλούνται να συμπληρώσουν τη φράση «Στο Α' μου αρέσει...» δίνοντας απαντήσεις όπως:

- ...είναι τόσο υποστηρικτικό σε αυτόν τον χώρο που είναι σχεδόν συγκινητικό. Και ο κύριος (σ.σ. ο Α) που δίνω τη συνέντευξη είναι ένας φοβερός έφηβος γέρος που αγαπάει με χαρά 15χρονου και με στοργή 80χρονου αυτό που κάνει
- ...δίνει χώρο! Αυτό μου αρέσει. Χώρο σε μια νέα ομάδα να ακουστεί, χώρο σε μια νέα ευκαιρία να διαδοθεί.
- ...προωθεί τους νέους ηθοποιούς και είναι κοντά σε κάθε τι καινούργιο και πρωτοποριακό.
- ... μου αρέσει το πείσμα και η ταπεινότητα με την οποία κατάφερε να εδραιωθεί στο θεατρικό τοπίο από το τίποτα και έχει φτάσει να θεωρείται, μέσα σε λίγα χρόνια, ως το ανεπιτήδευτο και δαιμόνιο διαδικτυακό <ONOMA ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ Γ'>³ της νέας γενιάς...
- ... ενημερώνει σε χρόνο dt για παραστάσεις, ακροάσεις, προγράμματα εξετάσεων σε σχολές κλπ και μάλιστα αφιλοκερδώς
- ... αγαπάτε εμάς τους ηθοποιούς..
- ... μπορείς να ανατρέξεις σε αυτό για παραστάσεις που δεν θα ήταν εύκολο να ακούσεις ότι παίζονται
- ... η δουλειά που κάνετε για να ακουστόμε όλοι χωρίς καμία εξαίρεση και κυρίως επειδή όλο αυτό το κάνετε με αγάπη και με μοναδικό κέρδος την ευγνωμοσύνη μας
- ... καταρχάς εσύ. Είσαι ένας φίλος μας πραγματικά. Οι ερωτήσεις σου αυτό φανερώνουν. Μας γνωρίζεις...

Από τις παραπάνω απαντήσεις η αποδιδόμενη αξία μοιάζει μάλλον «ηθικής» φύσης (Banks, 2006· Becker, 1982): το Α' είναι κοντά στους νέους και νεοεισερχόμενους στο θεατρικό χώρο⁴ (Conlin, 2014· Maguire & Matthews, 2010), βοηθώντας τους κατά τη δύσκολη, όπως έχουμε δει (Banks, 2006· Hesmondhalgh, 2002· Hesmondhalgh & Baker, 2010· Randle et al., 2015), περίοδο εισόδου σε αυτόν, ανιδιοτελώς, θυμίζοντας τη συσσώρευση **συμβολικού κεφαλαίου** χάρη και στην άρνηση του οικονομικού (Bourdieu, 1993).

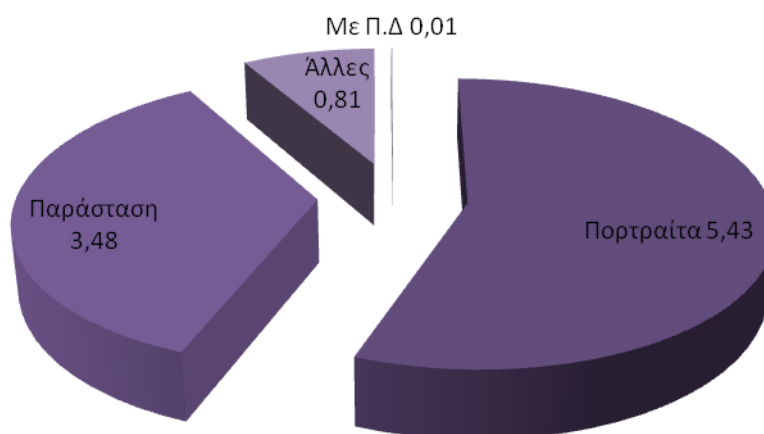
Το Διάγραμμα 1 παρουσιάζει τη μέση Κατανομή των **φωτογραφιών**, όπου τα πορτραίτα των Προσώπων φαίνεται να κυριαρχούν, έχοντας Μέγιστη Τιμή τις 16 φωτογραφίες-πορτραίτα, ενώ η Μέση Τιμή των φωτογραφιών όλων των κατηγοριών

³ Αξίζει να σημειώσουμε ότι εδώ το Πρόσωπο χρησιμοποιεί το «καθιερωμένο», όπως αναφέραμε στο 2^ο Κεφάλαιο, Περιοδικό της Περίπτωσης Γ' για να την αποδώσει αξία στο Α' (περιγράφοντας, ίσως, την ίδια στιγμή και την πορεία του Α' προς τη νομιμοποίηση).

⁴ Πράγματι, το 48% του δείγματος ασχολείται επαγγελματικά με το θέατρο κάτω από 5 έτη (βλ. Διάγραμμα Α2 και Πίνακα Α6).

ανά άρθρο είναι οι 9,73 φωτογραφίες (βλ και Πίνακα Α7). Μία φωτογραφία συνήθως συνοδεύει τον τίτλο, μαζί το όνομα του προσώπου, και αρκετές φωτογραφίες συχνά εντάσσονται στο κυρίως σώμα του άρθρου. Στο τέλος της ανάρτησης παρατίθενται ξανά οι φωτογραφίες που έχουν χρησιμοποιηθεί και συχνά προστίθενται και άλλες, σχηματίζοντας μια γκαλερί φωτογραφιών παρόμοια με αυτές ορισμένων μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Πρόσωπα Περίπτωσης Α': Φωτογραφίες



Διάγραμμα 1. Κατανομή των φωτογραφιών στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄

Το 89,90% των άρθρων διαθέτει από 1 έως 3 **υπερσυνδέσεις**. Οι υπερσυνδέσεις οδηγούν εκτός της ιστοσελίδας μόνον στο 10,10% του δείγματος – σε βίντεο, προσωπικές ιστοσελίδες των Προσώπων και, σε μία μόνο περίπτωση, στη σελίδα άλλου διαδικτυακού περιοδικού όπου το Πρόσωπο έχει παραχωρήσει συνέντευξη (βλ. Πίνακες Α8 και Α9). Στο λοιπό 89,90% οι υπερσυνδέσεις οδηγούν και πάλι σε σελίδες εντός του Α΄, κάτι που με όρους «**οικονομίας της προσοχής**» (Verboord, 2013), θα μπορούσε να θεωρηθεί μια εύστοχη πρακτική, καθώς τα «κλικ» οδηγούν εντός του ιστότοπου. Επίσης, μόνο στο 5,62% του συνόλου των άρθρων γίνεται αναφορά σε **άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές** (βλ. Πίνακα Α10).

Επιπλέον, για 16 από τα 89 πρόσωπα του δείγματος (17,98%) αναφέρεται η ύπαρξη κάποιας σχέσης, φιλικής ή επαγγελματικής, με τον Συντάκτη ή τον ιστότοπο (βλ. Πίνακα A11): σε μια περίπτωση υπάρχει συνεργασία του προσώπου με τον ιστότοπο και στις άλλες αναφέρεται επαγγελματική συνεργασία με τον Συντάκτη στο πλαίσιο της δραστηριότητας του τελευταίου ως casting director, στην οποία θα επανέλθουμε κατά την παρουσίαση της συνέντευξής του.

Τέλος, οι **αναφορές σε κύρια ονόματα** προσώπων και οργανισμών στα κείμενα του δείγματος εμφανίζουν ελάχιστη τιμή τις 2 αναφορές σε ονόματα και μέγιστη τις 34 αναφορές σε ένα άρθρο. Συνολικά αναφέρονται 793 ξεχωριστά κύρια ονόματα σε ένα σύνολο 1158 αναφορών (για μια λεπτομερέστερη εικόνα βλ. Διάγραμμα A3). Οι αναφορές σε «υπό νομιμοποίηση» ονόματα αποτελούν σχεδόν το 49% (βλ. Πίνακα A12), κάτι που αντικατοπτρίζεται και στο σύννεφο λέξεων της Εικόνας 1, όπου εμφανίζονται τα ονόματα που παρουσιάζονται συχνότερα, με μέγεθος ανάλογο της συχνότητας με την οποία αναφέρονται: ξεχωρίζουν Δραματικές Σχολές, θέατρα μικρής σχετικά χωρητικότητας και φεστιβάλ για νέες ομάδες.



Εικόνα 1. Σύννεφο λέξεων με τα κύρια ονόματα που αναφέρονται συχνότερα στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄

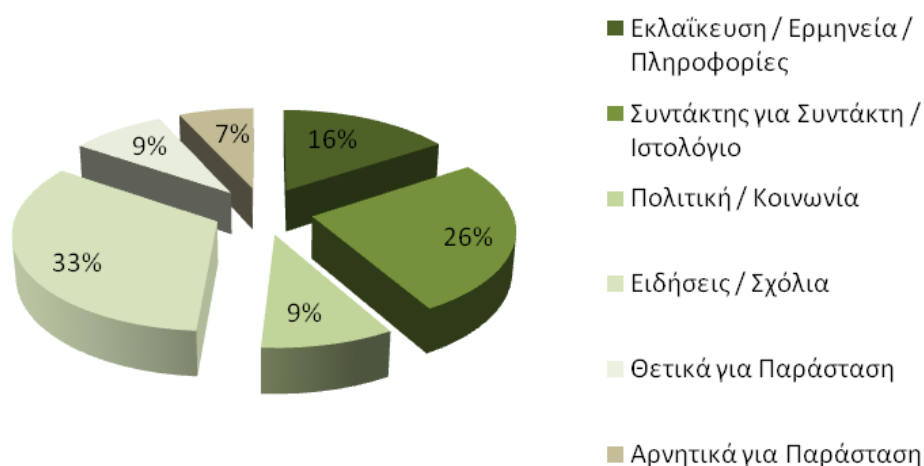
3.1.2 Περίπτωση Β΄: Ιστολόγιο Καλλιτεχνικού Συντάκτη

Καθώς η Περίπτωση Β΄ είναι ιστολόγιο, όλες οι αναρτήσεις κατηγοριοποιήθηκαν ως ενυπόγραφες. Είναι και εδώ αρκετά εκτενείς, μέσης έκτασης 1485,6 λέξεων, και αποτελούνται, κατά το πλείστον, από αυτοτελείς υποενότητες που διαχωρίζονται πάντοτε μεταξύ τους με ένα χαρακτηριστικό εικονίδιο.

Ο τίτλος κάθε ανάρτησης αντλεί συνήθως από ένα ή περισσότερα θέματα, αποτελώντας μια δημιουργική σύνθεσή τους. Στο χαρακτηριστικό παράδειγμα τίτλου «Ωραίες μου ζαρτιέρες ή Η δυσκολιότητα του δημάρχου ή Κοιμήσου

Περσεφόνη...», περιλαμβάνονται τα τρία διαφορετικά θέματα της στήλης για εκείνη την ημέρα: στο πρώτο σκέλος ένα ειρωνικό λογοπαίγνιο για παράσταση του έργου «Ωραία μου Κυρία», στο δεύτερο ένα σχόλιο πολιτικής φύσης για δηλώσεις κάποιου Δημοτικού Άρχοντα και, στο τρίτο σκέλος, ένα σχόλιο για την Ελευσίνα-Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 2021. Οι αναρτήσεις είναι σε πρώτο πρόσωπο και συχνά χρησιμοποιούνται εκφράσεις όπως: «σας έγραφα πριν από κάποιο καιρό», ή «όπως έχω γράψει». Στο Διάγραμμα 2 παρουσιάζεται αναλυτικά η κατανομή των κατηγοριών του κειμένου :

Περίπτωση Β΄: Κείμενο

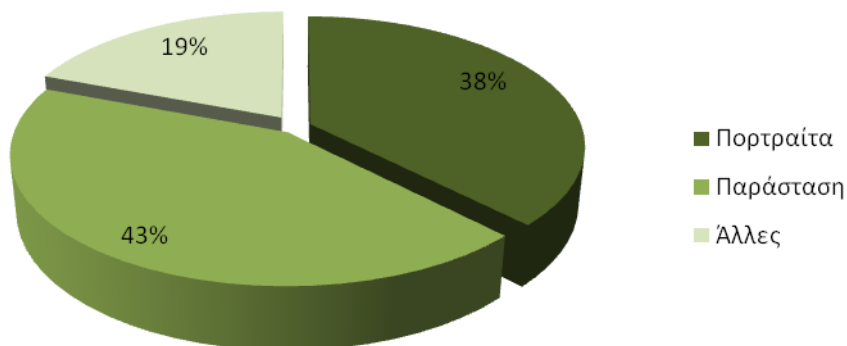


Διάγραμμα 2. Οι κατηγορίες κειμένου στη Β΄ Περίπτωση

Αξίζει να σημειώσουμε ότι οι κατηγορίες οι οποίες δε λείπουν από κανένα κείμενο είναι οι «Ειδήσεις/Σχόλια», με ελάχιστη τιμή τις 152 λέξεις και η κατηγορία «Συντάκτης για τον Συντάκτη και/ή το Ιστολόγιο», με ελάχιστη τιμή τις 57 λέξεις (για μια αναλυτικότερη εικόνα βλ. Πίνακα Α13). Γενικότερα η «παρουσία» του blogger Β στα κείμενα είναι αρκετά έντονη, κάτι αναμενόμενο για ιστολόγιο, και οι έμμεσες – ενίοτε και άμεσες – αναφορές στο δικό του **πολιτισμικό κεφάλαιο** μάλλον συχνές (Bourdieu. 1979/2002· Maguire & Matthews, 2010· Townley & Gullledge, 2013). Οι αναφορές αυτές παίρνουν συχνά τη μορφή λεπτής ειρωνείας, όπως ο τίτλος που παραθέσαμε, ή παράθεσης πληροφοριών ιστορικού-παραστασιογραφικού περιεχομένου, αναφορές σε καλλιτεχνική νομιμότητα ή σε «υψηλή/χαμηλή» κουλτούρα και, βεβαίως, κριτικής (Maguire & Matthews, 2012), αν

και ο Β αρνείται, όπως θα δούμε στη συνέντευξή του, πως είναι κριτικός. Σε αντίθεση με την έντονη παρουσία του στο κείμενο, ο Β δεν εμφανίζεται σε καμία φωτογραφία: στο δείγμα του ιστολογίου Β' οι **φωτογραφίες** από παραστάσεις αποτελούν την κατηγορία με τη μεγαλύτερη μέση τιμή (43,17%) και συναντώνται σε όλες τις αναρτήσεις που μελετήθηκαν (βλ. Πίνακα Α14), και τα πορτραίτα καλλιτεχνών, πολιτικών και, γενικότερα, προσώπων που αναφέρονται στο κείμενο, είτε βρίσκονται εν ζωή είτε όχι, την αμέσως επόμενη όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 3.

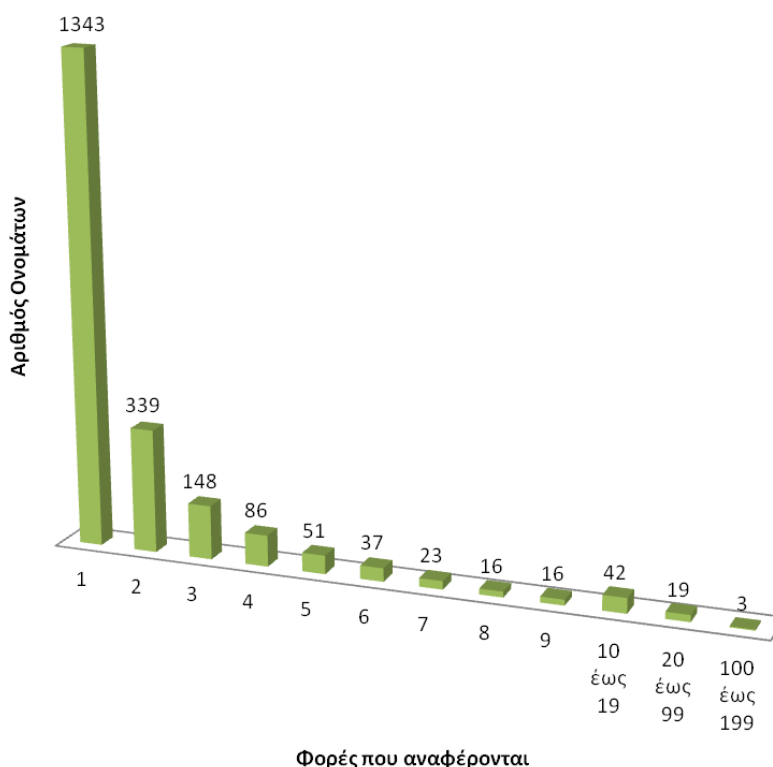
Περίπτωση Β': Φωτογραφίες



Διάγραμμα 3. Οι φωτογραφίες στη Β' Περίπτωση

Μια τέτοια κατανομή των φωτογραφιών θα μπορούσε και πάλι να θεωρηθεί ως εκδήλωση πολιτισμικού κεφαλαίου (Townley & Gullledge, 2013), ιδιαίτερα αν την εξετάσουμε σε συνδυασμό με τις **αναφορές σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές** και σε **κύρια ονόματα**: ο Συντάκτης Β αναφέρεται σε άλλα Μέσα, ηλεκτρονικά αλλά και έντυπα, σε 62 αναρτήσεις (75,61%), παραπέμποντας σε δημοσιεύσεις τους ή σχολιάζοντάς τις (βλ. Πίνακα Α15 και Διάγραμμα Α4), και σε 2123 κύρια ονόματα, που αναφέρονται συνολικά 5401 φορές, όπως δείχνει το Διάγραμμα 4).

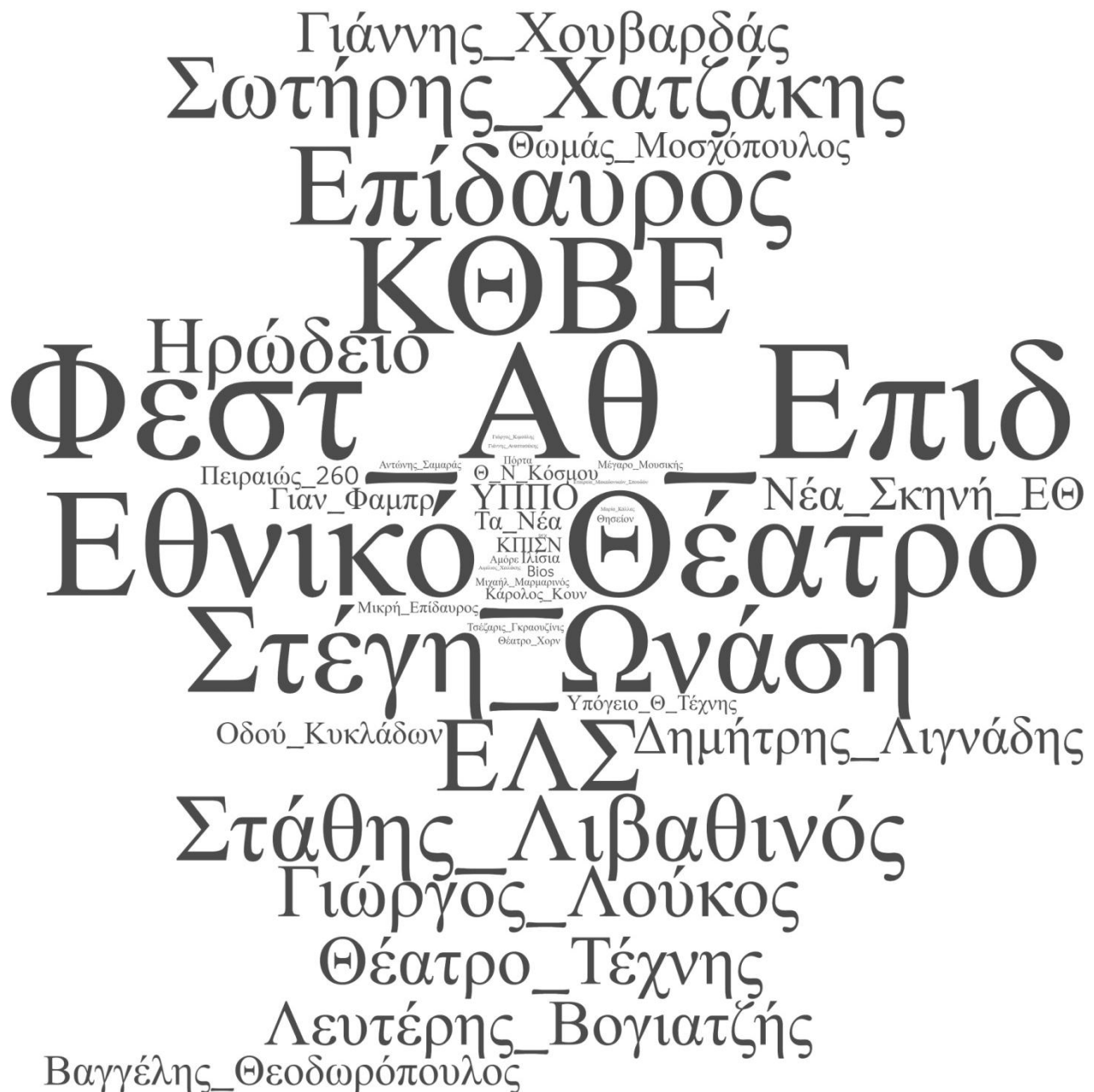
Περίπτωση Β΄: Απόλυτες Συχνότητες αναφορών ονομάτων



Διάγραμμα 4. Απόλυτες Συχνότητες Αναφορών Ονομάτων στην Περίπτωση Β΄

Ιδωμένο ως πλήθος παραπομπών στη λογική του Kadushin (1976), αυτό το πλήθος αναφορών φαίνεται να επιβεβαιώνει, σε αρμονία με την μακρόχρονη πορεία του Β΄ στο πεδίο του καλλιτεχνικού ρεπορτάζ και της κριτικής, **πολιτισμικό του κεφάλαιο**, τη «φήμη του ειδικού» (Becker, 1982; Moulin & Quemini, 1993) και την **καθιέρωσή** που έχει στο πεδίο (Bourdieu, 1993). Εκκινώντας από τη θέση των Maguire και Matthews (2010), αλλά και των Conlin (2014) και Peist (2016), για την προτίμηση των «υπό νομιμοποίηση» διαμεσολαβητών προς τους νεοεισερχόμενους καλλιτέχνες, θα προσδοκούσαμε ίσως και το αντίστροφο, δηλαδή, προκειμένου για τον Β, να αναφέρεται **σε «νομιμοποιημένα» πρόσωπα και οργανισμούς**. Πράγματι, ένα 87,96% των αναφορών αφορά σε «νομιμοποιημένα» πρόσωπα και ονόματα, με ελάχιστη τιμή τις 13 αναφορές σε τέτοια ονόματα στην ίδια ανάρτηση – ενώ η ανάρτηση με το μεγαλύτερο αριθμό αναφορών σε «νομιμοποιημένα» ονόματα φτάνει τις 124 (βλ. Πίνακα Α16 και Διάγραμμα Α5).

Στο σύννεφο λέξεων της Εικόνας 2 η κυριαρχία των «Νομιμοποιημένων» ονομάτων μοιάζει να επαληθεύεται: ξεχωρίζουν με μεγαλύτερα γράμματα (κάτι που σημαίνει αναλόγως περισσότερες αναφορές) τα ονόματα μειζόνων δημόσιων και ιδιωτικών καλλιτεχνικών οργανισμών και των Καλλιτεχνικών Διευθυντών τους, παλαιών και ενεργών.



Εικόνα 2. Σύννεφο λέξεων με τα κύρια ονόματα που αναφέρονται συχνότερα στην Περίπτωση Β΄

Τέλος, σε αντίθεση με τον μεγάλο αριθμό αναφορών στα κείμενα, το Β΄ δε φαίνεται ιδιαίτερα πλούσιο σε **υπερσυνδέσεις**: 5 αναρτήσεις διαθέτουν από μία έως δύο υπερσυνδέσεις που οδηγούν έξω από το ιστολόγιο. Οι τίτλοι των αναρτήσεων αποτελούν ενεργές υπερσυνδέσεις που οδηγούν μεν στο εσωτερικό του ιστολογίου, αλλά και πάλι στην ίδια ανάρτηση, απλώς ενταγμένη σε άλλη κατηγοριοποίηση, πχ. με χρονολογική σειρά, έτσι, με όρους «**οικονομίας της προσοχής**», δίνουν απλώς στο χρήστη τη δυνατότητα να δει τίτλους άλλων αναρτήσεων σε κάποια λίστα, αλλά δεν παραπέμπει κατευθείαν σε αυτές, όπως συμβαίνει στην ιστοσελίδα Α΄ (για τις υπερσυνδέσεις στη Β΄ Περίπτωση βλ. Πίνακα Α17 και Α18).

3.2 Βραβεία: οι Περιπτώσεις Α΄ και Γ΄

3.2.1 Τα βραβεία της Α΄ Περίπτωσης

Τα βραβεία της Α΄ Περίπτωσης οργανώνονται από το 2013 και η βραδιά απονομής τους καλύπτεται από τον ιστότοπο με αρκετά εκτενή ρεπορτάζ: η μέση έκταση του κειμένου είναι 1937,43 λέξεις, το μικρότερος έκτασης ρεπορτάζ (2017) έχει 1273 και το εκτενέστερο (2014) 3139 λέξεις. Όλα, πλην ενός, είναι ενυπόγραφα και υπογράφονται και πάλι από τον Α. Η σχετική κατανομή των φωτογραφιών στα βραβεία – όπου το 80,1% αποτελεί η κατηγορία «Άλλες» που, εν προκειμένω, αφορά σε φωτογραφίες από την εκδήλωση – φαίνεται στο Διάγραμμα 5.



Διάγραμμα 5. Σχετική Κατανομή των φωτογραφιών στα Βραβεία της Περίπτωσης Α΄

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το εύρος του αριθμού των φωτογραφιών: το ρεπορτάζ των βραβείων του 2016 φιλοξενεί 1 μόνον φωτογραφία, ενώ εκείνο του 2019 συνοδεύεται από 61. Ωστόσο κάθε χρονιά, ακόμα και το 2016, υπάρχει **φωτογραφική παρουσία κάποιου εκ των διαχειριστών** της ιστοσελίδας (η κατηγορία «με πολιτισμικό διαμεσολαβητή» - βλ. και Πίνακα A19).

Υπερσυνδέσεις προστίθενται ή αφαιρούνται από έτος σε έτος, πιθανόν σε μια προσπάθεια να βρεθεί ο καλύτερος τρόπος παρουσίασης. Έτσι, υπάρχει έτος (2018) με 39 υπερσυνδέσεις **προς το εσωτερικό** της ιστοσελίδας, που κατευθύνουν είτε σε παρουσιάσεις των βραβευμένων προσώπων είτε των παραστάσεων, ενώ ήδη από τα 2^α Βραβεία (2014) υπάρχουν και υπερσυνδέσεις που κατευθύνουν **έξω από την ιστοσελίδα**, σε ιστοσελίδες **χορηγών**, άλλων **πολιτισμικών διαμεσολαβητών** ή σε πλατφόρμα που δίνει τη δυνατότητα παρακολούθησης αποσπασμάτων της βραδιάς σε βίντεο (για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με τις υπερσυνδέσεις βλ. Πίνακα A20).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει **η εξέλιξη των Βραβείων της Περίπτωσης Α' στο χρόνο**, ως προς έναν όχι ευκαταφρόνητο αριθμό παραγόντων: αναλυτικότερα, ξεκινούν το **2013** και αποτελούν μια μικρή σχετικά εκδήλωση: οργανώνονται σε πολυχώρο **μικρής, σχετικά, χωρητικότητας** και «μη νομιμοποιημένο» ακόμη⁵. **Υποψήφιος** είναι οι **67 παραστάσεις τις οποίες η ιστοσελίδα έχει παρουσιάσει** (και υπάρξει **χορηγός επικοινωνίας** των 28 εξ' αυτών) κατά την προηγούμενη θεατρική περίοδο. Στην πρώτη αυτή ψηφοφορία συμμετέχουν συνολικά **127 αναγνώστες**, ενώ απονέμονται Βραβεία για **3 κατηγορίες** και το Βραβείο «Καλύτερης Παράστασης» το κερδίζει παράσταση που παρουσιάζεται στον χώρο της διοργάνωσης. Στο κείμενο δε γίνεται **καμία αναφορά σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές**.

Τα 2^α Βραβεία διοργανώνονται το **2014** σε ένα χώρο νυχτερινής διασκέδασης και πάλι χαμηλής χωρητικότητας και υποψήφιος είναι οι 115 παραστάσεις που συνεργάστηκαν με την ιστοσελίδα, έχοντάς την όλες και χορηγό επικοινωνίας. Οι **κατηγορίες** βραβείων φτάνουν τις **9**, καθώς προστίθενται βραβεία, όπως: «Καλύτερης Σκηνοθεσίας», «Καλύτερης Κωμωδίας», «**Καλύτερης Παιδικής Παράστασης**», «**Καλύτερης Short Term Παράστασης**», για παραστάσεις που παίχθηκαν έως 20 φορές. Οι δύο τελευταίες κατηγορίες μοιάζει να δίνουν τη

⁵ Ο χώρος είχε αρχίσει να λειτουργεί ένα μόλις έτος νωρίτερα.

δυνατότητα να είναι υποψήφιος και «εναλλακτικές» παραστάσεις μικρότερων σχημάτων (Brauneck, 2017), που δεν έχουν τη δυνατότητα μακρόχρονης ενοικίασης θεατρικού χώρου, καθώς και νεοσεισερχόμενοι καλλιτέχνες, δεδομένου ότι, πολύ συχνά, η συμμετοχή σε παραστάσεις για παιδιά αποτελεί την πρώτη ευκαιρία επαγγελματικής απασχόλησης για πρόσφατα αποφοιτήσαντες από δραματικές σχολές. Αξίζει να σημειωθεί πως η θέσπιση αυτών των κατηγοριών θα μπορούσε να θεωρηθεί ως κίνηση, από μέρους της Α΄, στην κατεύθυνση μιας περαιτέρω **σύνδεσης με μη καθιερωμένους ακόμα καλλιτέχνες** (Conlin, 2014· Maguire & Matthews, 2010), καθώς και ότι το «Βραβείο καλύτερης Short Term παράστασης» θα μπορούσε ίσως να αποτελεί μian αντανάκλαση του **μεγάλου αριθμού**, όπως είδαμε, **των παραστάσεων στην Αθήνα** (Δημάδη & Κρύου, 2013· Ιωαννίδης, 2020· Μαυρομούστακος, 2005). Ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης το, κάπως **ηθικής** χροιάς, «**Βραβείο Κοινωνικής Ευαισθητοποίησης**», τόσο ως απόπειρα σύνδεσης με τις τάσεις της τότε επικαιρότητας από πλευράς της Περίπτωσης Α΄, όσο ως απόδοσης αξίας σε βραβευόμενους – αλλά και βραβεύοντες (Allen & Lincoln, 2004· Peist, 2016). Το σκεπτικό βάσει του οποίου θεσπίστηκε αποτυπώνεται στο ακόλουθο κείμενο:

Οι ηθοποιοί συχνά επιδίδονται σε κοινωνικές δραστηριότητες και εκτός σκηνής, προσφέροντας με κάθε δυνατό τρόπο στο κοινωνικό σύνολο. Σε μια εποχή, όπου χρειάζεται περισσότερη αλληλεγγύη και ομαδικότητα, θεσπίσαμε αυτό το βραβείο για τους καλλιτέχνες εκείνους, οι οποίοι βοηθούν με κάθε τρόπο και όχι μόνο με την σκηνική τους παρουσία.

Αξίζει ιδιαίτερης αναφοράς το Βραβείο «**Πρόσωπο της Χρονιάς**», το οποίο επίσης θεσπίζεται το 2014, και απονέμεται στον καλλιτέχνη του οποίου η παρουσίαση/συνέντευξη στη στήλη «Πρόσωπα» έχει συγκεντρώσει τις περισσότερες αναγνώσεις. Στο σημείο αυτό μοιάζει να επιβεβαιώνεται ο Verboord (2013) ως προς τη σημασία της **προσοχής**, ενώ βρισκόμαστε ενδεχομένως και ένα ενδιαφέρον παράδειγμα **αναμετατροπής** (Bourdieu, 1979/2002): αν οι επισκέψεις (views) στη συνέντευξη ενός καλλιτέχνη θεωρηθούν **κεφάλαιο** εντός του πεδίου της Περίπτωσης Α΄, το συγκεκριμένο βραβείο μοιάζει να αποτελεί προϊόν αναμετατροπής του · θα μπορούσε να ιδωθεί, βέβαια, και ως ανταπόδοση από μέρους της Περίπτωσης Α΄ για την προσοχή που η **ίδια έχει κερδίσει με τη βοήθεια του Προσώπου**, καθώς οι επισκέψεις στη συνέντευξή του είναι την ίδια στιγμή και επισκέψεις στην ιστοσελίδα και, συνεπώς, **συμβολικό κεφάλαιο** για την Α΄, διαθέσιμο για μελλοντική αναμετατροπή εντός του, σαφώς ευρύτερου, πεδίου της ηλεκτρονικής πολιτισμικής

διαμεσολάβησης. Τέλος, στα 2^α Βραβεία **δε γίνεται αναφορά σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές**, ενώ οι παρουσιαστές της συγκεκριμένης βραδιάς πρόκειται να μείνουν οι ίδιοι και για τις επόμενες δύο χρονιές.

Το **2015**, χρονιά των 3^ο^υ Βραβείων, οι υποψήφιες παραστάσεις είναι 244, ψηφίζουν 703 αναγνώστες, και τα Βραβεία διοργανώνονται σε μεγαλύτερο χώρο. Στο κείμενο των 3^ο^υ Βραβείων **γίνεται για πρώτη φορά αναφορά σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές**, και μάλιστα **στο περιοδικό-Περίπτωση Γ΄**. Οι κατηγορίες μειώνονται⁶ σε 7 και τα έπαθλα αποκτούν πλέον και υλική μορφή, καθώς τα βραβεία συνοδεύονται από τεχνουργήματα φιλοτεχνημένα από εικαστικό.

Τα Βραβεία του **2016** διεκδικούν 298 παραστάσεις, τις οποίες επέλεξε και έθεσε σε ψηφοφορία η ιστοσελίδα, **χωρίς να διευκρινίζεται πια αν πρόκειται για συνεργαζόμενες μαζί της παραστάσεις**. Ψηφίζουν 785 αναγνώστες ενώ **δύο νέες κατηγορίες βραβείων** προστίθενται: «**Ειδικό Βραβείο**», το οποίο, όπως αναφέρεται, «θα δίνεται κάθε χρόνο σε νέους ηθοποιούς, που ξεχωρίζουν για το ταλέντο τους και τις υποκριτικές τους ικανότητες από τα μέλη (τους αναγνώστες της ιστοσελίδας)», υπενθυμίζοντας μας για άλλη μια φορά τη σημασία που μοιάζει να έχει για την Περίπτωση Α΄ η νέα γενιά καλλιτεχνών. Προστίθεται επίσης «**Βραβείο Τύπου**», που απονέμεται «με βάση την ψηφοφορία 20 θεατρολόγων και δημοσιογράφων, που καλύπτουν το θεατρικό ρεπορτάζ», εγκαινιάζοντας έτσι ένα **άνοιγμα της ιστοσελίδας προς άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές**, των οποίων τα ονόματα, τα έντυπα και οι διαδικτυακοί τόποι θα αναφέρονται στο εξής σε όλα τα κείμενα των επόμενων βραβεύσεων. Θα μπορούσε ίσως ένα τέτοιο βραβείο να θεωρηθεί μια ενδιαφέρουσα κίνηση, αφενός προς την κατεύθυνση της περεταίρω **δικτύωσης** εντός του πεδίου της διαδικτυακής διαμεσολάβησης από πλευράς της ιστοσελίδας, μέσω της αμοιβαίας αναγνώρισης (Becker, 1982· Bourdieu, 1993· Wittel, 2001), και, αφετέρου, προς εκείνη της **αντικειμενικοποίησης** (Quemin, 2018) και, συνεπώς, της **νομιμοποίησης** (Bourdieu, 1979/2002) των Βραβείων της, μέσα από την σύμπνοια με άλλους επαγγελματίες της διαμεσολάβησης (Zwan & ter Bogt, 2009).

Το **2017** χαρακτηρίζεται από αρκετές μεταβολές, που μοιάζουν να φέρνουν τα Βραβεία της Περίπτωσης Α΄ μερικά βήματα ακόμα πλησιέστερα στη **νομιμοποίηση**:
α) υποψήφιες είναι όλες οι παραστάσεις που παίζονται στην Αθήνα την προηγούμενη θεατρική περίοδο ανεξάρτητα από τη σχέση τους με την ιστοσελίδα, και οι

⁶ Το 2015 αφαιρούνται οι κατηγορίες «Καλύτερης Κωμωδίας» και «Κοινωνικής Ευαισθητοποίησης»

αναγνώστες μπορούν να επιλέξουν ελεύθερα, όπως θα δούμε στο επόμενο υποκεφάλαιο ότι συμβαίνει στο Παράδειγμα Γ', β) η βραδιά αποκτά σκηνοθέτη και νέους παρουσιαστές, γ) την απονομή ενός βραβείου κάνει Καλλιτεχνικός Διευθυντής μείζονος δημόσιου Πολιτιστικού Οργανισμού και δ) η βραδιά της απονομής αποκτά για πρώτη φορά **χορηγούς**, οι οποίοι αναφέρονται στο σώμα του κειμένου, ενώ τα προϊόντα τους περιλαμβάνονται στις φωτογραφίες. Η κατηγορία «Ειδικό Βραβείο» **μετονομάζεται σε «Βραβείο Καλύτερου Νέου Ηθοποιού»** και η κατηγορία «Βραβείο Τύπου» σε **«Βραβείο Κριτικών Θεάτρου»**, ενώ καταργείται η κατηγορία «Βραβείο Κωμωδίας».

Την επόμενη χρονιά (**2018**) παρατηρείται **αύξηση των χορηγών** (κάτι που φαίνεται να επιβεβαιώνει ότι το κοινό αυξάνεται), την βραδιά αναλαμβάνουν πιο καθιερωμένοι παρουσιαστές και σκηνοθέτης, ενώ το έπαθλο αποτελεί πλέον ένα αγαλματίδιο σχεδιασμένο από νεανική ομάδα εικαστικών.

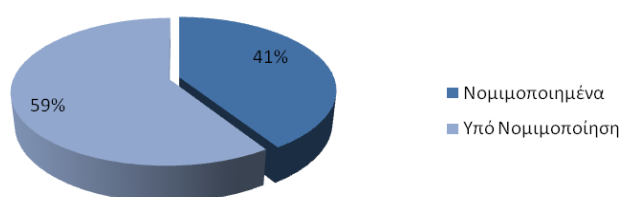
Τα βραβεία του **2019**, τέλος, οργανώνονται σε **αίθουσα με χωρητικότητα άνω των 900 ατόμων**, αντανakλώντας την ανοδική πορεία της διοργάνωσης, αν θυμηθεί κανείς τα δεδομένα του 2013. Υποψήφιος είναι πια όλες τις παραστάσεις της προηγούμενης θεατρικής περιόδου, καθιερώνεται η αλλαγή παρουσιαστών και σκηνοθέτη – κάτι που δεν αποκλείεται να αντανakλά τη μεγαλύτερη δυνατότητα της Περίπτωσης Α', ως πιο καθιερωμένη πλέον, να επιλέγει μεταξύ «ενσωματωμένων», κατά Becker (1982) καλλιτεχνών – και αλλαγές στις κατηγορίες για άλλη μια φορά: επανέρχεται το «Βραβείο Κριτικών», αλλά με το, σαφέστερο, όνομα «Βραβείο Αρθρογράφων Πολιτιστικών Σελίδων», το «Βραβείο Καλύτερου Νέου Ηθοποιού» με το όνομα **«Βραβείο Ανερχόμενου»** ενώ για πρώτη φορά υπάρχει κατηγορία **«Νεοελληνικού Έργου»**, κατηγορία για την οποία, για ένα διάστημα, απένεμε βραβεία και το Περιοδικό Γ'. Ο Πίνακας 1 δίνει μια συνοπτική εικόνα των σημαντικότερων παραμέτρων της ανοδικής πορείας της διοργάνωσης στο χρόνο:

Πίνακας 1. Ετήσια Στοιχεία για τα Βραβεία της Περίπτωσης Α΄

Έτος	Αναφορά στη διαδικασία ψηφοφορίας	Αναφορά στη σχέση μεταξύ Υποψηφίων και Ιστότοπου	Τελετή απονομής σε χώρο χωρητικότητας άνω των 200 ατόμων	Κατηγορίες απονεμόμ. Βραβείων	Αναφορά σε άλλους πολ. διαμ.	Υποψήφιοι Παραστ.	Χορηγοί Βραδιάς
2013	ναι	ναι	όχι	3	όχι	67	όχι
2014	ναι	ναι	όχι	9	όχι	115	όχι
2015	ναι	ναι	ναι	7	ναι	244	όχι
2016	ναι	όχι	ναι	9	ναι	298	όχι
2017	όχι	όχι	ναι	8	ναι	όλες	ναι
2018	όχι	όχι	ναι	8	ναι	όλες	ναι
2019	όχι	ναι	ναι	9	ναι	όλες	ναι

Αναφέρονται 533 **κύρια ονόματα** προσώπων και οργανισμών, σε συνολικά 991 αναφορές (βλ. Διάγραμμα Α6). Επιβεβαιώνοντας και πάλι τους Conlin (2014) και Maguire & Matthews (2010), στα περί σύνδεσης ανερχόμενων πολιτισμικών διαμεσολαβητών με «υπό νομιμοποίηση» είδη και καλλιτέχνες, η κατηγορία «**υπό νομιμοποίηση**» υπερτερεί (βλ. Διάγραμμα 6 αλλά και Πίνακα Α21)⁷.

Βραβεία Περίπτωσης Α΄: Αναφορές σε Πρόσωπα και Οργανισμούς



Διάγραμμα 6. Σχετική κατανομή των αναφορών σε πρόσωπα και οργανισμούς στα Βραβεία της Περίπτωσης Α΄

⁷ Σε όλα τα σημεία της παρούσας εργασίας που μελετώνται Βραβεία Κοινού, **δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι δεν θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε αποκλειστικά υπεύθυνους τους διαμεσολαβητές των Α΄ και Γ΄ για πολλά από τα ευρήματα στα οποία μετρά η ψήφος του κοινού**, όπως είναι το μέρος των ονομάτων που αφορά πχ. στους νικητές (αν και ο Α αναφέρει στη συνέντευξή του ότι ίσως να μπορούν οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές να τα επηρεάσουν σε κάποιο βαθμό). Ωστόσο, ακολουθώντας τον Verboord (2013) που έχει επισημάνει την συνάφεια του πολιτισμικού κεφαλαίου επαγγελματιών διαμεσολαβητών και του ακροατηρίου τους, δε θεωρήσαμε τα συγκεκριμένα ευρήματα ανάξια αναφοράς.

Η Εικόνα 3 παρουσιάζει, και πάλι ως σύννεφο λέξεων, τα κύρια ονόματα που αναφέρονται συχνότερα, με μέγεθος ανάλογο της συχνότητας με την οποία απαντώνται:



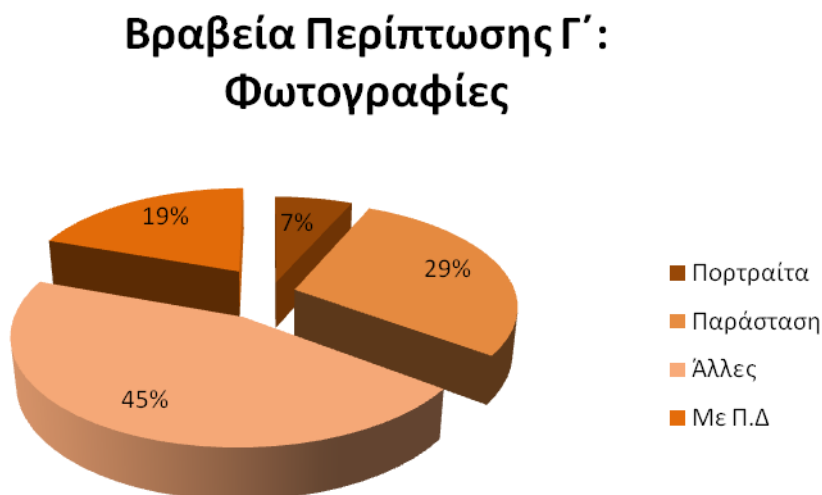
Εικόνα 3. Σύννεφο λέξεων με τα κύρια ονόματα που αναφέρονται συχνότερα στα Βραβεία της Περίπτωσης Α΄

3.2.2 Τα Βραβεία της Γ΄ Περίπτωσης

Όπως αναφέρθηκε στο 2^ο Κεφάλαιο της παρούσας εργασίας, αν και το Περιοδικό Γ΄ διοργανώνει θεατρικά βραβεία από το 1999, για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας χρησιμοποιήθηκαν ως δείγμα μόνον τα δημοσιεύματα της τελευταίας επταετίας. Το

δείγμα αποτελείται από κείμενα των κατηγοριών «Ρεπορτάζ» και «Θέμα»,⁸ με μέση έκταση τις 2292,08 λέξεις. Εκτενέστερα είναι πάντοτε τα «Ρεπορτάζ» (φτάνουν τις 4290 λέξεις), καθώς και ενυπόγραφα, σε αντίθεση με τα «Θέματα», όπου αναφέρονται απλώς οι νικητές.

Η σχετική κατανομή των **Φωτογραφιών** στα Βραβεία της Γ΄ Περίπτωσης παρουσιάζεται αμέσως παρακάτω, στο Διάγραμμα 7:



Διάγραμμα 7. Σχετική κατανομή των φωτογραφιών στα Βραβεία της Γ΄ Περίπτωσης

Και στη Γ΄ Περίπτωση οι **φωτογραφίες** από την εκδήλωση της απονομής («Άλλες») αποτελούν το 45%, ενώ δεν έχουν ευκαταφρόνητο μερίδιο και εκείνες όπου είναι παρόντα στελέχη του περιοδικού ή άλλοι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές (19%). Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει το εύρος της μέσης τιμής του συνόλου των φωτογραφιών, καθώς η ελάχιστη μέση τιμή φωτογραφιών σε ένα κείμενο είναι οι 3 και η μέγιστη οι 76 φωτογραφίες (για μια πιο λεπτομερή εικόνα, βλ. Πίνακα Α22).

Υπερσυνδέσεις ξεκίνησαν να υπάρχουν σχετικά πρόσφατα, το 2018 (46 για το 2018 και 40 για το 2019), και οδηγούν όλες στο εσωτερικό του ιστοτόπου του περιοδικού, στις επιμέρους σελίδες των αναφερόμενων ή βραβευόμενων

⁸ Το δείγμα αποτέλεσαν συνολικά 13 μονάδες ανάλυσης, γιατί, για την περίοδο που μελετάμε, η Περίπτωση Γ΄ καλύπτει τα Βραβεία της με ένα «Ρεπορτάζ» της βραδιάς και ένα «Θέμα», πλην του έτους 2016 οπότε υπήρξε ένα, ενιαίο, «Ρεπορτάζ». Για λόγους συμμετρίας με την Α΄ Περίπτωση, η Γ΄ Περίπτωση εξετάστηκε και αυτή σε ετήσια βάση, με συνδυασμό του περιεχομένου των δύο δημοσιευμάτων κατ' έτος, στα έτη που καλύπτονται με δύο δημοσιεύματα.

παραστάσεων και σε συνεντεύξεις των βραβευόμενων καλλιτεχνών, κρατώντας την **προσοχή**, όπως αναφέραμε ότι την εννοεί ο Verboord (2013), στο εσωτερικό του.

Για την περίοδο που μελετάμε, στα Βραβεία Κοινού της Γ΄ Περίπτωσης **υποψήφιος είναι όλες οι παραστάσεις** της προηγούμενης θεατρικής περιόδου, αναφέρεται παντού ότι οι νικητές έχουν ψηφιστεί από το κοινό του περιοδικού και της σελίδας του, η βραδιά λαμβάνει χώρα πάντοτε σε **μεγάλης χωρητικότητας αίθουσα μείζονος πολιτιστικού οργανισμού**, δε γίνεται μνεία σε ειδικότερη σχέση υποψηφίων και περιοδικού, ενώ **άλλοι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές** αναφέρονται μόνον στο ρεπορτάζ για τα βραβεία του 2019. Το τελευταίο, συνδυαζόμενο με το γεγονός πως, όπως είδαμε, στην Α΄ γίνονται κάποιες αναφορές στη Γ΄ Περίπτωση, συνήθως για να υπογραμμιστεί η «νομιμότητα» κάποιου βραβευόμενου ή η αυξανόμενη αναγνώριση της Περίπτωσης Α΄ (βλ. και Ενότητα 3.1.1, Υποσημ. 3), θα μπορούσε να επιτρέψει να διακινδυνεύσουμε την εκτίμηση ότι ίσως αντανακλά τον βαθμό «νομιμότητας» της Γ΄, με την έννοια ότι φαίνεται σαν να μη χρειάζεται να παραπέμψει εκείνη σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές.

Και εδώ το βραβείο αποτελεί τεχνούργημα φιλοτεχνημένο από εικαστικό, ενώ σε όλες τις βραδιές υπάρχουν παραπάνω από ένας **χορηγοί**, με σημαντική παρουσία, τόσο στη βραδιά, όπου εκπρόσωποί τους απονέμουν αρκετά βραβεία, αλλά και στα κείμενα και τις φωτογραφίες που τα συνοδεύουν. Οι **κατηγορίες βραβείων** που απονέμονται είναι «Καλύτερης Παράστασης», «Σκηνοθεσίας», «Γυναικείου» και «Ανδρικού Ρόλου», «Σκηνογραφίας», «Ενδυματολογίας», «Μουσικής», «Φωτισμών», «Συγγραφής Νεοελληνικού Έργου», που σταμάτησε να απονέμεται το 2015, ενώ το 2017 αναγγέλλεται η θέσπιση «Βραβείου Ηχητικού Σχεδιασμού», το οποίο και απονέμεται από το 2018 σε έναν μόνο νικητή, έχοντας δηλαδή μόνον «Πρώτο Βραβείο» και τις δυο χρονιές. Τα παραπάνω στοιχεία συνοψίζονται στον Πίνακα 2:

Πίνακας 2. Ετήσια Στοιχεία για τα Βραβεία της Περίπτωσης Γ΄

Έτος	Αναφορά στη διαδικασία ψηφοφορίας	Αναφορά στη σχέση μεταξύ Υποψηφίων και Ιστότοπου	Τελετή απονομής σε χώρο χωρητικότητας άνω των 200 ατόμων	Κατηγορίες απονεμόμ. Βραβείων	Αναφορά σε άλλους πολ. διαμ.	Υποψηφίες Παραστ.	Χορηγοί Βραδιάς
2013	ναι	όχι	ναι	9	όχι	όλες	ναι
2014	ναι	όχι	ναι	9	όχι	όλες	ναι
2015	ναι	όχι	ναι	8	όχι	όλες	ναι
2016	ναι	όχι	ναι	8	όχι	όλες	ναι
2017	ναι	όχι	ναι	8	όχι	όλες	ναι
2018	ναι	όχι	ναι	9	όχι	όλες	ναι
2019	ναι	όχι	ναι	9	ναι	όλες	ναι

Αξίζει να σημειωθεί επίσης ότι η βραδιά της απονομής τελεί τα τελευταία χρόνια υπό την αιγίδα της Περιφέρειας Αττικής και ότι την απονομή ορισμένων κατηγοριών βραβείων έχουν κάνει κατά καιρούς επικεφαλής της Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Τοπικής Αυτοδιοίκησης, ενώ παρίστανται και εκπρόσωποι του πολιτικού κόσμου, βουλευτές ή ακόμα και αρχηγοί κομμάτων, κάτι που μοιάζει να αποτελεί αναγνώριση του υψηλού βαθμού καθιέρωσης της Περίπτωσης Γ΄ και των Βραβείων της εντός του πεδίου της διαμεσολάβησης θεατρικών γεγονότων και από πλευράς εκπροσώπων της πολιτικής εξουσίας.

Αναλυτικότερα στοιχεία για τις παραστάσεις που βραβεύθηκαν κάθε χρονιά με το βραβείο «Καλύτερη Παράσταση», παρουσιάζει ο Πίνακας 3, όπου αξίζει να παρατηρήσουμε ότι **μία μόνον παράσταση από «εναλλακτικό» θέατρο έχει κερδίσει**, σε μια επιβεβαίωση, από τον αντίστροφο δρόμο, της συνάφειας, όπως έχουμε δει, κατά Conlin (2014) και, κυρίως, κατά Maguire και Matthews (2010), του βαθμού νομιμότητας πολιτισμικών διαμεσολαβητών και καλλιτεχνών⁹.

⁹ Με την επιφύλαξη, και εδώ, ότι πρόκειται για βραβεία όπου ψηφίζει το κοινό, βλ και Υποσημ. 7, σελ. 59

Πίνακας 3. Αναλυτικότερα στοιχεία για τα βραβεία «Καλύτερης Παράστασης» της Περίπτωσης Γ΄

Έτος	Σε Νομ. Θέατ	Κριτική Γ΄ Πότε;	Βαθμ. Κριτικού	Βαθμ. Κοινού	Κριτικές Κοινού	Κριτικές Κοινού ως Κριτική	Κριτικές Κοινού ως Κριτ. (%)
2013	ναι	5 μέρες πριν	5	3,5	180	161	89,44%
2014	ναι	2 μήνες πριν	4	3,5	209	53	25,36%
2015	ναι	9 μήνες πριν	3,5/4	3,5	128	-	-
2016	ναι	1 μήνα μετά	4	3,5	126	109	86,50%
2017	ναι	1 μήνα πριν	5	4	180	154	85,60%
2018	ναι	7 μήνες πριν	4	4	51	-	-
2019	όχι	9 μήνες πριν	5	4,5	174	70	40,22%

Σημείωση 1: Για τα έτη 2015 και 2018 δε στάθηκε δυνατόν να προσδιοριστεί με σαφήνεια ο αριθμός των κριτικών του κοινού ως την ημερομηνία έκδοσης της κριτικής.

Σημείωση 2: Η νικήτρια παράσταση του 2015 είχε πρωτοπαρουσιαστεί στο τέλος της προηγούμενης θεατρικής περιόδου, επαναλήφθηκε και βραβεύθηκε. Δημοσιεύθηκαν για αυτήν δύο κριτικές, μία ανά περίοδο από κριτικούς της Περίπτωσης Γ, εξ' ου και η διπλή βαθμολογία

Παράλληλα, η δημοσίευση κριτικής από το περιοδικό και την ιστοσελίδα έχει προηγηθεί, για όλες πλην μιας τις βραβευμένες παραστάσεις, από αρκετούς μήνες έως και 5 ημέρες πριν την βραδιά της απονομής. Παρατηρούμε επίσης ότι η βαθμολογία των Κριτικών του Παραδείγματος Γ΄ σε δύο περιπτώσεις συμπίπτει με τη βαθμολογία του κοινού, στις λοιπές είναι ελαφρώς μεγαλύτερη, ενώ δεν έχουμε σαφή στοιχεία για την σχέση ανάμεσα στη χρονική στιγμή της δημοσίευσης της επίσημης κριτικής του Παραδείγματος Γ΄ και του ποσοστού των κριτικών του κοινού ως εκείνη τη στιγμή.¹⁰

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι, στον περιορισμένο αριθμό κριτικών του κοινού που εξετάστηκαν, αρκετές περιείχαν πράγματι άσχετες με το περιεχόμενο, **πρακτικού τύπου πληροφορίες**, επιβεβαιώνοντας τους Alexander et al. (2018), όπως, για παράδειγμα:

¹⁰ Στις 3 από τις 5 περιπτώσεις για τις οποίες κατέστη δυνατόν να αντληθούν κατά προσέγγιση στοιχεία (αντιπαραβάλλοντας την ημερομηνία της δημοσίευσης της κριτικής με τις χρονικές ενδείξεις στις κριτικές του κοινού), οι κριτικές του κοινού φαίνεται να αγγίζουν σημαντικό ποσοστό του συνόλου τους πριν γραφτεί η επίσημη κριτική από την ιστοσελίδα, αλλά δε μοιάζει ιδιαίτερα παρακινδυνευμένο να εξαχθεί οποιοδήποτε συμπέρασμα σχετικά με το αν το ενδιαφέρον του Κοινού στην ιστοσελίδα της Περίπτωσης Γ΄ προκάλεσε την προσοχή των επίσημων Κριτικών του περιοδικού, κάτι που, στη λογική των Verboord (2013) και Janssen & Verboord (2015), δε θα ήταν απίθανο.

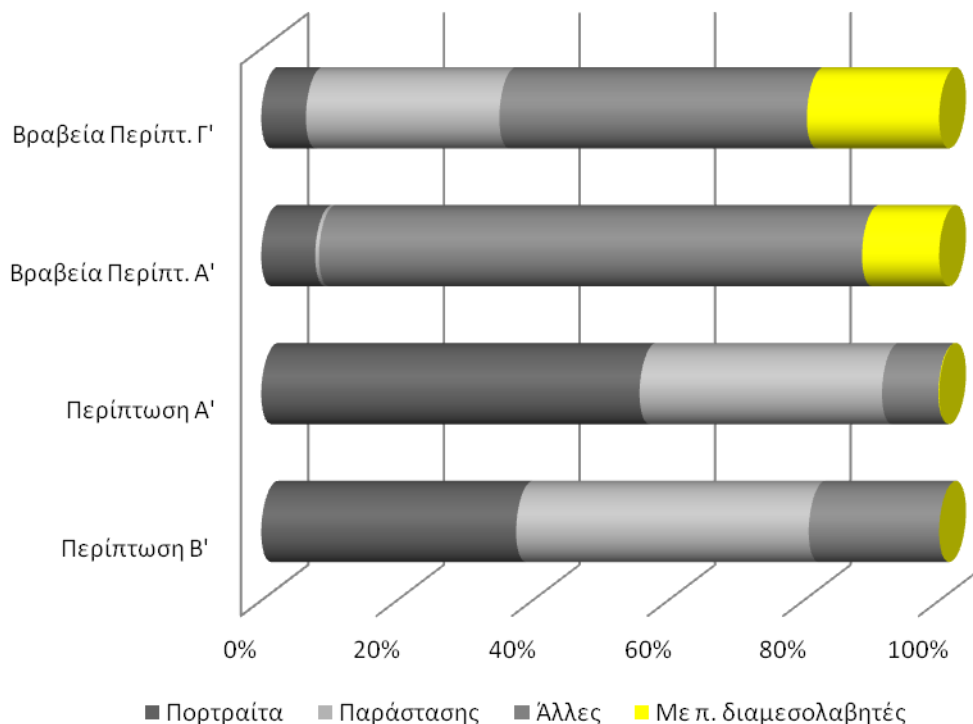
3.3. Αντιπαραβολή αποτελεσμάτων

Έχοντας ολοκληρώσει την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της ανάλυσης περιεχομένου για κάθε Περίπτωση ξεχωριστά, θεωρήθηκε πως μια σύγκρισή τους θα μπορούσε να δώσει την ευκαιρία για περαιτέρω συζήτηση. Στην ενότητα 3.3.1 λοιπόν, επιχειρείται η αντιπαραβολή των κοινών κατηγοριών για όλες τις Περιπτώσεις, και στην 3.3.2 η σύγκριση κάποιων επιμέρους κατηγοριών για τα Βραβεία των Περιπτώσεων Α' και Γ'.

3.3.1 Οι κοινές κατηγορίες

Παρατηρώντας το Διάγραμμα 8 που αφορά στις **φωτογραφίες** των τριών Περιπτώσεων, μια πρώτη σκέψη θα μπορούσε να είναι πως οι βραδιές απονομής βραβείων μοιάζει να αποτελούν μια ευκαιρία για τους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές να **εμφανιστούν δημόσια**, και μάλιστα στο πλαίσιο μιας, θα λέγαμε, «νομιμοποιητικής» φύσης εκδήλωσης (Allen & Lincoln, 2004). Πράγματι, είναι αρκετά σημαντική η παρουσία επαγγελματιών της πολιτισμικής διαμεσολάβησης στις σχετικές φωτογραφίες, με τα Βραβεία της Περίπτωσης Γ' να παρουσιάζουν σχεδόν τη διπλάσια σχετική κατανομή τέτοιων φωτογραφιών, συγκρινόμενα με τα Βραβεία της Α'. Επιπλέον, η, σχετικά νεότερη στο πεδίο, Περίπτωση Α' φαίνεται να παρουσιάζει τα Βραβεία της χρησιμοποιώντας κυρίως φωτογραφίες από τη βραδιά της απονομής («Άλλες»), ενώ μεγαλύτερος χώρος για πορτραίτα και φωτογραφίες από παραστάσεις μοιάζει να δίνεται στα Πρόσωπα της Α' αλλά και στην Β' Περίπτωση (για μια αναλυτικότερη παρουσίαση βλ. Πίνακα Α24).

Όλες οι Περιπτώσεις: Φωτογραφίες

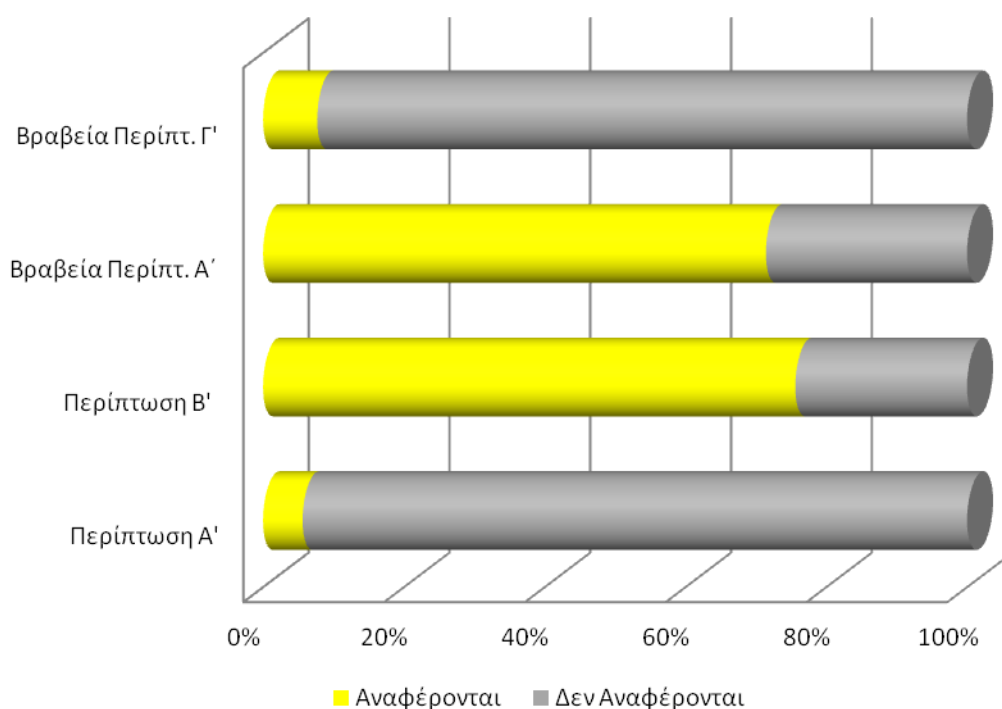


Διάγραμμα 8. Φωτογραφίες σε Α', Β' και Γ' - Σχετικές Κατανομές

Η Περίπτωση Β' και τα Βραβεία της Α' Περίπτωσης φιλοξενούν περισσότερες αναφορές σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές από τα Πρόσωπα της Α', κάτι ίσως αναμενόμενο, αφού κεντρικό θέμα είναι τα Πρόσωπα. Οι αναφορές στο ιστολόγιο Β' αφορούν, όπως είδαμε, σε, περισσότερο «ακαδημαϊκής» λογικής, αναφορά στη δουλειά άλλων, όπως έχει επισημάνει ο Kadushin (1976) αλλά και ο Verboord (2013), ενώ για την Περίπτωση Α' αφορά την παρουσία διαμεσολαβητών στην εκδήλωση των Βραβείων της και σε υπερσυνδέσεις με τις σελίδες τους, περισσότερο σε μια λογική δικτύωσης δηλαδή (Wittel, 2001). Δε θα έπρεπε, ασφαλώς, να ξεχνάμε ότι και ο Kadushin (1976) βλέπει μια μορφή δικτύωσης στην αναφορά στο έργο άλλων, έτσι, ακόμα και αν για τον Β κάτι τέτοιο δεν αποτελεί στόχο, θα μπορούσε ίσως να είναι ένα παράπλευρο όφελος. Τα Βραβεία της Γ' όπως είδαμε, δε μοιάζει να αναφέρονται παρά μόνον ελάχιστα σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές, ίσως ως πιο καθιερωμένα, ενώ υπερτερεί και στη μέση τιμή

φωτογραφιών (αλλά επί το πλείστον δικών της) διαμεσολαβητών ανά έτος διοργάνωσης. Το Διάγραμμα 9 και ο Πίνακας Α25 δίνουν μια παραστατικότερη απεικόνιση των παραπάνω:

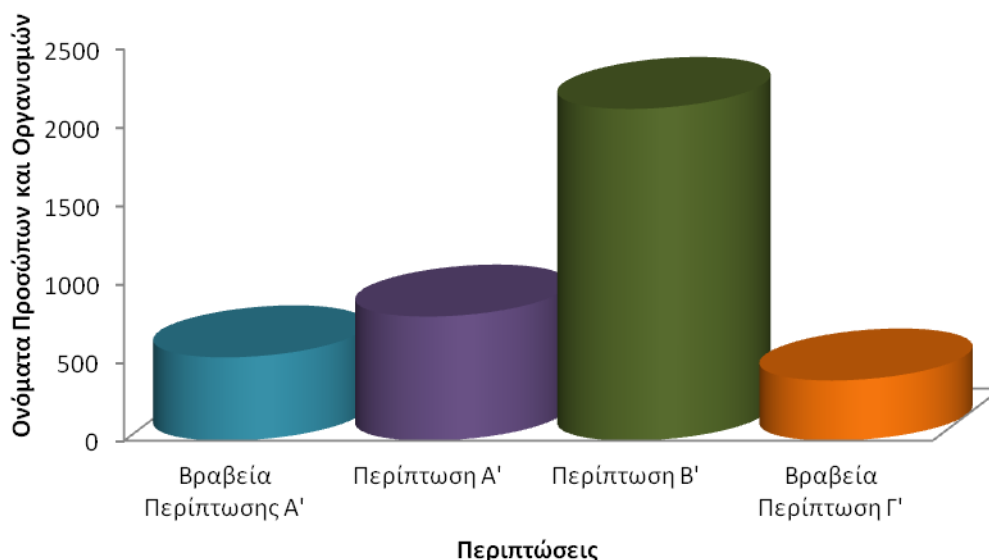
Όλες οι Περιπτώσεις: Αναφορές σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές



Διάγραμμα 9. Αναφορές σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές σε Α', Β' και Γ'

Ένα σημαντικό κομμάτι της ανάλυσης εστίασε, όπως είδαμε στις **αναφορές κύριων ονομάτων** στα κείμενα του δείγματος. Έτσι, το Διάγραμμα 10 παρουσιάζει συγκεντρωτικά και την απόλυτη κατανομή συχνοτήτων αυτών των αναφορών, η οποία δίνει μιαν αρκετά ενδιαφέρουσα εικόνα, αν και λόγω της διαφορετικής φύσης των Περιπτώσεων θα ήταν παρακινδυνευμένο να εκληφθεί ως μαρτυρία πολιτισμικού κεφαλαίου: σε κάθε περίπτωση, η Περίπτωση Β' αναδεικνύεται σαφώς η πλουσιότερη, με 2123 ονόματα, στα Πρόσωπα της Α' αναφέρονται 793 και στα Βραβεία της 533, ενώ τα Βραβεία της Γ' Περίπτωσης αναφέρουν, για την επταετία που μελετήθηκε, 385 διαφορετικά ονόματα.

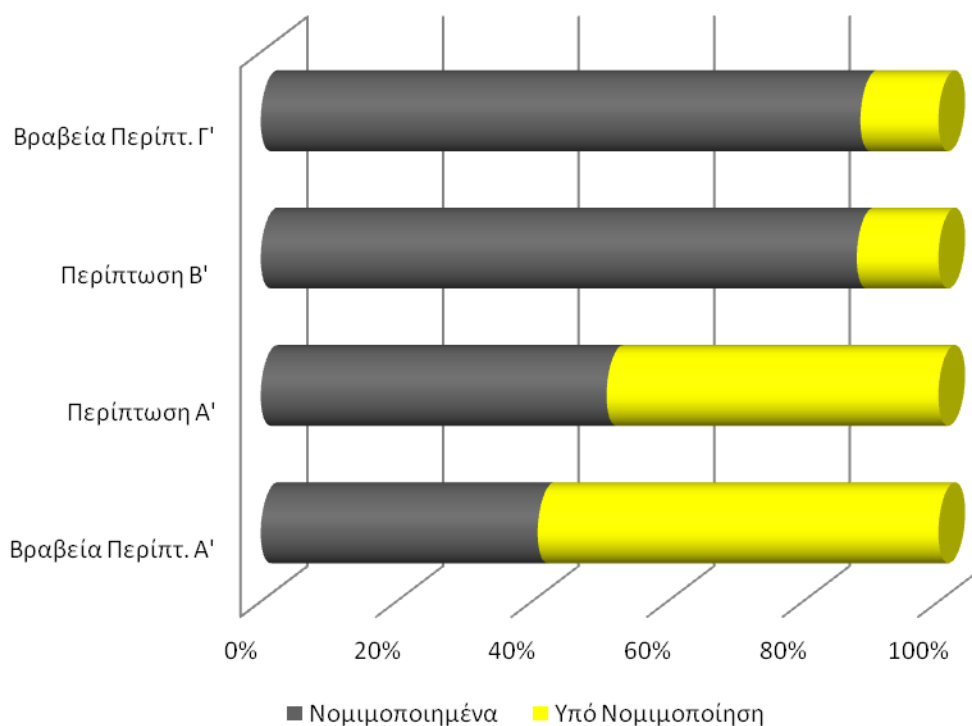
Όλες οι Περιπτώσεις: Απόλυτες Συχνότητες αναφερόμενων ονομάτων



Διάγραμμα 10. Απόλυτες Συχνότητες των κύριων ονομάτων που αναφέρονται σε Α', Β' και Γ'

Η σύγκριση των Περιπτώσεων ως προς τον **βαθμό καθιέρωσης των αναφερόμενων ονομάτων** ωστόσο, όπως παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 11, φαίνεται να επιβεβαιώνει τη σύνδεση μεταξύ νομιμότητας πολιτισμικών διαμεσολαβητών και καλλιτεχνών με τους οποίους ασχολούνται, στην οποία έχουμε αρκετές φορές ως τώρα αναφερθεί. Έτσι, οι Περιπτώσεις Β' και Γ' αναφέρονται κατά σχεδόν 90% σε νομιμοποιημένα πρόσωπα και οργανισμούς, σε αντίθεση με την Περίπτωση Α', που κινείται αρκετά πιο χαμηλά – στα Βραβεία της μάλιστα, οι αναφορές στα «υπό νομιμοποίηση» ονόματα υπερτερούν (για λεπτομέρειες βλ. Πίνακα Α26).

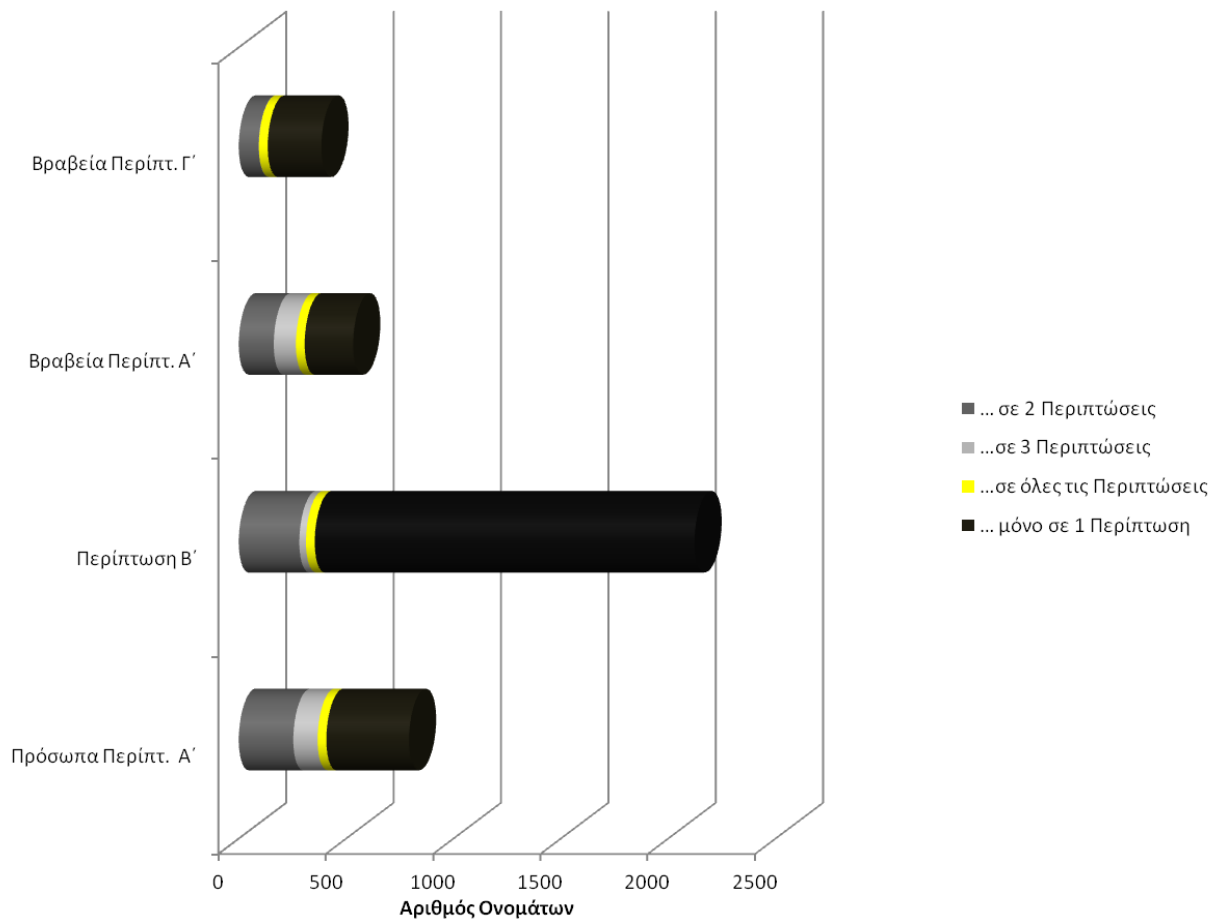
Όλες οι Περιπτώσεις: Αναφορές σε πρόσωπα και οργανισμούς



Διάγραμμα 11. Κατανομή Σχετικών συχνοτήτων για τις αναφορές κύριων ονομάτων στις Περιπτώσεις Α', Β' και Γ'

Αναζητώντας τα κύρια ονόματα που οι Περιπτώσεις έχουν κοινά, μια επίσης ενδιαφέρουσα εικόνα προκύπτει, καθώς διαπιστώνεται ότι αυτά είναι μόνον 44 ονόματα.

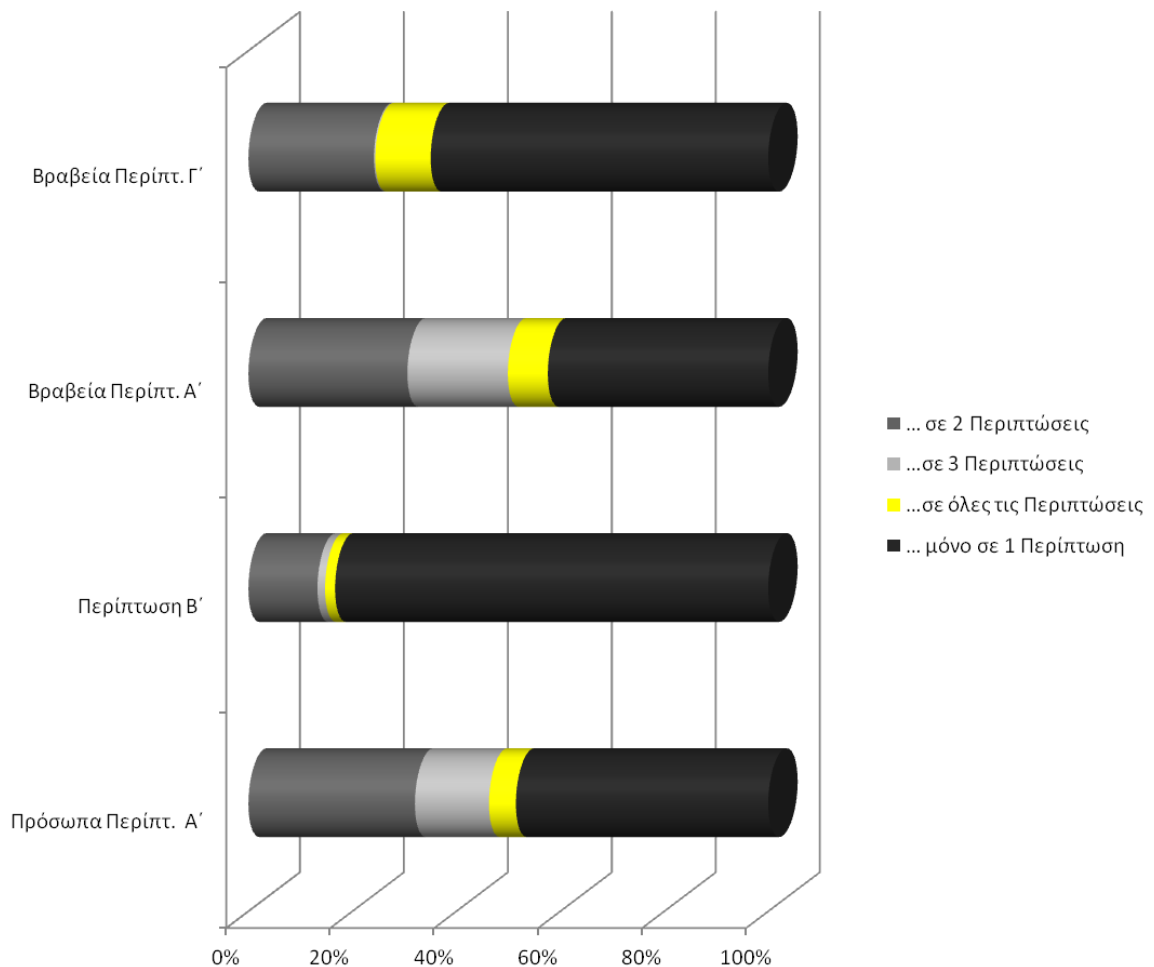
Όλες οι Περιπτώσεις: Ονόματα που αναφέρονται...



Διάγραμμα 12. Απόλυτη Κατανομή κύριων ονομάτων ανάλογα με τον αριθμό των Περιπτώσεων για τις οποίες είναι κοινά

Αντίθετα, εκείνα που η κάθε Περίπτωση δεν μοιράζεται με άλλη, υπερβαίνουν για όλες το 50%, με τις Β'(83,3%) και Γ'(64,9%) να υπερτερούν, όπως φαίνεται χαρακτηριστικά στα Διαγράμματα 12 και 13 (βλ. και Πίνακα Α27), επιτρέποντας να διακινδυνεύσουμε την υπόθεση πως οι διαμεσολαβητές που μελετήθηκαν είναι πιθανόν να έχουν σαφώς διαφορετικές προτιμήσεις:

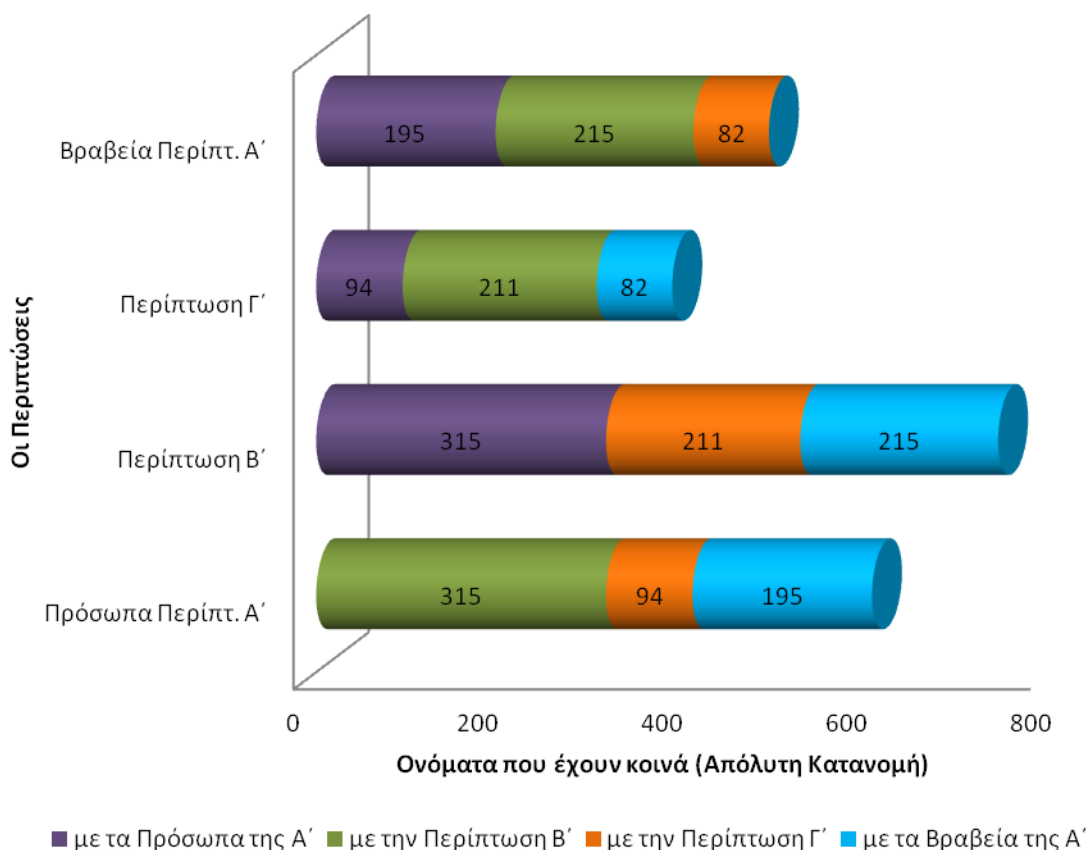
Όλες οι Περιπτώσεις: Ονόματα που αναφέρονται (Σώρευση 100%)...



Διάγραμμα 13. Σχετική Κατανομή κοινών ονομάτων ανάλογα με τον αριθμό των Περιπτώσεων για τις οποίες είναι κοινά

Το Διάγραμμα 14 δίνει μια αρκετά παραστατική εικόνα για το πώς κατανέμονται τα κοινά ονόματα μεταξύ των Περιπτώσεων: παρατηρούμε ότι τα Πρόσωπα του Περίπτωσης Α' και η Περίπτωση Β' μοιράζονται μεταξύ τους τα περισσότερα ονόματα, ωστόσο αυτό σε επίπεδο σχετικής κατανομής σημαίνει πως τα Πρόσωπα της Α' μοιράζονται το 39,72% του συνόλου των ονομάτων τους με την, πιο καθιερωμένη και ταυτόχρονα πιο πλούσια σε αναφορές ονομάτων Περίπτωση Β', ενώ για τη Β' τα κοινά με τα Πρόσωπα της Α' Περίπτωσης δεν αντιπροσωπεύουν παρά μόνο το 14,84% του συνόλου των δικών της ονομάτων (βλ. και Πίνακα Α28).

Όλες οι Περιπτώσεις: Κοινά ονόματα

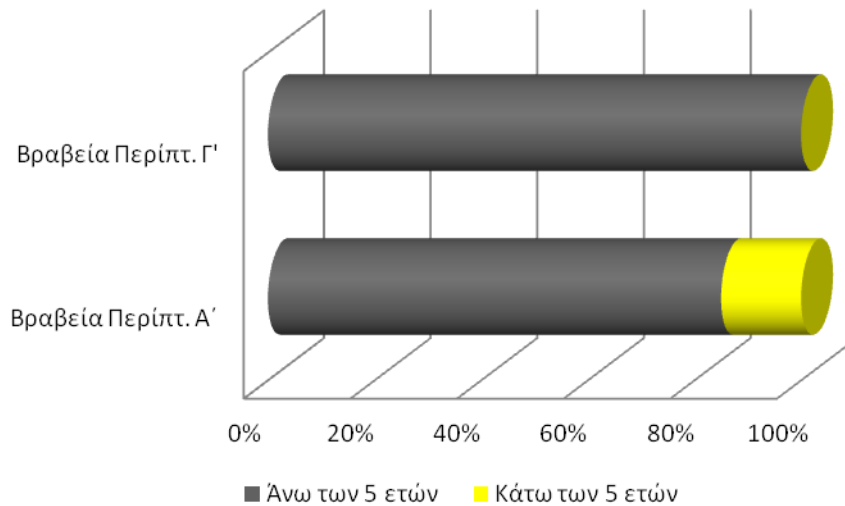


Διάγραμμα 14. Απόλυτη κατανομή των ονομάτων που είναι κοινά για Α', Β' και Γ'

3.3.2 Τα Βραβεία των Περιπτώσεων Α' και Γ'

Πέραν των κοινών κατηγοριών για όλες τις Περιπτώσεις, ενδιαφέρον παρουσιάζει η αντιπαραβολή των επιπλέον παραμέτρων σχετικά με τα κείμενα που αναφέρονται στα Βραβεία των Α' και Γ'. Έτσι, οι ηθοποιοί και σκηνοθέτες που βραβεύονται με Πρώτο Βραβείο Ερμηνείας ή Σκηνοθεσίας, είναι στο σύνολό τους **επαγγελματίες για παραπάνω από 5 έτη** πριν τη βράβευση στη Γ' Περίπτωση, ενώ στην Α' υπάρχει ένα όχι αμελητέο 15% βραβευθέντων που έχουν κάτω των 5 ετών επαγγελματική ενασχόληση, κάτι που μοιάζει να επαληθεύει την μεγαλύτερη σχέση της Περίπτωσης Α' – και του κοινού της, αν ακολουθήσουμε τον Verboord (2013) – με τους νεοεισερχόμενους καλλιτέχνες (βλ. Διάγραμμα 15 και Πίνακα Α29).

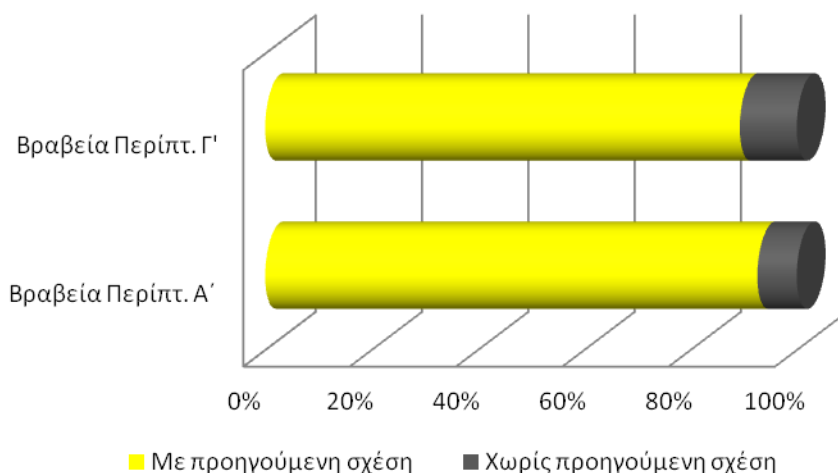
Βραβεία Α΄ & Γ΄: Επαγγελματική Ενασχόληση Βραβευθέντων



Διάγραμμα 15. Σύγκριση Σχετικών κατανομών των βραβευθέντων ως προς τα έτη επαγγελματικής ενασχόλησης

Επιπλέον, σχεδόν οι 9 στους 10 βραβευόμενοι για την «Καλύτερη Σκηνοθεσία», την «Καλύτερη Ερμηνεία» καθώς και οι «Καλύτερες Παραστάσεις» της εκάστοτε προηγούμενης θεατρικής περιόδου **έχουν παρουσιαστεί από την οικεία ιστοσελίδα**, τόσο για τα βραβεία της Περίπτωσης Α΄ όσο και για εκείνα της Γ΄, με την Α΄ να υπερτερεί ελαφρώς (βλ Πίνακα Α30), όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 16:

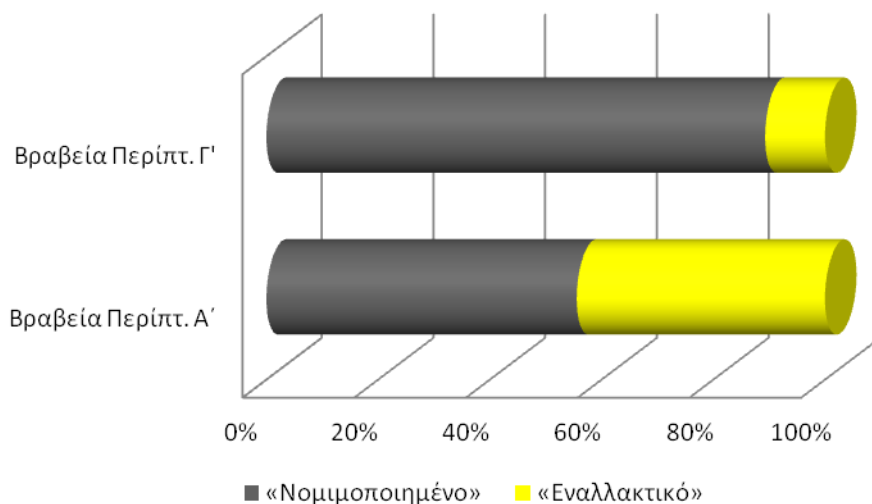
Βραβεία Α΄ & Γ΄: Σχέση Βραβευθέντων και Βραβευόντων



Διάγραμμα 16. Σχετική Κατανομή των βραβευθέντων σε Α΄ και Γ΄ Περιπτώσεις ως προς το αν έχουν παρουσιαστεί από την αντίστοιχη ιστοσελίδα

Από πλευράς **θεάτρων στα οποία έχουν παρουσιαστεί** οι παραστάσεις που βραβεύονται ως «Καλύτερη Παράσταση» ή/και των οποίων βραβεύονται ηθοποιοί ή/και σκηνοθέτης, παρατηρούμε ότι στα Βραβεία της Περιπτώσης Α΄ το 44,44% προέρχεται από παραστάσεις που έχουν παιχτεί σε θέατρα «υπό νομιμοποίηση», έναντι του 10,71% για την αντίστοιχη κατηγορία στα Βραβεία της Γ΄, όπου το 89,29% των βραβευθέντων προέρχεται από «νομιμοποιημένα» θέατρα, όπως δείχνει το Διάγραμμα 17 (βλ. και Πίνακα Α31):

Βραβεία Α΄ & Γ΄: Βράβευση για παράσταση που παρουσιάστηκε σε θέατρο...



Διάγραμμα 17. Σχετική Κατανομή Βραβευθέντων ως προς το θέατρο όπου η παράσταση για την οποία βραβεύονται παρουσιάστηκε

Ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης η εξέταση της αντιμετώπισης των νικητών της μιας Περίπτωσης από την άλλη: ως προς τις παραστάσεις, για παράδειγμα, παρατηρούμε πως όλες οι νικήτριες παραστάσεις της Γ΄ Περίπτωσης έχουν παρουσιαστεί από την Α΄ στη Στήλη που προτείνονται παραστάσεις, καθώς η Α΄ δε διαθέτει στήλη κριτικής, ενώ ο Πίνακας 4 συνοψίζει την αντιμετώπιση από την Περίπτωση Γ΄ των παραστάσεων που βραβεύθηκαν από την Α΄:

Πίνακας 4. Οι νικήτριες παραστάσεις των Βραβείων της Α΄ στην Περίπτωση Γ΄

Α:Καλύτερη Παράσταση Έτος	Αναφέρθηκε στη Γ΄	Βαθμολογία Κριτικού Γ΄ 0-5	Βαθμολογία Κοινού Γ΄0-5
2013	Όχι	-	4,5
2014	Κριτική	3	4,5
2015	Κριτική	3,5	4
2016	Κριτική	4	4,5
2017	Κριτική	3,5	4,5
2018	Κριτική	4	4,5
2019	Κριτική	5	4,5

Όπως μπορεί κανείς να παρατηρήσει στον Πίνακα 4, εξαιρουμένης της νικήτριας παράστασης για το 2013, όλες οι επόμενες έχουν τύχει κριτικής και βαθμολόγησης τόσο από τους κριτικούς όσο και από το κοινό της Γ΄ Περίπτωσης, λαμβάνοντας από το τελευταίο σχεδόν **άριστες κριτικές** και βαθμολογία που ξεπερνά κατά 0,5 βαθμό¹¹, κατά κανόνα, την αντίστοιχη των επαγγελματιών κριτικών του περιοδικού. **Αντίστροφη** μοιάζει ωστόσο η σχέση μεταξύ βαθμολογίας κοινού και κριτικών της Περίπτωσης Γ΄ για τις παραστάσεις που η ίδια η Γ΄ βραβεύει, όπου οι κριτικοί της Γ΄ Περίπτωσης δίνουν μεγαλύτερους βαθμούς από ότι το κοινό της στις παραστάσεις που κερδίζουν τα Βραβεία της Γ΄. Αυτή η απόκλιση θα μπορούσε ίσως να σημαίνει απλώς μια μικρή και πιθανώς εύλογη διάσταση μεταξύ κοινού και κριτικών της Περίπτωσης Γ΄. Παράλληλα, φαίνεται να δηλώνει και την ύπαρξη θεατών που, ανεξαρτήτως κριτικής, υποστηρίζουν διαδικτυακά τις παραστάσεις που τους αρέσουν (ή, σε ένα καθαρά υποθετικό αλλά άξιο μελλοντικής έρευνας σενάριο, την ύπαρξη και καλλιτεχνών αρκετά δραστήριων διαδικτυακά, που υποστηρίζουν οι ίδιοι τις δικές τους παραστάσεις), ψηφίζοντάς τις για να βραβευθούν στην Α΄ και στη Γ΄ Περίπτωση και δίνοντας καλή βαθμολογία και κριτικές στη σελίδα του Περιοδικού Γ΄, χωρίς όμως να είναι σε αριθμό όσοι χρειάζεται για να κερδίσουν στα Βραβεία Κοινού της Γ΄ Περίπτωσης, η την προσοχή των κριτικών της. Σε ένα τέτοιο ενδεχόμενο, οι παραστάσεις και οι καλλιτέχνες που οι θεατές αυτοί στηρίζουν ίσως να έχουν καλύτερες πιθανότητες να βραβευθούν τελικά από την Α΄ Περίπτωση (ή να είχαν παλιότερα, το διάστημα κατά το οποίο, όπως είδαμε, για να βραβευθεί μια παράσταση χρειαζόταν ένας σχετικά μικρός αριθμός ψήφων) καθιστώντας την, και με αυτήν την έννοια, ένα πιο φιλικό περιβάλλον για «μη νομιμοποιημένες» ακόμη παραστάσεις και καλλιτέχνες.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι για τα έτη 2013 έως 2019 που εξετάσαμε, **μόνον μία φορά**, το 2019, η ίδια παράσταση κέρδισε **Βραβείο «Καλύτερης Παράστασης»** και στις δύο Περιπτώσεις, αποτελώντας και τη μόνη παράσταση από «μη νομιμοποιημένο» θέατρο που κερδίζει το «Βραβείο Καλύτερης Παράστασης» στην Περίπτωσης Γ΄ κατά την ίδια επταετία. Γενικότερα **ως προς τις νικήτριες και τους νικητές** των βραβείων Ερμηνείας και Σκηνοθεσίας, αλλά και των παραστάσεων που βραβεύονται ως οι καλύτερες, τα Βραβεία Κοινού των Περιπτώσεων Α΄ και Γ΄

¹¹ Σε μια κλίμακα βαθμολόγησης από 0 (για «κακή παράσταση») έως 5 (για «εξαιρετική παράσταση»).

συμφωνούν σε ένα 29% των βραβευθέντων (για μια πιο λεπτομερή εικόνα, βλ. Διάγραμμα Α9).

Συνοψίζοντας, η σύγκριση των ευρημάτων στο παρόν υποκεφάλαιο μοιάζει, αφενός να επαληθεύει για άλλη μια φορά τη **σχέση μεταξύ του βαθμού καθιέρωσης** διαμεσολαβητών και καλλιτεχνών ή οργανισμών με τους οποίους ασχολούνται (Maguire & Matthews, 2010), και, αφετέρου, καθώς το κοινό είναι που ψηφίζει, να επιβεβαιώνει τον Verboord (2013) ως προς τη **συνάφεια μεταξύ των επιλογών των πολιτισμικών διαμεσολαβητών και εκείνων του ακροατηρίου τους**, αν αναλογιστούμε τον όχι αμελητέο αριθμό βραβείων που το κοινό του Α΄ χάρισε σε «μη νομιμοποιημένα» πρόσωπα και παραστάσεις τις οποίες παρακολούθησε σε «μη νομιμοποιημένα θέατρα».

3.4 Οι Συνεντεύξεις

Στο παρόν υποκεφάλαιο παρουσιάζονται οι συνεντεύξεις των διαμεσολαβητών, που διεξάχθηκαν κατά τη δεύτερη φάση της έρευνας. Με τον συντάκτη και διαχειριστή του ιστότοπου Α΄ («ο Α») η, διάρκειας 1 ώρας και 38 λεπτών, συνέντευξη διεξήχθη τηλεφωνικά τον Απρίλιο του 2020, ενώ οι συνεντεύξεις με τον blogger του ιστολογίου Β΄ («ο Β») και την κριτικό του περιοδικού Γ΄ (η Γ»), με διάρκεια 1 ώρας και 9 λεπτών και 1 ώρα και 25 λεπτών αντίστοιχα, διεξάχθηκαν διά ζώσης τον Ιούνιο του 2020. Ακολουθούν, κατά το δυνατόν συνοπτικά, οι απαντήσεις τους, οργανωμένες σε θεματικές ενότητες.

3.4.1 Πολιτισμικό κεφάλαιο και προσωπική διαδρομή

Η γνωριμία με το θέατρο για τη Γ και τον Β μοιάζει να αποτελεί μέρος του κατά την παιδική ηλικία αποκτηθέντος **πολιτισμικού κεφαλαίου** τους (Bourdieu, 1979/2002· Townley και Gullidge, 2013): η Γ το γνώρισε στην Αθήνα, μέσα από παραστάσεις για παιδιά, ο δε Β από περιοδείες αθηναϊκών θιάσων στην επαρχιακή πόλη όπου ζούσε, αλλά και στην Αθήνα, κατά τις καλοκαιρινές διακοπές της οικογένειας. Έτσι, η Γ, στα πλαίσια των **σπουδών δημοσιογραφίας** που ακολούθησε στο εξωτερικό, αναζήτησε ειδικότερες γνώσεις πάνω στη **θεατρική κριτική**. Ο Β, πάλι, αρκετά νωρίς συνειδητοποίησε την **κλίση του προς το γράψιμο** ακολουθώντας μια διαδρομή που, στα πρώτα της βήματα, θυμίζει αρκετά την περιγραφή των Francois και Chartrain (1990):

δεν ήθελα να γίνω ηθοποιός, ν' ανέβω στη σκηνή, ήθελα να βλέπω (...) εκείνο που μ' ενδιέφερε (...) ήταν να πηγαίνω να βλέπω στα θέατρα, τότε ήταν καμιά 20ρια θέατρα (...) και είχα αρχίσει να γράφω, είχα ένα τετράδιο σπιράλ, θυμάμαι, κι έγγραφα.

Βρέθηκε στην Αθήνα για σπουδές στο Πολιτικό Τμήμα της Νομικής, αλλά τον κέρδισε η **δημοσιογραφία**. Έτσι, αφού εργάστηκε, για κάποιο διάστημα, για γνωστό λογοτεχνικό περιοδικό, που τότε ξεκινούσε, αλλά και για την Κρατική Ραδιοφωνία, στα μέσα της δεκαετίας του 1980, συστημένος από γνωστούς του δημοσιογράφους – ένα παράδειγμα της σημασίας της **δικτύωσης** για την εξεύρεση εργασίας και στο δημοσιογραφικό χώρο, που συναντήσαμε στη βιβλιογραφία (Hesmondhalgh & Baker, 2010· Randle et al., 2015) – άρχισε να εργάζεται ως μέλος της ομάδας του καλλιτεχνικού ρεπορτάζ στην εφημερίδα όπου, αργότερα, δημιούργησε τη στήλη από την οποία κατάγεται, όπως αναφέραμε στο 2^ο Κεφάλαιο, το ιστολόγιο Β'. «Οι φίλοι μου έλεγαν 'αυτός έκανε το χόμπι δουλειά'», θυμάται, ακριβώς όπως περιγράφει ο Pareschi (2015) την είσοδο στη διαμεσολάβηση.

Για τον Α, αντίθετα, η σχέση με το θέατρο ήρθε αρκετά αργότερα: όπως παρουσιαζόταν στο σχολείο, του ήταν μάλλον απωθητικό, του φαινόταν ότι «απευθύνονταν σε λίγους», κι έτσι δεν πήγαινε συχνά, ώσπου, στην ηλικία των 30, **μια παράσταση που έτυχε να παρακολουθήσει τον έκανε να αλλάξει άποψη**. Έκτοτε, όπως λέει, βρήκε

... ένα ενδιαφέρον στη ζωή μου που δε το είχα μέχρι τότε, και το οποίο με ώθησε να κάνω και το site (...): δεν ξεκίνησε θεατρικό, με δυο τρεις φίλους ως ένα site για να κάνουμε την πλάκα μας (...) ήθελα να κάνω συνεντεύξεις από ηθοποιούς, είχε αρχίσει να μ' αρέσει (...)

Ο Α **προέρχεται από τον ευρύτερο χώρο της διαμεσολάβησης** όπως συμβαίνει συχνά, σύμφωνα με τους Peterson & Anand (2004), έχοντας ξεκινήσει, αλλά και εργαζόμενος ως σήμερα, ως αθλητικός συντάκτης. Ωστόσο, όταν το 2011 έκλεισε, όπως αναφέρει, η εφημερίδα στην οποία εργαζόταν, επικεντρώθηκε αρκετά στην ιστοσελίδα Α'. «Δε δηλώνω θεατρόφιλος, δε μ' αρέσει κι η λέξη (...) δε τα ξεχωρίζω, θέατρο κινηματογράφος και τηλεόραση για μένα είναι ένα, με την έννοια ότι όλα είναι πολιτισμός, αρκεί βέβαια (...) να υπάρχει κάποια αισθητική», δηλώνει, στάση μάλλον «**χαλαρή**» ως προς το θέατρο, όπως είδαμε ότι, αναφορικά με τους διαδικτυακούς διαμεσολαβητές, επισημαίνει και ο Verboord (2013). Σε αυτό το πλαίσιο, πιθανόν, τα τελευταία χρόνια ο Α κάνει κάποια επαγγελματικά βήματα και ως casting director, ακολουθώντας την **κλίση** του (Moulin & Quemin, 1993· Pareschi, 2015), καθώς δηλώνει ότι αγαπημένη του συνήθεια ανέκαθεν ήταν να

βρίσκει ομοιότητες στην εξωτερική εμφάνιση ηθοποιών, Ελλήνων και ξένων, τηλεοπτικών, κινηματογραφικών ή θεατρικών, να φαντάζεται μεταξύ τους συγγένειες αλλά και, γενικότερα, να τους φαντάζεται σε διάφορους ρόλους.

3.4.2 Οι προσωπικές αισθητικές διαθέσεις και η παρακολούθηση παραστάσεων ως επαγγελματική ενασχόληση

Η ενασχόληση με το casting και το γεγονός ότι πλέον έχει φίλους και γνωστούς ηθοποιούς αποτελούν ισχυρό κίνητρο για τον Α στο να παρακολουθεί θέατρο, υπενθυμίζοντας τη ανάδειξη του δικτύου των **κοινωνικών επαφών ως κεφαλαίου** από τον Wittel (2001). Ο ίδιος **δεν θεωρεί τον εαυτό του ειδικό** στο θέατρο, ωστόσο συμφωνεί ότι οι γνώσεις του εμπλουτίζονται παρακολουθώντας – κάτι που θα μπορούσε να ιδωθεί ως μια μορφή **αυτοδιδασκαλίας**, στη λογική των Bourdieu (1979/2002) και Wright (2005). Ωστόσο, όπως λέει,

δε μ' αρέσει να πηγαίνω να βλέπω (...) πολυπαιγμένα έργα (...), ναι, να πάω να δω ένα έργο του Τσέχοφ, σαφώς, γιατί είναι πολύ σπουδαίος και διαχρονικός, αλλά άμα έχω δει τις «Τρεις αδελφές» πέντε φορές γιατί να πάω να τις ξαναδώ;

Η Γ' θεωρεί πως οφείλει **να μην επαναπαύεται στο εκπαιδευτικό** της κεφάλαιο και να εμπλουτίζει τις γνώσεις της για το θέατρο:

στο πανεπιστήμιο σου δίνονται απλώς κάποια ερεθίσματα (...), δε σταματά ποτέ το διάβασμα, αυτό το θεωρώ απαραίτητο και για τους ηθοποιούς και για μας τους ανθρώπους οι οποίοι (...), είμαστε εραστές, να το πω, της τέχνης.

Οι συνομιλητές μας **δεν μοιάζουν να επιβεβαιώνουν** την επιθυμία που αποδίδει ο Bourdieu (1979/2002) στους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές **να επιβάλουν το δικό τους γούστο** (Adkins, 2001· Bourdieu, 1979/2002· Nixon & Du Gay, 2002). Μοιάζουν, αντίθετα, να θεωρούν ότι μια εμμονή στις δικές τους αισθητικές διαθέσεις, τις οποίες σαφώς δεν αρνούνται (Moore, 2008), θα μπορούσε να λειτουργήσει ως προκατάληψη, υποβιβάζοντας την ποιότητα της εργασίας τους. Όπως το θέτει η Γ': «αυτό θα μου απαγόρευε την **έκπληξη**, μ' αρέσει η έκπληξη στο θέατρο», ενώ στον Α έχει συμβεί να αλλάξει γνώμη παρακολουθώντας κάποιον καλλιτέχνη, για τον οποίο είχε ως τότε αρνητική εντύπωση. Ο Β, τέλος, φέρνει ως παράδειγμα τη δική του αρνητική προδιάθεση, στα νεανικά του χρόνια, απέναντι στο «ελαφρό θέατρο», στην αναίρεση της οποίας έπαιξε μείζονα ρόλο η αρθρογραφία γνωστού θεωρητικού του θεάτρου και κριτικού κατά τη δεκαετία του 1970 – υπενθυμίζοντάς μας τον ρόλο των διαμεσολαβητών στον **επαναπροσδιορισμό**, την **εκλαϊκευση** και την **ερμηνεία καλλιτεχνικών ειδών** την οποία επισήμαινε την ίδια περίπου εποχή ο Bourdieu

(1979/2002). Η μεγάλη εμπειρία, μάλιστα, μοιάζει τελικά για τον Β να αυξάνει τη χαρά της έκπληξης:

τώρα ξέρω περίπου τι θα δω από πριν.. όχι ότι είμαι προκατειλημμένος (...) είμαι πάντα ανοιχτός αν δω από κάποιους ανθρώπους που δε μ' αρέσουν, που δε τους εκτιμώ (...) κάτι, και να μου κάνει έκπληξη, αυτό μ' αρέσει πολύ και με συγκινεί ακόμα.

Έτσι, όλοι τους αρνούνται την ύπαρξη «καλού» ή «κακού» θεάτρου, ενώ ο Β κάνει μόνον μια εξαίρεση, εφαρμόζοντας ένα μάλλον **ηθικής** φύσης κριτήριο, όταν υποστηρίζει πως «κακό» θέατρο υπάρχει μόνον όταν «γίνεται με άρπα-κόλλα με στόχο αποκλειστικά να αρέσει, αποβλέπει στο ταμείο». Τα παραπάνω μοιάζουν να αντανακλώνονται και **τον τρόπο με τον οποίο** οι ίδιοι δηλώνουν ότι **παρακολουθούν μια παράσταση**: ο Α, που δηλώνει πως του αρέσει να νιώθει «αυτόπτης μάρτυρας» («να τη ζω την ιστορία», όπως το θέτει χαρακτηριστικά), υποστηρίζει ότι «πρέπει να είμαστε **πιο ανοιχτοί**» όταν πηγαίνουμε να δούμε μια παράσταση. Η Γ πηγαίνει

ως μέσος θεατής, ως άγραφο χαρτί (...). **Γιατί το σπούδασα και κάνω αυτή τη δουλειά αν δεν μπορώ να παρακολουθήσω αποστασιοποιημένα μια παράσταση;** Ως μέσος θεατής πηγαίνω, αυτή είναι κι η χαρά μου, δεν έχει νόημα διαφορετικά (...) η διαφορά είναι ότι αυτά τα εργαλεία τα οποία έχω τα γνωστικά, τα χρησιμοποιώ για να μπορέσω να συνθέσω ένα κείμενο, (...) μια άποψη ουσιαστικά εκφράζει ο κριτικός θεάτρου, απλά επειδή έχει την εμπειρία, επειδή ίσως έχει διαβάσει, έχει μια περισσότερη γνώση, την καταθέτει.

Ο Β αναφέρει ότι **η εμπειρία, πλέον, τον επηρεάζει** σε κάποιο βαθμό:

προσπαθώ να είμαι το μέσο μάτι αλλά δυστυχώς έχω αλλοιωθεί (...) από τόσα που έχω δει (...). Μερικές φορές ονειρεύομαι και λέω «αχ να ήταν εκείνη η πρώτη χρονιά που ήρθα στην Αθήνα που τα 'βλεπα όλα με ένα πάθος».

Στην περίπτωση που κάποια παράσταση ή καλλιτέχνης τους **ενθουσιάζει**, και οι τρεις δηλώνουν πως θα είναι, κατά το δυνατόν, υποστηρικτικοί (Becker, 1982· Greenfeld, 1988): έτσι, ο Α θα προβάλλει παραπάνω στον ιστότοπο Α' έναν τέτοιο καλλιτέχνη ή παράσταση «από θέμα **συνείδησης** (...) με χαρά (...) πολλές φορές και για δουλειές που δεν πηγαίνουν πολύ καλά αλλά **εγώ θεωρώ ότι αξίζουν**», ενώ η Γ αναφέρει ότι, με βάση τον τρόπο λειτουργίας του περιοδικού-Περίπτωσης Γ', οι κριτικές της δημοσιεύονται αναγκαστικά πρώτα στο έντυπο, οπότε υπάρχει πάντα κάποια χρονική απόσταση από τη στιγμή του ενθουσιασμού της ως τη δημοσίευση, κι έτσι δε θεωρεί ότι μπορεί να κάνει μεγαλύτερη προβολή από **μια καλή κριτική**. Ωστόσο, ειδικά για παραστάσεις που δεν θα παίζονται για μεγάλο διάστημα, ενδέχεται να γράψει στην ιστοσελίδα του περιοδικού **ένα θετικό σχόλιο** άμεσα, «γιατί δε θέλεις να την χάσουν». Τέλος, ο Β αναφέρει σχετικά ένα χαρακτηριστικό

σχόλιο παλιάς πρωταγωνίστριας προς εκείνον: «όταν σ' αρέσει κάτι είσαι γενναιόδωρος».

3.4.3 «Ιδεώδης αναγνώστης», έντυπη και διαδικτυακή διαμεσολάβηση, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και επικοινωνία θεατρικών γεγονότων

Στην ερώτηση εάν γράφουν για κάποιον «ιδεώδη αναγνώστη», οι Β και Γ δίνουν απαντήσεις που φέρνουν στον νου τα περί **ερμηνείας** και **εκλαϊκευσης** των έργων τέχνης που αναφέρονται από μεγάλο μέρος της βιβλιογραφίας (Becker, 1982· Bourdieu, 1979/2002· Greenfeld, 1988· Hennion, 2018· Moulin & Quemin, 1993· Townley & Gullledge, 2013): «γράφω για τον θεατρόφιλο, αλλά και (για) έναν αναγνώστη άσχετο, ποτέ δεν έγραφα για να με διαβάσει ένας που καταλαβαίνει τις ορολογίες (...) προσπαθούσα να γράφω πιο **λαϊκά**, πιο **απλά**, δηλαδή πιο **άμεσα**», θα πει ο Β, ενώ η Γ, όπως αναφέρει, γράφει

για τον άνθρωπο που έχει ξεκοκαλίσει την εγκυκλοπαίδεια του θεάτρου αλλά και για κείνον που του χάρισαν ένα εισιτήριο και αποφάσισε να πάει στο θέατρο και ψάχνει να βρει μια σύνδεση, έναν τρόπο. **Όλοι έχουν δικαίωμα στην απόλαυση** (...) γράφεις για τον κόσμο, **είσαι διαμεσολαβητής**, δηλαδή υπάρχει μια πληροφορία, υπάρχει κάτι, εγώ το βλέπω, το αναγνωρίζω, προσπαθώ να μάθω όσα περισσότερα γίνεται γι αυτό για να μπορέσω να το εκθέσω, να το παρουσιάσω.

Ο Α, με τη δική του εμπειρία να προέρχεται κυρίως από την διαδικτυακή πολιτισμική διαμεσολάβηση, προσθέτει σ' αυτό το σημείο **μιαν επιπλέον παράμετρο, σχετιζόμενη με την «οικονομία της προσοχής»** (Verboord, 2013, σ. 924), θεωρώντας ιδανικό αναγνώστη εκείνον που

μπαίνει και διαβάζει και το κείμενο (...) γιατί, επειδή υπάρχουν πάρα πολλά sites (...), ο κόσμος δεν διαβάζει ή δε θέλει να διαβάσει (...) **τα βλέπει, κάνει like και δεν ανοίγει το link**. Δηλαδή μέσα μπορεί να βρίξεις ας πούμε κι ο άλλος κάνει like (...) ο ιδανικός, για μένα, αναγνώστης είναι αυτός που θα διαβάσει κάτι σε βάθος, δε θα το περάσει έτσι, και (...) **που έχει ένα επίπεδο σαν άνθρωπος** (...) δεν εννοώ να είναι μορφωμένος αλλά να έχει μια ποιότητα σαν άνθρωπος, **χωρίς να αποκλείω, βέβαια, τον καθένα**.

Ως προς το αν η διαμεσολάβηση μέσω διαδικτύου μπορεί να **βοηθήσει** καθοριστικά μια θεατρική παράσταση ή να **κάνει διάσημο έναν καλλιτέχνη**, όπως είδαμε πως υποστηρίζουν οι Foster και Ocejó (2013), η Γ θεωρεί ότι το διαδίκτυο έχει «τεράστια δύναμη», με την έννοια ότι είναι ένα μέσο προβολής, «βοηθάει στο να γίνει γνωστό κάτι, να διαχυθεί μια πληροφορία (...), αλλά **το παιχνίδι της διασημότητας παίζεται διαφορετικά**, γίνεσαι διάσημος μέσα από το έργο που προσφέρεις (...), από τη δουλειά, από τους ανθρώπους που έρχονται και σε

στηρίζουν». Ο Β μοιάζει να αποδίδει στο διαδίκτυο μεγαλύτερες δυνατότητες δημιουργίας διασημότητας, θεωρώντας το «ομόλογο», όπως λέει, «της τηλεόρασης», και υποστηρίζει πως «αν θέλουν να προβάλουν κάποιον το επαναλαμβάνουν συνέχεια (...) **σαν μια πλύση εγκεφάλου**». Ο Α, πάλι, θεωρεί πως οπωσδήποτε μπορεί να βοηθηθεί μια θεατρική δουλειά από την προβολή της μέσω κάποιου ιστοτόπου, προσθέτοντας **μια ηθική παράμετρο**, αφού, για τον ίδιο, αυτό πρέπει

να γίνεται **με καλή πρόθεση, αγνά και αθώα** (...) μπορείς να καταλάβεις την αλήθεια, συνήθως. (...) Έχω διαβάσει για παραστάσεις τις οποίες τις έχω δει (...) αποθεωτικά πράγματα, και δε μιλάω πάντα για πολύ μεγάλα ονόματα, και λες «τόρα αυτό το αφιέρωμα πώς βγήκε, κάτι δεν πάει καλά».

Ο Β, ωστόσο, φέρνοντας στο νου αντίστοιχες αναφορές στη βιβλιογραφία (Riccioni, 2018), αναφέρει την ύπαρξη αμφιβόλου «αγνότητας», όπως θα το έθετε ο Α, **πρακτικών αναμετατροπής οικονομικού σε συμβολικό κεφάλαιο και αντίστροφα**, στο χώρο της διαδικτυακής διαμεσολάβησης:

υπάρχουν sites τα οποία συνεργάζονται ή έχουν διαφημιστικές εταιρείες και ζητούν ανταλλάγματα: **«θα αναλάβουμε τη διαφήμιση επί πληρωμή και (...) θα σας γράψουμε θετική κριτική»** (...). Η επικοινωνία στο θέατρο έχει αλλάξει, έχει γίνει **απροκάλυπτα**, ανενδοίαστα **φτιαχτή**. Δε μιλώ για όλους, υπάρχουν ακόμη συνάδελφοι οι οποίοι γράφουν αντικειμενικά, υπάρχουν κάποιες Δημόσιες Σχέσεις οι οποίες τηρούν τα προσχήματα, αλλά... (...)

Αναφέρει, βέβαια, παρόμοιες πρακτικές και προ διαδικτύου: «όταν ήμουν ακόμα στην εφημερίδα μου ερχόταν **συνεντεύξεις με καλλιτέχνες έτοιμες, για να τις δημοσιεύσω**, να τις στρώσω και να τις δημοσιεύσω (...) σαν να τις έχω γράψει εγώ».

Η Γ υποστηρίζει πως η ύπαρξη τέτοιων πρακτικών αναγνωρίζεται από το κοινό και οδηγεί στην απόρριψη όσων τις εφαρμόζουν. Όπως αναφέρει, για το Περιοδικό Γ´

δεν είναι η πελατειακή σχέση που πολλοί πιστεύουν, αλλά ακριβώς το αντίθετο, η διαφήμιση είναι απολύτως διαχωρισμένη, πρέπει τα πράγματα να είναι διαυγή, να 'ναι ξεκάθαρα (...) για το Γ´ το λένε πάρα πολύ: «α, έκανε κριτική έβαλε <αναφορά στον τρόπο βαθμολόγησης του Γ´ > γιατί είναι φίλος του, είναι πελάτης» – αυτό δεν ισχύει, γιατί αυτό αν ίσχυε θα σε είχε ξεράσει η αγορά, δε θα υπήρχε στην αγορά τόσα χρόνια, η πιάτσα εσωτερικά ξέρει τι έχεις αξιολογήσει. Υπάρχει πελατειακή σχέση σε ό,τι αφορά τη διαφήμιση: αυτό είναι άλλο κομμάτι (...). Ο κόσμος καταλαβαίνει αν γράφεις γιατί πραγματικά το πιστεύεις, ή θες κάτι να προωθήσεις (...), γιατί συμβαίνει και αυτό. **Ένας έμπειρος αναγνώστης το καταλαβαίνει κι εκεί είναι που αποφασίζει ποιους διαβάζει**.

Στο ίδιο πλαίσιο, ο Β και η Γ υπογραμμίζουν το **ασυμβίβαστο** και **αντιιδεοντολογικό** της, μάλλον σχετικά συχνής, όπως αφήνουν να διαφανεί, πρακτικής του να αναλαμβάνουν τις δημόσιες σχέσεις θεατρικών οργανισμών δημοσιογράφοι που απασχολούνται ταυτόχρονα και στο πολιτιστικό ρεπορτάζ (Hirsh,

1978, 2002): η Γ το χαρακτηρίζει «τραγικό – μεροληπτείς 100%» ενώ ο Β αναφέρει πως αρκετοί συνάδελφοί του το έκαναν κρυφά, και πως είχε δεχτεί πιέσεις να το κάνει και ο ίδιος.

Ως προς το αν **λαμβάνουν υπόψη τη γνώμη των άλλων** διαμεσολαβητών καθώς και τη δημοφιλία και την προβολή από άλλα Μέσα των παραστάσεων ή των καλλιτεχνών που φιλοξενούν (Anderl, 2006· Becker, 1982· Edwards, 2015· Janssen & Verboord, 2015· Zwan & ter Bogt, 2009), οι **απαντήσεις ποικίλλουν** αρκετά: ο Β είναι κατηγορηματικός πως **δε θα έγραφε για κάποιον επειδή είναι στην επικαιρότητα** – «το αντίθετο, γράφω και μερικά που ξέρω ότι δε θα έχουν αντίκρισμα». Η Γ αναφέρει ότι, όταν αποφασίζει με τους συνεργάτες της ποιες παραστάσεις θα παρακολουθήσουν και θα γράψουν για αυτές κριτική, **λαμβάνεται υπόψη και το γεγονός ότι «το κοινό θα ψάξει να βρει τους μεγάλους πρωταγωνιστές»**, επιβεβαιώνοντας τους Anderl (2006) και Edwards (2015), αλλά, όπως αναφέρει, **«πάντα ψάχνουμε και την έκπληξη»**.

Η Γ επισημαίνει, επίσης, πως θεωρεί

πάρα πολύ λάθος το να βλέπεις το ίδιο πρόσωπο την ίδια βδομάδα σε 3 διαφορετικά sites, πολύ κακό για τον ίδιο τον καλλιτέχνη: εκφράζει μια αγωνία, μια αμηχανία (...), θα 'πρεπε κι ο ίδιος ο καλλιτέχνης να φιλτράρει λίγο το πού θέλει να μιλήσει, τι θέλει να πει πού, πώς, ποια στιγμή, με ποιον τρόπο...

Ο Α προσθέτει: «αν ένας ηθοποιός έχει δώσει συνέντευξη πριν ένα μήνα σ' ένα άλλο site, εγώ **οφείλω να τον προφυλάξω**, γιατί δε θα του κάνει καλό»· σύμφωνα με τον ίδιο, μια δεύτερη συνέντευξη, που δίνεται με μικρή χρονική απόσταση από την πρώτη, **«καίγεται»** και δε θα διαβαστεί. Αν και, σε προσωπικό επίπεδο, δεν τον απασχολεί το αν κάποιος είναι προβεβλημένος, έχει διαπιστώσει πως, ειδικά σε σχέση με τη στήλη των Προσώπων, **οι παρουσιάσεις πιο γνωστών καλλιτεχνών αποδίδουν λιγότερο σε επισκέψεις (views)** από ό,τι εκείνες των λιγότερο γνωστών, κάτι που αντιτίθεται στον ισχυρισμό του Edwards (2015) για την τάση να διαμεσολαβούνται ευκολότερα οι ήδη καταξιωμένοι και αναγνωρίσιμοι (Edwards, 2015). Κατά τον Α, αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι κάποιος μη προβεβλημένος δεν έχει δώσει πολλές συνεντεύξεις και ίσως το κοινό θα ήθελε να πληροφορηθεί σχετικά με εκείνον, αλλά και στο ότι **το ευρύτερο περιβάλλον ενός μη προβεβλημένου καλλιτέχνη αναμένεται να «προωθήσει»**, όπως λέει, **πολύ περισσότερο την συνέντευξή του**, σε μια προσπάθεια καθιέρωσης του καλλιτέχνη «τους» στον ψηφιακό κόσμο (Golder & Macy, 2014). Αυτή η παρατήρηση του Α **μοιάζει να προσθέτει μian ενδιαφέρουσα διάσταση στην τάση για διαμεσολάβηση των «μη**

νομιμοποιημένων» καλλιτεχνών, στην οποία, όπως έχουμε παραθέσει αρκετές φορές, αναφέρεται η βιβλιογραφία (Conlin, 2014· Maguire & Matthews, 2010): **αυτήν της απόκτησης κεφαλαίου (με τη μορφή των views) στο πλαίσιο της «οικονομίας της προσοχής»** (Verboord, 2013), δυνάμενου ίσως να αναμετατραπεί μελλοντικά ακόμα και σε οικονομικό, υπό τις κατάλληλες προϋποθέσεις.

Η **αντίθεση** που διαφαίνεται μεταξύ των Περιπτώσεων Α' και Γ' σχετικά με την προβολή των νεοεισερχόμενων καλλιτεχνών, αναδεικνύει, επίσης, μιαν αρκετά ενδιαφέρουσα **διαφορά ανάμεσα στην έντυπη διαμεσολάβηση και τη διαδικτυακή**. Μια πιθανή ερμηνεία θα ήταν ότι ενδέχεται το περιοδικό-Περίπτωση Γ', του οποίου η έντυπη μορφή θα πωληθεί έναντι αντιτίμου στο φυσικό κόσμο, να θεωρεί πως **ρискάρει λιγότερο** προβάλλοντας δημοφιλείς καλλιτέχνες, όπως άλλωστε υποστηρίζει και σημαντικό μέρος της βιβλιογραφίας (Ander, 2006· Edwards, 2015· Janssen & Verboord, 2015· Reddy et al., 1998· Zwan & ter Bogt, 2009), κάτι που δεν ισχύει για την, αποκλειστικά διαδικτυακή, Περίπτωση Α'. Οι Α, Β και Γ, άλλωστε, επισήμαναν και άλλες **διαφορές μεταξύ έντυπης και διαδικτυακής διαμεσολάβησης**: έτσι, ο Α διαφωνεί με την ευρέως διαδεδομένη, κατά τον ίδιο, άποψη ότι τα έντυπα είναι πιο αξιόπιστα από τις ιστοσελίδες – που κατά τον ίδιο οφείλεται τόσο στον μεγάλο αριθμό των τελευταίων, όσο και στην πεποίθηση πως για να φτάσει κάτι να δημοσιευτεί σε έντυπο μεσολαβεί κάποια πιο αξιόπιστη διαδικασία – υποστηρίζοντας ότι, αντίθετα, παρά το γεγονός ότι τον λυπεί ότι **τα έντυπα λιγοστεύουν** («δεν τα βρίσκω») και **αφορούν πια μεγαλύτερες ηλικίες**, «θα πρέπει πάντα να είμαστε λίγο υποψιασμένοι (σ.σ. απέναντι) στα έντυπα (...) το ότι είναι σ' ένα έντυπο δε σημαίνει ότι μια παράσταση είναι τόσο καλή», απηχώντας ίσως την αμφισβήτηση που η έντυπη διαμεσολάβηση δέχεται από τη διαδικτυακή, όπως έχει επισημάνει ο Verboord (2013). Επιπλέον, θεωρεί τον πλουραλισμό του διαδικτύου θετικό, με την έννοια ότι μπορεί κανείς να διασταυρώσει και να συγκρίνει, επιλέγοντας τελικά με την άποψη ποιου ιστοτόπου συμφωνεί, απηχώντας τις ιδέες περί «δημοκρατικότητας», «διαφάνειας», «**από-διαμεσολαβημένης επικοινωνίας**», και «**δυνατότητας του κοινού να διαμορφώνει άμεσα την άποψή του**», που μέρος της βιβλιογραφίας έχει επισημάνει ότι έχουν αποδοθεί στο διαδίκτυο (Foster & Ocejo, 2013· Hesmodhalgh, 2002· Legros, 2006· Verboord, 2013). Ωστόσο δεν αρνείται πως «τα μικρά sites είναι πιθανόν να αποθεώσουν παραστάσεις που πιθανόν δεν αξίζουν αλλά και δεν έχουν προβολή από αλλού» από «καλή θέληση», αλλά **χάνοντας σε αξιοπιστία**, όπως έχει επισημάνει και

ο Verboord (2013), οπότε, για τον ίδιο, πάντα απαιτείται η κριτική σκέψη του κοινού ως προς το από πού ενημερώνεται.

Η Γ συμφωνεί ως προς την προτίμηση των μεγαλύτερων ηλικιών προς το έντυπο, επισημαίνοντας ότι ίσως να οφείλεται και σε μικρότερη εξοικείωση με την τεχνολογία, ωστόσο τονίζει πως «υπάρχει ένα φανατικό κοινό το **οποίο αγαπάει το χαρτί, έχει μια άλλη συνείδηση, μια άλλη νοοτροπία, μια άλλη φιλοσοφία**». Για την ίδια «τα έντυπα έχουν μια βαρύτητα», ενώ, αντίθετα, «το ίντερνετ ευνοεί τον ερασιτεχνισμό σ' όλα τα επίπεδα». Ειδικότερα δε για την επικοινωνία θεατρικών γεγονότων, μοιάζει μάλλον να δίνει μιαν αρνητική χροιά στη «δημοκρατικότητα» και την «από-διαμεσολάβηση», ισχυριζόμενη πως μια ιστοσελίδα ή ένα ιστολόγιο **μπορούν με τα δικά τους αμφίβολα κριτήρια να προβάλουν γεγονότα και πρόσωπα**, πολύ ευκολότερα από ένα έντυπο, που έχει «έναν κόπο, ένα κόστος (...) υπάρχει διόρθωση, θα δει κάποιος τη γραμματική, το συντακτικό...». Υπάρχουν, για την ίδια, «sites-σκουπίδια», που **δημοσιεύουν τα δελτία τύπου όπως τα λαμβάνουν**, λειτουργώντας, όπως λέει, «σαν να **‘ναι Facebook**», παρέχοντας έτσι, όπως επισημαίνει, **δωρεάν διαφήμιση**, φέρνοντας στο νου τη θέση των Foster & Ocejo (2013) περί νέων, **λιγότερο φανερών σχέσεων μεσιτείας** (Foster & Ocejo, 2013): «παίζεται ένα πολύ **παράξενο παιχνίδι, εξυπηρετούνται οι παραγωγοί** γιατί βγαίνει η πληροφορία παντού, αλλά πώς βγαίνει;», τονίζει. Όπως και για τον Α, και για τη Γ όλα τελικά επαφίενται στην κρίση του αναγνώστη.

Ο Β, τέλος, αναφέρει πως για τον ίδιο **το διαδίκτυο υπήρξε απελευθερωτικό ως προς το κομμάτι του λόγου** (Verboord, 2013): «απελευθερώθηκα από τις δουλειές της εφημερίδας, γράφω ό,τι θέλω, όπως το θέλω, όποτε το θέλω και όσο το θέλω (...) πάει 1300 λέξεις, ξέρω ότι μπορεί και να μη τις διαβάσουν», ενώ αναφέρεται σε πιέσεις για «σύντομα κείμενα» αλλά και στη δυσκολία, κάποιες φορές, να κάνει τα θέματα που ήθελε κατά το διάστημα που εργαζόταν στην εφημερίδα.

Ειδικότερα **σχετικά με τη διαμεσολάβηση και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης**, ο Β επισημαίνει ότι το Facebook – όπου διατηρεί σελίδα για το ιστολόγιο¹² αλλά και προσωπικό προφίλ – βοήθησε σημαντικά το ιστολόγιο. Ωστόσο, όπως λέει, «τα likes δε τα κοιτώ ποτέ, δε τα μετρώ, δε δίνω καμιά σημασία, τις εισόδους (σ.σ. στο ιστολόγιο) μετρώ». Η Γ αναδεικνύει το Facebook και ως

¹² Στο Facebook η σελίδα της Περίπτωσης Α' διαθέτει πάνω από 12000 ακολούθους, της Περίπτωσης Β' λίγο παραπάνω από 2400 ακολούθους και της Περίπτωσης Γ' πάνω από 78000 (τελευταία προσπέλαση 25/08/2020).

δημοσιογραφικό εργαλείο, αναφέροντας χαρακτηριστικά: «ένας δημοσιογράφος μπορεί, μέσα από 10 προφίλ, 10 ειδοποιήσεις, να βρει 10 πληροφορίες για κάτι». Η ίδια δεν κοινοποιεί κείμενά της στο προσωπικό της προφίλ, αφήνοντάς αυτήν την πρωτοβουλία στους επαγγελματίες που διαχειρίζονται την επίσημη σελίδα του Περιοδικού Γ΄ στο Facebook να τα κοινοποιούν εκεί. Παράλληλα, επισημαίνει ότι **τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έφεραν αλλαγές στην επικοινωνία ως επάγγελμα**, αναφέροντας χαρακτηριστικά: «όλοι επιλέγουν το δρόμο του Facebook, θεωρώ ότι είναι πάρα πολύ λάθος, θεωρώ πως πρέπει ο καθένας στο επάγγελμά του να έχει μια εξειδίκευση». Δηλώνει ότι, για εκείνη, το να απευθυνθεί ένας παραγωγός ή ένας καλλιτέχνης σε επαγγελματίες της επικοινωνίας που θα εξασφαλίσουν ένα σωστό δελτίο τύπου και μια καλή φωτογράφιση μαρτυρά τη σοβαρότητα με την οποία αντιμετωπίζουν τη δουλειά τους,

το να πετάς μια πληροφορία έτσι στο Facebook κι ό,τι γίνει, θεωρώ ότι ok, για τους φίλους σου πλάκα έχει, αλλά αν θες σοβαρά να απευθυνθείς σ' ένα ευρύ κοινό, θα πρέπει να το κάνεις με το σωστό τρόπο (...) αυτό το χύμα «τα παίρνω όλα και τα πετάω σ' έναν τοίχο» νομίζω ότι υποτιμάει πάρα πολύ τη δουλειά των καλλιτεχνών.

Γενικότερα **η επικοινωνία των παραστάσεων από πλευράς των δημιουργών** αναδείχθηκε έντονα από τις συνεντεύξεις ως ένας καθοριστικός παράγοντας επιτυχίας: ο Α, αφού αναφερθεί στο «καλό cast» και την «ιστορία ενός έργου», καθώς και την «από στόμα σε στόμα» διαφήμιση, παράγοντες που επισημαίνονται και από μέρος της βιβλιογραφίας (Dempster, 2006· Reddy et al., 1998· Wachtel, 1981), υπογραμμίζει τη σημασία των δελτίων τύπου και των φωτογραφιών: «**μια παράσταση ξεκινάει από το πώς θα την επικοινωνήσεις**», τονίζει. Έτσι, θεωρεί πως έχει σημασία σε ποιον θα ανατεθεί η επικοινωνία, ενώ, στην περίπτωση που «(...) την κάνεις μόνος σου» – όταν οι ίδιοι οι καλλιτέχνες λειτουργούν ταυτόχρονα και ως διαμεσολαβητές (Molloy & Larner, 2010), επικοινωνώντας απευθείας με το κοινό (Legros, 2006), κάτι που διευκολύνεται, όπως έχουμε αναφέρει, από το διαδίκτυο – «πρέπει να είσαι τριπλά και τετραπλά προσεκτικός, **μια κακή φωτογράφιση κι ένα κακό δελτίο τύπου μπορούν να ακυρώσουν μια παράσταση**». Ο ίδιος αρκετές φορές έχει εκπλαγεί από το χάσμα μεταξύ της επικοινωνίας μιας παράστασης και του σκηνικού αποτελέσματος, αν και, συνήθως, όπως αναφέρει, «μετά από τόσα χρόνια μπορώ να καταλάβω από το δελτίο τύπου και τις φωτογραφίες το που πάει μια παράσταση», επισημαίνοντας έτσι τη σημασία που η επικοινωνία έχει στη διαμόρφωση της γνώμης και του ίδιου, ως **πυλώρου** (Becker, 1984). Προς επίρρωση των παραπάνω, η Γ αναφέρει:

...σου έρχεται ένα δελτίο τύπου, μαθαίνεις για την παράσταση, λες «εδώ κάτι μπορεί να υπάρχει», η φωτογραφία παίζει επίσης καθοριστικό ρόλο, ο τρόπος που κι οι ίδιοι οι καλλιτέχνες προωθούν τη δουλειά τους, όταν έχεις πχ σε μία εβδομάδα 50 πρεμιέρες.

Επισημαίνει κι εκείνη την συχνότητα ύπαρξης λαθών στα δελτία τύπου, υπογραμμίζοντας **τη σημασία του ελέγχου τους από τον πυλωρό**: «δεν ανεβάζουμε το Δελτίο Τύπου απόφιο, έχουν λάθη, ανακρίβειες, αν το βγάλεις απόφιο διαχέεις λάθος πληροφορία, ποτέ μια πληροφορία απόφια όπως έρχεται, τύπου “για πρώτη φορά το έργο τάδε”». Αξίζει να σημειώσουμε ότι, όπως διαπιστώθηκε κατά τη φάση της ανάλυσης περιεχομένου, για τον, εμπειρότερο, Β αποτελεί προσφιλή συνήθεια η αλίευση λαθών σε δελτία τύπου και η αποκατάσταση της ορθότητας της πληροφορίας με αρκετή αυστηρότητα, χιούμορ και, όχι σπάνια, ειρωνεία.

3.4.4 Οι άλλοι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές, η κριτική και οι προσωπικές σχέσεις με καλλιτέχνες

Και οι τρεις μοιάζουν να ενδιαφέρονται για την άποψη των άλλων πολιτισμικών διαμεσολαβητών, επιβεβαιώνοντας τη μερίδα της βιβλιογραφίας που αναφέρεται στη γνώση της αγοράς από μέρους τους (Maguire & Matthews, 2012, VanRees, 1983, Zwan & Bogt 2009): η Γ διαβάζει «όλους τους συναδέλφους μου (...) διαδικτυακά», αλλά δεν επηρεάζεται «με τίποτα, καθόλου» και, στην περίπτωση που διαφωνεί με κάποιον-α που σέβεται, «θα ψάξω ακόμα περισσότερο να διαβάσω κριτικές και απόψεις, για να δω τι υπάρχει συνολικά (...) σαν ένα μέτρο για μένα». Όπως λέει, φέρνοντας στον νου τα περί **κοινού πολιτισμικού κεφαλαίου μεταξύ των διαμεσολαβητών και του κοινού τους** (Verboord, 2013), δε θα είχε νόημα να επηρεαστεί, γιατί το αναγνωστικό κοινό «σε εμπιστεύεται για τη ματιά σου, οπότε εγώ δεν μπορώ ξαφνικά να μεταλλαχθώ και να γίνω κάτι άλλο». Η Γ παραδέχεται, συμφωνώντας με τον Α,¹³ ότι συχνά νιώθει πως **υπερεκτιμούνται παραστάσεις, ειδικά**

τα τελευταία χρόνια, την τελευταία δεκαετία έχω ακούσει πάρα πολύ θετικά πράγματα για παραστάσεις και η δική μου ετυμηγορία είναι εντελώς διαφορετική, δηλαδή δεν έχω ενθουσιαστεί το ίδιο όσο έχω διαβάσει ότι έχουν ενθουσιαστεί άλλοι συνάδελφοι ή και μέρος του κοινού.

Ο Β, πάλι,

από την εποχή της εφημερίδας ακόμη, είναι αρχή μου αυτή (...), το πρώτο που κάνουμε πάντα το πρωί, παίρνουμε τις άλλες εφημερίδες και διαβάζουμε τι γράφουν οι συνάδελφοι, αυτό το τηρούσα μέχρι αηδίας (...). Τώρα τις διαβάζω

¹³ Η σχετική αναφορά του Α' παρατίθεται στην αμέσως προηγούμενη ενότητα.

ιντερνετικά, διαβάζω τα πολιτιστικά, κριτικές (...), και τα ηλεκτρονικά (σ.σ. Μέσα), όχι μόνο εφημερίδες, τα βασικά ηλεκτρονικά, ακόμα κι αυτά που δεν εκτιμώ, διαγωνίως τα διαβάζω.

Δηλώνει κι εκείνος πως **δεν επηρεάζεται** και, προκειμένου για κείμενα συναδέλφων του που εκτιμά, αναφέρει: «αν δω την παράσταση και δω ότι διαφωνούσα, το ξαναδιαβάζω να δω αν θα υπάρχει κάτι να με πείσει».

Ως προς την **κριτική**, την σημασία και τη λειτουργία της, οι απόψεις τους εμφανίζονται αρκετά διαφορετικές: ο Α επισημαίνει κατ' αρχάς, και πάλι υπό το πρίσμα της «οικονομίας της προσοχής» (Verboord, 2013), πως είναι τόση πολλή η κριτική στο διαδίκτυο που **«το κοινό βαριέται να διαβάζει κριτικές»**. Ωστόσο, σε μια επιβεβαίωση της σημασίας – ακόμα και στην εποχή του διαδικτύου – της **«φήμης του ειδικού»** και της **καθιέρωσης** στο πεδίο της κριτικής (Becker, 1982· Maguire & Matthews, 2012· Negus & Pickering, 2004· VanRees, 1983), εξαιρεί **«κάποιους κριτικούς πολλών χρόνων, που θέλεις να διαβάσεις την άποψή τους, που τους σέβεται, που έχουν μια ιστορία»**. Σε κάθε άλλη περίπτωση, σύμφωνα με τον ίδιο, η **«ο άλλος δεν μπαίνει στη διαδικασία (...) και δεν ξέρει κιόλας αυτό που θα διαβάσει αν είναι αλήθεια»**, θυμίζοντας ξανά τους ισχυρισμούς για την ανάδυση νέων καθεστώτων αξιοπιστίας λόγω της ανόδου της διαδικτυακής διαμεσολάβησης (Verboord, 2013). Ίσως σε αυτό να οφείλεται, λαμβανομένου υπόψη του γεγονότος ότι η εμπειρία του Α αφορά κατά το πλείστον την διαδικτυακή διαμεσολάβηση, και η αρνητική άποψη που εκφράζει ακόμα και για τη λέξη «κριτική», όταν δηλώνει:

πιο σωστό είναι ο «σχολιασμός» (...) **από μόνη της η λέξη «κριτική» για μένα έχει αρνητική έννοια (...)**. Οι σχολιασμοί-κριτικές πρέπει να γίνονται με παρόντες τους συντελεστές και αφού έχει προηγηθεί συζήτηση (...). Πολλές φορές μπορεί να κριτικάρουμε την απόδοση ενός ηθοποιού ο οποίος ακολούθησε μια σκηνοθετική οδηγία ενώ δε του άρεσε (...), μπορεί να μην αποδίδει καλά (...) ναι, αλλά ο σκηνοθέτης του είπε, το ξέρεις; **Κάποιοι άνθρωποι αφιέρωσαν χρόνο από τη ζωή τους για να φέρουν ένα αποτέλεσμα κι ερχόμαστε εμείς και τους κρίνουμε (...)** μίλα μαζί τους, ρώτα τους (...) πάμε σε μια παράσταση, φεύγουμε, κρίνουμε από έναν υπολογιστή από ένα έντυπο (...) ένα σχόλιο που θεωρώ ότι κάνει καλό είναι να πεις στον τάδε ότι **«ξέρεις τι; Αυτό νομίζω ότι δε λειτούργησε σωστά, προσπάθησε να το δεις»**.¹⁴

Ο Β, από την άλλη, κρατά μίαν ενδιαφέρουσα και μάλλον αντιφατική, με τους όρους της βιβλιογραφίας, στάση: ενώ διαθέτει, όπως λέει, **το «μάτι»** που είναι απαραίτητο για να αξιώσει τον **τίτλο του ειδικού** (Moulin & Quemin, 1993), και

¹⁴ Στη συγκεκριμένη δήλωση, δεδομένου ότι ο Α έχει, όπως είδαμε πριν, εξαιρέσει τους καθιερωμένους επαγγελματίες κριτικούς, θα άξιζε να παρατηρήσουμε πως η λέξη «κριτική» μοιάζει να σημαίνει περισσότερο «σχόλια» και «κριτικές» του διαδικτυακού κοινού και μη καθιερωμένων κριτικών.

σημαντικό, όπως έχουμε δει, πολιτισμικό κεφάλαιο, θεωρεί πως η έλλειψη του κατάλληλου **εκπαιδευτικού κεφαλαίου** (εν προκειμένω των σπουδών-πτυχίων φιλολογίας και υποκριτικής) του στερεί ένα είδος σιγουριάς (ή, πιθανόν, συμβολικού κεφαλαίου) που φαίνεται πως για εκείνον αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση ώστε να θεωρήσει τον εαυτό του κριτικό. Όπως υποστηρίζει,

ο κριτικός πρέπει να είναι φιλόλογος ώστε να ξέρει τα κείμενα, να έχει σπουδάσει θέατρο ώστε να ξέρει από μέσα το θέατρο, και βέβαια να έχει κρίση και εντιμότητα – κρίση, θέλω να πιστεύω ότι έχω, ένα μάτι κριτικό, εντιμότητα εγώ ξέρω, οι άλλοι ας πούνε ότι θέλουνε, αλλά **ούτε φιλόλογος είμαι ούτε θέατρο έχω σπουδάσει, λοιπόν δε θέλω να θεωρούμαι κριτικός.**

Στα παραπάνω θα άξιζε να σημειωθεί η αναφορά στην **εντιμότητα**, που μοιάζει να την θεωρεί απαραίτητο προσόν **ηθικής φύσεως**, για έναν κριτικό. Ωστόσο, όπως διαπιστώθηκε από την ανάλυση περιεχομένου των κειμένων του στην Περίπτωση Β', δεν απαγορεύει στον εαυτό του την άσκηση κριτικής, στα πλαίσια της διατύπωσης των προσωπικών του απόψεων, τις οποίες συχνά τεκμηριώνει με σημαντικό αριθμό παραπομπών (Kadushin, 1976). Επιπλέον, και ο Β, όπως κι ο Α παραπάνω, στέκεται στην άγνοια, από πλευράς του θεατή-κριτικού των ειδικών συνθηκών υπό τις οποίες δημιουργήθηκε το σκηνικό αποτέλεσμα που παρακολουθεί:

δεν τα ξέρω από μέσα τα πράγματα, δεν είναι απαραίτητο ότι πρέπει να έχω σπουδάσει σε δραματική για να βλέπω, το μάτι μου βλέπει πια αν ένας ηθοποιός είναι καλός ή όχι, αλλά **ποτέ δεν έχω τόσο σιγουριά ώστε να πω «είναι έτσι»** δηλαδή πάντα βάζω «κατά τη γνώμη μου, πιστεύω, νομίζω» εκτός πια αν είναι κάτι εξωφρενικό.

Η Γ, επαγγελματίας κριτικός, υπογραμμίζει **το ρόλο και την πιθανή συνεισφορά της κριτικής στις «διαδικασίες διόρθωσης»**, όπως τις αποκαλεί ο Becker (1982), που συντελούνται από τους καλλιτέχνες εντός ενός «κόσμου της τέχνης», με αφορμή ένα χαρακτηριστικό περιστατικό με καλλιτέχνη που της τηλεφώνησε, στην αρχή θυμωμένος και τελικά κλαίγοντας, εξαιτίας μιας αρνητικής κριτικής της, που τον αφορούσε:

συνειδητοποίησα τι μπορεί να συμβεί, τι μπορεί να προκαλέσει μια κριτική σου σ' έναν άνθρωπο, πώς μπορεί να κάνει να αισθανθεί ο άλλος, γιατί **σε νοιάζει**, δεν είναι αυτό, ελαφρά τη καρδία «α, εγώ βγαίνω και γράφω» (...). Η κριτική **αν έχει ένα νόημα για τους καλλιτέχνες έχει αν διαβάζουν καλοπροαίρετα (...)**, δε μπορεί να υπάρχει στα πάντα η πονηριά κι ο δόλος στη ζωή μας, έχει ένα νόημα μέσα απ την κακή κριτική ή μέσα απ την καλή κριτική να καταλάβεις (σ.σ. ο καλλιτέχνης) **αν έχει δίκιο, δηλαδή εσύ ξέρεις αν έχει δίκιο, αν έχει άδικο επίσης ξέρεις, ξέρεις τι πρέπει να δεις.**

Ο Β αναδεικνύει το λεπτό θέμα **των σχέσεων μεταξύ πολιτισμικών διαμεσολαβητών και παραγόντων της θεατρικής ζωής** αναφέροντας πολλά

παραδείγματα, με χαρακτηριστικότερο εκείνο σημαντικού θεατρικού κριτικού, τον οποίο διάβαζε φανατικά κατά τα νεανικά του χρόνια και ο οποίος τον επηρέασε σημαντικά. Αναφέρει: «Τον είχα θεοποιήσει (...). Με επηρέασε ένα μεγάλο διάστημα, μέχρι που άρχισα να αντιλαμβάνομαι ότι πολλά απ' αυτά ήταν κατευθυνόμενα είτε γιατί (σ.σ οι καλλιτέχνες) ήταν φίλοι του είτε γιατί έγινε φίλος μαζί τους». Ο Β υποστηρίζει πως κράτησε ελάχιστους φίλους απ' το χώρο γιατί «ήξερα ότι αν συναναστραφώ με κάποιους ανθρώπους **είναι δύσκολο μετά να γράψω αρνητικά (...), δε θα μου πάει μετά το χέρι (...), δεν θα μπορώ να πω την αλήθεια**», ενώ αναφέρει ότι συχνά του έστελναν δώρα τα οποία επέστρεφε πάντοτε.

Ο Α, πιθανώς λόγω της **χαλαρότερης**, όπως έχει επισημάνει ο Verboord (2013) στάσης των αμιγώς διαδικτυακών διαμεσολαβητών ως προς «το πώς οφείλει να επιτελείται η πολιτισμική αξιολόγηση» (Verboord, 2013, σ. 924), εμφανίζεται, όπως έχουμε δει, **πιο ελαστικός, ως προς τις κοινωνικές σχέσεις με ηθοποιούς**, κάτι το οποίο πιθανόν να του επιτρέπει και το γεγονός ότι ούτε ο ίδιος γράφει κριτικές, ούτε η Περίπτωση Α' διαθέτει τέτοια στήλη. Ταυτόχρονα, η **δικτύωση** με καλλιτέχνες του θεάτρου – ιδιαίτερα σημαντική για έναν υπεύθυνο casting, όπως ο Α – μοιάζει να συνεισφέρει και στο **συμβολικό κεφάλαιο** της ίδιας της ιστοσελίδας εντός του πεδίου της διαδικτυακής διαμεσολάβησης του θεάτρου, αφού, σύμφωνα με τον ίδιο, η Περίπτωση η Α' αποτελεί «ένα ερασιτεχνικό-επαγγελματικό site (...) με πολλές πρώτες ειδήσεις που έρχονται από μας (...). Αυτό έχει να κάνει με την επικοινωνία που έχω εγώ με τους ηθοποιούς». Έχει ωστόσο και την αρνητική της πλευρά, του καθώς έχει συμβεί να δεχτεί πιέσεις, λόγω φιλικής σχέσης, από υπεύθυνους επικοινωνίας ή ηθοποιούς για να προβάλλει παραπάνω παραστάσεις ή καλλιτέχνες. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά: «δε το κάνω ούτε συχνά ούτε από ευχαρίστηση, το έχω κάνει κάποιες φορές». Συνήθως, όπως υποστηρίζει, **επιδιώκει να συμβάλει στην αύξηση του ειδικού κεφαλαίου μόνον κάποιου που ο ίδιος θεωρεί ότι το αξίζει**, χαρίζοντας του προβολή (Lizé, 2016):

θέλω να το κάνω από μόνος μου και να μη μου λέει ο άλλος «κάνε μου μια συνέντευξη» (...). **Προβάλλω κάποιον που δεν έχει προβληθεί πολύ μόνο και μόνο για να ακουστεί, γιατί το αξίζει, όχι επειδή είναι φίλος μου.**

Κανείς τους δε φαίνεται να θεωρεί ότι η δυνατότητα προβολής καλλιτεχνών και η άσκηση κριτικής από μέρους τους ενέχει **κάποιο είδος εξουσίας**, παρά το γεγονός ότι, όπως δήλωσαν, αν κάτι τους ενθουσίαζε θα το υποστήριζαν παραπάνω. Μάλιστα **εκπλήσσονται** όταν αντιλαμβάνονται ότι η παρουσία τους ανάμεσα στους

θεατές μιας παράστασης συχνά δημιουργεί παραπάνω άγχος στους συντελεστές της, κάτι ωστόσο μάλλον αναμενόμενο, εφόσον αποτελούν «πιστά μέλη του κοινού», στη λογική του Becker (1982). Έτσι, ο Α γελά, υποστηρίζοντας ότι για το άτομό του κάτι τέτοιο δε συμβαίνει, ενώ ο Β και η Γ γνωρίζουν ότι για τους ίδιους συμβαίνει. Ο Β εξομολογείται χαρακτηριστικά:

από κάποια στιγμή και μετά έχω κομπλάρει πάρα πολύ γιατί μου ‘λεγαν διάφοροι γνωστοί μου «α, ήρθε ο Β σήμερα, ήρθε ο Β κάτω!» (...) ζητώ πάντα να μην κάθομαι μπροστά, ζητώ θέσεις στο μέσο και πιο πίσω για να μη με βλέπουν οι ηθοποιοί, να μην κάθονται με το μισό μάτι να κοιτούνε τι αντιδράσεις μπορεί να έχω (...) δεν ήθελα ποτέ να το παίζω παράγοντας, ήθελα να λέω τη γνώμη μου χωρίς όμως αυτό να προκαλεί κανέναν τρόμο, ή κανένα «α, εγώ τον ξέρω όμως και θα μου γράψει καλά» (...) ποτέ δε θέλησα να θεωρήσω τον εαυτό μου παράγοντα, δεν το ήθελα αυτό, δεν ξέρω μπορεί έμμεσα να έγινε.

Η Γ αρνείται την ύπαρξη οποιασδήποτε έννοιας εξουσίας, και πάλι με το σκεπτικό των «κόσμων της Τέχνης» (Becker, 1974 και 1982):

... ο ένας εξαρτάται από τον άλλον, είναι μια αλυσίδα, εγώ αν δε με δεχτείς στην παράστασή σου, δεν μπορώ να έρθω να γράψω, αν δε μου δώσεις συνέντευξη δεν μπορώ να προβάλω την παράσταση, αν δεν έχω φωτογραφίες.. δηλαδή κι εσύ είσαι εξουσία, κι εγώ εξαρτώμαι από σένα, μπορείς να πεις εγώ δε δίνω στο <Περίπτωση Γ’>, αυτό δεν είναι; Για ποια εξουσία μιλάμε; (...) δεν ανεβάζουμε και κατεβάζουμε παραστάσεις...

3.4.5 Οι νέοι και τα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α´

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την παρούσα εργασία είχε η συζήτηση με τον Α σχετικά με τους νεοεισερχόμενους καλλιτέχνες, με αφορμή τα Πρόσωπα, την δημοφιλέστερη, σύμφωνα με τον ίδιο, στήλη του ιστότοπου Α´. Όπως λέει, υπάρχει η εντύπωση ότι δίνεται χώρος στους νέους επειδή «τα sites είναι πάρα πολλά», αλλά, στη λογική της συνηθέστερης διαμεσολάβησης καθιερωμένων καλλιτεχνών (Edwards, 2015), δύσκολα δίνεται από «μεγαλύτερα sites»:

δύσκολα θα δεις συνεντεύξεις σε μεγάλα sites από ηθοποιούς όχι γνωστούς ή νέους (...) δε θα δώσουν χώρο σε μια παράσταση μικρότερη, ή δε θα τη δουν ποτέ ή δε θα ψάξουν. (...) τα Βραβεία Ψ και Ω¹⁵ είναι από παραστάσεις κυρίως πιο μεγάλες, δε σημαίνει ότι δεν υπάρχουν ερμηνείες εξαιρετικές και σε μικρότερες παραστάσεις, αλλά ο άλλος δεν τις έχει δει και δεν τις συμπεριλαμβάνει.

Έτσι, θεωρώντας ότι **οι νέοι υφίστανται κάποιον βαθμό αποκλεισμού**, για τον Α η **προβολή τους αποτελεί συνειδητή επιλογή**, τόσο στα Πρόσωπα όσο και στα Βραβεία της Περίπτωσης Α´ (Conlin, 2014; Maguire & Matthews, 2010), εφόσον,

¹⁵ Αναφέρει τα ονόματα δύο «νομιμοποιημένων» βραβείων που απονέμονται αντίστοιχα σε νέους άνδρες και γυναίκες ηθοποιούς, μετά από απόφαση κριτικών επιτροπών αποτελούμενων από πρόσωπα καθιερωμένα στο πεδίο.

βέβαια ο ίδιος θεωρεί ότι η δουλειά τους «αξίζει» (λέξη που ο Α χρησιμοποιεί αρκετά συχνά), φέρνοντας στο νου την, κατά Becker (1982), χρήση «**όρων ηθικής**»:

οι περισσότεροι που πρωταγωνιστούν (...) μιλάμε για τις ηλικίες κάτω των 40, (...) για τις ηλικίες 25-35 (...) εντάξει και 40 πια (...) σχεδόν όλοι έχουν περάσει (σ.σ από τα Πρόσωπα) (...) μιλάμε για ηθοποιούς που να 'χουν αποφοιτήσει 4-5 χρόνια απ' τις σχολές, γιατί αν έχει αποφοιτήσει κάποιος πέρσι απ' το Τέχνης ή απ' το Ωδείο ή από το Εθνικό, είναι ένα χρόνο δηλαδή στη δουλειά ή δύο, δε θα προλάβει να γίνει (σ.σ. Πρόσωπο στην Α'), θα γίνει κάποια στιγμή στο μέλλον, και **πάντα βέβαια αν η δουλειά που κάνει αξίζει**, εννοείται αυτό.

Σύμφωνα με την παραπάνω δήλωση, αυτή η επιλογή μοιάζει να έχει αποδώσει στην Περίπτωση Α' και στον Α συμβολικό κεφάλαιο στο πεδίο (Bourdieu, 1993), και, στον τελευταίο, πιθανότατα, σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν νωρίτερα, κοινωνικό κεφάλαιο και δικτύωση (Townley & Gullede, 2013; Wittel, 2001).

Αναφέροντας τα πρώτα 5 χαρακτηριστικά που θα έπρεπε να έχει κάποια ή κάποιος για να συμπεριληφθεί στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α', ο Α επιβεβαιώνει σημαντικό μέρος της βιβλιογραφίας αναφέροντας: α) «η επικαιρότητα», να γίνεται με αφορμή μια παράσταση, παρέχοντας πληροφορίες και για αυτήν (Reddy et al. 1998), β) «να βλέπω εγώ κάτι σ' αυτό το άτομο», αναφορά στην «αίσθηση», το «μάτι», που κάνει κάποιον «ειδικό» (Moulin & Quemin, 1993), γ) «να είναι κάποιος νέος ή μη προβεβλημένος που να θεωρώ εγώ ότι αξίζει» (Conlin, 2014; Maguire & Matthews, 2010), δ) «η συμπεριφορά και προς εμένα και γενικότερα, βλέπω συμπεριφορές», και ε)

πόση σχέση έχει με το Α' το συγκεκριμένο άτομο, όχι σε επίπεδο γλειψίματος, δηλαδή ένας ηθοποιός που έχει έρθει στα Βραβεία μας, ένας ηθοποιός που επικοινωνεί μαζί μου, πιο τακτικά αλλά όχι με τρόπο «για να γίνει» (...), μπορείς να καταλάβεις ο άλλος αν επικοινωνεί μαζί σου ή όχι με κάποιους σκοπούς (...). Κάποιος που θα 'ρθει στα βραβεία μου και **θα με τιμήσει, θέλω κι εγώ με κάποιον τρόπο να τον τιμήσω**, όχι ανταλλακτικά, αλλά ως μια αναγνώριση αυτού που έκανε και για μένα.

Τα τελευταία δύο χαρακτηριστικά μοιάζει να παρουσιάζουν «ηθικού τύπου», και σε ένα βαθμό υποκειμενικά, κριτήρια ως παράγοντες που μπορούν να συντελέσουν στη **δικτύωση** των καλλιτεχνών και την απόκτηση **κοινωνικού κεφαλαίου**, από τους ίδιους, προς αναμετατροπή (Becker, 1982; Bourdieu, 1979/2002 και 1993; Kadushin, 1976; Wittel, 2001), εντός της Περίπτωσης Α'. Οι όροι αυτής της αναμετατροπής φαίνεται να αποφασίζονται από τον Α που λειτουργεί ως **πυλωρός**, και δικαιωματικά, στο πλαίσιο της Α', εφόσον η ιστοσελίδα του ανήκει. Βέβαια, αξίζει να επισημανθεί πως, εάν πράγματι η Περίπτωση Α' κερδίζει σταδιακά σε νομιμότητα στο πεδίο της ηλεκτρονικής διαμεσολάβησης θεατρικών γεγονότων (και συνεπώς, σε κάποιο

βαθμό, στο ευρύτερο πεδίο του θεάτρου), όπως είδαμε ότι μοιάζει να επιβεβαιώνει η διαχρονική μελέτη των Βραβείων της, ο παραπάνω τρόπος συσσώρευσης και αναμετατροπής κεφαλαίου, θα μπορούσε να αποτελέσει και **έναν εναλλακτικό τρόπο απόκτησης συμβολικού κεφαλαίου και κατάκτησης θέσεων στο πεδίο** (Negus & Pickering, 2004), θέσεων με σημασία ανάλογη της νομιμότητας που ως τότε θα έχει κερδίσει η Περίπτωση Α' και συνακόλουθα ο Α ως πυλωρός.

Αντίθετα, **οι, πιο «καθιερωμένοι», Β και Γ μοιάζουν να διαφωνούν με τον Α, ως προς την λιγότερη προβολή των νέων ηθοποιών:** η Γ υποστηρίζει πως «αυτοπροβάλλονται», και ότι είναι πια τόσα πολλά τα Μέσα που υπάρχει χώρος για όλους, κάτι που θυμίζει τις επισημάνσεις των Molloy και Lerner, (2010), Legros (2006) και Verboord (2013) για την απευθείας επικοινωνία καλλιτεχνών και κοινού, με τους καλλιτέχνες και σε ρόλο διαμεσολαβητών, αλλά και των Negus και Pickering (2004), όταν οι τελευταίοι αναφέρονται **στον αυτόπροσδιορισμό μέσω της κατασκευής ενός αυτοβιογραφικού αφηγήματος** (Negus & Pickering, 2004). Ο Β υποστηρίζει επιπλέον ότι αυτό δε συμβαίνει μόνο διαδικτυακά · χαρακτηριστικά αναφέρει:

ενώ λένε ότι (σ.σ. οι νέοι) δεν προβάλλονται, αντίθετα (...) έχει πέσει τελευταία μια «νεολαγνεία», ότι «είναι νέος και να προωθηθεί» και τέτοια, όχι πάντα ότι βοηθάει τόσο, αλλά πάντως δίνεται (σ.σ χώρος). Βλέπω ας πούμε και στο X¹⁶: εμείς για να κάνουμε κάποιους νέους δεινοπαθούσαμε να πείσουμε, τώρα βλέπω ότι μπαίνουν κάτι πρόσωπα τα οποία είναι απίθανα... πολύ λίγο (σ.σ. καιρό) και όμως τους δίνεται πρόσβαση.

3.4.6 Βραβεία, Βραβεία Κοινού και κριτικές κοινού

Οι κριτικές του κοινού, που, όπως έχουμε αναφέρει, η σελίδα της Περίπτωσης Γ' επιτρέπει, τα Βραβεία Κοινού αλλά και γενικότερα τα Βραβεία, αποτέλεσαν θέματα που τέθηκαν και στις συνεντεύξεις, καθώς απασχολούν μεγάλο μέρος της βιβλιογραφίας (Alexander et al., 2018· Allen & Lincoln, 2004· Quemin, 2018· Verboord, 2013), με σκοπό να συμπληρωθεί, κατά το δυνατόν, η εικόνα που έδωσε η ανάλυση περιεχομένου.

Ξεκινώντας από την αρχαιότερη, ως προς τα βραβεία, Περίπτωση, η Γ εντάσσει τα Βραβεία Κοινού Γ' σε μια ευρύτερη προσπάθεια από μέρους του περιοδικού, κατά τη δεκαετία του 1990, να **καλλιεργήσει και να διευρύνει το θεατρόφιλο κοινό της Αθήνας**, υιοθετώντας, όπως λέει, «διστακτικά, πολύ δειλά», σε συνεργασία με παραγωγούς και καλλιτέχνες, μια πολιτική κουπονιών που έδιναν

¹⁶ Αναφέρει το όνομα της εφημερίδας στην οποία εργαζόταν παλιότερα.

πρόσβαση σε παραστάσεις και avant-premières, αποκλειστικά **για το κοινό του**. «Είδαμε (...) ότι υπάρχει ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον, αρχίζει να χτίζεται μια ιστορία, κι αυτό μας οδήγησε στα θεατρικά Βραβεία Κοινού», όπως λέει, με το ακόλουθο σκεπτικό:

γιατί λοιπόν ο κόσμος αυτός ο οποίος τελικά αυξάνεται να μην έχει μια άποψη, να επιβραβεύσει, ας πούμε, αυτούς που αγάπησε, αυτούς που είδε στις παραστάσεις που πήγε; (...) Χτίσαμε μία σχέση, αυτό μας ενδιέφερε, να χτιστεί κάτι, ένα ενδιαφέρον γύρω απ' το θέατρο, να ξεκινήσει μια κουβέντα (...), να δημιουργηθεί μια γιορτή και μια συζήτηση γύρω απ' το θέατρο (...) για να έρθει κι ένας κόσμος να το ανακαλύψει. Δε μας ενδιαφέρει μόνο αυστηρά μια συντροφιά, μια παρέα, δε μας ενδιαφέρουν μόνο οι κολλητοί μας, ούτε μόνο οι ηθοποιοί, δε μας ενδιαφέρει αυτό, μας ενδιαφέρει το κοινό της πόλης, το κοινό της επαρχίας που μας τηλεφωνεί (...) – εμείς απευθυνόμαστε κάπου αλλού, δεν απευθυνόμαστε στην κοινότητα την καλλιτεχνική.

Στο ανωτέρω απόσπασμα αξίζει να εντοπίσουμε **την ιδέα της αναβάθμισης του κύρους του θεατρικού πεδίου, μέσω βραβείων**, ως ενός πεδίου εντός του οποίου πραγματοποιούνται επιτεύγματα άξια βράβευσης (Allen & Lincoln, 2004), συμβάλλοντας στην «αντικειμενικοποίηση» της αξίας των βραβευομένων (Quemin, 2018), αλλά και στην αύξηση του συμβολικού κεφαλαίου της Περίπτωσης Γ' (Peist, 2016), ως διαμεσολαβητή που απευθύνεται σε ολόκληρο το πεδίο της θεατρικής τέχνης στην Ελλάδα.

Παράλληλα, την ίδια περίοδο, το περιοδικό-Παράδειγμα Γ' **έδωσε στο κοινό του τη δυνατότητα να γράφει κριτική στη διαδικτυακή έκδοση του περιοδικού**, όχι χωρίς αντιδράσεις, σαν πράγματι, όπως έχει υποστηριχθεί, η άνοδος της «από κάτω προς τα πάνω» κριτικής να έθετε σε δοκιμασία την θεσμοποιημένη (Jansen & Verboord, 2015): όπως θυμάται η Γ,

το πρώτο διάστημα (...), πάρα πολλοί συνάδελφοι, και επώνυμοι, και έγκριτοι, πάρα πολλοί, μας τηλεφώνησαν και μου είπαν «τι πράγμα είναι αυτό, είναι ξεφτίλα, πώς το κάνετε αυτό το πράγμα;» και, βέβαια, μετέπειτα είδαμε ότι το υιοθέτησαν όλοι, αυτό για το οποίο μας κατηγορούσαν.

Σύμφωνα με την ίδια, η ιστοσελίδα του Παραδείγματος Γ' μοιάζει να επιχειρεί να διατηρήσει τη συζήτηση κατά το δυνατόν γύρω από την πολιτισμική παραγωγή, διαθέτοντας άτομο επιφορτισμένο με τον έλεγχο και το μπλοκάρισμα χυδαίων ή προσωπικών σχολίων του κοινού: «δε θέλουμε να λειτουργήσουμε ως blog, θέλουμε να υπάρχει μια συζήτηση γύρω από μια παράσταση, αλλά (...) να υπάρχει σε επίπεδο ανταλλαγής απόψεων, όχι βρισίδι ή προσωπική προβολή».

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απαντήσεις σε σχέση με τη δική της στάση ως προς τις **κριτικές του κοινού και την πιθανότητα επίδρασης τους στην δική της**

δουλειά, θέμα που ο Verboord (2013) έχει αναδείξει ως άξιο περαιτέρω διερεύνησης (Verboord, 2013): η ίδια δηλώνει πως **δε διαβάζει ποτέ τις κριτικές του κοινού πριν παρακολουθήσει μια παράσταση** – συχνά και λόγω έλλειψης χρόνου – κάποιες φορές **τις διαβάζει μετά**. Παράλληλα, στην ιστοσελίδα **υπάρχει λίστα δημοφιλών παραστάσεων που «βγαίνει μέσα από τα κλικ»**, η οποία, για τη Γ, «δε σημαίνει και κάτι απαραίτητα πάντα» και δε θα την έκανε να αλλάξει τον προγραμματισμό σχετικά με το εάν και πότε θα δει μια παράσταση: «τα κριτήριά μας είναι διαφορετικά, τα θέτουμε εμείς», όπως λέει, ωστόσο αναφέρει πως **έχει γνώση** της συγκεκριμένης λίστας, θυμίζοντας τα αποτελέσματα της έρευνας του Quemín (2018). Τέλος, δεν είναι λίγες οι φορές που **η ίδια έχει διαφωνήσει με το κοινό** του Γ', τόσο για παραστάσεις που εκείνο έχει αναδείξει και βραβεύσει όσο και σε επίπεδο βαθμολογίας παραστάσεων – συμβαίνει συχνά, σύμφωνα με την ίδια, το κοινό να έχει βάλει βαθμολογία¹⁷ 4 ή 5 «και εμείς βγαίνουμε με ένα, ενάμισι, δύο (...) αλλά... είναι η γνώμη του κοινού».

Για τον Α η ιδέα των βραβείων προέκυψε, όπως λέει, ξαφνικά: «ένα απόγευμα (...) ξαφνικά λέω “δεν κάνω βραβεία;” κι αυτό ήταν, έτσι ακριβώς, δεν υπάρχει κάτι άλλο». Οι αλλαγές που διαπιστώσαμε στις κατηγορίες των βραβείων γίνονται απλώς «για να υπάρχει μια αλλαγή», ενώ διευκρινίζει ότι για την απονομή του «Βραβείου των Συντακτών Πολιτιστικών Ιστοσελίδων» οι διαμεσολαβητές που συμμετέχουν επιλέγουν μεταξύ των 20 παραστάσεων που ήρθαν πρώτες σύμφωνα με τις ψήφους του κοινού. Θα μπορούσε να ιδωθεί ως μια **κίνηση δικτύωσης** (Wittel, 2001) στο πλαίσιο της αμοιβαίας αναγνώρισης, καθώς αναφέρει πως είναι ένα άνοιγμα που έκανε γιατί «δεν έχουμε να χωρίσουμε τίποτα με τα άλλα sites». Ωστόσο κάποιοι συνάδελφοί του αρνήθηκαν να συμμετάσχουν με τη δικαιολογία ότι «είναι ανταγωνιστές», μια έμμεση υπενθύμιση, για μας, της **ύπαρξης ανταγωνιστικών σχέσεων για τις θέσεις και στο συγκεκριμένο πεδίο** (Negus & Pickering, 2004· Rule & Bearman, 2016).

Και ο Α **διαφωνεί συχνά με το αποτέλεσμα της ψηφοφορίας του κοινού**, ωστόσο θεωρεί πως τα βραβεία μαρτυρούν «την αποδοχή» και είναι «αρκετά δίκαια – όταν κάποιος ψηφίζεται κατά κόρον σημαίνει ότι για κάποιο λόγο αξίζει», συνεπώς για τον Α φαίνεται όντως να **αντικειμενικοποιούν την καλλιτεχνική αξία** των βραβευομένων (Quemín, 2018). Ωστόσο, όπως αμέσως τονίζει, δεν ισχύει κατ'

¹⁷ Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η βαθμολογία στο Γ' δίνεται σε κλίμακα αξιολόγησης από 0 έως 5.

ανάγκη και το αντίστροφο, που θα σήμαινε χαμηλότερη αξία για τους μη βραβευθέντες. Θεωρεί ότι, για τη βράβευση κάποιου, «και η προβολή από το site έχει παίξει ρόλο, αλλά δεν έχει γίνει εσκεμμένα (...). Εν μέρει, ίσως, επηρέασα», αν και υπάρχουν παραστάσεις που δεν είδε, θεωρώντας πως δε θα του άρεσαν, δεν τις προέβαλλε κι ωστόσο βραβεύτηκαν. Δηλώνει πως, αν και **το βραβείο για νέους ηθοποιούς** «δεν είναι Βραβεία Ψ και Ω¹⁸» (σ.σ. από άποψη νομιμοποίησης), το θέσπισε ο ίδιος («είναι δική μου επιλογή») για να τιμήσει, όπως αναφέραμε, νέους ηθοποιούς που δεν έχουν (ακόμα) πρόσβαση στα «νομιμότερα» βραβεία, που δίνονται από επιτροπές (Conlin, 2014· Maguitre & Matthews, 2010). Είναι υπερήφανος, ωστόσο, γιατί το κοινό του Α' έχει σε αρκετές περιπτώσεις βραβεύσει ηθοποιούς που αμέσως μετά τιμήθηκαν με ένα Βραβείο Ψ ή Ω, ή που το είχαν πάρει μόλις πριν, ή/και με Βραβείο Κοινού του Γ', κάτι που για εκείνον «δείχνει και την ποιότητα των αναγνωστών μας». Η αναφορά σε πιο καθιερωμένα βραβεία, πέραν από απόδειξη του ότι ο Α γνωρίζει καλά τις προτιμήσεις των άλλων διαμεσολαβητών (Zwan & ter Bogt, 2009), μοιάζει να παρατίθεται ως εχέγγυο του πολιτισμικού κεφαλαίου των αναγνωστών της ιστοσελίδας Α' και της αξιοπιστίας των βραβείων της, και, συνεπώς, της νομιμότητάς της.

Τέλος, αξίζει να σημειώσουμε την επίκληση, από πλευράς του Α, στην ηθική (Becker, 1982), όταν δηλώνει πως τον ανησυχεί η πιθανότητα να δημιουργηθούν εντυπώσεις διαπλοκής εξαιτίας του διπλού ρόλου του, ως συντάκτη και διαχειριστή της ιστοσελίδας-Περίπτωσης Α' και την ίδια στιγμή ως casting director, στο ενδεχόμενο κάποια στιγμή να βραβευθεί από το κοινό της Α' ηθοποιός που θα έχει ο ίδιος ως casting director επιλέξει και προτείνει στον ρόλο που θα της/του χαρίσει το βραβείο: ο Α θα ένιωθε αμηχανία, όσο και αν θα γνώριζε ο ίδιος ότι δε θα είχε υπάρξει δόλος. Θεωρεί ωστόσο την ύπαρξη παρόμοιων εντυπώσεων ως κάτι μάλλον αναπόφευκτο στο πεδίο, καθώς αναφέρει ότι και σε πιο θεσμοποιημένα βραβεία υπάρχουν «ηθοποιοί που έχουν συνδεθεί με ανθρώπους της επιτροπής. (...) δε το βρίσκω αρνητικό, να το ξεκαθαρίσω, με την προϋπόθεση ότι υπάρχει αλήθεια και ειλικρίνεια» - και πάλι, για τον ίδιο, η αντικειμενικότητα των βραβείων μοιάζει εν πολλοίς να επαφίεται στην ηθική ακεραιότητα των δρώντων.

¹⁸ Βλ. Υποσημείωση 15, σελ. 92

Η Γ θεωρεί μεν πως τα βραβεία κοινού είναι απλώς «μέρος μιας γιορτής για το θέατρο» και δεν κάνουν έναν ηθοποιό πιο σπουδαίο, ωστόσο θα μπορούσαν, στη λογική του Becker (1982), να του χρησιμεύσουν ως μια μορφή ανατροφοδότησης:

αν ήμουν ηθοποιός θα με έβαζε σε μια διαδικασία να ψαχτώ, να καταλάβω: ίσως, μέσα από ένα βραβείο, αν εμπιστεύεσαι τη γνώμη του κοινού κι αν παίζει ένα ρόλο, θα 'πρεπε ουσιαστικά να σε προβληματίσει, να σε βάλει σε μια διαδικασία να σκεφτείς...

Δηλώνει επίσης πως τα ονόματα των συμμετεχόντων και ενδεχομένως τα βραβεία τους¹⁹ μπορούν να συμβάλουν στο **να ασχοληθεί ένας δημοσιογράφος με μια παράσταση**, στη λογική των Dempster (2006) και Reddy et al. (1998). Για την ίδια, ως δημοσιογράφο, τα βραβεία

είναι μια **πληροφορία** και εφόσον υπάρχει ένα βραβείο και θεωρείς ότι είναι αξιόλογο αυτό το βραβείο, εγώ ας πούμε για παράδειγμα στα κείμενά μου θα το αναφέρω, αν είναι ένα βραβείο το οποίο θεωρώ (...) ότι βγαίνει αμερόληπτα, που (...) υπάρχει μια επιτροπή που την απαρτίζουν συγκεκριμένοι άνθρωποι που τους θεωρώ καταξιωμένους.

Και ο Α συμφωνεί πως τα βραβεία μπορούν να συμβάλουν στην επιτυχία ενός έργου, «είναι μια καλή προβολή», όπως λέει, χωρίς να σημαίνει βέβαια ότι «άμα πάρεις βραβείο θα γεμίσει ο χώρος (σ.σ όπου παίζεται η παράσταση)». Πάντως, φέρνοντας ένα παράδειγμα από τα Όσκαρ, θεωρεί ότι επηρεάζουν σε ένα βαθμό **την εντύπωση του κοινού**: «ό,τι βραβεία και να δεις, το κοινό επηρεάζεται», σημειώνει.

Η στάση του Β απέναντι στα βραβεία εν γένει, διαφέρει ριζικά: υποστηρίζει πως δε τα λαμβάνει καθόλου υπόψη, ενίοτε συμφωνεί, ενίοτε όχι, αλλά μάλλον **δυσπιστεί συνολικά στο θεσμό των βραβείων**:

τα βραβεία που δίνονται από επιτροπές τα έζησα, μέσω των βραβείων Ψ, και ξέρω ότι πάντα υπεισέρχονταν και άλλοι παράγοντες, όσο κι αν τα θεώρησα, τουλάχιστον στην αρχή, τα πιο... ότι ήταν αντικειμενικά. Τα βραβεία κοινού, εκεί είναι που δεν τα πιστεύω, γιατί πιστεύω ότι είναι όλα στημένα, ότι όλα μπορούνε μέσω των ίδιων των καλλιτεχνών να προωθηθούνε, να ψηφιστούνε, δε τα πιστεύω καθόλου (...) άσε τον πληθωρισμό: δηλαδή κάθε βραβείο που είναι ένα βραβείο και μετά καταλήγει εικοσιπέντε, είτε είναι τα Βραβεία του Θεατρικού Μουσείου, είτε είναι τα Βραβεία του Γ', είτε τα βραβεία ΛΟΑΤΚΙ, ε τότε εκπίπτουν (...) προσθέτουν κατηγορίες, προσθέτουν κατηγορίες (...) ακόμα και στα Όσκαρ (...) ποτέ δεν πίστεψα στα βραβεία.

Θα άξιζε, ως προς το παραπάνω παράθεμα, να επισημάνουμε ότι και πάλι **με ηθικά, κυρίως κριτήρια**, είναι που ο Β κρατά απορριπτική στάση απέναντι στα βραβεία και την αντικειμενικότητά τους, επικαλούμενος μάλιστα το ενδεχόμενο να **επιχειρούν οι**

¹⁹ Όπως διαφαίνεται αμέσως παρακάτω, η Γ εδώ έχει μάλλον κατά νου «θεσμοποιημένα» βραβεία, που απονέμονται μετά από επιλογή επιτροπής.

ίδιοι οι καλλιτέχνες να επηρεάσουν το αποτέλεσμα της ψηφοφορίας, ενδεχόμενο στο οποίο αναφερθήκαμε και νωρίτερα, κατά την ανάλυση περιεχομένου.

3.4.7 Τα επαγγέλματα των καλλιτεχνών του θεάτρου και των πολιτισμικών διαμεσολαβητών, κέρδος και ψυχική αποζημίωση

Από τις συνεντεύξεις αναδείχτηκε και μια, ως ένα βαθμό, **συνάφεια των επαγγελματιών του καλλιτέχνη του θεάτρου και του πολιτισμικού διαμεσολαβητή ως προς τη δυσκολία τους**, επιβεβαιώνοντας τη σχετική βιβλιογραφία (Banks, 2006· Hesmondhalgh & Baker, 2010). Ιδιαίτερος οι Γ και Β, τονίζουν, σε αρμονία μαζί της, ότι η άνοδος του διαδικτύου έφερε πράγματι στον δικό τους χώρο πιο ευέλικτες μορφές απασχόλησης.

Έτσι ο Β, αφού χαρακτηρίσει τις συνθήκες εργασίας των ηθοποιών «ανέκαθεν τραγικές», εκφράζει την άποψη ότι και τα δυο επαγγέλματα πλέον «έχουν εξελιχθεί σε χόμπι». Ο ίδιος δέχτηκε, φεύγοντας από την εφημερίδα, προτάσεις από ηλεκτρονικά μέσα, που περιελάμβαναν **ελαστική εργασία με αμοιβή ιδιαίτερα χαμηλή**: «έμεινα τόσο εμβρόντητος που νόμιζα ότι δεν άκουσα», λέει χαρακτηριστικά. Όσο για τα έσοδα από τη διαφήμιση του ιστολογίου, αναφέρει ότι για δέκα μήνες το ποσό από τέτοια έσοδα ήταν, σε ευρώ, διψήφιο.

Η Γ θυμώνει με τους ηθοποιούς, που «βγάζουν καπέλο», θεωρώντας πως ως κλάδος δεν έχουν φροντίσει να υπερασπιστούν τη δουλειά τους – τώρα τα πράγματα αλλάζουν και στο δικό της χώρο, όπως λέει, εξαιτίας του τρόπου με τον οποίο οι δημοσιογράφοι «κοστολογούν τον εαυτό τους», θεωρώντας λάθος, αν οπωσδήποτε κάποιος έχει την ανάγκη να γράφει, αυτό να συμβαίνει χωρίς αμοιβή, εξαιρώντας την περίπτωση δημιουργίας προσωπικού ιστολογίου. Όπως αναφέρει:

είναι τραγικό να ξέρω καλλιτέχνες οι οποίοι ξεκίνησαν μια παράσταση, είχαν ένα ατύχημα και μετά δεν είχαν ούτε ΙΚΑ, καμία περίθαλψη, τίποτα, και βέβαια ούτε ΟΑΕΔ μπορούσαν να έχουν. (...) είναι τραγικό, και δυστυχώς σ' αυτό μπαίνουν οι δημοσιογράφοι (...) τώρα με τα sites αρχίζει και είναι λίγο θολό (...) δηλαδή μεταχειρίζονται λίγο κι οι δημοσιογράφοι «κάπως» τον εαυτό τους το οποίο για μένα είναι απαράδεκτο, δηλαδή αν δεν πληρώνομαι από κάπου να κάνω άλλη δουλειά, να σταματήσω να είμαι δημοσιογράφος.

Τέλος, είδαμε ότι ο Α χαρακτήρισε την Περίπτωση Α' «ερασιτεχνικό – επαγγελματικό site»: πράγματι, επιβεβαιώνοντας εκ των έσω τα όσα ανέφεραν οι Β και Γ για τη διαδικτυακή διαμεσολάβηση, αναφέρει πως ακόμα η ιστοσελίδα «δεν έχει φτάσει το σημείο να έχει κάποια έσοδα», κάτι που ισχύει για τις περισσότερες ιστοσελίδες. Ο ίδιος φιλοδοξεί κάποια στιγμή να κατορθώσει να αμείβονται όσοι

καταθέτουν δουλειά στην ιστοσελίδα Α'. Επισημαίνει, τέλος, πως η διαφήμιση είναι ακόμη και σήμερα πολύ πιο αποδοτική για την τηλεόραση απ' ό,τι για μια ιστοσελίδα, παρά το γεγονός ότι όλο και περισσότεροι άνθρωποι επιλέγουν το διαδίκτυο για την ενημέρωσή τους.

Παρ' όλη τη σχετική επισφάλεια της συγκεκριμένης δραστηριότητας, και οι τρεις θεωρούν ότι έχουν κερδίσει από την ενασχόληση με τη διαμεσολάβηση. **Το κέρδος μοιάζει να είναι πρωτίστως ηθικό**, όπως έχει επισημανθεί από μέρος της σχετικής βιβλιογραφίας (Andler, 2006· Hesmondhalgh & Baker, 2010), χωρίς να είναι αμελητέο το γεγονός ότι, όπως έχουμε δει, η απόκτηση συμβολικού κεφαλαίου είναι επίσης μια δυνατότητα που μοιάζει να προσφέρει η άσκηση της πολιτισμικής διαμεσολάβησης – χωρίς να είναι πάντοτε εύκολη η αναμετατροπή του σε οικονομικό κεφάλαιο, όπως επισημαίνει η βιβλιογραφία, αλλά, ως πιθανότητα τουλάχιστον, είναι παρούσα (Bourdieu, 1979/2002 και 1993· Lizé, 2016· Pareschi, 2015).

Χαρακτηριστικές είναι οι απαντήσεις τους: Ο Α, **επιμένοντας και στο κοινωνικό κεφάλαιο**, αναφέρει ως κέρδη:

ψυχική ικανοποίηση, ένα ενδιαφέρον στο να ζούμε τη μέρα, και πολύ καλές **γνωριμίες με ανθρώπους σημαντικούς**. (...) Δεν έχω πάρει χρήματα, ίσα-ίσα έχουμε δώσει (...). Οι άνθρωποι νομίζουν ότι ζούμε απ' το site, κι επειδή πολλές φορές λέω ότι δεν έχουμε έσοδα, προς το παρόν πάντα, με ρωτούν «γιατί το κάνεις;» και λέω «γιατί είμαι τρελός». (...) Μπορεί να γνωρίσεις κάποιον άνθρωπο που τον θαύμαζες και ξαφνικά να σε ρωτάει «να τον πάρω αυτόν τον ηθοποιό;» έχει μια μαγεία όλο αυτό, και μου 'χει τύχει...

Ο Β υποστηρίζει πως έχει κερδίσει **«αυτογνωσία»**, ενώ για κείνον κέρδος επίσης ήταν ότι

ασχολήθηκα κι ασχολούμαι με ένα αντικείμενο το οποίο **το αγαπώ** πάρα πολύ, **με σημάδεψε**, είτε να διαβάζω θέατρο, είτε να βλέπω θέατρο, είτε να μιλάω για θέατρο. Κι ότι **υπάρχει μια μερίδα του κόσμου που μ' εκτιμάει**. Μια μικρή μερίδα στο χώρο του θεάτρου, τόσοι που μου κάνανε μηνύσεις, που μου 'κόψαν την καλημέρα, που με βρίζουνε, που λένε από πίσω τα μύρια όσα, μάλλον δεν έχουν τολμήσει να πουν ότι τα παίρνω (...) κάποιιοι θα το 'πανε (...) εισέπραξα μηνύσεις, εισέπραξα λιβέλους, πολλή αχαριστία (...). Απλώς, μάλλον, φαίνεται ήμουν προετοιμασμένος γι αυτό – όταν έφυγα από την εφημερίδα σταμάτησαν τα πολλά τηλεφωνήματα αλλά δεν ίδρωσε το αφτί μου (...). Σήμερα που βγήκα ήταν μια κυρία, μου λέει «είστε το Β';» ε, μ' άρεσε αυτό λιγάκι.. «α», μου λέει «σας διαβάζω, σας συμβουλευόμαι». Ή μου γράφουν, κάποιοι θεατρόφιλοι (...), βλέπω ότι έχω μια εκτίμηση από αυτούς τους ανθρώπους – τα **κέρδη ήταν ηθικά δηλαδή, ποτέ υλικά**.

Η Γ, τέλος, αναφέρει ως βασικό της κέρδος

γνώσεις, πάρα πολλές γνώσεις, εξελίχθησα μέσα από αυτό (...), χαρά, τεράστια χαρά (...) να ανακαλύπτεις κάτι: υπάρχει κάτι, υπάρχει ένα βλαστάρι, το ψάχνεις, το παρατηρείς, το ποτίζεις, το βλέπεις, το φροντίζεις... και το βγάζεις στον ήλιο, στο φως... απ το να το κρατήσεις πίσω, στο σκοτάδι, το βγάζεις

μπροστά, να το δουν όλοι, να το φροντίζεις μαζί με τους άλλους (...). Έχει πάρα πολλή **χαρά** (...), είναι ένα μοίρασμα.

Τέταρτο Κεφάλαιο: Συμπεράσματα

Πριν επιχειρήσουμε τη διατύπωση συμπερασμάτων, θα ήταν ίσως σκόπιμο να υπενθυμισθεί ο κυριότερος **περιορισμός** της έρευνας, που αφορά στη δειγματοληπτική μέθοδο που ακολουθήθηκε: παρά το γεγονός ότι, όπως είδαμε στο 3^ο Κεφάλαιο, σημαντικό μέρος της βιβλιογραφίας μοιάζει να επιβεβαιώνεται, **έχοντας εφαρμόσει δειγματοληψία σκοπιμότητας, γνωρίζουμε πως δεν είναι δυνατόν να γενικεύσουμε για το σύνολο του πληθυσμού** (Babbie, 2008· Dawson, 2002). Η επιλογή της δειγματοληψίας σκοπιμότητας έγινε λαμβάνοντας υπόψη, αφενός, την απουσία ερευνών για ένα, όπως αποκαλύπτεται σε όποιον επιχειρήσει να το ερευνήσει, αρκετά ευρύ πεδίο και, αφετέρου, τον περιορισμένο χώρο της παρούσας εργασίας. Των παραπάνω λεχθέντων, θα μπορούσαμε να αποπειραθούμε, σε αυτό το σημείο, να απαντήσουμε, στο μέτρο του δυνατού, στο ερευνητικό ερώτημα, διατυπώνοντας ορισμένες παρατηρήσεις και συμπεράσματα.

Μια πρώτη παρατήρηση αφορά το **μεγάλο εύρος** του πεδίου της διαδικτυακής διαμεσολάβησης του θεάτρου, τόσο ως προς τον αριθμό και τα είδη των μέσων (ιστοσελίδων, ιστοτόπων, προφίλ και σελίδων σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης), όσο και ως προς την ποικιλία των δρώντων (επαγγελματίες κριτικοί, δημοσιογράφοι του καλλιτεχνικού και όχι μόνο ρεπορτάζ, το ίδιο το κοινό), καθώς και του τρόπου οργάνωσης της μορφής και του περιεχομένου της διαμεσολάβησης (συνεντεύξεις, παρουσιάσεις σε ενιαίο κείμενο, σχολιασμός, ρεπορτάζ κλπ). Πράγματι, πλάι στην «παραδοσιακή» κριτική και στα έντυπα που κυκλοφορούν σε φυσική μορφή, και αρκετά συχνά, όπως είδαμε, σε αλληλεπίδραση μαζί της, μοιάζει να εκτείνεται **ένα πολύμορφο τοπίο διαδικτυακής κριτικής και, γενικότερα, λόγου για το θέατρο**.

Η διαδικτυακή διαμεσολάβηση θεατρικών γεγονότων φαίνεται να θέτει πράγματι σε δοκιμασία, σε σημαντικό βαθμό, την έντυπη, όπως έχει υποστηρίξει ο Verboord (2013), κάτι που θα μπορούσε να διαπιστώσει κανείς από την διαφαινόμενη **αμοιβαία αμφισβήτηση της αξιοπιστίας και της νομιμότητάς τους**. Οι απόψεις σχετικά με τα δύο αυτά είδη διαμεσολάβησης που διατυπώθηκαν από τον, προερχόμενο από το πεδίο της διαδικτυακής διαμεσολάβησης του θεάτρου, Α, σε αντιπαραβολή με εκείνες των Β και Γ, που οι επαγγελματικές τροχιές τους έχουν ισχυρότατους δεσμούς με την έντυπη διαμεσολάβηση, δίνουν μια ενδεικτική εικόνα. Η αμοιβαία αμφισβήτηση αυτή μοιάζει να σχετίζεται, από μέρους και των τριών,

κυρίως με διαφορές ως προς τη λειτουργία των πυλωρών, στους οποίους αποδίδεται μεγαλύτερη δραστηριότητα ελέγχου της πληροφορίας στα έντυπα μέσα από ό,τι στα ηλεκτρονικά, κάτι που, ανάλογα με την οπτική γωνία, παρέχει σε όλες τις πλευρές επιχειρήματα σχετικά με δίπολα όπως «αξιοπιστία-αναξιοπιστία», «έλεγχος-ελευθερία» και, τέλος, «δημοκρατικότητα-αποκλεισμός» (Foster & Ocejo, 2013· Hesmodhalgh, 2002· Verboord, 2013). Ωστόσο, και στη λειτουργία της ηλεκτρονικής διαμεσολάβησης, τουλάχιστον για την Περίπτωση Α' που είχαμε τη δυνατότητα να εξετάσουμε, ο ρόλος του διαμεσολαβητή Α ως πυλωρού μοιάζει ιδιαίτερος ενεργός.

Σε συνέχεια του παραπάνω συμπεράσματος, αξίζει να επισημάνουμε ότι στον λόγο των πολιτισμικών διαμεσολαβητών που συμμετείχαν στην έρευνα, αλλά και στα κείμενά τους, επανέρχονται αρκετά συχνά οι έννοιες της **ηθικής**, καθώς και της **επαγγελματικής δεοντολογίας**, αν και δεν εμφανίζονται συνεχώς και απόλυτα ταυτισμένοι ως προς το περιεχόμενό τους. Έτσι, πράγματι, όπως και σημαντικό μέρος της βιβλιογραφίας υποστηρίζει, μοιάζουν να αισθάνονται **ηθικά υποχρεωμένοι να υποστηρίξουν τις απόψεις και τις αισθητικές τους διαθέσεις** (Becker, 1982· Di Maggio & Hirsh, 1976· Maguire & Matthews, 2010 και 2012· Moor, 2008· Negus, 2002· Pareschi, 2015· VanRees, 1983), τις οποίες πράγματι φαίνεται να θεωρούν **στοιχεία της ταυτότητάς τους**: η Γ χρησιμοποίησε το ρήμα «μεταλλάσσομαι», για την περίπτωση να μη γράψει όπως η ίδια θέλει και το κοινό της Περίπτωσης Γ' προσδοκά, ενώ όλοι τους **θεωρούν καθήκον τους να προβάλουν ό,τι και όποιον οι ίδιοι θεωρούν ότι «αξίζει»** (Becker, 1982· Bourdieu, 1997/2002), ακόμα και, όπως ο Α, να **«υπερασπιστούν» τους αποκλεισμένους**. Παράλληλα, πολύ συχνά είναι τα **ηθικής φύσης κριτήρια τα οποία προτάσσουν κατά την αποτίμηση του καλλιτεχνικού αποτελέσματος ή των ίδιων των καλλιτεχνών**: έτσι, γίνεται αναφορά στον κόπο που έχουν οι τελευταίοι έχουν καταβάλλει για ένα αποτέλεσμα, στην πρόθεση που οι καλλιτέχνες είχαν δουλεύοντας, ή ακόμα και στην συμπεριφορά τους προς τους ίδιους τους διαμεσολαβητές. Οι **προθέσεις**, γενικότερα, μοιάζουν επίσης να χαίρουν ιδιαίτερης εκτίμησης – υπάρχουν χαρακτηριστικά παραδείγματα στο υποκεφάλαιο των συνεντεύξεων, κυρίως στις ενότητες περί βραβείων και κριτικής: πολύ συχνά, οι **«αγαθές και αθώες προθέσεις»** (περιττό να τονιστεί η υποκειμενικότητα στην αποτίμησή τους) μοιάζουν να αναδεικνύονται ως βασική προϋπόθεση ή ως κύριο τεκμήριο για την υπεράσπιση πρακτικών που, χωρίς την ύπαρξη τέτοιων προθέσεων, θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν αμφίβολης

διαφάνειας, όπως είναι για παράδειγμα οι σχέσεις μεταξύ καλλιτεχνών και διαμεσολαβητών.

Στην ίδια κατεύθυνση, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι οι ίδιοι οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές με τους οποίους συνομιλήσαμε **αρνούνται απολύτως και κατηγορηματικά ότι ως επαγγελματική κατηγορία, αλλά και οι ίδιοι προσωπικά, κατέχουν οποιοδήποτε είδος εξουσίας** στο θεατρικό πεδίο (Hennion, 2018). Αυτό μοιάζει να αντιφάσκει, σε έναν βαθμό, με τις από μέρους τους αφηγήσεις σχετικά με προσπάθειες καλλιτεχνών και καλλιτεχνικών οργανισμών να τους προσεταιριστούν, επιδιώκοντας την βοήθεια των διαμεσολαβητών στην αύξηση του συμβολικού κεφαλαίου τους. Μοιάζει επίσης να αντιφάσκει με το γεγονός ότι φαίνεται να έχουν μια σημαντική γνώση της θεατρικής «αγοράς» και του τι είναι «νόμιμο» εντός της, παρακολουθώντας τη δουλειά των άλλων πολιτισμικών διαμεσολαβητών – δίνοντας μάλιστα την εντύπωση **ενός χαλαρού, χωρίς ιεραρχία και μάλλον εσωστρεφούς δικτύου** (Kadushin, 1976) – καθώς και ότι καταβάλλουν προσπάθειες (άρα, πιθανότατα, θεωρούν πως έχουν τη δυνατότητα) να αναδείξουν πρόσωπα και είδη που θεωρούν πως αξίζουν και να διαμορφώσουν τον περί αυτών λόγο. Υπογραμμίζοντας εξ αρχής ότι δε θα είχαμε κανένα λόγο να μη θεωρήσουμε **απολύτως ειλικρινή την υποκειμενική τους θεώρηση σε σχέση με τη θέση τους στο πεδίο**, θα άξιζε να επισημανθεί ότι, αρνούμενοι το μέρος της εξουσίας που πιθανώς τους αναλογεί, είναι σαν να αρνούνται και το κομμάτι της συμμετοχής τους στην νομιμοποίηση ή τον αποκλεισμό ειδών, οργανισμών, καλλιτεχνικών πρακτικών και καλλιτεχνών, μέσα στον «Κόσμο», με την μπεκεριανή έννοια, του ελληνικού θεάτρου, αλλά και γενικότερα στα επιτεύγματα και τις τυχόν αστοχίες του «Κόσμου» αυτού.

Ενδιαφέρον χαρακτηριστικό αποτελεί ακόμη **η ανομοιομορφία ως προς το τι και ποιοι διαμεσολαβούνται από κάθε μέσο**, εάν αναλογιστούμε τον ιδιαίτερω μικρό αριθμό κύριων ονομάτων που ήταν κοινά για τις Περιπτώσεις που εδώ ερευνήθηκαν, σε αντιδιαστολή με τον μεγάλο αριθμό ονομάτων τα οποία αναφερόταν μονάχα από μία περίπτωση. Η μεγάλη αυτή απόκλιση, θα μπορούσε να επιτρέψει τον ισχυρισμό ότι κάθε Περίπτωση μοιάζει να έχει **αρκετά ξεκάθαρες και αποκρυσταλλωμένες προτιμήσεις σε πρόσωπα και οργανισμούς**. Σ' αυτό το πλαίσιο, συμφωνώντας και με τη σχετική βιβλιογραφία, φαίνεται πράγματι να επιβεβαιώνεται σε σημαντικό βαθμό η ύπαρξη **σχέσης ομολογίας μεταξύ του βαθμού καθιέρωσης των πολιτισμικών διαμεσολαβητών και των καλλιτεχνών**

και οργανισμών στους οποίους οι πρώτοι συνηθίζουν να αναφέρονται (Conlin, 2014; Maguire & Matthews, 2010), ή τους οποίους το κοινό των Μέσων στα οποία οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές εργάζονται, βραβεύει.

Τέλος, φαίνεται πράγματι, στο πρόσωπο του Α και στην Περίπτωση Α' να αποτυπώνεται **η ανάδυση μιας νέας φυσιογνωμίας πολιτισμικού διαμεσολαβητή**: προερχόμενος από άλλο σχετικό με τη διαμεσολάβηση επάγγελμα, ο Α μοιάζει να **επικεντρώνεται περισσότερο στους ηθοποιούς απ' ό,τι στο θέατρο**. Παράλληλα, **η στάση του ως προς τη διαμεσολάβηση εμφανίζεται χαλαρότερη**: έτσι, η δικτύωση (Wittel, 2001), προϋπόθεση αλλά και αποτέλεσμα της πολιτισμικής διαμεσολάβησης, μοιάζει να γίνεται πράγματι για τον ίδιο κεφάλαιο προς αναμετατροπή (Bourdieu, 1979/2002), μέσω της παράλληλης δραστηριότητας του casting director, όταν, για τους «παλαιότερους» και «παραδοσιακούς» Β και Γ, οι σχέσεις με καλλιτέχνες και οργανισμούς σε άλλη επαγγελματική βάση παρουσιάζονται ως αντιδεοντολογικές.

Η «χαλαρότερη» αυτή στάση δεν αποκλείεται να σχετίζεται με την αμιγώς διαδικτυακή λειτουργία της Περίπτωσης Α', εφόσον, όπως έχει και η βιβλιογραφία αναδείξει, στο πλαίσιο της **οικονομίας της προσοχής** κάποιες παλαιότερες εγγυήσεις νομιμότητας, όπως το πολιτισμικό κεφάλαιο ή ο βαθμός καθιέρωσης, φαίνεται να έχουν πλέον καταστεί απλώς **πληροφορίες μεταξύ άλλων πληροφοριών** (Verboord, 2013). Σε ένα τέτοιο πλαίσιο, μάλιστα, ίσως και να ανατρέπονται παλαιότερα δεδομένα: χαρακτηριστικό παράδειγμα η ανάδειξη από τον Α της ύπαρξης ενός είδους «ορίου» στην προβολή ενός καλλιτέχνη, με την έννοια ότι μοιάζει να υπάρχει ένα σημείο μετά από το οποίο **το να είναι κανείς ήδη προβεβλημένος γίνεται αιτία να μην προβληθεί άλλο, καθώς οι λιγότερο προβεβλημένοι μοιάζει να φέρνουν περισσότερη προσοχή**, σε αντίθεση με την παλαιότερη λειτουργία της διασημότητας ως παράγοντα μείωσης της αβεβαιότητας και στο πεδίο της διαμεσολάβησης, κάτι που βέβαια χρειάζεται περαιτέρω έρευνα.

Έτσι, μαζί και με την ηθική δέσμευση του Α να βοηθά όσο γίνεται περισσότερο τους νέους καλλιτέχνες που, όπως υποστηρίζει συχνά βιώνουν έναν βαθμό αποκλεισμού από τα πιο καθιερωμένα κανάλια προβολής και δημιουργίας φήμης, μοιάζει εύλογος ο προσανατολισμός της Περίπτωσης Α' και των βραβείων της στους νεότερους καλλιτέχνες του θεάτρου. Αξίζει να θυμηθούμε εκείνο το «Πρόσωπο» της Περίπτωσης Α' που, θέλοντας ίσως να της αποδώσει νομιμότητα, την χαρακτήρισε «Περίπτωση Γ' της νεότερης γενιάς». Ωστόσο ίσως ταυτόχρονα να δήλωνε κάτι ακόμα πιο ενδιαφέρον, καθώς, αν κάποιος επέλεγε να θεωρήσει ως

υποπεδίο εκείνο που οι νεοεισερχόμενοι καλλιτέχνες και τα μικρότερα θέατρα συνθέτουν (Becker, 1982· Bourdieu, 1993· Brauneck, 2017), μοιάζει η Περίπτωση Α' να αναδεικνύεται σε εξέχοντα παράγοντα νομιμοποίησης και αντικειμενικοποίησης της καλλιτεχνικής αξίας εντός του (Bourdieu, 1979/2002· Quemin, 2018).

Έτσι, αν έχει δίκιο ο Hesmondhalgh (2002) αναφερόμενος στην ύπαρξη «δεξαμενών υποαπασχόλησης» στον προθάλαμο της κατά Becker (1982) «επαγγελματικής ενσωμάτωσης», και αν το προαναφερθέν υποπεδίο ιδωθεί ως μια τέτοια δεξαμενή, μοιάζει η Περίπτωση Α' πράγματι να επιτελεί εντός του, σε κάποιο βαθμό, τις λειτουργίες που οι Περιπτώσεις Β' και Γ' επιτελούν στο πεδίο του πιο καθιερωμένου θεάτρου: οι νεοεισερχόμενοι δίνουν συνεντεύξεις, προτείνονται ως υποψήφιοι για βραβεία και βραβεύονται, όσο βρίσκονται **εν αναμονή ευκαιριών απασχόλησης** (για τις οποίες, όταν προκύπτουν, παρέχει, όπως είδαμε έγκυρες πληροφορίες η Περίπτωση Α', χωρίς να ξεχνάμε και την ενασχόληση του Α με το casting) σε πιο «καθιερωμένους» θεατρικούς οργανισμούς. Το γεγονός ότι το συγκεκριμένο υποπεδίο αποκτά, χάρη και στην Περίπτωση Α', χαρακτηριστικά του ευρύτερου θεατρικού πεδίου, πιθανόν να συμβάλει θετικά στο **να γίνεται αυτή η αναμονή πιο ευχάριστη** – άλλωστε, αν οι Negus και Pickering (2004) έχουν δίκιο, ως προς το ότι σε έναν μεταμοντέρνο κόσμο είμαστε καταδικασμένοι να αυτοπροσδιοριζόμαστε αυτοβιογραφούμενοι, δε μοιάζει διόλου αμελητέα η αντικειμενικοποίηση της καλλιτεχνικής αξίας ενός νεοεισερχόμενου την οποία η προσοχή ενός μέσου με τη μορφή μιας συνέντευξης (και η, πιθανότατα, συνακόλουθη προώθησή της σε ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης) ή ενός βραβείου μοιάζει να προσφέρει. Μια συνέντευξη ή ένα βραβείο θα μπορούσε να συντελεί **στην άρση** μέρους, όχι μόνον **της τυχόν αμφισβήτησης από το περιβάλλον** του νεοεισερχόμενου, **αλλά και της, εγγενούς, όπως έχουμε δει στους δημιουργικούς εργαζομένους, αυτοαμφισβήτησης** (Hesmondhalgh & Baker, 2010). Μια τέτοια βοήθεια θα μπορούσε να είναι πολύτιμη σε ηθικό επίπεδο όταν κανείς φιλοδοξεί να δραστηριοποιηθεί επαγγελματικά εντός ενός ιδιαίτερα κορεσμένου πεδίου (Κλεφτόγιαννη, 2013), και, υπό αυτό το πρίσμα, δε μοιάζει απροσδόκητη η πορεία της Περίπτωσης Α' προς την καθιέρωση, όπως τουλάχιστον φαίνεται να αποτυπώνεται στην διαχρονική εξέλιξη όλων των παραμέτρων των βραβείων της.

Τελειώνοντας, αξίζει να υπενθυμίσουμε πως μια έρευνα που διεξάγεται με δειγματοληψία σκοπιμότητας όπως είναι η παρούσα, θεωρείται πως, παρά το ότι δεν επιτρέπει την γενίκευση των συμπερασμάτων, έχει τη δυνατότητα να συμβάλει στο

σχεδιασμό μελλοντικών ερευνών (Babbie, 2008), και, πράγματι, η διαμεσολάβηση του θεάτρου, διαδικτυακή και μη, θα **άξιζε ίσως να ερευνηθεί περαιτέρω, και διεξοδικότερα**: μια τέτοια έρευνα θα μπορούσε να εστιάσει **στα διαφορετικά κοινά** των ηλεκτρονικών μέσων διαμεσολάβησης θεατρικών γεγονότων – στις στάσεις τους, στο κατά πόσον τα διάφορα Μέσα μοιράζονται το ίδιο κοινό, στο κοινό που συμμετέχει στην ψηφοφορία για τα βραβεία ή δίνει κριτικές, και, βέβαια, **στους καλλιτέχνες του θεάτρου** ως κοινό. Επιπλέον, θα μπορούσε να εστιάσει σε όσους από τους τελευταίους διαμεσολαβούνται ή βραβεύονται, σε μια προσπάθεια ανίχνευσης τυχόν επίδρασης της πολιτισμικής διαμεσολάβησης στις επαγγελματικές τροχιές τους. Παράλληλα, εφόσον η διαμεσολάβηση ανήκει στον κατά Becker (1982) «κόσμο» της θεατρικής τέχνης, η έρευνα θα μπορούσε να εστιάσει στο κατά πόσον και **σε ποιο βαθμό οι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές επιδρούν στο ίδιο το περιεχόμενο της θεατρικής παραγωγής**, υπό το πρίσμα και της «οπτικής της παραγωγής της κουλτούρας» των Peterson και Anand (2004). Τέλος, θα άξιζε να ερευνηθεί **ο βαθμός επίδρασης της διαδικτυακής πάνω στη θεσμοποιημένη κριτική**, καθώς και **η συμβολική διάστασή της** (Verboord, 2013), ενώ η σημασία που η έντυπη, θεσμοποιημένη διαμεσολάβηση μοιάζει να είχε κατά το παρελθόν, όπως την εισπράττει κανείς από αναφορές των Α, Β και Γ στις συνεντεύξεις της παρούσας έρευνας, θα μπορούσε να αποτελέσει ένασμα **για μια μελέτη της διαμεσολάβησης διαχρονικά**, σε μια απόπειρα αποτίμησης του ρόλου που ενδεχομένως η τελευταία έχει διαδραματίσει στη νεότερη ιστορία του θεάτρου στη χώρα μας.

Πηγές – Βιβλιογραφία

Πηγές

Ιστοσελίδες

Για ιστοσελίδες σχετικές με θέατρο, πολιτισμό και διασκέδαση:

<https://www.greek-sites.gr/tags/istoselides-theatro>

<https://www.greek-sites.gr/categories/istoselides-diaskedasi-psyxagogia?page=2>

Δραματική Σχολή Εθνικού Θεάτρου: www.n-t.gr

Δραματική Σχολή Κρατικού Θεάτρου Βορείου Ελλάδος: www.ntng.gr

Δραματική Σχολή Θεάτρου Τέχνης: www.theatro-technis.gr

Δραματική Σχολή Ωδείου Αθηνών: www.athensconservatoire.gr

Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού – Ανώτερες Σχολές Δραματικής Τέχνης

<https://www.culture.gr/el/service/SitePages/view.aspx?iID=2619>

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Bourdieu, P. (2002) *Η Διάκριση: κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης* (μτφρ. Κ. Καψαμπέλη). Αθήνα: Πατάκης (το πρωτότυπο έργο εκδόθηκε το 1979)

Ιωαννίδης, Γ. (2020, Ιούλιος) Πρώτες σκέψεις για το ελληνικό θέατρο του νέου αιώνα. *Χάρτης*, 19 ανάκτηση από

<https://www.hartismag.gr/hartis-19/theatro/prwtes-skepseis-gia-to-ellhniko-oeatro-toy-neoy-aiwna?fbclid=IwA#>

Δημάδη, Ι & Κρύου, Μ (2016, Μάρτιος 10) Αθήνα, η πόλη των 1.542 παραστάσεων. *Αθηνόραμα* ανάκτηση από

https://www.athinorama.gr/theatre/article/athina_i_poli_ton_1542_parastaseon-2512828.html

- Καυταντζόγλου, Ρ., & Εμμανουήλ, Δ. (2016). Κοινωνική διαστρωμάτωση και πρότυπα κατανάλωσης πολιτισμού: Το θέατρο και ο χορός στην περίπτωση της Αθήνας. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 146 (146), 153-188.
doi:10.12681/grsr.10645
- Κλεφτόγιαννη, Ι. (2013, Δεκέμβριος 17) 3,52 ευρώ την ώρα! *Ελευθεροτυπία*, Έντυπη Έκδοση, ανάκτηση από
<http://www.enet.gr/?i=issue.el.home&date=17/12/2013&id=405145>
- Κόλλιας, Α. (2014) *Ανάλυση Περιεχομένου: ανάλυση, τεχνικές και εφαρμογές της μεθόδου στη μελέτη της επικοινωνίας*. Αθήνα: Παπαζήσης
- Κυριαζή, Ν. (2011). *Η Κοινωνιολογική Έρευνα: κριτική επισκόπηση των μεθόδων και τεχνικών* (ζ΄έκδοση). Αθήνα: Πεδίο.
- Μαυρομούστακος, Π. (2005). *Το θέατρο στην Ελλάδα 1940-2000: μια επισκόπηση*. Αθήνα: Καστανιώτης
- Τα Νέα (Συντακτική Ομάδα), (2013, Μάρτιος, 21). Απεργεί το Σαββατοκύριακο το Σωματείο Ελλήνων Ηθοποιών. *Τα Νέα*, Έντυπη Έκδοση, ανάκτηση από
<https://www.tanea.gr/2013/03/21/lifearts/apergei-to-sabbatokyriako-to-swmateio-ellinwn-ithopoiwn/>

Ξενόγλωσση

- Acord, S. (2016). Learning how to think, and feel, about contemporary art: an object relational aesthetic for sociology. In Hanquinet, L. & Savage, M. (Ed.) *Routledge international handbook of the sociology of art and culture* (σελ. 219-231). New York: Routledge
- Adkins, L. (2001) Cultural Intermediaries. In Southerton, D. *Encyclopedia of Consumer Culture* (Ed.) [E-Book] SAGE Reference online.
Διαθέσιμο στο:
<http://www.sage-ereference.com/view/consumerculture/n147.xml>
- Alexander, V., Blank, G. & Hale, S. (2018). Digital traces of distinction? Popular orientation and user-engagement with status hierarchies in TripAdvisor reviews of cultural organizations. *New Media & Society*, 00(0), 1-19.
doi: 10.1177/1461444818769448
- Allen, M. & Lincoln, A. (2004). Critical Discourse and the Cultural Consecration of American Films. *Social Forces*, 82 (3), 871-893. Διαθέσιμο στο:
<http://www.jstor.org/stable/3598360>

- Anand, N., & Peterson, R. A. (2000). When Market Information Constitutes Fields: Sensemaking of Markets in the Commercial Music Industry. *Organization Science*, 11(3), 270-284 <https://www.jstor.org/stable/2640261>
- Andler, M. (2006). Stardom and Talent. Στο Ginsburgh, V. & Throsby, D. (επιμ). *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1* (σελ.895-906). Oxford: North Holland. doi: 10.1016/S1574-0676(06)01001-5
- Babbie, E. (2011). *The basics of social research*. Belmont: Wadsworth
- Banks, M. (2006). Moral economy and ethical work. *Sociology*, 40(3), 455-472. doi: 10.1177/0038038506063669
- Becker, H.S. (1974). Art As Collective Action. *American Sociological Review*, 39 (6), 767-776. doi: 10.2307/2094151
- Becker, H.S. (1982). *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press
- Benhamou, F., Moureau, N. & Sagot-Duvauroux, D. (2002). Opening the Black Box of the White Cube: A survey of French contemporary art galleries at the turn of the millenium. *Poetics*, 30 (4), 263-280. doi: 10.1016/S0304-422X(02)00024-4
- Bielby, D. & Bielby, W. (1999). Organizational Mediation of Project-Based Labor Markets: Talent Agencies and the Careers of Screenwriters. *American Sociological Review*, 64(1), 64-85. Διαθέσιμο στο: <http://www.jstor.org/stable/2657278?origin=JSTOR-pdf>
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. New York: Columbia University Press
- Brauneck, M (2017). Preface. In Brauneck, M. & ITI Zentrum Germany (Ed.) *Independent Theatre in Contemporary Europe: Structures – Aesthetics – Cultural Policy*, (σελ. 13-41). Bielfeld: Transcript Verlag
- Caves, R. E. (2006). Organisation of Arts and Entertainment Industries. In Ginsburgh, V. & Throsby, D. (Ed.). *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1* (σελ. 530-566). Oxford: North Holland. doi: 10.1016/S1574-0676(06)01001-5
- Conlin, P. (2014). The cultural intermediary in plutocratic times. *European Journal of Cultural Studies*, 18(3), 265-282. doi: 10.1177/1367549414526732

- Cook, R. (2001). 'The Mediated Manufacture of an avant-garde' : a Bourdieusian Analysis of the field of contemporary art in London, 1997-99. *The Sociological Review*, 49(1_suppl), 164-18. doi:10.1111/j.1467-954x.2001.tb03540.x
- Dawson, C. (2002). *Practical Research Methods*. Oxford: How To Books.
- Dempster, A. (2006). Managing Uncertainty in Creative Industries: Lessons from Jerry Springer the Opera. *Creativity and Innovation Management*, 15(3), 224-233. doi: 10.1111/j.1467-8691.2006.00391.x
- DiMaggio, P. & Hirsch, P. (1976). Production Organizations in the Arts. *American Behavioral Scientist*, 19 (6), 735-752. doi: 10.1177/000276427601900605
- DiMaggio, P. (1983). The Sociology of Art Comes of Age. *Contemporary Sociology*, 12 (3), 272-274. doi: 10.2307/2068956
- Dubois, V. (2015) What has become of the 'new *petite bourgeoisie*'? The case of cultural managers in France. In Coulangeon, P. & Duval, J. (Ed.), *The Routledge companion to Bourdieu's Distinction* (σελ. 78-93). New York: Routledge
- Edwards, L. (2015). Understanding Public Relations as a Cultural Industry. In Oakley, K. & O' Connor, J. (Ed.) *The Routledge companion to the Cultural Industries* (σελ. 371-381). New York: Routledge
- Foster, P. & Ocejo, R. (2013). Brokerage, Mediation, and Social Networks in the Creative Industries. In Jones, C., Lorenzen, M. & Sapsed, J. *The Oxford Handbook of Creative Industries*. Oxford: Oxford University Press doi: 10.1093/oxfordhb/9780199603510.013.012
- François, P. & Chartrain, V. (1990). Les critiques d'art contemporain. Petit monde éditorial et économie de la gratuité. *Histoire & Mesure*, 24(1), 3-42. doi: 10.4000/histoiremesure.3869
- Fraser, I. (2004). The marketing of theatre. In Kerrigan, F., Fraser, P. & Özbilgin, M. (Ed.) *Arts Marketing* (σελ. 42-67). Oxford: Elsevier doi:10.4324/9780080472058
- Golder, S. & Macy, M. (2014). Digital Footprints: Opportunities and Challenges for Online Social Research. *Annual Review of Sociology*, 40 (1), 129-152. doi: 10.1146/annurev-soc-071913-043145

- Greenfeld, L. (1988). Professional Ideologies and Patterns of "Gatekeeping": Evaluation and Judgment within Two Art Worlds. *Social Forces*, 66(4), 903-925. Available at:
<http://www.jstor.org/stable/2579428?origin=JSTOR-pdf>
- Hager, P (2017). Trajectories of transition: Economies and geographies of theatre in contemporary Athens. *Journal of Greek Media & Culture*, 3 (2), 145-160.
 doi: 10.1386/jgmc.3.2.145_1
- Hennion, A. (2018). A Plea for Responsible Art: Politics, the Market, Creation. In Alexander, V., Hägg, S., Häyrynen, S. & Sevänen, E. (Ed.) *Art and the Challenge of Markets Volume 2* (σελ. 145-169). Cham:Palgrave-Macmillan.
 doi:10.1007/978-3-319-64644-2
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*. London: Sage
- Hesmondhalgh, D. & Baker, S. (2010). *Creative Labour: Media work in three cultural industries*. Oxon: Routledge
- Hirsch, P. (1978). Production and Distribution Roles Among Cultural Organizations: On the Division of Labor Across Intellectual Disciplines. *Social Research*, 45(2), 315-330. doi: 10.2307/40970335
- Hirsch, P. (2000). Cultural Industries Revisited. *Organization Science*, 11(3),356-361.
 doi:10.1287/ orsc.11.3.356.12498
- Janssen, S., & Verboord, M. (2015). Cultural Mediators and Gatekeepers. In James D. Wright (Ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd Edition, Volume n. 5 (σ. 440–446). Oxford: Elsevier
 doi: 10.1016/B978-0-08-097086-8.10424-6
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press
- Kadushin, C. (1976). Networks and Circles in the Production of Culture. *American Behavioral Scientist*, 19(6), 769-784. doi: 10.1177/000276427601900607
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: an introduction to its methodology*. Thousand Oaks: Ssge
- Legros, P. (2006). Copyright, Art and Internet: Blessing the Curse? In Ginsburgh, V. & Throsby, D. (Ed). *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1* (σελ. 284-308).Oxford: North Holland.
 doi: 10.1016/S1574-0676(06)01001-5

- Lizé, W. (2016). Artistic work intermediaries as value producers. Agents, managers, tourneurs and the acquisition of symbolic capital in popular music. *Poetics*, 59, 35-49. doi: 10.1016/J.POETIC.2016.07.002
- Maguire, J. S., & Matthews, J. (2010). Cultural Intermediaries and the Media. *Sociology Compass*, 4(7), 405–416. doi:10.1111/j.1751-9020.2010.00285.x
- Maguire, J. S., & Matthews, J. (2012). Are we all cultural intermediaries now? An introduction to cultural intermediaries in context. *European Journal of Cultural Studies*, 15 (5), 551-562. doi: 10.1177/1367549412445762
- Mansell, R. (2016). Power, hierarchy and the internet: why the internet empowers and disempowers. *Global Studies Journal*, 9 (2). ISSN:1835-4432
- Menger, P-M. (2006). Artistic Labour Markets: Contingent work, Excess supply and Occupational Risk Management. In Ginsburgh, V. & Throsby, D. (Ed). *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1* (σελ.765-811). Oxford: North Holland. doi: 10.1016/S1574-0676(06)01001-5
- Molloy, M. & Lerner, W. (2010). WHO NEEDS CULTURAL INTERMEDIARIES INDEED? Gendered networks in the designer fashion industry. *Journal of Cultural Economy*, 3(3), 361-377. doi:10.1080/17530350.2010.506322
- Moor, L. (2008). Branding Consultants as Cultural Intermediaries. *The Sociological Review*, 56(3), 408–428. doi:10.1111/j.1467-954x.2008.00797.x
- Moulin, R. & Quemin, A. (1993). La certification de la valeur de l'art. Experts et expertises. *Annales. Economies, sociétés, civilisations*, 48 (6), 1421-1445. doi : 10.3406/ahess.1993.279223
- Negus, K.R. (2002). The Work of Cultural Intermediaries and the Enduring Distance between Production and Consumption. *Cultural Studies*, 16 (4), 501-515. doi:10.1080/09502380210139089
- Negus, K.R. & Pickering, M. (2004). *Creativity, Communication and Cultural Value* London: Sage
- Nixon, S. & Du Gay, P. (2002). WHO NEEDS CULTURAL INTERMEDIARIES? *Cultural Studies*, 16 (4), 495-500, doi: 10.1080/09502380210139070
- Pareschi, L. (2015). How I Met My Publisher: Casual and Serial Intermediaries in First-Time Authors' Publication in the Italian Literary Field. *Cultural Sociology*, 9 (3), 401-424. doi: 10.1177/1749975515590632

- Peist, N. (2016). Avant-garde artworks, artists and mediators: a state of relationships. In Hanquinet, L. & Savage, M. (Ed.) *Routledge international handbook of the sociology of art and culture* (σελ. 207-218). New York: Routledge
- Peterson, K. (1997). The distribution and dynamics of uncertainty in art galleries" A case study of new dealerships in the Parisian art market, 1985-1990. *Poetics*, 25, 241-263.
- Peterson, R. A., & Anand, N. (2004). The Production of Culture Perspective. *Annual Review of Sociology* 30(1), 311-334.
doi:10.1146/annurev.soc.30.012703.110557
- Quemin, A. (2018).The Uneven Distribution of International Success in the Visual Artists Among Nations, According to the Rankings of the ‘Top 100 Artists in the World’. In Alexander, V., Hägg, S., Häyrynen, S. & Sevänen, E. (Ed.) *Art and the Challenge of Markets Volume 1* (σελ. 249-275). Cham:Palgrave-Macmillan. doi:10.1007/978-3-319-64586-5
- Randle, K., Forson, C. & Calveley, M. (2015). Towards a Bourdieusian analysis of the social composition of the UK film and television workforce. *Work, employment and society*, 29(4), 590-606. doi:10.1177/0950017014542498
- Reddy, S., Swaminathan, V. & Motley, C. (1998). Exploring the Determinants of Broadway Show Success. *Journal of Marketing Research*, 35(3), 370-383. doi: 10.2307/3152034
- Riccioni, I. (2018). Art, Capitalist Markets, and Society: Insights and Reflections on Contemporary Art. In Alexander, V., Hägg, S., Häyrynen, S. & Sevänen, E. (Ed.) *Art and the Challenge of Markets Volume 2* (σελ. 99-116). Cham:Palgrave-Macmillan. doi:10.1007/978-3-319-64644-2
- Rule, A. & Bearman, P. (2016). Networks and Culture. In Hanquinet, L. & Savage, M. (ed.) *Routledge international handbook of the sociology of art and culture* (σελ. 161 -173). New York: Routledge
- Savage, M., Warde, A., & Devine, F. (2005). Capitals, assets, and resources: some critical issues. *The British Journal of Sociology*, 56(1), 31–47.
doi:10.1111/j.1468-4446.2005.00045.x
- Savage, M., Devine, F., Cunningham, N., Taylor, M., Li, Y., Hjellbrekke, J., Le Roux, B., Friedman, S. & Miles, A. (2013). A New Model of Social Class? Findings from the BBC’s Great British Class Survey Experiment. *Sociology*, 47(2), 219–250. doi:10.1177/0038038513481128

- Slater, D. (1997). *Consumer Culture & Modernity*. Cambridge: Polity
- Throsby, D.(2006). Introduction and overview. Στο Ginsburgh, V. & Throsby, D. (επιμ.). *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1* (σελ. 3-22) Oxford: North Holland. doi: 10.1016/S1574-0676(06)01001-5
- Townley, B. & Gullede, E. (2013). ‘The Market for Symbolic Goods’: Translating Economic and Symbolic Capitals in Creative Industries. In Jones, C., Lorenzen, M. & Sapsed, J. (Ed.) *The Oxford Handbook of Creative Industries*. Oxford: Oxford University Press. doi:10.1093/oxfordhb/9780199603510.013.026
- Van Rees, C. J. (1983). How a literacy work becomes a masterpiece: On the threefold selection practised by literary criticism. *Poetics*, 12(4-5), 397–417. doi:10.1016/0304-422x(83)90015-3
- Verboord, M. (2013). The impact of peer-produced criticism on cultural evaluation: A multilevel analysis of discourse employment in online and offline film reviews. *New Media & Society*, 16 (6), 921–940. doi:10.1177/1461444813495164
- Wachtel, G. (1981). Marketing Broadway: a Case Study in Audience Research. Στο Hirschman, E. & Holbrook, M. (επιμ.) *SV - Symbolic Consumer Behavior*, (σελ. 92-94) New York: Association for Consumer Research
- Wittel, A. (2001). Toward a Network Sociality Theory, *Culture & Society* 18 (6) 51-76. doi: 10.1177/026327601018006003
- Wright, D. (2005). Mediating production and consumption: cultural capital and 'cultural workers'. *The British journal of sociology*, 56 (1), 105-121. doi: 10.1111/j.1468-4446.2005.00049.x
- Zwaan, K. & ter Bogt, T. (2009). Research Note: Breaking into the Popular Record Industry: An Insider's View on the Career Entry of Pop Musicians, *European Journal of Communication*, 24 (1) 89-101. doi: 10.1177/0267323108098948

Παράρτημα

I. Ενδεικτικός κατάλογος ιστοσελίδων και ιστολογίων για το θέατρο²⁰

all4fun.gr	filmandtheater.gr
antikritika.blogspot.com	flowmagazine.gr
artandlife.gr	freegossip.gr
artandpress.gr	gossip-tv.gr
artic.gr	hitandrun.gr
artistbook.gr	imerodromos.gr
artplay.gr	indicator.gr
athensmagazine.gr	infowoman.gr
athensparty.com	ipolistonkosmo.gr
athensweekly.gr	katoapotigefyra.gr
athinorama.gr	kithara.gr
avopolis.gr	koyinta.gr
biblionet.gr	kritiki.gr
blackstate.gr	maxmag.gr
catisart.gr	metropolispress.gr
cityportal.gr	monopoli.gr
clickatlife.gr	museekart.com
corfuland.gr	mytheatro.gr
corfuwall.gr	o-klooun.com
Cosmopoliti.com	onlytheater.gr
culture.gr	paidikaicinema.blogspot.com
culturenow.gr	patrasevents.gr
dancetheater.gr	polismagazino.gr
diastixo.gr	popaganda.gr
dinfo.gr	provocateur.gr
doctv.gr	rejected.gr

²⁰ Ο παραπάνω κατάλογος είναι απλώς ενδεικτικός, αποτελεί προϊόν παρατήρησης και προσωπικής έρευνας στο διαδίκτυο και σε καμία περίπτωση δεν είναι εξαντλητικός

dod.gr	theatreviewer.blogspot.com
dpgr.gr	thessalonikiartsandculture.gr
duende-art.webnode.gr	thessalonikiguide.gr
duendemagazine.gr	texnes-plus.gr
ebiskoto.gr	totetartokoudouni.blogspot.com
elculture.gr	tvnea.com
enikos.gr	
e-tetradio.gr	
fanpage.gr	
faysbook.gr	

II. Η Κλείδα Κωδικοποίησης

Κατά την κατασκευή της **Κλείδας Κωδικοποίησης** το **α΄ ερευνητικό υποερώτημα** λειτουργικοποιήθηκε σε κατηγορίες (Krippendorff, 2004), από τις οποίες οι αμέσως παρακάτω υπήρξαν **κοινές** για όλες τις Περιπτώσεις (βλ. Πίνακα Α1):

Α) «Τίτλος Site», «Στήλη», «Ημερομηνία», «Τίτλος Δημοσιεύματος», και «Συνολικός Αριθμός Λέξεων», όπου καταγράφονται οι αντίστοιχες πληροφορίες

Β) «Φωτογραφίες», με τις εξής υποκατηγορίες: α) **«Πορτραίτα»,** όπου εικονίζεται ένα μόνον πρόσωπο στο οποίο γίνεται κάποια αναφορά στο κείμενο, β) **«Φωτογραφίες Παράστασης»,** προκειμένου για φωτογραφίες είτε από θεατρικές παραστάσεις στις οποίες γίνεται αναφορά στο κείμενο, είτε παρουσιάζονται πρόσωπα στα οποία γίνονται αναφορές στο κείμενο γ) **«Άλλες»** για όλες τις λοιπές κατηγορίες, όπως φωτογραφίες από εκδηλώσεις, κοσμικές φωτογραφίες ή φωτογραφίες της εξωθεατρικής ζωής των προσώπων στα οποία γίνεται αναφορά, αλλά και, σπανιότερα, τοπίων ή κτηρίων στα οποία γίνεται αναφορά στο εκάστοτε κείμενο και δ) **«Με Πολιτισμικούς Διαμεσολαβητές»** όπου, στις φωτογραφίες της γ΄ κατηγορίας εμφανίζονται και επαγγελματίες της Πολιτισμικής Διαμεσολάβησης, επί το πλείστον οι ίδιοι οι συντάκτες των παραδειγμάτων.

Γ) «Είδος», όπου κωδικοποιούνται τα είδη των δημοσιευμάτων λαμβάνοντας τιμές ως εξής: 1 = **«Αφιέρωμα σε κάποιο πρόσωπο»,** 2 = **«Ρεπορτάζ»,** 3 = **«Ειδικό θέμα»,** 4 = **«Άλλο»,** προκειμένου για δημοσίευμα που μπορεί να συμπεριλαμβάνει ταυτόχρονα παραπάνω από ένα στοιχεία, όπως ρεπορτάζ, παρουσιάσεις, σχόλια και κριτική.

Δ) «Υπογραφή», με τιμές 2 = **υπογράφεται** το δημοσίευμα και 1 = **δεν υπογράφεται.**

Ε) «Links/ Videos», όπου καταγράφεται ο αριθμός των τυχόν υπαρχουσών **υπερσυνδέσεων,** και χωρίζεται σε δύο υποκατηγορίες: α) **«Εσωτερικές»,** όπου καταγράφεται ο αριθμός των υπερσυνδέσεων με άλλα σημεία στον ιστότοπο ή το ιστολόγιο της Περίπτωσης και β) **«Εξωτερικές»,** για τον αριθμό όσων υπερσυνδέσεων οδηγούν σε διευθύνσεις εκτός της Περίπτωσης.

Για τη λειτουργικοποίηση του **β΄ ερευνητικού υποερωτήματος,** καταμετρήθηκαν σε κάθε Περίπτωση όλες οι **αναφορές σε κύρια ονόματα** τόσο φυσικών προσώπων όσο και οργανισμών, προκειμένου να είναι δυνατόν να ερευνηθεί κατά πόσο υπάρχουν κοινές αναφορές στις τρεις Περιπτώσεις, ο αριθμός των

αναφορών κάθε κύριου ονόματος σε κάθε Περίπτωση, ενώ κωδικοποιήθηκαν και οι αναφορές ή όχι σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές. Έτσι, προστίθενται οι ακόλουθες κατηγορίες:

Ε) «Ονόματα», με δύο υποκατηγορίες: α) «**Νομιμοποιημένα**», προκειμένου για ΝΠΔΔ και ΝΠΙΔ, τους ενεργούς ή διατελέσαντες διευθυντές τους, ιδιωτικές επιχειρήσεις, κεντρικά άνω των 200 θέσεων, δημόσια ή επιχορηγούμενα από το ΥΠΠΟ θέατρα, καλλιτέχνες με επαγγελματική παρουσία άνω των 5 ετών, «γνωστούς» και «αναγνωρισμένους» (Bourdieu, 2002· Lizé 2016), και β) «**Υπό Νομιμοποίηση**», εν προκειμένω μικρά θέατρα και χώροι (κάτω των 200 θέσεων), καλλιτέχνες με επαγγελματική παρουσία κάτω των 5 ετών και νεανικές θεατρικές ομάδες.

ΣΤ) «Άλλοι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές», με τιμές 2 = **αναφέρονται στο κείμενο άλλοι πολιτισμικοί διαμεσολαβητές** (πρόσωπα, έντυπα ή διαδικτυακές σελίδες) και 1 = **δεν αναφέρονται**.

Πίνακας Α 1. Κοινές κατηγορίες Κλείδας Κωδικοποίησης

ΚΟΙΝΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ																
ΤΙΤΛΟΣ SITE	ΣΤΗΛΗ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΤΙΤΛΟΣ ΑΡΘΡΟΥ	ΕΙΔΟΣ	ΥΠΟΓΡΑΦΗ	ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ					LINKS Videos		ΑΛΛΟΙ Π.Δ	ΣΥΝΟΛ. ΛΕΞΕΙΣ	ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΠΡΟΣΩΠ. & ΟΡΓΑΝΙΣΜ.	
						ΠΟΡΤΡΑΙΤΑ	ΠΑΡΑΣΤΑΣΗΣ	ΆΛΛΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΦΩΤΟ	ΜΕ Π.Δ	ΕΣΩΤΕΡΙΚ.	ΕΞΩΤΕΡΙΚ.			ΝΟΜΙΜΟΠ.	ΥΠΟ ΝΟΜΙΜ.

Λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες του κάθε παραδείγματος, στη συνέχεια η **Κλείδα** στο σημείο αυτό **επεκτείνεται διαφορετικά** για κάθε Περίπτωση:

- για τα «Πρόσωπα» (**α΄ υποκατηγορία της Πρώτης Περίπτωσης**) επιλέχθηκε η κατηγοριοποίηση του **κειμένου** κάθε άρθρου σε **επτά κατηγορίες, οι έξι εκ των οποίων** προκύπτουν από τον συνδυασμό των πιθανών απαντήσεων, παρακάτω εντός παρένθεσης, στην ερώτηση: «**ποιος αποδίδει αξία**

(συντάκτης ή παρουσιαζόμενο πρόσωπο) αναφερόμενος σε ποιον (συντάκτη, ιστότοπο, πρόσωπο);», και η έβδομη, «Άλλο», που περιλαμβάνει τον αριθμό των λέξεων του κειμένου που δεν αφορά σε θέματα θεατρικού περιεχομένου (πχ. σχόλια σχετικά με την πόλη της Αθήνας κ.α). Επιπλέον, καταγράφηκαν α) η αναφορά ή όχι στην ύπαρξη κάποιας επιπλέον σχέσης (φιλικής, επαγγελματικής, προηγούμενης βράβευσης από τον ιστότοπο) του παρουσιαζόμενου προσώπου με τον συντάκτη ή τον ιστότοπο και β) η επαγγελματική ενασχόληση του παρουσιαζόμενου προσώπου με το θέατρο για διάστημα μεγαλύτερο ή μικρότερο των 5 ετών. Ως σημείο έναρξης της πενταετίας θεωρήθηκε είτε το έτος αποφοίτησης είτε, εάν δεν προηγήθηκαν σπουδές, της πρώτης επαγγελματικής εμφάνισης – οι σχετικές πληροφορίες, όταν δεν ήταν διαθέσιμες στο ίδιο το κείμενο του δείγματος αναζητήθηκαν, επί το πλείστον διαδικτυακά, σε αρχεία δραματικών σχολών, σε συνεντεύξεις των παρουσιαζόμενων προσώπων σε άλλα μέσα, σε διαδικτύου και σε θεατρικά προγράμματα. Σκοπός αυτής της επιμέρους ανάλυσης ήταν εξαγωγή δεδομένων σχετικά με τρόπο με τον οποίο τα πρόσωπα αυτά παρουσιάζονται από την ιστοσελίδα, η διερεύνηση του κατά πόσον και με ποιούς τρόπους επιχειρείται απόδοση αξίας και νομιμοποίηση για τα πρόσωπα αλλά και για την ίδια την ιστοσελίδα, το ενδεχόμενο τα παρουσιαζόμενα πρόσωπα να ανήκουν στην «αβανγκάρντ», καθώς και η ύπαρξη γενικότερης σχέσης τους με τη συγκεκριμένη ιστοσελίδα (για την επέκταση της Κλείδας για τα Πρόσωπα της Α΄ Περίπτωσης βλ. Πίνακα Α2).

Πίνακας Α 2. Η επέκταση της Κλείδας Κωδικοποίησης για τα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄

ΠΡΟΣΩΠΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ Α΄								
Απόδοση Αξίας από - σε (ΑΡΙΘ. ΛΕΞΕΩΝ)							ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ Α΄	ΕΤΗ < 5
ΓΡ-ΓΡ	ΓΡ-Μ	ΓΡ-ΠΡ	ΠΡ-ΓΡ	ΠΡ-Μ.	ΠΡ-ΠΡ	ΑΛΛΟ		

- Για την **Περίπτωση Β΄** δημιουργήθηκαν επίσης έξι κατηγορίες κωδικοποίησης (βλ. Πίνακα Α3): α) «εκλαΐκευση /ερμηνεία/ιστορικές πληροφορίες, σχετικές με θεατρικά και γενικότερα καλλιτεχνικά θέματα β) «δηλώσεις/θέσεις» του συντάκτη (σε πρώτο πρόσωπο) που αναφέρονται στον ίδιο ή στο ιστολόγιο, γ) «πολιτική/ κοινωνία», δ) «ειδήσεις/ σχόλια» ε) «θετικές κρίσεις» και στ) «αρνητικές κρίσεις» για παραστάσεις. **Σκοπός** εδώ της ανάλυσης ήταν η εξαγωγή δεδομένων για τον τρόπο με τον οποίο αποδίδεται αξία, λεξιλογικά και υφολογικά, το είδος του λόγου με το οποίο παρουσιάζονται οι παραστάσεις, τα θέματα που επιλέγονται αλλά και γενικότερα τον τρόπο με τον οποίο επιτελεί την πολιτισμική διαμεσολάβηση ένας «βετεράνος» του χώρου.

Πίνακας Α 3. Η επέκταση της Κλείδας Κωδικοποίησης για την Περίπτωση Β΄

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ Β΄					
ΕΚΛΑΪΚΕΥΣΗ ΕΡΜΗΝΕΙΑ	ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΑΠΟ ΓΡ ΣΕ ΓΡ/ΜΕΣΟ	ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΣΧΟΛΙΑ	ΚΡΙΤΙΚΗ + ΠΑΡΑΣΤΑΣΗΣ	ΚΡΙΤΙΚΗ - ΠΑΡΑΣΤΑΣΗΣ

- Ως προς τα **βραβεία**, καταγράφηκε σε ετήσια βάση, τόσο για την **Περίπτωση Α΄ (β΄ πληθυσμός)** όσο και για την **Περίπτωση Γ΄** το εάν γίνεται αναφορά α) στον τρόπο διεξαγωγής της ψηφοφορίας του κοινού για τα βραβεία, β) στη σχέση ή όχι του ιστότοπου/περιοδικού (πχ. ως χορηγού επικοινωνίας) με τις υποψήφιες παραστάσεις και τους συντελεστές τους (συνεντεύξεις, παρουσιάσεις) γ) στην ύπαρξη προηγούμενης σχέσης ειδικότερα των βραβευθέντων-βραβευθεισών με βραβεία Α΄ Γυναικείου και Α΄ Ανδρικού Ρόλου, Σκηνοθεσίας και Καλύτερης Παράστασης ή εάν προηγήθηκε παρουσίαση του βραβευθέντος προσώπου ή παράστασης από τον ιστότοπο, δ) στο εάν η παράσταση για την οποία βραβεύεται κάποιος ή η οποία κερδίζει «βραβείο καλύτερης παράστασης» έχει ή δεν έχει παρουσιαστεί σε θεσμικό, «νομιμοποιημένο» (όπως, για παράδειγμα, τα εποπτευόμενα από δημόσιο φορέα ή επιχορηγούμενα κατά το παρελθόν από το ΥΠΠΟ θέατρα, το Εθνικό Θέατρο, το ΚΘΒΕ, το Δημοτικό Θέατρο Πειραιά, θέατρα μεγάλων ιδιωτικών

πολιτιστικών οργανισμών όπως η Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών του Ιδρύματος Ωνάση ή το Ίδρυμα Μιχάλη Κακογιάννη, ιστορικά «εμπορικά» θέατρα του κέντρου της Αθήνας) ή μη θεσμοποιημένο, «εναλλακτικό» - ακολουθώντας τον Brauneck (2017) – θέατρο (όπως τα μικρότερης των 200 θέσεων και εκτός «θεατρικού κέντρου» θέατρα και χώροι). Άλλες δύο κατηγορίες αποτέλεσαν ε) η χωρητικότητα του χώρου της εκδήλωσης της βραδιάς των Βραβείων (άνω ή κάτω των 200 ατόμων) και στ) η άνω ή κάτω της πενταετίας επαγγελματική ενασχόληση με το θέατρο για τις νικήτριες και τους νικητές των κατηγοριών Α' Γυναικείου και Α' Ανδρικού Ρόλου και Σκηνοθεσίας. Τέλος, καταγράφηκαν για κάθε έτος ο αριθμός των κατηγοριών που βραβεύονται, και, προκειμένου για την νικήτρια παράσταση της κατηγορίας «Καλύτερη Παράσταση» και των δύο Περιπτώσεων, και πάλι για κάθε έτος, δημιουργήθηκαν οι κατηγορίες «Βαθμολογία κριτικού Περίπτωσης Γ'» και «Βαθμολογία κοινού Περίπτωσης Γ'», με τιμές από 0 = κακή έως 5 = εξαιρετική, όπως βαθμολογούνται στον συγκεκριμένο ιστότοπο. **Σκοπός**, η μελέτη της εξέλιξης των βραβείων στο πέρασμα του χρόνου, η συμμετοχή του κοινού στη διαδικασία και, προκειμένου ειδικότερα για την Περίπτωση Γ', η συμφωνία ή διαφωνία του κοινού με την επίσημη κριτική της ιστοσελίδας και η διερεύνηση της σχέσης μεταξύ των προτιμήσεων του κοινού και διαμεσολαβητών στις Περιπτώσεις (για την επέκταση της Κλείδας για τα Βραβεία, βλ. Πίνακα Α4).

Πίνακας Α 4. Η επέκταση της Κλείδας Κωδικοποίησης για τα Βραβεία των Περιπτώσεων Α΄ και Γ΄

ΒΡΑΒΕΙΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ Α΄ ΚΑΙ Γ΄																										
ΑΝΑΦ. ΣΕ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ	ΑΝΑΦ. ΣΧΕΣΗΣ ΜΕ ΜΕΣΟ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΧΩΡΟΥ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΒΡΑΒΕΙΩΝ	ΑΝΔΡΙΚΟ			ΓΥΝΑΙΚΕΙΟ			ΣΚΗΝΟ			ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΠΑΡΑΣΤΑΣΗ													
				Α			Α			ΘΕΣΙΑ																
				ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	< 5	ΘΕΣΜ.	ΠΡ. ΣΧ. ΜΕ ΜΕΣΟ	ΟΝΟΜΑ	< 5	ΘΕΣΜ.	ΠΡ. ΣΧ. ΜΕ ΜΕΣΟ	ΟΝΟΜΑ	< 5	ΘΕΣΜ.	ΠΡ. ΣΧ. ΜΕ ΜΕΣΟ	ΤΙΤΛΟΣ	ΚΡΙΤ. ΚΟΙΝΟΥ Γ΄	ΘΕΣΜ.	ΚΡΙΤΙΚΗ/ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α΄	ΚΡΙΤΙΚΗ/ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Γ΄	ΒΑΘΜ. ΚΡΙΤΙΚΗΣ Γ΄ 0-5	ΒΑΘΜ. ΚΟΙΝΟΥ Γ΄ 0-5	ΗΜΕΡ. ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΣΤΗ Γ΄	ΚΡ.ΚΟΙΝΟΥ Γ΄ ΟΤΑΝ		

Το γ΄ ερευνητικό υποερώτημα, τέλος, ερευνήθηκε μέσω των συνεντεύξεων και των σημειώσεων που κρατήθηκαν κατά την ανάλυση περιεχομένου (για τον Οδηγό της συνέντευξης βλ. Παράρτημα IV).

III. Συμπληρωματικοί Πίνακες και Διαγράμματα

A) Πίνακες

Πίνακας Α 5. Μ. Τιμές και Στατιστικά Στοιχεία για τις Κατηγορίες Κειμένου στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄

Περιεχόμ. Κειμένου	Μέση Τιμή	Μέση Τιμή %	Δ/με εσος	Επικρ. Τιμή	Τυπική Απόκλιση	Εύρος	Min.	Max.
Αναφορές του Συντάκτη στον εαυτό του	7,51	0,5%	0	0	20,153	113	0	113
Αναφορές του Συντάκτη στο Μέσο	18,60	1,2%	6	0	25,408	118	0	118
Αναφορές του Συντάκτη στο Πρόσωπο	135,17	8,7%	133	40	68,734	395	16	411
Αναφορές του Προσώπου στον Συντάκτη	5,36	0,3%	0	0	22,254	180	0	180
Αναφορές του Προσώπου στο Μέσο	34,21	2,2%	24	23	38,031	256	0	256
Αναφορές του Προσώπου στον Εαυτό του	1080,36	69,7%	1039	1197	433,731	2549	235	2784
ΆΛΛΟ	268,49	17,3%	174	572	248,007	1554	0	1554
Σύνολο	N=1549,7	99,9%						

Πίνακας Α 6. Κατανομή ετών επαγγελματικής ενασχόλησης των Προσώπων της Περίπτωσης Α΄

Επαγγελματική Ενασχόληση	Αριθμός Προσώπων	
	N	N%
Περισσότερο από 5 έτη	46	51,70%
Λιγότερο από 5 έτη	43	48,30%
Σύνολο	89	100,00%

Πίνακας Α 7. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις φωτογραφίες στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄

Είδος Φωτογραφ.	Μέση Τιμή	%	Επικρατέστερη τιμή	Τυπική Απόκλιση	Εύρος	Min.	Max.
Πορτραίτα	5,43	55,81%	4	3,024	16	0	16
Παράσταση	3,48	35,77%	2	2,121	10	1	11
Άλλες	0,81	8,32%	0	1,14	7	0	7
Με Π.Δ	0,01	0,10%	0	0,105	1	0	1
Σύνολο Φωτ.	9,73	100%	7	3,983	22	0	22

Πίνακας Α 8. Κατανομή και Στατιστικά στοιχεία για τις Εσωτερικές και Εξωτερικές Υπερσυνδέσεις στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄

Links	Πλήθος Άρθρων				Αριθμός Υπερσυνδέσεων (Links)			
	Έχουν		Δεν έχουν		Εύρος	Min	Max	Επικρ. Τιμή
	N	N%	N	N%				
Εσωτ.	80	89,90%	9	10,10%	3	0	3	1
Εξωτ.	9	10,10%	80	89,90%	1	0	1	0

Σημείωση: Ο Πίνακας διαβάζεται ως εξής: 80 άρθρα έχουν υπερσυνδέσεις που οδηγούν στο εσωτερικό της Περίπτωσης Α΄ και 9 σε άλλους ιστοτόπους και ιστοσελίδες.

Πίνακας Α 9. Συχνότητες και Σχετικές Συχνότητες των υπερσυνδέσεων στα άρθρα για τα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄

Υπερσυνδέσεις ανά Άρθρο	Άρθρα	
	N	N%
0	9	10,1%
1	54	60,7%
2	20	22,5%
3	6	6,7%
Σύνολο	89	100,0%

Πίνακας Α 10. Κατανομή των αναφορών σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄

	Πλήθος	
	N	N%
Αναφορές σε άλλους π.δ	5	5,62%
Χωρίς αναφ. σε άλλους π.δ	84	94,38%
Σύνολο	89	100%

Πίνακας Α 11. Κατανομή των αναφορών ύπαρξης σχέσης των Προσώπων της Περίπτωσης Α' με τον ιστότοπο Α'

Πρόσωπα	Πλήθος	
	N	N%
Με προηγούμενη σχέση	16	17,98%
Χωρίς προηγούμενη σχέση	73	82,02%
Σύνολο	89	100%

Πίνακας Α 12. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις αναφορές κύριων ονομάτων στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α'

Ονόματα	N	Μέση Τιμή	%	Τυπ. Απόκλιση	Εύρος	Min.	Max.
Νομιμοποιημένα	591	6,64	51,03%	5,189	27	0	27
Υπό Νομιμοποίηση	567	6,37	48,97%	5,301	26	0	26
Σύνολο	1158	13,01	100,00%	7,346	32	2	34

Πίνακας Α 13. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις Κατηγορίες Κειμένου στην Περίπτωση Β'

Περιεχόμ. Κειμένου	Μέση Τιμή	%	Διάμεσος	Επικρ. Τιμη	Τυπική Απόκλ.	Εύρος	Min.	Max.
Εκλαϊκευση / Ερμηνεία / Πληροφ. Συντάκτης	233,8	15,7%	210	0	165,59	701	0	701
για Συντάκτη / Ιστολόγιο	385,8	26,0%	352	381	176,18	912	57	969
Πολιτική / Κοινωνία	138,6	9,3%	101,5	0	129,84	547	0	547
Ειδήσεις / Σχόλια	496	33,4%	475	562	212,26	1141	152	1293
Θετικά για Παράσταση	129	8,7%	99	0	117,14	539	0	539
Αρνητικά για Παράσταση	102,1	6,9%	32,5	0	137,1	560	0	560
Σύνολο	1485,6	100,0%	1419	2169	390,36	1640	859	2499

Πίνακας Α 14. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις φωτογραφίες της Περίπτωσης Β΄

Είδος Φώτογραφ.	Μέση		Διάμεσος	Επικρ.	Τυπ.	Εύρος	Min.	Max.
	Τιμή	%		Τιμή	Απόκλ.			
Πορτραίτα	4,32	37,60%	3	1	3,375	16	0	16
Παράσταση	4,96	43,17%	4	5	2,967	14	1	15
Άλλες	2,21	19,23%	1	2	1,949	10	0	10
Με Π.Δ	0	0,00%	0	0	0	0	0	0
Σύνολο Φωτ.	11,49	100,00%	8	9	4,895	23	2	25

Πίνακας Α 15. Αναφορές σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές στην Περίπτωση Β΄

	Αναφορές σε άλλους πολ. Διαμεσολαβητές	
	N	N%
Ναι	62	75,61%
Όχι	20	24,39%
Σύνολο	82	100,00%

Πίνακας Α 16. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις αναφορές κύριων ονομάτων στην Περίπτωση Β΄

Ονόματα	N	Μέση Τιμή	%	Τυπική	Εύρος	Min.	Max.
				Απόκλ.			
Νομιμοποιημένα	4751	57,94	87,96%	21,246	111	13	124
Υπό Νομιμοπ.	650	7,93	12,04%	6,975	32	0	32
Σύνολο	5401	65,87	100,00%	22,741	103	22	125

Πίνακας Α 17. Κατανομή των υπερσυνδέσεων στα κείμενα της Περίπτωσης Β΄

Υπερσυνδέσεις ανά Άρθρο	Άρθρα	
	N	N%
0	0	0,00%
1	76	92,7%
2	4	4,9%
3	2	2,4%
Σύνολο	82	100,00%

Πίνακας Α 18. Εσωτερικές και Εξωτερικές Υπερσυνδέσεις (links) στην Περίπτωση Β΄

Links	Πλήθος Άρθρων				Αριθμός Υπερσυνδέσεων (Links)			
	Έχουν		Δεν Έχουν		Εύρος	Min	Max	Επικρ. Τιμή
	N	N%	N	N%				
Εσωτ	82	100,00%	0	0,00%	1	1	2	1
Εξωτ	5	6,10%	77	93,90%	2	0	2	0

Πίνακας Α 19. Κατανομή των Φωτογραφιών στα Βραβεία της Περίπτωσης Α΄

Είδος Φωτογραφιών	Μέση Τιμή	%	Εύρος	Min.	Max.
Πορτραίτα	2	8,0%	5	0	5
Παράσταση	0,14	0,5%	1	0	1
Άλλες	20,14	80,1%	49	0	49
Με Π.Δ	2,86	11,4%	7	1	8
Σύνολο	25,14	100,0%	60	1	61

Πίνακας Α 20. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις υπερσυνδέσεις στα Ρεπορτάζ για τα βραβεία της Περίπτωσης Α΄

Είδη Links	Υπαρξη Υπερσυνδέσεων στα Ρεπορτάζ						Υπερσύνδεσεις			
	ναί		Όχι		Σύνολ.	N%	Εύρος	Min	Max	Επικρ. Τιμή
	Άρθρα	%	Άρθρα	%						
Εσωτ.	5	71,4%	2	28,6%	7	100%	38	0	39	2
Εξωτ.	6	85,7%	1	14,2%	7	100%	16	0	18	1

Πίνακας Α 21. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις αναφορές ονομάτων στα Άρθρα για τα Βραβεία της Περίπτωσης Α΄

Ονόματα	N	Μέση Τιμή		Εύρος	Min.	Max.
		Τιμή	%			
Νομιμοποιημένα	405	57,86	40,87%	80	5	85
Υπό Νομιμοπ.	586	83,71	59,13%	105	24	129
Σύνολο	991	141,57	100,00%	185	29	214

Πίνακας Α 22. Κατανομή Φωτογραφιών στα κείμενα για τα Βραβεία της Περίπτωσης Γ΄

Είδος Φωτογραφ.	Μέση Τιμή	%	Εύρος	Min.	Max.
Πορτραίτα	3,86	6,59%	6	0	6
Παράσταση	16,71	28,53%	19	1	20
Άλλες	26,57	45,36%	45	0	45
Με Π.Δ	11,43	19,52%	16	0	16
Σύνολο	58,57	100,00%	73	3	76

Πίνακας Α 23. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις αναφορές ονομάτων στα Βραβεία της Περίπτωσης Γ΄

Ονόματα	N	Μέση Τιμή	%	Τυπική Απόκλ.	Εύρος	Min.	Max.
Νομιμοποιημένα	903	69,46	88,44%	32,708	100	28	128
Υπό Νομιμοπ.	118	9,08	11,56%	6,486	23	0	23
Σύνολο	1021	78,54	100,00%	33,742	116	35	151

Πίνακας Α 24. Συγκεντρωτικός Πίνακας της Κατανομής των Φωτογραφιών

Είδος Φωτογραφ.	Περίπτωση Β'		Περίπτωση Α'		Βραβεία Περίπτωσης Α'		Βραβεία Περίπτωσης Γ'	
	Μ.Τιμή	%	Μ.Τιμή	%	Μ.Τιμή	%	Μ.Τιμή	%
Πορτραίτα	4,32	37,60%	5,43	55,81%	2	8,00%	3,86	6,59%
Παράστασης	4,96	43,17%	3,48	35,77%	0,14	0,50%	16,71	28,53%
Άλλες	2,21	19,23%	0,81	8,32%	20,14	80,10%	26,57	45,36%
Με πολ. διαμ.	0	0,00%	0,01	0,10%	2,86	11,40%	11,43	19,52%
Σύνολο	11,49	100,00%	9,73	100%	25,14	100,00%	58,57	100,00%

Πίνακας Α 25. Συγκεντρωτικός Πίνακας για τις αναφορές σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές

Πολιτισμικοί Διαμεσολαβ.	Περίπτωση Α'		Περίπτωση Β'		Βραβεία Περίπτωσης Α'		Βραβεία Περίπτωσης Γ'	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Αναφέρονται	5	5,62%	62	75,61%	5	71,43%	1	7,69%
Δεν Αναφέρονται	84	94,38%	20	24,39%	2	28,57%	12	92,31%
Σύνολο	89	100%	82	100,00%	7	100,00%	13	100,00%

Πίνακας Α 26. Συγκεντρωτικός Πίνακας για τις αναφορές σε πρόσωπα και οργανισμούς

Ονόματα	Βραβεία Περίπτωσης Α'				Βραβεία Περίπτωσης Β'				Βραβεία Περίπτωσης Γ'			
	Μ.Τιμή		%		Μ.Τιμή		%		Μ.Τιμή		%	
Νομιμοποιημένα	57,86	40,87%	6,64	51,03%	57,94	87,96%	69,86	88,44%				
Υπό Νομιμοπ.	83,71	59,13%	6,37	48,97%	7,93	12,04%	9,08	11,56%				
Σύνολο	141,57	100%	13,01	100%	65,87	100%	78,54	100%				

Πίνακας Α 27. Απόλυτες και Σχετικές Κατανομές κοινών ονομάτων στις Περιπτώσεις

Ονόματα που αναφέρονται...	Πρόσωπα Α'		Περίπτωση Β		Βραβεία Α'		Βραβεία Γ'	
	N	%	N	%	N	%	N	%
σε άλλη 1 Περ.	254	32%	282	13,3%	163	30,6%	93	24,2%
σε άλλες 2 Περ.	113	14,2%	31	1,5%	103	19,3%	1	0,3%
σε όλες τις Περ.	41	5,2%	41	1,9%	41	7,7%	41	10,6%
μόνο σε μία	385	48,6%	1769	83,3%	226	42,4%	250	64,9%
Σύνολο	793	100%	2123	100%	533	100%	385	100%

Πίνακας Α 28. Πρόσωπα που αναφέρονται από κοινού

	Πρόσωπα Περ. Α'	Περίπτωση Β'	Περίπτωση Γ'	Βραβεία Περ. Α'	Μόνο στην Περίπτωση
Προσ. Περ. Α'	-	315	94	195	385
Περίπτωση Β'	315	-	211	215	1769
Περίπτωση Γ'	94	211	-	82	250
Βραβ. Περ. Α'	195	215	82	-	226

Σημείωση: σε κάθε κελί παρουσιάζεται ο αριθμός των ονομάτων που μοιράζονται μεταξύ τους οι Περιπτώσεις της γραμμής και της στήλης που διασταυρώνονται

Πίνακας Α 29. Έτη επαγγελματικής ενασχόλησης για τους βραβευθέντες με Α' Βραβείο Σκηνοθεσίας και Καλύτερης Γυναικείας και Ανδρικής Ερμηνείας στα Βραβεία της Α' και Γ' Περίπτωσης

Επαγγελματική Ενασχόληση Βραβευθέντων	Βραβεία Περ. Α'		Βραβεία Περ. Γ'	
	N	%	N	%
Άνω των 5 ετών	17	85,00%	21	100,00%
Κάτω των 5 ετών	3	15,00%	0	0,00%
Σύνολο	20	100,00%	21	100,00%

Σημείωση: Από το 2013 ως και το 2013 στα Βραβεία της Περίπτωσης Γ' απονεμήθηκαν 21 βραβεία για αυτές τις κατηγορίες, ενώ στην Α' απονεμήθηκαν 20, καθώς την πρώτη χρονιά δεν απένειμε Βραβείο Σκηνοθεσίας

Πίνακας Α 30. Σύγκριση των Σχετικών Κατανομών Βραβευθέντων-εισών Ηθοποιών, Σκηνοθετών και Παραστάσεων με Α΄ Βραβείο στα Βραβεία των Περιπτώσεων Α΄ και Γ΄ ως προς την προηγούμενη σχέση τους με τις Περιπτώσεις που τους βραβεύουν

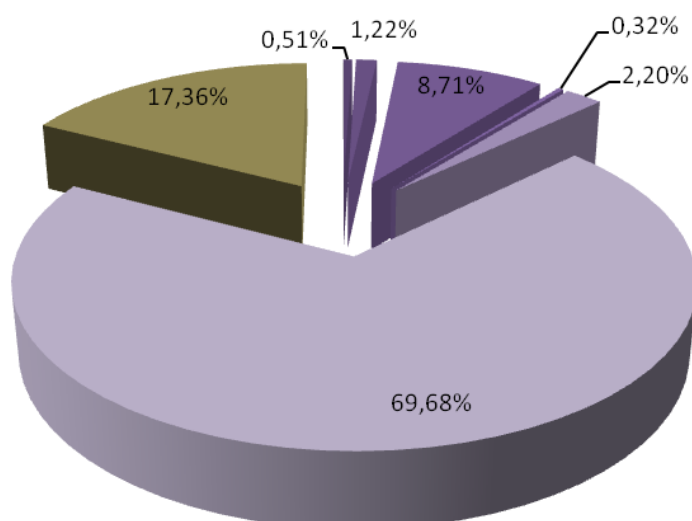
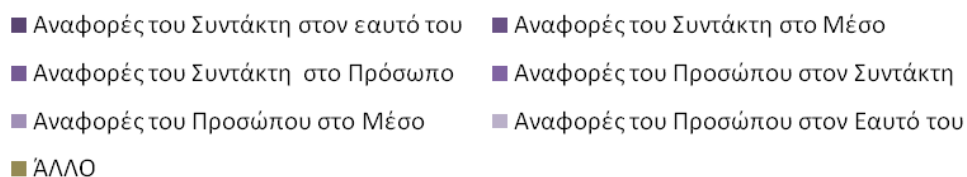
	Βραβεία Περίπτωσης Α΄		Βραβεία Περίπτωσης Γ'	
	N	%	N	%
Με προηγούμενη σχέση	25	92,59%	25	89,29%
Χωρίς προηγούμενη σχέση	2	7,41%	3	10,71%
Σύνολο	27	100,00%	28	100,00%

Πίνακας Α 31. Σύγκριση των Κατανομών Βραβευθέντων-εισών Ηθοποιών, Σκηνοθετών και Παραστάσεων με Α΄ Βραβείο στα Βραβεία των Περιπτώσεων Α΄ και Γ΄ ως προς το θέατρο στο οποίο παρουσιάστηκαν οι νικήτριες παραστάσεις ή οι παραστάσεις για τις οποίες βραβεύονται

Παρουσιάστηκαν σε θέατρο	Βραβεία Περίπτωσης Α΄		Βραβεία Περίπτωσης Γ'	
	N	%	N	%
«Νομιμοποιημένο»	15	55,56%	25	89,29%
«Εναλλακτικό»	12	44,44%	3	10,71%
Σύνολο	27	100,00%	28	100,00%

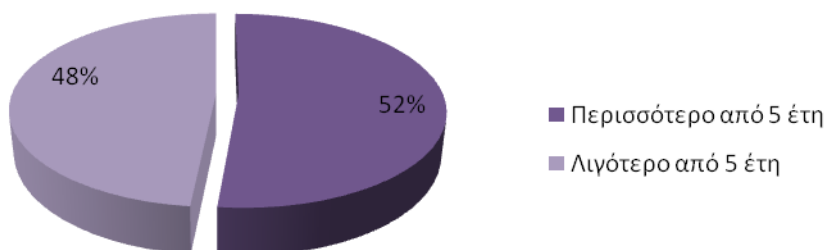
Β) Διαγράμματα

Α΄ Παρουσίαση Προσώπων: Κείμενο...



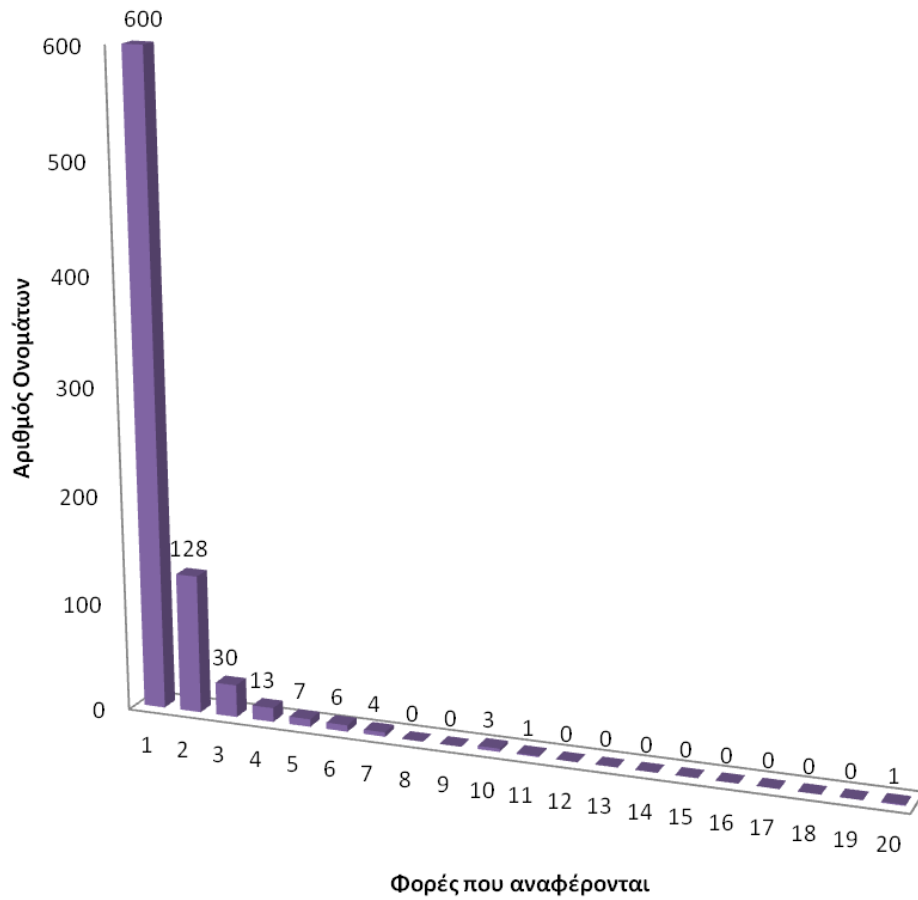
Διάγραμμα Α 1. Κατανομή και Στατιστικά Στοιχεία για τις Κατηγορίες Κειμένου στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α

Πρόσωπα Περίπτωσης Α΄: Χρόνος από την αποφοίτηση ή επαγγελματική ενασχόληση



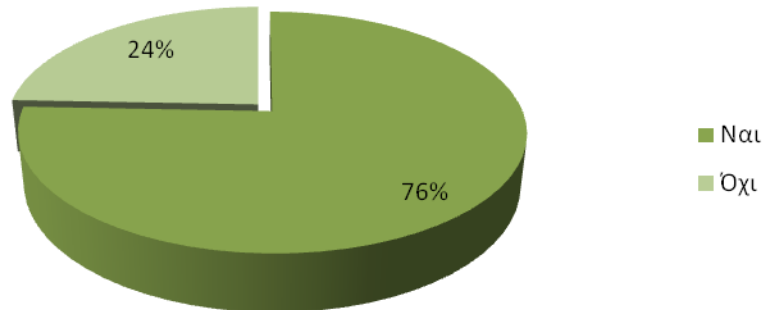
Διάγραμμα Α 2. Χρόνος επαγγελματικής ενασχόλησης για τα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄

Πρόσωπα Περίπτωσης Α: Απόλυτες Συχνότητες αναφορών ονομάτων



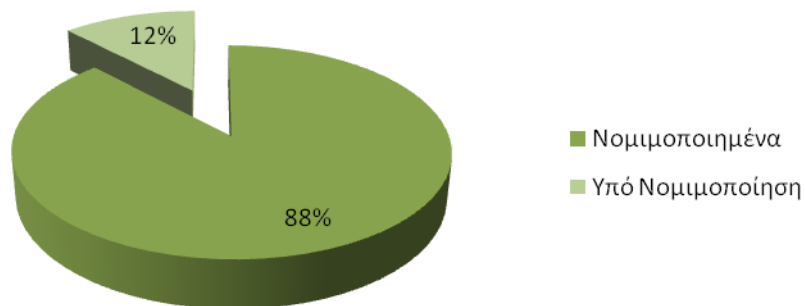
Διάγραμμα Α 3. Απόλυτες συχνότητες αναφορών κύριων ονομάτων στα Πρόσωπα της Περίπτωσης Α΄

Περίπτωση Β': Αναφορές σε άλλους π.δ.



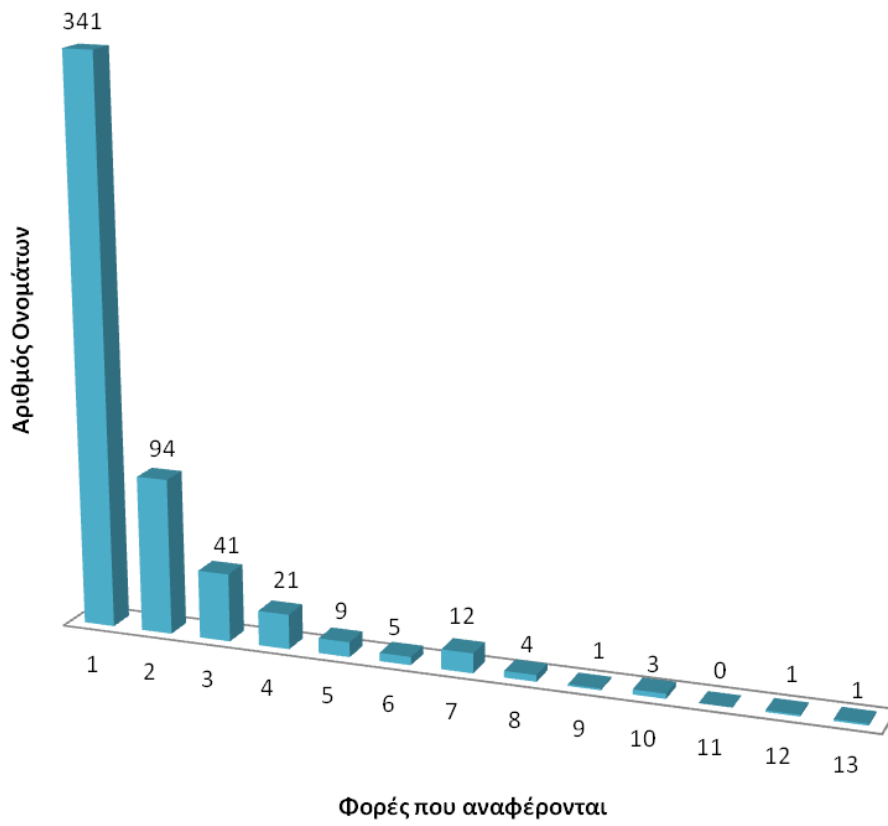
Διάγραμμα Α 4. Οι αναφορές σε άλλους πολιτισμικούς διαμεσολαβητές στην Περίπτωση Β'

Περίπτωση Β': Αναφορές σε κύρια ονόματα



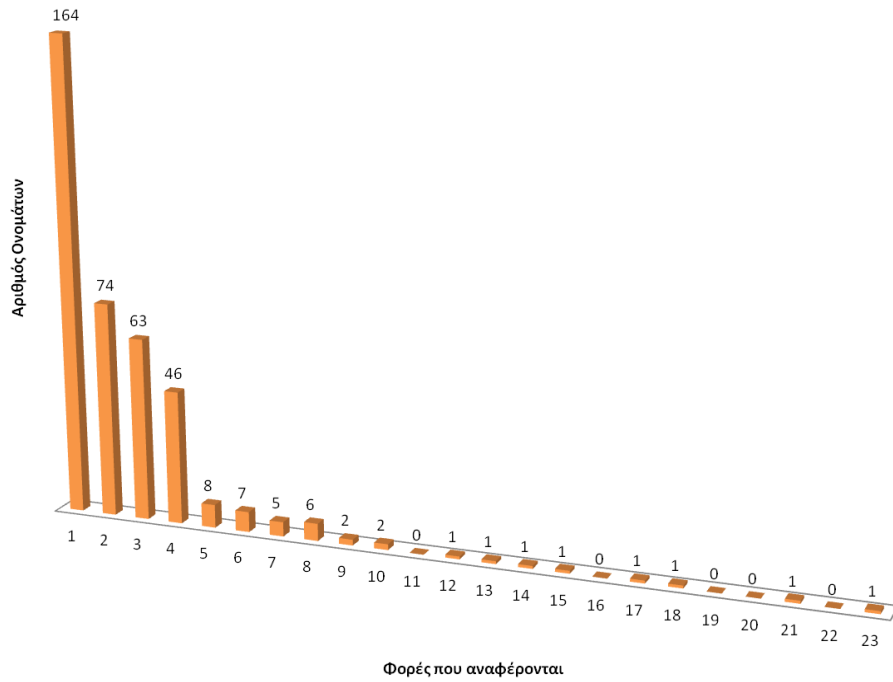
Διάγραμμα Α 5. Σχετική Κατανομή των αναφορών σε κύρια ονόματα στην Περίπτωση Β'

Βραβεία Περίπτωσης Α΄: Απόλυτες Συχνότητες αναφορών ονομάτων



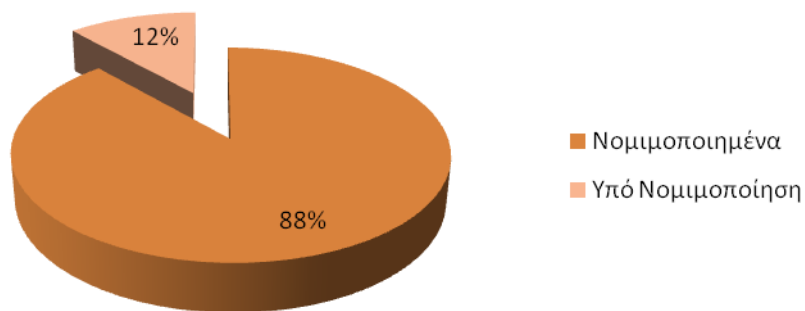
Διάγραμμα Α 6. Αναφορές κύριων ονομάτων στα Βραβεία της Περίπτωσης Α΄

**Βραβεία Περίπτωσης Γ΄:
Απόλυτες Συχνότητες αναφορών ονομάτων**



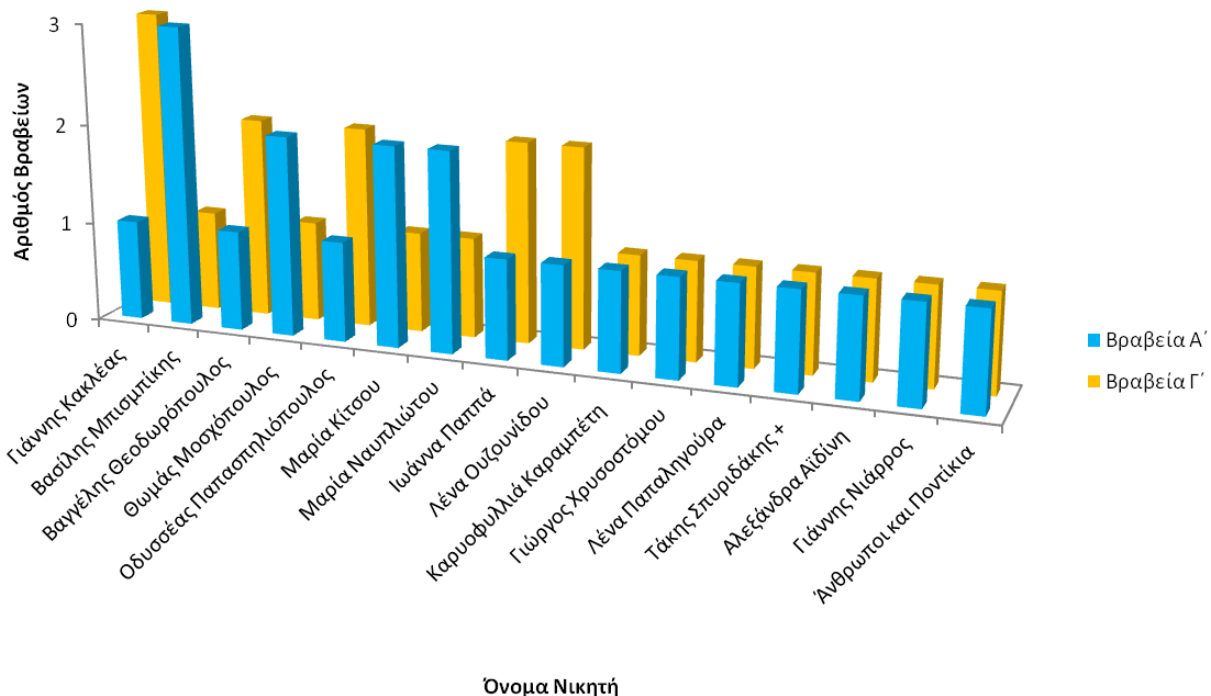
Διάγραμμα Α 7. Αναφορές κύριων ονομάτων στα Βραβεία της Περίπτωσης Γ΄

**Βραβεία Περίπτωσης Γ΄:
Αναφορές σε Πρόσωπα και
Οργανισμούς**



Διάγραμμα Α 8. Αναφορές σε πρόσωπα και οργανισμούς στα Βραβεία της Περίπτωσης Γ

Βραβεία Α΄ & Γ΄: οι κοινοί Νικητές και ο αριθμός των Βραβείων τους



Διάγραμμα Α 9. Κοινές νικήτριες και νικητές στα Βραβεία των Περιπτώσεων Α΄ και Γ΄ και ο αριθμός των βραβείων τους

IV. Οδηγός Συνέντευξης

Πριν ξεκινήσουμε θα ήθελα να σας ευχαριστήσω που δεχτήκατε να μου παραχωρήσετε αυτήν την συνέντευξη, και να σας ενημερώσω πως η αυτή αποτελεί τμήμα της έρευνάς μου σχετικά με την πολιτισμική διαμεσολάβηση, και ειδικότερα τη διαμεσολάβηση θεατρικών γεγονότων μέσω διαδικτύου. Η έρευνα αυτή διεξάγεται στο πλαίσιο των σπουδών μου στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών του Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου, με κατεύθυνση Πολιτιστική Διαχείριση, και αποτελεί μέρος της διπλωματικής μου εργασίας για το παραπάνω Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα. Επιβλέπουσά μου είναι η Επίκουρη Καθηγήτρια του Παντείου Πανεπιστημίου κα Μάρθα Μιχαηλίδου. Εάν σε οποιαδήποτε στιγμή αποφασίσετε ότι δεν επιθυμείτε πια να λάβετε μέρος, μπορείτε να το δηλώσετε και να αποσυρθείτε. Η συνέντευξη θα ηχογραφηθεί. Τα στοιχεία σας και οι πληροφορίες που θα δώσετε είναι εμπιστευτικά και ανώνυμα, θα χρησιμοποιηθούν για τις ανάγκες της έρευνας και σύμφωνα με όσα προβλέπει η Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων. Μπορείτε, εφόσον το ζητήσετε, να έχετε πρόσβαση στο απομαγνητοφωνημένο κείμενο της συνέντευξής σας, καθώς και στα τελικά αποτελέσματα της έρευνας. Έχετε το δικαίωμα να ζητήσετε να αποσύρετε τη συνέντευξη σας μέχρι και δύο εβδομάδες από σήμερα, **(ημερομηνία)**. Στην περίπτωση που τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής δημοσιευθούν ή παρουσιαστούν σε συνέδρια, δεν θα συμπεριληφθούν πληροφορίες που να συμπεριλαμβάνουν την ταυτότητά σας. Θα ήθελα να μου επιβεβαιώσετε ότι αποδέχεστε να λάβετε μέρος στη συνέντευξη.

Ερωτήσεις Κοινές

- Πώς προέκυψε το ενδιαφέρον για το θέατρο; Βλέπατε ή διαβάζατε θέατρο; Υπήρχε πχ σχέση με το θέατρο στο σχολείο κλπ;
- Όσο πιο πολύ παρακολουθείτε θέατρο, νιώθετε να αλλάζουν/εξεελίσσονται τα κριτήρια σας και οι γνώσεις σας γι αυτό;
- Υπάρχει είδος θεάτρου/παράστασης που σας είναι αφόρητο; Που σας ενθουσιάζει;
- Έχει τύχει ποτέ να δείτε τη δουλειά κάποιου «καθιερωμένου» θιάσου/καλλιτέχνη, Έλληνα ή ξένου, και να νιώσετε ότι έχει υπερεκτιμηθεί;
- Δίνεις ποτέ συμβουλές σε καλλιτέχνες για το περιεχόμενο της δουλειάς τους;

- Από την ως τώρα πείρα και παρατήρησή σας υπάρχει κάποιο «μυστικό επιτυχίας» μιας παράστασης;/ ενός ηθοποιού;
- Μπορείτε να παρακολουθήσετε μια παράσταση ως «μέσος θεατής»; Προσπαθείτε να σκεφτείτε έτσι όταν την αξιολογείτε;
- Θεωρείτε ότι υπάρχει «καλό» και «κακό» θέατρο;
- Υπάρχει κάποιο οικονομικό κέρδος από αυτήν την απασχόληση (του πολιτισμικού διαμεσολαβητή); Υπάρχει έστω σαν επιδίωξη ή προοπτική;
- Αν μια παράσταση πραγματικά σας ενθουσιάζει, υπάρχει περίπτωση να την προβάλετε παραπάνω;
- Θεωρείτε ότι ένα site (αλλά και γενικά το διαδίκτυο) μπορεί να βοηθήσει επαγγελματικά έναν ηθοποιό/ σκηνοθέτη; Πώς;
- Λαμβάνετε υπόψη την προβολή που κάποιος καλλιτέχνης έχει από άλλα Μέσα; Σας επηρεάζει με οποιονδήποτε τρόπο;
- Πώς αντιλαμβάνεστε τα sites για το θέατρο σε σχέση με τα έντυπα;
- Διαβάζετε άλλα sites; Κριτικές σε sites; Παραδοσιακούς κριτικούς εφημερίδων; Σας έχουν αλλάξει ποτέ γνώμη για κάποιον καλλιτέχνη;
- Θεωρείτε ότι παίζουν ρόλο τα social media στην επιτυχία μιας παράστασης;
- Τι ρόλο θεωρείτε ότι παίζουν τα social media στην επιτυχία του site/blog/ σας; Του Περιοδικού όπου εργάζεστε;
- Θεωρείτε ότι το ιντερνέτ μπορεί να δημιουργήσει διασημότητα;
- Έχετε νιώσει ποτέ δικαιωμένος-η για τις προβλέψεις σας σε σχέση με κάποιον-α καλλιτέχνη ή παράσταση; Σας έχει αναγνωριστεί αυτό;
- Θεωρείτε ότι τα βραβεία αντιπροσωπεύουν αξία;
- Λαμβάνετε καθόλου υπόψη τα (άλλα) βραβεία που έχει κανείς;
- Θεωρείτε ότι έχει σημασία ένα βραβείο για την μετέπειτα προβολή ή ότι η προβολή μπορεί να φέρει ένα βραβείο;
- Ποια η γνώμη σας για τις συνθήκες εργασίας των καλλιτεχνών του θεάτρου; Των καλλιτεχνικών δημοσιογράφων;
- «Ταλέντο» ή «δημόσιες σχέσεις»;
- Όταν πηγαίνετε να δείτε μια παράσταση νιώθετε να έχουν παραπάνω τρακ οι ηθοποιοί;
- Σας έχουν προσεγγίσει ποτέ ζητώντας σας να τους προβάλετε;

- Σας έχουν συμβουλευτεί ποτέ άνθρωποι του θεατρικού χώρου (επίσημα ή ανεπίσημα) για να προσλάβουν κάποιον ηθοποιό;
- Θεωρείτε ότι τα ονόματα μιας παράστασης (και τα βραβεία τους) εγγυώνται το αποτέλεσμα της;
- Ποιο θεωρείτε πως είναι το κέρδος σας από την ενασχόληση/σταδιοδρομία στην πολιτισμική διαμεσολάβηση;

Επιπλέον ερωτήσεις στον διαχειριστή της Περίπτωσης Α΄

- Πώς προέκυψε η ιδέα για το site;
- Ποια τα όνειρά σας για το site;
- Υπάρχει ανταγωνισμός ανάμεσα στα sites;
- Ποια η γνώμη σας για τη θεατρική κριτική; Γιατί δεν έχει κριτική το site;
- Θεωρείτε ότι τα πιο καθιερωμένα sites ή έντυπα δίνουν αρκετό χώρο στους νέους ηθοποιούς και ομάδες;
- Ποιες προϋποθέσεις πρέπει να πληροί κάποιος-α νέος-α ηθοποιός για να γίνει Πρόσωπο στην Α΄ Περίπτωση;
- Μιλήστε μου για το βραβείο «Πρόσωπο της χρονιάς»
- Πώς προέκυψε η ιδέα των βραβείων; Πώς γίνεται η ψηφοφορία; Πώς αποφασίστηκαν οι κατηγορίες; Γιατί αλλάζουν;
- Μιλήστε μου για το βραβείο Συντακτών Πολιτιστικών Ιστοσελίδων.
- Όταν το κοινό του δικού σας site συμφωνεί/διαφωνεί με άλλα βραβεία, πώς σας φαίνεται;
- Πώς και πότε αποφασίσατε να ασχοληθείτε με το casting? Θα μπορούσε κάποιος στην Ελλάδα να ζήσει από αυτό;
- Ποια η σχέση site και casting?

Επιπλέον ερωτήσεις στην κριτικό του Περιοδικού-Περίπτωσης Γ΄

- Πώς προέκυψε η ιδέα των βραβείων; Πώς γίνεται η ψηφοφορία; Πώς αποφασίστηκαν οι κατηγορίες;
- Όταν το κοινό του δικού σας site συμφωνεί/διαφωνεί με άλλα βραβεία, πώς σας φαίνεται;

- Κοιτάζετε τις κριτικές του κοινού πριν γράψετε τη δική σας; Αν ναι, πριν ή μετά;
- Εσείς βάζετε τη βαθμολογία της παράστασης που αναρτάται δίπλα στην κριτική σας; Έχετε επινοήσει κάποιο σύστημα αντιστοίχισης;