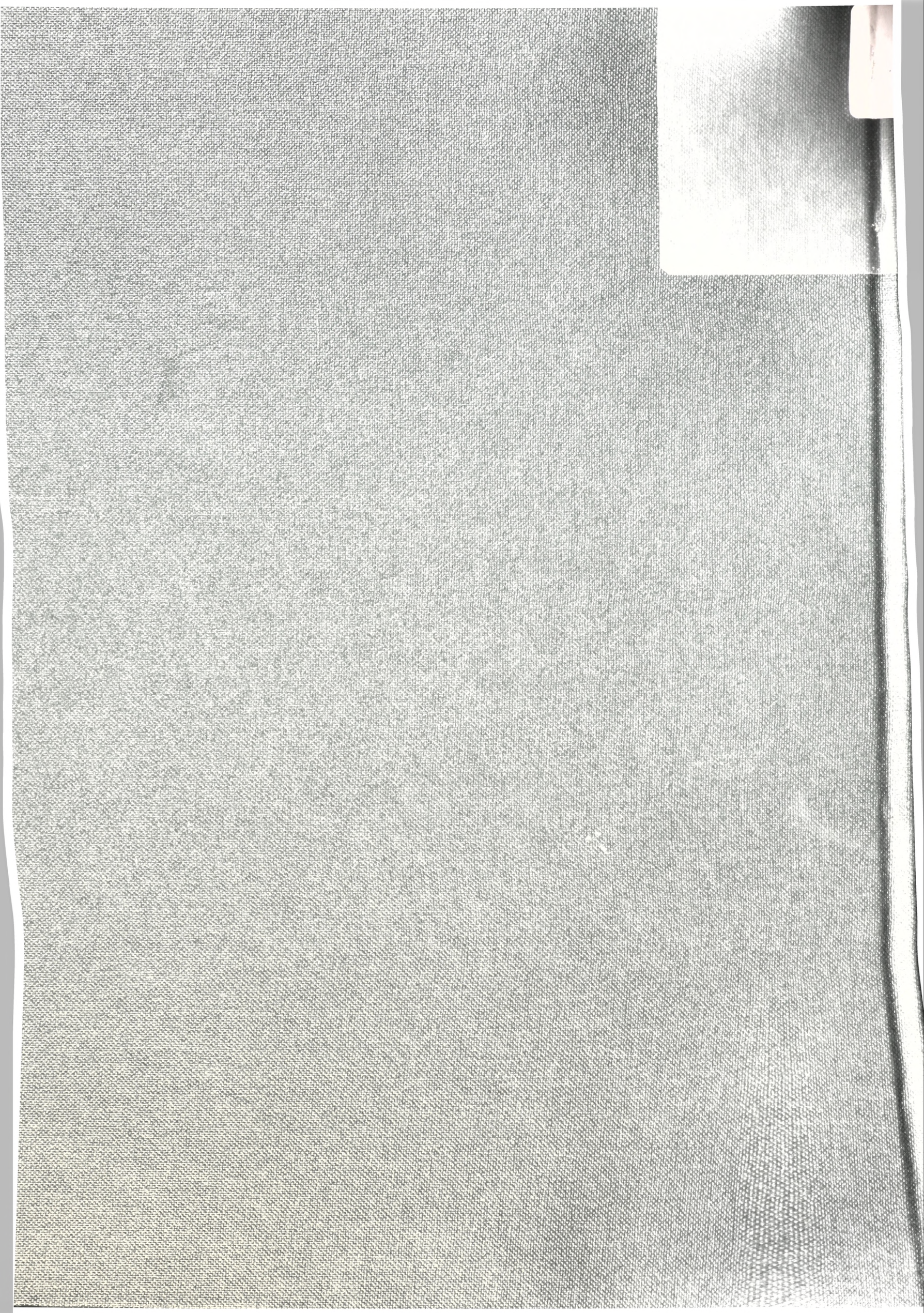
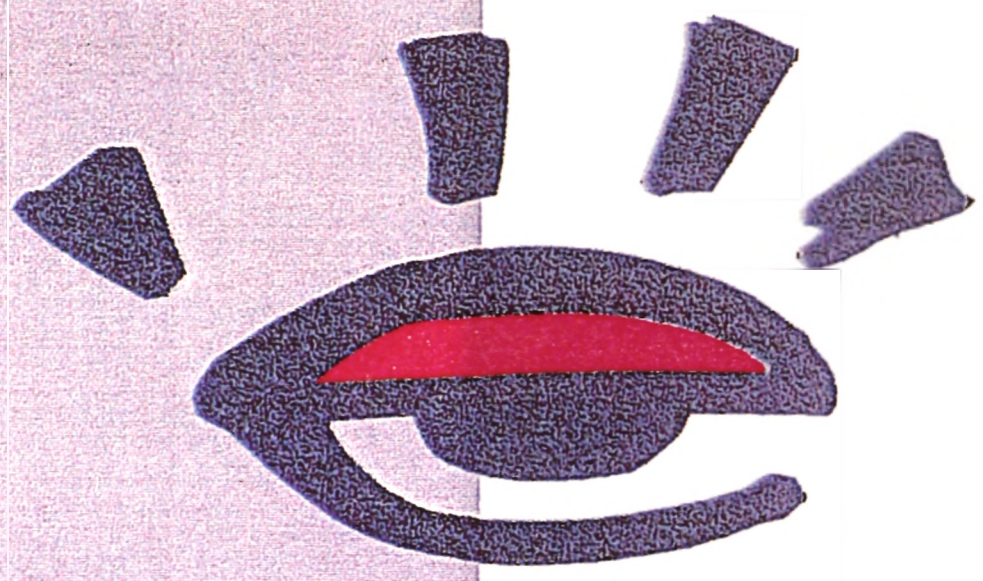


ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ



ΤΑ ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΟΥ WALT DISNEY ΚΑΙ Ο ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

(Αναπαραστάσεις των παιδιών ηλικίας 8-12 ετών)

ΝΙΚΟΣ ΣΙΟΥΤΑΣ

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΚΟΡΩΝΑΙΟΥ ΑΛ. επιβλέπουσα
ΤΣΑΛΙΚΟΓΛΟΥ Φ. μέλος
ΧΡΗΣΤΑΚΗΣ Ν. μέλος

21015

ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ

ΤΑ ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΟΥ WALT DISNEY ΚΑΙ Ο ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

(Αναπαραστάσεις των παιδιών ηλικίας 8-12 ετών)

ΝΙΚΟΣ ΣΙΟΥΤΑΣ

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

2005

ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝ & ΠΟΛΙΤ. ΕΠΙΣΤ.
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Έχω τρεις κόσμους:
Μια θάλασσα,
έναν ουρανό
κι έναν πράσινο κήπο...
Θα μπορούσα αν τους διάβαινα και τους τρεις,
να σας έλεγα που φτάνει ο καθένας τους.
Η θάλασσα, ξέρω.
Ο ουρανός υποψιάζομαι.
Για τον πράσινο κήπο μου
μη με ρωτήσετε...
(Νικηφόρος Βρεττάκος)

Γιατί ο πράσινος κήπος είναι η ζωή μου.
Γιατί ο πράσινος κήπος είναι η κόρη μου.
Γιατί ο πράσινος κήπος μου είσαι εσύ ΝΙΚΗ.
Σε σένα αφιερώνω αυτή την προσπάθεια.

ΝΙΚΟΣ ΣΙΟΥΤΑΣ

✓ ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κ. Κορωναίου Αλεξάνδρα με την οποία δημιουργήθηκε μια αγαστή σχέση παιδαγωγού – παιδαγωγούμενου, στα πλαίσια μιας αλληλεπιδρασιακής καθοδήγησης, όπου με την πληρότητα της επιστημονικής της γνώσης αλλά και την ανθρώπινη στήριξη συνέβαλε καθοριστικά στην ολοκλήρωση της διδακτορικής μου διατριβής.

Εκφράζω τις ευχαριστίες μου στα μέλη της συμβουλευτικής επιτροπής: την κ. Τσαλίκογλου Φωτεινή και τον κ. Χρηστάκη Νικόλα για τις πολύτιμες και ουσιαστικές συμβουλές τους κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της διατριβής.

Ευχαριστώ τον καθηγητή του πανεπιστημίου της Arizona κ. Tobin Joseph για τη συνεργασία και τη βοήθειά του στην κατανόηση του φαινομένου των Πόκεμον.

Θα ήταν παράλειψή μου να μην ευχαριστήσω τον επίκουρο καθηγητή του τμήματος της Κοινωνιολογίας κ. Κοταρίδη Νικόλαο για την ουσιαστική βοήθεια στο λυκαυγές αυτής της προσπάθειας.

Ευχαριστώ επίσης τη σχολική σύμβουλο της περιφέρειας Παλαιού Φαλήρου και διδάκτορα κ. Καβούρη Παναγιώτα για τις πολύτιμες συμβουλές της.

Ευχαριστώ τους δύο συναδέλφους: τον κ. Χαλάτση Τάκη (διδάκτορα) και την κ. Χριστοπούλου Έφη (υπ. διδάκτορα) για τη συνεργασία και τη βοήθεια που μου προσέφεραν στο ερευνητικό τμήμα αυτής της προσπάθειας.

Αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω ιδιαίτερα όλους τους διευθυντές, τους δασκάλους, τους μαθητές αλλά και τους γονείς που συμμετείχαν στην έρευνα και στη διαδικασία συλλογής των δεδομένων.

Τέλος ευχαριστώ θερμά την οικογένειά μου για την πολύπλευρη συμπαράσταση καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της διδακτορικής διατριβής.

ΝΙΚΟΣ Κ. ΣΙΟΥΤΑΣ

✓ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ 9

✓ **Α΄ ΜΕΡΟΣ**

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

1. ΑΠΟ ΤΟ ΠΑΡΑΜΥΘΙ ΣΤΑ ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ

1.1 Το παραμύθι..... 15

1.1.1. Οι πρώτες ρίζες 15

1.1.2 Παιδί και παραμύθι 16

1.1.3 Ο ρόλος των γυναικών στα παραμύθια 17

1.1.4 Η εικονογράφηση των παραμυθιών 20

1.1.5 Η επίδραση του παραμυθιού στον ψυχισμό του παιδιού 22

1.2 Τα κινούμενα σχέδια 25

1.2.1 Συνοπτική επισκόπηση της ιστορικής πορείας των κινούμενων σχεδίων 26

1.2.2 Τα δομικά στοιχεία των κινούμενων σχεδίων 27

1.3 Σύνοψη πρώτου κεφαλαίου 30

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

2.ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ, ΠΑΙΔΙΚΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ

2.1 Η τηλεόραση ως μέσον ψυχαγωγίας και γνώσης του κόσμου (*Έρευνες – επισημάνσεις - διαπιστώσεις*)..... 31

2.2 Τηλεόραση και παιδική ηλικία - Σκιαγράφηση των σχέσεων 33

2.3 Τηλεόραση και καταναλωτική κουλτούρα των παιδιών 34

2.3.1. Η εκπροσώπηση των παιδιών στην καταναλωτική ..

κουλτούρα των ΜΜΕ 36

2.4 Σύνοψη δευτέρου κεφαλαίου 39

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

3. ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ

3.1 Γενικές θεωρητικές αναφορές για τις αναπαραστάσεις 41

3.2 Η προέλευση των κοινωνικών αναπαραστάσεων 41

3.3 Η έννοια των κοινωνικών αναπαραστάσεων 42

3.4 Τα δομικά στοιχεία των κοινωνικών αναπαραστάσεων 43

3.5 Οι λειτουργίες των κοινωνικών αναπαραστάσεων 45

3.6 Η αναπαράσταση ως κοινωνιογνωστικό σύστημα 47

3.7 Η διαφοροποίηση του S. Moscovici από τις κλασικές προσεγγίσεις των συμπεριφοριστών 49

3.8 Σύνοψη τρίτου κεφαλαίου 50

✓ **Β΄ ΜΕΡΟΣ**

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

ΣΤΟΝ ΝΤΙΣΝΕΪΚΟ ΚΟΣΜΟ ΚΑΙ ΣΤΟ ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

4. Ο ΝΤΙΣΝΕΪΚΟΣ ΚΟΣΜΟΣ

4.1 **Ο WALT DISNEY**

4.1.1 Τα πρώτα χρόνια του **Walt Disney** 51

4.1.2 Το ξεκίνημα της καριέρας του Walt Disney 52

4.1.3 Η πρώτη επιτυχία του Walt Disney 52

4.1.4 Το μοντέλο του Walt Disney 54

4.1.5 Ο θάνατος του Walt Disney 55

4.1.6 Η συνέχεια της Disney Productions και η νέα εταιρική σχέση..... 56

4.1.7 Η σημερινή μορφή της Disney Productions 57

4.2 **Ο ΜΙΚΥ ΜΑΟΥΣ**

4.2.1 Η εξέλιξη του Μίκυ 59
4.2.2 Ο χαρακτήρας του Μίκυ Μάους 60
4.2.3 Η καριέρα του Μίκυ Μάους 61
4.2.4.Ο Μίκυ και η ταύτισή του με το Walt Disney 62

4.3 **ΟΙ ΤΑΙΝΙΕΣ ΜΙΚΡΟΥ ΜΗΚΟΥΣ ΤΟΥ W. DISNEY**
4.3.1 Η θεματολογία των ταινιών μικρού μήκους της Disney Productions 63
4.3.2 Η δράση του Μίκυ στις ταινίες μικρού μήκους 64
4.3.3 Ο εκτοπισμός του Μίκυ από τις ταινίες μικρού μήκους και η εμφάνιση νέων ηρώων 66

4.4 **ΟΙ ΤΑΙΝΙΕΣ ΜΕΓΑΛΟΥ ΜΗΚΟΥΣ ΤΟΥW. DISNEY**
4.4.1 Τα κινούμενα σχέδια του W. Disney στη μεγάλη οθόνη 68
4.5 Σύνοψη τρίτου κεφαλαίου..... 75

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ
5. **Ο ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ**
5.1 **ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ**
5.1.1 Γενικά στοιχεία για το μικρόκοσμο των Πόκεμον 76
5.1.2 Η εξέλιξη των Πόκεμον στα πλαίσια της ιαπωνικής ιστορίας 81
5.1.3 Ο σχεδιασμός των Πόκεμον 84
5.1.4 Η προσαρμογή των Πόκεμον στη δυτική κουλτούρα 87
5.1.5 Η παγκοσμιοποίηση του φαινομένου των Πόκεμον 93

5.2 **ΤΑ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ**
5.2.1 Ο λόγος των Πόκεμον 99
5.2.2 Ο χωρόχρονος δράσης των Πόκεμον 100
5.2.3 Το θεματολογικό πλαίσιο δράσης των Πόκεμον 101
5.2.4 Οι εικονογραφηγηματικές τεχνικές των Πόκεμον 102
5.3 Σύνοψη τετάρτου κεφαλαίου 103

✓ **Γ΄ ΜΕΡΟΣ**

Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ
Ο ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ
ΟΙ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

6. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ, ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ, ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

6.1 Η επιλογή του θέματος 106
6.2 Σκοπός και στόχοι της έρευνας 107
6.3 Οι υποθέσεις της έρευνας 109
6.4 Η πολυμεθοδολογική προσέγγιση 112
6.5 Η ποιοτική έρευνα 114
6.5.1 Η συνέντευξη 116
6.5.2 Η παρατήρηση 119
6.5.3 Η ανάλυση περιεχομένου 121
6.6 Η διαδικασία συλλογής των δεδομένων
6.6.1 Η προέρευνα 125
6.6.2 Η επιλογή του δείγματος στη βασική έρευνα 128
6.6.3 Η περιγραφή του δείγματος 130
6.6.4 Η συλλογή του εμπειρικού υλικού 132
6.7 Αξιολόγηση της αξιοπιστίας της έρευνας. 133

✓ **Δ΄ ΜΕΡΟΣ**

Η ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

7. Η ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΟΝ ΝΤΙΣΝΕΪΚΟ ΚΟΣΜΟ

7.1 Συγκριτική ανάλυση ταινιών κινούμενων σχεδίων του

Walt Disney 136
7.1.1 Οι στερεοτυπισμοί του ντισνεϊκού κόσμου 137
7.1.1.1 Η προσθήκη στερεοτυπικών στοιχείων από το W. Disney σε κλασικές ιστορίες και παραμύθια 138
7.1.1.1.1 Ο Αλαντίν..... 138
7.1.1.1.2 Η Χιονάτη..... 141
7.1.1.1.3 Η Σταχτοπούτα 143
7.1.1.1.4 Η Ποκαχόντας 144
7.2 Η ανάλυση νεότερων ταινιών του W. Disney
Η Μικρή Γοργόνα
Η Πεντάμορφη και το Τέρας
Η Παναγία των Παρισίων
7.2.1 Η διαιώνιση της ντισνεϊκής κοσμοαντίληψης 149
7.2.1.1. Αναπαραστάσεις των ηρώων του ντισνεϊκού κόσμου 149
7.2.1.2. Αναπαραστάσεις της οικογένειας του ντισνεϊκού κόσμου 158
7.3 Συμπεράσματα για τιςστερεοτυπικές αντιλήψεις του Walt Disney 167

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΟΟ

8. **Η ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΟ ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ**

8.1 Η συλλογή στοιχείων 170
8.1.1 Η επιλογή χώρων και συμμετεχόντων 171
8.1.2 Ο ρόλος του ερευνητή στο πεδίο 172
8.1.3 Η ανάλυση στοιχείων..... 173
8.1.4 Δυσκολίες και περιορισμοί 174
8.1.5 Τα κύρια τμήματα της έρευνας του μικρόκοσμου των Πόκεμον 174
8.2 Κατηγοριοποίηση του μικρόκοσμου των Πόκεμον 177
8.3 Παρουσίαση και ερμηνεία των αποτελεσμάτων της έρευνας για την εισαγωγή των παιδιών στο μικρόκοσμο των Πόκεμον 180
8.3.1 Μέλη που συμμετέχουν στο μικρόκοσμο των Πόκεμον..... 180

8.3.1.1 Ο ρόλος των ενηλίκων 181
8.3.2 Η γνωριμία των παιδιών με το μικρόκοσμο των Πόκεμον..... 183
8.3.3 Η συμμετοχή των παιδιών 186
8.3.4 Οι υπερφυσικές δυνάμεις των Πόκεμον 191
8.3.5 Συμπεράσματα και ερμηνευτικός σχολιασμός της πρώτης κατηγορίας για την εισαγωγή των παιδιών στο μικρόκοσμο των Πόκεμον..... 194
8.4 Παρουσίαση και ερμηνεία των αποτελεσμάτων για τις αναπαραστάσεις των παιδιών ως προς το μικρόκοσμο των Πόκεμον.
8.4.1 Τα Πόκεμον ως μέσον έναρξης κοινωνικών αλληλεπιδράσεων με τα παιδιά 198
8.4.1.1 Οι θετικές αναπαραστάσεις των Πόκεμον 201
8.4.1.1.1 Η δημιουργία φιλίας μεταξύ των παιδιών..... 201
8.4.1.1.2 Η υπέρβαση του ηλικιακού χάσματος μεταξύ των παιδιών 205
8.4.1.1.3 Η υπέρβαση της εθνικής καταγωγής 207
8.4.1.1.4 Η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και συλλογικότητας και συνεργασίας ανάμεσα στα παιδιά 210
8.4.1.1.5 Η δημιουργία οικογενειακών σχέσεων 213
8.4.1.1.6 Η απαλλαγή από τους παραδοσιακούς ρόλους και τις συμπεριφορές των φύλων 215
8.4.1.1.7 Η αγάπη και η στοργή των παιδιών εκπαιδευτών για τα Πόκεμον 219
8.4.1.1.8 Η σχέση των Πόκεμον με τις πραγματικές συνθήκες της ζωής 222
8.4.1.1.9 Άλλες δημιουργικές εφαρμογές των Πόκεμον 235
8.4.2 Αρνητικές αναπαραστάσεις των Πόκεμον
8.4.2.1 Οι κλοπές και οι φιλονικίες ανάμεσα στα παιδιά 233
8.4.2.2 Η βία των Πόκεμον 237
8.5 Συμπεράσματα και ερμηνευτικός σχολιασμός των αποτελεσμάτων για τις θετικές και αρνητικές αναπαραστάσεις των Πόκεμον 242
8.6 Παρουσίαση και ερμηνεία των αποτελεσμάτων για την εκμετάλλευση των παιδιών από τη Nitendo και τη W. Bross

8.6.1 Το εμπορικό υπερσύστημα των Πόκεμον και η εκμετάλλευση των παιδιών 246

8.6.2 Η καταναλωτική μανία των παιδιών για τα προϊόντα Πόκεμον 247

8.6.3 Οι οικονομικές συναλλαγές των παιδιών με τα προϊόντα των Πόκεμον 253

8.6.4 Συμπεράσματα και ερμηνευτικός σχολιασμός των αποτελεσμάτων της τρίτης κατηγορίας για την εκμετάλλευση της καταναλωτικής μανίας των παιδιών από τη Nitendo και τη Warner Brothers..... 261

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΤΟ

9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

9.1 Γενικά συμπεράσματα για τον ντισνεϊκό κόσμο 264

9.2 Γενικά συμπεράσματα για το μικρόκοσμο των Πόκεμον 271

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 278

✓ ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Έναυσμα για την ανάληψη του εγχειρήματος εκπόνησης αυτής της διδακτορικής διατριβής υπήρξε αφ' ενός ο προβληματισμός του γράφοντος σχετικά με τα κινούμενα σχέδια, που κατά κόρον καλύπτουν τις τηλεοπτικές και όχι μόνο επιλογές των παιδιών ηλικίας 8-12 ετών και αφ' ετέρου το φαινόμενο των Πόκεμον, που την εποχή κατά την οποία ξεκινούσε αυτή η προσπάθεια, κυριαρχούσε στα ΜΜΕ και προκαλούσε έντονη ανησυχία τόσο στους γονείς αλλά και γενικότερα στην εκπαιδευτική κοινότητα.

Αποφασίσαμε να διερευνήσουμε τα κινούμενα σχέδια του W. Disney ως έκφραση των κλασικών τηλεοπτικών προτιμήσεων των παιδιών και τα Πόκεμον ως κάτι το καινοφανές .

Ένας μεγάλος όγκος ερευνητικών δεδομένων, όπως αναφέρει ο Μαλαφάντης (1990) καταδεικνύει τη δυναμική που αναπτύσσουν τα κινούμενα σχέδια, ως μέσο μαζικό να περνούν με φανερό αλλά και με λανθάνοντα τρόπο συγκεκριμένα συστήματα αξιών, στάσεων και συμπεριφορών.

Βέβαια όπως αναφέρει ο Σκάρπελος (2000) η άποψη αυτή εμπεριέχει ένα μέρος της αλήθειας καθόσον αυτές διοχετεύονται και προσλαμβάνονται από τα παιδιά και με άλλους μηχανισμούς διαρκούς κοινωνικοποίησης.

Στη διεθνή βιβλιογραφία με θεματικό πεδίο έρευνας τα κινούμενα σχέδια , για αρκετό χρονικό διάστημα κυριάρχησε η αρνητική κριτική τους επηρεασμένη σε μέγιστο βαθμό από τις απόψεις των: Dorfman και Mattelart όπως αυτές καταγράφονται στο βιβλίο: «Ντόναλντ ο απατεώνας: Η διήγηση του ιμπεριαλισμού». Οι συγγραφείς παρουσιάζουν διεξοδικά τις πολιτικές διαστάσεις του και απαντούν σε ερωτήματα όπως:

- Τι καθορίζει τις σκέψεις του ντισνεϊκού κόσμου;
- Πώς αντιμετωπίζονται οι λαοί του τρίτου κόσμου;
- Ποια η θέση της γυναίκας; κ.α.

Το συμπέρασμα των συγγραφέων, το οποίο επηρέασε βαθύτατα τις ερευνητικές προσεγγίσεις της δεκαετίας αυτής, ήταν: ότι πίσω από το χαρούμενο και

ξένοιαστο ύφος των ντισνεϊκών ηρώων, υφέρπει ένα ακόμη πρόσωπο του ιμπεριαλισμού.

Η τάση αυτή υιοθετήθηκε στη συνέχεια και από τον υπόλοιπο κόσμο και ακολούθησε πλήθος ερευνών με κύριους άξονες στήριξης του ερευνητικού πεδίου τις θέσεις των Dorfman και Mattelart.

Παράλληλα έντονη υπήρξε η αρνητική κριτική της εκπαιδευτικής κοινότητας όσον αφορά τη γλωσσική τους ανεπάρκεια και γενικότερα την παιδευτική τους αξία.

Ακολούθησε η παρέμβαση της σημειολογίας με σπουδαιότερο εκπρόσωπο τον Eco που ανέτρεπε σε πολλά σημεία τις θέσεις της προηγούμενης δεκαετίας και έδινε μια νέα ώθηση στη θετική και κριτική παράλληλη θεώρηση των κόμικς και των κινούμενων σχεδίων.

Στη δεκαετία του 1990 στην παιδική καθημερινότητα εισέβαλαν τα Pokemon (Pocket Monsters, τερατάκια τσέπης) και κυριάρχησαν στις προτιμήσεις των παιδιών, εκτοπίζοντας και ανατρέποντας τις διαμορφούμενες σχέσεις θέασης - κατανάλωσης προϊόντων που στηρίζονταν σε ήρωες κινούμενων σχεδίων.

Ο μικρόκοσμος των Πόκεμον με τα περίεργα ονόματα, την άγρια και απορριπτέα από τους μεγάλους εμφάνιση έγινε άμεσα αντικείμενο λατρείας από τα παιδιά όλου του κόσμου. Βέβαια, πριν γνωρίσουν την επιτυχία στην Αμερική και τον υπόλοιπο κόσμο, είχαν γνωρίσει τεράστια εμπορική επιτυχία στην Ιαπωνία.

Η μανία των παιδιών να τα έχουν μαζί τους ανά πάσα στιγμή, ανάγκασε πολλά σχολεία σε όλο τον κόσμο να τους απαγορεύσουν να μεταφέρουν τα Πόκεμον στην τσάντα τους (κάρτες, παιχνίδια, τάπες, game-boy). Στην Ελλάδα δεν υπήρξε επίσημη απαγόρευση για τα Πόκεμον. Οι εκπαιδευτικοί διαπίστωναν ότι οι συνεχείς ανταλλαγές και το παιχνίδι με τα Πόκεμον αποσπούσαν το ενδιαφέρον των παιδιών από το μάθημα. Ακόμη πολλοί διευθυντές ανέφεραν ότι αντιμετώπιζαν προβλήματα κλοπών και εκφοβισμού .

Ο τύπος με εκτενή ρεπορτάζ αναφέρθηκε τόσο στην αγάπη που σε πολλές περιπτώσεις άγγιζε τα όρια της μανίας, όσο και την καχυποψία και την αρνητικότητα των γονέων. Αρκετές οργανώσεις προστασίας των παιδιών, ομάδες γονέων και μέλη της εκπαιδευτικής κοινότητας εξέφραζαν τον προβληματισμό τους, για το πού θα τα οδηγούσαν. Οι οργανώσεις αυτές όπως αναφέρει ο Solomon (2001) προχώρησαν αποδίδοντας ευθύνες στους δημιουργούς των Πόκεμον για εμπορική εκμετάλλευση της μανίας των παιδιών.

Τα Πόκεμον ξεπερνούσαν τις προηγούμενες μανίες των παιδιών και με τη συμβολική φράση: «Gotta catch 'em all!» («Πρέπει να τα πιάσεις όλα») τα ωθούσαν στην απεριόριστη απόκτηση προϊόντων Πόκεμον. Όμως η περίπτωση δεν αφορούσε αποκλειστικά τον καταναλωτισμό. Τα παιδιά μιλούσαν για ένα νέο μικρόκοσμο που εν μέρει πίστευαν ότι δημιουργούσαν τα ίδια.. Ακόμη ανέπτυσσαν τη δική τους φρασεολογία, είχαν κοινές γνώσεις μεταξύ τους και έναν ξεχωριστό κώδικα επικοινωνίας, ιεραρχία αξιών αλλά και σύμβολα κύρους. Τα παιδιά που συμμετείχαν σ' αυτό το μικρόκοσμο, υποδύονταν εικονικά το ρόλο του εκπαιδευτή ενώ συγχρόνως οργάνωναν συναντήσεις, αντάλλασσαν κάρτες, συζητούσαν στρατηγικές και δημιουργούσαν τις δικές τους μορφές παιχνιδιού. Στα τέλη του 2001 η μανία των παιδιών σε όλο τον κόσμο για τα Πόκεμον είχε φτάσει στο αποκορύφωμά της. Σε σχολεία, σπίτια, δημόσιους χώρους τα παιδιά μιλούσαν συνεχώς για τα Πόκεμον.

Παράλληλα, η ανησυχία των μεγάλων ξεπέρασε κάθε προηγουμενο, όταν κατά τη διάρκεια της προβολής ενός επεισοδίου Πόκεμον στην Ιαπωνία τα παιδιά κατά εκατοντάδες οδηγήθηκαν στα νοσοκομεία με επιληπτικές κρίσεις.

Όλοι μιλούσαν για ένα νέο φαινόμενο, το μικρόκοσμο των Πόκεμον που λάτρευαν τα παιδιά, αλλά και που απέρριπταν μετά μανιας οι μεγαλύτεροι και μάλιστα πολλές φορές ο αρνητισμός τους έφτανε στα όρια «δαιμονοποίησης» του είδους. Με βάση τον προβληματισμό που αναπτύξαμε ανωτέρω οδηγηθήκαμε στην επιλογή ως κεντρικού θέματος της παρούσας ερευνητικής εργασίας :

<< Τα κινούμενα σχέδια του Walt Disney και ο μικρόκοσμος τωνΠόκεμον >>.

Πρόθεσή μας στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας είναι να διερευνήσουμε αν ισχύει η κρατούσα αντίληψη περί αθωότητας του ντισνεϊκού κόσμου και η αρνητική αντίληψη έναντι του μικρόκοσμου των Πόκεμον.

Πιο συγκεκριμένα , *ο σκοπός* της ερευνητικής μας προσπάθειας είναι διττός: αφενός μεν να ανιχνευθούν τα κινούμενα σχέδια του ντισνεϊκού κόσμου μέσω της ανάλυσης ταινιών κινούμενων σχεδίων και αφετέρου να εξεταστεί ο μικρόκοσμος των Πόκεμον μέσω της ανάλυσης ημιδομημένων συνεντεύξεων παιδίων ηλικίας 8- 12 ετών.

Η ερευνητική μεθοδολογία της εργασίας στηρίζεται, στην ***ποιοτικού τύπου πολυμεθοδολογική προσέγγιση*** με τη χρήση εργαλείων που καλύπτουν διεπιστημονικά την όλη διαδικασία και συμβάλλουν σ***το πέρασμα από ένα μεθοδολογικό μονοθεϊσμό σε ένα μεθοδολογικό πολυθεϊσμό.***

Ειδικότερα χρησιμοποιούμε συνδυαστικά:

- Τη ***βιβλιογραφική έρευνα*** στον ντισνεϊκό και το μικρόκοσμο των Πόκεμον.

- Την ***ανάλυση περιεχομένου ταινιών του W. Disney,*** προκειμένου να καταγράψουμε τους στερεοτυπισμούς και στη συνέχεια να διερευνήσουμε αν αυτοί εξελίσσονται στις νέες φιλμικές δημιουργίες. Η ανάλυση των ταινιών έγινε στα πλαίσια διδακτικών παρεμβάσεων και με τη συνεργασία παιδιών ηλικίας 8/12 ετών και με τη μέθοδο της συνεργατικής διδασκαλίας.
- Την ***ανάλυση περιεχομένου για τα Πόκεμον σε εμπειρικό υλικό***, το οποίο συγκεντρώθηκε με τη μέθοδο των ημιδομημένων συνεντεύξεων σε παιδιά ηλικίας 8-12 ετών.
- Την ***παρατήρηση παιδιών*** σε καθημερινές συνθήκες (σχολεία, κινηματογράφους, χώρους αγώνων Πόκεμον κ.α.).

Προκειμένου να μη χαθούμε στην απεραντοσύνη του ντισνεϊκού κόσμου και στον άγνωστο των νεόφερτων Πόκεμον οριοθετήσαμε την εργασία μας βάζοντας περιορισμούς:

- Δεν επιδιώξαμε τη συγκριτική μελέτη του ντισνεϊκού κόσμου με το μικρόκοσμο των Πόκεμον, σε επίπεδο αναπαραστάσεων των παιδιών.
- Περιοριστήκαμε στην ανάλυση ταινιών κινούμενων σχεδίων του W. Disney προκειμένου να διερευνήσουμε τους στερεοτυπισμούς και ελέγξαμε αν αυτοί υφίστανται στις νεότερες φιλμικές δημιουργίες.

Γενικότερα η σχετική πολυμεθοδολογική ποιοτικού τύπου ερευνητική διαδικασία στηρίχθηκε στη μακρόχρονη παρουσία μας στα ερευνητικά πεδία και χρησιμοποίησε ως εργαλεία την παρατήρηση, την ανάλυση περιεχομένου ταινιών του Disney και την ανάλυση περιεχομένου ημιδομημένων συνεντεύξεων παιδιών ηλικίας 8-12 ετών για τα Πόκεμον.

Η παρούσα εργασία αποτελείται από τέσσερα μέρη που καλύπτουν :

- ***Το πρώτο μέρος τις θεωρητικές μας επιλογές.***
- ***Το δεύτερο μέρος τη βιβλιογραφική μας έρευνα στον ντισνεϊκό κόσμο και το μικρόκοσμο των Πόκεμον.***
- ***Το τρίτο μέρος την προβληματική της έρευνας, το σκοπό, τους στόχους, τις υποθέσεις της έρευνας και τις μεθοδολογικές μας επιλογές.***
- ***Το τέταρτο μέρος την έρευνα πεδίου στον ντισνεϊκό κόσμο, το μικρόκοσμο των Πόκεμον, τα συμπεράσματα και τη βιβλιογραφία.***

Τα τέσσερα μέρη είναι διαρθρωμένα σε εννέα κεφάλαια, των οποίων το περιεχόμενο παρουσιάζεται συνοπτικά ως ακολούθως:

Στο **πρώτο κεφάλαιο,** εξετάζουμε τη σχέση του παραμυθιού με τα κινούμενα σχέδια και την εξέλιξή τους στη ροή του χρόνου.

Ειδικότερα γίνονται αναφορές στις απαρχές των παραμυθιών και προσδιορίζονται οι σχέσεις τις οποίες αναπτύσσουν τα παιδιά με τους ήρωες-χαρακτήρες των παραμυθιών. Ακολούθως αναλύεται ο ρόλος των γυναικών στα παραμύθια και καταγράφεται η δυναμική της εικονογράφησης.

Επισημαίνονται σε επίπεδο ψυχαναλυτικό οι επιδράσεις των παραμυθιών και λειτουργίες που επιτελούνται.

Στη συνέχεια εξετάζεται συνοπτικά η ιστορική εξέλιξη των κινούμενων σχεδίων και η σχέση την οποία αναπτύσσουν με τα παραμύθια και τέλος καταγράφονται τα δομικά στοιχεία των κινούμενων σχεδίων. Υιοθετούμε την θέση ότι το παιδί δεν είναι παθητικός δέκτης, εκφράζει τις επιθυμίες του, τις προτιμήσεις του και μπορεί να ασκήσει κριτική.

Στο **δεύτερο κεφάλαιο** των θεωρητικών μας επιλογών αναφερόμαστε στην τηλεόραση, την παιδική ηλικία και την καταναλωτική κουλτούρα των παιδιών.

Σχετικά με την εκπροσώπηση των παιδιών στην καταναλωτική κουλτούρα των ΜΜΕ, ο Fiske (1987) ισχυρίζεται ότι τα παιδιά καταναλωτές των ΜΜΕ δεν είναι μια παθητική, αβοήθητη μάζα, αλλά ότι το παιδικό κοινό αποκωδικοποιεί ενεργά τα μηνύματα και θεωρεί αυτή τη δραστηριότητα ως μια έμφυτη αντίσταση στην κατίσχυση των παραγωγών των μέσων, που διαμορφώνει έναν πόλο «σημειολογικής εξουσίας» για τους κατά τ' άλλα υποτελείς τηλεθεατές.

Οι παιδικές τηλεοπτικές εκπομπές και ειδικότερα τα κινούμενα σχέδια προέρχονται από πολυεθνικές εταιρείες, όμως τα παιδιά είναι αυτά που καθορίζουν τελικά τα νοήματα και τις χρήσεις των εμπορικών υλικών. Τα μέσα και οι ειδικοί του μάρκετινγκ καθορίζουν τα υλικά που θα χρησιμοποιήσουν τα παιδιά, για να δομήσουν την κοινή τους κουλτούρα, αλλά δεν επηρεάζουν απαραίτητα τα τεκταινόμενα σε αυτή την κουλτούρα.

Στο **τρίτο κεφάλαιο** γίνονται αναφορές στην προέλευση των αναπαραστάσεων, τον επαναπροσδιορισμό της ντυρκεμιανής έννοιας με την εισαγωγή των κοινωνικών αναπαραστάσεων του Moscovici και αιτιολογείται η επιλογή και η χρήση τους ως βασικού θεωρητικού πλαισίου στη διερεύνηση του μικρόκοσμου των Πόκεμον.

Στο **τέταρτο κεφάλαιο**, ερευνάται βιβλιογραφικά ο ντισνεϊκός κόσμος. Συγκεκριμένα για να κατανοηθεί η φιλοσοφία και το μοντέλο δράσης του Walt Disney γίνονται αναφορές:

- στα πρώτα χρόνια του W. Disney,
- την καριέρα του και τη δράση του,
- τις τεχνικές που χρησιμοποίησε,
- τη συνέχιση της Disney Production μετά το θάνατό του,
- τη σημερινή μορφή του ντισνεϊκού κόσμου.

Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με συνοπτική επισκόπηση των φιλμικών δημιουργιών, ήτοι: θεματολογική παρουσίαση ταινιών μικρού και μεγάλου μήκους.

Στο **πέμπτο κεφάλαιο** ερευνάται το φαινόμενο των Πόκεμον σε βάθος.

Για την πληρέστερη κατανόηση του μικρόκοσμου των Πόκεμον γίνεται πολύπλευρη θεωρητική προσέγγιση τόσο των γενικών στοιχείων, όσο και των ειδικών στοιχείων που τον συνθέτουν. Συγκεκριμένα στη γενική θεώρηση γίνονται αναφορές στην προέλευσή τους, το δημιουργό, την εξέλιξή τους στα πλαίσια της ιαπωνικής ιστορίας και στην παγκοσμιοποίηση του φαινομένου.Στην ειδική θεώρηση αναλύονται τα ιδιαίτερα στοιχεία που συνθέτουν τα Πόκεμον, ήτοι: Ο λόγος, ο χωροχρόνος δράσης τους, το θεματολογικό πλαίσιο, εικονογραφηγηματικές τεχνικές που χρησιμοποιούν αλλά και η αφαίρεση της ιαπωνικής οσμής που γίνεται από την εταιρεία, η οποία τα προωθεί στην παγκόσμια αγορά (Nintendo και Warner Bros.).

Στο **έκτο κεφάλαιο**, αιτιολογείται η επιλογή του θέματος, προσδιορίζεται ο σκοπός, οι στόχοι και οι υποθέσεις της έρευνας, αναπτύσσεται το μεθοδολογικό πρωτόκολλο, αιτιολογούνται οι μεθοδολογικές επιλογές και παρουσιάζεται ο τρόπος δράσης στον ερευνητικό τομέα.

Τα επόμενα δύο κεφάλαια παρουσιάζονται αναλυτικά τα ευρήματα της ερευνητικής διαδικασίας. Συγκεκριμένα στο **έβδομο κεφάλαιο** παρουσιάζονται τα ευρήματα που αφορούν τον ντισνεϊκό κόσμο, όπως αυτά προέκυψαν από την ανάλυση ταινιών μεγάλου μήκους και στο **όγδοο κεφάλαιο** τα ευρήματα που αφορούν το μικρόκοσμο των Πόκεμον, όπως αυτά προέκυψαν από την παρατήρηση και τις συνεντεύξεις των παιδιών.

Τέλος στο **ένατο κεφάλαιο** παρουσιάζονται τα γενικά συμπεράσματα της έρευνας τόσο για τα κινούμενα σχέδια του W. Disney, όσο και για το μικρόκοσμο των Πόκεμον.

ΜΕΡΟΣ Α΄ : ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

✓ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

1. ΑΠΟ ΤΟ ΠΑΡΑΜΥΘΙ ΣΤΑ ΚΙΝΟΥΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ

Στο πρώτο κεφάλαιο των θεωρητικών μας επιλογών προσεγγίζουμε τα γενικά, αλλά και τα ειδικά στοιχεία που συνθέτουν τόσο το παραμύθι, όσο και τα κινουμενα σχεδια και προσδιορίζουμε τη σχέση την οποία αναπτύσσουν στη ροή του χρόνου.

1.1 Το παραμύθι

1.1.1 Οι πρώτες ρίζες

Η ετυμολογική ανάλυση της λέξης παραμυθι μας οδηγεί στη ρίζα της αρχικής προέλευσης. Παραμυθία στην αρχαιότητα σήμαινε λόγος παρηγορητικός ή γενικά κάποια διήγηση, που σκοπό είχε να κάνει το άτομο το οποίο την άκουγε να λησμονήσει για λίγο κάτι οδυνηρό, που το απασχολούσε. Αργότερα μέσα στη γενικότερη έννοια της «παραμυθίας» εντάχθηκαν φανταστικές διηγήσεις που σκοπό είχαν να ψυχαγωγήσουν μεταφέροντας την ψυχή του ανθρώπου σε έναν κόσμο φανταστικό (Σακελλαρίου, 1982 σ. 220).

Η μητέρα κοίμιζε το παιδί της με μία διήγηση κατευναστική για τους τυχόν φόβους του. Στη συνέχεια οι παραμυθάδες μετέφεραν μέσα στο παραμύθι όχι μόνο αυτά που οι ίδιοι γνώριζαν αλλά και αυτά που είχαν ακούσει από τρίτους και πλούτιζαν τη διήγησή τους με δικές τους ερμηνείες, μάλιστα φρόντιζαν πάντοτε να τελειώνουν με ένα τέλος ευχάριστο, το γνωστό μας happy end.

Καθώς έπεφτε το σκοτάδι μαζεύονταν όλοι γύρω από τη φωτιά ή το τζάκι τους και μέχρι να κοιμηθούν άκουγαν τους μεγάλους να διηγούνται παραμύθια (Δελώνης, 1986 σ. 102).

Παραμυθιακά θέματα ανιχνεύουμε και σε πολλούς αρχαίους μύθους: οι σύντροφοι με τις θαυματουργικές ιδιότητες που συνόδευαν τον Ιάσονα στην Αργοναυτική εκστρατεία, έτσι όπως τους περιγράφει ο Απολλώνιος ο Ρόδιος στα «Αργοναυτικά» του, ήταν οι συνηθισμένοι ήρωες των παραμυθιών. Ακόμη και ο

λωτός που έφαγαν οι σύντροφοι του Οδυσσέα και ξέχασαν την πατρίδα τους, δεν ήταν κάτι διαφορετικό από το θέμα της λησμονιάς, που συναντούμε συχνά στα παραμύθια. Ο κλειστός σάκος με τους ανέμους που παρέδωσε ο Αίολος στον Οδυσσέα, για να καταφέρει να επιστρέψει στην πατρίδα του και η ανυπακοή των συντρόφων του ήταν το παραμυθιακό θέμα της απαγόρευσης με το σάκο που δεν πρέπει να ανοιχτεί ή το κουτί ή την πόρτα την κλειδωμένη, που συχνά όχι μόνο η απερισκεψία αλλά και η τόλμη του ήρωα οδήγησε στην ανυπακοή. (Κανάβια, 1988 σ. 31).

1.1.2 Παιδί και παραμύθι

Το παραμύθι επικοινωνεί με το παιδί δια μέσου της φαντασίας. Μάλιστα το ίδιο έχει επίγνωση ότι αυτά που ακούει δεν είναι αληθινά, γνωρίζει ακόμη ότι το καλό τελικά θα επικρατήσει. Οι ψυχολόγοι Bettelheim, Heusher, From υποστηρίζουν ότι το παραμύθι επενεργεί ευεργετικά στον παιδικό ψυχισμό. Οι χαρακτήρες των παραμυθιών συμβολίζουν ορισμένα πρόσωπα που το παιδί αντιμετωπίζει καθημερινά. Αναφέρουν χαρακτήρες όπως το γίγαντα, την κακιά μητριά, τη μάγισσα που πολλές φορές αντιπροσωπεύουν την αρνητική πλευρά του πατέρα ή της μητέρας. Κι αυτό, επειδή υπάρχουν φορές που το παιδί βιώνει τους γονείς του ως άδικους ή σκληρούς, αλλά δεν τολμά ενσυνείδητα να κάνει την υπέρβαση ή να φανερώσει τα πραγματικά του συναισθήματα. Εδώ ακριβώς παρεμβαίνει το παραμύθι. Το παιδί είναι ελεύθερο να μισήσει το γίγαντα που τρώει τα παιδιά του, την άστοργη μητριά που τα εγκαταλείπει στο δάσος, τη μάγισσα που θέλει να τα φάει ή να τους κάνει κακό. Με τον ίδιο τρόπο διάφορες «τρομακτικές σκηνές» συμβολίζουν κάποια γεγονότα. Κατά τον Bettelheim το παραμύθι βοηθάει το παιδί στην επίλυση διάφορων ψυχολογικών συγκρούσεων, όπως αντιζηλία μεταξύ αδελφών, εξάρτηση, επιθετικότητα και Οιδιπόδειο σύμπλεγμα.

Τα παραμύθια περιέχουν παγκόσμιες αλήθειες που αντανακλούν τις παραδοσιακές αξίες των λαών. Το παιδί επικοινωνεί με τον κόσμο του παραμυθιού μ' ένα συμβολικό τρόπο και ίσως αυτός είναι ο λόγος που τα παιδιά στο σύνολό τους δεν τρομάζουν με την κακία ή τη βία που υπάρχει άφθονη στα παραμύθια. Η ανάγκη του παιδιού να ξεφύγει για λίγο από την πραγματικότητα ή και από τον εαυτό του, να γίνει κάποιος άλλος, ένα ζώο ή ένα αντικείμενο βρίσκει έκφραση στο παραμύθι. Τα περισσότερα παιδιά συχνά ικανοποιούνται με φαντασιώσεις παντοδυναμίας, που

βρίσκουν έκφραση είτε στο παιχνίδι είτε στην ονειροπόληση. Στα περισσότερα παραμύθια ο ήρωας είναι ένα παιδί, γεγονός που βοηθάει ακόμη περισσότερο την ταύτισή του με τον ήρωα. Οι ήρωες των παραμυθιών παρουσιάζονται με απόλυτη μορφή: καλός, κακός, δίκαιος, άδικος, ωραίος, άσχημος, κουτός, έξυπνος.

Στα παραμύθια το καλό και το κακό παίρνουν τη μορφή προσώπων τα οποία δεν είναι αμφιθυμικά, καλά και κακά συγχρόνως. Η πόλωση που κυριαρχεί στη σκέψη του παιδιού κυριαρχεί και στα παραμύθια. Ένα πρόσωπο είναι είτε καλό είτε κακό, ποτέ κάτι ενδιάμεσο. Ο ένας αδελφός είναι ανόητος και ο άλλος έξυπνος. Η μία αδελφή είναι εργατική, η άλλη τεμπέλα, η μία είναι όμορφη, η άλλη άσχημη. Παρατηρείται η παράθεση αντίθετων χαρακτήρων, αλλά δεν αποβλέπει σε ηθικοπλαστικές παρεμβάσεις. Αυτή η αντίθεση στην παρουσίαση χαρακτήρων δίνει τη δυνατότητα στο παιδί να κατανοήσει εύκολα τις μεταξύ τους διαφορές, που δε θα ήταν εφικτή αν τα πρόσωπα ήταν όπως στην κανονική ζωή.

Ακόμη το παραμύθι σε επίπεδο ψυχαναλυτικό προσφέρει λύσεις με τρόπους που αντιστοιχούν στο επίπεδο της κατανόησης του ίδιου του παιδιού. Πολλές φορές μιλούν για αιώνια ζωή και τελειώνουν ως εξής: «Αν δεν πέθαναν ζουν ακόμη» ή «έζησαν αυτοί καλά κι εμείς καλύτερα», υποδεικνύοντας ότι η αιώνια ζωή είναι δυνατή (Bettelheim, 1995 σ. 16-22).

1.1.3 Ο ρόλος των γυναικών στα παραμύθια

Το παραμύθι ως προϊόν λαϊκής τέχνης αφήνει να διαγραφούν οι κοινωνικές σχέσεις των ανθρώπων, οι ρόλοι αλλά και γενικότερα η ηθική μιας κοινωνίας χωρίς βέβαια να παρεμβαίνει ο διαθλαστικός φακός της προσωπικής θέσης του δημιουργού. Από το 1950 ο Beaurior και αργότερα η Friedan μέσα από την ανάλυσή τους διέκριναν κοινά μοτίβα στη συμπεριφορά των σύγχρονων γυναικών σε σχέση με τις κλασικές ηρωίδες, που όμως περιορίζονταν στους ρόλους της Σταχτοπούτας ή της Ωραίας Κοιμωμένης.

Στη δεκαετία του '60, με τον ανθρωπισμό αλλά και τη δράση των νεοσύστατων κινημάτων για την απελευθέρωση της γυναίκας, η παραμυθιακή δράση των γυναικών δέχθηκε επίθεση. Οι ωραίες, παθητικές και υπάκουες στις προσταγές των ανδρικών κελευσμάτων προσέφεραν αρνητικά πρότυπα. Και η φεμινιστική κίνηση του '60 αποτέλεσε ένα στερεότυπο που οδήγησε σε ακραίες θέσεις, όπως της Walter που θεώρησε συλλήβδην το παραμύθι ως ένα εργαλείο κοινωνικοποίησης των

ατόμων και ιδιαίτερα των γυναικών, που η ζωή τους αποκτούσε νόημα μόνο μέσω του γάμου και της μητρότητας και τις απέτρεπε να αναζητήσουν την ολοκλήρωση της προσωπικότητάς τους έξω από την οικογένεια, που λειτουργούσε στα πλαίσια μιας αναπαραγωγικής πατριαρχικής ιδεολογίας. Η όλη διαδικασία κατά τη Walter διαθλούσε πολλαπλά μηνύματα, που είχαν βλαπτικές συνέπειες στη διαμόρφωση του χαρακτήρα των παιδιών.

Στη δεκαετία του '70 συνεχίστηκε η ίδια φεμινιστική θεώρηση των παραμυθιακών ηρώων με παράλληλη όμως αναζήτηση και ανάλυση των ιδιαίτερων συστημάτων συμπεριφοράς. Ενεπλάκησαν γυναίκες όπως η Minord και η Phelps, οι οποίες προσπάθησαν να ανθολογήσουν άγνωστα παραμύθια αλλά και άγνωστες παραλλαγές δημοφιλών παραμυθιών, εστιάζοντας την αναζήτησή τους σε εναλλακτικά μοντέλα συμπεριφοράς, τα οποία προέκυπταν από τους πιο δυναμικούς ρόλους γυναικών.

Μία άλλη σύγχρονη τάση ήταν να εισάγονται ηρωίδες που εξόντωναν μόνες τους δράκους ή ελευθέρωναν αυτούς που υπέφεραν. Κοινή ιδεολογική αφετηρία αυτής της σύγχρονης τάσης ήταν η θεώρηση των σχέσεων μεταξύ των δύο φύλων και η ανάδειξη με έμφαση των ιδιαιτεροτήτων των γυναικών. Οι γυναίκες πορεύονταν μόνες τους, αναζητούσαν την ολοκλήρωσή τους και οι άνδρες αναδεικνύονταν ως οι θεματοφύλακες της πατριαρχικής ιδεολογίας. Συνεπώς ορθώνονταν εμπόδια στην πόρευση αλλά και στην ολοκλήρωσή τους.

Το ρομαντικό τέλος των παραμυθιών αποκτούσε άλλα ποιοτικά στοιχεία προσφέροντας μια εναλλακτική ανάγνωση των γυναικείων χαρακτήρων των παραμυθιών. Η Σταχτοπούτα δεν κατακτούσε μέσω του πρίγκιπά της την αυτονομία της ως γυναίκα, αλλά με τη φροϋδική θεώρηση η επαναπόκτηση της γόβας ταυτίζονταν με τον ίδιο της τον εαυτό και τη σεξουαλική της απελευθέρωση.

Στα τέλη της δεκαετίας του '70 και στις αρχές του '80 διαφάνηκε μια νέα τάση και εισήχθη μια νέα οπτική της «θηλυκότητας» χωρίς να γίνει χρήση της αντιστροφής των ρόλων που επιχειρήθηκε προηγουμένως. Οι γυναίκες αγωνίζονταν για την επιβίωσή τους σ' έναν κόσμο που για αιώνες ήταν δομημένος με μια νοοτροπία ανισότητας. Μέσα από αυτή την επεξεργασία κλασικών παραμυθιών γυναίκες συγγραφείς, όπως οι: Sexton, Lee, Carter επανεξέτασαν τους ήρωες και τις ηρωίδες των παραμυθιών και, επειδή ανέτρεπαν πατριαρχικά στερεότυπα, έγιναν «μάγισσες» και από φορείς κακού διαμορφώθηκαν σε φορείς προόδου και γνώσης.

Παράλληλα η θεώρηση του γυναικείου ζητήματος ως μέρους του ευρύτερου κοινωνικού προβλήματος ανισότητας και μορφών καταπίεσης, όπως αποτυπώνονταν στο καπιταλιστικό σύστημα, αναδείκνυε ένα νέο ερμηνευτικό ρόλο των γυναικών ηρωίδων των παραμυθιών όπου οι γυναίκες ήταν διαφορετικές από τους άνδρες αλλά όχι ανταγωνιστικές. Κυρίαρχο στοιχείο αυτής της θεώρησης ήταν η θυματοποίηση και του ίδιου του άντρα ήρωα των παραμυθιών σε μικρότερο βέβαια βαθμό, στα πλαίσια ενός ιδεολογικού κατασκευάσματος.

Είναι σημαντικό να τονίσουμε στα πλαίσια αυτής της ιστορικής ερμηνευτικής διαδρομής των προσεγγίσεων των ηρωίδων αλλά και των ηρώων πρωταγωνιστών των παραμυθιών προέκυψε μια πορεία μη γραμμική και επαγωγική. Έτσι ενώ οι μαρξιστικές θεωρήσεις αναδείκνυαν τις αρνητικές συνέπειες των άκαμπτων ταυτοτήτων των δύο φύλων, άλλες θεωρήσεις όπως των Cixous και Dalr οδηγούσαν μέσα από τη σημειολογία σε μια υμνολογία της διαφοράς του φύλου και μια πανηγυρική ερμηνευτική εξύψωση της θηλυκότητας των γυναικών των παραμυθιών.

Στις αντιδιαμετρικές θέσεις ως προς τις απεικονίσεις των φύλων υπάρχει και η ενδιάμεση θέση που θεωρεί τις ηρωίδες αλλά και τους ήρωες των παραμυθιών σαν άτομα, που διαγράφουν μια πορεία αναζητώντας την ολοκλήρωσή τους και παραβλέποντας το δίλημμα της διαφοράς των φύλων. Αυτού του είδους οι θεωρήσεις αγγίζουν τις ψυχαναλυτικές προσεγγίσεις όπως αυτή του Bettelheim κατά τον οποίο τα παραμυθιακά πρόσωπα δεν έχουν γένος. Σήμερα βέβαια έχουν προκύψει πολλά θεωρητικά εργαλεία από τις προηγούμενες γενιές μελετητών. Η Stones από τις πρώτες ερευνήτριες του παραμυθιού σημειολογικά επεσήμανε ότι για την απεικόνιση των φύλων στα παραμύθια έφταιγε ο καθρέφτης.

Σημερινή θέση στη σύγχρονη μελέτη των παραμυθιών είναι ότι στον ίδιο καθρέφτη μπορεί κάποιος να διακρίνει νέες εικόνες. Συνεπώς διαθέτουμε σήμερα πολλά μοντέλα θεώρησης, ωστόσο δεν ξεχνάμε ποτέ τις θέσεις του θεωρητικού Vladimir Propp και τις 31 λειτουργίες που ανακάλυψε στο παραμύθι και οι οποίες αναφέρονται: << στην απουσία , την απαγόρευση και παράβαση της απαγόρευσης, την αναγνώριση εκ μέρους του κακοποιού και εκχώρηση σ΄ αυτόν πληροφοριών για τον ήρωα, εξαπάτηση και συνοχή, δολιοφθορά ή έλλειψη, μεσολάβηση, έναρξη της αυτενέργειας, αναχώρηση, πρώτη λειτουργία του δωρητή και αντίδραση του ήρωα, λήψη του μαγικού μέσου, τοπική μετακίνηση, πάλη, στιγμάτισμα του ήρωα, νίκη, εξάλειψη της έλλειψης, επιστροφή του ήρωα, καταδίωξη και διάσωση, μη

αναγνωρίσιμη άφιξη, απαιτήσεις του ψεύτικου ήρωα, δύσκολο πρόβλημα και λύση, αναγνώριση και ξέσπασμα, μεταμόρφωση, τιμωρία , γάμος >>.(Προπ, 1991, σ.284)

Οι λειτουργίες των δρώντων προσώπων καθώς και οι σφαίρες δράσης αποτέλεσαν το κατάλληλο υλικό για τον Greimas, ο οποίος έχοντας ως άξονα στήριξης τη μορφολογία του παραμυθιού (Morphology of the Folktale) του Ρώσου μελετητή καθώς και το βιβλίο του καθηγητή της αισθητικής στη Σορβόννη Souriau, *Les Deux Cent Mille Situations dramatiques* δημιούργησε το δικό του μοντέλο. Ο Greimas ξεκίνησε με μια ανατροπή της αρχικής κατάστασης παραβλέποντας τη διαδικασία σύγκρουσης των φύλων.

1.1.4 Η εικονογράφηση των παραμυθιών

Η εικονογράφηση των μύθων και των παραμυθιών συνηθιζόταν και κατά τους αρχαίους χρόνους με στόχο την προβολή των χαρακτηριστικών τους στοιχείων. Σήμερα στην εποχή της virtual reality, η εικόνα έχει εξελιχθεί σε κατεξοχήν επικοινωνιακό μέσο και ενδιαφέρει άμεσα την εικονογράφηση των παραμυθιών, μια και αναφέρονται και στα παιδιά της προσχολικής ηλικίας, που δε γνωρίζουν ανάγνωση και μαθαίνουν αλλά και φαντασιώνονται μέσα από τις εικόνες, ειδικά όταν τα παραμύθια δεν έχουν λόγια παρά μόνο εικονογράφηση. Το παιδί μπορεί με την επίδειξη των εικόνων και μόνο να αφηγηθεί ένα παραμύθι στους φίλους του ή στο σχολείο του (Αναγνωστόπουλος 1997, σ. 215).

Οι εικόνες αναπαριστούν πρόσωπα και πράγματα που δεν είναι παρόντα και έχουν διαχρονικότητα, συνιστούν μάλιστα έναν ιδιαίτερο κώδικα επικοινωνίας με διεθνή εμβέλεια σε αντίθεση με το γλωσσικό κώδικα που υπόκειται σε περιορισμούς. Η παιδική ψυχή μέσω του εικονογραφημένου παραμυθιού γίνεται δέκτης των εικονικών αναπαραστάσεων, τις οποίες εναποθέτει και φυλάσσει στο υποσυνείδητό της, αυτό με τη σειρά του εμπλουτίζει γόνιμα και δημιουργικά τη φαντασία. Το παιδί παρατηρεί τις εικόνες, τις επεξεργάζεται, προσθέτει καινούρια στοιχεία, συνομιλεί με αυτές και εκφράζει ποικίλα συναισθήματα ευχάριστα ή δυσάρεστα. Κάποιες φορές μάλιστα δημιουργεί δικές του ιστορίες που δεν έχουν άμεση συνάφεια με το παραμύθι αλλά παρόλα αυτά αντιστοιχούν στις εικόνες, όπως εκείνο τις αντιλαμβάνεται.

Οι καλοί ήρωες παρουσιάζονται ως νέοι και όμορφοι και ζουν σε μέρη φωτεινά, ενώ οι κακοί παρουσιάζονται ως σκληροί, αγριωποί, άσχημοι και

μαυριδεροί και ζουν μέσα σε σπηλιές ή σε μέρη σκοτεινά, συντροφιά με τέρατα και δηλητηριώδη βότανα. Ο ήρωας – πρωταγωνιστής μέσα από την εικονογράφηση προβάλλει δυνατός και ικανός να συντρίψει τους εχθρούς του και να επιβληθεί οριστικά στο τέλος του παραμυθιού. Έτσι μέσα από την εικονογράφηση το παιδί αναζητώντας κάποιο πρότυπο εξιδανικευμένο υποδύεται συχνά ρόλους, που δε θα έπαιζε ποτέ στη ζωή του. Με τις φαντασιώσεις αλλά και με άλλους τρόπους έκφρασης το παιδί υπερβαίνει τα όρια του πραγματικού και εισχωρεί στον κόσμο της φαντασίας, αισθάνεται βιολογικά απελευθερωμένο και παντοδύναμο. Αυτή η σύγχυση πραγματικού-εξωπραγματικού προσφέρει στο παιδί έστω και βραχυπρόθεσμα ένα είδος μετουσίωσης, λύτρωσης και φυγής από την πραγματικότητα που βιώνει στην πραγματική του ζωή. Η παιδική φαντασία απρόσκοπτη επιλύει ακόμη και τα πλέον δυσεπίλυτα προβλήματα και υπερνικά ακόμη και τα πλέον αξεπέραστα εμπόδια, άλλοτε μόνη της και άλλοτε με τη βοήθεια τρίτων.

Στα παλιά παραμύθια πέρα από τα υπαρκτά όντα, έμψυχα και άψυχα, υπάρχουν και τα εξωλογικά και υπερφυσικά. Και στα σύγχρονα παραμύθια υπάρχουν όντα, τα οποία απλά έχουν αλλάξει μορφή και χώρο δράσης, είναι οι εξωγήινοι, οι ιπτάμενοι δίσκοι, περίεργα όντα από τον Άρη. Το παιδί είναι δεκτικό σε καθετί καινούριο που θα συναντήσει, μάλιστα στην προσπάθειά του να γίνει ήρωας διστάζει να ζητήσει τη συνδρομή αυτών των «φανταστικών όντων», να εισέλθει στον κόσμο τους και να βιώσει την ακατανίκητη δύναμή τους. Σ' αυτό συμβάλλει καθοριστικά η εικονογράφηση, η οποία παρουσιάζει τα πρόσωπα και τα πράγματα πολύ διαφορετικά απ' αυτά που βλέπει το παιδί στην καθημερινότητά του: πελώρια μάτια που εποπτεύουν τα πάντα, στόμα που εξαπολύει φωτιά, σώμα ογκώδες και φοβερό, χρώματα παράξενα. Πλάι στέκεται ο ήρωας που, αν και μικροσκοπικός, διαθέτει ένα μοναδικό προτέρημα που τον κάνει ξεχωριστό: την ευφυΐα, και παρατηρεί εξονυχιστικά τον αντίπαλό του, μέχρι να ανακαλύψει το αδύνατο σημείο του, την αχίλλειο πτέρνα του και να τον πλήξει καίρια και αποφασιστικά.

Το πρωταρχικό στοιχείο της εικόνας που θα κεντρίσει την προσοχή του παιδιού είναι τα χρώματα, αυτά προκαλούν συναισθήματα αρνητικά και θετικά ανάλογα με τον ψυχισμό του κάθε παιδιού. Τα φωτεινά και καθαρά χρώματα είναι τα καλύτερα σύμφωνα με έρευνες, γιατί προκαλούν στα παιδιά χαρά, ψυχική ευφορία, συγκίνηση, ευχαρίστηση. Αντίθετα τα σκούρα και σκοτεινά χρώματα ή μπλε με ελάχιστο κόκκινο θα προκαλέσουν φόβο, αγωνία, απαισιοδοξία αλλά και μυστήριο,

καθώς οι μορφές είναι δυσδιάκριτες. Τα πολύ απαλά χρώματα: ροζ, σιελ, μπεζ, εκρού, άλλοτε μπορεί να περάσουν απαρατήρητα και άλλοτε να προκαλέσουν ευχαρίστηση ή αποστροφή (Μαγουλιώτης, 1998 σ.σ 178-181).

Τα παιδιά διασκεδάζουν με την εξπρεσιονιστική εικονογράφηση αλλά τους αρέσουν και οι σουρεαλιστικές εικόνες καθώς γίνονται αντιληπτές με τα μάτια της ψυχής, μια και εκφράζουν κρυφές επιθυμίες, όνειρα και φαντασιώσεις που βρίσκονται στα μύχια του υποσυνείδητου. Η αφηρημένη ζωγραφική εικονογράφηση, που δεν παρουσιάζει συγκεκριμένες μορφές και αντικείμενα, πολλές φορές ερεθίζει την παιδική φαντασία, ώστε να δημιουργεί νέες εικόνες. Υπάρχουν φορές που οι εικόνες γεννούν ψευδαισθήσεις και πολλά παιδιά αισθάνονται την επιθυμία να της ψηλαφίσουν.

1.1.5 Η επίδραση του παραμυθιού στον ψυχισμό του παιδιού

Το παραμύθι διεγείρει δημιουργικά τη φαντασία του παιδιού, αν και έχει επίγνωση πως ό,τι ακούει δε συμβαίνει πραγματικά, όπως επίσης ότι στο τέλος θα υπερισχύσει το καλό έναντι του κακού. Οι ψυχολόγοι που έχουν ασχοληθεί με το συγκεκριμένο λογοτεχνικό είδος πιστεύουν πως λειτουργεί λυτρωτικά στο παιδί κι αυτό γιατί οι ανθρώπινοι χαρακτήρες των παραμυθιών παρουσιάζουν ομοιότητες στη συμπεριφορά τους με ανθρώπινους χαρακτήρες, που συναντούν στην καθημερινότητά τους. Η κακιά μητριά στη Σταχτοπούτα ή οι άστοργοι γονείς στον Κοντορεβιθούλη δεν είναι ξένοι προς την πραγματικότητα που βιώνουν μερικά παιδιά, των οποίων οι γονείς είναι αδιάφοροι, σκληροί και άδικοι. Στις περιπτώσεις αυτές το παραμύθι λειτουργεί ευεργετικά και απελευθερωτικά, γιατί το παιδί μπορεί να εκφράσει ελεύθερα τα αρνητικά του συναισθήματα (μίσος, αποστροφή, αντιπάθεια) και να ξαποστάσει την ψυχή του, κάτι που δεν μπορεί ή δεν έχει το θάρρος να εκδηλώσει προς τους γονείς του. Κατά τον ίδιο τρόπο λειτουργούν σκηνές βίας ή κανιβαλισμού στα παραμύθια. Η σκληρότητα, ο τρόμος επηρεάζουν το ασυνείδητο του παιδιού και του παρέχουν τη δυνατότητα να εκδηλώσει τα συναισθήματά του και κατ' αυτό τον τρόπο μπορεί να επέλθει η ψυχική αποφόρτιση με την αποβολή του στρες και των ενοχών. Η Verot (1954) έγραψε: «Το παιδί αυτούς τους φόβους τους αποδέχεται, γιατί του παρέχουν σιγουριά». Ο Bettelheim υποστηρίζει: «Το παραμύθι συμβάλλει στον κατευνασμό των ψυχολογικών

συγκρούσεων όπως η επιθετικότητα, η ζηλοφθονία μεταξύ αδελφών, η εξάρτηση» (Bettelheim, 2000 , σ. 56).

Μέσα στα παραμύθια εμπεριέχονται αλήθειες πανανθρώπινες και κατοπτρίζονται πατροπαράδοτες λαϊκές αξίες. Οι χαρακτήρες των ηρώων και οι ενέργειές τους, οι επιτυχίες και οι αποτυχίες τους, η επιβράβευση ή η τιμωρία τους παρέχουν την ευκαιρία στον ακροατή ή αναγνώστη να κάνει συλλογιστικές προεκτάσεις στην ανθρώπινη κοινωνία. Η παιδική επικοινωνία με τους ήρωες των παραμυθιών επιτυγχάνεται μ' έναν τρόπο συμβολικό που δεν προκαλεί φόβο, ακόμη κι αν υπάρχουν σκηνές βίας. Το παιδί έχει ανάγκη να δραπετεύσει από τον εαυτό του ή από την καθημερινότητά του και το παραμύθι του παρέχει την ευκαιρία να γίνει ένα άλλο πρόσωπο ή ζώο ή αντικείμενο. Έτσι ικανοποιείται με φαντασιώσεις που εκφράζει κυρίως στο παιχνίδι όπως του πανίσχυρου, αήττητου ήρωα που καταρρίπτει με ευκολία τα εμπόδια, υπερβαίνει τις δυσκολίες και επιβάλλεται αναντίρρητα στους συμπαίκτες του. Στο χαρακτήρα των ηρώων του παραμυθιού υπάρχει στατικότητα και συγκεκριμένα εμφανίζονται ως καλοί ή κακοί, δίκαιοι ή άδικοι, ευφυείς ή αφελείς, όμορφοι ή άσχημοι σε απόλυτο βαθμό.

Μάλιστα υπάρχουν παραμύθια στα οποία ο ήρωας είναι παιδί και αυτό ενισχύει εντονότερα την ταύτιση του παιδιού με το συνομήλικό του ήρωα. Ο «μικρός» ήρωας υλοποιεί τους στόχους του όχι με τη σωματική ρώμη αλλά με την εξυπνάδα, την επινοητικότητα, την εφευρετικότητα αλλά και με την παροχή βοήθειας από τρίτους, όπως: καλές νεράιδες, εξανθρωπισμένα ζώα ή πράγματα.

Το παραμύθι εμφανίζει ομοιότητες όχι μόνο με το δικό μας κόσμο αλλά και με τον κόσμο των ονείρων (Jung), είναι επίσης διανθισμένο με αλληγορίες και μεταφέρει μηνύματα, που έχουν διαχρονική ισχύ. Πολλά στοιχεία των παραμυθιών έχουν άμεση σχέση κατά τον Favat (1977) με χαρακτηριστικά που ο Piaget αποδίδει στην παιδική ηλικία, όπως: η πίστη στον ανιμισμό, στην τελική επικράτηση του δικαίου και στην άσκηση επιρροής των άψυχων στη ζωή των παιδιών. Ο Freud (1913) διαπίστωσε πως δυσάρεστες αναμνήσεις της παιδικής ηλικίας αντικαθίστανται από την ανάμνηση σκηνών προερχόμενων από αγαπημένα παραμύθια. Τα παραμύθια συμβάλλουν στην εξωτερίκευση της θετικής ενέργειας που διαθέτουν τα παιδιά (Heuscher 1974). Σύμφωνα με την έρευνα της Terens (1976) τα παραμύθια βοηθούν στην εκτίμηση της προσωπικότητας, καθώς η ταύτιση με χαρακτήρες των παραμυθιών φέρνει στην επιφάνεια το βαθμό εκτίμησης που έχουν τα ίδια τα υποκείμενα για τον εαυτό τους. Ο Berne και άλλοι ερευνητές που ασπάστηκαν τις

απόψεις του, μελέτησαν τη σχέση κάποιων παραδοσιακών παραμυθιών με τη ζωή και τα παιχνίδια που παίζουν ορισμένα παιδιά. Έτσι τα παιδιά που ταυτίζονται με τον Κοντορεβιθούλη είναι έξυπνα, δραστήρια, επινοητικά και αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες χωρίς να περιμένουν να τα βγάλουν οι άλλοι από τη δύσκολη θέση.

Το έντεχνο παραμύθι της εποχής μας δεν έχει σχέση με τα λαϊκά παραμύθια του παρελθόντος. Σ' αυτό δεν έχει θέση ο απλοϊκός και μαγικός κόσμος των παραμυθιών, επίσης απουσιάζουν οι ακρότητες και κυριαρχούν τα σύγχρονα τεχνολογικά επιτεύγματα: διαστημόπλοια, αστροναύτες, ρομπότ, εξωγήινοι. Ο σούπερμαν αντικατέστησε το βασιλόπουλο και τον πρίγκιπα, τα ρομπότ τον αγαθό υπηρέτη. Παράλληλα προβάλλονται προβλήματα που απασχολούν έντονα το σύγχρονο άνθρωπο όπως η αστικοποίηση, η ρύπανση του περιβάλλοντος, η απειλή ενός παγκόσμιου πολέμου. Το έντεχνο παραμύθι δεν αφήνει την παιδική φαντασία να ταξιδέψει, γιατί αναφέρεται σε πράγματα υπαρκτά που άπτονται της καθημερινότητας και προβάλλονται κατά κόρον από τα Μ.Μ.Ε. Επίσης δεν αποσαφηνίζει τα πλαίσια και τους σκοπούς του, όπως τα παραμύθια και ειδικά τον κυριότερο σκοπό, που είναι η ψυχαγωγία του ακροατή / αναγνώστη (Δελώνης, 1986).

Γεγονός είναι ότι το παραμύθι ήταν και παραμένει ελκυστικό, γι' αυτό και άντεξε μέσα στο πέρασμα των αιώνων παρά τις ποικίλες παραλλαγές ή παραποιήσεις των αρχικών πρωτότυπων ιστοριών. Μάλιστα ο Bettelheim θεωρεί τα παραμύθια αληθινά έργα τέχνης, γιατί βοηθούν το παιδί στη διαμόρφωση της προσωπικότητάς του, το εμψυχώνουν, δίνουν απαντήσεις στους προβληματισμούς του, εμπνέουν αισιοδοξία, καταστέλλουν τις φοβίες του και το ηρεμούν. Σε αρκετά παραμύθια έχει αλλάξει το τέλος, όπου οι τιμωρίες των κακών δεν είναι τόσο σκληρές και παραδειγματικές όπως στα παλιά παραμύθια, μάλιστα κάποιες φορές οι κακοί συγχωρούνται από τα θύματά τους και αυτή ίσως να είναι η καλύτερη τιμωρία, γιατί αναπόφευκτα οδηγεί στον προβληματισμό και τη μεταμέλεια. Τα παραμύθια που άκουγαν τα παιδιά παλαιότερα αντικαταστάθηκαν με τα κόμικς και τα κινούμενα σχέδια.

1.2 Τα κινούμενα σχέδια

Τα κινούμενα σχέδια αποτελούν συνέχεια των παραμυθιών σ' έναν κόσμο διαρκώς εξελισσόμενο καθώς η χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας εισβάλλει στην καθημερινότητά του.

Αν και το παραμύθι κατά τον Γκότοβο (1996) έχει να κάνει περισσότερο με το λόγο και τα κινούμενα σχέδια με την κίνηση της εικόνας, ωστόσο κοινοί είναι οι ήρωες. Πανέμορφες πριγκίπισσες που ζουν ανέμελες και αναζητούν την ευτυχία, ήρωες που μεταμορφώνονται σε λουλούδια ή ζώα αλλά και δράκοντες και υπερφυσικά στοιχεία συναντούμε τόσο στα παραμύθια όσο και στα κινούμενα σχέδια. Τα παιδιά παλιότερα θαύμαζαν τους ήρωες των παραμυθιών και των κόμικς, σήμερα θαυμάζουν τους υπερήρωες των κινούμενων σχεδίων που σώζουν τον κόσμο. Ταυτίζονταν με τους ήρωες των παραμυθιών, ταυτίζονται όμως και σήμερα με τους ήρωες των κινούμενων σχεδίων, αν και έχουν επίγνωση ότι δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Βέβαια η τεχνολογική εξέλιξη έχει εισβάλει και έχει διαφοροποιήσει τη μορφικότητα των ηρώων. Ωστόσο τα παιδιά μέσω των ηρώων μεταμορφώνονται σε όλα αυτά που θα ήθελαν να ζήσουν. Το καθένα επιλέγει το δικό του ήρωα που θα δει και αυτόν θα μεταφέρει στο παιχνίδι του ή θα χρησιμοποιήσει στον υπολογιστή του.

Τα κινούμενα σχέδια ωστόσο δεν είχαν πάντα τη μορφή που έχουν σήμερα.

1.2.1 Συνοπτική επισκόπηση της ιστορικής πορείας των κινούμενων σχεδίων

Το κινούμενο σχέδιο (Dessin Animé – Cartoon) ή φιλμ «εμψύχωσης» ή Animation (Film d' Animation – Animated-Film) θεωρείται ότι ανήκει σε μια καινούρια αυτόνομη 8η τέχνη, η οποία κατά το Βασιλειάδη (1985) προηγείται ιστορικά αλλά και χρονολογικά του κανονικού κινηματογράφου. Το οπτικό θέατρο του Εμίλ Ρενώ αποτελεί την απαρχή της δημιουργίας των κινούμενων σχεδίων. Ο Ρενώ δίνοντας προβάδισμα στο σκίτσο, ζωγράφισε σύντομες ιστορίες που τις ονόμασε φωτεινές παντομίμες και μέσω των διαδοχικών εικόνων που διέφεραν ελάχιστα μεταξύ τους, δημιούργησε την οπτική ψευδαίσθηση της κίνησης – animation, με τη βοήθεια καθρεφτών σε κατάλληλες γωνίες.

Η γραφική παράσταση με την εμφάνιση του κινηματογράφου και την ένταξη της κάμερας στις δημιουργίες των φωτοσκηνών ενός ζωγράφου παρά ενός κινηματογραφιστή. Ο πατέρας του κινούμενου σχεδίου άφησε πίσω του το πεδίο των

αναζητήσεων άγονο και ανεκμετάλλευτο, καθόσον ένα μεγάλο μέρος του έργου χάθηκε και ο πρώτος γοητευτικός κόσμος των κινούμενων σχεδίων του Ρενώ κατέληξε σε αδιέξοδο χωρίς συνεχιστές.

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε σε μια παράλληλη θεώρηση ότι στην Αμερική, γύρω στο 1825 έκαναν την εμφάνισή τους τα πρώτα καρτούν που προέρχονταν από τα Comic Strips, δηλαδή ιστορίες με σκίτσα που δημοσίευαν σε συνέχειες οι εφημερίδες με καθαρά γελοιογραφικό χαρακτήρα.

Οι πρώτες μονάδες παραγωγής κινούμενων σχεδίων στην Αμερική δημιουργήθηκαν το 1909 και άντλησαν έμπνευση αποκλειστικά από τα Comic Strips. Συγκεκριμένα οι ήρωες είχαν διαγράψει προηγουμένως μια επιτυχημένη διαδρομή στις εφημερίδες και τα έντυπα και στη συνέχεια μεταφέρθηκαν στην οθόνη. Παράδειγμα μιας τέτοιας προσπάθειας αποτελεί το Comic Strip «Little Nemo in Slumberland» του Windsor McCar που περιέγραφε τα τρελά όνειρα που έβλεπε στον ύπνο του ένα παιδί. Ο μικρός Nemo έγινε κινούμενη εικόνα το 1911 δυο χρόνια πριν από τον τρελό γάτο (Crazy Cat) του George Herriman που κι αυτός είχε διαγράψει μια σημαντική πορεία ως comic strip. Αναπαριστούσε ένα γάτο που επιζητούσε τη φιλία ενός ποντικιού.

Το 1950 ο Max Fleisher παρουσίασε στον κόσμο του κινούμενου σχεδίου τον Popeye. Από τα πρώτα κινούμενα σχέδια στην κινηματογραφική ιστορία θεωρείται και η Gertie, μια δεινοσαυρίνα. Όμως ο πρώτος διαχρονικός ήρωας στην ιστορία των κινούμενων σχεδίων, ήταν ο Felix ο γάτος δημιούργημα του Otto Messner, ο οποίος κυριάρχησε με επιτυχία για αρκετά χρόνια στον κόσμο των βουβών κινούμενων σχεδίων.

Αυτή η πρώτη καριέρα του διάσημου γάτου τερματίστηκε εξαιτίας της εμφάνισης του ήχου και ενός ποντικιού που έμελλε να κυριαρχήσει στο χώρο των κινούμενων σχεδίων, του Mickey. Ωστόσο και άλλοι ήρωες εμφανίστηκαν στο προσκήνιο. Το 1935 η εταιρεία των αδερφών Warner με τη βοήθεια του F.T. Avery και των συνεργατών του παρουσίασαν μια σειρά από ξεχωριστούς ήρωες, τους Looney Tunes, ο καθένας από τους οποίους είχε τη δική του, ιδιαίτερη προσωπικότητα και αγαπήθηκαν από μικρούς και μεγάλους, ήταν οι : Daffy Duck, Bugs Bunny, Porky Pig.

Ιδεολογικά οι ήρωες των Looney Tunes ήταν εντελώς διαφορετικοί από τους ήρωες του W. Disney, που θα αναφέρουμε περαιτέρω. Ενώ οι ήρωες του W. Disney ήταν καλοκάγαθοι και με μια κίνηση, η οποία δεν ξέφευγε από την πραγματικότητα,

οι ήρωες του Tex Avery ανέτρεπαν καθετί το ρεαλιστικό. Το βάδισμά τους και γενικότερα η δράση των ηρώων ήταν αποτέλεσμα έμπνευσης των καλλιτεχνών. Τα background ήταν αφαιρετικά χωρίς ιδιαίτερες λεπτομέρειες και δεν κατέβαλλαν ιδιαίτερη προσπάθεια να προσεγγίσουν τον ντισνεϊκό νατουραλισμό.

Ο Tex Avery και οι συνεργάτες του δε δίσταζαν να χρησιμοποιούν τα ίδια background, πράγμα απαγορευμένο για το W. Disney. Όπως θα διαπιστώσουμε στη συνέχεια ο W. Disney επιδιώκει εκτός από το γέλιο να συγκινήσει, ο Avery επιδίωκε το ακατάσχετο γέλιο με ήρωες γεμάτους ελαττώματα αλλά χωρίς ενοχές και με αναρχική διάθεση δράσης.

Ο πρώτος ήρωας της Warner έκανε την εμφάνισή του το Μάρτιο του 1935 στην ταινία: «I haven't cot hat» και ήταν ο Porky που λάτρευε την τάξη αλλά ταλαιπωρείτο από έλλειψη αυτοπεποίθησης και αυτή ήταν η κυριότερη αιτία της κακοδαιμονίας του. Ο D. Duck, μια πάπια άστεγη, μισούσε την τάξη και την ευπρέπεια και ήταν έτοιμη να προκαλέσει τη μεγαλύτερη καταστροφή, προκειμένου να ικανοποιήσει κάθε του σκέψη, διακρίνονταν όμως και για το ανεξέλεγκτο χιούμορ του.

Ένας άλλος ήρωας του T. Avery ήταν ο Bugs Bunny, ένας αιώνιος αργόσχολος που του άρεσε να τρώει καρότα και να πειραζει όσους χαλούσαν την ηρεμία του. Ο Yosemite Sam (Σαμ ο Πειρατής) έκανε την εμφάνισή του το 1945 και αποτέλεσε αντίπαλο του B. Bunny. Δεν είχε χιούμορ και ήταν πάντα σε κακή διάθεση, έτοιμος να συγκρουστεί με τον B. Bunny. Ένα άλλο αντίπαλο ζευγάρι αποτελούν ο Sylvester, ο γάτος, και ο Tweety, το καναρίνι. Ο Sylvester επιθυμούσε διακαώς να ξεφύγει της προσοχής της γιαγιάς και να καταβροχθίσει τον Tweety. Η κατάληξη γνωστή: όλες οι προσπάθειες οδηγούνται σε οικτρή αποτυχία.

Άλλα κινούμενα σχέδια που κυριάρχησαν στο χώρο ήταν η οικογένεια Flintstones που έδωσαν μια ξεχωριστή εικόνα της λίθινης εποχής των Hanna και Joe Barbera. Γνωστά είναι τα Στρουμφ (Smurfs) του Peyo. Η εταιρεία M.G.M. παρουσίασε το Ροζ Πάνθηρα (Pink Panther) των F. Frelleng και D. Patie.

1.2.2 Τα δομικά στοιχεία των κινούμενων σχεδίων

Τα δομικά στοιχεία, τα οποία συνθέτουν την αφηγηματικότητα των κινούμενων σχεδίων είναι τα σκίτσα και η κίνησή τους. Η τέχνη της εικονογράφησης αποδίδει τα χαρακτηριστικά των ηρώων σε «μορφότυπους», δηλαδή ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, έτσι ώστε οι ήρωες να γίνονται εύκολα αναγνωρίσιμοι από το

:αιδικό κοινό (Μαρτινίδης, 1990 σ.σ. 82-83). Αυτοί οι μορφότυποι είναι με σαφήνεια :ροκαθορισμένοι με βάση διαμορφωμένα κοινωνικά standards.

Ειδικότερα οι δυνάμεις του καλού έχουν ελκυστική εμφάνιση σε αντίθεση με ις δυνάμεις του κακού που εμφανίζονται με αποκρουστική εμφάνιση. Οι μορφότυποι :υτοί τις περισσότερες φορές αποτελούν μεταφορά γνωστών στερεοτυπικών αρακτηριστικών, που έχουν χρησιμοποιηθεί και αξιολογηθεί στα κόμικς. Η επιτυχία γκειται στην εύκολη αναγνώριση από το παιδικό κοινό και όχι μόνο των ιδιαίτερων ;τοιχείων, που συνθέτουν την προσωπικότητα του κάθε ήρωα.

Σύμφωνα με τον Έκο η επιτυχία έγκειται στην πειθώ του ήρωα, ο οποίος ιεταφέρει μέσα από τη δράση του αναπαραστάσεις, τις οποίες συναντούμε στην :αθημερινότητά μας. Η εύκολη αναγνώριση του μορφότυπου διευκολύνεται και από ο στοιχείο της απόλαυσης και της πειστικότητας που μεγιστοποιείται μέσα από την :ισθητική των κινούμενων σχεδίων.

Πλάι στο βασικό ήρωα στα κινούμενα σχέδια όπως και στο παρελθόν στα :αραμύθια εντοπίζουμε έναν ή περισσότερους ήρωες – συμπρωταγωνιστές σε μια :ροσπάθεια ένταξης των ηρώων σ' ένα πιο «κοσμικό» επίπεδο. Ο συμπρωταγωνιστής ρκετές φορές στα κινούμενα σχέδια μπορεί να είναι ένα ζωάκι που εξωραΐζει την ροσωπικότητα του βασικού ήρωα και πολλές φορές λειτουργεί ως ο «από μηχανής εός» που δίνει την λύτρωση ή αναλαμβάνει να υποστεί. όσα δεν μπορεί ο ημιουργός των κινούμενων σχεδίων να εντάξει στο βασικό πρωταγωνιστή. Σε ό,τι φορά το πεδίο δράσης του βασικού ήρωα είναι η υπεράσπιση του καλού και η ναντίωσή του στο «κακό». Ο Έκο (1987) προσδιορίζει την έννοια του «κακού» ως ην «απειλή της ατομικής ιδιοκτησίας» (σελ. 322-333).

Σε μια διαμορφωμένη εικονική κοινωνία των κινούμενων σχεδίων οι πάσης ύσεως χαρακτήρες, οι οποίοι ενσαρκώνουν την έννοια του «κακού», και δρουν την κατεύθυνση ανατροπής αυτού του εικονικού status quo. Ο κάθε ήρωας καλείται έσα από τη δράση του να παρέμβει αποφασιστικά και να αποκαταστήσει την τάξη ις θεματοφύλακας της νομιμότητας ενός κόσμου που δεν επιδέχεται αλλαγές.

Η αντίληψη της απόκτησης υλικής δύναμης μέσα από τις ιστορίες των ινούμενων σχεδίων αντικατοπτρίζει μια πορεία αντίστοιχη μ' αυτήν που υιοθετούσε το πέρασμα των δεκαετιών η αμερικανική κοινωνία (Clotman, 1972).

Όπως προκύπτει από έρευνες τόσο στις ιστορίες των κόμικς όσο και των ινούμενων σχεδίων (Stevens 1967, Williams 1976, Larose 1978, William 1988).

Οι «έγχρωμοι» ήρωες παρουσιάζονται ως υποδεέστεροι έναντι των λευκών σε πίπεδο κοινωνικών και επαγγελματικών δραστηριοτήτων, οι λαοί του τρίτου κόσμου λλά και οι μειονότητες είναι ταυτισμένοι με τις δυνάμεις του κακού. Η ανωτερότητα ων λευκών ηρώων υπογραμμίζεται σε κάθε ευκαιρία

Ένα άλλο στοιχείο που αναδεικνύεται στα κινούμενα σχέδια είναι αυτό των ιαφυλικών σχέσεων κατά τους Nillsen και Tyler, οι οποίοι μελέτησαν υλικό μέσα πό το Women's Educational Equity art program.

- Οι ανδρικοί ρόλοι των ηρώων παρουσιάζονται με ηγετικές τάσεις.
- Οι γυναικείοι ρόλοι τις περισσότερες φορές υποβιβάζονται και χαρακτηρίζονται ως «ανόητες» και «κουτσομπόλες».
- Τα κορίτσια τις περισσότερες φορές παρουσιάζονται φοβισμένα, τρομαγμένα και δειλά.
- Οι γυναίκες και τα κορίτσια απεικονίζονται με απαλά χρωματα, ενώ οι άνδρες και τα αγόρια με έντονα.
- Οι γυναικείοι χαρακτήρες εμφανίζονται σε ρόλους διακοσμητικούς ή ως «σεξουαλικά αντικείμενα».

Στη Γαλλία οι Eubben και Vander μελέτησαν το περιεχόμενο των κόμικς σε ρεις διαφορετικές χρονικές περιόδους (1960-63, 1968-70, 1977-80). Η ανάλυση των εδομένων αποκάλυψε ισχυρά αρσενικά και θηλυκά στερεότυπα που έχουν παγιωθεί πό παραδοσιακές συμπεριφορές. Οι άντρες φαίνεται να κατέχουν υπερφυσικές υνάμεις, μπορούν να εκδηλώνουν το θυμό τους αλλά όχι το φόβο και τη στενοχώρια ους. Οι γυναίκες αντιθέτως υποκύπτουν στην ανδρική κυριαρχία και μπορούν να κδηλώσουν το κλάμα τους αλλά όχι και το θυμό τους.

Σε μια άλλη μελέτη η Chavez (1987) προσπαθεί να τεκμηριώσει το φαινόμενο ης ανισότητας του ρόλου. Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, η διαμόρφωση τερεότυπων είναι προϊόν της «πολιτιστικής ενίσχυσης» των προτύπων σε μια οινωνία που έχει στη διάθεσή της διάφορα μέσα και είναι υπεύθυνη για τη διαιώνιση ης ανισότητας του φύλου, η οποία εξυπηρετεί ένα συγκεκριμένο σκοπό: τη υντήρηση του κατεστημένου.

Σε άλλες ερευνητικές προσεγγίσεις μελετώνται οι σχέσεις των μελών της ικογένειας. Οι Mooner και Brabant (1980) διαπίστωσαν τον παραδοσιακό ρόλο του ατέρα που εργάζεται και της μητέρας-νοικοκυράς. Την έρευνά τους την επανέλαβαν η δεκαετία του '90. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της συγκριτικής ανάλυσης η ιαφορά ως προς τη συχνότητα εμφάνισης των δύο φύλων παρέμεινε σχεδόν η ίδια.

Οι άνδρες εμφανίζονται περισσότερο ενώ οι γυναίκες στην πλειοψηφία τους βρίσκονται στο σπίτι. Διαφορές εντοπίστηκαν στην ενασχόληση των ανδρών. Οι άνδρες βοηθούν στις οικιακές εργασίες αλλά με αυστηρό πλαίσιο ενασχόλησης: παρουσιάζονται να κόβουν το γκαζόν στον κήπο, να βάφουν το σπίτι και να προσέχουν τα παιδιά, μόνο όταν οι γυναίκες δεν μπορούν.

Οι γυναίκες εξακολουθούν να μαγειρεύουν, να καθαρίζουν το σπίτι και να έχουν την κύρια ευθύνη για τη φροντίδα και ανατροφή των παιδιών.

Όπως προκύπτει από την παράθεση των διάφορων ερευνητικών προσπαθειών, παρά τις οποίες διαφοροποιήσεις, τα δεδομένα συγκλίνουν στην παραδοχή ενός στερεοτυπικού ρόλου που παρουσιάζουν οι χαρακτήρες των κόμικς – κινούμενων σχεδίων με βάση το φύλο, στο οποίο ανήκουν. Συνεπώς συντηρείται μέσα από τα κινούμενα σχέδια σύμφωνα με τους μελετητές μια παραδοσιακή στερεοτυπική κοινωνική διαφοροποίηση με βασικό γνώμονα το φύλο, στο οποίο ανήκουν οι ήρωες

1.3 Σύνοψη πρώτου κεφαλαίου

Στο πρώτο κεφάλαιο έγινε μια παράλληλη θεώρηση του παραμυθιού με τα κινούμενα σχέδια. Ειδικότερα έγιναν αναφορές στις απαρχές του παραμυθιού και τις σχέσεις τις οποίες αναπτύσσουν τα παιδιά με τους ήρωες χαρακτήρες. Στη συνέχεια αναλύθηκε ο ρόλος των γυναικών στα παραμύθια και καταγράφηκε η δυναμική της εικονογράφησης. Επισημάνθηκε η ψυχαναλυτική επίδραση των παραμυθιών στο παιδικό κοινό και ακολούθησε η προσέγγιση των κινούμενων σχεδίων, με καταγραφή τους συνοπτικά της ιστορικής τους πορείας στη ροή του χρόνου και την παρουσιάση των δομικών τους στοιχείων. Το κεφάλαιο αυτό δημιούργησε το θεωρητικό υπόβαθρο προκειμένου να γίνει εφικτή η προσέγγιση του ντισνεϊκού κόσμου και του μικρόκοσμου των Πόκεμον .

✓ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

2. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΠΑΙΔΙΚΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ

Στο δεύτερο κεφάλαιο του θεωρητικού μας πλαισίου αναφερόμαστε συνοπτικά στη θέση που κατέχει η τηλεόραση στη ζωή των ανθρώπων. Στη συνέχεια τη συσχετίζουμε με την παιδική ηλικία, σκιαγραφώντας τις σχέσεις της μέσα από προγενέστερες έρευνες και τέλος προσεγγίζουμε την καταναλωτική κουλτούρα των παιδιών. ***Στόχος να δημιουργήσουμε ένα χρηστικό θεωρητικό υπόβαθρο που θα μας βοηθήσει στην κυρίως έρευνά μας.***

2.1 Η Τηλεόραση ως μέσο ψυχαγωγίας και γνώσης του κόσμου

(Έρευνες – Επισημάνσεις – Διαπιστώσεις)

Ένα από τα βασικά ερωτήματα που συχνά τίθενται και το οποίο αποτελεί έναυσμα για τη διεξαγωγή ερευνών γύρω από το προκείμενο ζήτημα είναι *για ποιο λόγο παρακολουθούν τα παιδιά τηλεόραση και μάλιστα τόσες πολλές ώρες.* Διάφοροι μελετητές δοκίμασαν να απαντήσουν στο ερώτημα αυτό. Σύμφωνα με την άποψη των Popper & Condry (1995), τα παιδιά αφενός *ψυχαγωγούνται* από τις εκπομπές που παρακολουθούν, αλλά περισσότερο επιδιώκουν μέσω αυτών *να κατανοήσουν τον κόσμο που τα περιβάλλει.*

Την άποψη των παραπάνω ερευνητών, ότι δηλαδή η τηλεόραση αποτελεί για τα παιδιά μέσον ψυχαγωγίας, ενστερνίζεται και ο Schramm (1991), ο οποίος υποστηρίζει ότι τα παιδιά παρακολουθούν τηλεόραση για να διασκεδάσουν και να ξεφύγουν από την καθημερινότητα και την ανία.. Επιπρόσθετα, οι Cunter & Mc Aleer 1997) θεωρούν ότι ακόμα και οι δραματικές σειρές προσφέρουν μαθήματα στα παιδιά, για το πώς θα αλληλεπιδράσουν με τους άλλους ανθρώπους, πώς θα λύσουν προσωπικά τους προβλήματα και πώς θα ενταχθούν στην κοινωνική ζωή. Εν ολίγοις, *η τηλεόραση θα μπορούσε να συμβάλλει στην αντίληψη των παιδιών για όσα διαδραματίζονται στον κόσμο.*

Παράλληλα,τα ίδια τα παιδιά έχουν επισημάνει ότι αφήνονται στη μαγεία και τη σαγήνη που ασκεί η τηλεόραση για να καλύψουν τις ελεύθερες ώρες τους, όταν

εν έχουν κάτι καλύτερο για να ασχοληθούν, επιβεβαιώνοντας την άποψη του chramm. Συνηθίζουν επομένως να βλέπουν κινούμενα σχέδια και ψυχαγωγικά ρογράμματα προκειμένου να καλύψουν τα κενά του χρόνου τους και υπογραμμίζουν τι η τηλεόραση τούς συντροφεύει, γιατί δημιουργούν ένα πλήθος φανταστικών ίλων που τους απαρτίζουν οι ήρωες των τηλεοπτικών προγραμμάτων. Τα παιδιά αντασιώνονται ότι εμπλέκονται σε μια σχέση με τους ήρωες των κινούμενων χεδίων ή των τηλεοπτικών σειρών και νιώθουν συντροφικότητα. Επιπλέον, στο αθμό που τα παιδιά παρακολουθούν τηλεόραση μαζί με τους γονείς τους, αυτή ποτελεί έναν παράγοντα που ενώνει την οικογένεια. Δεν είναι σπάνια η εικόνα μιας ικογένειας καθισμένης στον καναπέ του σπιτιού, να μοιράζεται την ευχαρίστηση ου προσφέρει ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα. (Cunter & Mc Aleer, 1997).

Οι Masters, Ford & Arend (1993) υποστηρίζουν ότι η τηλεόραση καθησυχάζει α μικρά παιδιά. Η άποψη αυτή, αν και φαίνεται παράδοξη, εξηγείται, τουλάχιστον έσα από την έρευνα, που διεξήγαγαν οι ίδιοι. Διαπίστωσαν ότι παιδιά, τα οποία ίχαν βιώσει άσχημες καταστασεις στο σπίτι τους, έτειναν να παρακολουθούν ρογράμματα, στα οποία τα παιδιά που πρωταγωνιστούσαν, είχαν καλύτερη εταχείριση από τους γονείς τους.

Ο Σαρρής (1992) επέλεξε την εκπομπή «Εδώ Λιλιπούπολη», για να αναλύσει ο περιεχόμενό της και να εξετάσει το μήνυμα που περνάει στα παιδιά. *Κατέληξε ότι α προγράμματα αυτά αποσκοπούν στο να εμπλουτίσουν τις γνώσεις και τις εμπειρίες ον παιδιών, ιδιαίτερα αν τα παιδικά προγράμματα επαναλαμβάνονται και δεν ποτελούν μεμονωμένες εκπομπές.*

Την άποψη ότι οι παιδικές εκπομπές διευρύνουν το πεδίο γνώσεων των αιδιών και τη συμπεριφορά τους ενστερνίζονται και οι Δημητρακόπουλος και υνεργάτες (1988), οι οποίοι επέλεξαν να μελετήσουν τα «Στρουμφ». Πρόκειται για ύντομες ιστορίες, που διαδραματίζονται σε κάποιο φανταστικό χωριό με ήρωες ικρά μπλε πλασματάκια. Παράλληλα, υπάρχει και ένας μάγος με τη γάτα του, ο ποίος προσπαθεί να τα συλλάβει και να τα καταβροχθίσει. Μέσα από τον τρόπο που ομείται ο κόσμος των Στρουμφ, διαφαίνεται το ιδανικό της δημοκρατικής κοινωνίας αι το μοντέλο της κοινωνικής συμπεριφοράς. Όλα τα Στρουμφ έχουν τις δικές τους ομοδιότητες στο χωριό, ώστε οι εργασίες να κατανέμονται και να επιτυγχάνεται αλή οργάνωση. Επιπλέον είναι ελεύθερα να κινούνται μέσα στο χωριό, αλλά σε ερίπτωση σοβαρού παραπτώματος λογοδοτούν ενώπιον του Παπα-Στρουμφ, ο τοίος είναι ο γηραιότερος και συνεπώς εκείνος με τις περισσότερες εμπειρίες. Ο

ρόλος του είναι να τους συμβουλεύει και να τους νουθετεί, οπότε, εφόσον παραστρατήσουν, να κατανοήσουν το λάθος τους. Τέλος τα Στρουμφ νοιάζονται πολύ για τους συνανθρώπους τους και φροντίζουν το περιβάλλον και τη φύση.

Συνεπώς, παρακολουθώντας το πρότυπο της ιδανικής κοινωνίας, τα παιδιά μαθαίνουν την αξία της υπακοής σε νόμους των ανωτέρων, το σεβασμό της ανθρώπινης ζωής, καθώς και τη σπουδαιότητα της αλληλεπίδρασης με τους άλλους ανθρώπους.

Οι Cunter & Aleer (1997) μελέτησαν την επίδραση που είχε στα παιδιά η σειρά «Sesame Street» και διαπίστωσαν ότι δίδασκε ποικιλία κοινωνικών και πνευματικών ικανοτήτων και ότι γοήτευε ένα ευρύτερο κοινό απ' ό,τι και οι ίδιοι υπολόγιζαν. Θεώρησαν ότι υπάρχουν πολυάριθμα ακόμα εκπαιδευτικά προγράμματα που μπορούν να μάθουν εξίσου στα παιδιά να συμπεριφέρονται με φιλικό τρόπο στους άλλους, να συμβιώνουν και να συνεργάζονται αρμονικά μαζί τους. Ανακάλυψαν ακόμη στοιχεία που καταδεικνύουν ότι και κάποιες δραματικές σειρές (όπως η «Λάσυ») μπορούν να επηρεάσουν την αλτρουιστική συμπεριφορά των παιδιών και να τα ενθαρρύνουν να φέρονται χωρίς εγωισμό.

Ο όρος <<παιδικές εκπομπές >> στην ελληνική τηλεόραση είναι ταυτισμένος με την έννοια των κινούμενων σχεδίων, και σύμφωνα με τη Δουλκέρη *έχουν σαν κύριο στόχο να διασκεδάσουν και λιγότερο να διευρύνουν τις γνώσεις τους ή να ευαισθητοποιήσουν σε κοινωνικά προβλήματα.* Ο λόγος τις περισσότερες φορές είναι σύντομος και περιορισμένος, αντίθετα κυριαρχεί η άψογη ζωγραφική απεικόνιση, η δράση και η κίνηση, ο έντονος φωτισμός, τα ειδικά ακουστικά – μουσικά εφέ και ο συγχρονισμός ήχου και κίνησης. Ο εντυπωσιασμός πολλές φορές έχει τη μορφή τρόμου, οι ήρωες παρουσιάζονται με εξωπραγματικές δυνάμεις και τις περισσότερες φορές δημιουργείται σύγχυση μεταξύ πραγματικότητας και μύθου, οι ήρωες ζουν έξω από ένα συμβατό χωρόχρονο και γενικά υπάρχει πάντα υπέρβαση της πραγματικότητας. (1997, σ.19).

2.2 Τηλεόραση και παιδική ηλικία

Μια προσπάθεια να σκιαγραφηθεί η σχέση των σύγχρονων παιδιών και των νέων με την τηλεόραση καταβάλλεται στο βιβλίο της Κορωναίου (1992), «Νέοι και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης». Σ' αυτό γίνεται αναφορά στο χρόνο που τα παιδιά αφιερώνουν στη μικρή οθόνη, τα είδη των προγραμμάτων που προτιμούν, την

πιρροή που ασκεί η τηλεόραση γενικότερα στη ζωή τους. Σ' ένα πρώτο επίπεδο, υσχετίζεται το μορφωτικό και κοινωνικό επίπεδο της οικογένειας του παιδιού με το χρόνο που εκείνο περνά μπροστά στην τηλεόραση. Συγκεκριμένα, αναφέρεται ότι «η τηλεόραση γνωρίζει μεγαλύτερη διάδοση στα κατώτερα κοινωνικά στρώματα, εκεί που οι δυνατότητες άλλων πρακτικών του ελεύθερου χρόνου είναι περιορισμένες» σ. 129).

Υπάρχουν δραστηριότητες για τον ελεύθερο χρόνο των παιδιών που προϋποθέτουν κάποια οικονομική ευχέρεια εκ μέρους της οικογένειας, ή ακόμη και την παιδεία εκ μέρους των γονιών, ώστε να παροτρύνουν τα παιδιά τους προς αυτού του είδους τις δραστηριότητες, οι οποίες προφανώς θα μπορούσαν να αποβούν περισσότερο αποικοδομητικές γι' αυτά απ' ό,τι η τηλεόραση.

Ακόμη μία συσχέτιση που γίνεται, είναι μεταξύ του φύλου των μικρών τηλεθεατών και του χρόνου που αφιερώνουν στην τηλεόραση. Τα αγόρια παρακολοθούν τηλεόραση περισσότερο σε σχέση με τα κορίτσια. Ως προς το είδος του προτιμώμενου θεάματος, τα αγόρια δείχνουν να προτιμούν τις αστυνομικές και περιπετειώδεις ταινίες και σειρές, ενώ παρακολουθούν αθλητικά περισσότερο απ' ό,τι τα κορίτσια (33% των αγοριών, έναντι μόλις του 9% των κοριτσιών). Τα κορίτσια, από την άλλη πλευρά, εκδηλώνουν μια προτίμηση για τις αισθηματικές ταινίες και τις οικογενειακές σειρές.

Την πρωτοκαθεδρία μεταξύ των προτιμήσεων των μικρών τηλεθεατών κατέχουν οι κάθε είδους μυθοπλαστικές εκπομπές, όπως ταινίες δράσης και περιπέτειας ή τα σήριαλ. Στη δεύτερη θέση συναντάμε τις παιδικές εκπομπές, όπως τα κινούμενα σχέδια του W. Disney ή άλλα, ιαπωνικά κυρίως, κινούμενα σχέδια. Οι παρατηρήσεις αυτές, δεν αποτελούν ίδιον της ελληνικής κοινωνίας. Αντίστοιχα φαινόμενα συναντώνται και σε παρεμφερείς έρευνες που έχουν διεξαχθεί στο εξωτερικό (σ. 130).

1.3 Τηλεόραση και καταναλωτική κουλτούρα των παιδιών

Ο Englehardt (1986) ισχυρίζεται ότι οι παιδικές εμπορικές εκπομπές, χρησιμοποιώντας μια «λαίλαπα από ανόητα μηνύματα, κοινοτοπίες, πομπώδεις συναισθηματισμούς» και «ζοφερές» παραγωγικές αξίες, δεν εξυπηρετούν κανένα άλλο σκοπό παρά την προώθηση των εμπορευμάτων των παραγωγών τους.

Ο Kinder (1991) συμφωνεί ότι η διασύνδεση εκπομπών με συγκεκριμένους ήρωες διαφημίσεων, παιχνιδιών, βιντεοπαιχνιδιών και άλλων τμημάτων του εμπορικού υπερσυστήματος, ενσωματώνει τα παιδιά στην καταναλωτική κοινωνία.

Ο Kline (1993) ισχυρίζεται ότι η ανάπτυξη μιας μαζικής εμπορικής κουλτούρας για τα παιδιά, δόμησε και τη φύση του παιχνιδιού:

> *Το παιχνίδι μετατράπηκε σε έναν ορατό τρόπο ταύτισης των παιδιών με τη μαζική κουλτούρα – κατάφερε να συνδέσει και να κάνει χρήση όλων των τομέων της καθημερινής ζωής και των εθίμων, εκτοπίζοντας τις τοπικές παραδόσεις, την ιστορία και τις εθνικές παρακαταθήκες.* (σ. 148).

Μια ακόμα πιο ανησυχητική συνέπεια αυτού του σύγχρονου μάρκετινγκ στα παιδιά, είναι οι δυνατότητες που αυτό δημιουργεί για την εμφάνιση αποκλεισμών στην παιδική κουλτούρα. Ο Kline (1989), η Seiter (1995) και η Hendershot (1998) σημειώνουν ότι οι κατασκευαστές παιδικών παιχνιδιών και οι παραγωγοί τηλεοπτικών εκπομπών λειτουργούν στα πλαίσια της συμβατικής τους πεποίθησης ότι τα αγόρια αντιδρούν στη δράση, την επίλυση προβλημάτων και συγκρούσεων, ενώ τα κορίτσια προτιμούν τις κοινωνικές σχέσεις, τη συναισθηματική έκφραση και την παροχή φροντίδας. Οι ιστορίες στα ΜΜΕ και τα παιχνίδια αντικατοπτρίζουν αυτό το διαχωρισμό στα φύλα, όπως φαίνεται από τις εξαιρετικά κοριτσιστικές εκπομπές *Τα Αρκουδάκια της Αγάπης* και *Μικρό μου Πόνυ* και τα αγορίστικα *Τρανσφόρμερς* και *Χι-Μαν και οι Άρχοντες του Σύμπαντος*. Τελικά η Seiter (1995) ισχυρίζεται ότι η καταναλωτική κουλτούρα των παιδιών προωθεί τη δημιουργία ομόφυλων ομάδων και αποθαρρύνει άλλους τύπους συσχέτισης. Ο Kline (1993) πιστεύει ότι αυτό συμβάλλει στη διεύρυνση του χάσματος ανάμεσα σε κορίτσια και αγόρια ως προς τα μοτίβα παιχνιδιού και τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις που χρησιμοποιούν. Τα αγόρια και τα κορίτσια «... δε μοιράζονται πλέον κάποια κοινή μυθολογία – ένα ορισμένο δηλαδή σύνολο ηρώων και κατορθωμάτων στα οποία μπορούν να αναφέρονται στις συζητήσεις τους και το κοινωνικό παιχνίδι τους» (Kline, 1993). Επίσης, ο ίδιος ερευνητής θεωρεί ότι η εμπορική κουλτούρα των παιδιών δεν επιτρέπει στους γονείς να παίζουν με τα παιδιά τους, επειδή οι μεγαλύτεροι δεν κατέχουν τις απαραίτητες γνώσεις για τους φανταστικούς κόσμους που καλλιεργεί η τηλεόραση.

Σε μια μελέτη των βιντεοπαιχνιδιών, οι Alloway και Gilbert (1998) διαπίστωσαν ότι αυτά και τα περιοδικά που τα αφορούν, προωθούσαν δομές ομογενούς αρρενωπότητας με κείμενα και ομιλίες που επικεντρώνονταν στην αντρική άποψη και εικόνες αντρών που κυριαρχούσαν κάνοντας χρήση βίας.

Η McNamee (1998) διαπίστωσε επίσης στοιχεία σχέσεων δύναμης και εξουσίας ανάμεσα στα φύλα, που σχετίζονται με την κουλτούρα των βιντεοπαιχνιδιών. Μελετώντας τη σχέση νέων, φύλων και βιντεοπαιχνιδιών, διαπίστωσε ότι μερικές νεαρές γυναίκες απολάμβαναν να παίζουν αυτού του είδους παιχνίδια τόσο όσο και οι άντρες, αλλά ότι δεν είχαν την ίδια πρόσβαση σε αυτά, αφού τα αγόρια αδέρφια τους στο σπίτι έλεγχαν τη δυνατότητα προσέγγισης στον ηλεκτρονικό υπολογιστή και τα βιντεοπαιχνίδια. Οι μελέτες αυτές αποδεικνύουν τις σχέσεις εξουσίας και προνομίων που διαπιστώνονται και σε άλλους τομείς της ζωής των νεαρών ανθρώπων και πώς αυτές επαναλαμβάνονται και ενισχύονται στις εμπειρίες τους με τα καταναλωτικά προϊόντα των ΜΜΕ.

Ο Miles (1998) παρατηρεί ότι παρότι η καταναλωτική κουλτούρα παρέχει συχνά μια αίσθηση ότι το άτομο ανήκει σε μια ομάδα, αυτή η αίσθηση ταυτότητας παφίεται αναπόφευκτα στην ικανότητά του να συμμετέχει ως καταναλωτής. Ο Miles σχυρίζεται επίσης ότι οι νεαρότεροι άνθρωποι είναι περισσότερο ευάλωτοι στις παιτήσεις μιας καταναλωτικής κουλτούρας, εξαιτίας της ισχυρής τους επιθυμίας για συνταύτιση και αποδοχή από τους συνομήλικούς τους (ένα ευάλωτο σημείο που το κμεταλλεύονται σε απίστευτο βαθμό οι ειδικοί του μάρκετινγκ και οι διαφημιστές).

Σύμφωνα με αυτούς τους μελετητές, η κουλτούρα των σύγχρονων παιδιών ομείται και περιορίζεται κατά κύριο λόγο σύμφωνα με τα εταιρικά και εμπορικά συμφέροντα. Οι δομικές συνιστώσες του μάρκετινγκ και της διαφήμισης, όπως προωθούνται μέσω των ΜΜΕ των παιδιών, εμφυσούν την καταναλωτική επιθυμία στα παιδιά και τα βάζουν σε μια θέση συμμετοχής σε μια καταναλωτική κοινωνία, αυτίζοντάς τα ως καταναλωτές. Ο κορεσμός της καθημερινότητας των παιδιών με πώνυμες εικόνες επιβάλλει σχεδόν αναπόφευκτους ήρωες και ιστορίες, που ιθασεύουν τη δημιουργικότητα των παιδιών και χειραγωγούν το παιχνίδι τους, νισχύοντας τη σταθερή παρουσία εμπορικών μηνυμάτων, ακόμη και όταν αυτά δεν ακολουθούν τηλεόραση ή διαφημίσεις και δεν αγοράζουν προϊόντα.

.3.1 Η εκπροσώπηση των παιδιών στην καταναλωτική κουλτούρα των ΜΜΕ

Ο Fiske, ισχυρίζεται ότι τα παιδιά καταναλωτές των ΜΜΕ δεν είναι πολιτισμικά ανόητα» που γίνονται εύκολα θύματα εκμετάλλευσης από όσους έχουν μπορικά συμφέροντα: «... δεν πρόκειται για μια παθητική, αβοήθητη μάζα που δεν

είναι ικανή να κάνει διακρίσεις και άρα βρίσκεται στο οικονομικό, πολιτισμικό και τολιτικό έλεος των μεγαλοπαραγόντων του κλάδου» (1987, σ. 309).

Αντίθετα, πιστεύει ότι το παιδικό κοινό αποκωδικοποιεί ενεργά τα μηνύματα και την ικανοποίηση που αντλεί από τα μέσα και ότι αυτά τα στοιχεία διαφέρουν από τα αντίστοιχα που προτείνουν οι εμπορικοί κλάδοι. Θεωρεί αυτή τη δραστηριότητα ως μια έμφυτη αντίσταση στην κατίσχυση των παραγωγών των μέσων, που διαμορφώνει έναν πόλο «σημειολογικής εξουσίας» για τους κατά τ' άλλα υποτελείς τηλεθεατές. Τέλος αναφέρει ότι:

> *Το παιχνίδι, εκτός από πηγή διασκέδασης, είναι και πηγή εξουσίας. Το «παιχνίδι» των παιδιών με την τηλεόραση αποτελεί μια μορφή άσκησης εξουσίας σε αυτήν. Ενσωματώνοντας τους χαρακτήρες και τα σενάρια της τηλεόρασης στα δικά τους φανταστικά παιχνίδια, τα παιδιά δημιουργούν δική τους προφορική και ενεργή κουλτούρα από τους πόρους που τους παρέχονται* (1987, σελ. 315).

Η εκπροσώπηση των παιδιών επεκτείνεται επίσης στη χρήση που κάνουν στα εμπορικά υλικά προκειμένου να δομήσουν κοινωνικές ταυτότητες .

Η Willis (1987) παρατήρησε ότι τα παιδιά αξιολογούν τα καταναλωτικά προϊόντα σύμφωνα με την κοινωνική τους ωφελιμότητα ταυτόχρονα με τη χρηματική τους αξία ή χρήση ως μορφή διασκέδασης. Καθώς μοιράζονται τις συλλογικές επιθυμίες τους για τα παιχνίδια και άλλα καταναλωτικά προϊόντα, τα παιδιά αποκτούν μια αίσθηση ομοιότητας και ομαδικής ταυτότητας.

Ο Webley (1996) σε μια έρευνά του, παρατήρησε τις δραστηριότητες των παιδιών με κάρτες, που είχαν αξία πέρα από τη κοινή κατοχή των καταναλωτικών προϊόντων. Τα παιδιά αυτά ανέπτυξαν δικό τους οικονομικό σύστημα, σύμφωνα με τις ιεραρχίες που δημιούργησαν, χρησιμοποιώντας διάφορους τύπους καρτών και απόλαυσαν τις «ανταλλαγές», για την κοινωνική αλληλεπίδραση που τους παρείχαν.

Η Seiter (1995) εξηγεί επίσης ότι τα τεχνουργήματα μιας καταναλωτικής κουλτούρας – που περιλαμβάνει τα προϊόντα των μέσων καθώς και τα φυσικά προϊόντα έχουν λειτουργικό ρόλο στην κοινωνική αλληλεπίδραση και ενοποίηση των παιδιών, επειδή αποτελούν μια κοινή τράπεζα εικόνων, ιστοριών, χαρακτήρων και δεών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στις συζητήσεις και το παιχνίδι.

Η James (1998), διενεργώντας μια μελέτη για τη θέαση κινούμενων σχεδίων στα παιδιά της Βρετανίας, διαπίστωσε ότι τα παιδιά χρησιμοποιούν τα καταναλωτικά τους προϊόντα ως ένα τρόπο για να ανατρέπουν τα συστήματα αξιών των ενηλίκων. Παρομοίως, η Seiter (1995) διαπιστώνει ότι τα παιδιά ελκύονται από παιχνίδια

μαζικής παραγωγής και προώθησης, όπως η Μπάρμπι και οι Πάουερ Ρέιντζερς, που οι γονείς θεωρούν άσχημα, άκομψα ή ακόμα και βίαια.

Η Seiter σημειώνει ακόμη ότι πολλοί γονείς και ερευνητές της καταναλωτικής κουλτούρας παραβλέπουν ένα πολύ σημαντικό στοιχείο που αφορά την έφεση των παιδιών στις τηλεοπτικές εκπομπές, τις διαφημίσεις και τα προϊόντα. Τα προϊόντα των μέσων και οι τεχνικές του μάρκετινγκ προβάλλουν φανταστικούς κόσμους, όπου τα παιδιά είναι οι κυρίαρχοι, χωρίς να επηρεάζονται από τις αξίες, την εξουσία και τους περιορισμούς των ενηλίκων. Όταν τα παιδιά συνάπτουν δεσμούς με τα προϊόντα του προωθούνται, μπορεί αυτό που τα έλκει να είναι περισσότερο οι ουτοπικές εικόνες μιας κοινότητας, που απαρτίζεται από συνομήλικούς τους, και λιγότερο τα ίδια τα κινούμενα σχέδια. Τα παιδιά διασκεδάζουν επίσης αναπτύσσοντας τις γνώσεις τους για τις πολύπλοκες μυθολογίες και τις πληροφορίες που παρέχει μια καταναλωτική κουλτούρα. Η συνάθροιση τέτοιων γνώσεων επιτρέπει στα παιδιά να συμμετέχουν σε αυτό που η ανθρωπολόγος Douglas ορίζει ως «κοινή χρήση ονομάτων», όπου οι άνθρωποι ανακαλύπτουν στην κοινή χρήση, γνώσεις για συγκεκριμένα εμπορικά προϊόντα. Επιπλέον, οι απαιτήσεις για απόκτηση γνώσεων του είναι απαραίτητες για την εισαγωγή στην κουλτούρα, αποκλείουν αμέσως τους αδιάφορους ενήλικες.

Ο Willis (1990) πιστεύει ότι η ανάπτυξη «κοινής κουλτούρας » από τους νέους ανθρώπους, που βασίζεται στη χρήση τους και την επένδυση στα μέσα και τα εμπορικά προϊόντα, τους απελευθερώνει από τις δομικές δυνάμεις των μέσων και των εμπορικών βιομηχανιών. Όπως όλοι οι καταναλωτές, οι νέοι επιτελούν «συμβολικά έργα» με τη χρήση των πρώτων υλών που τους παρέχουν τα μέσα και τα καταναλωτικά προϊόντα. Ο ερευνητής ορίζει το συμβολικό έργο, ως το σύνολο των δημιουργικών διεργασιών στις οποίες οι άνθρωποι επενδύουν με νοήματα και με λογικούς τρόπους τις καθημερινές κοινωνικές τους πρακτικές.

Παρότι η Seiter δεν αναφέρεται σε καμία τέτοιου τύπου απελευθερωτική δύναμη στην καταναλωτική κουλτούρα των παιδιών, συμφωνεί με το Willis ότι τα παιδιά κωδικοποιούν ενεργά τα νοήματα, που λαμβάνουν από τα μαζικά παραγόμενα καταναλωτικά προϊόντα και μέσα:

> *Γνωρίζουμε ότι τα παιδιά εκφράζουν τις δικές τους ερμηνείες για τα κινούμενα σχέδια, οι οποίες δεν προβλέπονται (και ίσως να μη γίνονται και κατανοητές) από τους ενήλικες σχεδιαστές τους, που συχνά μπερδεύονται από την επιτυχία όπως τα Χελονωνιντζάκια. Τα παιδιά είναι δημιουργικά στην οικειοποίηση των καταναλωτικών προϊόντων και των μέσων και οι ερμηνείες που αντλούν από αυτά*

τα υλικά, δεν κυμαίνονται απαραίτητα και απόλυτα στο ίδιο μήκος κύματος με την υλιστική ηθική. Τα παιδιά δημιουργούν δικές τους ερμηνείες για τις ιστορίες και τα σύμβολα της καταναλωτικής κουλτούρας (σ. 298).

Αυτές οι κοινωνικές ερμηνείες είναι σημαντικές, επειδή μας αποκαλύπτουν :ους τρόπους με τους οποίους τα παιδιά κάνουν αισθητή τη δική τους παρουσία στον :ρόπο που αφομοιώνουν τις επιρροές των μέσων και των κινούμενων σχεδίων στη δική τους καθημερινότητα.

2.4 Σύνοψη δευτέρου κεφαλαίου

Στο δεύτερο κεφάλαιο των θεωρητικών προσεγγίσεων αναφερόμαστε στην :ηλεόραση, την παιδική ηλικία και την καταναλωτική κουλτούρα των παιδιών. Κατά :ον Bachelard, όπως αναφέρει η Κορωναίου, οι εικόνες αντιπροσωπεύουν ψυχικές δυνάμεις που είναι πέρα από κάθε ιδέα και πραγματική εμπειρία (1994).

Η επίδραση της τηλεόρασης στην καθημερινότητα του παιδιού αξιολογείται σε σχέση με την επίδραση και άλλων σημαντικών φορέων, όπως: της οικογένειας. :ων συνομηλίκων, του σχολείου, της ευρύτερης κοινωνίας στην οποία μεγαλώνει.

Υιοθετούμε την θέση οτι το παιδί δεν είναι παθητικός δέκτης, εκφράζει τις :πιθυμίες του, τις προτιμήσεις του και μπορεί να ασκήσει κριτική. Μια προσπάθεια για καταγραφούν οι προτιμήσεις των παιδιών έχει γίνει από την Κορωναίου, σύμφωνα με την οποία οι παιδικές εκπομπές, όπως τα κινούμενα σχέδια του W. Disney και τα απωνικά κυρίως είναι στις πρώτες προτιμήσεις των παιδιών.

Σύμφωνα με τους ερευνητές: Popper και Coydry (1995) τα παιδιά μέσω της τηλεόρασης ψυχαγωγούνται. Την άποψη αυτή ενστερνίζεται ο Schamm (1995). Οι Masters, Ford και Arend (1993) υποστηρίζουν οτι η τηλεόραση καθησυχάζει τα :αιδιά.

Σύμφωνα με τη Δουλκέρη, ο όρος «παιδικές εκπομπές» στην ελληνική τηλεόραση είναι ταυτισμένος με την έννοια των κινουμένων σχεδίων, και έχουν σαν :ύριο στόχο να διασκεδάσουν και λιγότερο να διευρύνουν τις γνώσεις τους ή να υαισθητοποιήσουν σε κοινωνικά προβλήματα.

Εκτός από τα θετικά στοιχεία ένα μεγάλο μέρος των επικρίσεων εντοπίζεται στον καταναλωτισμό που προωθούν οι παιδικές εκπομπές.

Ο Englehart (1986) ισχυρίζεται ότι οι παιδικές εκπομπές προωθούν σειρές :ροϊόντων. Ο Kinder (1991) συμφωνεί οτι η διασύνδεση εκπομπών με συγκεκριμένους ήρωες διαφημίσεων παιχνιδιών βιντεοπαιχνιδιών και άλλων

:μημάτων του εμπορικού υπερσυστήματος, ενσωματώνει τα παιδιά στην καταναλωτική κοινωνία.

Σχετικά με την εκπροσώπηση των παιδιών στην καταναλωτική κουλτούρα των ΜΜΕ, ο Fiske (1987) ισχυρίζεται ότι τα παιδιά καταναλωτές των ΜΜΕ δεν είναι μια παθητική, αβοήθητη μάζα, αλλά ότι το παιδικό κοινό αποκωδικοποιεί ενεργά τα μηνύματα και θεωρεί αυτή τη δραστηριότητα ως μια έμφυτη αντίσταση στην κατίσχυση των παραγωγών των μέσων, που διαμορφώνει ένα πόλο «σημειολογικής εξουσίας» για τους κατά τ' άλλα υποτελείς τηλεθεατές.

Οι παιδικές τηλεοπτικές εκπομπές και ειδικότερα τα κινούμενα σχέδια προέρχονται από πολυεθνικές εταιρείες, όμως τα παιδιά είναι αυτά που καθορίζουν τελικά τα νοήματα και τις χρήσεις των εμπορικών υλικών. Τα μέσα και οι ειδικοί του μάρκετινγκ καθορίζουν τα υλικά που θα χρησιμοποιήσουν τα παιδιά για να δομήσουν την κοινή τους κουλτούρα, αλλά δεν επηρεάζουν απαραίτητα τα τεκταινόμενα σε αυτή την κουλτούρα.

✓ **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ**

3. ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ

Στο τρίτο κεφάλαιο των θεωρητικών μας επιλογών αναφερόμαστε συνοπτικά **στις κοινωνικές αναπαραστάσεις.** Αρχικά εξετάζουμε την προέλευση, την έννοια, τα δομικά στοιχεία, τις λειτουργίες των κοινωνικών αναπαραστάσεων

3.1 Γενικές θεωρητικές αναφορές για τις αναπαραστάσεις

Πολλοί ερευνητές στο χώρο της κοινωνικής ψυχολογίας[1.2.3.4] έχουν προσεγγίσει το θέμα των αναπαραστάσεων, με αποτέλεσμα να υπάρχουν σήμερα σημαντικά ευρήματα. Σύμφωνα με τον Παπαστάμου: *οι αναπαραστάσεις αντικαθιστούν τη στατική έννοια της «κοινωνικής στάσης» και σηματοδοτούν την πορεία της κοινωνιοψυχολογικής σκέψης προς την κατεύθυνση μιας περισσότερο γνωστικής κοινωνικής ψυχολογίας* (2001, σ. 75).

3.2 Η προέλευση των κοινωνικών αναπαραστάσεων

Αυτός που επινόησε και χρησιμοποίησε για πρώτη φορά τον όρο αναπαράσταση είναι ο Durkeim[5.6], ο οποίος το 1898 αναφέρθηκε στις «συλλογικές αναπαραστάσεις» και στη συνέχεια τις διέκρινε από τις ατομικές .

Σύμφωνα με το Moscovici (1970) «... το κεντρικό και αποκλειστικό αντικείμενο της κοινωνικής ψυχολογίας είναι όλα τα φαινόμενα που έχουν σχέση με την ιδεολογία και την επικοινωνία, αναφορικά με τη γένεση, τη δομή και τη λειτουργία τους...»

«Η ιδιαιτερότητα της θεώρησής της... είναι η τομή των κοινωνιολογικών παραγόντων και των ψυχολογικών καταβολών της ανθρώπινης συμπεριφοράς, την καθιστούν αναπόσπαστο κομμάτι της διερεύνησης των κοινωνικών φαινομένων...» (Παπαστάμου ., 1989, σ. 9).

«Ωστόσο αυτό που κάνει την κοινωνική ψυχολογία να ξεχωρίζει από τις γειτονικές της επιστήμες, δεν είναι τόσο το γνωστικό της αντικείμενο, όσο το βλέμμα που ρίχνει στην πραγματικότητα». Παπαστάμου , 1989, σ. 15).

Η κοινωνική ψυχολογία, με τις διαδικασίες δια μέσου των οποίων:

- οργανώνονται οι γνώσεις
- εγκαθιδρύονται οι σχέσεις των ατόμων προς το περιβάλλον
- οριοθετούνται οι δομές
- κωδικοποιούνται οι διατομικές και διομαδικές σχέσεις
- συγκροτείται μια κοινωνική πραγματικότητα (Moscovici, 1976).

Σύμφωνα με τον Durkheim: «... όπως η ατομική αναπαράσταση δεν μπορεί να περιοριστεί στην πνευματική λειτουργία του ατόμου, αλλά είναι μια πολύπλοκη ψυχική διεργασία, έτσι και η συλλογική δεν μπορεί να περιοριστεί στο σύνολο των ατομικών αναπαραστάσεων. Παρόλο που οι συλλογικές αναπαραστάσεις αντιμετωπίζονται από τον Durkheim με τρόπο στατικό, η ίδια η αναπαράσταση

) όρος αναπαράσταση (representation) έχει τις ρίζες του στη φιλοσοφία, ενώ η ννοια της κοινωνικής αναπαράστασης καθιερώθηκε τα τελευταία σαράντα χρόνια πό το Moscovici (1961) και παραπέμπει στην ντυρκεμιανή έννοια της συλλογικής ναπαράστασης[6].

Η έννοια της συλλογικής αναπαράστασης κατά τον Durkheim συνδέεται με αυτή της συλλογικής συνείδησης», η οποία αναδεικνύει το «... σύνολο των αναπαραστάσεων, δεωδών, συναισθημάτων και φιλοδοξιών των μελών μιας κοινωνίας...»

Γωγού-Κρητικού , 1994, σ. 116)

.3 Η έννοια των κοινωνικών αναπαραστάσεων

Ο πρώτος, ο οποίος επαναπροσδιόρισε την ντυρκεμιανή έννοια και εισήγαγε ην έννοια των κοινωνικών αναπαραστάσεων, ήταν ο Moscovici (1961) με την λασική μελέτη του «Η ψυχανάλυση, η εικόνα και το κοινό της». Ο Moscovici ελέτησε τις κοινωνικές αναπαραστάσεις της ψυχανάλυσης, δηλαδή πώς μια πιστημονική θεωρία διαδίδεται σε ένα πλαίσιο πολιτισμικό, πώς μεταβάλλεται κατά η διαδικασία της διάδοσής της και πώς τελικά επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι νθρωποι αντιλαμβάνονται και ερμηνεύουν την καθημερινή πραγματικότητα.

Ο ίδιος ο Moscovici προσδιορίζει τις κοινωνικές αναπαραστάσεις ως ικοδομήματα, τα οποία έχουν τη δυνατότητα να διοχετεύουν τις ανταλλαγές που ίνονται μεταξύ ατόμων ή ομάδων και της πραγματικότητας και τα οποία ντιμετωπίζονται σε ατομικό ή ομαδικό επίπεδο ως «... συστήματα γνωστικά που χουν μια ιδιαίτερη λογική και γλώσσα... για «θεωρίες», για «επιστήμες», sui generis, ου προορίζονται για την ανακάλυψη της πραγματικότητας και την ταξινόμησή ης...» (Moscovici, 1969, σ. 10).

Η έννοια της κοινωνικής αναπαράστασης ήρθε να καλύψει κυρίως την νδογενή αδυναμία του συμπεριφοριστικού μοντέλου να κατανοήσει τις σημαντικές λληλεπιδράσεις των ατόμων με τον κόσμο και το περιβάλλον.

ηλώνει την επικυριαρχία του κοινωνικού στο ατομικό, ο ίδιος επισημαίνει ότι ο ρόλος της κοινωνικής ψυχολογίας είναι να μελετήσει τον τρόπο με τον οποίο οι αναπαραστάσεις πλησιάζουν, τομακρύνονται, υποστηρίζονται, συγχωνεύονται και διαχωρίζονται...» (Παπαστάμου, Μαντόγλου, σ. 3).

[6] Το 1960 ο Bohannan χρησιμοποιεί ακόμη τους όρους της κοινωνικής και συλλογικής ναπαράστασης με τον ίδιο τρόπο, θεωρώντας ότι εάν η αναπαράσταση είναι κοινή για πολλά άτομα, ην δηλαδή τα τελευταία μπορούν να επικοινωνούν και να δρουν με ένα λογικό βαθμό αμοιβαίας οσδοκίας σχετικά με τις βάσεις αυτής της επικοινωνίας, αυτή η αναπαράσταση είναι συλλογική ή οινωνική με τους όρους του Durkheim. (Θεοδωράκης, Γούδας, Παπαϊωάννου, 1989, σ.σ. 274-275).

Βέβαια δε θα πρέπει να παραβλέπεται ότι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις δεν ποτελούν ένα ξεχωριστό κοινωνιοψυχολογικό φαινόμενο, αλλά είναι οι τρόποι με ους οποίους προσεγγίζουμε, ερμηνεύουμε και σκεπτόμαστε την καθημερινότητα, ηλαδή εμφανίζονται, δρουν και αποκρυσταλλώνονται στον καθημερινό μας κόσμο. ύμφωνα με τον Παπαστάμου: «*Ο κόσμος των κοινωνικών αναπαραστάσεων είναι ιάχυτος, ευμετάβλητος και διατελεί σε συνεχή κίνηση. Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις χουν τη δική τους πραγματική υπόσταση στον ίδιο βαθμό με τη μνήμη, την ομιλία ή το ρήμα: παρουσιάζονται με σταθερότητα και συνέπεια σαν παράγωγα της ανθρώπινης πικοινωνίας. Ταυτόχρονα αποτελούν ένα αξιόλογο τμήμα της ατομικότητας: υμμετέχουν ενεργά και αποφασιστικά στη διαμόρφωση και λειτουργία της ατομικής υνείδησης, με τη μορφή ιδεών, εννοιών, κατηγοριών και κινήτρων, μετατρέποντας την τομική συμπεριφορά σε συλλογική πρακτική και συλλογικά συναισθήματα ή υγκινήσεις*» (Παπαστάμου, 1989, σ. 417).

Η έννοια της κοινωνικής αναπαράστασης, σύμφωνα με τον Lipiansky (1991) ερικλείει μια πολυπλοκότητα, η οποία επικεντρώνεται σ' ένα διαμορφούμενο λληλεπιδραστικό πεδίο του ατόμου και της κοινωνίας και μέσα από οινωνιοψυχολογικούς μηχανισμούς δημιουργείται μια νέα δυναμική στον υρωπαϊκό χώρο και σε αντίθεση με την παραδοσιακή ψυχολογία της αμερικανικής κέψης και δράσης, που περιφερόταν γύρω από τις έννοιες του στερεότυπου, της νώμης και της στάσης.

Η θεωρητική και μεθοδολογική τεκμηρίωση των κοινωνικών ναπαραστάσεων έδωσε το έναυσμα να ανοιχτούν νέοι ορίζοντες στη μελέτη της νώσης και της συμπεριφοράς, που διαμορφώνουν και εκφράζουν τα άτομα για τον αυτό τους αλλά και για τον κόσμο που τους περιβάλλει.

.4 Τα δομικά στοιχεία των κοινωνικών αναπαραστάσεων

Η κοινωνική αναπαράσταση, σύμφωνα με τον Moscovici (1976, 1999, Παπαστάμου, Μαντόγλου, 1995) *είναι ένα σύστημα αξιών, εννοιών, ψυχικών ικόνων, διανοητικών σχημάτων, που συντίθεται από πληροφορίες τις οποίες συλλέγει ο άτομο μέσω των αισθήσεών του, καθώς και από πληροφορίες που έχουν εγγραφεί τη μνήμη του, καθώς και αυτών που απορροφούνται από τις αλληλεπιδρασιακές χέσεις με τον κόσμο.*

Σε κάθε έννοια των υποκειμένων αντιστοιχεί μια εικόνα και είναι η ναπαράσταση ενός υποκειμένου για ένα αντικείμενο. *«Η κοινωνική αναπαράσταση ός υποκειμένου για ένα αντικείμενο (Moscovici, 1976)... οι κοινωνικές ναπαραστάσεις έχουν δύο όψεις: μια παθητική και μια ενεργητική. Η πρώτη (παθητική ψη) συνίσταται σε μια ομοιόμορφη αντιγραφή της εξωτερικής πραγματικότητας, μια ωτογραφία, μια εικόνα που κατοικεί στον [illegible]. Η δεύτερη (ενεργητική όψη) σε ια αναπαραγωγή των ερεθισμάτων (πράξεις, καταστάσεις, αντικείμενα) που οίσκονται σε συνεχή και κοινωνική αλληλεπίδραση μεταξύ τους και σε μια νοικοδόμηση αυτών των ερεθισμάτων, μέσα σ' ένα πλαίσιο κανόνων, αξιών και νοιών με το οποίο βρίσκονται αλληλέγγυα»* (Παπαστάμου, Μαντόγλου, 1995, σ. 16).

Ο Κατερέλος επισημαίνει ότι δεν υπάρχει ένα αντικείμενο μόνο του, αλλά πάρχει για ένα άτομο ή για μια ομάδα: *«... είναι λοιπόν η σχέση Υποκείμενο – ντικείμενο που διαμορφώνει το ίδιο το αντικείμενο. Μια αναπαράσταση είναι πάντοτε ναπαράσταση για κάτι από κάποιον»* (Κατερέλος , 1996, σ. 50).

Συνεπώς ανάμεσα στο υποκείμενο και στο αντικείμενο εγκαθιδρύεται μια χέση. Η σχέση αυτή επηρεάζεται άμεσα τόσο από την πολιτικοκοινωνικοοικονομική έση που κατέχει το άτομο, καθώς και από την ηλικία και το φύλο. Ταυτόχρονα, οι ναπαραστάσεις του υποκειμένου για ένα αντικείμενο δέχονται άμεσες επιρροές από ς προϋπάρχουσες πληροφορίες του ατόμου. Οι πληροφορίες αφορούν τις γνώσεις ου διαθέτει το άτομο σχετικά με το αντικείμενο και στο γνωστικό πεδίο του ατόμου ιακρίνουμε το πεδίο της αναπαράστασης, την πληροφορία και τη στάση.

«Η κοινωνική αναπαράσταση είναι μια κοινωνικογνωστική δομή, τα συστατικά τοιχεία της οποίας ορίζονται από ένα σύνολο προτάσεων, αντιδράσεων, εκτιμήσεων αι αποτελούν αυτό που ο Moscovici χαρακτήρισε ως κόσμο απόψεων. Η οργάνωση υτού του κόσμου των απόψεων εξαρτάται από την κοινωνιο-ψυχολογική ταυτότητα υν υποκειμένων (κοινωνική τάξη, ηλικία, φύλο, μορφωτικό επίπεδο) και από το ξιολογικό σύστημα κάθε κοινωνίας. Ωστόσο, κάθε κόσμος απόψεων έχει τρεις αστάσεις: την πληροφορία, τη στάση και το πεδίο αναπαράστασης. Αυτές οι τρεις αστάσεις καθορίζουν τόσο το περιεχόμενο όσο και την οργάνωση και σημασία των ναπαραστάσεων» (Παπαστάμου, Μαντόγλου, 1995, σ. 25).

Η πληροφορία αναφέρεται στο γνωστικό πεδίο που διαθέτει το υποκείμενο χετικά με ένα αντικείμενο κοινωνιοψυχολογικού ή μη περιεχομένου (θετική ή ονητική) και το πεδίο αναπαραστάσεων σε ένα ιεραρχημένο σύνολο απόψεων που έπουν κάθε συγκεκριμένη αναπαράσταση

3.5 Οι λειτουργίες των κοινωνικών αναπαραστάσεων

Με βάση τη δομική προσέγγιση, η κοινωνική αναπαράσταση είναι ένα σύνολο το οποίο συνυπάρχουν ο κεντρικός πυρήνας και τα περιφερειακά στοιχεία. Ο εντρικός πυρήνας είναι το βασικό στοιχείο που καθορίζει και οργανώνει την αναπαράσταση, επιτελεί δύο βασικές λειτουργίες: «*μια γενεσιουργό λειτουργία: είναι το στοιχείο με το οποίο δημιουργείται ή αλλάζει η σημασία των άλλων συνιστωσών στοιχείων της αναπαράστασης. Είναι αυτό διαμέσου του οποίου αυτά τα στοιχεία κτίρνουν ένα νόημα, μια αξία, μια οργανωτική λειτουργία: είναι ο κεντρικός πυρήνας που καθορίζει τη φύση των δεσμών, που ενώνουν μεταξύ τους τα στοιχεία της αναπαράστασης. Είναι απ' αυτή την άποψη, το ενωτικό στοιχείο της αναπαράστασης.*

Έχει εξάλλου και μια άλλη ιδιότητα: αποτελεί το πιο σταθερό στοιχείο της αναπαράστασης, αυτό που βεβαιώνει τη διάρκειά της, όταν αυτή βρίσκεται σε κινούμενα και εξελικτικά πλαίσια. Είναι το πιο αυθεντικό στοιχείο της αναπαράστασης την αλλαγή...» (Κατερέλος , 1996, σ.σ. 61-62).

Συνεπώς, ο κεντρικός πυρήνας επιτελεί μια βασική γενεσιουργό και μια οργανωτική λειτουργία. Γύρω από τον πυρήνα οργανώνονται τα περιφερειακά στοιχεία, τα οποία αποτελούν το πιο συγκεκριμένο μέρος της αναπαράστασης και επιτελούν τρεις καθοριστικές λειτουργίες: συγκεκριμενοποιούν την αναπαράσταση, την προσαρμόζουν στα θεματικά πλαίσια με τη διαδικασία της ρύθμισης και συμβάλλουν στην επιλεκτική διαδικασία της αναπαράστασης.

Βασικό στοιχείο είναι η λειτουργία άμυνας του κεντρικού πυρήνα σε κάθε προσπάθεια αλλαγής. «*Γύρω από έναν κεντρικό πυρήνα οργανώνονται τα περιφερειακά στοιχεία, τα οποία αποτελούν το πιο συγκεκριμένο μέρος της αναπαράστασης και επιτελούν τρεις καθοριστικές λειτουργίες:*

συγκεκριμενοποιούν την αναπαράσταση,

την προσαρμόζουν στα θεματικά πλαίσια με τη διαδικασία της ρύθμισης και

συμβάλλουν στην εξελικτική διαδικασία της αναπαράστασης.

Γύρω από έναν κεντρικό πυρήνα οργανώνονται τα περιφερειακά στοιχεία. Βρίσκονται σε απ' ευθείας σχέση με αυτόν, δηλαδή η παρουσία τους, η συμμετρία τους, η δυναμικότητά τους και η λειτουργία τους είναι καθορισμένες από τον πυρήνα. Αποτελούν το ουσιώδες του περιεχομένου της αναπαράστασης, το πιο προσιτό μέρος του, αλλά επίσης το πιο ζωντανό και το πιο συγκεκριμένο. Περιλαμβάνουν συλλεγμένες πληροφορίες, επιλεγμένες και ερμηνευμένες, κρίσεις σχηματισμένες γύρω από το

ντικείμενο και το περιβάλλον του, στερεότυπα και πεποιθήσεις... έχουν τρεις :ιτουργίες:

- ✓ *λειτουργία συγκεκριμενοποίησης...*
- ✓ *διαδικασία ρύθμισης...*
- ✓ *λειτουργία άμυνας: ο κεντρικός πυρήνας μιας αναπαράστασης... αντιστέκεται στην αλλαγή...»* (Κατερέλος, 1996, σ.σ. 65-66).

Ο Abric (1987) υποστηρίζει ότι τα άτομα έχουν τις δικές τους ναπαραστάσεις για τα όσα συμβαίνουν στον περιβάλλοντα κόσμο και οι αντιδράσεις ους οφείλονται σε συγκεκριμένες κοινωνικές αναπαραστάσεις που δομούνται από ον κεντρικό πυρήνα και τα περιφερειακά στοιχεία. Ο κεντρικός πυρήνας οργανώνει ι περιφερειακά στοιχεία.

Συνεπώς η γενική οργάνωση και λειτουργία των κοινωνικών ναπαραστάσεων καθορίζεται από ένα άκαμπτο κεντρικό σύστημα και από ένα πιο οκίνητο, ευέλικτο, περιφερειακό σύστημα που έχει τη δυνατότητα να αφομοιώνει τα εδομένα που αποκτήθηκαν από προσωπικά βιώματα των υποκειμένων και ξελίχθηκαν στα πλαίσια των πρακτικών των ομάδων.

Για τον εντοπισμό του κεντρικού πυρήνα και των περιφερειακών στοιχείων ιας αναπαράστασης χρησιμοποιείται η συνειρμική μέθοδος «... *ζητείται από τα τοκείμενα να αναφέρουν τις πρώτες λέξεις που τους έρχονται στο μυαλό τους στο κουσμα της υπό μελέτη έννοιας.»*

Βάσει της θεωρίας, τον πυρήνα της αναπαράστασης τον αποτελούν οι λέξεις είνες, οι οποίες παρουσιάζουν υψηλή συχνότητα και χαμηλή μέση σειρά ιφάνισης, ενώ τα περιφερειακά στοιχεία συναπαρτίζουν οι λέξεις με την υψηλή έση σειρά εμφάνισης και τη χαμηλή συχνότητα. Στη διαδικασία διαμόρφωσης της ναπαράστασης υπολείπονται δύο βασικές λειτουργίες: η αντικειμενοποίηση bjectivation) και η επικέντρωση (anerage).

Η αντικειμενοποίηση αφορά το στάδιο σχηματοποίησης και απόδοσης της τεικονιστικής μορφής στο αντικείμενο. Διαμέσου αυτής το αφηρημένο γίνεται ογκεκριμένο και η έννοια μετατρέπεται σε εικόνα. Κατά το Moscovici (1976), η ντικειμενοποίηση είναι η αναρρόφηση και υλοποίηση ενός πλεονάσματος ιμασιών.

«... *μέσω της διαδικασίας της αντικειμενοποίησης επιλέγονται πληροφορίες ετικές με το αντικείμενο σύμφωνα με κοινωνικούς και πολιτισμικούς κανόνες, αλλά ι σύμφωνα με ατομικούς και αντιληπτικούς κανόνες. Στη συνέχεια οι πληροφορίες*

υτές αποκρυσταλλώνονται γύρω από ένα παραστατικό υπόδειγμα, το οποίο γίνεται ργαλείο κατηγοριοποίησης προτύπων και συμπεριφορών, ενώ η κοινωνική ομάδα το κλαμβάνει στο εξής ως μια συνεκτική εικόνα (εικονικό μοντέλο), να μετατρέπεται ηλαδή μια έννοια σε εικόνα...» (Κοσκινάς, Παπαστάμου και συνεργάτες, 2000, σ. 7).

Η επικέντρωση (ancrage) αναφέρεται περισσότερο στην κοινωνική ρησιμότητα της κοινωνικής αναπαράστασης και στο μετασχηματισμό της ραγματικότητας. Πρόκειται για μια διαδικασία, η οποία λειτουργεί σε μια λογική ργαλειοποίησης (instrumentalisation) της παραγόμενης γνώσης.

Με τη διαδικασία της επικέντρωσης «... *η κοινωνία μεταμορφώνει το οινωνικό αντικείμενο σε εργαλείο, το οποίο μπορεί να διαχειρίζεται και αυτό το ντικείμενο τοποθετείται σε μια κλίμακα προτίμησης μέσα στις υπάρχουσες κοινωνικές χέσεις...»* (Παπαστάμου, Μαντόγλου, 1995, σ. 21).

Η διαδικασία της επικέντρωσης προέρχεται από τη θεωρία της Gestalt βάσει ης οποίας ένα νέο αντικείμενο τοποθετείται σ᾽ ένα γνωστικό πλαίσιο, προκειμένου α εξηγηθεί και να ερμηνευθεί.

Ο Moscovici (1984) υποστηρίζει ότι ο κύριος στόχος είναι να δαμάσουν το γνωστο. Όμως δε θα πρέπει να παραβλέψουμε ότι μπορούν να σταθούν εμπόδιο την προσπάθεια του ατόμου να προσεγγίσει κάτι νέο, γιατί όπως έχουμε αναφέρει, ο υρήνας είναι άκαμπτος. Όμως υπάρχει η δυνατότητα μεταλλαγής της κοινωνικής ναπαράστασης, είτε μέσω σταδιακής αλλαγής της φύσης των περιφερειακών τοιχείων, είτε μέσω μιας ξαφνικής αλλαγής του ίδιου του κεντρικού πυρήνα της οινωνικής αναπαράστασης.

.6 Η αναπαράσταση ως κοινωνιογνωστικό σύστημα

Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στο γνωστικό χαρακτήρα των κοινωνικών ναπαραστάσεων που αφορά την οργάνωση και την κατηγοριοποίηση των ληροφοριών σε ένα συγκεντρωτικό σύστημα γνώσεων (γνωστικό σύστημα). Οι οινωνικές αναπαραστάσεις αναφέρονται σε μια ενεργό διαχείριση της εμπειρίας λλά και στον αλληλεπιδρασιακό μηχανισμό του γνωσιακού συστήματος με τον ποίο οι κοινωνικές αναπαραστάσεις ενεργοποιούνται κατά τον Abric (1987) ως *προϊόν»*, ως πλέγμα εικόνων και εννοιών, το οποίο συμβάλλει στη διαμόρφωση των υμπεριφορών των υποκειμένων.

Βασική είναι η συμβολή των αντιληπτικών διαδικασιών στη δημιουργία των ινωνικών αναπαραστάσεων, αφού το άτομο για να απεικονίσει νοητικά ένα τικείμενο πρέπει να το έχει αντιληφθεί μέσω των αισθήσεών του.

Η μελέτη της διαδικασίας διαμόρφωσης μιας κοινωνικής αναπαράστασης μφωνα με τη θέση της Jodelet αφήνει να επικεντρώνεται στο μορφοποιητικό και μασιοδοτικό τομέα που επιτελεί. Η λειτουργία αυτή ξεκινά με τη διαδικασία της σθητηριακής οικειοποίησης του αντικειμένου και μέσω της γνωστικής αστηριότητας γίνεται αντιστοίχιση έννοιας και εικόνας. Με τον όρο λοιπόν ινωνικές αναπαραστάσεις εννοούνται «... *οι ψυχικές εικόνες, τα διανοητικά σήματα, πεποιθήσεις, στις οποίες καταγράφονται οι εμπειρίες του ατόμου. Είναι δηλαδή οι όποι με τους οποίους γίνεται η ερμηνεία και η πρόσληψη της καθημερινής αγματικότητας... είναι ένα σύστημα αξιών, εννοιών, πρακτικών αναφορικά με τα τικείμενα, τις απόψεις και τις διαστάσεις του κοινωνικού περιβάλλοντος που τρέπει όχι μόνο τη σταθεροποίηση του τρόπου ζωής των ατόμων και των ομάδων, λά συνιστά εξίσου και ένα εργαλείο προσανατολισμού της αντίληψης των ταστάσεων και της εκπόνησης των απαντήσεων...*» (Κοσκινάς, Παπαστάμου και νεργάτες, 2000, σ. 33).

Η Jodelet (1984) αναφέρει ότι οι κοινωνικές αναπαραστάσεις είναι: «... *οι κόνες που συμπυκνώνουν ένα σύνολο σημασιών, συστήματα αναφοράς που μας τρέπουν να ερμηνεύσουμε αυτό που μας συμβαίνει, δηλαδή να δώσουμε ένα νόημα ο απρόσμενο, κατηγορίες που η προσφορά τους συνίσταται στην ταξινόμηση των ριστάσεων, τα φαινόμενα, τα άτομα με τα οποία επικοινωνούμε, θεωρίες που τρέπουν να βασιστούμε σε αυτά... Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις είναι συμβολικές ποθετήσεις οργανωμένες σε διαφορετικούς τρόπους (γνώσεις, στάσεις, στερεότυπα), ναι το ισοδύναμο των μύθων και συστημάτων σκέψης των παραδοσιακών ινωνιών*». (Μαντόγλου, 1996, Jodelet , 1989, Doice , 1989).

Ο Moscovici (1976) διευκρινίζει ότι, για να θεωρηθεί μια αναπαράσταση *οινωνική*», είναι βασικό να διακρίνουμε σ' αυτή τρία στοιχεία (κριτήρια).

Το ποσοτικό κριτήριο που επικεντρώνεται στο βαθμό μιας αναπαράστασης μέσα ένα ευρύ κοινωνικό πλαίσιο.

Το κριτήριο παραγωγής με το οποίο η αναπαράσταση λειτουργεί με την ιδιότητα ς έκφρασης ή του προϊόντος μιας συγκεκριμένης κοινωνίας.

Το κριτήριο λειτουργικότητας, όπου η αναπαράσταση συμβάλλει στη χμόρφωση συμπεριφορών και κοινωνικών πρακτικών.

7 Η διαφοροποίηση του S. Moscovici από τις κλασικές προσεγγίσεις των συμπεριφοριστών

Το δυναμικό μοντέλο των κοινωνικών αναπαραστάσεων του Moscovici 969) διαφοροποιείται από τις κλασικές προσεγγίσεις των συμπεριφοριστών και σε ιτίθεση με το μπιχεβιοριστικό μοντέλο του «*ερεθίσματος – απάντηση*», οι οινωνικές αναπαραστάσεις καθορίζουν και το ερέθισμα και την απάντηση: *ργανισμός – Ερέθισμα, Οργανισμός – Απάντηση*.

Τόσο το ερέθισμα όσο και η απάντηση αλληλεξαρτώνται από το άτομο και ν υπάρχει ρήξη ανάμεσα στον εσωτερικό και εξωτερικό κόσμο. Το άτομο δεν ριορίζεται σ' έναν ανεξάρτητο βιολογικό οργανισμό, ο οποίος δέχεται ερεθίσματα α οποία απαντά. Είναι οικοδόμημα μιας συνεχούς αλληλεπιδραστικής σχέσης με το ριβάλλον του.Το ερέθισμα είναι κοινωνικά ενσωματωμένο, δεν είναι ανεξάρτητο ι αυτόνομο. Κατά συνέπεια, η απάντηση είναι συνάρτηση, νοούμενη ως διαλεκτική έση του ατόμου και του ερεθίσματος. «*... τα άτομα στην καθημερινή τους ζωή δεν ναι μόνο αυτές οι παθητικές μηχανές που υπακούουν στους μηχανισμούς, ταγράφουν μηνύματα και αντιδρούν στα εξωτερικά ερεθίσματα, όπως τα εμφανίζεται κοινωνική ψυχολογία της ισορροπίας, περιορισμένη στη συλλογή απόψεων και κόνων. Αντίθετα, κατέχουν τη φρεσκάδα της φαντασίας και την επιθυμία να δώσουν α νόημα στην κοινωνία και στο σύμπαν που είναι δικά τους*» (Moscovici, 1976), Ιαπαστάμου, Μαντόγλου, 1995, σ. 14).

Σύμφωνα με τον Κατερέλο, σημείο εκκίνησης της θεωρητικής παραγωγής των οινωνικών παραγόντων σαν τομέα έρευνας, που έχει τη δυνατότητα να εκφράσει την ιαιτερότητα της κοινωνικής ψυχολογίας, αλλά και να καλύψει την περιοριστικότητα ον κλασικών προσεγγίσεων και αναδεικνύει τη δομική αλλά και τη δυναμική φύση ον κοινωνικών αναπαραστάσεων, είναι: «*... η εγκατάλειψη του κλασικού χωρισμού που αναπτύχθηκε στις συμπεριφοριστικές προσεγγίσεις – ανάμεσα σε οκείμενο και αντικείμενο...*» (Κατερέλος, 1996, σ. 50).

Για το Moscovici (1976), Κοινωνικές αναπαραστάσεις σαν διαδικασία και οτέλεσμα της κοινωνικής αλληλεπίδρασης: «*Όταν μιλάμε για κοινωνικές αναπαραστάσεις, ξεκινάμε από διαφορετικές προκείμενες. Κατ' αρχήν, θεωρούμε ότι ν υπάρχει δεδομένη τομή ανάμεσα στον εξωτερικό κόσμο και στον κόσμο του ατόμου της ομάδας), ότι το υποκείμενο και το αντικείμενο δεν είναι απόλυτα ετερογενή μέσα ο κοινό τους πεδίο. Το αντικείμενο εγγράφεται μέσα σ' ένα πλαίσιο ενεργό,*

ούμενο, καθώς γνωρίζεται κατά τρόπο μερικό από το άτομο ή τη συλλογική ότητα, όντας προέκταση της συμπεριφοράς τους και δεν υπάρχει γι' αυτούς παρά λειτουργία των μέσων και των μεθόδων...» (Moscovici, 1976, σ. 46).

Οι αναπαραστάσεις συγκροτούνται από πληροφορίες που συγκεντρώνει το οκείμενο, χρησιμοποιώντας τις αισθήσεις του και από αυτές που έχουν γκεντρωθεί στη μνήμη του κατά τη διάρκεια της ζωής του, καθώς επίσης και από ν ενεργό διαχείριση της αλληλεπιδρασιακής σχέσης με το περιβάλλον του.

3.8 Σύνοψη τρίτου κεφαλαίου

το κεφάλαιο αυτό παρατέθηκαν στοιχεία που αναφέρονται στην προέλευση των κπαραστάσεων, τον επαναπροσδιορισμό της ντυρκεμιανής έννοιας με την αγωγή των κοινωνικών αναπαραστάσων από το S. Moscovici ως έννοιας η οποία θε να καλύψει κυρίως την ενδογενή αδυναμία του συμπεριφοριστικού μοντέλου.
ίσης έγιναν αναφορές για τα δομικά στοιχεία και τη λειτουργία των κοινωνικών κπαραστάσεων.
κατακλείδι καταδείχθηκε η διαφοροποίηση των κοινωνικών αναπαραστάσεων του oscovici από τις κλασικές προσεγγίσεις των συμπεριφοριστών και έγινε ιολόγηση της χρήσης των κοινωνικών αναπαραστάσεων ως βασικού θεωρητικού ισίου στην έρευνά μας.
ιφωνα με την Ντάβου και το Χρηστάκη (1994), οι κοινωνικές αναπαραστάσεις ; επιτρέπουν «αφ' ενός τη γνώση και τον έλεγχο του φυσικού και του κοινωνικού σμου, από την άλλη την επικοινωνία μεταξύ των μελών» (σ. 32).
/επώς σύμφωνα με το Moscovici Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις δεν ιπροσωπεύουν απλώς «... γνώμες, εικόνες ή σχέσεις, αλλά θεωρίες που βλέπουν στην ανακάλυψη του πραγματικού» (1969, σ. 10).

ΜΕΡΟΣ Β΄ : ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

4. Ο ΝΤΙΣΝΕΪΚΟΣ ΚΟΣΜΟΣ

✓ Στο τέταρτο κεφάλαιο, εξετάζουμε τον ντισνεϊκό κόσμο, καταγράφοντας τα βιωματικά στοιχεία του δημιουργού και τις συνθήκες με τις οποίες σχηματίστηκε ο ντισνεϊκός κόσμος. ***Ερευνούμε κριτικά τόσο τα βιωματικά του στοιχεία όσο και τις φιλμικές του δημιουργίες, προκειμένου να διαμορφώσουμε το θεωρητικό υπόβαθρο, το οποίο στη συνέχεια θα μας επιτρέψει να κατανοήσουμε το μοντέλο Disney***.

4.1 Ο WALT DISNEY

4.1.1 Τα πρώτα χρόνια του Walt Disney

Ο Walt Disney γεννήθηκε στις 5 Δεκεμβρίου του 1901, σε μια μικρή πόλη λίγο έξω απ' το Σικάγο. Τα παιδικά του χρόνια ήταν ιδιαίτερα δύσκολα. Η οικογένεια Disney μετακόμιζε συχνά από τη μια πόλη στην άλλη και έτσι ο Walt τέρασε την παιδική του ηλικία σε διαφορετικά μέρη. Ο πατέρας του, Elias, ήταν εξαιρετικά αυστηρός με τα παιδιά του (το Walt, τους τρεις αδερφούς και τη μία αδερφή του) ενώ συχνά χειροδικούσε , όταν παραβίαζαν ακόμη και τον πιο ασήμαντο απ' τους κανόνες του (Seldon, 1989, σ.45).

Αν δεχτούμε ότι ο Walt είχε προικιστεί με ιδιαίτερα χαρίσματα, τότε σύμφωνα με τον Greene (1991): *«Από τη μητέρα του κληρονόμησε τη δύναμη να γελάει και μια αίσθηση του χιούμορ και μάλιστα του απλοϊκού και ορισμένες φορές ανεπιτήδευτου χιούμορ της ανθρώπινης φύσης και από τον πατέρα του την αίσθηση της πειθαρχίας και της συνεχούς προσπάθειας »* (σ. 15)

Η κατάσταση αυτή δόμησε τις αρχές και ιεράρχησε τις αξίες του Walt στα πρώτα του χρόνια και τον βοήθησε να αισθητοποιήσει την έννοια του «ιδανικού» αργότερα.

Ο Mosley (1990) αναφέρει ότι ο Walt προτιμούσε τα ζώα από τους ανθρώπους και ότι αυτός είναι ένας από τους λόγους που τα ζώα έγιναν και οι κεντρικοί ήρωες στις ταινίες κινούμενων σχεδίων του αργότερα.

4.1.2 Το ξεκίνημα της καριέρας του W. Disney

Ο πατέρας του το 1909 αρρώστησε και η οικογένεια μετακόμισε στο Kansas City του Μισούρι. Εκεί ο Walt και τα αδέρφια του εργάσθηκαν εξαντλητικά, για να κατορθώσουν να επιβιώσουν. (Bryman, A., 1995, σσ 89- 92)

Κατά τη διάρκεια του Πρώτου Παγκόσμιου Πολέμου το 1918 ο Walt Disney είπε ψέματα ως προς την ηλικία του, για να μπορέσει να καταταγεί σε μονάδα ασθενοφόρων του Ερυθρού Σταυρού. Όμως αμέσως, μόλις ο Walt γράφτηκε στον Ερυθρό Σταυρό, ο πόλεμος τελείωσε και τον έστειλαν στη Γαλλία να περιποιείται αρρώστους και τραυματίες.(Robin, 1999, σ. 87)

Πολλοί υποστηρίζουν ότι αυτή η παραμονή του στην Ευρώπη και ιδιαίτερα στο Παρίσι τον επηρέασε και εικόνες της εποχής εκείνης μεταφέρθηκαν στα κινούμενα σχέδια που δημιούργησε στη συνέχεια.

Μετά το τέλος του πολέμου, ο Walt επέστρεψε στο Kansas City όπου εργάστηκε ως καλλιτέχνης (ζωγράφος), εκεί γνώρισε τον Ubbe Iwerks. Μαζί οργάνωσαν μια μικρή επιχείρηση, σχεδιάζοντας σκίτσα για διαφημίσεις στις εφημερίδες. (Renard, 1985, σ.37).

Ο Walt δημιουργούσε μικρής διάρκειας κινούμενα σχέδια (δέκα λεπτών), που ονομάζονταν Laugh-O-Grams.(Canemaker , 1999, σ.12).

Σύντομα όμως, και επειδή δεν ήρθε η αναμενόμενη χρηματοδότηση, που τους είχαν υποσχεθεί, η επιχείρηση απέτυχε και τον Ιούλιο του 1923 ο Walt (σε ηλικία είκοσι τριών ετών) εγκατέλειψε το Kansas City για να μεταβεί στο Hollywood έχοντας μαζί του ελάχιστα πράγματα. (Seldon, 1989).

Ο Greene (1991) αναφέρει ότι ο Walt έλεγε αργότερα: ***«Νομίζω ότι είναι πολύ σημαντικό να έχεις μια μεγάλη αποτυχία, όταν είσαι ακόμα νέος»*** (σελ. 37).

4.1.3 Η πρώτη επιτυχία του W. Disney

Φτάνοντας στο Hollywood, ο Walt έστειλε ένα επεισόδιο της Alice in Wondernland (Η Αλίκη στη Χώρα των Θαυμάτων) σε μία σημαντική διανομέα κινούμενων σχεδίων στη Νέα Υόρκη, η οποία έδειξε το ενδιαφέρον της για τη σειρά.

Maltin Leonard, 1984 σ .98). Η Winkler, για την οποία ο λόγος, και ο νέος σύζυγος και συνεργάτης της Mintz, πρότειναν στο Walt μια νέα σειρά κινούμενων σχεδίων, στην οποία θα πρωταγωνιστούσε ο χαρακτήρας του Oswald, ο Τυχερός Λαγός.
(Barrier,1999,σ.σ 46-47).

Αργότερα, ο Mintz έκλεψε το προσωπικό και τον ήρωα του Disney, επειδή ο Walt είχε μόνο σχεδιάσει το λαγό, χωρίς να κατοχυρώσει τα δικαιώματά του. Ο Walt ορκίστηκε (Seldon, 1989): ***«Δε θα εργασθώ ποτέ ξανά για κάποιον άλλο»*** (σελ. 38), όρκο τον οποίο και τήρησε.

Το Σεπτέμβριο του 1928, η Walt Disney Studios παρουσίασε την πρώτη της παραγωγή στο θέατρο Colony της Νέας Υόρκης, με μία από τις πρώτες ταινίες κινούμενων σχεδίων με ήχο. Ήταν η ταινία Steamboat Willie (Ατμόπλοιο Γουίλι) με πρωταγωνιστή το Μίκυ Μάους.(Barrier,1999,σ.σ 51- 57).

Ο ήρωας ποντίκι είχε δημιουργηθεί από τον ίδιο το Walt, ενώ ταξίδευε σ' ένα τρένο με τη γυναίκα του Lilly, την οποία είχε παντρευτεί τον Ιούλιο του 1925. Ο Walt είχε ονομάσει το ποντίκι Μόρτιμερ αλλά η Lilly προτιμούσε το όνομα Μίκυ. Ο Disney σχολίαζε κάποτε (Jackson, 1993):

<< Μου αρέσουν πολύ τα ποντίκια. Όταν δούλευα αργά τη νύχτα, πολλά ποντίκια παίζεύονταν στο σκουπιδοτενεκέ μου. Συνήθιζα να τα βγάζω και να τα φυλάω σε μικρά κλουβιά στο γραφείο μου. Μ' ένα απ' αυτά είχαμε γίνει και φίλοι. Πριν φύγω από το Kansas City, το έβγαλα απ' το κλουβί και το ελευθέρωσα σ' ένα χωράφι >>. (σελ. 13).

Ένας εκπρόσωπος της Universal Pictures, που ήταν ανάμεσα στους πρώτους, που είδαν το κινούμενο σχέδιο με το ποντίκι, αναφέρεται από τον Greene (1991) ότι δήλωσε: *«Ποντίκια; Μα ποιος τα θέλει τα ποντίκια;»* (σελ. 54). Κι όμως οι ταινίες κινούμενων σχεδίων με το Μίκυ Μάους και με τη φωνή του Walt να χαρίζει ομιλία στον ήρωά του αγαπήθηκαν γρήγορα και λέγεται ότι ανέβασαν τη διάθεση του κόσμου κατά τη διάρκεια της μεγάλης οικονομικής κρίσης. Ο Walt βραβεύτηκε με ειδικό Ακαδημαϊκό Βραβείο το 1932 για τη δημιουργία του Μίκυ Μάους και του απονεμήθηκε το μετάλλιο της Γαλλικής Λεγεώνας Τιμής, ενώ βρισκόταν στο Παρίσι σε ένα φεστιβάλ καρτούν με το Μίκυ. Η Ευρώπη λάτρεψε κυριολεκτικά τα καρτούν του Walt Disney.

4.1.4 Το μοντέλο Disney

Ο Disney δημιούργησε την πρώτη του μεγάλου μήκους ταινία κινούμενων σχεδίων με την εφεύρεση του διάσημου «στόριμπορντ» (πίνακας με διάταξη σκηνών έργου) που είχε ως σκοπό την προσχεδίαση των οπτικών δράσεων μιας ταινίας κινούμενων σχεδίων, από το πρώτο καρέ έως και τους τίτλους του τέλους (Jackson, 1993, σ 39). Η δημιουργία του στόριμπορντ σε συνδυασμό με τη σκληρή δουλειά 750 εργαζόμενων κατάφεραν ένα εντυπωσιακό ξεκίνημα. Ωστόσο στα πρώτα χρόνια δεν υπήρχαν γυναίκες δημιουργοί κινούμενων σχεδίων, παρότι επικρατούσαν αριθμητικά στο τμήμα των μελανιών. Ο O' Brien (1996) ερμηνεύει αυτό αναφέροντας ότι: *«Ο Walt πίστευε πως οι γυναίκες δεν είχαν την απαραίτητη καλλιτεχνική ικανότητα ούτε την ανάλογη δημιουργικότητα» (σελ. 161).*

Ο ίδιος ο Disney παραδέχτηκε την προκατάληψή του έναντι των γυναικών και άλλων μειονοτήτων όταν, όπως αναφέρεται από το Mosley (1990), φώναξε: *«Ο Ρούσβελτ αποκάλεσε αυτόν τον αιώνα, αιώνα του συνηθισμένου ανθρώπου. Βλακείες! Είναι ο αιώνας του μαχαιροβγάλτη, του ομοφυλόφιλου και της πόρνης!»* (σελ. 221).

Ο Dow (1996) εκτιμά ότι: *«ξεκινώντας από την προσωποποίηση του «θείου Walt», ως πρόσωπο διασκέδασης της οικογένειας και προμηθευτή των αμερικανικών αξιών, έγινε εταιρικό προϊόν με παγκόσμια διάδοση...»* (σελ. 263).

Θετικά όμως προς το Walt, ο Greene (1991) αναφέρει κάποια δήλωση του καλλιτέχνη, συγγραφέα και μακροχρόνιου φίλου του Walt Disney, Bill Cottrell, κατά τον οποίο: *«Περισσότερο απ' οποιονδήποτε άλλο στο χώρο των κινούμενων σχεδίων, ο Walt κατανοούσε την ανάγκη οι ήρωές του να έχουν προσωπικότητα»* (σελ. 74).

Οι ήρωες αυτοί όμως είχαν στερεοτυπικές προσωπικότητες που τους επέτρεπαν να λειτουργούν σ' ένα πατριαρχικό σύστημα, ενώ τις περισσότερες φορές απεικονίζονται με τη μορφή ζώων. Ο Walt πίστευε ότι τα παιδιά μπορούσαν καλύτερα να αντιληφθούν ή να ταυτιστούν με μία ταινία, εάν τα μηνύματα αυτής ήταν φειδωλά και παρουσιάζονταν από χιουμοριστικούς ήρωες με τη μορφή ζώων. (σ. 58)

Η φήμη της Disney για διαιώνιση των οικογενειακών αξιών και ο μύθος ότι τα προϊόντα της αποτελούν επωφελή οικογενειακή διασκέδαση έχουν εδραιωθεί τόσο σταθερά, ώστε η μεταλλαγμένη άποψη των ιστοριών που παρουσιάζεται στις ταινίες κινούμενων σχεδίων θεωρείται συχνά η πρωτότυπη εκδοχή της ιστορίας.

4.1.5 Ο θάνατος του Walt Disney

Στα μέσα της δεκαετίας του'60 ο Walt αρρώστησε και ο οργανισμός του εξασθένησε πολύ γρήγορα. Συνέχισε να ασχολείται μέχρι και τη στιγμή του θανάτου του για την υλοποίηση του ονείρου του, που ήταν η αποπεράτωση του πάρκου της Φλόριντα. Στην τελευταία του συνομιλία με τον αδερφό του, Roy (που ήταν 72 χρόνων), τον παρακάλεσε να του υποσχεθεί ότι θα ολοκληρώσει την προσπάθειά του. Στις 15 Δεκεμβρίου του 1966, δέκα μέρες μετά τα εξηκοστά έκτα γενέθλιά του, ο Walt Disney εγκατέλειψε τον κόσμο, προκαλώντας ταραχή και θλίψη. Ο Greene (1991) σχολίαζε: «*Δε νομίζω πως* [ο Disney] *πίστευε ότι θα συνέβαινε ποτέ αυτό...*» (σελ. 169). Ο Greene συνέχιζε: «*Η ιστορία της ζωής του* [Disney] *έχει να μας δείξει μια αποτυχία για κάθε επιτυχία και μια απογοήτευση για κάθε νίκη*» (σελ. 6).

Αν σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο, μπορεί κανείς να θαυμάσει την επιμονή του Walt Disney που κατάφερε να κερδίσει πολλές προσωπικές ή επιχειρηματικές μάχες, πρέπει ωστόσο να αναζητήσουμε την παιδαγωγική λειτουργία και την ωφελιμότητα των ταινιών που δημιουργούσε ο Disney για παιδιά.

Ο Giroux (1995) γράφει:

Δηλαδή μαθαίνουμε από αυτές τις ταινίες...του [Disney] πώς να φανταζόμαστε τις κοινωνίες που εθελοτυφλούν στις άδικες κοινωνικές σχέσεις και είναι ανίκανες να προβληματίζονται, ακριβώς επειδή δημιουργούνται από ξεχωριστούς εαυτούς που ενυπάρχουν εκτός των κοινωνικών σχέσεών τους. (σελ. 102).

Ο Jackson (1993) αναφέρει: «*Με δεδομένη την επιτυχία του Disney, οι επιχειρηματικές πρακτικές του έχουν συχνά αναφερθεί ως υποδείγματα δημιουργίας μιας εταιρικής αυτοκρατορίας*» (σελ. 106). Μπορούμε να εικάσουμε, γιατί ισχύει αυτό, διαβάζοντας έναν απολογισμό του Schnickel (1985) για την κατάσταση της αυτοκρατορίας Disney το 1966, τη χρονιά θανάτου του Walt:. (σελ. 19).

<< Το μέγεθος της οικονομικής πραγματικότητας του Walt μπορεί να συνέβαλε στη δημιουργία ενός μύθου γύρω από την προσωπική ζωή του ίδιου, που τον ακολούθησε και μετά το θάνατό του. Σύμφωνα με μια ευρέως διαδεδομένη φήμη, το σώμα του Walt έχει καταψυχθεί κρυογονικά, ώστε να επαναφερθεί στη ζωή αργότερα, όταν ανακαλυφθεί θεραπεία για τον καρκίνο του πνεύμονα. Ακόμη αναφέρεται ότι το παγωμένο σώμα του βρίσκεται βυθισμένο σε ένα κάνιστρο, θαμμένο στη γη, στην Disneyland, κάτω από το κάστρο της Σταχτοπούτας >>. (Bell, 1996, σ.123).

Ο Bell (1996) ισχυρίζεται ότι ακόμη και μετά το θάνατο του Walt, η συνταγή Disney εξακολούθησε να διαιωνίζεται, επειδή: «*Ο μύθος ενός παγωμένου Disney*

αποτελεί αντιπροσωπευτικό παράδειγμα των αντρικών «συνεχιζόμενων επιτευγμάτων». (σελ. 109).

Ο Mosley (1985) αναφέρει ότι δεν έχει δοθεί απάντηση στο κρυογονικό μυστήριο, αλλά σύμφωνα με τον Jackson (1993) στην πραγματικότητα το σώμα του Walt Disney αποτεφρώθηκε. Η κηδεία του τελέσθηκε σε πολύ κλειστό οικογενειακό κύκλο (σύμφωνα με τις φήμες), όπως είχε ζητήσει ο Walt και η οικογένειά του.

Ο Roy τήρησε την υπόσχεση που είχε δώσει στο Walt και τον Οκτώβρη του 1971 άνοιξε μέρος του συγκροτήματος της Φλόριντα. Η ονομασία του δεν ήταν τελικά «Disney World» όπως είχε αρχικά σχεδιαστεί, αλλά ο Roy επέμενε να ονομαστεί «Walt Disney World», ώστε ο κόσμος να γνωρίζει ότι ήταν το όνειρο του Walt που έγινε πραγματικότητα.

Ο Zipes (1995) συμπεραίνει ωστόσο ότι ο Disney άφησε όνειρα που αποτελούν ευχάριστες ιστορίες, έχοντας εξαιρέσει τα δύσκολα θέματα φυλών, εθνικοτήτων, προβλημάτων των λαών, ώστε να προσεγγίζονται επιδερμικά σημαντικά θέματα και να αναδεικνύεται ένας παιδικός ηρωισμός και ένας απλουστευμένος εθνικισμός.(σ.127)

4.1.6 Η συνέχεια της Walt Productions και η νέα εταιρική εποχή

Μετά το θάνατο του Walt, στη δεκαετία του 1970 , η εταιρεία δεν παρουσίασε σημαντικά κέρδη εξαιτίας της εμμονής των στελεχών να κρίνουν τα έργα όχι τόσο σύμφωνα με τα καλλιτεχνικά ή δημιουργικά προσόντα τους, όσο με γνώμονα , κατά τον Jackson (1993), του «τι θα έκανε ο Walt;» (σ. 110).

Η εταιρική αναδιοργάνωση του 1984 παρέδωσε τη διεύθυνση στον Michael Eisner, πρώην πρόεδρο της Paramount Pictures, που έγινε πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Walt Disney Productions. Ο Taylor (1987) αναφέρει: *«Ένας από τους κύριους λόγους για τα προβλήματα ανάληψης της Disney το 1984 ήταν ότι η διεύθυνση, που ήταν επικεφαλής εκείνη την εποχή, δεν είχε καταφέρει να εκτιμήσει το νέο επενδυτικό περιβάλλον, στο οποίο αναγκάζονταν να λειτουργούν όλες οι δημόσιες εταιρείες στη δεκαετία του 1980»* (σ. 243).

Ο Disney και ο Eisner έχουν παρόμοιες φιλοσοφίες. Και οι δύο πιστεύουν ότι, αν και οι ταινίες κινούμενων σχεδίων τους στοχεύουν περισσότερο στο παιδικό κοινό, χρειάζονται την έγκριση των ενηλίκων, ώστε να ενθαρρύνονται οι γονείς να έρχονται

με τα παιδιά τους, να βλέπουν τις ταινίες στον κινηματογράφο, στο σπίτι, στα βίντεο. Άλλος ένας παράγοντας συμφωνίας ανάμεσα σε αυτούς τους δύο άντρες είναι η κινηματογραφική δόμηση της χρήσης κακών ηρώων. *Χωρίς τον «καλό» και τον «κακό» ήρωα, το μοντέλο του Disney δεν πετυχαίνει τους στόχους του. Συνεχίζουν λοιπόν να συσχετίζουν το κακό με το άσχημο και το καλό με το όμορφο. Η επιλογή και η πορεία των κακών επαναφέρει τη φιλοσοφία του Disney, που παραμένει εκτός κριτικής και ταυτίζεται ή θεωρείται από τις μάζες ως ένα «χαρούμενο και ασφαλές μέσο οικογενειακής διασκέδασης»* έτσι, σύμφωνα με τους Bell, Haas και Sells (1995): *«Η Disney Production συνεχίζει να γοητεύει μικρούς και μεγάλους»* (σελ. 3).

4.1.7 Η σημερινή μορφή της Disney Prondctions

Το μικρό εργαστήρι κινούμενων σχεδίων, που ξεκίνησαν οι Walt και Roy Disney το 1923, σήμερα απασχολεί περίπου 65.000 εργαζόμενους. (Huey, 1995, σ.92).

Ο Fjellman (1992) ισχυρίζεται ότι η Walt Disney World είναι ένας πολιτισμικός χώρος, που προσφέρει πάρα πολλά στις δομές του ελεύθερου χρόνου, της κατανάλωσης και της οικογενειακής διασκέδασης. (σ.52).

Ο Schnickel (1985) εξηγεί: *«Όλες οι ταινίες του [Disney] στο μεγαλύτερο μέρος τους είναι ατελείωτα επαναλαμβανόμενες»* (σελ. 21).

Και προσθέτει: «*Η βάση του χαρίσματος του Disney... δεν είναι, όπως υποτίθεται, το γεγονός ότι ήταν «ιδιοφυία» στην καλλιτεχνική έκφραση. Αν ήταν ιδιοφυία, αυτό έγκειται μόνο στη χρήση που έκανε στις τεχνολογικές πρωτοπορίες»* (σελ. 23).

Ο Naureckas (1995) αξιολογεί: «*Ο Eisner μπορεί να έχει ανακαλύψει το μέσο για τη δημιουργία προγραμμάτων αποδεκτών από τις δικτατορίες σε όλο τον κόσμο, αλλά προφανώς δεν αντιλαμβάνεται το είδος των μέσων που έχει ανάγκη ένα δημοκρατικό καθεστώς»* (σελ. 9).

Η διεθνής στρατηγική μάρκετινγκ της Disney μπορεί να παρασκευάζει ανθρώπινες συνειδήσεις ως αγαθό προς πώληση, ένα μονοδιάστατο, μονότονο πολιτισμικό προϊόν του αποκομίζει δισεκατομμύρια δολάρια από τη διαδικασία αυτή. Οι στρατηγικές μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί η Disney αντικατοπτρίζουν τις βασικές στερεοτυπικές του αντιλήψεις και συνεχίζουν να αναπαράγουν την κοσμοαντίληψη ως ασφαλές μέσο ψυχαγωγίας των παιδιών.

Mosley (1990) ισχυρίστηκε ότι ο Walt θεωρούσε την Αμερική χώρα αντρών, με τις υναίκες να αποτελούν το δεύτερο, κατώτερο φύλο. Αξιολάτρευτες αλλά σφαλερές αι αναξιόπιστες. Επομένως κατανοούμε, γιατί *ο Disney δόμησε τις ταινίες του οησιμοποιώντας το πατριαρχικό πρότυπο, σύμφωνα με το οποίο οι άντρες διαθέτουν η δύναμη να αιχμαλωτίζουν γυναίκες και πλούτη. Η ευτυχία λοιπόν για τις γυναίκες κπληρώνεται από άντρες με δύναμη.* Η φήμη του Disney ως προμηθευτή των υρίαρχων οικογενειακών αξιών της κοινωνίας έχει δημιουργήσει ένα μύθο τόσο σχυρό, ώστε σύμφωνα με τον O' Brien (1996) *«η ιστορία όλων των 'κλασικών' εγάλου μήκους ταινιών κινούμενων σχεδίων της εταιρείας, τείνει να θεωρείται η ρωτότυπη εκδοχή του παραμυθιού»* (σελ. 179).

Campbell (1991) δηλώνει: *«οι μύθοι και τα όνειρα προέρχονται από το ίδιο σημείο ναρξης... από συνειδητοποιήσεις που βρίσκουν την έκφρασή τους σε μια συμβολική ορφή»* (σελ. 41). Και συνεχίζει: *«ο μύθος είναι το δημόσιο όνειρο και το όνειρο είναι προσωπικός μύθος»* (σελ. 48). Η συνταγή της Disney μπορεί να αλλάξει τις ημόσιες και προσωπικές αντιλήψεις του ονείρου και του μύθου με κατάληξη του ύπου *«και ζήσανε αυτοί καλά και εμείς καλύτερα»*.

.2. Ο ΜΙΚΥ ΜΑΟΥΣ

.2.1 Η εξέλιξη του Μίκυ

Μετά την απώλεια των δικαιωμάτων του Oswald, ο Disney και ο Iwerks νοιξαν ένα νέο στούντιο και το Μάιο του 1928 κυκλοφόρησαν το πρώτο καρτούν ε το Μίκυ Μάους, το Plane Crazy. Το Plane Crazy έκανε πρεμιέρα στις 15 Μαίου 928 σ' έναν κινηματογράφο στη Sunset Boulevard. Παρότι ο τύπος τον αγνοούσε, ο isney ήταν ευχαριστημένος με το νέο χαρακτήρα. Στο στούντιό του δημιούργησε ρήγορα και δεύτερο βουβό καρτούν με το Μίκυ, το Galloping Gaucho.Το Plane razy ήταν σχεδιαστικά πρωτόγονο, ακόμα και σε σύγκριση με όσα δημιούργησε ο isney ένα χρόνο αργότερα. Το σώμα του Μίκυ έμοιαζε με αχλάδι, δεν είχε ώμους, νώ η μέση του ήταν κυκλική και ισομεγέθης με το κεφάλι του. Τα χέρια του ήταν ολύ λεπτά και ευλύγιστα, ενώ οι παλάμες και τα πόδια σχεδιάζονται χωρίς επτομέρειες. Το πρόσωπο ήταν σχεδόν ίδιο με του Oswald, αλλά με περισσότερο υτερή μύτη και τα χαρακτηριστικά στρογγυλά αυτιά σε μικρότερο μέγεθος και πιο ίσω απ' ότι εμφανίστηκαν σε μεταγενέστερες εκδοχές του ήρωα. Ο Μίκυ ήταν χεδιασμένος με κύκλους και χοντρές γραμμές, πολύ περισσότερο απ' ότι ο οκάτοχός του, ο Oswald. Ο πρώτος αυτός Μίκυ ηταν πολύ απλός στη σχεδίαση. υτό επιβάλλονταν από τους χρονικούς και τους οικονομικούς περιορισμούς, στα λαίσια των οποίων δημιουργήθηκε. Η πλοκή ήταν παρόμοια απλή και χρήσιμη και χσίζονταν στη μανία για το Lindberg που είχε κυριεύσει τη χώρα, μετά το πέρασμα ου Ατλαντικού. Ο Μίκυ αποφάσισε και αυτός να πετάξει. Παρατηρώντας την εικόνα ου ήρωα τον βλέπουμε να ανακατεύει τα μαλλιά του, να χαμογελάει δείχνοντας τα όντια του, μια σπάνια εικόνα για τα καρτούν του. Μεταμορφώνεται έτσι σε μια κάθαρη καρικατούρα του Lindberg. Αυτός και οι φίλοι του από τον αχυρώνα, ρτιαξαν ένα αεροπλάνο – δύο για την ακρίβεια, καθώς το πρώτο έπεσε αμέσως μετά ην απογείωση –με σκοπό να πάει βόλτα με τη Μίνι. Κατά τη διάρκεια της ξέφρενης ήσης υπήρχαν απρόοπτα καθώς το αεροπλάνο πέφτοντας κυνηγούσε μια αγελάδα αι η προπέλα σχεδόν χτυπούσε το ζώο, που έτρεχε για να ξεφύγει. Στην προσπάθεια ου Μίκυ να υποκλέψει ένα φιλί απ' τη Μίνι, εκείνη εκτινάχθηκε απ' το αεροπλάνο αι έπεσε στη γη χρησιμοποιώντας τα ρούχα της, που με τη βοήθεια του αέρα ιτούργησαν ως αλεξίπτωτο. Ο κόσμος γελούσε και η αποδοχή του Μίκυ ήταν πλέον γονός.(Finich,1978, Grant.,1993/1998, Berger, 1991, Barrier, 1999,)

Το Galloping Gaucho κατά το Barrier .(1999) είχε μια κάπως μεγαλύτερη εξέλιξη την πλοκή του, αλλά τα κινούμενα σχέδια ήταν ακόμη ανεπεξέργαστα. Ο Μίκυ σωσε τη Μίνι από μια ανθρωπόμορφη γάτα σ' ένα απομονωμένο περιβάλλον της ότιας Αμερικής. Ο ανταγωνιστής αναφέρεται συχνά εσφαλμένα ως ο Μαύρος Πητ. την πραγματικότητα η γάτα είχε δύο πόδια, δε διέθετε όνομα, αλλά ήταν σίγουρα ο όγονος του Πητ, ενός επανεμφανιζόμενου κακού από το 1931 και μετά. Σύμφωνα ε τα πρότυπα των κινούμενων σχεδίων του 1928, αυτές οι πρωταρχικές ταινίες ήταν χνικά και καλλιτεχνικά μέτριες. Είχαν δημιουργηθεί βιαστικά και με ελάχιστο οϋπολογισμό. Τρέφοντας ακόμα εχθρικά αισθήματα από τη σχέση του με το Mintz, Disney ολοκλήρωσε τα κινούμενα σχέδια και την παραγωγή σε ένα κλίμα υστικότητας. Αντίθετα με τα περισσότερα κινούμενα σχέδια της εποχής, τα καρτούν ου είχαν σαφή αρχή, μέση και τέλος. Καμία απ' τις δυο βουβές ταινίες δεν ξεπέρασε ην τοπική διανομή. Όταν είχαν ολοκληρωθεί, είχε ήδη αρχίσει η διαδικασία της χητικής επένδυσης. Τα στούντιο άρχισαν να εργάζονται στο Steamboat Willie παρά ην έλλειψη άμεσων κερδών από τις δύο πρώτες ταινίες.
Hiassen, 1998, pp 45-49)

2.2 Ο χαρακτήρας του Μίκυ Μάους

Στα πρώτα χρόνια, ο Μίκυ Μάους επιδείκνυε μια περιορισμένη οσωπικότητα , στη συνέχεια απέκτησε δική του υπόσταση. Προφανώς ο Μίκυ ήταν ας νέος χαρακτήρας. Ο Disney δήλωνε στο American Cinematographer το 1932 ότι Μίκυ μπορούσε να συνδυάζει τα χαρακτηριστικά του Douglas Fairbanks και του arlie Chaplin, αλλά *«σε όλα αυτά έπρεπε να κρύβεται και ένα νεαρό αγόρι»*. Το ιπως αφελές και αμήχανο φλερτ του με τη Μίνι μας θυμίζει εικόνες εφηβείας. Οι ο τους ζούσαν σ' έναν αχυρώνα. Αυτός ήταν αθώος αλλά και τολμηρός. Για να ρδίσει την προσοχή της Μίνι, γίνεται άτακτος και ζωηρός. Ο τρόπος που ταχειρίζεται τα ζώα, δείχνει αυτοπεποίθηση και οικειότητα. Τα χτυπήματα και η νικότερη δράση στο Steamboat Willie δεν είναι πράξεις σκληρότητας. Άλλωστε, τα α στον αχυρώνα του Disney δε λειτουργούν ανταγωνιστικά , είναι φυσιολογικά με ν έννοια της άμεσης ταύτισης με τον ντισνεϊκό κόσμο. (Barrier, 1999, p.100 , osley, 1990, p.88)

Στο Plane Crazy, ο Μίκυ ήταν προφανέστατα ένας φιλόδοξος ονειροπόλος, υ προσπαθούσε να κατασκευάσει το δικό του αεροπλάνο. Δεν ήταν τόσο έμπειρος,

ιλά στο τέλος το κατόρθωσε. Ο στόχος του ήταν διπλός: οι προσπάθειές του ιτιάζονταν τόσο στο να διασκεδάσει, όσο και στο να κατακτήσει τη Μίνι. Οι ωτικές του προθέσεις όμως είναι άδολες και δε χαρακτηρίζονται από σεξουαλική ιθυμία. Ο Μίκυ και η Μίνι περιορίζονταν από αυστηρούς κανόνες, σαν να ιτηρούνταν από ένα άγρυπνο βλέμμα. Η Κλάρα Κλακ και η Κλάραμπελ, που ιφανίστηκαν μετά το 1930, ήταν προφανώς μεγαλύτερες κυρίες και υπάκουες, όπως ι ο πρώιμος Μίκυ, του οποίου η άχαρη γοητεία του είχε κάτι το άξεστο. Η λάραμπελ μάλιστα θύμιζε τη Minnie Pearl. Αυτά τα ανθρωπόμορφα ζώα, που ορούσαν φούστες και καπέλα, ήταν το ίδιο εξωφρενικά και υπερβολικά όσο και οι ώτες αγελάδες του Disney.(Jackson, 1993, pp 76-83)

Τα προηγούμενα ζώα που εμφανίστηκαν σε κινούμενα σχέδια, ομπεριλαμβάνοντας το Felix και τον Oswald, ήταν λιγότερο ανθρωποποιημένα σε χέση με το Μίκυ και άρα λιγότερο πολύπλοκα. Τόσο η γάτα όσο και ο λαγός έθεταν την ίδια υπερφυσική δυνατότητα να αφαιρούν μέρη του σώματός τους και ι τα χρησιμοποιούν όπως ήθελαν, ενώ ο Oswald ήταν συχνά πιο υπερκινητικός και τό το Felix.(Cotter, 1997, pp 129-130)

Ο Μίκυ συχνά αντιμετώπιζε δυσχερείς καταστάσεις, αλλά κατόρθωνε να αφεύγει χάρη στην εξυπνάδα του και όχι στη μετάλλαξη της προσωπικότητάς του. τρωτότητα, η ανάγκη για προσαρμοστικότητα και η ευστροφία του, συνέθεταν α ροπή προς έναν εξευγενισμένο χαρακτήρα. Ο Μίκυ διέφερε ουσιαστικά από τους οκάτοχούς του και αποτελούσε την απάντηση του Disney, όχι μόνο στο Felix και ν Oswald, αλλά και στη νέα αντίληψη της πλαστικότητας των κινήσεων που ταιτούσε τη χρήση της προσωπικής εφευρετικότητας για την αποφυγή των νδύνων.(Douglas, 1999, p.227)

2.3 Η καριέρα του Μίκυ Μάους

Μετά την ταινία Steamboat Willie, σύμφωνα με το Christopher (1995), ο isney αποτέλεσε πρότυπο και πηγή έμπνευσης για όλους τους υπόλοιπους χεδιαστές οι οποίοι κατά κανόνα προσπάθησαν να τον μιμηθούν. Τα πρώτα χρόνια ις δεκαετίας του 1930, σχεδιαστές από άλλα στούντιο περίμεναν με αγωνία την ιφάνιση των νέων καρτούν του Μίκυ Μάους, για να αντλήσουν νέες ιδέες απ' αυτά. υτή η στάση «αντιγραφής του Disney» εκδηλώθηκε τόσο στα μέσα που ησιμοποιούσε, όσο και στην εξέλιξη των χαρακτήρων του. Σε ολόκληρη τη χρυσή οχή τους, τα κινούμενα σχέδια του Μίκυ σημείωναν τις περισσότερες επιτυχίες στο

ιρο τους και ο Μίκυ έγινε μια από τις πλέον αναγνωρίσιμες φιγούρες στον κόσμο. απαρχές και η εξέλιξη αυτού του χαρακτήρα έγινε σε μια περίοδο ταραχών για το μιουργό W.Disney καθώς και τον κόσμο του κινηματογράφου.(σ.39)

2.4 Ο Μίκυ και η ταύτισή του με το W. Disney

Ο Walt Disney παρείχε τις πρώτες ύλες για την κεντρική φιγούρα στον νούμενο κόσμο του, με μια δημιουργική πράξη προσωπικής ερμηνείας. Πολλοί από υς βιογράφους και τους κριτικούς του Disney διαπιστώνουν μια φυσική ομοιότητα υ Μίκυ με το δημιουργό του. Ο Wallace, που εργαζόταν τότε ως αρθρογράφος ο Colliers, ανέφερε ότι οι σχεδιαστές του Disney χρησιμοποιούσαν το Walt για ντέλο, αντιγράφοντας τα εκφραστικά μάτια, το πρόσωπο με τη μεγάλη μύτη και τη νήθεια καταφυγής στην παντομιμα, όταν δεν τα κατάφερνε με τις λέξεις. Όπως λλοί άλλοι σχεδιαστές έτσι και ο Disney παρατηρούσε ερευνητικά τον εαυτό του ον καθρέφτη και χρησιμοποιούσε το πρόσωπό του ως μοντέλο για εκφράσεις και νήσεις. Όταν παρουσιάστηκαν στον Ub Iwerks τα προσχέδια του Μίκυ, εκείνος είπε ο Walt: «Μοιάζει ακριβώς σε σένα. Το μόνο που του λείπει είναι η φωνή σου».Το 33, το περιοδικό Overland Monthly έγραφε: «Όλα τα χαρακτηριστικά του Μίκυ, ό το πώς σηκώνει τα φρύδια του μέχρι τις απολαυστικές φιγούρες του, αποτελούν νήσεις του Walt. ***Ο Μίκυ δεν είναι ποντίκι, είναι ο Walt Disney».*** (Mosley, 1990, 194).

Ακόμη συνεχίζει αναφέροντας ότι τα χαρακτηριστικά του Disney βρίσκονταν ο μυαλό όλων των μεταγενέστερων σχεδιαστών, που εργάστηκαν με το Μίκυ. Ο osley, του οποίου η βιογραφία σκιαγραφεί μια ριζικά διαφορετική εικόνα από την ηθώρα θετικών έργων που συνθέτουν τον κύριο άξονα της βιβλιογραφίας του sney, υποστηρίζει έντονα τη θέση του Crafton ότι ο Μίκυ αποτελεί ένα προσωπικό ρτρέτο. Αργότερα, ο Mosley αναφέρει:

λλοι στο στούντιο είχαν αποδεχτεί πια ότι ο Μίκυ Μάους ήταν στην πραγματικότητα η δοχή του ίδιου του Disney, ο άλλος του εαυτός. Ο Μίκυ έμοιαζε στο δημιουργό του, το εμφανισιακά όσο και στο χαρακτήρα. Είχε την ίδια όψη, τις ίδιες συνήθειες, την α παιγνιώδη αίσθηση της διασκέδασης και την ίδια ριψοκίνδυνη τάση να λαμβάνει περισσότερες ευθύνες απ' όσες μπορούσε». (σ.79)

3 ΟΙ ΤΑΙΝΙΕΣ ΜΙΚΡΟΥ ΜΗΚΟΥΣ ΤΟΥ W. DISNEY

3.1 Η θεματολογία των ταινιών μικρού μήκους της Disney Productions

Ο Disney ισχυριζόταν ότι απέφευγε τις χρονικά τοπικές αναφορές που θα πορούσαν να οριοθετήσουν τα κινούμενα σχέδιά του. Ωστόσο τα καρτούν νταποκρίνονταν συχνά στο ρεύμα της εποχής, όπως και στις ταινίες. Το Steamboat Willie μπορεί να δανείστηκε τον τίτλο του και το θέμα του από την ταινία Steamboat Bill, Junior μια βουβή κωμωδία του 1928 με τον Μπάστερ Κήτον.

ο Galloping Gaucho (1928) αποτέλεσε απάντηση στο The Gaucho, με ρωταγωνιστή τον Douglas Fairbanks, που κυκλοφόρησε το 1927. Το The Jazz Fool 929), παρότι δεν είχε την ίδια πλοκή με το Jazz Singer, ωστόσο εκμεταλλεύθηκε τη μοτικότητα της ταινίας εκείνη την εποχή. Οι γάτες είναι εχθροί, όπως θα ανέμενε κνείς από την οπτική γωνία ενός ποντικιού, ιδιαίτερα οι τεράστιες γάτες οι οποίες ορούν κράνη και στολές που αναπαραστασιακά αναλογούν σ'αυτά του γερμανικού τρατού στο The Barnyard Battle (1929). Αυτή η σαφής αναφορά σε πραγματικά γονότα κατέληξε στην αποστολή πολλών επικριτικών επιστολών, που κατέφθασαν τα στούντιο του Disney.

Ο Μίκυ Μάους συνέχισε να διατηρεί την προσωπικότητα των πρώτων χρόνων κι μετά το 1929. Από τις πρώτες δεκαπέντε ταινίες του, οι εννέα γυρίστηκαν οφανώς «στην εξοχή» και οι τέσσερις ήταν «ταξιδιωτικές» ταινίες, στις οποίες δεν αφέρεται ο τόπος κατοικίας των ηρώων. Μόνο δύο ταινίες απεικονίζουν τους ωες σε δράση στην «πόλη». Επιπλέον ο Μίκυ παρουσιάζονταν ως φτωχός. Τα ούχα του ήταν συχνά φθαρμένα και επιδιορθωμένα.

Ο Μίκυ και η Μίνι έτρεφαν συναισθήματα μεταξύ τους, όμως η σχέση τους ταν απόλυτα αγνή. Ο Μίκυ παρουσιαζόταν ως πολυτεχνίτης, που άλλοτε εργαζόταν ς αγρότης και άλλοτε ως καλλιτεχνικός διευθυντής στην όπερα. Έμπλεκε πάντα σε δύσκολες καταστάσεις, αλλά με το χιούμορ και τις ικανότητές του κατάφερνε να ώζει τον εαυτό του και τη Μίνι. Αν και τα πάντα μπορούσαν να συμβούν στα τερκινητικά ζώα, στα μηχανήματα και ακόμη και στα κτίρια, ο Μίκυ διέθετε μια ιαίτερη πλαστικότητα κινήσεων. Στο The Karnival Kid σηκώνει σύντομα τα αυτιά υ, με τρόπο που θύμιζε το Felix και τον Oswald.

Σε μερικά απ' τα πρώτα αυτά κινούμενα σχέδια διακρίνουμε μια σκοτεινή ευρά, που δε διαφαίνεται μετά το 1935. Οι προθέσεις του Πητ ήταν προφανείς, να ταγάγει και να βλάψει τη Μίνι. Οι πρώτες γάτες εμφανίζονταν σαν μια αυθεντική

τειλή ενάντια στο Μίκυ και τη Μίνι, που δε διέθεταν όμως την ανάλογη ιαστικότητα κινήσεων, για να αμυνθούν. Στο Wild Waves η Μίνι σώζεται από τον ιγμό στη θάλασσα. Οι σκελετοί που χόρευαν στο The Haunted House αποτέλεσαν α βλοσυρή νέα εκδοχή αυτών στο The Skeleton Dance και ουσιαστικά το Haunted ouse αντέγραφε τουλάχιστον δύο χορογραφίες, ακριβώς όπως παρουσιάστηκαν στο ιρτούν Silly Symphony που είχε κυκλοφορήσει έξι μήνες πριν.

Τα κινούμενα σχέδια με το Μίκυ παρέμειναν ουσιαστικά μουσικά σε λόκληρη την καριέρα του. Ο Μίκυ σπάνια αρνήθηκε την ευκαιρία να παίξει κάποιο ργανο, ενώ διεύθυνε και ορχήστρες ή όπερες αρκετές φορές. Όμως, μετά το 1929, οχισαν να αποκτούν μια πολυπλοκότητα περιβάλλοντος και σχέσεων των ιρακτήρων.(Barrier, 1999 , σ.σ 235-246)

3.2 Η δράση του Μίκυ στις ταινίες μικρού μήκους

ως το 1930, η φύση και η δημοτικότητα του Μίκυ Μάους είχαν εδραιωθεί αρκετά αι έτσι δε χρειάστηκε να γίνουν σοβαρές αλλαγές. Ο Μίκυ άρχισε να ζει στην πόλη να παίζει σε εξωτερικές τοποθεσίες. Ο Μίκυ Μάους συνέχισε να εκφράζει ιραδοσιακές μεσοδυτικές αξίες και αγροτική γοητεία. Όμως, όπως και ο δημιουργός ου, άρχισε να προσαρμόζεται στην πόλη. Όταν τα έσοδα αυξήθηκαν στη λεωφόρο yperion, ο Μίκυ Μάους έγινε ακόμα πιο πολύπλοκος. Οι νέοι σχεδιαστές οσθεσαν λεπτομέρειες και το 1931 εγκατέλειψαν τις χοντρές σχεδιαστικές αμμές που απαιτούνταν για λόγους πρακτικότητας και οικονομίας.(εικόνες του ίκυ).

αν και ο Μίκυ συνέχισε να εργάζεται σε σχετικά λιγότερο σημαντικές εργασίες, ως ηγός ταξί ή διανομέας, σε τακτά διαστήματα από το 1930 έως το 1934 άρχισε η λίξή του στη μεσαία τάξη, ως ραδιοφωνικός παραγωγός έβρισκε χρόνο να ιρευρίσκεται σε πάρτι, να φεύγει για κυνήγι ελαφιών και να πηγαίνει για ψάρεμα – τελευταίο με τη βοήθεια του Πλούτο, του σκύλου του, που φερόταν ως γνήσιος ύλος, στοιχείο αξιοσημείωτο για τα κινούμενα σχέδια. Σε αντίθεση με τις ημέρες ις φτώχειας και των φθαρμένων ρούχων, μετά το 1933 ο Μίκυ είχε πια αποκτήσει αι δικό του σπίτι σε αρκετές ταινίες. Ο Disney συνέχισε να εκμεταλλεύεται τη μοτικότητα των ταινιών, δημιουργώντας μια παρωδία του Ροβινσώνα Κρούσου he Castaway 1931) και συνδύασε τις μουσικές ικανότητές του με μια δόση ιρικατούρας στο Blue Rhythm (1931), μια παρωδία της Ted Lewis Band, μιας μοφιλούς ορχήστρας.

Σε όλη την περίοδο από το 1928 μέχρι το 1934, τα στούντιο κυκλοφορούσαν
:ρίπου μία ταινία με το Μίκυ τον μήνα. Μόνο μία στις τέσσερις απ᾽ αυτές τις ταινίες
αδραματίζονταν σε αγροτικό περιβάλλον μετά το 1931 και ο ρόλος του Μίκυ σε
ιτό το περιβάλλον ήταν συχνά αμφιλεγόμενος: μπορούσε να κάνει απλά ένα
:ρασμα, όπως στο The Mail Pilot, όπου το σπίτι του δεν αναφέρεται, ή σε μια
τορία εποχής ή εξωτική περιπέτεια χωρίς αστικές τοποθεσίες, όπως στο Ye Olden
ays (1933) ή το Klondike Kid (1932). Μέχρι το 1932, ο Μίκυ είχε εδραιωθεί ως
ωστός αστέρας και οι παραστάσεις του πετύχαιναν το δεύτερο επίπεδο απόσπασης:
α εξ ολοκλήρου δομημένη φιγούρα, με ζωή και συμπεριφορά που υπήρχαν μόνο
ις ταινίες, «έπαιζε ένα ρόλο» έξω από τον «κανονικό» κόσμο. Κατά μία έννοια,
ώ έχουμε μια διεύρυνση του χώρου δράσης. Ο Μίκυ δεν περιοριζόταν πια στον
υτό του. Μπορούσε να «παίζει ένα ρόλο» έξω από τον «κανονικό» του κόσμο,
γουρα με το δικό του ύφος. Κατά μία δεύτερη έννοια όμως, η χρήση οικείου
ριβάλλοντος ή ιστοριών, μπορεί να αποτέλεσε την αναζήτηση ενός τρόπου
:ερβασης της περιοριστικής και ίσως στερεοτυπικής προσωπικότητάς του, που είχε
ίη παγιωθεί έως το 1932.

Η ανεπιτήδευτη αφέλεια των πρώτων κινούμενων σχεδίων παραχώρησε τη
ση της σε περισσότερο πολύπλοκους τρόπους και κοινωνική συνείδηση. Το πρώιμο
:λοϊκό χιούμορ εγκαταλείφθηκε. Το 1934 είχαν εξαφανιστεί για παράδειγμα οι
:λοϊκές σχεδιαστικά αγελάδες. Οι Hollis και Sibley αποδίδουν τη μείωση «τέτοιων
:λών δημιουργιών» στην επιβολή του κινηματογραφικού κώδικα. Ο Μίκυ και η
ίνι άρχισαν να εμφανίζονται αναπαριστώντας θέματα προσκείμενα προς την
ινωνία. Το Mickey's Orphans (Δεκέμβριος 1931), το Mickey's Good Deed
εκέμβριος 1932) και το Orphan's Benefit (Οκτώβριος 1934) για παράδειγμα,
:χολούνται με τη φτώχεια και υποστήριζαν τις φιλανθρωπίες. Το Mickey's Orphans
ρισε στον Disney την πρώτη του υποψηφιότητα για Όσκαρ. Ο Μίκυ Μάους του
34 είχε μεγαλώσει. Οι ρόλοι του δεν ήταν πια αυτοί του περιπλανώμενου εφήβου,
λά ενός υπεύθυνου πολίτη. Έχουμε επίσης αναφορές στο γάμο και τα παιδιά.
ο *Mickey's Nightmare (Αύγουστος 1932), ο Μίκυ παντρεύεται, ξυπνώντας όμως*
κπιστώνει ότι όλα ήταν ένα όνειρο.

Η αναπόφευκτη ανάπτυξη και εξέλιξη του χαρακτήρα του Μίκυ Μάους,
τικατοπτρίζεται και στην κλιμακούμενη πολυπλοκότητα των ρόλων του και το
ξανόμενο επίπεδο υπευθυνότητας που διαφαίνεται σ᾽ αυτούς τους ρόλους. Το
31, εργαζόταν σε τρία καρτούν ως διανομέας, αλλά η εργασία του δεν ήταν παρά

α δικαιολογία. Το 1934 όμως, ο Μίκυ ολοκληρώνει ορισμένες σαφείς εργασίες, τως στο The Mail Pilot ή το Building a Building. Ο χαρακτήρας του Μίκυ αγκάστηκε κατά μία έννοια να συμπεριφερθεί ωριμότερα, αλλά από την άλλη ισκόταν ακόμη υπό τον έλεγχο της αρχικής ιδεολογίας του Disney και ήταν πάντα α νέο και αθώο ποντίκι. Αυτές οι πιθανώς αντιφατικές οδηγίες έθεταν περιορισμούς ο τι μπορούσε και τι δεν μπορούσε να γίνει στα καρτούν. (Barrier, 1999, / Cotter, 97/ Thomas, 1995)

3.3 Ο εκτοπισμός του Μίκυ από τις ταινίες μικρού μήκους και η εμφάνιση ων ηρώων

Η άρση των περιορισμών που δημιούργησε ο αρχικός σχεδιασμός του ρακτήρα του Μίκυ, επιλύθηκε με την εισαγωγή βοηθητικών χαρακτήρων. Ο ώτος χαρακτήρας αυτού του είδους ήταν ο Πλούτο, που σημείωσε γρήγορα οσωπική επιτυχία, ενώ αρχικά ήταν συνδεδεμένος με το Μίκυ. Αντίθετα με το εντικό του, στον Πλούτο επιτρεπόταν να θυμώνει και να φτάνει σε ακραίες ιταστάσεις. Αυτό το στοιχείο από μόνο του άνοιγε νέους δρόμους και έγινε γρήγορα προκαθορισμένο σενάριο: στα κινούμενα σχέδια, ο Πλούτο ενδιαφερόταν για κάτι αφορετικό απ' αυτό που ήθελε ο Μίκυ. Στο τέλος πάντα επέστρεφε στο αφεντικό υ για να το σώσει απ' τις δυσκολίες στις οποίες είχε εμπλακεί. Ο θυμός του Μίκυ αρκούσε μόνο μια στιγμή. *Σε όλες τις συγκρούσεις έπρεπε να υπάρχει ένα προφανές ικό και ο Μίκυ να είναι ο τολμηρός λυτρωτής, αλλά όχι ο εκδικητικός ήρωας.*

Ακόμα και σε θέματα αγάπης, ο Μίκυ ήταν περισσότερο περιορισμένος από ιθε άλλο ήρωα. Στο Puppy Love (Σεπτέμβριος 1993) ο Πλούτο ερωτεύεται, γεύεται και γενικά ακολουθεί παντού μια σκυλίτσα ενός γείτονα, *ενώ οι προθέσεις υ Μίκυ για τη Μίνι περιορίζονται σε αγνά βιαστικά φιλιά στο μάγουλο και αθώες καλιές στο πάρτι γενεθλίων του.*

Περισσότερο ανθρωπομορφικοί χαρακτήρες παρουσιάστηκαν στη συνέχεια ως: ο Οράτιος που μετά το 1936 τον διαδέχτηκε ο Γκούφυ, ο οποίος ήταν ρισσότερο εναρμονισμένος με το κλίμα της πόλης, αλλά αρχικά ήταν νοδιάστατος χαρακτήρας. Η Κλάραμπελ και η Κλάρα Κλακ, όπως και ο Οράτιος, αν ανθρωπόμορφα ζώα και δεν έμοιαζαν με τον Πλούτο. Αν και οι δύο ησιμοποιήθηκαν σε ολόκληρη την καριέρα του Μίκυ, δεν προσέγγισαν το επίπεδο άσης και αποδοχής του Μίκυ Μάους.

Ο Disney αναγνώριζε τις δυσκολίες που σχετίζονταν με ένα σύνολο (και ιαίτερα έναν αστέρα) που ήταν τόσο πολύ καλό, ώστε κατέληγε σε μονοδιάστατους ιρακτήρες. Μερικά χρόνια αργότερα θυμόταν: *«Ο Μίκυ ήταν το προβληματικό μας ιδί... Ο Μίκυ έπρεπε πάντα να είναι γλυκός, πάντα να είναι αξιολάτρευτος. Τι τορείς να κάνεις μ' έναν τέτοιο πρωταγωνιστή;»*

στερεοτυπικός σχεδιασμός και τα περιοριστικά πλαίσια δράσης του Μίκυ Μάους δήγησαν το W.Disney στη δημιουργία ενός αντιήρωα, αυτός ήταν ο Ντόναλντ Ντακ. Ντόναλντ εμφανίστηκε για πρώτη φορά στην ταινία The Wise Little Hen, μια ιραγωγή της σειράς Silly Symphony του 1934, όμως ξεχώρισε στην ταινία The and Concert (Φεβρουάριος 1935), την τέταρτη εμφάνισή του στον κινηματογράφο ιι την τρίτη μαζί με τον Μίκυ. Το The Band Concert ήταν επίσης το πρώτο καρτούν ιυ Μίκυ σε Technicolor και οι περισσότεροι το θυμούνται πιο πολύ γι' αυτό το χνικό του επίτευγμα παρά για την ενδιαφέρουσα, αισθητική και αφηγηματική ιμασία του. Ορισμένοι κριτικοί, μεταξύ των οποίων και ο Martin, το θεωρούν ως το ιλύτερο καρτούν που γυρίστηκε ποτέ.

Ο Μίκυ ήταν ο μαέστρος της μπάντας, η δράση διαδραματίζονταν σε ένα στικό πάρκο, που δήλωνε παράλληλα τον εξαστισμό του Μίκυ. Ήταν ντυμένος με α περίτεχνη στολή, με γάντια και κίτρινα παπούτσια. Το παλτό του πολύ μεγάλο, λά, ως συνήθως, δεν τον ενοχλούσε. Ο Οράτιος Χαλινάρης, ο πιστός του φίλος, :αιζε τύμπανα και η μπάντα το «William Tell Overture», με το Μίκυ να εκφράζει τόλυτα τα συναισθήματα, που έβγαιναν μουσικά από την μπάντα.

Η απαλλαγή από προηγούμενα θέματα που συναντήσαμε στο The Band oncert είναι σημαντική. Αυτή την εποχή, ο Μίκυ Μάους είχε ήδη δική του μπάντα, :αν μαέστρος και είχε εγκαταλείψει πλέον τις πρώτες του ασχολίες. Τα ζώα της ίρμας του είναι πια ανθρωπόμορφα και παίζουν όργανα, χωρίς να χρησιμοποιούνται ίδια ως όργανα. Η μουσική είναι κλασική όχι φολκλόρ. Οι αποκλίσεις αυτές ίχνουν πώς ο Μίκυ και κατά συνέπεια ο Disney ακολούθησαν πορεία εξελικτική.

4 ΟΙ ΤΑΙΝΙΕΣ ΜΕΓΑΛΟΥ ΜΗΚΟΥΣ ΤΟΥ W. DISNEY

4.4.1 Τα κινούμενα σχέδια του Walt Disney στη μεγάλη οθόνη

Από τη Χιονάτη του Disney μέχρι την ταινία *Δεινόσαυροι* έχει μεσολαβήσει ίνω από μισός αιώνας. Μέσα σ' αυτά τα εξήντα πέντε περίπου χρόνια, το κινούμενο ζωντανεμένο σχέδιο (design anime) μεταφέρθηκε στη μεγάλη οθόνη αλλά και στις ηλεοράσεις μέσω των βιντεοταινιών και εδραιώθηκε ως ένα ξεχωριστό είδος ιλμικής διασκέδασης, χωρίς όρια και σύνορα, με αποδέκτη ένα ευρύ κοινό νεξαρτήτως ηλικίας. Ως προς την κοινωνικοπολιτική του διάσταση, μπορούμε να το ποδεχτούμε ως έχει ή να το ενοχοποιήσουμε για μια σειρά *«ατοπημάτων»*: υντηρητισμός, δημαγωγία, σεμνοτυφία κ.α. Ως προς το καλλιτεχνικό αποτέλεσμα, πορούμε να το ορίσουμε ως ένα προϊόν αυθεντικών δημιουργών, που φουγκράζονταν τα προβλήματα της κάθε εποχής ή κώφευε στις δυσκολίες και τους ροβληματισμούς της κοινωνίας (Mosley, 1990, σ.σ. 309-311).

Στην Ευρώπη του 1937, ο κινηματογράφος είχε κατοχυρωθεί ως λαϊκό είδος ιασκεδασης, είχε ήδη αποκτήσει ήχο και ηθοποιοί όπως ο Έρολ Φλιν και η Ολίβια τε Χάβιλαντ σαγήνευαν τα πλήθη, σε μια εποχή εύθραυστη πολιτικά αλλά και ικονομικά εμφανίστηκε ένας Αμερικανός καρτουνίστας από το Σικάγο,που ναφέρεται ως ο *«πατέρας»* του ποντικιού, που έμελλε να ανταγωνιστεί σε ιασημότητα πολυεθνικές εταιρείες. (Barrier, 1999, σ.σ 154-160).

Ο W. Disney δεν είναι ο εφευρέτης του κινούμενου σχεδίου, όπως αναφέρθηκε αι σε προηγούμενη ενότητα, παρ' όλα αυτά ασχέτως εάν συμφωνεί ή διαφωνεί κάποιος με το περιεχόμενο ή την ιδεολογία των ταινιών του, ήταν από τους ρωτοπόρους που ανέδειξαν το εν λόγω είδος σε αυτοτελή τέχνη.

Η Χιονάτη και οι επτά νάνοι» (Snow White and the Seven Dwarfs / 1937) με την οσαρμογή του ομώνυμου παραμυθιού των αδερφών Γκριμ ήταν το πρώτο έγχρωμο αρτούν προορισμένο ειδικά για τη μεγάλη οθόνη με φαντασμαγορία, που δεν στερούσε καθόλου σε σχέση με τις *«κανονικές ταινίες»*. Λέγεται ότι ο Eisenstein ντυπωσιάστηκε τόσο πολύ, όταν είδε την ταινία, ώστε την αποκάλεσε «καλύτερη λων των εποχών», διαβλέποντας παράλληλα μια δίχως όρια ελευθερία έκφρασης του ημιουργού μέσα από το κινούμενο σχέδιο. Όμως τόσο το κοινό όσο και ο χώρος ντιμετώπισαν τη *«Χιονάτη»* ως *«ειδική περίπτωση»* και το 1939 βραβεύτηκε από την καδημία κινηματογράφου με Ειδικό Βραβείο, το οποίο περιελάμβανε ένα Όσκαρ ου το συνόδευαν επτά μικρά αγαλματίδια. Κατοχυρωμένο στη συνείδηση του όσμου ως *«ιστορίες για παιδιά»*, το κινούμενο σχέδιο αντιμετώπισε πολλές

υσκολίες μέχρι να καταφέρει να συναγωνίζεται επί ίσοις όροις τα υπόλοιπα ροϊόντα (Barrier,1999, σ.σ 342- 349).

Τρία χρόνια αργότερα, το 1940, ο W. Disney επανήλθε στη μεγάλη οθόνη με ύο ταινίες μεγάλου μήκους. Επρόκειτο για τη *«Φαντασία»* και τον *«Πινόκιο».* Η ρχική μορφή της *«Φαντασίας»* ήταν ένα κινούμενο σχέδιο μικρού μήκους με τίτλο: *Ο μαθητευόμενος μάγος».* Ωστόσο, ο υψηλός προϋπολογισμός, που άγγιξε τα όρια ιας ταινίας μεγάλου μήκους, προβλημάτισε σοβαρά το W. Disney και, όταν ο eopold Stokowski του «έριξε την ιδέα» για μια ταινία επεισοδίων μικρού μήκους, κείνος σκέφτηκε να ενώσει οκτώ δημοφιλή κομμάτια από το χώρο της κλασικής ουσικής. Έτσι προέκυψε μια σουρεαλιστική όσο και μαγευτική εικονογράφηση της *Ιεροτελεστίας της άνοιξης»*, της *«Νύχτας στο φαλακρό βουνό»*, του *«Καρυοθραύστη»* αι άλλων συνθέσεων, που έκαναν πρεμιέρα στην αίθουσα Μπρόντγουεϊ της Νέας όρκης και μάλιστα με το πολυκάναλο σύστημα Fantasound, δηλαδή με ενενήντα εριπου μεγάφωνα μέσω των οποίων ακουγόταν στερεοφωνικά ο ήχος (Barrier. 1999/ Moya,1994. /Deems,2000. /Willis. 1987).

Την ίδια χρονιά προβλήθηκε στις αίθουσες η τρίτη ταινία μεγάλου μήκους του V. Disney, ο *«Πινόκιο»,* βασισμένη στο ομώνυμο παραμύθι του Ιταλού ημοσιογράφου και συγγραφέα παιδικών ιστοριών Κάρλο Κολόμπι. Ο *«Πινόκιο»* του V. Disney ήταν η πρώτη ταινία – παραβολή για τα παιδιά, που αναδίφησε σε ρχέγονους φόβους, αναπαράγοντας αρχετυπικούς κανόνες μέσα στο κινούμενο χέδιο και αναγάγοντάς το σε θεματοφύλακα αξιών μιας συντηρητικής κοινωνίας. Σ' υτή την παραγωγή, ο W. Disney χρησιμοποίησε την *«κάμερα για πολυπλάνα»*, πινόηση του ίδιου, με την οποία το σκίτσο απέκτησε όγκο και βάθος. Εκτός όμως πό τους τεχνικούς νεωτερισμούς που εισήγαγε ο Disney και οι συνεργάτες του, ο *Πινόκιο»* ήταν και παραμένει μια από τις πιο θεαματικές, ευφάνταστες και πλούσιες ε συναισθήματα ταινίες του Αμερικανού δημιουργού (Barrier,1999/Card 1995/Cauch ,1997/Rosenthal,1993 /Douglas,1983).

Στις δύο επόμενες ταινίες του, το *«Ντάμπο»* (Dumbo / 1941) και το *«Μπάμπι»* Bambi / 1942), ολοκληρώθηκαν οι συντηρητικές του απόψεις εστιάζοντας το νδιαφέρον του στη γυναίκα – μητέρα, την οποία προσεγγίζει ως μήτρα και τροφό. ίναι χαρακτηριστική η αρχική σκηνή στο *«Ντάμπο»* όπου όλες οι ελεφαντίνες έχουν οκτήσει μωρό (δια της μεθόδου του... πελαργού) και η μητέρα του *«Ντάμπο»* λίβεται και ντρέπεται που είναι ακόμη άτεκνη. Ένα ακόμα κοινό στοιχείο των δύο υτών ταινιών είναι η εισαγωγή του δραματικού στοιχείου (μια από τις πιο

υγκλονιστικές σκηνές στο *«Ντάμπο»* είναι εκείνη όπου η μητέρα του ήρωα ρίσκεται αλυσοδεμένη στο βαγόνι του τσίρκου).
Maltin,1984/ Barrier,1999/ Finch,1973, /Langer,1990), ενώ στο *«Μπάμπι»* ντιμετωπίζουμε για πρώτη φορά την έννοια του θανάτου (Barrier,1999, pp.94)

Δεν είναι λίγοι εκείνοι που θεωρούν τον Disney και κατ' επέκταση την ταιρεία του, που συνεχίζει μέχρι σήμερα τις παραγωγές ταινιών, ως έναν εκπρόσωπο ου ακραίου συντηρητισμού, ένα δούρειο ίππο που έλκει τα παιδιά με φανταχτερά ρώματα, μουσική, ζώα με ανθρώπινα χαρακτηριστικά, με μοναδικό στόχο να τους μφυσήσει *«αξίες»* συγκεκριμένης πολιτικής ιδεολογίας, όπως: οικογενειακό πυρήνα, ενοφοβία, ρατσισμό... Για παράδειγμα, οι *«κακοί»* των ταινιών του Disney ουδέποτε αραπέμπουν στο μέσο λευκό Αμερικανό.
α κοράκια στο *«Ντάμπο»* μιλούν τη διάλεκτο του Χάρλεμ (μαύροι), οι αλεπούδες τον *«Πινόκιο»* παραπέμπουν σε εκπροσώπους του αγγλικού υπόκοσμου και ρόσφατα, στο *«Βασιλιά των λιονταριών»*, ο κακός Σκαρ μιλά με τη φωνή των υρωπαίων.(Matlar, Dorfman,1982)

Ο W. Disney , υποστηρίζουν πολλοί, διακρίνεται για την ευαισθησία με την ποία αντιμετωπίζει θέματα όπως: φυλάκιση, θάνατος γονιού και μια τρυφερή ροσέγγιση των θεμάτων, χιούμορ και σουρεαλιστικές ιδέες που θα ζήλευαν ακόμη αι οι εκπρόσωποι του... ντανταϊσμού. Το όνειρο με τους ροζ ελέφαντες από το *Ντάμπο»* και τα *«μη γενέθλια»* από την *«Αλίκη στη χώρα των θαυμάτων»* αποτελούν λασικά παραδείγματα απελευθέρωσης του νου, σε σφαίρες που αγγίζουν τα όρια της λούσιας φαντασίας. Είναι οι στιγμές, που ο Disney ως δημιουργός αναγάγει το ινούμενο σχέδιο σε φιλμική δημιουργία του σύγχρονου πολιτισμού (Barrier, 1999, .σ. 273-274).

Η μονοκρατορία του W. Disney στο δυτικό κόσμο, με ταινίες κινούμενων χεδίων μεγάλου μήκους συνεχίστηκε για δύο περίπου δεκαετίες, χωρίς αυτό να ημαίνει ότι η Ευρώπη δεν είχε να επιδείξει δικές της παραγωγές, ιδίως στις οσιαλιστικές χώρες. Ωστόσο οι πολιτικές συγκυρίες δεν επέτρεψαν στις λιγοστές ινίες κινούμενων σχεδίων μεγάλου μήκους από την Τσεχοσλοβακία ή τη Σοβιετική νωση να γίνουν ευρύτερα γνωστές. Το 1955 η Αγγλία απέκτησε το πρώτο μεγάλου ήκους καρτούν βρετανικής παραγωγής. Επρόκειτο για τη *«Φάρμα των ζώων»* Animal Farm / 1955), μια προσαρμογή του ομώνυμου βιβλίου του George Orwell, ου σατίριζε τη ρωσική επανάσταση και απευθυνόταν περισσότερο στα ενήλικα τομα και λιγότερο στα παιδιά, ακόμη και οι χαρακτήρες παρέπεμπαν στο Μαρξ, το

Στάλιν ή τον Τρότσκι και οι ταινίες αναφέρονταν στην επανάσταση, στην οποία οδήγησαν οι σφαλεροί χειρισμοί του τσάρου στη βιομηχανοποίηση, στον κολεκτιβισμό κ.α. http://www.rom.gr

Επιστρέφοντας στον Disney, οι δεκαετίες του '50 και του '60 αποδείχθηκαν οι πιο παραγωγικές, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι από τις οθόνες προβλήθηκαν χριστουργήματα. Όσον αφορά στη συνείδηση του κόσμου το κινούμενο σχέδιο είχε απαλλαγεί από τα πλαίσια της παιδικής ταινίας, συναγωνίζονταν τα Όσκαρ τις άλλες παραγωγές του Χόλιγουντ, ενώ παράλληλα το χρήμα έρεε άφθονο στα ταμεία της Disney Productions Η *«Σταχτοπούτα»* (Cinderella / 1950) σήμανε το τέλος του *παιδισμού»* ως προς τις φωνές που οι καλλιτέχνες δάνειζαν στα σκίτσα.(Grant 1993/Henke,Birnie,1996/Colby,1996/Wood.1996) Οι χαρακτήρες μιλούσαν πλέον ως ανήλικες, ενώ τα ζώα που τους πλαισίωναν απέκτησαν χαρακτήρα, κάτι που έγινε πιο εμφανές την επόμενη χρονιά στην ταινία *«Η Αλίκη στη χώρα των θαυμάτων»* (Alice in Wonderland / 1951), μεταφορά σε κινούμενο σχέδιο του ομώνυμου βιβλίου του Lewis Carroll. (Cotter ,1997/Field, Durant.1992/Maltin,1984)

Στη δεκαετία του '50 ανήκουν ακόμη ο *«Πήτερ Παν»* (Peter Pan, 1953), ένα πολύ μετριο σύμφωνα με τους κριτικούς κινούμενο σχέδιο του Disney.(Crafton 1989/McQuade,Brett.,1994).

Η *«Ωραία Κοιμωμένη»* (The Sleeping Beauty / 1959), ήταν η πιο ακριβή παραγωγή ων στούντιο του Disney μέχρι εκείνη τη χρονική περίοδο (Barrier, 1999, σ.σ. 259-87).

Αναφέρεται ότι το 1925 και έπειτα από μια φιλονικία με τη σύζυγό του, ο Disney επέστρεψε σπίτι μεταφέροντας ένα σκυλάκι. Τριάντα ακριβώς χρόνια υργότερα, η Λαίδη έγινε η ηρωίδα μιας από τις πιο δημοφιλείς ταινίες: *«Η Λαίδη και ο Αλήτης»* (Lady and the Tramp / 1955), ήταν η πρώτη παραγωγή των στούντιο Disney σε μακρόστενο πλαίσιο, το γνωστό σινεμασκόπ, αλλά και ένας ξεχωριστός συνδυασμός περιπέτειας και δράματος. Κορυφαίες σκηνές, το δείπνο έξω από το ταλικό εστιατόριο καθώς και η σεκάνς στα κρατητήρια του μπόγια, όπου οι *κρατούμενοι»* τραγουδούν μπλουζ και ένας σκύλος οδηγείται σε ευθανασία. Η νωστή τραγουδίστρια Peggy Lee δάνεισε τη φωνή της στη σκυλίτσα Πεγκ που ραγουδούσε για τον καρδιοκατακτητή Αλήτη (Russel,1993/Smith ,1998).

Στη δεκαετία του '60, παρουσιάστηκαν τα *«101 Σκυλιά της Δαλματίας»* (101 Dalmatians / 1961), που σήμερα συγκαταλέγονται στις κλασικές ταινίες του W. Disney. Η ταινία ήταν από τις τελευταίες που επιμελήθηκε προσωπικά ο W. Disney

ιι που σκηνοθέτησαν : οι Clyde Geromini και ο Hamilton Laske. Το κόστος της ιραγωγής έφθασε σε δυσθεώρητα ύψη και η εικονογράφηση έγινε καρέ-καρέ (full iimation), ώστε οι χαρακτήρες και το φόντο να δείχνουν εξίσου τρισδιάστατα και υντανά.(Barrier,1999, σ.σ 289-295)

ι τεχνικοί δούλεψαν με την παλιά μέθοδο του ακίνητου φόντου και αφιέρωσαν όνο μόνο για τη διαμόρφωση των χαρακτήρων. Η ίδια τεχνική χρησιμοποιήθηκε ιι στο *«Σπαθί του βασιλιά Αρθούρου»* (The Sword in the Stone / 1963), παραγωγή η τοία καταγράφηκε ως αποτυχία του Disney (Finch ,1995/Miller ,1975).

τις παραγωγές της δεκαετίας του'70 , ξεχώρισαν το *«Βιβλίο της Ζούγκλας»* (The ingle Book / 1967), μεταφορά της γνωστής ιστορίας του Kipling με ήρωα το Μόγλη, ία κινούμενο σχέδιο με πληρότητα ως προς το σκίτσο, τα τραγούδια και τους ιρακτήρες (Grant ,1998)

Η *«Μαίρη Πόπινς»* (Mary Poppins / 1964) ήταν ένα υπέροχο μιούζικαλ, το τοίο απευθυνόταν σε όλες τις ηλικίες. Στη *«Μαίρη Πόπινς»* εμφανίστηκαν η Julie ndrews και η Jane Darwell. Αυτός ο συνδυασμός κινούμενων σχεδίων και ηθοποιών ταναλήφθηκε αρκετές φορές στα χρόνια που ακολούθησαν, άλλοτε με επιτυχία και λλοτε με θλιβερά αποτελέσματα.(Barrier,1999, σ .87)

ι ενώ αυτά συνέβαιναν στην Αμερική, την ίδια δεκαετία οι Γάλλοι μετέφεραν στη εγάλη οθόνη τα επιτυχημένα κόμικς του Rene Goscinny, αρχής γενομένης από το ιμοφιλέστατο *«Αστερίξ»* και τους *«Αστερίξ και Κλεοπάτρα»* (Asterix et Cleopatre / 968).

εν μπορούν όμως να θεωρηθούν αυτόνομα κινούμενα σχέδια, με την έννοια της χνης του animation, δεδομένου ότι οι χαρακτήρες, οι ιστορίες και το σκίτσο είχαν οϋπάρξει και απλώς απέκτησαν κίνηση. Κάτι αντίστοιχο συνέβη με το *«Σνούπι»* υ σκιτσογράφου Charles Schulz, οι ιστορίες του οποίου εμφανίστηκαν στη μεγάλη όνη μέσα από την ταινία *«Snoopy, Come Home»* (1972).

Disney και οι συνεργάτες υποστηρίζουν πολλοί ότι κατηύθυναν το κινούμενο έδιο σ' ένα κόσμο παραμυθένιο, ακολουθώντας τους δρόμους της ανεμελιάς και υ ρομαντισμού. Όμως υπάρχουν και άλλοι που πιστεύουν ότι κώφευαν σε όσα νέβαιναν στη δεκαετία του '60, όπως: έντονα πολιτικά γεγονότα σε παγκόσμια ίμακα, κοινωνικά κινήματα, με αιχμή του δόρατος την αμφισβήτηση των πάσης σεως αξιών, ροκ, χιπισμός, ψυχεδέλεια. Οι Beatles μεσουρανούσαν στην ιγκόσμια μουσική σκηνή.Οι δεκαετίες του '70 και του '80 δεν ήταν από τις πιο ιραγωγικές για την εταιρεία. Στα χρόνια μέχρι το 1989, τα άξια λόγου κινούμενα

χέδια δικής της παραγωγής ήταν ελάχιστα Ο *«Ρομπέν των Δασών»* (Hood / 1973), να κινούμενο σχέδιο αποκλειστικά για παιδιά με συμπαθητικούς χαρακτήρες, η *Αλεπού και το κυνηγόσκυλο»* (The Fox and the Hound / 1981), *«Τα Χριστούγεννα του Μίκυ»* (Mickey's Christmas Carol / 1983) και το επίσης ο *«Όλιβερ»* (Oliver and ompany / 1988). Η χρυσή εποχή του W. Disney, με τα μεγαλύτερα αριστουργήματα τα μικρότερα αριστουργήματα, που απευθύνονταν στο ανήλικο και ενήλικο κοινό, είχνει να τελειώνει το 1970 με τις *«Αριστόγατες»* (The Aristocats / 1970), την κοστή κατά σειρά ταινία καρτούν μεγάλου μήκους της εταιρείας Disney. Θέμα της ινίας, η ιστορία της Δούκισσας και των τριών μικρών της, που κληρονόμησαν μια γάλη περιουσία αλλά έπεσαν θύματα απαγωγής...(Smith,1999)

εταιρεία επανήλθε στην κορυφή των παραγωγών καρτούν μ' ένα παραμύθι του ανς Κρίστιαν Άντερσεν, τη *«Μικρή Γοργόνα»* (Colby,1996/Hastings, 'aller,1993/Trites ,1991)

τη δεκαετία του '80, στη μεγάλη οθόνη ανέτειλε το άστρο του Don Bluth., ενός ημιουργού που ειχε εργαστεί στην εταιρεία Disney ως animator και συγκεκριμένα τις ταινίες *«Ρομπέν των Δασών»*, *«Οι περιπέτειες του Γουίνι»* κ.α.

ρώτη του δημιουργία, το *«Μυστικό των NIM»* (The Secret of the NIMH / 1982), μια ιραγωγή με ήρωες ποντίκια, την οποία διένειμε η MGM μέσω της United Artists. κολούθησε η *«Γη πριν από το χρόνο»* (The Land Before Time / 1988) με ήρωες ινόσαυρους, το *«Όλα τα σκυλάκια πάνε στον παράδεισο»* (All Dogs Go to Heaven / 989), η *«Τσοδούλα»* (Thumbelina / 1994) και η εταιρεία Fox δημιούργησε την *Ανασταστία»* (Anastasia / 1997), μια εκπληκτική ταινία, όσον αφορά το τεχνικό της έρος, αλλά απαράδεκτη ως προς τα ιστορικά γεγονότα, με θέμα το μύθο της τοτιθέμενης κόρης του τσάρου Νικολάου, που γλίτωσε από τη σφαγή.

Λίγο πριν από το 2000, οι υπολογιστές μπήκαν στο χώρο του κινούμενου σχεδίου ς βοηθοί στην αρχή, για να *«σχεδιάσουν»* και να *«υλοποιήσουν»* ολοκληρωτικά τις ινίες καρτούν αργότερα. Ο Disney υιοθέτησε τη χρήση των υπολογιστών, οι οποίοι *ιμούνταν»* τις παλιές τεχνικές του καρέ-καρέ και με αυτές τις τεχνικές δημιούργησε *«Μικρή Γοργόνα»* (The Little Mermaid / 1989) με ιδιαίτερη επιτυχία τόσο ως προς συνολικό καλλιτεχνικό αποτέλεσμα, όσο και ως προς τις εισπράξεις. Η ιστορία της ριελ θέλει την ηρωίδα να ζήσει στον κόσμο των ανθρώπων και για το σκοπό αυτό οσφέρει τη φωνή της στην Ούρσουλα, τη μάγισσα του βυθού...

«Πεντάμορφη και το Τέρας» (Beauty and the Beast / 1991) διεκδικεί μια ξεχωριστή ση ανάμεσα στις παραγωγές. Οι δημιουργοί της εταιρείας Disney

προσανατολίστηκαν σε ταινίες που γοήτευαν τα παιδιά και δεν απογοήτευαν τους συνοδούς τους, ενώ οι υπολογιστές έδιναν τη δυνατότητα στο σκηνοθέτη να κινεί τη μηχανή, σαν να βρισκόταν σε πραγματικές συνθήκες με ηθοποιούς και συνεργείο. Όπως όλες οι κλασικές ταινίες του Disney, έτσι και η *«Πεντάμορφη»* στήριξε τους βασικούς χαρακτήρες στο στερεοτυπικό πλαίσιο δημιουργίας.(Ames,1991/ Downey,Sharon,1996/Henke, Birnie,1996,/Warner,1992).

Ο *«Αλαντίν»* (Aladdin / 1992) προβλήθηκε στις αίθουσες την επόμενη χρονιά, προσφέροντας στους θεατές την αίσθηση της ανατολής με χιούμορ και εύστοχη σάτιρα, χάρη στο Ρόμπιν Γουίλιαμς που δάνεισε τη φωνή του στο τζίνι, αλλά και στον πολυκάναλο ήχο. Οι ήρωες έχασαν κάτι από το ρομαντισμό τους, αλλά απέκτησαν ψηφιακό ήχο (FoxDavid, 1993/Phillips, 1996/ Sharman, 1993).

Το 1994 η εταιρεία Disney με επικεφαλής τον Άμλετ του Σαίξπηρ και ήρωες λιοντάρια, ζωντάνεψε στη μεγάλη οθόνη την ιστορία του μικρού Σίμπα που αυτοεξορίστηκε εξαιτίας του θείου του και επέστρεψε, όταν ενηλικιώθηκε, για να διεκδικήσει το βασίλειό του. Ο *«Βασιλιάς των Λιονταριών»* (The Lion King / 1994) θεωρείται ορόσημο στην ιστορία της εταιρείας. Όχι μόνο για τα μυθικά ποσά, που απέφερε από τις παγκόσμιες εισπράξεις, αλλά και γιατί είναι η μοναδική ίσως στα χρονικά ταινία που υλοποίησε ορισμένες φιλοσοφικές έννοιες.(Romney , 1994 / Lloyd, 1994/ Steve,1994 /Ward., 1996)

Το ίδιο *«πείραμα»* επαναλήφθηκε έως ένα βαθμό με την *«Παναγία των Παρισίων»* (The Hunchback of Notre Dame / 1996) χωρίς να έχει τα ίδια αποτελέσματα, ενώ καλύτερη αντιμετώπιση είχε ο *«Ταρζάν»* (Tarzan / 1999), πιστή μεταφορά του μυθιστορήματος *«Tarzan of the Apes»* του Rice Burroughs (http://disney.go.com

Το 1995 η εταιρεία δημιούργησε μια ταινία που στηρίζονταν σε πραγματικά ιστορικά στοιχεία και που ξέφευγε από το στερεοτυπισμό των προηγούμενων ταινιών, ήταν η *«Ποκαχόντας»* (Corliss , 1995 / DeCroix, 1996).

Ακολουθούν ο *«Ηρακλής»* , Hercules / 1997 και η *«Μουλάν»* Mulan / 1998.

Ιδιαίτερη αναφορά οφείλουμε και στην ταινία *Ηρακλής,* που παραποιεί βάναυσα την ελληνική μυθολογία και που δυστυχώς τα χολιγουντιανά εφέ, τα οποία προσέθεσε η εταιρεία, θυμίζουν μιούζικαλ και η θεματολογία της εξελίσσεται σε μια ιστορία αγάπης ανάμεσα στον Ηρακλή και την όμορφη Μεγάρα. Στο τέλος κυριαρχεί η δύναμη της αγάπης και έζησαν αυτοί καλά κι εμείς καλύτερα. (Corliss,1997 / Lane, 1997 / Mallory , 1997 / Plagens , 1997 / Thompson, 1998)

Ακολούθησαν οι ταινίες : τα *«Ζουζούνια»* (A Bug's Life / 1998), *«Άντζ»* (Antz / 1998), οι *«Δεινόσαυροι»* (Dinosaur / 2000), συνδυάζοντας φυσικούς χώρους και ψηφιακούς χαρακτήρες.

4.5 Σύνοψη τετάρτου κεφαλαίου

Στο τέταρτο κεφάλαιο της βιβλιογραφικής έρευνας διερευνήσαμε:

- Τη ζωή και τη δράση του W. Disney.
- Τις φιλμικές του δημιουργίες.
- Τη δράση των ηρώων του.
- Τη δημιουργία, το χαρακτήρα, την εξέλιξη του Μίκυ Μάους και την ταύτισή του με το W. Disney.
- Τις ταινίες κινούμενων σχεδίων της Disney Production μικρού αλλά και μεγάλου μήκους.

Τα παιδικά χρόνια του W. Disney ήταν δύσκολα. Η παραμονή του στην Ευρώπη και ιδιαίτερα στο Παρίσι τον επηρέασαν και οι εικόνες της εποχής εκείνης μεταφέρθηκαν στα κινούμενα σχέδια που δημιούργησε στη συνέχεια.

Η πρώτη του επιτυχία στο Holywood έγινε με τη σειρά κινουμένων σχεδίων όπου πρωταγωνιστούσε ο Oswald (το τυχερό κουνέλι). Αυτός όμως που τον καθιέρωσε ήταν ο Μίκυ Μάους. Πολλοί ταυτίζουν το χαρακτήρα του Μίκυ με την προσωπικότητα του W. Disney.

Η Disney Production εκτός από ταινίες κινούμενων σχεδίων μικρού μήκους με πρωταγωνιστές το Μίκυ, το Ντόναλντ, το Γκούφυ, τη Μίνι και τους άλλους ήρωες της Λιμνούπολης, δημιούργησε και ταινίες μεγάλου μήκους.

✓ **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ**

5. Ο ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

Στο κεφάλαιο αυτό και μέσα από την αναδίφηση της διεθνούς κυρίως βιβλιογραφίας εξετάζουμε το φαινόμενο των Πόκεμον. Προσεγγίζουμε πολύπλευρα το μικρόκοσμο των Πόκεμον αναζητώντας τα γενικά αλλά και τα ειδικά στοιχεία που τον συνθέτουν. Για πληρέστερη κατανόηση των Πόκεμον παρακολουθούμε την εξέλιξή τους στα πλαίσια της ιαπωνικής ιστορίας.

Παράλληλα εξετάζουμε τις παρεμβάσεις που ασκεί η δυτική κουλτούρα, αφαιρώντας την <<*πολιτισμική ιαπωνική υφή* >>. Καταγράφουμε τις συνθήκες δημιουργίας και παγκοσμιοποίησης του φαινομένου και τέλος κάνουμε ανάγνωση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους. (Λόγος, χωροχρονος δράσης, θεματολογικά πλαίσια, εικονογραφηγηματικές τεχνικές δημιουργίας των Πόκεμον)

5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

5.1.1 Γενικά στοιχεία για τα Πόκεμον

Προς τα τέλη του 1998, η αμερικανική εταιρεία Nintendo και αρκετοί εμπορικοί συνεργάτες της κυκλοφόρησαν τα Πόκεμον στην ιδιαίτερα επικερδή παιδική αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών. Τα Πόκεμον πήραν το όνομά τους από τις λέξεις «pocket monster», δηλαδή « τερατάκια τσέπης», και εξελίχθηκαν σε μια κολοσσιαία επιχείρηση στο χώρο των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των παιδικών καταναλωτικών προϊόντων, ξεκινώντας αρχικά με την παρουσίαση μιας σειράς από 150 χαρακτήρες - ήρωες, που μάχονταν μεταξύ τους. (Thompson,1999)

Πριν φτάσουν στην Αμερική, τα Πόκεμον είχαν ήδη γνωρίσει τεράστια εμπορική επιτυχία στην Ιαπωνία, αρχίζοντας την ανοδική τους πορεία από δύο εκπομπές στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και μια μεγάλη σειρά παραγωγής: παιχνιδιών για την κονσόλα Nintendo GameBoy. Σε πολύ όμως σύντομο χρονικό διάστημα από τη στιγμή που προβλήθηκε η τηλεοπτική εκπομπή στην Αμερική , εκτοξεύτηκε στην πρώτη θέση τηλεθέασης των παιδικών προγραμμάτων, ενώ οι κασέτες των Πόκεμον για GameBoy εξαντλήθηκαν πιο γρήγορα από οποιοδήποτε

άλλο προϊόν της Nintendo (Orecklin, 1999), οδηγώντας στην παραγωγή των πιο πετυχημένων συνοδευτικών προϊόντων στην ιστορία των βιντεοπαιχνιδιών (Frauenfelder, 2001).

Η αρχική αυτή εμπορική επιτυχία συνεχίστηκε σε ακόμη πιο έντονους ρυθμούς, με την κυκλοφορία τριών κινηματογραφικών ταινιών με θέμα τα Πόκεμον, ένα παιχνίδι ανταλλαγής καρτών, αρκετά παιχνίδια για την κονσόλα Nintendo 64, πολλές βιντεοκασέτες, περιοδικά και μια ατέλειωτη σειρά από προϊόντα με την ονομασία των Πόκεμον.(Barger, Sullivan, 2000)

Μετά την αρχική επιτυχία του προϊόντος στην Αμερική, η σειρά επεκτάθηκε αμέσως στην Ευρώπη, την Αυστραλία, τη Λατινική Αμερική και σε άλλα μέρη της Ασίας και όλοι μιλούσαν για το φαινόμενο των Πόκεμον. Το 2001, η τηλεοπτική εκπομπή *Πόκεμον* μεταδιδόταν ήδη σε 105 χώρες και σε 70 διαφορετικές γλώσσες.

Η ιδιαίτερη αγάπη των παιδιών για τα Πόκεμον κατάφερε να προκαλέσει έκπληξη ακόμα και στους ίδιους τους παραγωγούς του κλάδου. Στο αποκορύφωμα της μανίας, τα Χριστούγεννα του 2000, οι τιμές για τις πιο σπάνιες κάρτες ανταλλαγής έφτασαν σε εξωφρενικές τιμές στις ιστοσελίδες του διαδυκτίου, ενώ τα εισιτήρια για την πρώτη ταινία εξαντλήθηκαν πολύ γρήγορα, καθώς συνοδεύονταν και από μια διαφημιστική συλλεκτική κάρτα. (Sutcliffe, 2000)

Στον πρώτο τους χρόνο στις Ηνωμένες Πολιτείες (1999), οι πωλήσεις των προϊόντων Πόκεμον άγγιξαν το ένα δισεκατομμύριο δολάρια (Chua-Eoan & Larimer, 1999). Μέχρι το 2002 η εταιρεία είχε παραχωρήσει άδεια χρήσης σε 800 εταιρείες (χωρίς να υπολογίζονται οι αντίστοιχες στην Ασία) προωθώντας έτσι χιλιάδες προϊόντα με θέμα τα Πόκεμον στην παγκόσμια αγορά. Η μανία των παιδιών ανάγκασε αρκετά σχολεία σε ολόκληρο τον κόσμο να απαγορεύσουν στα παιδιά να φέρνουν μαζί τους τις κάρτες και τα παιχνίδια τους, ενώ οι δάσκαλοι διαπίστωσαν ότι οι συνεχείς ανταλλαγές και το παιχνίδι με τα Πόκεμον αποσπούσαν το ενδιαφέρον των παιδιών από το μάθημα. Στο τέλος, αρκετοί διευθυντές αντιμετώπισαν προβλήματα κλοπών και εκφοβισμού που αφορούσαν τα Πόκεμον. Πολλοί άλλοι προσπάθησαν επίσης να εκμεταλλευτούν οικονομικά τη νέα μανία των παιδιών. Αρκετά εμπορικά καταστήματα δημιούργησαν κέντρα ανταλλαγής και φιλοξένησαν εβδομαδιαίες «βραδιές Πόκεμον» επιτρέποντας στις οικογένειες να απολαμβάνουν το φαγητό τους και να ανταλλάσσουν συλλεκτικά είδη.(Davenport, 1999)

Η μεγάλη δημοτικότητα και τα απίστευτα κέρδη, που απέφερε, χάρισαν στα Πόκεμον πρωτοσέλιδα στους *New York Times*, το περιοδικό *Time*, την εφημερίδα

The New Yorker και σε άλλες εφημερίδες όλου του κόσμου , προκαλώντας το γενικό ενδιαφέρον του κοινού. Ο τύπος δημοσίευσε εκτενή ρεπορτάζ για την αγάπη των παιδιών προς τα Πόκεμον και ειδικά κατά το αποκορύφωμα της μανίας, τα Χριστούγεννα του 2000.

Τα περιοδικά ανέφεραν ακόμα και κρούσματα παιδικής βίας που σχετίζονταν με τα Πόκεμον, όπως η περίπτωση ενός 10χρονου που πλαστογράφησε κάρτες χρησιμοποιώντας τον εκτυπωτή του ηλεκτρονικού υπολογιστή του και ενός 12χρονου που μαχαίρωσε ένα συνομήλικό του, όταν φιλονίκησαν για τα συλλεκτικά Πόκεμον (Chua-Eoan & Larimer, 2000).

Αρκετές οργανώσεις προστασίας των παιδιών, ομάδες γονέων και παιδαγωγοί εξέφρασαν την ανησυχία τους για το πάθος των παιδιών, ισχυριζόμενοι ότι παρουσίαζαν μια όχι και τόσο φυσιολογική, εθιστική συμπεριφορά. Οι οργανώσεις αυτες προχώρησαν αποδίδοντας ευθύνες στους δημιουργούς των Πόκεμον για εμπορική εκμετάλλευση της παιδικής αθωότητας αναφέροντας ότι οι πληθωριστικές τιμές των προϊόντων ισοδυναμούσαν με πράξεις εκβιασμού (Solomon, 1999)

Παρότι οι οργανώσεις αυτές εξέφραζαν ανησυχίες ότι τα Πόκεμον θα αποτελούσαν μία νέα απειλή για τα παιδιά, στην πραγματικότητα οι καταναλωτικές συνήθειες ήταν κατεξοχήν διαδεδομένες στον παιδικό πληθυσμό και μάλιστα πολύ πριν την εμφάνιση των Πόκεμον. Οι Power Raintzers, the Mickey Mouse Club αποτελούν μερικές μόνο από τις περιπτώσεις στα ΜΜΕ και τα διαφημιστικά προϊόντα, που κατάφεραν με μεγάλη επιδεξιότητα να αιχμαλωτίσουν τη φαντασία των παιδιών και να αναγκάσουν τους γονείς να αγοράσουν τα προϊόντα που τους ζητούσαν επιτακτικά τα παιδιά τους. (Englehardt, 1986, Kunkel, 1988).

Ωστόσο τα Πόκεμον ήταν ένα μοναδικό φαινόμενο, με την έννοια ότι ήταν απίστευτα αποτελεσματικά και διείσδυσαν πολύ γρήγορα στην αγορά. Είναι βέβαιο ότι σε όλες αυτές τις περιπτώσεις που εμφανίζονται ξαφνικές «μανίες κατανάλωσης», αυτές προκύπτουν μετά από ενδελεχώς σχεδιασμένες στρατηγικές μάρκετινγκ, όμως η διανομή των εμπορικών μηνυμάτων των Πόκεμον από τα κανάλια των μέσων ήταν πραγματικά πρωτόγνωρη στα χρονικά. Επιπλέον τα προϊόντα ήταν προσεκτικά σχεδιασμένα, ώστε να μορφοποιούν την καταναλωτική κουλτούρα που κέντριζε την επιθυμία των παιδιών να θέλουν να αποκτήσουν όσο το δυνατόν περισσότερα.(Burby, 1999)

Όπως και άλλα τηλεοπτικά προγράμματα που απευθύνονται στις νεαρές ηλικίες, έτσι και η σειρά *Πόκεμον* ήταν στην ουσία ένα «διαφημιστικό διάρκειας τριάντα λεπτών»

που προωθούσε μια σειρά προϊόντων, μέσα από ιστορίες που βασίζονταν στους χαρακτήρες και παρέπεμπαν στα παιχνίδια. Στην τηλεοπτική σειρά ένα 10χρονο αγόρι με το όνομα Ας, οι δύο ανθρώπινοι φίλοι του, η Μίστι, ο Μπροκ, και το αγαπημένο Πόκεμον του Ας – ένα τρυφερό, κίτρινο πλασματάκι ο Πίκατσου – ταξιδεύουν αναζητώντας τα Πόκεμον, που δεν έχουν ακόμη ανακαλυφθεί. Τα Πόκεμον αυτά ήταν αρχικά 150 (και τελικά σήμερα υπερβαίνουν τα 300) «είδη» που σύμφωνα με την εκπομπή πρέπει να αιχμαλωτίζονται, να φροντίζονται και να εκπαιδεύονται από τους ανθρώπους «εκπαιδευτές Πόκεμον», για να μπορούν να εξελιχθούν σε μεγαλύτερα και ισχυρότερα τέρατα. Ωστόσο τα προϊόντα ήταν καλύτερα από αυτά που συνόδευαν προηγούμενες εκπομπές, επειδή χρησιμοποίησαν ασφαλώς πρωτοποριακούς και καινοτόμους τρόπους, για να προσεγγίσουν τα παιδιά με σύμβολο τη φράση «Gotta catch 'em all!» («Πρέπει να τα πιάσεις όλα!») που ωθούσε συνέχεια τα παιδιά να προσπαθούν να διευρύνουν τις συλλογές τους με προϊόντα Πόκεμον. (Hunter, 2000)

Έχοντας τοσα πολλά είδη να συλλέξουν τα παιδιά, έπρεπε να τα παρακολουθούν και να αγοράζουν όλο και περισσότερα βιντεοπαιχνίδια με τα Πόκεμον (καθώς σε κάθε κασέτα υπήρχαν διαφορετικά), περισσότερες κάρτες ανταλλαγής και περισσότερες φιγούρες, για να μεταβληθούν σε «μεγάλους εκπαιδευτές ». Το σημαντικότερο είναι ότι τα μέσα και τα προϊόντα των Πόκεμον, υποστηρίζονταν από ένα ευρύ δίκτυο μέσων προώθησης, διαφήμισης και στρατηγικών μάρκετινγκ, που έφτανε στα παιδιά από πολλαπλές γωνίες. Η πυκνότητα του δικτύου προώθησης που δημιούργησε το πολυπλόκαμο εμπορικό μάρκετινγκ των Πόκεμον ήταν τέτοιο, που τα παιδιά ήταν σχεδόν αδύνατο να την αποφύγουν στα χρόνια της ακμής τους.

Η μοναδική στον κόσμο περίπτωση των Πόκεμον δεν αφορούσε όμως αποκλειστικά τον καταναλωτισμό. Αφορούσε και τη διαμόρφωση ενός μικρόκοσμου για τα παιδιά, που θα δημιουργούνταν εν μέρει απ' αυτά τα ίδια. Οι γονείς, οι δάσκαλοι, οι δημοσιογράφοι και ακόμη και οι κριτικοί των ΜΜΕ δεν μπορούσαν να μην παρατηρήσουν ότι τα παιδιά ανέπτυσσαν τη δική τους κουλτούρα Πόκεμον, με δική της φρασεολογία, κοινές γνώσεις μεταξύ τους, ιεραρχίες αξιών και σύμβολα κύρους. Τα παιδιά *συμμετείχαν* ενεργά στο μικρόκοσμο των Πόκεμον: οργάνωναν συναντήσεις με συνομήλικους, αντάλλασσαν κάρτες, συζητούσαν στρατηγικές και δημιουργούσαν δικές τους μορφές παιχνιδιού. Δεν ήταν λοιπόν παθητικοί λήπτες των μηνυμάτων των ΜΜΕ, αλλά συμμετείχαν ενεργά, εφαρμόζοντας τα μηνύματα αυτά στον πραγματικό κόσμο.

Η αδιαμφισβήτητη δημοτικότητα, που έχαιραν τα Πόκεμον, έδειχνε ότι η συγκεκριμένη εταιρεία προϊόντων δεν απέβλεπε απλά σε οικονομικά οφέλη, αλλά εισχωρούσε ολοένα και πιο βαθιά στην καθημερινή ζωή των παιδιών. Σε ολόκληρο τον κόσμο, σε σχολεία, σε σπίτια και δημόσιους χώρους τα παιδιά μιλούσαν συνεχώς για τα Πόκεμον, αντάλλασσαν κάρτες, παρακολουθούσαν κινούμενα σχέδια και φορούσαν ρούχα με τους αγαπημένους τους ήρωες. Ήταν προφανές ότι τα Πόκεμον δεν ήταν απλά μια μορφή ψυχαγωγίας για το νεαρό πληθυσμό, αλλά ένας νέος μικρόκοσμος με ειδικές γνώσεις, που έδινε τη δυνατότητα αφενός της ταύτισης με μια ευρύτερη ομάδα και αφετέρου τη χαρά της επικοινωνίας με όσους συμμετείχαν ενεργά στην κουλτούρα τους. (Kaplan., 1999, σ.48)

Συνεπώς τα Πόκεμον δημιούργησαν γύρω τους μια ιδιότυπη κουλτούρα, ένα μικρόκοσμο, και για πολλούς ένα νέο τρόπο ζωής. Ταυτόχρονα, τα μέσα και οι βιομηχανίες προϊόντων συνέχιζαν να προωθούν νέα επεισόδια, νέα πλάνα μάρκετινγκ και νέα προϊόντα για τις συλλογές των παιδιών. Τι ακριβώς συνέβαινε όμως σε αυτή τη δυναμική σχέση που αναπτύχθηκε αφενός ανάμεσα στα ΜΜΕ και τα εμπορικά συμφέροντα και αφετέρου τα παιδιά που αγαπούσαν τα Πόκεμον;

Και οι δύο πλευρές φαίνονταν να συμμετέχουν ενεργά στη διαμόρφωση, ενός νέου μικρόκοσμου που βασιζόταν στα προϊόντα των Πόκεμον.

Η Nitendo και Warner Bross εστίασαν το ενδιαφέρον τους στην παραγωγή νέων προϊόντων Πόκεμον υπερκαλύπτοντας την καθημερινότητα των παιδιών με εικόνες, ιστορίες και εμπορικά μηνύματα. Τα παιδιά με τη σειρά τους χρησιμοποίησαν ενεργά τα υλικά αυτά στις κοινωνικές τους δραστηριότητες και τις μορφές παιχνιδιού, για σκοπούς που δεν είχαν καν διανοηθεί οι δημιουργοί τους. Είχαν όμως πραγματικά τα παιδιά δική τους δύναμη στην καταναλωτική κουλτούρα των Πόκεμον ή ήταν απλά ευάλωτα θύματα μιας ακραίας εμπορικής εκμετάλλευσης; Ο μικρόκοσμος των Πόκεμον, που προωθήθηκε τάχιστα από τους παραγωγούς των ΜΜΕ έφτασε στο σημείο να αποτελεί ένα εξαιρετικό πεδίο μελέτης για τις σχέσεις που αναπτύσσονται ανάμεσα στο παιδικό κοινό και το μικρόκοσμο των Πόκεμον.

5.1.2 Η εξέλιξη των Πόκεμον στα πλαίσια της ιαπωνικής ιστορίας.

Προκειμένου να κατανοήσουμε σε βάθος το μικρόκοσμο των Πόκεμον, είναι απαραίτητο να παρακολουθήσουμε την εξέλιξή τους στα πλαίσια της ιαπωνικής ιστορίας.

Σύμφωνα με την Allison, το 1854, όταν ο διοικητής Perry οδήγησε το στόλο του στο Tokyo Bay, η από αιώνες παράδοση της Ιαπωνίας, που την ήθελε ερμητικά κλειστή σε ανθρώπους, ιδέες και αγαθά της Δύσης, έφτασε στο τέλος της. Αντιδρώντας στην απειλή της δυτικής στρατιωτικής δύναμης, η στρατηγική της Ιαπωνίας άλλαξε άρδην και η χώρα άρχισε να υιοθετεί και να προσαρμόζει στα δεδομένα της τα ξένα αγαθά και τις ιδέες, διατηρώντας ταυτόχρονα τις παραδοσιακές, αυθεντικές ιαπωνικές αξίες όπως συνοψίζονται άλλωστε στο ρητό της εποχής: *«ιαπωνικό πνεύμα, δυτική μάθηση»*. Στο διάβα των χρόνων που οδήγησαν στο Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο και κατά τη διάρκεια αυτού, η Ιαπωνία άλλαξε πορεία και ακολούθησε μια πολεμική προσέγγιση αναφορικά με τις ΗΠΑ, την Ευρώπη και την Ασία. Η μεταπολεμική περίοδος ήταν μια δεύτερη εποχή έντονων πολιτισμικών δανεισμών, σε συνδυασμό αυτή τη φορά με την αυξανόμενη επιτυχία πώλησης «δυτικών αγαθών» στη Δύση. Η Ιαπωνία επεδίωξε την αναδόμηση της μεταπολεμικής οικονομίας της, προωθώντας απλά και φτηνά εξαγώγιμα προϊόντα. Όμως, έως τη δεκαετία του 1970, έχαιρε επιτυχίας ως παραγωγός προϊόντων υψηλής ποιότητας, όπως: ρολόγια, φωτογραφικές μηχανές και αυτοκίνητα. Στη δεκαετία του 1980, έχοντας εδραιώσει την κυριαρχία της στην παγκόσμια αγορά στα οικιακά ηλεκτρονικά προϊόντα, η Ιαπωνία έδωσε την εντύπωση ότι ήταν εδραιωμένη και έτοιμη να κυριαρχεί για χρόνια ως ένα από τα πιο ισχυρά οικονομικά έθνη. Όμως αν και οι Αμερικανοί ανησυχούσαν για το πώς θα κάλυπταν το εμπορικό χάσμα με την Ιαπωνία, πολλοί Ιάπωνες γνώριζαν ότι η επιτυχία τους ήταν εύθραυστη. Η μεταπολεμική συνταγή της Ιαπωνίας για οικονομική επιτυχία, που περιείχε την εξαγωγή καταναλωτικών προϊόντων και υλικών ηλεκτρονικών υπολογιστών στη Δύση, αποδείχθηκε δύσκολη στη συντήρησή της, επειδή τα ιαπωνικά επίπεδα ζωής και μισθών αυξήθηκαν, έτσι η Ιαπωνία κινδύνευε να υποβαθμιστεί από άλλες χώρες. Στη δεκαετία του 1990 οι: Κορέα, Ταϊβάν, Σιγκαπούρη και τελικά η Κίνα – έγιναν η νέα Ιαπωνία, καθώς τα χαμηλά εργατικά έξοδα τους επέτρεψαν να δώσουν τέλος στην κυριαρχία της χώρας σε πολλούς τομείς παραγωγής. Προβλέποντας αυτή τη μεταστροφή, στην αρχή της δεκαετίας του 1980 οι ιαπωνικές εταιρείες και οι κυβερνητικοί οικονομικοί σχεδιαστές, είχαν ήδη αρχίσει να προγραμματίζουν τη

μετάβαση της οικονομίας από τη βαριά στην υψηλή τεχνολογία και αμέσως μετά από την υψηλή τεχνολογία στην κοινωνία της πληροφορίας και τα πολιτισμικά προϊόντα. Τα περισσότερα προϊόντα των μέσων που κυκλοφορούν διεθνώς παίζουν σε συσκευές κατασκευασμένες στην Ιαπωνία (στερεοφωνικά συστήματα, τηλεοράσεις, βίντεο, CD, DVD και ηλεκτρονικοί υπολογιστές), αλλά η πλειοψηφία του περιεχομένου τους παράγεται στο Λος Άντζελες και τη Νέα Υόρκη. Χωρίς να διαθέτουν δικό τους λογισμικό τη δεκαετία του 1980 και στις αρχές του 1990 η Sony και άλλες ιαπωνικές εταιρείες υλικού επένδυσαν σε αμερικανικά κινηματογραφικά στούντιο, μουσικές εταιρείες και εκδοτικούς οίκους Η πρόκληση που αντιμετώπισε η Ιαπωνία στα μέσα της δεκαετίας του 1990 ήταν να κατορθώσει να μετατοπιστεί από την αγορά δικαιωμάτων για δυτικά πολιτισμικά προϊόντα, στην παραγωγή πολιτισμικών εξαγωγικών προϊόντων δικών τους.

Η Ιαπωνία διαθέτει μία σταθερή εγχώρια πολιτισμική βιομηχανία, με δισεκατομμύρια γεν να ξοδεύονται κάθε χρόνο για εγχώριας παραγωγής και κατανάλωσης ταινίες, μουσική ποπ, τηλεοπτικές εκπομπές και αθλητικές εκδηλώσεις. Αλλά η μετατροπή της εγχώριας αγοράς σε διεθνή είναι μια επίπονη διαδικασία. Παρά την επιτυχία τους στην πώληση υλικών στη Δύση με τις αξιοσημείωτες εξαιρέσεις των βιντεοπαιχνιδιών, δικαιωμάτων μουσικής και τηλεοπτικών εκπομπών στην Ταϊβάν και το Χονγκ Κονγκ (Iwabuchi, 2004, σ.σ 211-224), η Ιαπωνία είχε μικρή επιτυχία πραγματοποιώντας ελάχιστες επιθετικές απόπειρες για να εξάγει το πολιτισμικό λογισμικό. Το καθαρό εμπορικό πλεόνασμα της Ιαπωνίας καλύπτει το γεγονός ότι η χώρα υποφέρει από μεγάλη ανεπάρκεια στην ανταλλαγή πολιτισμικών προϊόντων με τη Δύση. Οι αμερικανικές ταινίες έχουν μεγάλη επιτυχία στην Ιαπωνία, ενώ οι ιαπωνικές ταινίες προβάλλονται μόνο σε συγκεκριμένους καλλιτεχνικούς κινηματογράφους στις Ηνωμένες Πολιτείες. Η τζαζ έχει περισσότερους θαυμαστές στο Τόκιο απ' ότι στη Νέα Υόρκη και η αμερικανική και βρετανική ποπ μουσική ανταγωνίζεται στην κορυφή των ιαπωνικών charts, ενώ η ιαπωνική ποπ μουσική έχει μόνο μια περιθωριακή αγορά εκτός της Ασίας. Η υψηλή ραπτική της Ιαπωνίας έχει εισχωρήσει στο διεθνή κόσμο της μόδας, αλλά οι πωλήσεις των Isse Miyake και Hanae Mori είναι μικροσκοπικές αν συγκριθούν με τις πωλήσεις των τζιν της Levis και της Calvin Klein στην Ιαπωνία.

Γιατί όμως παρατηρείται αυτή η ανισορροπία στην πολιτισμική ανταλλαγή των δύο χωρών;

Το φαινόμενο αποτελεί κυρίως αποτέλεσμα της γλωσσολογικής και πολιτισμικής ομοιογένειας της αγγλόφωνης Δύσης. Η πολιτισμική και οικονομική δύναμη που ασκείται ενιαία τους τελευταίους τρεις αιώνες, πρώτα από την Αγγλία και έπειτα από τις Ηνωμένες Πολιτείες, είχε ως αποτέλεσμα οι Ιάπωνες και οι υπόλοιποι μη Αγγλόφωνοι, μέλη του μη δυτικού κόσμου, να μάθουν να καταναλώνουν ξένα πολιτισμικά προϊόντα, κάτι που δεν έμαθαν οι Αμερικανοί και οι Βρετανοί. Από τις πρώτες ημέρες της άφιξης του Perry, οι Ιάπωνες αντιλήφθηκαν ότι, για να ανταγωνιστούν τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ευρώπη, θα έπρεπε να προσαρμοστούν.

Οι Ιάπωνες υιοθέτησαν τα δυτικά πολιτισμικά προϊόντα και η ιαπωνική κουλτούρα, η οποία δεν είναι πλέον σαφής ή ενιαία, αποτελεί ένα υβρίδιο που, όπως και οι υπόλοιπες κουλτούρες, επανεφευρίσκει διαρκώς τον εαυτό του (Tobin, 2004). Τα ιαπωνικά προϊόντα που εξάγονται στο εξωτερικό, συμπεριλαμβανομένων και των Πόκεμον, αποτελούν πάντα ένα μίγμα εγχώριων και δάνειων στοιχείων, ακόμη και πριν υποβληθούν στην επανασυσκευασία από τους Ιάπωνες και την προσαρμογή από τους ξένους εξαγωγείς.

Οι Katsuno και Maret (2004) επισημαίνουν την ειρωνεία ότι πολλά από τα επεισόδια των Πόκεμον που θεωρούνται ανάρμοστα για κυκλοφορία στις Ηνωμένες Πολιτείες, περιλαμβάνουν στοιχεία στο σενάριο, που είναι αποκλειστικά Ευρω-αμερικάνικης προέλευσης, όπως π.χ. *η συμμετοχή της μητέρας του Ας, της Μίστι και της Ομάδας Πύραυλος σε ένα διαγωνισμό ομορφιάς στο Ακαπούλκο, ένα φύλακας που στρέφει το μεγάλο όπλο του στον Ας και ένα παιδί που μοιάζει στον Ταρζάν και το συναντούν ο Ας και η Μίστι στη ζούγκλα.*

Αν και οι πολιτισμικές ανταλλαγές ανάμεσα στην Ιαπωνία και τη Δύση αποτελούν μια διαδικασία αμφίδρομη, αυτό δε σημαίνει ότι, πριν την εισβολή των Πόκεμον η ιαπωνική κουλτούρα δεν είχε ήδη εισαχθεί στην Ευρώπη και την Αμερική. Οι ιαπωνικές αισθητικές παραδόσεις έχουν μία υπόγεια αλλά προφανή επιρροή στη δυτική ζωγραφική, το θέατρο, τον κινηματογράφο, τη μόδα, την αρχιτεκτονική και το σχεδιασμό. Το τζούντο και το καράτε είναι οι γνωστότερες και δημοφιλέστερες πολεμικές τέχνες στον κόσμο. Το σούσι καταναλώνεται σε ευρωπαϊκά και βορειοαμερικανικά εμπορικά κέντρα. Τα ιαπωνικά *μάνγκα* (κόμικ) και *ανίμε* (ταινίες κινούμενων σχεδίων) καταναλώνονται από τους θαυμαστές τους και στις δυο πλευρές του ωκεανού. Ωστόσο παρά τις επιτυχίες αυτές, μόνο τα Πόκεμον

κατάφεραν ως ιαπωνικό πολιτισμικό προϊόν να προκαλέσουν μια τέτοια διεθνή καταναλωτική μανία.

Εκτός από τη δυτική οικονομική, πολιτική και πολιτισμική ομοιογένεια, ένας άλλος παράγοντας που συμβάλλει στην πολιτισμική εμπορική ανεπάρκεια της Ιαπωνίας με τη Δύση είναι η ιαπωνική διφορούμενη στάση ως προς την εξαγωγή της κουλτούρας τους. Πολλοί Ιάπωνες έχουν την πεποίθηση ότι η κουλτούρα τους δε γίνεται άμεσα αποδεκτή στο εξωτερικό. Επίσης έχουν επινοήσει έναν όρο με τον οποίο αποδίδουν αυτή τη στάση: *Ninonjinron* ή οι θεωρίες της ιαπωνικής μοναδικότητας.

Η ιαπωνική πεποίθηση ότι η πολιτισμική τους μοναδικότητα σε συνδυασμό με τη διστακτικότητά τους να καταναλωθούν από τους ξένους, μπορεί να οδηγήσει σε συγκεκριμένη αμηχανία και επιφυλακτικότητα στην προώθηση της κουλτούρας τους προς τους ξένους.

Η πολιτισμική ομοιογένεια της αγγλόφωνης δύσης σε συνδυασμό με την ιαπωνική πεποίθηση στη μοναδικότητα και προσβασιμότητα της κουλτούρας τους, παρήγαγαν και προχώρησαν στην εξαγωγή των πολιτισμικών τους προϊόντων. Όλα αυτά διαφοροποιήθηκαν με τα Πόκεμον.

Ο Κουροσάβα, ο Γκοτζίλα, το Hello Kitty, οι Πάουερ Ρέιντζερς, το σούμο και το σούσι ανακάλυψαν νέους θαυμαστές στο εξωτερικό, αλλά ο μικρός Πίκατσου κατάφερε να σημειώσει μεγάλη επιτυχία σε όλο τον κόσμο. Αυτή η επιτυχία, αλλά και η παγκόσμια περιπέτεια του Πίκατσου , είχε και ένα τίμημα: οι παραγωγοί των Πόκεμον αποφάσισαν ότι για να έχουν διεθνή επιτυχία, θα έπρεπε να μειωθεί αυτό που ο Koichi Iwabuchi ονομάζει *«πολιτισμική υφή»*.(Bromley., 2004 , σ.σ. 146- 153)

5.1.3 Ο σχεδιασμός των Πόκεμον

Θέσεις – Αντιθέσεις

Με δεδομένο ότι στην ελληνική βιβλιογραφία απουσιάζουν παντελώς οι εμπειρικές έρευνες για τα Πόκεμον στηριζόμαστε στην ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας διακρίνοντας δύο εκδοχές (Tobin, J., 2004) ως προς το σχεδιασμό και την εξάπλωση των Πόκεμον :

Εκδοχή Πρώτη: *Μια ομάδα ανθρώπων συσκέπτονται στην έδρα της εταιρείας Nitendo, στα προάστια του Kyoto και σχεδιάζουν πώς θα αιχμαλωτίσουν τις καρδιές και το μυαλό των παιδιών του κόσμου. Άλλες εταιρείες το έχουν καταφέρει στο παρελθόν, προκαλώντας τις έντονες καταναλωτικές επιθυμίες των παιδιών. Όμως το*

σχέδιο της Nintendo είναι πολύ πιο φιλόδοξο: σκοπεύουν να κάνουν πλύση εγκεφάλου στα παιδιά όλου του κόσμου, αγόρια και κορίτσια και να τους εμφυτεύσουν την επιθυμία για μια ατέλειωτη σειρά από αλληλοσχετιζόμενα προϊόντα, που θα περιλαμβάνουν βιντεοπαιχνίδια, βιντεοκασέτες, κάρτες ανταλλαγής και συμπληρωματικά προϊόντα. Για να εξυπηρετήσουν αυτό το σκοπό , οι υπεύθυνοι της Nintendo προσλαμβάνουν το S. Tajiri, έναν ευρηματικό, μοναχικό νεαρό σχεδιαστή παιχνιδιών, για να δημιουργήσει ένα καινούριο βιντεοπαιχνίδι.

Ο Tajiri και η ομάδα του στη GameFreak στο Τόκιο, συλλαμβάνουν την ιδέα για ένα μυθικό κόσμο στον οποίο τα παιδιά σε ρόλο «εκπαιδευτών» θα συλλαμβάνουν και θα εκπαιδεύουν περισσότερα από 150 φανταστικά άγρια τέρατα. Η ιδιοφυΐα αυτού του σχεδίου είναι ότι όπως οι νεαροί εκπαιδευτές σε αυτό το μυθικό κόσμο θα συλλέγουν τα «τερατάκια τσέπης», προσπαθώντας να «τα πιάσουν όλα», το ίδιο θα κάνουν και τα παιδιά του κόσμου, που θα εθιστούν και θα διαθέτουν τις ώρες τους αλλά και πολλά από τα χρήματα των γονιών τους, για να αγοράσουν όλα τα διαθέσιμα προϊόντα των Πόκεμον.

Εκδοχή Δεύτερη: *Τα παιδιά σε όλο τον κόσμο είχαν αισθανθεί κορεσμό, καθώς οι Πάουερ Ρέιντζερς ήταν διασκεδαστικοί για λίγο, όμως η εκπομπή είχε γίνει πια προβλέψιμη και ανιαρή. Τα Λέγκο είχαν όμορφη και καλόγουστη συσκευασία, αλλά, όταν τα παιδιά έπαιζαν μαζί τους, η κόπωση ήταν τόσο μεγάλη, ώστε θύμιζαν περισσότερο ελεύθερη παιγνιώδη ενασχόληση παρά παιχνίδι. Οι αδερφοί Μάριο δεν προσέφεραν πλέον ψυχαγωγία.. Τα παιδιά επιζητούσαν κάτι πρωτοποριακό και οι εταιρείες είχαν τη διάθεση να τους το προσφέρουν, εμφανιζόταν όμως απειλητικό το φάσμα της αποτυχίας για τους κατασκευαστές παιχνιδιών και τους παραγωγούς τηλεοπτικών εκπομπών .*

Για κάθε επιτυχία στον απρόβλεπτο αυτό κλάδο, υπήρχαν αντίστοιχα πολλαπλές αποτυχίες.

Οι κατασκευαστές παιχνιδιών στην προσπάθειά τους να δημιουργήσουν κάτι ξεχωριστό, προωθούσαν νέα προϊόντα στην αγορά, όμως τα παιδιά, ένα εξαιρετικά δύσκολο και απαιτητικό κοινό, απέρριπτε το ένα προϊόν μετά το άλλο. Παρά τις εστιασμένες έρευνες μάρκετινγκ, τις διαφημιστικές προσπάθειες αξίας εκατομμυρίων δολαρίων τα περισσότερα παιχνίδια απορρίπτονταν από την παιδική αγορά και κατέληγαν στα ράφια των αζήτητων, ενώ πολλοί από τους ενήλικες, που τα σχεδίαζαν και τα προωθούσαν στην αγορά, αναζητούσαν νέες εργασίες.

Η Nintendo επιδιώκοντας να διατηρήσει το κυρίαρχο μερίδιο της αγοράς στον ανταγωνιστικό κλάδο των παιχνιδιών ηλεκτρονικών υπολογιστών, προσέλαβε το S. Tajiri και τον οίκο παραγωγής του, την GameFreak, για να σχεδιάσει και να παρουσιάσει ένα νέο παιχνίδι. Ο Tajiri, που είχε εργαστεί στο εξαιρετικά πετυχημένο παιχνίδι ,κατάφερε να πείσει τη Nintendo να του δώσει το χώρο για να δημιουργήσει ένα πρωτότυπο παιχνίδι, βασισμένο στην παιδική του αγάπη για τη φύση και το χόμπι του να συλλέγει έντομα και να στήνει μάχες με σκαθάρια. Το 1996, ο Tajiri παραδίδει τα Πόκεμον. (Tobin, J. 2004, σ.σ 129-137)

Οι παραπάνω δύο εκδοχές παρουσιάζουν τις δύο όψεις της κεντρικής διαμάχης που αφορά όχι μόνο τα Πόκεμον, αλλά και γενικότερα την ανάμιξη των παιδιών με τη λαϊκή κουλτούρα .

Στην πρώτη εκδοχή, η Nintendo είναι ένας δαιμόνιος μηχανισμός, ισχυρός, συστηματικός και ευέλικτος που κατάφερε να προσελκύσει το ενδιαφέρον των παιδιών καταναλωτών, που δε διαθέτουν εκπροσώπους ούτε την ικανότητα να αντισταθούν στις εμπορικές εκκλήσεις και προκλήσεις, που εξαπολύει η βιομηχανία.

Στη δεύτερη εκδοχή, η επιτυχία της Nintendo με τα Πόκεμον είναι αποτέλεσμα λιγότερο της εταιρικής ισχύος και ενός αυστηρά τηρούμενου σχεδίου μάρκετινγκ και περισσότερο συνδυασμός της ατομικής δημιουργικότητας (των Tajiri, Kubo, Tilden, Grossfeld και άλλων) και της ικανότητας των παιδιών να εντοπίζουν και να διακρίνουν συλλεκτικά ένα προϊόν που τους ταιριάζει. Στη δεύτερη εκδοχή, τα παιδιά είναι αυτά που έχουν, κατά κάποιο τρόπο, τον έλεγχο.

Στην πρώτη εκδοχή, τα Πόκεμον πετυχαίνουν όχι χάρη στην έμφυτη αξία τους ως προϊόν, αλλά λόγω του μάρκετινγκ που εμπλέκεται και της δύναμης της εταιρείας να διαχειρίζεται τις επιθυμίες των παιδιών και το παιχνίδι τους. Στη δεύτερη, τα Πόκεμον δε θα ήταν πετυχημένα, αν η Nintendo δεν ήταν ευαίσθητη και ευήκοη στις αντιδράσεις του κόσμου και δεν ανταποκρινόταν στις επιθυμίες των παιδιών και εάν τα προϊόντα, που είχε αναπτύξει, δεν ήταν ποιοτικά.

Το ποια από αυτές τις εκδοχές είναι περισσότερο πειστική, είναι συνισταμένη του θεωρητικού προσανατολισμού που αποφασίζουμε να υιοθετήσουμε. ***Το πρώτο σενάριο*** *είναι συνεπές με τις θεωρίες της σχολής της Φραγκφούρτης και των νεομαρξιστικών παραδειγμάτων, σύμφωνα με τα οποία οι καταναλωτές γενικά και τα παιδιά ειδικότερα είναι άτομα, που γίνονται εύκολα θύματα καπιταλιστικών συνεταιρισμών, οι οποίοι καλλιεργούν ψεύτικες επιθυμίες στις παιδικές αγορές.*

Το δεύτερο σενάριο *αντικατοπτρίζει περισσότερο την αμερικανική σχολή πολιτισμικών μελετών που δίνει έμφαση στην απόλαυση, την εκπροσώπηση και την αντίσταση των καταναλωτών* (ακόμη και των παιδιών).

Αυτή η τάση επικέντρωσης στη θεωρία, αποτελεί αδυναμία της μελέτης των παιδιών και της λαϊκής κουλτούρας. Οι περισσότερες μελέτες σε αυτό το πεδίο γίνονται από *a priori* θεωρητικές στάσεις, χωρίς να βασίζονται σε εμπειρικά στοιχεία. Πολλές από τις νεομαρξιστικές (Giroux 1999) διατριβές και τις αντίστοιχες της αμερικανικής σχολής (Fiske 1998) που αφορούν τα παιδιά, συγγράφονται χωρίς να μελετώνται άμεσα τα ίδια τα παιδιά και χωρίς να εξερευνούν συστηματικά το ιστορικό, πολιτισμικό και κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο της παραγωγής των προϊόντων , αλλά και τις αναπαραστάσεις των παιδιών.

Συμπερασματικά : η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας δείχνει ότι κανένα από τα σενάρια που παρουσιάστηκαν στην αρχή του κεφαλαίου δεν είναι απολύτως ορθό. Η Nintendo σχεδίασε την εξέλιξη των Πόκεμον στην αγορά πολύ προσεκτικά, για να κερδίσει το ενδιαφέρον του παιδικού κοινού. Αλλά αυτό όμως δε σημαίνει ότι η Nintendo είχε προβλέψει την επιτυχία των Πόκεμον ή ότι ακολούθησε ένα προδιαγεγραμμένο πλάνο ή ότι δεν έκανε λάθη στο μάρκετινγκ που χρησιμοποίησε στην πορεία. Όταν ξεκίνησαν ο S. Tajiri και οι εργαζόμενοι της Nintendo, φαίνεται ότι δεν είχαν κάποιο ολοκληρωμένο σχέδιο ή ιδιαίτερες προσδοκίες για τα Πόκεμον, πέρα από την ανάπτυξη άλλης μιας πετυχημένης κασέτας για το Game Boy. Τα κόμικς, η τηλεοπτική εκπομπή και οι κάρτες ανταλλαγής δεν ήταν μέρος της αρχικής στρατηγικής μάρκετινγκ των Πόκεμον. Τα συμπληρωματικά προϊόντα συντονίστηκαν και ενοποιήθηκαν στην παγκόσμια αγορά αργότερα όπως, αναφέρουν οι Buckingham και Sefton-Green, το ισχυρότερο σημείο των Πόκεμον είναι ότι αποτελούν ένα πολυδιάστατο, αλληλοσυνδεόμενο σύνολο από προϊόντα και δραστηριότητες, αλλά αυτό το στοιχείο των πολλαπλών διαστάσεων εμφανίστηκε στην πορεία – δεν ήταν προσχεδιασμένο.

5.1.4 Η προσαρμογή των Πόκεμον στη δυτική κουλτούρα

Μια κοινή πεποίθηση της παγκόσμιας βιομηχανίας της λαϊκής κουλτούρας είναι ότι για να γνωρίσει ένα ιαπωνικό πολιτισμικό προϊόν επιτυχία σε μια μαζική αγορά στο εξωτερικό, δεν πρέπει να φαίνεται η προέλευσή του. Η αφαίρεση των ιαπωνικών στοιχείων μπορεί να επιτευχθεί κατά τη διάρκεια της δημιουργίας,

σχεδιάζοντας ένα πολιτισμικό κείμενο ενιαίο στα θέματα και χωρίς συγκεκριμένες ιαπωνικές εικόνες και αναφορές και / ή μετά το γεγονός αυτό.

Αυτές οι διεργασίες ολοκληρώνονται ευκολότερα με μερικά είδη πολιτισμικών προϊόντων απ' ό,τι με άλλα. Οι πιο πετυχημένες πολιτισμικές εξαγωγές της Ιαπωνίας έως σήμερα είναι τα βιντεοπαιχνίδια.

Η παγκόσμια αγορά των βιντεοπαιχνιδιών ξεκίνησε με ιαπωνικά παιχνίδια όπως τα *Duck Hunt, Space Invaders, Pacman, Donkey Kong* και *Super Mario Brothers*. Τα παιχνίδια αυτά ήταν σχετικά εύκολα στην εξαγωγή, καθώς δεν είχαν σαφές ιαπωνικό πολιτισμικό περιεχόμενο. Τα *Mortal Kombat* και *Street Fighter* ήταν τα πρώτα βιντεοπαιχνίδια που προωθήθηκαν στη διεθνή αγορά, έχοντας αυστηρά ιαπωνική / ασιατική προέλευση και με πρωταγωνιστές παλαιστές του σούμο, νίντζα και δεξιοτέχνες στο καράτε και στο κουνγκ-φου.

Επειδή το στοιχείο της γλώσσας δεν έχει τόση σημασία στα βιντεοπαιχνίδια, η προσαρμογή τους γίνεται αυτόματα εξαιρετικά ευκολότερη στις ξένες αγορές, αντίθετα με τα τραγούδια, τις τηλεοπτικές εκπομπές, τις ταινίες ή τα κινούμενα σχέδια. Άλλος ένας παράγοντας, που διευκολύνει την εξαγωγή τους, είναι ότι στα βιντεοπαιχνίδια, όπως και στα κινούμενα σχέδια, το περιβάλλον μπορεί να είναι απολύτως μυθικό και οι πρωταγωνιστές να μην ανήκουν σε συγκεκριμένη φυλή ή να έχουν κάποια εθνικότητα.

Τα Πόκεμον προέρχονται από το αντίστοιχο ιαπωνικό βιντεοπαιχνίδι και την παράδοση των *ανίμε*, όπου οι τοποθεσίες δεν αντιστοιχούν σε κανένα γνωστό μας τόπο και οι χαρακτήρες δεν ανήκουν σε καμία αναγνωρίσιμη φυλή ή εθνικότητα. Ετσι ένα παιδί από το Μεξικό ή τη Γαλλία μπορούσε εύκολα να παρακολουθήσει τα Πόκεμον ή να παίξει το παιχνίδι στο Game Boy, αγνοώντας το γεγονός ότι το προϊόν προήλθε από την Ιαπωνία. Αυτό όμως δε σημαίνει βέβαια ότι τα Πόκεμον δεν έχουν κανένα χαρακτηριστικό ιαπωνικό στοιχείο.

Το βιντεοπαιχνίδι, η τηλεοπτική εκπομπή και οι ταινίες των Πόκεμον διαθέτουν αρκετά χαρακτηριστικά στοιχεία και θέματα της ιαπωνικής κουλτούρας.

Ο δημιουργός των Πόκεμον, S. Tajiri, έχει δηλώσει σε συνεντεύξεις του ότι το όνειρό του ήταν να δημιουργήσει ένα βιντεοπαιχνίδι, που θα επέτρεπε στα σημερινά παιδιά της Ιαπωνίας να έρθουν πάλι σε επαφή με τη φύση, μαθαίνοντας να αναγνωρίζουν και να φροντίζουν τέρατα που θυμίζουν έντομα, όπως έκανε και αυτός όταν ήταν μικρός, συλλέγοντας σκαθάρια στο δάσος. Στην αστικοποιημένη σύγχρονη

απωνία, μια τέτοια δραστηριότητα είναι από σπάνια έως ανύπαρκτη, και έτσι ο S. Tajiri ανέδειξε μέσω των Πόκεμον ένα σύγχρονο υποκατάστατο.

Άλλα εύκολα αναγνωρίσιμα ιαπωνικά στοιχεία στην πλοκή είναι η σχέση *sensei – deishi* (δάσκαλου – μαθητή) που παρατηρείται ανάμεσα στον Σατόσι (Ας) και τον καθηγητή Οκίντο (Καθηγητή Όουκ) και η περιπέτεια του Σατόσι,ο οποίος σύμφωνα με την παράδοση των πολεμικών τεχνών για να ανέβει στην κατάταξη των εκπαιδευτών Πόκεμον, μέχρι να φτάσει το επίπεδο του αρχηγού Πόκεμον θα πρέπει να πετύχει πολλές νίκες.

Τα Πόκεμον όμως περιέχουν και άλλα ιαπωνικά στοιχεία και θέματα που είναι δυσδιάκριτα και γι' αυτό εντοπίζονται δυσκολότερα, όπως της αιχμαλωσίας, τα Πόκεμον εκπαιδεύονται να ζουν σε «Ποκε-μπάλες»), της μεταμόρφωσης (σύμφωνα με την παράδοση αλλαγής σε ρομπότ ή «αναβάθμισης» που όρισαν τα *Voltron, The Transformers* και *The Mighty Morphin Power Rangers*) και των ηρώων που έχουν «ειδικές» κινήσεις επίθεσης (κατά την παράδοση τόσο του *ανίμε* όσο και των παιχνιδιών πάλης των ηλεκτρονικών υπολογιστών). Άλλη μια τυπολογία των *ανίμε* και των *μάνγκα*, που εμφανίζεται στα Πόκεμον, είναι η παρουσία αισθησιακών κοριτσιών και νεαρών γυναικών με καμπύλες και μίνι φούστες. Αν και η γλυκύτητα αποτελεί κοινό χαρακτηριστικό τόσο στα δυτικά όσο και στα ιαπωνικά κινούμενα σχέδια, τα Πόκεμον είναι *kawaii* (γλυκά) με έναν ιδιαίτερα γιαπωνέζικο τρόπο, όπως αναφέρουν οι Allison και Iwabuchi. Το αισθητικό ύφος της τηλεοπτικής εκπομπής των Πόκεμον και των ταινιών τους, είναι αντιπροσωπευτικό της παράδοσης των ιαπωνικών *μάνγκα* και *ανίμε* που χρησιμοποιούν σταθερό σχεδιαστικό ύφος, έλλειψη πλαστικότητας κίνησης (σε μεγάλη αντίθεση με την ευρύτερη χρήση των τριών διαστάσεων και της ρεαλιστικής κίνησης που συναντάμε στους χαρακτήρες των κινούμενων σχεδίων της Disney και της Warner Brothers), κινηματογραφικά εφέ, όπως η χρήση υπερκείμενων όψεων και πλάνων ειδικής λήψης.

Οι κύριοι ανθρώπινοι χαρακτήρες στα Πόκεμον είναι *mu-kokuseki* (χωρίς εθνικότητα), δηλαδή ούτε απόλυτα Ιάπωνες ούτε μη Ιάπωνες, αλλά οι δευτερεύοντες χαρακτήρες περιλαμβάνουν αναμφισβήτητες ιαπωνικές φιγούρες, όπως οι νίντζα και οι σαμουράι. Ο Σατόσι / Ας και οι φίλοι του κινούνται σ' ένα φανταστικό κόσμο που περιλαμβάνει πολιτισμικά ουδέτερες τοποθεσίες, όπως η Pallet Town και η Pewter City, αλλά περιστασιακά μπαίνουν σε εστιατόρια με σήματα και κουρτίνες που φέρουν γράμματα *kanji*, τρώνε μπάλες ρυζιού... (Orecklin,1999, σ.σ 12-13)

Ο επιδέξιος χειρισμός της ιαπωνικότητας των Πόκεμον, τόσο στην εγχώρια εκδοχή τους όσο και σε αυτή που εξάγεται, υπήρξε κρίσιμος και καθοριστικός παράγοντας για την επιτυχία τους. Ο Iwabuchi χρησιμοποιεί τον όρο «διεθνής προσαρμογή» που, όπως θα ισχυριζόταν κάποιος, έχει εφευρεθεί από τη Sony και αναφέρεται στην ανάγκη τροποποίησης ενός προϊόντος, προκειμένου αυτό να διατεθεί στις διεθνείς αγορές. Η διαδικασία που επέτρεψε στα Πόκεμον να έχουν τέτοια επιτυχία στις διεθνείς αγορές, δεν άρχισε με την προσαρμογή τους, αλλά με έναν άλλο παράγοντα που αναφέρει ο Iwabuchi, την «αφαίρεση της πολιτισμικής οσμής», που αφορά την ανάπτυξη πολιτισμικών προϊόντων σχεδιασμένων από την αρχή, ώστε να αφαιρούνται τυχόν προφανή ιαπωνικά στοιχεία.

Πόσο συστηματική και σχεδιασμένη ήταν όμως η αφαίρεση της πολιτισμικής οσμής των Πόκεμον;

Ο Tajiri αρνείται ότι μείωσε συνειδητά την ιαπωνικότητα των πρωτότυπων δημιουργημάτων του (το βιντεοπαιχνίδι και την τηλεοπτική σειρά αντίστοιχα). Όμως η έννοια της αφαίρεσης των ιδιαίτερων ιαπωνικών στοιχείων, σύμφωνα με τον Iwabuchi, δεν προϋποθέτει συνειδητή σκοπιμότητα. Η αφαίρεση της οσμής των Πόκεμον τη στιγμή της δημιουργίας τους, ήταν λιγότερο μια συνειδητή παγκόσμια στρατηγική μάρκετινγκ και περισσότερο αποτέλεσμα της προϋπηρεσίας των δημιουργών τους, σε θέματα που ήδη είχαν αφαιρεθεί οι πολιτισμικές τους υφές. Τα ιαπωνικά βιντεοπαιχνίδια και τα *ανίμε* διέπονται από τέτοιες τυπολογίες, όπως τα ουδέτερα τοπία, οι χαρακτήρες χωρίς εθνικότητα και οι υβριδικές διακειμενικές αναφορές. Αν η σκηνοθεσία δεν είναι ρητά ιαπωνική (όπως για παράδειγμα σ'ένα λαϊκό παραμύθι σαν την *Πριγκίπισσα Μονονόκε*), οι σχεδιαστές του ιαπωνικού *ανίμε* δημιουργούν ***mu-kokuseki*** χαρακτήρες, γιατί αυτή είναι η προσδοκία που έχουν οι ίδιοι και οι αναγνώστες τους, όσον αφορά την εμφάνιση των *ανίμε*. Υποπτεύομαι ότι αυτό συνέβη με την αλλαγή των ονομάτων : Σατόσι (Ας), της Κατσούμι (Μίστι), της Αδερφής Τζόι (Τζόι), του Καθηγητή Οκίντο (Οουκ) και των άλλων ανθρώπινων χαρακτήρων των Πόκεμον, που θυμίζουν λίγο ή ελάχιστα Ιάπωνες. Κι αυτό γιατί, αν η συνειδητή πρόθεση των δημιουργών των Πόκεμον ήταν από την αρχή να δημιουργήσουν ένα διεθνώς εμπορεύσιμο προϊόν, τότε θα έπρεπε να είχε δοθεί περισσότερη προσοχή εξ αρχής, ώστε να αποφεύγεται η χρήση *kanji*, η παρουσίαση ιαπωνικών τροφίμων και πλοκών με συγκεκριμένες ιαπωνικές αναφορές, όπως, όταν ο «Bakabondo», ένας χαρακτήρας δανεισμένος από ένα δημοφιλές *μάνγκα* (με τις

οίζες του στο «Little Tramp» του Chaplin) εμφανίζεται στο επεισόδιο με το άγριο ταιδί. (Pattern, 1999)

Η παρουσία τέτοιων ιαπωνικών στοιχείων στο πρωτότυπο παιχνίδι των Πόκεμον και στην πρώτη σεζόν της τηλεοπτικής εκπομπής, δημιούργησε την ανάγκη για εκτεταμένη και σε ορισμένες περιπτώσεις αναμφίβολα ακριβή τοπική προσαρμογή.

Όταν οι Tajiri και Kubo άρχισαν να εργάζονται στα Πόκεμον, δεν είχαν κανένα λόγο να προσδοκούν ότι τα προϊόντα τους θα είχαν επιτυχία στη χώρα τους, πόσο μάλλον διεθνώς. Όμως το 2000 με τη μανία των Πόκεμον να σαρώνει ήδη τις Ηνωμένες Πολιτείες, εντόπισαν την ανάγκη να περιοριστεί η ιαπωνική κουλτούρα των Πόκεμον, για να διευκολυνθεί η προσαρμογή τους στις αμερικανικές και άλλες χγορές. Ο Kubo εξηγεί ότι αντίθετα με την πρωτότυπη τηλεοπτική σειρά των Πόκεμον, στις ταινίες δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή από την παραγωγή τους κιόλας, ώστε να μειώνεται η ιαπωνική πολιτισμική οσμή:

> *Πριν από μερικά χρόνια ήταν επίσης δημοφιλής μια άλλη τηλεοπτική σειρά ανίμε και μια σειρά ταινιών, η Σέιλορ Μουν. Όταν η ταινία προβλήθηκε στους κινηματογράφους στις Ηνωμένες Πολιτείες, έγιναν ελάχιστες οπτικές τροποποιήσεις. Το αποτέλεσμα ήταν να συναντήσει μέτρια επιτυχία, χωρίς να καταφέρει ποτέ να δημιουργήσει τη μεγάλη επιτυχία που σημειωνόταν στην Ιαπωνία. Η έρευνα που κάναμε σε αυτή την υπόθεση έδειξε ότι στοιχεία, όπως τα ιαπωνικά γράμματα στο φόντο και η μοναδικότητα της ιαπωνικής οικογένειας, δυσκόλεψαν τα παιδιά και δεν τους επέτρεψαν να απορροφηθούν τελείως στο φανταστικό κόσμο της ταινίας. Έχοντας αυτά τα παραδείγματα στο μυαλό μας, αποφασίσαμε από την αρχή να προσαρμόσουμε την πρώτη ταινία των Πόκεμον, αν και ίσως δεν τα καταφέραμε και τόσο καλά.*
>
> *(Kubo, 2000, σ. 2).*

Ένα σημαντικό παράδειγμα της ποιότητας της προσαρμογής των Πόκεμον ραίνεται στη φροντίδα και επινοητικότητα που χρησιμοποιήθηκαν κατά τη μετονομασία των Πόκεμον στα αγγλικά και σε άλλες γλώσσες. Ακολουθώντας το παράδειγμα του ιαπωνικού πρωτότυπου, οι προσαρμογείς επινόησαν ονόματα που τα ταιδιά θα μπορούσαν να απομνημονεύσουν εύκολα, κατανοώντας ταυτόχρονα τη σχέση των Πόκεμον με τις εξελιγμένες υψηλότερες μορφές τους και τις οικογενειακές τους ομάδες (π.χ. κατηγορία νερού, φωτιάς, αέρα).

Τα ονόματα είναι πλούσια σε εύστοχα ευφυολογήματα και διακρίνονται από τις εικονικές τους συνδέσεις με την οικογένεια και το γένος των Πόκεμον. Για

ταράδειγμα, η μικρή σαύρα με τη φλεγόμενη ουρά της λέγεται στα αγγλικά Charmander, η πιο εξελιγμένη μορφή της λέγεται Charmeleon και η πλέον εξελιγμένη Charizard.

Παρόμοια έξυπνα ονόματα επινοήθηκαν και για τα Πόκεμον στις γαλλικές, ταλικές και γερμανικές εκδοχές τους. Το Πόκεμον του «γρασιδιού» που λεγόταν ιρχικά Fushigisou – συνδυασμός των ιαπωνικών λέξεων *fushigi* (περίεργο) και *sou* φυτό) – μετονομάστηκε σε Ivysaur στα αγγλικά, Herbizarre στα γαλλικά και Bisaknosp στα γερμανικά. Οι κάρτες ανταλλαγής, οι τηλεοπτικές σειρές, οι ταινίες και οι κασέτες του Game Boy μεταφράστηκαν και σε άλλες γλώσσες, χωρίς να αλλάξουν τα ονόματα των Πόκεμον. Στις κάρτες υπάρχουν διαθέσιμες εκδοχές σε σπανικά και ιταλικά, με τις περιγραφές των ειδικών επιθέσεων πλήρως ιεταφρασμένες, αλλά τα ονόματα των Πόκεμον είναι αυτά που χρησιμοποιούνται στην αγγλική έκδοση.(Sefton, - Green, 2004, σ.σ 187-192)

Αυτό που μας δείχνουν τα παραπάνω γλωσσολογικά παραδείγματα είναι ότι η προσαρμογή των Πόκεμον αποτελεί ένα ατελές και άνισο φαινόμενο.

Η πρόσβαση στα Πόκεμον είναι εφικτή σε πολλά παιδιά σε διάφορες χώρες του κοσμου, όμως η πρόσβαση αυτή είναι άνιση. Τα παιδιά που μιλούν ιαπωνικά, αγγλικά, γερμανικά ή γαλλικά και ζουν στις ΗΠΑ, τον Καναδά, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Αυστραλία, τη Νέα Ζηλανδία, τη Γερμανία ή τη Γαλλία, έχουν πρόσβαση σ' ένα πλήρες φάσμα, άψογα μεταφρασμένων και προσαρμοσμένων προϊόντων Πόκεμον. Τα περισσότερα προϊόντα διατίθενται και σε ιταλόφωνες, σπανόφωνες και πορτογαλόφωνες χώρες, αλλά οι μεταφράσεις τους δεν είναι διαίτερα επιμελημένες. Στην περίπτωση μιας μικρότερης αγοράς, όπως αυτής της χώρας μας, η τηλεοπτική εκπομπή έχει μεταφραστεί στα ελληνικά, αλλά οι κάρτες διατίθενται μόνο στα αγγλικά. Σε μικρότερες αγορές, οι θαυμαστές αισθάνονται ότι κάτι εξαϋλώνεται στην πορεία, όχι μόνο σχετικά με την έλλειψη μετάφρασης όλων των προϊόντων, αλλά και επειδή αντιλαμβάνονται ότι δεν είναι σε θέση να παρακολουθήσουν τις νεότευκτες εξελίξεις

Τα Πόκεμον είναι λιγότερο διαθέσιμα στις φτωχότερες χώρες. Σε χώρες όπου η Nintendo δεν έχει έδρα, τρίτες εταιρείες εισάγουν μόνες τους προϊόντα Πόκεμον, αλλά χωρίς μια μαζική εκστρατεία μάρκετινγκ και πολυποίκιλα δίκτυα διανομής, η εισδυση των Πόκεμον στις αγορές αυτές είναι περιορισμένη.

Η παρουσία των Πόκεμον είναι επίσης περιορισμένη σε χώρες που αντιμάχονται την εξάπλωση της δυτικής (και ιαπωνικής) λαϊκής κουλτούρας. Όπως αναφέρει η

hristine Yano, κληρικοί στο Κατάρ και τη Σαουδική Αραβία εξέδωσαν μια Fatwa
ίγιο διάταγμα) ενάντια στα Πόκεμον τον Απρίλιο του 2001, αναφέροντας την
αρουσία στοιχείων από τις θρησκείες των Σίντο, του Χριστιανισμού και του
ιωνισμού.

Ο Sheik Yousef al-Qaradawi της Research and Fatwa Administration από το
Ιτουμπάι, δήλωσε σ' ένα ρεπορτάζ του (4/5/2001) *ότι τα Πόκεμον είναι «επικίνδυνα
ια το πνεύμα και τη συμπεριφορά των παιδιών, παρουσιάζουν εικόνες τζόγου,
ροάγουν τον Σιωνισμό και τη θεωρία εξέλιξης του Δαρβίνου».*

Ο Iwabuchi (2004) τονίζει ότι τα πολιτισμικά προϊόντα που εξάγει η Ιαπωνία
την Ασία δεν αποτελούν παραδοσιακά ιαπωνικά προϊόντα, αλλά ιαπωνικές κόπιες
ων δυτικών πολιτισμικών προϊόντων. Οι αναμνήσεις από την ιαπωνική στρατιωτική
πιθετικότητα είναι ακόμη νωπές και πολλές ασιατικές χώρες εξακολουθούν να
ρέφουν μια αντιπάθεια σε οτιδήποτε προωθείται ως προϊόν της παραδοσιακής
ιπωνικής κουλτούρας. Αυτές όμως οι χώρες εμφανίζονται ολοένα και πιο δεκτικές
την εισαγωγή της πείρας της Ιαπωνίας, ως προσαρμογέα και διανομέα της δυτικής
αϊκής κουλτούρας. Οι ιαπωνικές εκδοχές της αμερικανικής και βρετανικής ποπ
ουσικής και τηλεοπτικών σειρών έχουν γίνει εξαιρετικά δημοφιλείς σε Ταϊβάν και
Κονγκ Κονγκ απ' ό,τι τα δυτικά αντίστοιχά τους.

.1.5 Η παγκοσμιοποίηση του φαινομένου Πόκεμον

Η μανία για τα Πόκεμον σάρωσε την παγκόσμια αγορά. Ο Tsai αναφέρει ότι η
ρώτη ταινία των Πόκεμον, που κυκλοφόρησε το Νοέμβριο του 1999, απέφερε
κπληκτικά κέρδη της τάξης των 152 εκατομμυρίων δολαρίων στις πέντε πρώτες
μέρες προβολής της, καταρρίπτοντας τα ρεκόρ που κατείχαν προηγούμενα όλα τα
ινούμενα σχέδια της Walt Disney.

Ο Hall & Jackson (2000) εξηγεί ότι το φαινόμενο των Πόκεμον εμφανίζεται παντού:
*στην τηλεόραση, στους κινηματογράφους, στο διαδίκτυο και σε προϊόντα κάθε πιθανού
όπου και σε όλα τα μήκη του πλανήτη»* (σ.σ 7-9).

Έτσι τα Πόκεμον κατάφεραν να κερδίσουν την προσοχή των παιδιών σε όλο
ον κόσμο. Ωστόσο οι ενήλικες δυσχεραίνονται να τα κατανοήσουν.

Από την πρώτη κιόλας στιγμή, που τα Πόκεμον έκαναν την εμφάνισή τους,
τέφθηκαν από εντυπωσιακή επιτυχία. Ο McIntyre αναφέρει ότι η Nintendo έκανε
εράστιες πωλήσεις σε βιντεοπαιχνίδια, κάρτες ανταλλαγής, παιχνίδια και ρούχα.

Όπως προαναφέραμε, τα Πόκεμον εμφανίστηκαν στην αγορά ως βιντεοπαιχνίδι που δημιούργησε ένας λάτρης των βιντεοπαιχνιδιών. Η δημοτικότητα των Πόκεμον είναι επίσης συγκλονιστική και απ' ότι φαίνεται η επιτυχία τους σχετίζεται με την ανώτερη λογοτεχνική ή γραφιστική ποιότητα των ιαπωνικών κινούμενων σχεδίων, τα μοναδικά χαρακτηριστικά των Πόκεμον και την πετυχημένη εκστρατεία προώθησής τους.

Ακόμη όμως και στην προ Πόκεμον εποχή, μερικά ιαπωνικά κινούμενα σχεδια ή «ανίμε» είχαν ήδη γίνει δημοφιλή σε κάποιο βαθμό, παρότι δεν προκάλεσαν βέβαια την ίδια μανία με τα Πόκεμον. Φυσικά η τηλεοπτική σειρά και η ταινία παρά τις προσαρμογές που υπέστησαν έχουν κοινά χαρακτηριστικά με τα υπόλοιπα ιαπωνικά κινούμενα σχέδια, που αρέσουν γενικά στα περισσότερα παιδιά.

Ο Corliss, (1999) ορίζει τα «ανίμε»: *ως «ιαπωνικές ταινίες κινούμενων σχεδίων που δημιουργούνται για τον κινηματογράφο, την τηλεόραση και τις βιντεοκασέτες» ενώ τα «μάνγκα» ως «γραφικές νουβέλες, τα μεγαλύτερα κόμικ στα οποία βασίζονται οι ταινίες ανίμε».* (σ. 94)

Τα «ανίμε» και τα «μάνγκα» έχουν μια κύρια θέση στη μαζικοποιημένη κουλτούρα της Ιαπωνίας, όπως αναφέρει ο Corliss: *τα μάνγκα αποτελούν το ένα τρίτο όλων των βιβλίων που εκδίδονται στην Ιαπωνία, ενώ οι ταινίες ανίμε παρακολουθούνται από εκατομμύρια παιδιά Φαίνεται επίσης ότι τα κινούμενα σχέδια και τα κόμικ αρέσουν σε όλες τις γενιές, όπως αναφέρει ο Corliss, αφού τα κόμικ και τα καρτούν δεν υπάρχει «όριο ηλικίας ούτε χάσμα γενεών»* (σ.σ 94-96).

Ένας απ' τους λόγους, που τα ιαπωνικά κινούμενα σχέδια τυγχάνουν της απόλυτης αποδοχής, είναι η πολυπλοκότητα των ιστοριών τους και το ότι καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων. Σύμφωνα με τον Gilles (1999): *«οι Γιαπωνέζοι χρησιμοποιούν τα ανίμε για να καλύψουν κάθε λογοτεχνικό και κινηματογραφικό είδος που υπάρχει, σε μια εξαιρετικά ανταγωνιστική αγορά που ενθαρρύνει την εισαγωγή νέων ιδεών και τη δημιουργική ανανέωση σε παλαιότερες ιδέες και θέματα».* (p. 6)

Ο ίδιος ερευνητής συνεχίζει λέγοντας ότι στα ανίμε η ποιότητα της ιστορίας και οι χαρακτήρες είναι σημαντικά στοιχεία, ενώ *«οι κακοί δεν είναι μονοδιάστατοι ήρωες, αλλά πολύπλοκοι χαρακτήρες, ακόμη μπορούν να κάνουν λάθη και να δείχνουν τις αδυναμίες τους»*

Παρομοίως ο πλούτος των ιστοριών των ιαπωνικών κινούμενων σχεδίων διασκεδάζει τόσο τους ενήλικες όσο και τα παιδιά. Οι ιδιαίτερα αναπτυγμένες γραφικές τεχνικές τους κερδίζουν την εκτίμηση των ενηλίκων. Ο Corliss τονίζει ότι:

ο γραφικός πλούτος στα τοπία των ανίμε είναι είτε ειδυλλιακά υπέροχος είτε ξαιρετικά καλλιτεχνικός » (σ.95)

ι Miyazaki, ένας από τους μεγαλύτερους δημιουργούς ταινιών ανίμε στην Ιαπωνία, χολιάζει ότι: *«το φόντο στα ανίμε δεν είναι δευτερεύον στοιχείο, αλλά απαραίτητο και υσιαστικό»* .

Τα κινούμενα σχέδια ίσως να είναι ένα από τα είδη της ιαπωνικής κουλτούρας ου ασκεί επιρροή και σε άλλα μέρη του κόσμου. Όπως αναφέρει ο Jay, J., (2000): *το Τόκιο έχει γίνει το ζωντανό επίκεντρο μιας περίπλοκης και συνεχώς εξελισσόμενης αγκόσμιας νεανικής κουλτούρας»* και *«τα ιαπωνικά βιντεοπαιχνίδια, οι ταινίες ανίμε πως η Πριγκίπισσα Μονονόκε του θρυλικού καλλιτέχνη Hayao Miyazaki, η ναλλακτική μουσική από μουσικούς όπως ο Cornelius, τα κόμικ μάνγκα και τα ρούχα ου φοριούνται στους δρόμους του Τόκιο, συνεχίζουν να επηρεάζουν την ντεργκράουντ νεανική κουλτούρα σε ολόκληρο τον κόσμο... Η γιαπωνέζικη αλλιγραφία, που έγινε διάσημη από τα τατουάζ των παικτών του NBA, εμφανίζεται λέον σε πολλά μπλουζάκια και καπέλα»* Ο ίδιος ολοκληρώνει λέγοντας ότι η Ιαπωνία πορροφά συνεχώς ιδέες απ' όλο τον κόσμο και τις μετουσιώνει σε κάτι τελείως αινούριο, μέσω της δικής της μοναδικής οπτικής (σ.σ 58-59).

Τα Πόκεμον διατηρούν τα βασικά χαρακτηριστικά των άλλων ιαπωνικών ινούμενων σχεδίων παρά τις προσαρμογές τους. Παρουσιάζουν αξίες όπως η υνεργασία, η φιλία, ο σεβασμός για την ανθρωπότητα και τη φύση. Ο As Grossfeld, ρόεδρος της 4Kids, ισχυρίζεται ότι η ταινία των Πόκεμον : *έχει μια πολύ ισχυρή ιστορία, με μερικούς βασικούς αγαπητούς ήρωες που «ενσωματώνουν θετικές αξίες, ωρίς να γίνονται εξαιρετικά ηθικολόγοι»* (Patter, 1999, σ.σ. 12-13).

Ο Ας, ο κύριος χαρακτήρας της ταινίας και της τηλεοπτικής σειράς, δεν είναι ένα αντοδύναμο αγόρι. Πολλές φορές διστάζει, έχει αδυναμίες και μερικές φορές έρεται απερίσκεπτα και απρόσεκτα, όπως κάνουν φυσικά τα περισσότερα παιδιά και ενικά οι περισσότεροι άνθρωποι του πλανήτη μας. Για την ακρίβεια, σύμφωνα με ους Chua-Eoan και Larimer, ο Ας ή Σατόσι στην ιαπωνική τηλεοπτική σειρά: *ρτιάχτηκε κατ' εικόνα του δημιουργού του Satoshi Tajiri, ενός νεαρού κάπως τοκομμένου, που ... συλλέγει έντομα και άλλα μικροσκοπικά πλάσματα από χωράφια, μνες και δάση»* (σ.σ. 80-84).

ίναι φυσικά προφανές ότι οι ιδιαίτερες και καλλιτεχνικά αναπτυγμένες γραφικές χνικές χρησιμοποιούνται ελεύθερα στην ταινία και στην τηλεοπτική σειρά των όκεμον.

Αν και τα Πόκεμον δανείζονται τα γενικά χαρακτηριστικά των κλασικών ιαπωνικών κινούμενων σχεδίων, ωστόσο τα δικά τους μοναδικά χαρακτηριστικά είναι υτά που οδήγησαν στη μεγάλη τους παγκόσμια επιτυχία . Πρώτα απ' όλα, εύκολα ιακρίνει κανείς τη γλυκιά εμφάνιση των ηρώων των Πόκεμον, ειδικά του Πίκατσου.) Πίκατσου είναι η μασκότ του Ας στην τηλεοπτική σειρά και την ταινία, ένα μικρό λάσμα που μοιάζει με ποντικάκι ή και σκίουρο, με μικρά μαύρα μάτια και έντονο ίτρινο χρώμα και ένα λεξιλόγιο που περιορίζεται σε δύο λέξεις: «Πίκα» και «Τσου» ου εκφέρονται με διάφορους τονισμούς και συναισθήματα.

ι Baylis , (1999) εξηγεί: *ότι τα Πόκεμον είναι «συμπαθή με έναν περίεργο τρόπο»* .

) Miyamoto, δημιουργός παιχνιδιών στη Nintendo, μαντεύει το γιατί τα Πόκεμον ρέσουν σε όλα τα παιδιά λέγοντας: *«ο Πίκατσου και οι άλλοι ήρωες στα Πόκεμον 'ναι σίγουρα πολύ συμπαθητικοί, αλλά, αν συμβεί κάτι κακό, είναι έτοιμοι να ολεμήσουν»* («Poka... Pika... Who?»,(Sturrock, S.., 1999, σ.4).

) Patten, (1999) ισχυρίζεται: *«τα Πόκεμον δεν είναι εθνικό ιαπωνικό προϊόν»* ;.σ.12-13).

εύτερον, αντίθετα με άλλες ιαπωνικές εκπομπές όπως το Ντράγκονμπολ Z ή οι ίάουερ Ρέιντζερς, στα Πόκεμον, όπως αναφέραμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, έχουν φαιρεθεί πολλά εμφανή στοιχεία που χαρακτηρίζουν τα ιαπωνικά κινούμενα σχέδια, τίσης δεν περιέχουν ωμή βία ούτε αίμα.

) Orecklin, (1999) αναφέρει ότι: *οι μάχες των Πόκεμον γίνονται χωρίς όπλα, αίμα αι σκοτωμούς. Τα «όπλα» τους είναι φυσικά στοιχεία όπως το νερό, η φωτιά και ο λεκτρισμός* (σ.σ 42-43).

)ι Chuan-Eoan και Larimer(1999) εξηγούν: *ότι, αν και τα Πόκεμον μπορεί να χάσουν ια μάχη, δεν πεθαίνουν ποτέ, αλλά απλά λιποθυμούν. Τα λιπόθυμα Πόκεμον τα οντίζουν στο τοπικό Κέντρο Πόκεμον, ένα νοσοκομείο υψηλής τεχνολογίας* (σ.σ .80-4). Αφού τα Πόκεμον ανακάμψουν και αναρρώσουν, είναι έτοιμα να συνεχίσουν τις άχες. Μ' άλλα λόγια, έχουμε περισσότερο ανταγωνισμό παρά μάχες, όπως είχε ανταστεί ο σχεδιαστής τους.

)ταν ο Tajiri δημιουργούσε το βιντεοπαιχνίδι των Πόκεμον, είχε κατά νου το καράτε αι το σούμο, τις παραδοσιακές ιαπωνικές πολεμικές τέχνες, στις οποίες δύο παίκτες νταγωνίζονται κάνοντας προηγουμένως υποκλίσεις και επιδεικνύοντας σεβασμό ος τον αντίπαλο (αναφ. σε Sutcliffe 1). Η δυτική ερμηνεία αυτής της ιδέας, αίνεται στη δήλωση του Tilden: *«η μάχη είναι ένας στρατηγικός ανταγωνισμός ενός ος ένα, όπως το σκάκι»* (αναφ. σε Thompson, σ. 40).

Άλλο ένα στοιχείο που κάνει μοναδικά τα Πόκεμον είναι η δυνατή πλοκή, ιαίτερα στο βιντεοπαιχνίδι. Ο Pattern εξηγεί ότι η φανταστική ιστορία των Πόκεμον ι διαφοροποιεί από κάθε άλλο βιντεοπαιχνίδι. Αναφέρει ότι: *«η ιστορία αυτή χσίζεται σε μερικούς σημαντικούς χαρακτήρες με αγαπητές, πιστευτές οσωπικότητες» και «αυτοί γίνονται οι θεμέλιοι λίθοι των κόμικ και των βδομαδιαίων τηλεοπτικών καρτούν των Πόκεμον»* (σ.σ 12-13).

Άλλος ένας σημαντικός τομέας στο βιντεοπαιχνίδι των Πόκεμον είναι η υλλεκτικότητά του. Το βιντεοπαιχνίδι, όπως και οι κάρτες ανταλλαγής Πόκεμον, ναι έτσι σχεδιασμένα, ώστε να υποτίθεται ότι ο παίκτης προσπαθεί να συλλάβει και χ 150 Πόκεμον στο ταξίδι του.

Είναι άξιο λόγου να αναφερθεί ότι τα Πόκεμον δε δημιουργήθηκαν αρχικά ε σκοπό την οικονομική επιτυχία, αλλά με στόχο την απόλαυση του δημιουργού ους, παρότι τελικά κατέληξαν να μεταμορφωθούν σε τεράστιο εμπορικό κλάδο με πιθανα κέρδη. Ουσιαστικά τα Πόκεμον είναι ένας εικονικά κατασκευασμένος όσμος που θυμίζει τον πραγματικό στον οποίο έπαιζαν τα παιδιά στην Ιαπωνία πριν πό τριάντα χρόνια. Οι Chuan-Eoan και Larimer εξηγούν ότι κάθε Πόκεμον είναι: *ια παιδική επιλογή» ενός παιδιού που ποτέ δεν ονειρεύτηκε ότι θα πήγαινε στο ολλέγιο, ενός νεαρού που αρνήθηκε να δουλεύει τακτικά ως ηλεκτρολόγος, ενάντια το θέλημα του πατέρα του* (σ.σ 80-84).

Όπως αναφέρθηκε τα Πόκεμον σχεδιάστηκαν από ένα Γιαπωνέζο παθιασμένο ε τα βιντεοπαιχνίδια, το Satoshi Tajiri. Ο δημιουργός τους πέρασε την παιδική του λικία σε ένα προάστιο του Τόκιο, όπου μεγάλωσε στα τέλη της δεκαετίας του '60. ου άρεσε να συλλέγει έντομα και ακόμη και τώρα «είναι περήφανος για τον τρόπο ου έπιανε τα σκαθάρια, ψάχνοντας κάτω από πέτρες για να τα βρει «στον ύπνο», ίτι που κανείς άλλος δεν είχε σκεφτεί. Γι' αυτόν κάθε καινούριο έντομο ήταν ένα τέροχο μυστήριο, που ο Tajiri μεταμόρφωσε αργότερα σε Πόκεμον, τα έβρισκε σε υράφια ρυζιού, χωράφια με γρασίδι, σπηλιές, δάση, ποταμούς, λίμνες. (Willet, 2004, σ 297- 303)

τα τέλη της δεκαετίας του εβδομήντα όμως ο ιαπωνικός υψηλός ρυθμός κονομικής ανάπτυξης αντικατέστησε τα χωράφια ρυζιού, τα δάση και τις λίμνες με λυκατοικίες, λεωφόρους και εμπορικά κέντρα Ο Tajiri λέει ότι: *τα Πόκεμον είναι ας εικονικός τρόπος «με τον οποίο τα παιδιά μιας νέας γενιάς έχουν μια ευκαιρία να λλέξουν έντομα και άλλα πλάσματα» όπως έκανε αυτός στον πραγματικό κόσμο πριν τό τριάντα χρόνια* (Chua-Eoan και Larimer,1999, σ.σ 20-24).

Οι Chuan-Eoan και Larimer τονίζουν ότι : << *ο «Tajiri είναι ο τύπος που οι απωνέζοι αποκαλούν οτάκου, οι άνθρωποι δηλαδή που κλείνονται στο δωμάτιό τους βιντεοπαιχνίδια ή κόμικ ή κάποιο άλλο τύπο ειδικής απασχόλησης».*

. οτάκου διακρίνουν τη διαφορά ανάμεσα στον πραγματικό και το φανταστικό σμο, όμως προτιμούν να ζουν στο δικό τους ονειρικό κόσμο .

Tajiri είναι ένας «οτάκου» που μεταμόρφωσε το φανταστικό του κόσμο σ' έναν κονικό, με τη μορφή των βιντεοπαιχνιδιών.

Σύμφωνα με τους Chuan-Eoan και Larimer: *το 1982 ο Tajiri και οι φίλοι του χισαν να εκδίδουν ένα περιοδικό στο οποίο «δημοσίευαν συμβουλές και κωδικούς χ τα αγαπημένα τους βιντεοπαιχνίδια».* Τότε ο Tajiri αποφάσισε λοιπόν να φτιάξει α παιχνίδι που θα άρεσε πρώτα απ' όλα στον ίδιο (σ.σ 80-82). Φαίνεται ότι, επειδή Tajiri σκόπευε να σχεδιάσει ένα βιντεοπαιχνίδι. που θα απολάμβανε ο ίδιος, ένδυσε τόσο πολύ σ' αυτό. ώστε τα Πόκεμον κατάφεραν να προσελκύσουν την οσοχή των παιδιών με φυσικό και αποτελεσματικό τρόπο.

Ο Tajiri έκανε μια μικρή αλλαγή στο λογισμικό του βιντεοπαιχνιδιού όκεμον αποκλειστικά για δική του ευχαρίστηση. Οι Chuan-Eoan και Larimer λένε ι επίσημα υπήρχαν 150 είδη Πόκεμον. Ωστόσο, χωρίς να το ξέρει η Nintendo, ο ijiri έκρυψε το 151° Πόκεμον, τον Μιου, στο λογισμικό Φαίνεται εξαιρετικά θανό ο Tajiri να σκέφτηκε αυτή την ιδέα, επειδή και ο ίδιος ήταν παθιασμένος με τα ντεοπαιχνίδια και ασχολιόταν με τους μυστικούς κωδικούς τους. Αρκετά ρόσμενα το μυστικό αυτό οδήγησε τα Πόκεμον στην τεράστια εμπορική επιτυχία υς. Σύμφωνα με τους Chuan-Eoan και Larimer, η φήμη του Μιου, που μπορούσε να χμαλωτιστεί μόνο με ανταλλαγές, προκάλεσε μεγαλύτερες πωλήσεις του ιχνιδιού. Ολοκληρώνοντας, τα Πόκεμον έχουν μερικά μοναδικά χαρακτηριστικά: *η υκιά εμφάνιση των ηρώων, η ιδέα του στρατηγικού ανταγωνισμού και η φανταστική ορία των Πόκεμον, είναι στοιχεία που τα ξεχωρίζουν από άλλα βιντεοπαιχνίδια, ως και η συλλεκτικότητα των ηρώων στο βιντεοπαιχνίδι και το παιχνίδι ανταλλαγής ρτών ή ο εικονικά κατασκευασμένος κόσμος, αντίγραφο του πραγματικού στον οποίο αιζαν κάποτε παιδιά, στην Ιαπωνία πριν τριάντα χρόνια. Τα παιδιά φαίνεται να θουσιάζονται από αυτά τα μοναδικά χαρακτηριστικά, άσχετα από την εθνική ταγωγή τους.*

Παρότι τα Πόκεμον δε σχεδιάστηκαν αρχικά με σκοπό την κυκλοφορία τους όλο τον κόσμο και είναι αξιοσημείωτο ότι ξεκίνησαν με τρόπο διαφορετικό απ' τις λες μόδες. Όπως αναφέραμε παραπάνω, τα Πόκεμον είχαν μια μοναδική αρχή:

κίνησαν από βιντεοπαιχνίδι μιας φορητής κονσόλας και έπειτα ακολούθησε η λεοπτική εκπομπή και οι εκστρατείες μάρκετινγκ στην Ιαπωνία. Ο Porterfield αφέρει ότι συνήθως τα πράγματα ακολουθούν αντίστροφη πορεία. Οι ταινίες και οι λεοπτικές σειρές προηγούνται από τα παιχνίδια και τα υπόλοιπα είδη .

Αυτή η αντίστροφη εμφάνιση των Πόκεμον στην αγορά είναι ένας από τους μαντικούς παράγοντες που συνετέλεσαν στην παγκόσμια επιτυχία τους.. Ο wenstein, πρόεδρος της Interactive Digital Software Association με έδρα την ιάσινγκτον, τονίζει ότι η αγορά των βιντεοπαιχνιδιών άλλαξε δραματικά, νίζοντας την απλή παρουσία της κατηγορίας των παιχνιδιών για PC πριν από πέντε εφτά χρόνια και τον ολοένα αυξανόμενο αριθμό ηλεκτρονικών υπολογιστών στα ιτια σήμερα. Επίσης περισσότερα από 400 εκατομμύρια κονσόλες Sony Playstation ι Nintendo 64 έχουν πωληθεί τα τελευταία χρόνια. Και σ' αυτό δεν υπολογίζουμε παλαιότερες κονσόλες που χρησιμοποιούνται ακόμα, σύμφωνα με τον Ed Roth της D Group» (αναφ. σε Porterfield, ARC). Έτσι τα ψηφιακά περιβάλλοντα γύρω απ' παιδιά έμοιαζαν έτοιμα για την παγκοσμιοποίηση του φαινομένου Όπως αφέρει ο Giuffre, αντιπρόεδρος της Humongous Entertainment: *οι υπολογιστές ουν δημιουργήσει ένα νέο ψηφιακό μέσο για δημιουργική έκφραση, χωρίς να αιτείται πια μολύβι και χαρτί* (αναφ. σε Porterfield, ARC).

Όπως συνέβαινε και με τις προηγούμενες μόδες, η μόδα των Πόκεμον ελείται από τη σπανιότητα συγκεκριμένων προϊόντων Πόκεμον. Ο Hunker αφέρει ότι κάθε χρόνο ορισμένα συγκεκριμένα είδη παιχνιδιών είναι ιδιαίτερα σεύρετα και αυτό συνέβη και με την περίπτωση των Πόκεμον .(Tobin, 2004, σ.σ 8- 297)

ΤΑ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

.1 Ο λόγος των Πόκεμον

Ο λόγος των Πόκεμον χαρακτηρίζεται από μια απλότητα και με εκφράσεις ερβολικά λιτές, απλοϊκές και επαναλαμβανόμενες, όπως άλλωστε γίνεται στα οισσότερα ιαπωνικά κινούμενα σχέδια. Μέσα από αυτή την επανάληψη είναι φανής η προσπάθεια των δημιουργών να γίνει η απομνημόνευση των ονομάτων ν ηρώων χαρακτήρων των Πόκεμον , αλλά και στερεοτυπικών εκφράσεων που οβλέπουν να μετατρέψουν το ευαίσθητο παιδικό κοινό από παθητικό δέκτη όνων , σε ενεργητικό μέλος μιας καταναλωτικής κουλτούρας .

ναι σημαντικό να επισημάνουμε ότι μέσα από την παρακολούθηση επεισοδίων που οβλήθηκαν στην ελληνική τηλεόραση, από τους 150 δρώντες ήρωες μόνο δύο ουν τη δυνατότητα εκφοράς λόγου. Συγκεκριμένα ο Πίκατσου επαναλαμβάνει απλά <<Πίκα...Πίκα >> θέλοντας μαζί με την προσεγμένη εξωτερική του εμφάνιση να ραιώσει το όνομά του , αλλά και να καταστεί το σύμβολο των Πόκεμον, όπως μβαίνει στον ντισνεϊκό κόσμο με το Μίκυ, άποψη η οποία υποστηρίχτηκε σε ένα γκόσμιο συνέδριο στη Χονολουλού το 1999 (Tolbin).

δεύτερος ήρωας που χρησιμοποιεί τον ανθρώπινο λόγο είναι ο Μιάουθ, ένας ρακτήρας που σύμφωνα με τη μυθολογία των Πόκεμον ερωτεύτηκε μια θηλυκή ιάουθ και επειδή αυτή τον εγκατέλειψε, για να την εντυπωσιάσει έμαθε να μιλάει.

ν είναι τυχαίο ότι τη δυνατότητα του λόγου στα Πόκεμον την έχουν μόνο οι θρώπινοι χαρακτήρες, οι οποίοι είναι ομαδοποιημένοι σε τρεις κατηγορίες :

- *Την ομάδα του Aς (η ομάδα των καλών)*
- *Την ομάδα Πύραυλος (η ομάδα των κακών)*
- *Τους εκπαιδευτές και λοιπούς ήρωες που συμπληρώνουν τους ανθρώπινους χαρακτήρες.*

έσα από την ανάλυση του λόγου, όπως αυτός τυπολογείται στα προβληθέντα εισόδια, γίνεται εμφανές ότι οι ανθρώπινοι χαρακτήρες έρχονται να καλύψουν την ουσία του λόγου στο μικρόκοσμο των Πόκεμον, όμως και αυτοί δεν ξεφεύγουν από φιλοσοφία των ιαπωνικών κινούμενων σχεδίων, χρησιμοποιούν χαλαμβανόμενες μονολεκτικές στερεοτυπικές εκφράσεις, οι οποίες οσλαμβάνονται άμεσα από τα παιδιά , γιατί είναι απλές και χρησιμοποιούνται στην θημερινότητά τους όπως : << έλα μεγάλε , την έβαψες , μου τη δίνεις, αυτός ιαι >>.

ναι σημαντικό να επισημάνουμε ότι οι ανθρώπινοι χαρακτήρες δείχνουν έμμεσα ν υπεροχή τους έναντι των ηρώων Πόκεμον , χρησιμοποιώντας τις περισσότερες ρές έγκλιση προστακτική.

.2 Ο χωρόχρονος δράσης των Πόκεμον

χώροι δράσης των Πόκεμον είναι κυρίως οι εξωτερικοί χώροι , αλλά και οι ωτερικοί. Μέσα από την ανάλυση των πρώτων εκατό επεισοδίων γίνεται εμφανές οι 150 χαρακτήρες - ήρωες ζουν στη φύση , συνεπώς και τα δρώμενα δραματίζονται σε εξωτερικούς χώρους, οι οποίοι παραπέμπουν το θεατή στα ωνικά τοπία, τα οποία δεν έχουν ομοιότητες με τα ευρωπαϊκά και τα αμερικανικά.

κρίνονται ηφαίστεια, πολλά νησιά, γυμνά τοπία και γενικά απουσιάζει η ιστηση. Πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν ότι αυτό είναι μια συνειδητή επιλογή δημιουργού S. Tachiri, θέλοντας να εκφράσει την αντίδρασή του στην αστροφή που υπέστη το περιβάλλον των παιδικών του χρόνων, και τη θέση των ζώνων και της πλούσιας βλάστησης την έχουν καταλάβει τεράστια εργοστάσια υεθνικών εταιρειών.

λά και οι εσωτερικοί χώροι έρχονται να συμπληρώσουν την ανωτέρω εικασία , ώς η δράση δεν απεικονίζεται στο εσωτερικό των σπιτιών , αλλά τα πλάνα είναι ρινά και μόνο σε μια σεκάνς παρουσιάζεται ο Ας στο πρώτο επεισόδιο να μάται στο κρεβάτι του, βέβαια η λιτότητα του εσωτερικού χώρου , η οποία υσία επίπλων και γενικότερα διακόσμησης και πάλι μας παραπέμπει στην ωνία. Επανερχόμενοι στη δράση των ηρώων σε εσωτερικούς χώρους είναι αντικό να τονίσουμε ότι ο μικρόκοσμος των Πόκεμον διαθέτει ξεχωριστούς ους όπου τα τερατάκια τσέπης μπορούν να ξεκουραστούν, να γιατρευτούν, να ναστούν και να ικανοποιήσουν τόσο τις βιολογικές όσο και τις κοινωνικές τους γκες. Ένα τελευταίο στοιχείο, που προβάλλεται ιδιαίτερα στις ταινίες μεγάλου ους, είναι η εικόνα των σύγχρονων εργαστηρίων και εδώ εντοπίζεται μια ίφαση , ενώ τα Πόκεμον υπάρχουν εδώ και χιλιάδες χρόνια και ζουν ελεύθερα στη η, όπως τα άγρια ζώα, η εξέλιξη της επιστήμης και κυρίως οι άνθρωποι εμβαίνουν και κάνοντας χρήση των σύγχρονων μεθόδων προσπαθούν να άσουν στο παιδί τηλεθεατή τις έννοιες της κλωνοποίησης , της μετάλλαξης , των ρφυσικών δυνάμεων που γίνονται με το πάτημα ενός κουμπιού. Ο χρόνος δράσης αι πάντοτε το παρόν , όλα γίνονται κατά τη διάρκεια της ημέρας και ακολουθούν φυσική ροή Αποφεύγονται τα χρονικά άλματα από το παρόν στο παρελθόν και μέλλον ή και αν κάποια στιγμή συμβεί, καλύπτεται με την πρόφαση ότι ήταν ά ένα όνειρο.

3 Το θεματολογικό πλαίσιο δράσης των Πόκεμον

τως αναφέραμε στο θεωρητικό μέρος, τα Πόκεμον ακολούθησαν μια αντίστροφη εία σε σχέση με τα κινούμενα του W. Disney, ξεκίνησαν σαν βιντεοπαιχνίδι της endo και η τεράστια παγκόσμια επιτυχία ώθησε τους υπεύθυνους να ιουργήσουν στη συνέχεια μια σειρά προϊόντων που θα διατηρούσε αμείωτο το ιαφέρον προς τα Πόκεμον. Το θεματολογικό πεδίο δράσης είχε σαφώς οθετηθεί από το δημιουργό S. Taghiri και οι παρεμβάσεις ήταν μικρής κλίμακας.

ήρχαν οι ανθρώπινοι χαρακτήρες που ταξίδευαν από τη μία πόλη στην άλλη με αδικό στόχο να ανακαλύψουν , να συλλέξουν και στη συνέχεια να εκπαιδεύσουν Πόκεμον, τα οποία θα χρησιμοποιήσουν σε μάχες με άλλους εκπαιδευτές ολουθούν το κλασικό σχήμα της πάλης των καλών με τους κακούς και με βάση το ρεοτυπικό σχήμα των περισσότερων κινούμενων σχεδίων , οι καλοί υπερισχύουν . ίαια στο μικρόκοσμο των Πόκεμον οι κακοί είναι η ομάδα Πύραυλος και η κακία ς περιβάλλεται με το ένδυμα της ανόητης δράσης και στο τέλος πάντοτε αλήγουν σε παταγώδη αποτυχία.

ι άλλο θεματολογικό στοιχείο του μικρόκοσμου των Πόκεμον είναι η κυριαρχία ' ανδρών μέσω της επίδειξης της αρρενωπής δύναμης, κυρίως του Ας, και σε λές περιπτώσεις γίνεται εμφανής η αντίθεση δυνατός – αδύνατος.

4 Οι εικονογραφηγηματικές τεχνικές των Πόκεμον

τως έχουμε αναφέρει σε προηγούμενο κεφάλαιο, τα κινούμενα σχέδια των κεμον που προβάλλονται στις ηπείρους, εκτός της Ασίας, δεν είναι τα αυθεντικά ωνικά κινούμενα σχέδια που διακρίνονται για τη εναλλαγή των πλάνων, των ιμάτων αλλά και τη χρήση βίας. Στα Πόκεμον που υφίστανται τις αμερικανικές εμβάσεις απουσιάζουν τα ιαπωνικά σύμβολα καθώς και τα ιαπωνικά ονόματα των ων , όμως παρά το αμερικάνικο ΄΄lifting΄΄ διατηρούν στοιχεία των παραδοσιακών νογραφηγηματικών τεχνικών όπου μορφικά οι ήρωες διακρίνονται για τα ρβολικά μεγάλα μάτια , το στόμα και την έλλειψη πλαστικότητας κινήσεων νικά η κίνηση των ηρώων είναι περιορισμένη σε αντίθεση με την πλαστικότητα κινούμενων σχεδίων της Δύσης. Για παράδειγμα , όταν κινείται το στόμα, το λοιπο σώμα μένει ακίνητο. Αυτή η έλλειψη πλαστικότητας των κινήσεων , ικαθίσταται σκηνοθετικά με τη γρήγορη και κατά πολλούς απαράδεκτη και ρβολική εναλλαγή των πλάνων.

πλάνα είναι συνήθως κοντινά και παρουσιάζουν κυρίως το πρόσωπο των ηρώων στόχο να αναδείξουν το συναισθηματικό κόσμο , αλλά και τις υπερφυσικές άμεις τους.

λόγος των ηρώων είναι υπερβολικά λιτός, ιδιαίτερα αν συγκριθεί με τα οικανικά κινούμενα σχέδια. Επαναλαμβάνονται στερεοτυπικές εκφράσεις και τα ματα ηρώων θα χρησιμοποιηθούν σαν όχημα για τη μετάβαση των παιδιών από

ιν αθώα παρακολούθηση κινούμενων σχεδίων σε καταναλωτικές μανίες με την
'ορά των υποπροϊόντων της εταιρείας.
ι παιδιά αιχμαλωτίζονται από τη μαγεία των έντονων χρωματισμών , τις εκρήξεις
ιτά τη διάρκεια των επιθέσεων και η ισορροπία επιτυγχάνεται με το λεπτομερειακό
ζεδιαστικό background, όπου οι χαρακτήρες μπορεί να μένουν ακίνητοι, ενώ τα
όντα εναλλάσσονται ταχύτατα δημιουργώντας την ψευδαίσθηση της κίνησης.
**α χρώματα που κυριαρχούν είναι το έντονο κίτρινο , κόκκινο , πράσινο και μπλε
'ώ στην εμφάνιση της ομάδας Πύραυλος (οι κακοί) χρησιμοποιείται και το
κύρο. Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι η χρήση του ήχου που συγκριτικά με
ι αμερικάνικα κινούμενα σχέδια είναι υπερβολικά δυνατός και ιδιαίτερα κατά
η διάρκεια των μαχών. Οι φωνές των Πόκεμον είναι δυνατές και ανάλογα με το
δος τους διαφορετικές.**

3 Σύνοψη πέμπτου κεφαλαίου

Στο πέμπτο κεφάλαιο κεφάλαιο της βιβλιογραφικής μας έρευνας αναφερθήκαμε στο
κινόμενο των Πόκεμον, καταγράφοντας τις συνθήκες δημιουργίας.

ι Πόκεμον πήραν το όνομά τους από τις λέξεις «pocket monster», δηλαδή
:ερατάκια τσέπης», και εξελίχθηκαν σε μια κολοσσιαία επιχείρηση στο χώρο των
:σων μαζικής ενημέρωσης και των παιδικών καταναλωτικών προϊόντων, ξεκινώντας
)χικά με την παρουσίαση μιας σειράς από 150 χαρακτήρες – ήρωες, που μάχονταν
:αξύ τους (Thompson, 1999).
Η αρχική αυτή εμπορική επιτυχία συνεχίστηκε σε ακόμη πιο έντονους ρυθμούς, με
ιν κυκλοφορία τριών κινηματογραφικών ταινιών με θέμα τα Πόκεμον, ένα παιχνίδι
'αλλαγής καρτών, αρκετά παιχνίδια για την κονσόλα Nintendo 64, πολλές
ντεοκασέτες, περιοδικά και μια ατέλειωτη σειρά από προϊόντα με την ονομασία των
όκεμον (Sullivan, 2000).
Στην τηλεοπτική σειρά ένα 10χρονο αγόρι με το όνομα Ας, οι δύο ανθρώπινοι φίλοι
υ, η Μίστι, ο Μπροκ, και το αγαπημένο Πόκεμον του Ας – ένα τρυφερό, κίτρινο
.ασματάκι ο Πίκατσου – ταξιδεύουν αναζητώντας τα Πόκεμον, που δεν έχουν
:όμη συλληφθεί. Τα Πόκεμον αυτά ήταν αρχικά 150 (και τελικά σήμερα
:ερβαίνουν τα 300) «είδη» που σύμφωνα με την εκπομπή πρέπει να
χμαλωτίζονται, να φροντίζονται και να εκπαιδεύονται από τους ανθρώπους
κπαιδευτές Πόκεμον», για να μπορούν να εξελιχθούν σε μεγαλύτερα και

χυρότερα τέρατα. Ωστόσο τα προϊόντα ήταν καλύτερα από αυτά που συνόδευαν ροηγούμενες εκπομπές, επειδή χρησιμοποίησαν ασφαλώς πρωτοποριακούς και ηξικέλευθους τρόπους, για να προσεγγίσουν τα παιδιά με σύμβολο τη φράση «Gotta atch 'em all!» («Πρέπει να τα πιάσεις όλα!») που ωθούσε συνέχεια τα παιδιά να ροσπαθούν να διευρύνουν τις συλλογές τους με προϊόντα Πόκεμον (Hunter, Cray,. 000).

Η μοναδική στον κόσμο περίπτωση των Πόκεμον δεν αφορούσε όμως αποκλειστικά ον καταναλωτισμό. Αφορούσε και τη διαμόρφωση ενός μικρόκοσμου για τα παιδιά, ου θα δημιουργούνταν εν μέρει απ' αυτά τα ίδια. Οι γονείς, οι δάσκαλοι, οι ημοσιογράφοι και ακόμη και οι κριτικοί των ΜΜΕ δεν μπορούσαν να μην αρατηρήσουν ότι τα παιδιά ανέπτυσσαν τη δική τους κουλτούρα Πόκεμον, με δική ης φρασεολογία, κοινές γνώσεις μεταξύ τους, ιεραρχίες αξιών και σύμβολα κύρους. 'α παιδιά *συμμετείχαν* ενεργά στο μικρόκοσμο των Πόκεμον: οργάνωναν υναντήσεις με συνομήλικους, αντάλλασσαν κάρτες, συζητούσαν στρατηγικές και ημιουργούσαν δικές τους μορφές παιχνιδιού. Δεν ήταν λοιπόν παθητικοί λήπτες των ηνυμάτων των ΜΜΕ, αλλά συμμετείχαν ενεργά, εφαρμόζοντας τα μηνύματα αυτά τον πραγματικό κόσμο.

Η Nintendo σχεδίασε την εξέλιξη των Πόκεμον στην αγορά πολύ προσεκτικά, για α κερδίσει το ενδιαφέρον του παιδικού κοινού. Αλλά αυτό όμως δε σημαίνει ότι η Nintendo είχε προβλέψει την επιτυχία των Πόκεμον ή ότι ακολούθησε ένα ροδιαγεγραμμένο πλάνο ή ότι δεν έκανε λάθη στο μάρκετινγκ που χρησιμοποίησε την πορεία. Όταν ξεκίνησαν ο S. Tajiri και οι εργαζόμενοι της Nintendo, φαίνεται τι δεν είχαν κάποιο ολοκληρωμένο σχέδιο ή ιδιαίτερες προσδοκίες για τα Πόκεμον, έρα από την ανάπτυξη άλλης μιας πετυχημένης κασέτας για το Game Boy. Τα όμικς, η τηλεοπτική εκπομπή και οι κάρτες ανταλλαγής δεν ήταν μέρος της αρχικής τρατηγικής μάρκετινγκ των Πόκεμον. Τα συμπληρωματικά προϊόντα συντονίστηκαν αι ενοποιήθηκαν στην παγκόσμια αγορά αργότερα όμως, αναφέρουν οι Buckingham αι Sefton-Green, το ισχυρότερο σημείο των Πόκεμον είναι ότι αποτελούν ένα ολυδιάστατο, αλληλοσυνδεόμενο σύνολο από προϊόντα και δραστηριότητες, αλλά υτό το στοιχείο των πολλαπλών διαστάσεων εμφανίστηκε στην πορεία – δεν ήταν ροσχεδιασμένο.

Στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των Πόκεμον εντοπίσαμε ότι:

Ο λόγος στο μικρόκοσμο των Πόκεμον είναι φτωχός, απλός, επαναλαμβανόμενος και υστερεί κατά πολύ του λόγου που συναντούμε στον ντισνεϊκό κόσμο.

Το θεματολογικό πεδίο δράσης των Πόκεμον είναι οριοθετημένο και περιορίζεται σε μια συνεχή μετακίνηση των ηρώων, αναζήτηση Πόκεμον, εκπαίδευση και σε μάχες.

Ο χωρόχρονος δράσης είναι αυστηρά προδιαγεγραμμένος, η δράση των ηρώων λαμβάνει χώρα κυρίως στο ύπαιθρο πάντοτε με το φως της ημέρας και απουσιάζει παντελώς η ντισνεϊκή μηχανή του χρόνου.

Ο Tajiri αρνείται ότι μείωσε συνειδητά την ιαπωνικότητα των πρωτότυπων ιμιουργημάτων του (το βιντεοπαιχνίδι και την τηλεοπτική σειρά αντίστοιχα). Όμως έννοια της αφαίρεσης οσμής, σύμφωνα με τον Iwabuchi, δεν προϋποθέτει υνειδητή σκοπιμότητα. Η αφαίρεση της οσμής των Πόκεμον τη στιγμή της ιμιουργίας τους, ήταν λιγότερο μια συνειδητή παγκόσμια στρατηγική μάρκετινγκ ι περισσότερο αποτέλεσμα της προϋπηρεσίας των δημιουργών τους, σε θέματα που δη είχαν αφαιρεθεί οι πολιτισμικές τους υφές.

ΜΕΡΟΣ Γ΄

Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ - Ο ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΟΙ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

✓ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

. Στο κεφάλαιο αυτό καταγράφουμε την προβληματική της έρευνας, ροσδιορίζουμε το σκοπό και τους στόχους της έρευνας, αναπτύσσουμε τη εθοδολογία μας και αιτιολογούμε τις μεθοδολογικές μας επιλογές (χρήση ολυμεθοδολογικής προσέγγισης) .

.1 Η επιλογή του θέματος

Είναι κοινή διαπίστωση ότι τα κινούμενα σχέδια *cartoons, anime, dessin* υνιστούν ένα κοινωνικό γεγονός και έχουν καθιερωθεί στην παγκόσμια κοινή γνώμη ς έννοια ταυτόσημη με την παιδική και κατ' επέκταση την οικογενειακή ιασκέδαση.

Στην ελληνική πραγματικότητα και στα πλαίσια της γενικότερης φιλοσοφίας των ιωτικών τηλεοπτικών σταθμών για μεγιστοποίηση των κερδών τους απουσιάζει αντελώς το ελληνικό παιδικό πρόγραμμα και στη θέση του προσφέρονται αφειδώς ειρές κινούμενων σχεδίων, των οποίων το κόστος είναι κατά πολύ χαμηλότερο σε χέση με την παραγωγή ελληνικού παιδικού προγράμματος.

Όλες οι προηγούμενες εισαγωγικές σκέψεις αλλά και ο προσωπικός ροβληματισμός, ο οποίος προέκυψε μέσα από την επαγγελματική δραστηριότητά ου ως εκπαιδευτικού στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση και την παράλληλη δεκαετή ασχόλησή μου με τα παιδικά προγράμματα (Διευθυντής προγράμματος του πρώτου ιδικού καναλιού στην Ελλάδα Juniors και παραγωγός παιδικών εκπομπών) με θησαν στην επιλογή του θέματος. Ακόμη μέσα από την αναδίφηση της ενόγλωσσης βιβλιογραφίας διακρίναμε μια πολυσχιδία πολυεπίπεδων προσεγγίσεων σον αφορά το ρόλο των κινούμενων σχεδίων και την επίδρασή τους στον ψυχισμό ων παιδιών. Κύριο γνώρισμα των προσεγγίσεων αυτών είναι οι τάσεις γενίκευσης. αράλληλα η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση επιστημόνων και ερευνητών του ξωτερικού για τη διερεύνηση των σχέσεων τις οποίες αναπτύσσουν τα παιδιά με ους ήρωες των κινούμενων σχεδίων και ιδιαίτερα με τα νεόφερτα Πόκεμον,

οσέθεσε στην έρευνά μας το στοιχείο της επικαιρότητας και σε συνδυασμό με το γονός, ότι κατά την εξέταση της σχετικής ελληνικής βιβλιογραφίας δε ναντήσαμε καμία απόπειρα ενδελεχούς έρευνας, *ισχυροποίησαν τις ερευνητικές ς επιλογές..*

Επιλέξαμε λοιπόν να ερευνήσουμε τα κινούμενα σχέδια *του Disney ως φραστή των κλασικών προτιμήσεων των παιδιών και το νεόφερτο είδος των όκεμον που εξελίσσεται σε παγκόσμια μανία για τα παιδιά. Είναι σημαντικό να ισημάνουμε ότι η έρευνά μας δεν αποσκοπεί στη συγκριτική μελέτη των ντισνεϊκών λμικών δημιουργιών με τις αντίστοιχες φιλμικές δημιουργίες των Πόκεμον καθόσον ουν διαφορετικές αφετηρίες και εξελικτική πορεία.*

την έρευνά μας χρησιμοποιώντας την ποιοτική προσέγγιση και κάνοντας χρήση ός τριγωνισμού ερευνητικών τεχνικών, στοχεύουμε στην παραγωγή έγκυρων τοτελεσμάτων, που *θα μας δώσουν τη δυνατότητα να προσεγγίσουμε σε βάθος τα νούμενα σχέδια του W. Disney όσο και το μικρόκοσμο των Pokemon.*

6.2 Σκοπός και στόχοι της έρευνας

Με την ερευνητική αυτή διαδικασία καταβάλλεται προσπάθεια να ιχνευθούν σε βάθος αφενός μεν τα κινούμενα σχέδια του Walt Disney και ρετέρου ο μικρόκοσμος των Πόκεμον. Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι:

- ✓ Στη σκέψη των περισσοτέρων δεσπόζει ***η αντίληψη περί αθωότητας του ντισνεϊκού κόσμου..***
- ✓ Και για το μικρόκοσμο των Πόκεμον κυριαρχεί ***η αρνητική αντίληψη και η δαιμονοποίηση του φαινομένου.***

τοπό μας στην παρούσα έρευνα δεν αποτελεί η συγκριτική μελέτη του ντισνεϊκού σμου με το μικρόκοσμο των Πόκεμον, ούτε η επανάληψη βιβλιογραφικών δοσκοπήσεων και ερευνών περί καλού ή κακού του κάθε είδους.

ρόθεσή μας στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας είναι να υπερβούμε αυτή τη πολικότητα και να διερευνήσουμε αν ισχύει η κρατούσα αντίληψη περί ωότητας του ντισνεϊκού κόσμου και η αρνητική αντίληψη έναντι του κρόκοσμου των Πόκεμον.

δικότερα :

- ✓ α. <u>*Στον ντισνεϊκό κόσμο*</u> στοχεύουμε *στην ανάδειξη των ιδιαίτερων στοιχείων που τον συνθέτουν, στη διερεύνηση των στερεοτυπικών αντιλήψεων καθώς επίσης, εκτός από την ευχαρίστηση την οποία αντλούν τα παιδιά ηλικίας 8-12*

ετών μέσω της θέασης, υφέρπουν και άλλα μηνύματα που με λανθάνοντα τρόπο διαβιβάζονται στο παιδικό κοινό και τέλος αν ισχύει η κρατούσα στερεοτυπική αντίληψη '' περί αθωότητας του ντισνεϊκού κόσμου και του Walt Disney *ως αποκλειστικού θεματοφύλακα της οικογενειακής διασκέδασης''*

- ✓ β. Στο μικρόκοσμο των Πόκεμον *είναι η κατανόηση του φαινομένου σε βάθος, και η διερεύνηση των αναπαραστάσεων που με τη μορφή αλληλεπιδράσεων δημιουργούνται μέσω της χρήσης από τα παιδιά των υποπροϊόντων (παιχνίδι) και αν εκτός από τον εμφανή καταναλωτισμό και την αρνητική θέση των μεγάλων αναδεικνύονται και άλλα στοιχεία, τα οποία δεν έχουν καταγραφεί ακόμη .*
- ✓ ***Συνεπώς σκοπός μας μας είναι: η ανάλυση και ερμηνεία των ιδιαίτερων στερεοτυπικών στοιχείων του ντισνεϊκού κόσμου και των αναπαραστάσεων των παιδιών για το μικρόκοσμο των Πόκεμον προκειμένου να διερευνήσουμε αν ισχύει η κρατούσα αντίληψη περί αθωότητας του ντισνεϊκού κόσμου και διαιμονοποίησης του φαινομένου των Πόκεμον.***

Με βάση την παραπάνω προβληματική διαμορφώνουμε τους ***ειδικούς στόχους*** της ερευνάς μας Αυτοί περιλαμβάνουν *τον εντοπισμό, την εξέταση και την περιγραφή πρωταρχων θεμάτων, τάσεων και διαφοροποιήσεων που άπτονται των κινούμενων σχεδίων του W. Disney και του μικρόκοσμου των Πόκεμον και των αναπαραστάσεων, τις οποίες διαμορφώνουν μέσω της παθητικής θέασης στην περίπτωση του ντισνεϊκού κόσμου αλλά και της ενεργητικής συμμετοχής στην περίπτωση του μικρόκοσμου των Πόκεμον, τα παιδιά ηλικίας 8- 12 ετών.*

Ειδικότεροι, επομένως, *στόχοι* της έρευνας είναι:

- ✓ *(α) Να αναδείξουμε μέσω ανάλυσης ταινιών τις υφέρπουσες στερεοτυπικές νόρμες μέσω των οποίων πλοηγούνται τα παιδιά στον ντισνεϊκό κόσμο (μοντέλο Disney).*
- ✓ *(β) Να ανιχνεύσουμε αν τα στερεοτυπικά στοιχεία της Walt Disney Production εξελίσσονται .*
- ✓ *(γ) Να διερευνήσουμε τις αλληλεπιδράσεις των παιδιών με το μικρόκοσμο των Πόκεμον.*
- ✓ *(δ) Να εξετάσουμε τον τρόπο προώθησης και χρήσης των προϊόντων Πόκεμον.*

.3 ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΝΤΙΣΝΕΪΚΟ ΚΟΣΜΟ ΚΑΙ ΤΟ ΙΙΚΡΟΚΟΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

ΑΣΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ 1.

Τα παιδιά μέσω των στερεοτυπισμών του Walt Disney πλοηγούνται σε μια απλουστευμένη ιδανική κοινωνία, στην οποία οι πολίτες είναι σχεδιασμένοι να ανταποκρίνονται σε διακριτούς στερεοτυπικούς ρόλους.

Δευτερεύουσες υποθέσεις

- Ο άνδρας εμφανίζεται ως ο φυσικός αρχηγός και αυτός που συντηρεί οικονομικά την οικογένεια.
- Η γυναίκα υποδύεται ρόλους παθητικούς.
- Το παιδί απεικονίζεται ως αγνό, αθώο και άσχετο με τα τεκταινόμενα .
- Οι μητέρες των πρωταγωνιστικών γυναικείων χαρακτήρων εμφανίζονται νεκρές.
- Οι αρσενικοί χαρακτήρες εκδηλώνουν συχνά βίαιη συμπεριφορά.
- Ο Disney εμφανίζει συχνά ζώα- συντρόφους που υφίστανται τις εκδηλώσεις βίας.
- Ο Disney εκδηλώνει ρατσισμό προς τους λαούς του τρίτου κόσμου και τις μειονότητες.
- Ο χωρόχρονος δράσης του ντισνεϊκού κόσμου είναι φανταστικός.
- Το τέλος των ταινιών του είναι πάντα ευχάριστο. Το ντισνεϊκό καλό υπερισχύει. Οι κακοί πάντα τιμωρούνται.

ΑΣΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ 2.

Στις νεότερες ταινίες κινούμενων σχεδίων η Disney Production δείχνει να επαναπροσδιορίζει τις στερεοτυπικές αντιλήψεις με βάση τις πολιτισμικές αλλαγές, που παρατηρούνται στην παγκόσμια κοινότητα. Τελικά οι νεότερες φιλμικές δημιουργίες υποτάσσονται στις αρχικές στερεοτυπικές επιλογές του W. Disney.

ΒΑΣΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ 3.

Στο μικρόκοσμο των Πόκεμον συμμετέχουν κυρίως παιδιά ηλικίας 8-12 ετών αλλά και έφηβοι, ενώ ο ρόλος των ενηλίκων είναι βοηθητικός.

ΒΑΣΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ 4.

Τα παιδιά εισέρχονται στο μικρόκοσμο των Πόκεμον μέσω της θέασης των κινούμενων σχεδίων, της διαφήμισης – χρήσης των προϊόντων Πόκεμον αλλά και από συζητήσεις με συμμαθητές και φίλους.

ΒΑΣΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ 5.

Τα παιδιά συμμετέχουν στα δρώμενα του μικρόκοσμου των Πόκεμον. Η συμμετοχή τους εκδηλώνεται τόσο στη θέαση όσο και στη χρήση των προϊόντων κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού.

ΒΑΣΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ 6.

Οι υπερφυσικές δυνάμεις των Πόκεμον είναι το βασικό χαρακτηριστικό με το οποίο επιλέγουν τα παιδιά τους αγαπημένους τους ήρωες.

ΒΑΣΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ 7.

Τα Πόκεμον βοηθούν στην έναρξη κοινωνικών αλληλεπιδράσεων.

ΒΑΣΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ 8.

Οι θετικές αναπαραστάσεις στα Πόκεμον αναφέρονται:

- **Στη δημιουργία φιλίας μεταξύ των παιδιών.**
- **Στην υπέρβαση του ηλικιακού χάσματος.**
- **Στην υπέρβαση της εθνικής καταγωγής.**
- **Στη δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης, συλλογικότητας και συνεργασίας.**
- **Στην ανάπτυξη οικογενειακών σχέσεων.**
- **Στην απαλλαγή από τους παραδοσιακούς ρόλους και τις συμπεριφορές των φύλων.**
- **Στην αγάπη και τη στοργή των παιδιών, μέσω του ρόλου του εκπαιδευτή που αναλαμβάνουν.**
- **Στην εισαγωγή των παιδιών στις πραγματικές δυσκολίες της ζωής.**
- **Στην ανάπτυξη δημιουργικών δραστηριοτήτων.**

ΒΑΣΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ 9.

Οι αρνητικές αναπαραστάσεις στα Πόκεμον αναφέρονται:

- **Στις κλοπές και στις φιλονικίες που παρατηρούνται ανάμεσα στα παιδιά.**
- **Η βία, για την οποία έχει κατηγορηθεί ο μικρόκοσμος των Πόκεμον, στις αναπαραστάσεις των παιδιών έχει την έννοια της δράσης και του παιχνιδιού. Τα παιδιά διακρίνουν την πραγματική από τη φανταστική βία.**

ΒΑΣΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ 10.

Η Nintendo και η Warner Brothers εκμεταλλεύονται την καταναλωτική μανία των παιδιών.

6.4 Η πολυμεθοδολογική προσέγγιση

Ένα από τα βασικά θέματα προβληματισμού στη συλλογή και επεξεργασία των εδομένων είναι η *μέθοδος* την οποία θα ακολουθήσουμε. Η επιλογή της όποιας ρευνητικής μεθόδου στον τομέα της Κοινωνικής Ψυχολογίας και της Κοινωνιολογίας υπαγορεύεται κυρίως από τη φύση του ερευνούμενου προβλήματος αι από τα υποκείμενα της έρευνας. Στον τομέα των Κοινωνικών Αναπαραστάσεων τον οποίο εγγράφεται η παρούσα έρευνα, υπάρχουν διάφορα μοντέλα που ναφέρονται στην προσέγγιση, διερεύνηση και ανάδυση των αναπαραστάσεων. Όπως χει κατατεθεί στο θεωρητικό μέρος, *κάθε κοινωνική αναπαράσταση είναι ένα σύνολο πόψεων, γνωμών και συμπεριφορών που οργανώνονται γύρω από μια «κεντρική τάση του υποκειμένου»*, συνεπώς σύμφωνα με τον Abric, 1987, οφείλουμε να νωρίζουμε όλα τα δομικά στοιχεία της αναπαράστασης. Κατά τον Κατερέλο *καμία εχνική σήμερα δεν επιτρέπει να συλλέξουμε συγχρόνως όλα τα στοιχεία, πράγμα το ποίο σημαίνει καθαρά ότι η χρησιμοποίηση μιας μοναδικής τεχνικής δεν είναι ατάλληλη για τη μελέτη της αναπαράστασης, αλλά επιτακτική και αδήριτη προβάλλει η νάγκη χρησιμοποίησης μιας* ***πολυμεθοδολογικής προσέγγισης*** (Κατερέλος, 1996, σ. 97).

Η μελέτη των κινούμενων σχεδίων δύο διαφορετικών σχολών και η διερεύνηση ων αναπαραστάσεων των παιδιών μας οδηγεί στην υιοθέτηση της πολυπαραγοντικής ροσέγγισης μέσω της χρήσης πολυμεθοδολογικών εργαλείων που καλύπτουν ιεπιστημονικά την όλη διαδικασία.

ιδικότερα χρησιμοποιούμε συνδυαστικά

- **Την ιστορική βιβλιογραφική έρευνα**, για τους W Disney & S. Tagiri και των φιλμικών τους δημιουργιών.
- **Την ανάλυση περιεχομένου ταινιών** κινούμενων σχεδίων του W.Disney.
- **Την ανάλυση εμπειρικού υλικού (ανάλυση λόγου)** το οποίο συγκεντρώθηκε με τη μέθοδο των ημιδομημένων συνεντεύξεων παιδιών ηλικίας 8-12 ετών για το μικρόκοσμο των Πόκεμον.
- **Την παρατήρηση παιδιών** σε καθημερινές συνθήκες (σχολεία, κινηματογράφους, χώρους αγώνων Πόκεμον).

Στο χώρο της Κοινωνιολογίας και της Κοινωνικής Ψυχολογίας τα τελευταία ρόνια έχει κυριαρχήσει η χρήση του *ερωτηματολογίου*[7.8.9] ως κατεξοχήν τεχνική υλλογής πληροφοριών αλλά και γενικότερα στην ανάδυση στάσεων και υμπεριφορών. Βέβαια δεν παραβλέπεται ότι η ορθή διατύπωση των σκέψεων με τη ιορφή ερωτημάτων δεν είναι απλή και εύκολη εργασία, όπως θα μπορούσε να ικάσει κάποιος. Το είδος, η συντακτική πλοκή, η άρθρωση των ερωτήσεων πρέπει 'α γίνονται με ορθοέπεια, ώστε να περιορίζονται οι συμφυείς αδυναμίες του.

Ειδικότερα στο χώρο των αναπαραστάσεων κυριαρχεί *η χρήση του ερωτηματολογίου* ος μία από τις προσφορότερες μεθόδους για τους γενικούς και ειδικούς στόχους μιας οσοτικής εμπειρικής έρευνας, γιατί παρέχει τη δυνατότητα συγκέντρωσης όγκου μπειρικών δεδομένων από μεγάλες πληθυσμιακές ομάδες με ελάχιστο κόστος σε ικρό χρονικό διάστημα, είναι δυνατή η γενίκευση των συμπερασμάτων και η οσοτικοποίησή τους. (Παρασκευόπουλος, 1993 β, σ. 106).

Όμως παράλληλα αναδεικνύεται και η *ενδογενής αδυναμία* ότι, για να είναι ποτελεσματική η χρήση του ερωτηματολογίου, θα πρέπει τα υποκείμενα της έρευνας 'α κατανοούν απόλυτα το περιεχόμενο του ερωτηματολογίου και να γνωρίζουν ανάγνωση και γραφή. Αυτή η ενδογενής αδυναμία περιορίζει τη χρήση του ρωτηματολογίου στις μικρές ηλικίες και ειδικότερα στα παιδιά προσχολικής αλλά αι της πρώτης σχολικής ηλικίας (Βάμβουκας Μ. 2000, σσ 246-263). Έτσι λοιπόν ποκλείουμε στην παρούσα έρευνα τη χρήση ποσοτικών μεθόδων και ειδικότερα τη ρήση του ερωτηματολογίου, γιατί τα υποκείμενα της έρευνας εμπίπτουν στην νωτέρω κατηγορία. *Η παρατήρηση και η συνέντευξη* αποτελούν τις προσφορότερες ιεθόδους για τους γενικούς αλλά και τους αναλυτικούς στόχους μιας ποιοτικής μπειρικής έρευνας. Μας επιτρέπουν την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο ντιλαμβάνονται διάφορες καταστάσεις και γεγονότα, ερμηνεύουν και ημιουργούν τον κόσμο μέσα στον οποίο ζουν και μας δίνεται η δυνατότητα να

«Το ερωτηματολόγιο είναι το βασικό μέσο επικοινωνίας ανάμεσα στο συνεντευκτή και τον ρωτώμενο. Αποτελείται από μία σειρά ερωτήσεων, πάνω σε προβλήματα που απαιτούν κάποια ληροφορία από τον ερωτώμενο...» (Φίλιας , 1996, σ. 145).

«Το ερωτηματολόγιο (questionnaire) είναι μια σειρά από ερωτήσεις σχετικές με ένα θέμα στις οποίες α υποκείμενα της έρευνας καλούνται να απαντήσουν γραπτά με σκοπό τη συλλογή των αναγκαίων ρευνητικών πληροφοριών...» (Παπαναστασίου ., 1990, σελ. 36).

«Το ερωτηματολόγιο είναι ένα σύνολο γραπτών ερωτήσεων, σχετικών με ένα πρόβλημα, τις οποίες ο ρευνητής απευθύνει ομοιόμορφα στα υποκείμενα της έρευνας του δείγματος, με σκοπό να υγκεντρώσει τις αναγκαίες ερευνητικές πληροφορίες μέσω ερωτήσεων... οι ερωτήσεις αναφέρονται τις γνώσεις, τις γνώμες, τις προτιμήσεις, τα ενδιαφέροντα, τα συναισθήματα, τις στάσεις, τις αξίες και ενικά τα χαρακτηριστικά όλων των όψεων της προσωπικότητας του ατόμου και τη συμπεριφορά σε ροκαθορισμένες καταστάσεις...» (Dovergerin, μετ. Παπαδόδημα ., 1976, σ. 7).

νιχνεύσουμε τις επιδράσεις, καταγράφοντας: αξίες, στάσεις, νόρμες και υμπεριφορές. Ο Derzin αναφέρει ότι: *«Ποτέ μια μέθοδος δε λύνει από μόνη της ταρκώς το πρόβλημα... επειδή η κάθε μέθοδος αποκαλύπτει διαφορετικές όψεις της ιπειρικής πραγματικότητας, θα πρέπει να χρησιμοποιούνται πολλαπλές μέθοδοι...»* Derzin, 1978, σ. 26).

Συνεπώς κρίνουμε αναγκαία τη χρησιμοποίηση μιας ***πολυμεθοδολογικής ιαδικασίας***, η οποία θα αποσκοπεί: *«στην ολόπλευρη διαφώτιση της σχετικής και λικής αντιληπτότητας του κοινωνικού φαινομένου»* (Παπαστάμου, 2002, σ. 545).

.5 Η ποιοτική έρευνα

Η ποιοτική έρευνα έχει την προέλευσή της στις κοινωνιολογικές και νθρωπολογικές επιστήμες (Patton 1987, σ. 19-20). Σύμφωνα με την Bell (1997, σ. 8) αυτοί που υιοθετούν την ποιοτική μεθοδολογική διαδικασία ενδιαφέρονται να ροσεγγίσουν το περιεχόμενο των αντιλήψεων που έχουν τα άτομα για την ραγματικότητα. Επιδιώκουν να αναλύσουν σε βάθος το ερευνώμενο θέμα, αταγράφοντας και περιγράφοντας τον κόσμο όπως ισχύει για εκείνους, που ελετώνται και όχι όπως ο ίδιος ο ερευνητής με τις αντιληπτικές του διαδικασίες ιαμορφώνει (Patton, 1987, σ. 20).

ζατά τον Patton (1990, σ.14) αν και τα δεδομένα της ποιοτικής έρευνας αναφέρονται ε μικρό αριθμό ατόμων, παρέχουν τη δυνατότητα στον ερευνητή να διεισδύσει σε άθος και να αποκομίσει πλούσιες και λεπτομερειακές πληροφορίες. Τα κοινά ποδεκτά πλεονεκτήματα της ποιοτικής εμπειρικής έρευνας είναι:

) *Η προσωπική συμμετοχή του ερευνητή σε όλα τα στάδια της έρευνας.*

) *Ο διεισδυτικός χαρακτήρας της μεθόδου.*

) *Η ευελιξία σε νέες κατευθύνσεις που δεν έχουν ληφθεί εξ αρχής υπόψη.*

Στα αρνητικά της ποιοτικής προσέγγισης είναι:

) *κίνδυνος υποκειμενικής απολυτοποίησης των δεδομένων εκ μέρους του ερευνητή και περιορισμένη σε κάποιες περιπτώσεις γενίκευση των ευρημάτων.* (Gracken., 1998, / larshall and Rossman, 1989, / Παρασκευόπουλος 1998).

)ι ποιοτικές μέθοδοι, όπως αναφέρουν οι Erzberger και Prein (1997, σ.144), /δείκνυνται για κάποια ζητήματα ή αντικείμενα διερεύνησης και χρησιμοποιούνται χτά κύριο λόγο για την ανάλυση ατομικών ερμηνειών καταστάσεων ή κινήτρων ράσης, για προσωπικούς συσχετισμούς και για να διερευνήσουν άγνωστες πλευρές

ης κοινωνικής πραγματικότητας, για τις οποίες οι ερευνητές δεν μπορούν να τραφούν σε προηγούμενη θεωρητική ή εμπειρική γνώση.

ύμφωνα με το Φίλια , στο εισαγωγικό σημείωμα της έκδοσης των Μαρκαντώνη και ήγα (1998, σ.σ. 17-18):

Από τη σκοπιά του κοινωνιολόγου και του κοινωνικού επιστήμονα γενικότερα, η οιοτική ανάλυση εμφανίζει τα ακόλουθα πλεονεκτήματα:

τρώτον, αποκαλύπτει τη στειρότητα των καθαρά ποσοτικών μεθόδων στη μελέτη της οινωνικής πραγματικότητας, εφ' όσον δε συμπληρώνεται από ποιοτική προσέγγιση,

εύτερον, φέρει στην επιφάνεια τον κίνδυνο της λειτουργίας του κοινωνικού επιστήμονα ς οργάνου και ενεργούμενου των εξουσιαστικών μηχανισμών και ομάδων υμφερόντων, όταν χειρίζεται «πειθήνια» ποσοτικά δεδομένα πέρα και έξω από την ναζήτηση των βαθύτερων αιτίων, που μόνο η ποιοτική προσέγγιση μπορεί να ποκαλύψει,

τρίτον, αναδεικνύει την αναγκαιότητα της επανόδου της κοινωνιολογικής αντασίας (C.W. Mills), με τη βοήθεια της οποίας και μόνο μπορεί να διατυπωθούν ποθέσεις ποιοτικής τάξης που επιτρέπουν την ανάλυση των φαινομένων και όχι την πλή «φωτογράφησή» τους,

έταρτον, υπογραμμίζει την αναγκαιότητα της υπέρβασης του στατικού τρόπου αρατήρησης του κοινωνικού γίγνεσθαι με τον εντοπισμό δυναμικών παραμέτρων, η οία είναι αδύνατη χωρίς ποιοτική ανάλυση,

έμπτον, παρέχει δυνατότητα ερμηνείας της μεταβατικής περιόδου που διανύουμε και ον αιτίων για την «κατολίσθηση όλων των αξιών», στις οποίες αναφερόταν ο Max cheler,

κτον, δίνει τη δυνατότητα διερεύνησης των νοηματικών περιεχομένων της κοινωνικής οάξης του δρώντος προσώπου, που διαφορετικά θα ήταν αδύνατη,

βδομον, είναι το μόνο αποτελεσματικό μέσον καταπολέμησης του μηχανιστικού μπειρισμού που τείνει να μεταβάλει τις κοινωνικές επιστήμες σε όργανο τεροκατεύθυνσης του ανθρώπου και αντιμετωπίζει την κοινωνία ως υποχείριο εθόδων «κοινωνικής μηχανικής» που καταργούν την έννοια της ελευθερίας,

γδοον, η ποιοτική ανάλυση έρχεται να διαψεύσει το σύγχρονο μύθο περί του «τέλους ον ιδεολογιών» και του «τέλους της ιστορίας», διότι φέρει στην επιφάνεια τα οημματικά κίνητρα της ύπαρξης και

νατον, η ποιοτική ανάλυση αποκαλύπτει την ορθολογικοποίηση του ανορθολογικού έσα από μηχανισμούς συμφερόντων, που διαμορφώνουν τη νοοτροπία και τη στάση ου σύγχρονου ανθρώπου».

Σύμφωνα με το Silverman (1999, σ. 56) *η ποιοτική ερευνητική διαδικασία έχει »βαρά πλεονεκτήματα, όταν μελετάται ο λόγος υποκειμένων μικρής ηλικίας, όπου τοιαδήποτε άλλη μέθοδος θα ήταν δύσκολο να εφαρμοστεί.* Κοινά αποδεκτά »εονεκτήματα της μεθοδολογίας της ποιοτικής έρευνας κατά το Silverman είναι τα ;ής:

Ο διεισδυτικός και συμπληρωματικός χαρακτήρας, ειδικά όταν τα υποκείμενα της »ευνας είναι μικρής ηλικίας.

Η προσωπική συμμετοχή του ερευνητή σε όλα τα στάδια της έρευνας. Αυτή η »μμετοχή και ειδικότερα, όταν τα υποκείμενα της έρευνας είναι μικρής ηλικίας, 'ωσφαλίζει στον ερευνητή μια σφαιρική εποπτεία του ερευνητικού πεδίου, πράγμα που μαίνει ότι ο σχεδιασμός της έρευνας, η διαδικασία συλλογής του υλικού, η ανάλυση κι η αναγωγή συμπερασμάτων βρίσκονται σε στενή αλληλεξάρτηση μεταξύ τους.

Η ευελιξία σε νέες κατευθύνσεις που δεν έχουν ληφθεί εξ αρχής υπόψη.

Η μελέτη των υποκειμένων είναι ταυτόχρονα ένα μεθοδολογικό και ένα ηθικό »τημα. Η Ένωση Βρετανών Κοινωνιολόγων αναφορικά με τη διεξαγωγή μιας »ινωνικής έρευνας, με συμμετέχοντες ανθρώπους (B.S.A., 1982) έχει θεσπίσει έναν »δικα ηθικής που μεταξύ άλλων περιλαμβάνει και τις εξής αρχές:

.. Διατήρηση της αντικειμενικότητας και της ακεραιότητας στην έρευνα.

*:βασμό των δικαιωμάτων των υποκειμένων, της ατομικότητας και της αξιοπρέπειάς »υς. Προστασία του υποκειμένου από προβλ*ηματισμούς και ενδεχόμενες αρνητικές *«ταστάσεις. Διατήρηση της σχέσης εμπιστοσύνης ερευνητή-ερευνώμενου.»*

φ' όσον τηρηθούν οι μεθοδολογικές και ηθικές αρχές, περιορίζονται οι αδυναμίες »ς ποιοτικής προσέγγισης, οι οποίες εμφανίζονται στην υποκειμενική πρόσληψη των »απαραστάσεων ή των κοινωνικών φαινομένων που εμπεριέχει τον κίνδυνο να »ρασύρει τον ερευνητή σε υποκειμενικές κρίσεις. Για να προστατευθεί η ποιοτική »ευνα και ειδικότερα ο ερευνώμενος θα πρέπει να γνωρίζει καλά ο ερευνητής τι :ριβώς ζητάει απ' αυτόν. (Cassell, 1978, Warren, 1989, McCall and Wittner, 1990, 65).

5.1 Η συνέντευξη (Interview).

Η *συνέντευξη* αποτελεί μία από τις προσφορότερες μεθόδους ή τις »χοκοινωνιολογικές τεχνικές συλλογής ποιοτικών δεδομένων (Silverman, 1995 / »tton, 1990 / Marshall and Rossman, 1989).

συνέντευξη[11] έχει οριστεί: *«ως μια τεχνική που έχει σκοπό να οργανώσει μια σχέση οφορικής επικοινωνίας ανάμεσα σε δύο πρόσωπα, το συνεντευκτή και τον ωτώμενο, έτσι ώστε να επιτρέψει στον πρώτο τη συλλογή ορισμένων πληροφοριών ό το δεύτερο πάνω σε ένα συγκεκριμένο αντικείμενο...»* (Marshall and Rossman, 89, σ.. 97).

όκειται για μια ψυχοκοινωνιολογική μέθοδο, ένα πολυεργαλείο άντλησης ωτογενούς υλικού, το οποίο χρησιμοποιεί τη λεκτική επικοινωνία για την αζήτηση πληροφοριών σχετικών με ένα αντικείμενο και την επίτευξη κάποιων όχων. Με τις απαντήσεις που δίνουν τα υποκείμενα στο συνεντευκτή κατά τη άρκεια της προφορικής επικοινωνίας, επιδιώκεται η προσέγγιση προσωπικών νοιολογικών σχημάτων και δίνεται η δυνατότητα ανίχνευσης κοινωνικών αξιών και ρμών συμπεριφοράς και μέσω των ανωτέρω επιτυγχάνεται η εισαγωγή του ευνητή στον κόσμο τους. (Patton, 1987, σ. 109).

οινά αποδεκτά πλεονεκτήματα της συνέντευξης ως κοινωνιολογικής μεθόδου λλογής ποιοτικών δεδομένων είναι ότι:

Επιτρέπει την πρόσβαση στον εσωτερικό κόσμο[12] *των υποκειμένων και τη νατότητα ερμηνείας της αντίληψης της πραγματικότητας, την οποία βιώνουν τα ομα.*

Διευκολύνει τη γνώση πραγμάτων, που με άλλες μεθόδους δεν είναι δυνατό να ρατηρηθούν (Marshall and Rossman, 1989, σ. 83),

Ο ερευνητής εργάζεται σ' ένα χρήσιμο πλαίσιο, το οποίο περιορίζει την απώλεια όνου και τον βοηθά στη συγκέντρωση μεγάλου αριθμού δεδομένων . (Βάμβουκας Μ., 00, σ. 229).

Από την άλλη πλευρά στα μειονεκτήματα που έχουν καταχωρηθεί στην ποιοτική ευνα με τη μέθοδο της συνέντευξης είναι ότι:

Ορισμοί συνέντευξης:

ταν χρησιμοποιούμε τον όρο «συνέντευξη», θα αναφερόμαστε σ' ένα πρόσωπο – με πρόσωπο οφορικό διάλογο, στον οποίο ένα άτομο, ο συνεντευκτής, προσπαθεί να αποσπάσει πληροφορίες, ώμες ή πεποιθήσεις από ένα άλλο άτομο...» (Maccoby and Maccoby, 1954, σ. 449).

Χρησιμοποιούμε τον όρο συνέντευξη για να αναφερθούμε σε ένα εξειδικευμένο είδος προφορικής λληλεπίδρασης, που ξεκινά με ένα συγκεκριμένο σκοπό και εστιάζεται σε κάποια συγκεκριμένη ιατική περιοχή...» (Kahn and Cannell, 1957, σ. 16).

η συνέντευξη είναι μια οργανωμένη συζήτηση και τα αποτελέσματά της μας επιτρέπουν μια στηματική αξιοποίηση...» (Φίλιας ., 1996, σ. 131).

είναι η «συνάντηση» και η συνομιλία δύο ή περισσοτέρων προσώπων με σκοπό την επίτευξη ενός οκαθορισμένου στόχου» (Βάμβουκας , 2000, σ. 229).

Όπως το περιγράφει ο Tuckman:

) *Βασίζεται στη λεπτομερή ανάλυση ενός περιορισμένου υλικού που προκύπτει από τη ·γκέντρωση πληροφοριών και δύσκολα προσφέρεται για τη συναγωγή συμπερασμάτων ·νικευτικού χαρακτήρα* (Cracken , 1998, σ. 17),

) *Ελλοχεύει ο κίνδυνος επηρεασμού των συλλεγόμενων πληροφοριών από τις ·οσωπικές αντιλήψεις του ερευνητή και τη συναισθηματική κατάσταση των ·νεντευξιαζόμενων* (Marshall and Rossman, 1989, σ.83).

ύμφωνα με το Φίλια (1996) διακρίνονται οι ακόλουθες μορφές συνέντευξης[13]:

) *η δομημένη*

) *η μη δομημένη, εντοπισμένη ή όχι*

η άμεση ή έμμεση

) *η επαναλαμβανόμενη ή Panel*

η κλινική

τ) *η σε βάθος συνέντευξη*

νάλογα με το βαθμό τυποποίησης της διαδικασίας διεξαγωγής της, η συνέντευξη ιακρίνεται σε αυστηρά τυποποιημένη ή κατευθυνόμενη ή πλήρως δομημένη[14] και σε η κατευθυνόμενη ή ελεύθερη συνέντευξη[15]

:τη μη κατευθυνόμενη συνέντευξη ο συνεντευκτής θέτει στον εξεταζόμενο μερικά εντρικά για το ερευνώμενο πρόβλημα θέματα και εξασφαλίζει τις απαιτούμενες ληροφορίες μέσα από την ελεύθερη συζήτηση. (Παρασκευόπουλος , 1995, σ.σ. 128-29 / Βάμβουκας , 2000,/ Φίλιας , 1996, / Margione , 1990).

υνδυασμό των δύο ακραίων τύπων αποτελεί η ημικατευθυνόμενη συνέντευξη, στην ποία το υποκείμενο έχει αρκετή πρωτοβουλία στη διατύπωση των απαντήσεών του, λλά παράλληλα και ο συνεντευκτής φροντίζει να κατευθύνει το υποκείμενο στο να ναφέρεται σε θέματα που ο σκοπός της έρευνας απαιτεί να καλυφθούν στο διάστημα ου προβλεπόμενου χρόνου. Πιο συγκεκριμένα με τον όρο ημιδομημένη

. παρέχοντας μια πρόσβαση σε αυτό που βρίσκεται μέσα στο κεφάλι ενός ανθρώπου, δίνει τη νατότητα να μετρηθεί τι γνωρίζει ένα άτομο (γνώση ή πληροφόρηση), τι αρέσει ή δεν αρέσει σ᾽ ένα ομο (αξίες και προτιμήσεις)...» (Tuckman, 1972, σ. 58).

Κατά το Φίλια . «Δύο παράγοντες παίζουν ρόλο στη μέθοδο της συνέντευξης: από τη μια μεριά ο θμός της ελευθερίας που θα αφήσει στο συνεντευκτή η μορφή της συνέντευξης και από την άλλη ριά το πού τοποθετείται η πληροφορία που αποκτήθηκε...» (Φίλιας , 1999, σ. 132).

«Με τη δομημένη συνέντευξη ο ερωτώμενος προτρέπεται στο ν᾽ απαντήσει σε μια σειρά ερωτήσεων υ ο αριθμός, η σειρά και το περιεχόμενο προκαθορίζεται από το έντυπο της συνέντευξης...» (Φίλιας , 96, σ. 132).

«... ο όρος ελεύθερη συνέντευξη δε σημαίνει ότι οι ερωτήσεις θα γίνουν όπως να ᾽ναι και πάνω σε οιοδήποτε θέμα. Ακόμη μπορούμε να πούμε ότι αυτό που ξεχωρίζει τις διάφορες ελεύθερες ζητήσεις είναι ο βαθμός λιγότερο ή περισσότερο μεγάλος της δόμησης...» (Φίλιας , 1999, σ. 133).

υνέντευξη[16], εννοούμε τον τύπο των συνεντεύξεων στην οποία έχει προκαθοριστεί ια σειρά ερωτήσεων, με κάποια ακρίβεια στη διατύπωσή τους, δίνεται όμως αράλληλα η ελευθερία στο συνεντευκτή να επεκτείνει τις ερωτήσεις του ή και να πανακαθορίσει κατά τη διάρκεια της συνέντευξης την αρχική σειρά. Αυτό μπορεί να υμβεί, αν ο ίδιος διαπιστώσει ότι είναι απαραίτητο να διασαφηνιστεί κάτι ή να ιερευνήσει σε μεγαλύτερο βάθος το εξεταζόμενο θέμα ή ακόμη αν προέκυψε μια νέα εριοχή ενδιαφέροντος, που δεν είχε προβλεφθεί αρχικά (Bell, 1997, σ. 147).

Επιλέγουμε τις ημικατευθυνόμενες ή ημιδομημένες συνεντεύξεις[17, 18] έχοντας ως άση ανάπτυξης της ερευνητικής διαδικασίας την πλήρη γνώση των θεμάτων των ινούμενων σχεδίων *για τους παρακάτω λόγους:*

. Όπως έχει αναφερθεί και σε προηγούμενα κεφάλαια, σκοπός της παρούσας ρευνας είναι η μελέτη των κινούμενων σχεδίων του W. Disney και του μικρόκοσμου ων Πόκεμον στα παιδιά ηλικίας 8-12 ετών.

. Μέσω των ημικατευθυνόμενων συνεντεύξεων δίνεται η δυνατότητα σε υποκείμενα ικρής ηλικίας 8-12 ετών να διατυπώσουν τον προσωπικό τους λόγο, να στοχαστούν αι να εκφράσουν ελεύθερα τις απόψεις τους ως προς τις σχέσεις που διαμορφώνουν ε τους χαρακτήρες ήρωες. *Θεωρούμε ότι για τη μελέτη των αναπαραστάσεων των αιδιών ως προς τα κινούμενα σχέδια η μη δομημένη συνέντευξη δύναται να ημιουργήσει ατμόσφαιρα προσωπικής και δημιουργικής επικοινωνίας, χωρίς να πομακρύνει τη συζήτηση από τα βασικά διερευνητικά ερωτήματα, τα οποία θέτει η αρούσα έρευνα.*

6. 5. 2 Η παρατήρηση

Η παρατήρηση είναι μια σημαντική μέθοδος κοινωνικής έρευνας στη συλλογή ων δεδομένων εμπειρικού υλικού. Γίνεται με βάση ορισμένες αρχές, ακολουθεί μια υγκεκριμένη πορεία και αποβλέπει στην επίτευξη ενός προκαθορισμένου σκοπού.

Ο Patton (1987) αποκαλεί την ημιδομημένη συνέντευξη «συνέντευξη βάσει γενικού οδηγού και ομημένη συνέντευξη με ανοικτές απαντήσεις...» (Δασκολιά , 2000, σ. 137).

«... στην ημικατευθυνόμενη συνέντευξη... ο συνεντευκτής γνωρίζει τα θέματα, χωρίς όμως να εσμεύεται από αυτά, πάνω στα οποία πρέπει να μελετήσει και να υπογράψει τις αντιδράσεις του ρωτώμενου, αλλά η σειρά και ο τρόπος με τον οποίο θα τα εισάγει, εξαρτάται από τον ερωτώμενο και όνο η παρουσίαση στην αρχή της συνέντευξης είναι προκαθορισμένη...» (Κοσκινάς , 2000, σ. 51).

Σύμφωνα με τη Chombart de Laume σε έρευνα που έγινε σε παιδιά ηλικίας 8-12 ετών στον τομέα ων αναπαραστάσεων αναφέρεται ότι μέσω των ημικατευθυνόμενων συνεντεύξεων επιτυγχάνουμε να οσεγγίσουμε: «Ποιες σχέσεις αναπτύσσονται ανάμεσα στους χαρακτήρες των κινούμενων σχεδίων αι των παιδιών, πώς τα τελευταία τους χρησιμοποιούν.. είναι μήπως αντικείμενα κερδοσκοπικής μησης... τα παιδιά τους αντιλαμβάνονται ως το άλλο εγώ ή ως οδηγούς; Μπορούμε να

Η επιστημονική παρατήρηση διαφέρει από την απλή και τυχαία παρατήρηση
)μφωνα με το Φίλια και η μέθοδος είναι επιστημονική, όταν:
α) χρησιμοποιείται για συγκεκριμένους επιστημονικούς σκοπούς
') είναι προγραμματισμένη αντί να συμβαίνει τυχαία
) καταγράφεται συστηματικά και συσχετίζεται με θεωρητικές γενικεύσεις
) υφίσταται επαλήθευση και έλεγχο» (Φίλιας, 1995, σ. 96).

Μέσα από την αναδίφηση της σχετικής βιβλιογραφίας διακρίνουμε την
ιρατήρηση με συμμετοχή, τη συστηματική παρατήρηση και την παρατήρηση κάτω
τό καθορισμένες πειραματικές καταστάσεις.

Τη συμμετοχική παρατήρηση εφήρμοσαν αρχικά εθνολόγοι με σκοπό τη
ελέτη ομάδων, συμμετέχοντας οι ερευνητές κανονικά στις δραστηριότητες των
ελών και συμμεριζόμενοι τις έγνοιες και τους προβληματισμούς τους, ώστε να
ντιληφθούν την κοσμοθεωρία και τη βιοθεωρία τους και στη συνέχεια να τους δοθεί
δυνατότητα να εξηγήσουν στάσεις και συμπεριφορές στο πραγματικό και φυσικό
εριβάλλον. (Βάμβουκας, 2000, σ. 201).

Ο Φίλιας αναφέρει ότι ο παρατηρητής θα πρέπει να έχει απαντήσει με
αφήνεια σε τρία βασικά ερωτήματα:

(1) τι πρέπει να τεθεί υπό παρατήρηση,
') με ποιον τρόπο πρέπει να καταγραφούν οι παρατηρήσεις,
*') ποια σχέση πρέπει να υπάρχει μεταξύ του παρατηρητή και του παρατηρούμενου και
ός μπορεί να διαμορφωθεί η σχέση αυτή...»* (Φίλιας , 1996, σ. 102).

Η συστηματική παρατήρηση ενδείκνυται, όταν ο σκοπός της μελέτης είναι η
εριγραφή και η κατανόηση μιας κατάστασης, έχει προκαθορισμένο σκοπό, γίνεται
ίσει ενός προδιαγεγραμμένου σχεδίου, χρησιμοποιεί διασαφηνισμένες υποθέσεις
αι έχει επαναληπτικό χαρακτήρα. Ο παρατηρητής χρησιμοποιώντας σύγχρονα
ττικοακουστικά μέσα μένει αθέατος. Βέβαια η συστηματική παρατήρηση μπορεί να
νεται και στα πλαίσια των καθημερινών δραστηριοτήτων των υποκειμένων της
)ευνας, δηλαδή ο ερευνητής παρατηρεί τη συμπεριφορά των μαθητών τόσο στην
θουσα της διδασκαλίας όσο και στον εξωτερικό χώρο (αυλή, δρόμος, χώρος
αιχνιδιού κ.ά.).

ρατηρήσουμε διαδικασίες ταύτισης ή συνειδητοποίησης της εικόνας του εαυτού τους...» (Κατερέλος
95, σ. 184-185).

Ανάμεσα στα πλεονεκτήματα τα οποία εγγράφονται στη χρήση της συστηματικής παρατήρησης, είναι ότι παρέχεται η δυνατότητα επανάληψης και κάλυψης ενός μεγάλου δείγματος υποκειμένων.

Η παρατήρηση κάτω από καθορισμένες πειραματικές ή καταστάσεις ελέγχου, ενδείκνυται, όταν μέσω άλλων μεθόδων ο κοινωνικός ερευνητής έχει συγκεντρώσει αρκετές πληροφορίες και δημιουργώντας συνθήκες που αρμόζουν στους σκοπούς της έρευνας επιδιώκει να εξειδικεύσει τις υποθέσεις, τις οποίες επιθυμεί να ελέγξει.

Στο πρωτόκολλο παρατήρησης οφείλουμε να έχουμε καθορίσει με σαφήνεια:

- ✓ *Τι θα παρατηρήσουμε.*
- ✓ *Με ποιον τρόπο θα καταγράψουμε τα λεκτικά σχήματα και τις εκφράσεις των υποκειμένων της έρευνας.*
- ✓ *Ποια μέθοδο διδασκαλίας θα χρησιμοποιήσουμε.*
- ✓ *Ποια μορφή συνεργασίας θα αναπτύξουμε στα πλαίσια δράσης και δυναμικής της ομάδας.*

Με χρήση πολυμεθοδολογικών εργαλείων στην έρευνά μας πιστεύουμε ότι προσεγγίζουμε αυτό που αναφέρει ο Moscovici (1991), δηλαδή:

«... το πέρασμα από ένα μεθοδολογικό μονοθεϊσμό σε ένα μεθοδολογικό πολυθεϊσμό...»

5.5.3 Η ανάλυση περιεχομένου

Για τη διερεύνηση του ντισνεϊκού κόσμου και του μικρόκοσμου των Πόκεμον, χρησιμοποιήσαμε τη μέθοδο της ανάλυσης περιεχομένου (content analysis) τόσο σε ταινίες κινούμενων σχεδίων όσο και σε εμπειρικό υλικό, το οποίο θα συγκεντρωθεί με τη μέθοδο των ημικατευθυνόμενων συνεντεύξεων.

Η ανάλυση περιεχομένου είναι ένα σύνολο μεθοδολογικών διεργασιών που μας δίνει τη δυνατότητα να οργανώσουμε έναν όγκο συγκεντρωμένων πληροφοριών σε λιγότερους κατηγορίες και να αναζητήσουμε σ' αυτές βασικά επαναλαμβανόμενα θέματα (Patton, 1987, σ. 144 / Cantrell, 1993, σ. 97).

Ο Berelson[19] ορίζει την ανάλυση περιεχομένου: *«ως μια ερευνητική τακτική για αντικειμενική, συστηματική και ποιοτική περιγραφή του δηλωμένου περιεχομένου της*

[19] Berelson. Content Analysis on Communicate Research, Hafner Publishing Company New York. 1971.

τικοινωνίας γραπτού και προφορικού λόγου, με τελική επιδίωξη την ερμηνεία...» Landscher, 1976, σ. 7).

Ο Patton ορίζει ως ανάλυση περιεχομένου (content analysis) *τη διαδικασία ντοπισμού, κωδικοποίησης και κατηγοριοποίησης των βασικών θεμάτων που εριέχονται στο εμπειρικό υλικό*. (Patton, 1990, σ. 381).

Ο Holsti ορίζει την ανάλυση περιεχομένου ως: *«κάθε τεχνική για εξαγωγή υμπερασμάτων με συστηματική, αντικειμενική αναγνώριση ειδικών χαρακτηριστικών ου μηνύματος...»* (Holsti, 1974, σ. 78).

Ο Weber ορίζει ως ανάλυση περιεχομένου: *«την ερευνητική μέθοδο που ησιμοποιεί συγκεκριμένους κανόνες για την εξαγωγή έγκυρων συμπερασμάτων».* Κυριαζή, 2000, σ. 284).

Σύμφωνα με τον Αχλή: *«Ανάλυση περιεχομένου είναι μια μέθοδος που ντιμετωπίζει ένα κείμενο οποιασδήποτε μορφής σαν αντικείμενο θεματικής μελέτης...»* Αχλής , 1983, σ. 19). Δηλαδή θέτει ερωτήματα με σκοπό την ποιοτική αλλά και την οσοτική ταξινόμηση του περιεχομένου σε ένα σύστημα κατηγοριών που χεδιάστηκαν με σκοπό να δώσουν στοιχεία σχετικά με ειδικές υποθέσεις που φορούν το περιεχόμενο του υπό ανάλυση υλικού.

Γενικά μπορούμε να αναφέρουμε ότι δεν υπάρχει ένας αυστηρά διατυπωμένος ορισμός για την ανάλυση περιεχομένου, αλλά ως ερευνητική πρακτική και τεχνική υνίσταται σε εξειδικευμένες διαδικασίες, που εστιάζονται κυρίως στο γραπτό αλλά αι στον προφορικό λόγο των υποκειμένων. Συνεπώς αντικείμενο ανάλυσης εριεχομένου είναι δυνατόν να γίνει κάθε λεκτικό ή μη λεκτικό μήνυμα είτε αυτό ναι ταινίες, βιβλία, μαθητικά έντυπα, άρθρα εφημερίδων ή περιοδικών, ακόμη ντικείμενο ανάλυσης περιεχομένου είναι δυνατόν να γίνει ο προφορικός λόγος των τοκειμένων της έρευνας, που προκύπτει ύστερα από συνεντεύξεις.

Σύμφωνα με τη Σακαλάκη με την ανάλυση περιεχομένου: *«βρίσκουμε τους όρους χραγωγής ή αποδοχής των μηνυμάτων, δηλαδή τις συνθήκες και τα αίτια που ωτοστατούν στο εκάστοτε περιεχόμενό τους ή τον τρόπο με τον οποίο το περιεχόμενό υς γίνεται κατανοητό. Πρέπει ο εκάστοτε ερευνητής να προσδιορίζει τους όρους κτάταξης και μέτρησης του υλικού...»*

Σακαλάκη , 1996, σ. 57).

Laswell[20] στο κλασικό σχήμα αναφέρει ότι σε κάθε επικοινωνία έχουμε έναν ομπό που απευθύνει ένα μήνυμα σ' έναν ή περισσότερους αποδέκτες με εριεχόμενο, που άλλοτε παρουσιάζεται με φανερό ή και με αληθο-λανθάνοντα όπο και συνεχίζει ότι με την ανάλυση περιεχομένου είναι δυνατόν να μελετηθούν τοιχεία της επικοινωνίας, τα οποία εκφράζονται συνοπτικά με τα εξής ερωτήματα: *οιος ομιλεί; Τι ομιλεί; Σε ποιον ομιλεί; Για ποιο σκοπό; Πώς το λέει; Ποιο ποτέλεσμα έχει η ομιλία;* (Βάμβουκας , 2000, σ. 264).

Weber αναφέρει ότι το πνεύμα της μεθόδου ανάλυσης περιεχομένου είναι ερισσότερο επεξηγηματικό και διευκρινιστικό παρά δογματικό. Το υλικό αυτό είναι ηλωτικό ορισμένων ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της προσωπικότητας των ημιουργών και μας δίνεται η δυνατότητα να κατανοήσουμε τις γνώμες, τις ναπαραστάσεις και τις αξίες που προβάλλει ο δημιουργός.

ατά τη Bardin στη διαδικασία της ανάλυσης περιεχομένου ανήκει κάθε διαδικασία ου αρθρώνεται γύρω από τρεις χρονολογικούς πόλους:

1. ***Την προανάλυση***. Είναι η διαδικασία που στοχεύει στην οργάνωση του σχεδίου ανάλυσης. Ειδικότερα αποβλέπει στην επιλογή των στοιχείων που θα αναλυθούν, στη διαμόρφωση των στόχων και των υποθέσεων και την επεξεργασία των δεικτών (indicators).
2. ***Την επεξεργασία του υλικού*** το οποίο έχει συγκεντρωθεί και είναι η ουσιαστικότερη φάση της κύριας ανάλυσης, όπου το υλικό ταξινομείται και κωδικοποιείται.
3. ***Την ερμηνεία*** των συμπερασμάτων που έχουν εξαχθεί και την επεξεργασία των ερευνητικών δεδομένων.

Η Σακαλάκη, (1996) αναφέρει χαρακτηριστικά: *«Η μέθοδος της ανάλυσης εριεχομένου συνίσταται σε μία δομική ανάλυση των κειμένων, που αποβλέπει στην αζήτηση πάγιων δομικών χαρακτηριστικών των αναπαραστάσεων. Η προσέγγιση της ομής, δηλαδή της κρυφής αυτής τάξης πραγμάτων που εξασφαλίζει την οργάνωση των ιμέρους στοιχείων υπαγορεύει τους σχετικά αμετάβλητους νόμους της συγκρότησης, άρθρωσης και λειτουργίας τους και επιτρέπει την ανάδειξη νοηματικά σταθερών τηγοριών...»* (Σακαλάκη , 1996, σ. 18)

Ο Berelson διακρίνει στην ανάλυση περιεχομένου πέντε στάδια:

- *τον καθορισμό της μονάδας*

Weber. Basic Analysis, London: Saye Publications, 1990, σ. 9.

- *τη διαμόρφωση κατηγοριών*
- *τη σύγκριση*
- *την ερμηνεία*
- *και την επαλήθευση*. (Ναυρίδης , 1994, σ.σ. 96-99).

Κυριαζή αναφέρει ότι ως μονάδα καταγραφής των δεδομένων μπορεί να ησιμοποιηθεί: *«η λέξη, η πρόταση, η παράγραφος, το θέμα, η ταινία, η προσωπική υνέντευξη, το ραδιόφωνο , το τηλεοπτικό πρόγραμμα κ.α.»* (Κυριαζή , 2000, σ. 289).

νάλογα με την ενότητα της ανάλυσης περιεχομένου που υιοθετείται έχουμε: *εξιλογική ανάλυση, φραστική ανάλυση, θεματική και σημασιολογική ανάλυση.*

<u>τη λεξιλογική ανάλυση:</u>

ι λέξεις ταξινομούνται σε προκαθορισμένες κατηγορίες. Είναι όμως δυνατόν να νεται απαρίθμηση και ταξινόμηση όλων των λέξεων ή και να επιλέγονται μόνο ρισμένες λέξεις κλειδιά. Η χρησιμοποίηση της μιας ή της άλλης τακτικής εξαρτάται πό τον επιδιωκόμενο σκοπό της έρευνας.

<u>τη φραστική ανάλυση :</u>

ανάλυση περιεχομένου γίνεται με ενότητα την κύρια πρόταση ή την απλή φράση. ο κείμενο διαιρείται στα συστατικά του μέρη και η ανάλυση γίνεται σε τμήματα. μως είναι δύσκολο να οριστεί με σαφήνεια και με ακρίβεια η φράση γι' αυτό αμβάνεται υπόψη το νόημα της παραγράφου.

<u>τη θεματική ή σημασιολογική ανάλυση :</u>

ς ενότητα λαμβάνεται υπόψη η σημασία των λέξεων και ειδικότερα: «η ημασιολογική ανάλυση του περιεχομένου εστιάζεται σε έννοιες, σε νοήματα ή έματα που ανακαλούνται σχετικά μ' ένα αντικείμενο μελέτης. Συγκεντρώνονται ληροφορίες για το αντικείμενο, για το πώς βιώνεται ή γίνεται αντιληπτό από την μάδα, για τις γνώμες και πεποιθήσεις που σχετικά διατυπώνονται και για τις ρμηνείες που παρέχονται. Η συλλογή και ανάλυση των δεδομένων αποβλέπει στη ώση τόσο του αντικειμένου όσο και του πληθυσμού των υποκειμένων που δηγήθηκαν να εκφραστούν για το αντικείμενο» (Urung, 1974, σ. 23).

Οποια ενότητα ανάλυσης – *λέξη, φράση, θέμα* – και αν διαλέξει ο ερευνητής, θα έπει το υλικό σύμφωνα με τον επιδιωκόμενο σκοπό να αποδομηθεί. Γι' αυτό, κατά ην ανάλυση περιεχομένου, ο ερευνητής είναι απαραίτητο να έχει καθορίσει με κφήνεια το στόχο του. Μετά τον καθορισμό και την εκλογή της ενότητας ανάλυσης

:αι της μονάδας μέτρησης, ακολουθεί η δημιουργία ενός συστήματος κατηγοριών, το ›ποίο αποτελεί και το βασικό κορμό της ανάλυσης.

Σύμφωνα με τον Berelson: *«Η επιτυχία της ανάλυσης περιεχομένου εξαρτάται από τις :ατηγορίες που διαμορφώνονται. Κάποιες συγκεκριμένες μελέτες υπήρξαν κποτελεσματικές εφόσον οι κατηγορίες διατυπώθηκαν με σαφήνεια και ήταν :ατάλληλες για το συγκεκριμένο πρόβλημα και περιεχόμενο... δεδομένου ότι οι :ατηγορίες περικλείουν την ουσία της έρευνας, η ανάλυση περιεχομένου αξιολογείται με βάση το σύστημα των κατηγοριών...»* (Κυριαζή, 2000, σ. 292).

Κατά τη διάρκεια της κατηγοριοποίησης γίνεται ερμηνεία του περιεχομένου της υπό κνάλυση επικοινωνιακής μονάδας έχοντας ως βάση τις κατηγορίες τις οποίες έχει διαμορφώσει ο ερευνητής και έχοντας υπόψη ότι η νοηματοδότηση και η ερμηνεία :ου περιεχομένου δεν είναι μία και μοναδική αλλά είναι διυποκειμενική.

Krippendorff, 1980, σ. 22).

Γίνεται κατανοητό από τα ανωτέρω ότι στη δημιουργία ενός εύχρηστου και ταραγωγικού συστήματος κατηγοριών είναι απαραίτητο να ληφθεί υπόψη ο τροκαθορισμένος σκοπός της έρευνας, το υλικό το οποίο θα αναλυθεί και παράλληλα θα τηρηθούν με ακρίβεια οι μεθοδολογικές αρχές οι οποίες διέπουν την ανάλυση τεριεχομένου.

5.6 Η διαδικασία συλλογής των δεδομένων

5.6.1 Η προέρευνα

Πριν από τη διεξαγωγή της βασικής έρευνας (σχ. έτος 2002-2003), τραγματοποιήσαμε πιλοτική έρευνα (2001-2002) η οποία περιελάμβανε:

α) Διδακτικές παρεμβάσεις και συμμετοχική παρατήρηση σε τρεις σχολικές ιονάδες (τάξεις Γ' και ΣΤ') αγροτικής, ημιαστικής – εργατικής και αστικής τεριοχής[22] στα πλαίσια του μαθήματος της σχολικής ζωής[23] με θεματικό πεδίο συζήτησης: «τα κινούμενα σχέδια, ανάλυση ταινιών, παρατήρηση παιδιών στο σχολικό χώρο». Οι διδακτικές παρεμβάσεις στο στάδιο της προέρευνας ξεκίνησαν με την προβολή ταινιών, συζητήσεων, συστηματικών παρατηρήσεων των μαθητών τόσο

[2] Αγροτική Περιοχή: Δημ. Σχ. Κομποτάδων – Μεξιατών (Ν. Φθιώτιδας), Ημιαστική – Εργατική Περιοχή: 152° Δημ. Σχ. Αθηνών (Κάτω Πατήσια), Αστική Περιοχή: 9° Δημ. Σχ. Νέας Σμύρνης (Ν. Σμύρνη).

κατά τη διάρκεια της θέασης στις σχολικές τάξεις, όσο και κατά τη διάρκεια του διαλείμματος στον αύλειο χώρο,(η διαδικασία συνεχίστηκε και στο στάδιο της κυρίως έρευνας), παράλληλα στο στάδιο της προέρευνας έγιναν:

β) Τέσσερις ομαδικές συνεντεύξεις.

γ) Δώδεκα ατομικές συνεντεύξεις.

δ)Παρατήρηση παιδιών εκτός σχολικού χώρου ,σε κινηματογράφους, σε χγώνες – πρωτάθληματα Πόκεμον και γενικότερα σε κάθε χώρο που αντιλαμβανόμαστε ότι τα παιδιά ανέπτυσσαν δράση με τα Πόκεμον.

Κύριος στόχος της δειγματοληπτικής διαδικασίας ήταν μέσα σε ένα κλίμα οικειότητας και συνεργασίας με τους εκατόν είκοσι μαθητές που συμμετείχαν στη διαδικασία, να μελετήσουμε:

- *το λόγο των παιδιών*
- *να παρατηρήσουμε τα παιδιά στο φυσικό τους χώρο*
- *να αξιολογήσουμε την ομαδική και ατομική ημιδομημένη συνέντευξη, ώστε να επιλέξουμε την προσφορότερη για την παρούσα έρευνα*
- *να καθορίσουμε πλήρως τους αντικειμενικούς στόχους γύρω από το αναπαραστασιακό πλαίσιο των κινούμενων σχεδίων και μετά την πρώτη ανάλυση περιεχομένου του υλικού της προέρευνας και την παράλληλη πρώτη* ανάλυση ταινιών κινούμενων σχεδίων του W. Disney και των Πόκεμον *να προσδιορίσουμε με σαφήνεια τις υποθέσεις της έρευνας.*
- να εντοπίσουμε τυχόν δυσλειτουργίες, που θα μας εμπόδιζαν κατά τη διάρκεια της βασικής έρευνας.

Το Σεπτέμβριο του 2001 και μετά την ολοκλήρωση των μεθοδολογικών μας επιλογών προχωρήσαμε στη δημιουργία ενός πρώτου ενδεικτικού κορμού υποθέσεων και ενός βασικού θεματικού άξονα ερωτήσεων.

Η διαδικασία προέρευνας είχε διάρκεια ενός σχολικού έτους, 2000-2001..

Για το σύννομο των ενεργειών μας και προκειμένου η πρόσβασή μας στο σχολικό χώρο να είναι δυνατή και χωρίς προβλήματα, ζητήσαμε και μας εγκρίθηκε από το *ΥΠΕΠΘ και το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο* άδεια εισόδου και έρευνας στις σχολικές μονάδες της Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης.

---

[3] Σύμφωνα με το Ν. 1566 και το αναλυτικό πρόγραμμα, στα πλαίσια του μαθήματος της Σχ. Ζωής (1 ώρα την εβδομάδα), δίνεται η δυνατότητα στον εκπαιδευτικό να προσεγγίσει θέματα όπως: η ηλεόραση, τα κινούμενα σχέδια, το περιβάλλον, η υγεία κ.ά.

Στην πρώτη αυτή φάση της έρευνας και θέλοντας να αποκτήσουμε προσωπική επαφή με τα υποκείμενα της έρευνας επισκεφθήκαμε τις σχολικές μονάδες που θα συνεργαζόμαστε. Στη συνέχεια χρησιμοποιώντας τη σχετική άδεια, ζητήσαμε από τους Διευθυντές των σχολικών μονάδων να μας επιτρέψουν τη γνωριμία με τους μαθητές των Γ' και ΣΤ' τάξεων και ακολουθώντας τους μεθοδολογικούς κανόνες της συμμετοχικής παρατήρησης και τους παιδαγωγικούς κανόνες της ομαδοσυνεργατικής μεθόδου προσεγγίσαμε το θεματικό πεδίο: «κινούμενα σχέδια».

Η εικοσαετής εμπειρία μας στο χώρο της εκπαίδευσης, η παράλληλη δεκαετής ενασχόλησή μας με την τηλεόραση (παραγωγή και παρουσίαση παιδικών προγραμμάτων) και η ανάλογη παιδαγωγική μας κατάρτιση, μας βοήθησαν να δημιουργήσουμε με τους μαθητές των σχολείων σε σύντομο χρονικό διάστημα κλίμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης και συνεργασίας, το οποίο κάλυψε τις μεθοδολογικές προϋποθέσεις που είχαν τεθεί στο μεθοδολογικό πρωτόκολλο και μας βοήθησε τόσο στη συλλογή του εμπειρικού μας υλικού της προέρευνας όσο και στην ολοκλήρωση με επιτυχία του πολυμεθοδολογικού σχεδιασμού της έρευνας.

Οφείλουμε να αναφέρουμε ότι διακρίναμε μια έκπληξη στα πρόσωπα των παιδιών, γιατί ο τρόπος προσέγγισης και ανάπτυξης του θεματικού πεδίου «κινούμενα σχέδια» ξέφευγε από τον στερεοτυπικό και παραδοσιακό τρόπο διδασκαλίας. Η αξιοποίηση της ομαδοσυνεργατικής μεθόδου διδασκαλίας και η χρησιμοποίηση σύγχρονων μέσων διδασκαλίας (Κορωναίου, 2002) όπως τηλεόραση, υπολογιστής, μαγνητόφωνο, βιντεοκάμερα, με παράλληλη προβολή ταινιών κιν. σχεδίων κέντρισαν το ενδιαφέρον των παιδιών και ανταποκρίθηκαν με προθυμία. Η όλη διαδικασία της προέρευνας διάρκεσε ένα σχ. έτος (2001-2002) και κατά μέσο όρο έγιναν δώδεκα (12) συναντήσεις με κάθε τάξη (Γ' και ΣΤ'). Συνολικός χρόνος προσέγγισης του ανωτέρω θεματικού πεδίου στις τρεις σχολικές μονάδες (6 τμήματα) 72 διδακτικές ώρες.

Μέσα από αυτές τις συναντήσεις που έγιναν, μας δόθηκε η δυνατότητα να συζητήσουμε με τους μαθητές, να ακούσουμε τις απόψεις τους για την τηλεόραση, τα παιδικά προγράμματα ,τα κινούμενα σχέδια να καταγράψουμε τις αντιδράσεις τους, να κάνουμε συγκριτική ανάλυση – ανάλυση περιεχομένου ταινιών κινούμενων σχεδίων. Η όλη διαδικασία και το εμπειρικό υλικό το οποίο συγκεντρώθηκε ήταν πολύτιμο τόσο στην οργάνωση της βασικής έρευνας, όσο και στην ανάλυση περιεχομένου και στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων.

Ειδικότερα:

- ✓ έγινε καταγραφή του λόγου των παιδιών σχετικά με το ερευνώμενο θέμα,
- ✓ έγινε άμεση παρατήρηση στη σχολική αίθουσα κατά τη διάρκεια προβολής και ανάλυσης κινούμενων σχεδίων και έμμεση στον αύλειο χώρο μετά την παρακολούθηση κινούμενων σχεδίων στην τηλεόραση, αγώνων Πόκεμον, ακόμη έγιναν τέσσερις ομαδικές συνεντεύξεις των τεσσάρων ατόμων,
- ✓ έγιναν δώδεκα ατομικές συνεντεύξεις.

Μέσα από αυτή την πολυμεθοδολογική διαδικασία μάς δόθηκε η δυνατότητα να ανιχνεύσουμε τον ντισνεϊκό κόσμο και το μικρόκοσμο των Πόκεμον και ειδικότερα :

- ✓ *Να γνωρίσουμε τις σκέψεις, τα συναισθήματα, τις σχέσεις και γενικότερα το αναπαραστασιακό πεδίο των μαθητών για τα κινούμενα σχέδια του ντισνεϊκού κόσμου και του μικρόκοσμου των Πόκεμον.*
- ✓ *Να παρατηρήσαμε τις αντιδράσεις των παιδιών τόσο κατά τη διάρκεια της θέασης και ανάλυσης ταινιών κιν. σχεδίων όπως και τον τρόπο με τον οποίο μεταφέρουν τα όσα βλέπουν στο παιχνίδι τους.*
- ✓ *Διαπιστώσαμε ότι η χρησιμοποίηση ερωτηματολογίου και ομαδικής συνέντευξης στις μικρότερες τάξεις δεν προσέφερε τα αναμενόμενα αποτελέσματα.*
- ✓ *Καταλήξαμε στις θεματικές ενότητες βάσει των οποίων επαναπροσδιορίσαμε και οριστικοποιήσαμε τις υποθέσεις της έρευνας και διαμορφώσαμε τους βασικούς άξονες των ερωτήσεων, που θα χρησιμοποιούσαμε στο βασικό στάδιο της έρευνάς μας.*

Η όλη διαδικασία υπήρξε χρονοβόρα, αλλά πολύτιμη στα επόμενα στάδια της έρευνάς μας.

5.6.2 Η επιλογή του δείγματος στη βασική έρευνα

Η επιλογή του δείγματος και του υλικού που χρησιμοποιήσαμε σύμφωνα με τις υπάρχουσες βιβλιογραφικές αναφορές διαπνέεται:

α. από το κριτήριο της επαρκούς πληροφόρησης (information adequacy),

β. από το κριτήριο της αποδοτικότητας (efficiency),

γ. από το κριτήριο της αντιπροσωπευτικότητας.

Σύμφωνα με το πρώτο κριτήριο οι επιλογές μας συμβάλλουν στην απόκτηση της καλύτερης και πληρέστερης δυνατής πληροφόρησης για το προς εξέταση θέμα.

Όσον αφορά το δεύτερο κριτήριο της αποδοτικότητας διασφαλίστηκε ότι οι κατάλληλες πληροφορίες καλύπτουν το ερευνώμενο θέμα και αποκτούνται με το λιγότερο δυνατό κόστος σε χρόνο και προσπάθεια τόσο από την πλευρά του ερευνητή όσο και από την πλευρά των υποκειμένων (Zelditch 1992 / Marshall and Rossman, 1989).

Για το τρίτο στοιχείο της αντιπροσωπευτικότητας, βασική προϋπόθεση ήταν να ορίζεται: *«... με σαφήνεια και ακρίβεια το δείγμα, ώστε να γνωρίζει κανείς αν κάθε υποκείμενο που απαντάται ανήκει ή όχι στον πληθυσμό...»* (Βάμβουκας , 2000, σ. 156). Παράλληλα όμως, για να έχουμε τη δυνατότητα της γενίκευσης των αποτελεσμάτων, το δείγμα εκτός από αντιπροσωπευτικό πρέπει να είναι και τυχαίο (Nisbet – Entwiste, 1998, σ. 26-32). Το δείγμα είναι τυχαίο, όταν η δειγματοληψία γίνεται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε όλοι οι μαθητές που συμμετέχουν στην έρευνα να έχουν την ίδια πιθανότητα να επιλεγούν (Coplow, 1972, σ. 29). Για την κάλυψη της παραπάνω βασικής προϋπόθεσης χρησιμοποιήσαμε την τεχνική της κλήρωσης[24]

Η λογική και η πρακτική της ποιοτικής μεθοδολογικής διαδικασίας στο θέμα του καθορισμού του δείγματος διαφοροποιήθηκε σημαντικά από εκείνη της ποσοτικής και οι όποιες επιλογές μας καθορίστηκαν περισσότερο από κριτήρια όπως ο σκοπός της έρευνας (purposeful sampling), η ικανότητα των ατόμων να αποδώσουν το υλικό που χρησιμοποιήθηκε και να προμηθεύσουν στον ερευνητή τις απαραίτητες για την έρευνα πληροφορίες (Patton, 1987, σ. 58-59 / 1990).

Οσον αφορά το μέγεθος του δείγματος, κανόνας της ποιοτικής δειγματοληψίας ήταν ότι το δείγμα δε θα πρέπει να είναι ούτε πολύ μεγάλο, για να μη χάνεται η δυνατότητα της λεπτομερειακής και σε βάθος διερεύνησης του θέματος ούτε πολύ μικρό, για να μην κινδυνεύει η αξιοπιστία των συμπερασμάτων της έρευνας (Patton, 1987, σ. 58).

---

[24] Η λήψη του δείγματος με κλήρωση, προϋποθέτει την ύπαρξη του πλαισίου της δειγματοληψίας, δηλαδή ενός πλήρους καταλόγου των ατόμων του πληθυσμού. Τα άτομα αριθμούνται και τοποθετούνται στην κληρωτίδα, τόσοι κλήροι όσα και τα άτομα της τάξης (αγόρια και κορίτσια). Οι κλήροι πρέπει να είναι πανομοιότυποι, και να ανακατεύονται καλά πριν από την κλήρωση. Από την κληρωτίδα επιλέγονται τόσοι κλήροι όσα δέχονται να είναι τα υποκείμενα του δείγματος (Παπαναστασίου , 1998, σ. 48 / Φίλιας , 1977, σ. 364).

Για την αξιοπιστία της έρευνας, επιλέξαμε ως κριτήριο το δείκτη του κορεσμού του δείγματος, και με αυτό το κριτήριο ο ίδιος ο ερευνητής ολοκληρώνει τη διαδικασία της συλλογής του εμπειρικού υλικού, όταν διαπιστώσει ότι δεν παρέχονται από τα υποκείμενα της έρευνας νέα στοιχεία (data saturation or redundancy).

Για τους ίδιους λόγους επιλέξαμε το υλικό, το οποίο προβλήθηκε και αναλύθηκε στους μαθητές, ώστε να καλύπτονται οι βασικές ανάγκες της έρευνας.

Συνεπώς:

α) επιλέξαμε από τις τρεις περιοχές (αγροτική – ημιαστική-εργατική – αστική) τα σχολεία που κάλυπταν τις ανάγκες της έρευνας, και τους χώρους που τα παιδιά ανέπτυσσαν δράση με τα Πόκεμον.

β) επιλέξαμε τα κινούμενα σχέδια που αναλύσαμε, ώστε να απεικονίζουν όσο το δυνατόν πληρέστερα τους θεματικούς δημιουργικούς άξονες του W. Disney

γ) ολοκληρώσαμε τις συνεντεύξεις, όταν επήλθε πληροφοριακός κορεσμός του δείγματος,

δ) χρησιμοποιήσαμε την τυχαία επιλογή των υποκειμένων στη διεξαγωγή των ημιδομημένων συνεντεύξεων τόσο στο χώρο των σχολείων, όσο και εκτός αυτών.

6.6.3 Η περιγραφή του δείγματος

Στην έρευνα συμμετείχαν 48 παιδιά, που επιλέχθηκαν σύμφωνα με τρεις βασικές παραμέτρους:

1. *κοινωνική καταγωγή*
2. *ηλικία*
3. *φύλο*

Ως προς την *κοινωνική κατηγορία* (Κορωναίου, 1992, σσ. 72-73)[25], το δείγμα περιλαμβάνει παιδιά από τρεις κοινωνικές ομάδες: αστική, εργατική – μικροαστική και αγροτική. Για να εξασφαλίσουμε αυτή την εκπροσώπηση, επιλέξαμε σχολεία των ν. Αττικής, αστικών και ημιαστικών περιοχών και του ν. Φθιώτιδας, αγροτικών περιοχών. Οι επιλογές των σχολείων από διαφορετικές περιοχές του λεκανοπεδίου

---

[25] Κατανομή πληθυσμού:
Α. Εργάτες, οικοδόμοι, χειρώνακτες, αγρότες, βοηθητικό προσωπικό κ.λπ.
Β. Τεχνίτες, μικροέμποροι, μικροβιοτέχνες, μικροϋπάλληλοι δημοσίων υπηρεσιών ή καταστημάτων
Γ. Μεσαία διοικητικά στελέχη δημοσίων οργανισμών και ιδιωτικών επιχειρήσεων, καθηγητές μεσης εκπαίδευσης, δάσκαλοι
Δ. Βιομήχανοι, επιχειρηματίες, ελεύθεροι επαγγελματίες, επιστήμονες, διευθυντικά στελέχη επιχειρήσεων, ανώτεροι υπάλληλοι, δημοσίων οργανισμών, μεγαλέμποροι.
Κορωναίου ., 1995, σ. 73).

της Αττικής και του ν. Φθιώτιδας είχε ως στόχο την κατά το δυνατό μεγαλύτερη αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος, ώστε να καταστεί δυνατή η μεγαλύτερη εκπροσώπηση στην παρούσα έρευνα.

Ως προς την *ηλικία* για να διερευνήσουμε αν παράλληλα με τη συναισθηματική εξέλιξη και την πρόοδο των γνωστικών, αναπαραστασιακών λειτουργιών διαφοροποιείται ο τρόπος με τον οποίο επιδρούν τα κινούμενα σχέδια . Επιλέχθηκε τυχαία από τα παραπάνω στοιχεία ένας αριθμός παιδιών ηλικιών 8-12.

Αναφορικά με τη διανοητική ανάπτυξη, σύμφωνα με τις απόψεις του Piaget οι ηλικίες αυτές αντικατοπτρίζουν το πέρασμα από την περίοδο των συγκεκριμένων συλλογισμών (7 έως 11 χρόνων) στην περίοδο της αφαιρετικής σκέψης μετά από τα 11 χρόνια, όπου το παιδί αρχίζει να εισέρχεται στην εφηβική ηλικία, αποκτώντας τη δυνατότητα της αποκεντροθέτησης (decentration) και την πλήρη δυνατότητα αντιστρεψιμότητας με την κατάκτηση της αφηρημένης σκέψης. Ειδικότερα τα παιδιά της Γ' τάξης του Δημοτικού Σχολείου βρίσκονται στη μέση του γνωστικού σταδίου της συγκεκριμένης σκέψης και σύμφωνα με τον Piaget (1928 / 1970) έχουν τη δυνατότητα να ταξινομούν αντικείμενα σε κατηγορίες και αρχίζουν να κατανοούν τις σχέσεις μεταξύ των κατηγοριών, αλλά δεν έχουν την ικανότητα της κατηγοριοποίησης σε οντότητες. Αντιθέτως τα παιδιά της ΣΤ' τάξης έχουν εισέλθει στην εφηβική ηλικία και υπάρχει μια σημαντική διαφοροποίηση στο γνωστικό, συναισθηματικό και αναπαραστασιακό πεδίο και μέσω της κατάκτησης της αφηρημένης σκέψης διαφοροποιούνται στα προαναφερθέντα πεδία σε σχέση με την άλλη ομάδα υποκειμένων της έρευνας, ηλικίας 8-9 ετών.

Η επιλογή των τάξεων Γ΄ και ΣΤ΄ του Δημοτικού Σχολείου για διδακτικές παρεμβάσεις, (κριτική και συγκριτική ανάλυση ταινιών) έγινε με γνώμονα τα αντίστοιχα στάδια της βιολογικής, γνωστικής και συναισθηματικής αναπαραστασιακής ανέλιξης των παιδιών και οι δύο ηλικιακές ομάδες έχουν τουλάχιστον τρία χρόνια διαφορά και με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζεται δειγματοληπτικά όσον αφορά τις ηλικίες, η αντιπροσωπευτικότητα των παιδιών στις σχολικές ηλικίες της πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης. Ως προς το φύλο, επιλέχθηκε πάλι με τυχαία διαδικασία ίσος αριθμός αγοριών και κοριτσιών και στον τομέα αυτό εξασφαλίζεται η αντίστοιχη αντιπροσωπευτικότητα.

6.6.4 Η συλλογή του εμπειρικού υλικού

Η συγκέντρωση του υλικού της εμπειρικής μας έρευνας έγινε με ημικατευθυνόμενες συνεντεύξεις σε ένα δείγμα σαρανταοκτώ παιδιών ηλικιών 8-12 ετών. Στόχος των ημικατευθυνόμενων συνεντεύξεων ήταν να δοθεί η δυνατότητα στα παιδιά να αναπτύξουν τις σκέψεις τους στα θεματικά πεδία της έρευνας που αποτέλεσαν τους άξονες και στη βάση των οποίων οργανώθηκε η προβληματική της έρευνας. Οι συνεντεύξεις της βασικής έρευνας ξεκίνησαν το Σεπτέμβριο του 2002 και ολοκληρώθηκαν τον Μάιο του 2003 .Στο χώρο των σχολείων οι συνεντεύξεις έγιναν κατά τη διάρκεια των δύο πρώτων διδακτικών ωρών (μία συνέντευξη την ημέρα) και η μέγιστη διάρκεια έφτασε τα 60'

Η επιλογή των δύο πρώτων ωρών έγινε σκόπιμα για τους παρακάτω λόγους:

α) Οι μαθητές ήταν ξεκούραστοι, δεν είχαν κορεστεί από τη διδασκαλία των μαθημάτων και η όλη διαδικασία δε λειτουργούσε ως μια πρόσθετη επιβάρυνση.

β) Οι δύο πρώτες ώρες είναι οι μόνες ενιαίες διδακτικές ώρες, γιατί δε μεσολαβεί διάλειμμα, που θα λειτουργούσε διασπαστικά στη σκέψη των μαθητών.

Ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε στην επιλογή του χώρου για τη διεξαγωγή της συνέντευξης και ζητήσαμε από τους εκπαιδευτικούς να μην παρευρίσκονται κατά τη διάρκειά τους.

Οι συνεντεύξεις με τη σύμφωνη γνώμη των παιδιών και των εκπαιδευτικών μαγνητοφωνήθηκαν. Οφείλουμε να αναφέρουμε ότι η προγενέστερη συνεργασία μας στα πλαίσια της διδακτικής παρέμβασής μας στα τρία σχολεία (6 τμήματα) αλλά και η γενικότερη συνεργασία μας και το κλίμα εμπιστοσύνης, το οποίο οικοδομήσαμε με τα υπόλοιπα υποκείμενα της έρευνας, μάς βοήθησε στην απρόσκοπτη συλλογή του εμπειρικού μας υλικού.

Οι παρεμβάσεις μας κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής των συνεντεύξεων περιορίστηκαν στην παροχή ερεθισμάτων προς τα παιδιά και ιδιαίτερα προς τα παιδιά των μικρών τάξεων. Επιδιώκαμε την παροχή βοήθειας για την παραγωγή ενός πληρέστερου λόγου που θα προχωρούσε σε βάθος και θα οδηγούσε σε ακριβέστερη διατύπωση των σκέψεών τους. Συνεπώς, οι όποιες παρεμβάσεις δεν είχαν τη μορφή κατευθυντικών γραμμών, αλλά βοηθούσαν τα υποκείμενα της έρευνας να επεξηγούν τις σκέψεις τους.

Συνεντεύξεις λήφθηκαν και εκτός σχολείων, σε χώρους που ανέπτυσσαν δράση, ιδιαίτερα με τα Πόκεμον . Οι συνεντεύξεις απομαγνητοφωνούνταν μετά τη διεξαγωγή τους, προκειμένου να έχουμε τη δυνατότητα της άμεσης ερμηνείας και του

σχολιασμού του λόγου των μαθητών. Χρονοβόρα αποδείχτηκε η διαδικασία της απομαγνητοφώνησης και επειδή γνωρίζαμε ότι το στάδιο της μετεγγραφής του υλικού είχε ιδιαίτερη βαρύτητα, στην ανάλυση και ερμηνεία των πληροφοριών κάθε συνέντευξης. Μετά από μια πρώτη προσεκτική ακρόαση, καταγράψαμε αυτολεξεί το περιεχόμενο των συνεντεύξεων, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στις γλωσσικές λεπτομέρειες, όπως παύσεις, μη λεκτικές εκφράσεις καθώς και στις διακοπές και στις πιθανές επαναλήψεις. Την πρώτη διόρθωση ακολούθησε μια δεύτερη ακρόαση της απομαγνητοφωνημένης συνέντευξης, η οποία γινόταν αμέσως μετά την αρχική καταγραφή της. Η αναδρομή επανακρόασης των κασετών υπήρξε συχνή και στο στάδιο της ανάλυσης περιεχομένου του εμπειρικού υλικού.

Η γενικότερη οργάνωση του υλικού των συνεντεύξεων έγινε μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή , αξιοποιώντας τις δυνατότητες συμβατότητας (με το ελληνικό κείμενο) που μας παρείχε το πρόγραμμα Maxqda (Qualitative Data Analysis).

6.7 Αξιολόγηση αξιοπιστίας της έρευνας

Προσπαθήσαμε να λάβουμε υπόψη τα κριτήρια:

- ✓ αξιοπιστία – φερεγγυότητα,
- ✓ συστηματικότητα,
- ✓ εμπιστοσύνη και επιβεβαιωσιμότητα, όπως ορίζονται από τους Lincoln & Guba (1985) , τον Erlandson και άλλους (1993) χρησιμοποιώντας τις παρακάτω μεθόδους:

1. *Παρατεταμένη παρουσία-συμμετοχή:* Υπήρξε παρατεταμένη παρουσία μας στο σχολικό χώρο, παρευρεθήκαμε σε χώρους που γίνονταν δραστηριότητες Πόκεμον και συναντήσεις αγώνων Πόκεμον στο διάστημα των δύο ετών .
2. *Τριγωνισμός (triangulation):* Στη συλλογή στοιχείων χρησιμοποιήσαμε τόσο την παρατήρηση, την ανάλυση ταινιών, όσο και τη λήψη συνεντεύξεων.
3. Όλες οι συνεντεύξεις των παιδιών *καταγράφηκαν και απομαγνητοφωνήθηκαν.*
4. *Εξέταση από ομότιμους:* Προκειμένου να βοηθηθούμε στην αποσαφήνιση και την κατεύθυνση της ερευνητικής διαδικασίας, συζητήσαμε τις αναλύσεις και τις εμπειρίες μας με την επιβλέπουσα καθηγήτρια και με τρεις συναδέλφους (δύο εκ των οποίων ολοκλήρωναν το διδακτορικό τους

και ένα διδάκτορα κοινωνικών επιστημών με υπόβαθρο στην ποιοτική και νατουραλιστική έρευνα).

5. *Ενδοσκοπικό ημερολόγιο:* Χρησιμοποιήσαμε ένα ημερολόγιο εργασίας και μεθόδων για να καταγράψουμε τις παρατηρήσεις μας.
6. *Υλικά παραπεμπτικής επάρκειας:* Για να έχουμε μια ολιστική άποψη του πλαισίου και ένα υπόβαθρο που θα μας βοηθούσε να επικοινωνήσουμε και να κατανοήσουμε βαθύτερα τα κινούμενα σχέδια του Disney και το μικρόκοσμο των Πόκεμον χρησιμοποίησαμε υλικά μάρκετινγκ όπως: ταινίες , προϊόντα , δημοσιεύματα, περιοδικά και κάθε είδους πληροφορίες .
7. *Σκόπιμη δειγματοληψία:* Για να μεγιστοποιήσουμε όσο το δυνατόν περισσότερο το εύρος των συγκεκριμένων πληροφοριών που συλλέξαμε, προσπαθήσαμε να κάνουμε δειγματοληψίες σύμφωνα με τις θεωρίες που αναπτύξαμε και αναζητήσαμε τόσο τυπικά όσο και αποκλίνοντα στοιχεία.

ΜΕΡΟΣ Δ : Η ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

✓ **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ**

7. Η ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΟΝ ΝΤΙΣΝΕΪΚΟ ΚΟΣΜΟ

Στο έβδομο κεφάλαιο ερευνούμε τον ντισνεϊκό κόσμο κάνοντας χρήση ενός τριγωνισμού μεθόδων, όπως αναφέρουμε στο μεθοδολογικό μας κεφάλαιο ερευνώντας:

1. Τον ***τρόπο και τις συνθήκες δημιουργίας*** του ντισνεϊκού κόσμου και αν τα βιωματικά στοιχεία του δημιουργού W. Disney επηρεάζουν τις φιλμικές του δημιουργίες. (*Βιβλιογραφική έρευνα.* κεφάλαιο τέταρτο)
2. Τους ***στερεοτυπισμούς*** που χρησιμοποιεί ο Disney, προκειμένου να πλοηγηθούν τα παιδιά στον ντισνεϊκό κόσμο. (ανάλυση ταινιών)
3. Την ***εξέλιξη των ντισνεϊκών στερεοτυπισμών*** στο πέρασμα του χρόνου (ανάλυση νεότερων ταινιών)

7.1 Συγκριτική ανάλυση ταινιών του Walt Disney

Η συγκριτική ανάλυση που χρησιμοποιούμε στο κεφάλαιο αυτό, *αναζητεί τα στερεοτυπικά στοιχεία που προσθέτει η Disney Production σε κείμενα κλασικών ιστοριών – παραμυθιών, προκειμένου να πλοηγήσει τα παιδιά στον ντισνεϊκό κόσμο και στη συνέχεια εξετάζουμε αν στις νεότερες φιλμικές της δημιουργίες επαναλαμβάνεται αυτό ή γίνεται επαναπροσδιορισμός των αρχικών στερεοτυπικών αντιλήψεων και εναρμόνιση με τις αλλαγές που παρατηρούνται στην παγκόσμια κοινότητα.*

Ο Bennett (1982) ισχυρίζεται ότι, καθώς το κείμενο δεν είναι σε θέση να υπερασπιστεί τον εαυτό του, οι κειμενικές ερμηνείες θα πρέπει να αντιμετωπίζονται στα πλαίσια ενός κοινωνικού, πολιτικού, οικονομικού, υλιστικού, θεσμικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος. *Έτσι ο ερευνητής δεν αρκεί να μελετά μόνο το ίδιο το κείμενο, αλλά και τις εξωτερικές αναφορές που αφορούν την παραγωγή και αποδοχή του.*

Ο Ο' Brien (1996) ισχυρίζεται ότι *«οι κειμενικές αναλύσεις αποτελούν υλιστικές ιστοριογραφίες που αποπειρώνται να εξηγήσουν τον τρόπο, με τον οποίο κείμενα και αναφορές λειτουργούν στην καθημερινή ζωή μαζί για την αναπαραγωγή ή αλλαγή των υπαρχουσών κοινωνικών δομών»* (σ. 156).

Υπό το πρίσμα αυτό, οι ταινίες του Disney θα μπορούσαν να ιδωθούν ως πολιτισμικά προϊόντα που αντικατοπτρίζουν την εποχή κατά την οποία δημιουργήθηκαν ή και να αντιδρούν στην εποχή που επαναδημιουργήθηκαν. Αυτή η εκπροσώπηση επιβεβαιώνει, σύμφωνα με τον Ο' Brien (1996): *«ότι η ανάλυση μας βοηθά να αποκαλύψουμε πώς οι εικόνες των ηρώων στις ταινίες του Disney παρέχουν μια δομημένη υποστήριξη στη φιλοσοφία, τόσο της εταιρείας όσο και του Walt Disney προσωπικά»* (σ. 156).

7.1.1 Οι στερεοτυπισμοί του ντισνεϊκού κόσμου

ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΝΤΙΣΝΕΪΚΩΝ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΙΣΜΩΝ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΑΙΝΙΩΝ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ
	1.1 → Το απλό κωμικό στοιχείο των κινούμενων σχεδίων του W. Disney.
Ο ΑΛΑΝΤΙΝ	**1.2** → Η δράση των ηρώων του ντισνεϊκού κόσμου.
Η ΧΙΟΝΑΤΗ	1.2.1.→ Καλοί 1.2.2 → Κακοί
Η ΣΤΑΧΤΟΠΟΥΤΑ	**1.3** → Ο χωροχρόνος δράσης των ηρώων του ντισνεϊκού κόσμου.
Η ΠΟΚΑΧΟΝΤΑΣ	**1.4** → Το ευχάριστο τέλος των κινούμενων σχεδίων του W. Disney.
	1.5 → Η ιδανική κοινωνία του W. Disney
Η ΜΙΚΡΗ ΓΟΡΓΟΝΑ	1.5.1 → Η εικόνα του παιδιού
	1.5.2 → Η εικόνα της γυναίκας
Η ΠΕΝΤΑΜΟΡΦΗ ΚΑΙ ΤΟ ΤΕΡΑΣ	1.5.3 → Η εικόνα του άνδρα
	1.5.4 → Ο θεσμός της οικογένειας
Η ΠΑΝΑΓΙΑ ΤΩΝ ΠΑΡΙΣΙΩΝ	**1.5.5** → Οι λαοί του τρίτου κόσμου και οι μειονότητες
	1.5.6 → Η παιδαγωγική του W. Disney

Τα παιδιά μέσω των στερεοτυπισμών του W. Disney πλοηγούνται σε μία ιπλουστευμένη ιδανική κοινωνία, στην οποία οι πολίτες είναι σχεδιασμένοι να ινταποκρίνονται σε διακριτούς ρόλους.

7.1.1.1 Η προσθήκη στερεοτυπικών στοιχείων από το W. Disney σε κλασικές στορίες και παραμύθια.

Στο κεφάλαιο αυτό και προκειμένου να αναδείξουμε τις στερεοτυπικές αντιλήψεις του ντισνεϊκού κόσμου με τη συνεργασία μαθητών της Γ΄ και Στ΄ τάξεων (τριών σχολείων), ερευνήσαμε συγκριτικά αρχικά κείμενα παραμυθιών με τις αντίστοιχες φιλμικές δημιουργίες της Disney Production και εντοπίσαμε τα στερεοτυπικά στοιχεία, τα οποία προστέθηκαν στα αρχικά κείμενα προκειμένου οι φιλμικές δημιουργίες να εκφράζουν την ντισνεϊκή φιλοσοφία.

Οι ταινίες που χρησιμοποιήσαμε στη συγκριτική μελέτη είναι :

1. *Ο Αλαντίν*
2. *Η Χιονάτη*
3. *Η Σταχτοπούτα*
4. *Η Ποκαχόντας*

7.1.1.1.1 Ο Αλαντίν

Η πρωτότυπη ιστορία του Αλαντίν λέγεται ότι έχει τις ρίζες της στην Κίνα ή στην Αφρική. Ωστόσο, οι πρώτες δημοσιευμένες εκδοχές της είναι στα γαλλικά, στο Αραβες Ιππότες του 1704 και του 1717.

Κειμενικές αντιπαραβολές και συγκρίσεις:

Στην εκδοχή του Disney για τον Αλαντίν εντοπίστηκαν έξι αλλαγές σε σχέση με την στορία.

Πρώτον, στο παραμύθι επικεντρώνεται η δράση της ιστορίας στην Περσία, ην οποία *ο Disney αντικαθιστά με την ανύπαρκτη Άγκραμπα. Στην εκδοχή του Disney πάρχουν ελάχιστοι κειμενικοί πολιτισμικοί δείκτες.*

Ο Αλαντίν του παραμυθιού είναι ο γιος του Μουσταφά, του ράπτη, που έχει πεθάνει, ι έτσι ο Αλαντίν ζει με τη μητέρα του. *Ο Disney εμφανίζει τον Αλαντίν ως αλητάκι ου μένει προφανώς μόνο του, αφού δε γίνεται αναφορά σε οικογένεια.* Στο Lang, τον λαντίν τον ξεγελάει ένας Αφρικανός μάγος που παρουσιάζεται ως ο χαμένος του είος, για να αποκτήσει το μαγικό λυχνάρι που μόνο ο Αλαντίν μπορεί να του φέρει πό ένα μαγικό κήπο. *Ο Disney συνδυάζει το χαρακτήρα του «θείου» και του βεζίρη τον Τζαφάρ, τον κακό σύμβουλο του σουλτάνου. Κάθε αναφορά στην οικογένεια του λαντίν διαγράφεται.*

Η Γιασμίν στον Disney αναφέρεται μόνο ως «πριγκίπισσα». Και οι δύο κδοχές δεν κάνουν λόγο για τη μητέρα της. Την πριγκίπισσα μεγαλώνει μόνος ο ατέρας της, ο σουλτάνος.

Δεύτερον, ο Αλαντίν αρνείται να δώσει το λυχνάρι στον υποτιθέμενο θείο του αι ο μάγος επιστρέφει θυμωμένος στην Αφρική. *Ο Disney χαρακτηρίζει τον Τζαφάρ, ως κακό μάγο, που ξεγελάει τον Αλαντίν για να του φέρει το λυχνάρι από τη «Σπηλιά ων Θαυμάτων».*

Τρίτον, *ο Disney δημιουργεί ένα ζώο «φίλο» για τους τρεις από τους κύριους αρακτήρες. Ο Αλαντίν έχει τον Αμπού, τη μαϊμού. Η Γιασμίν έχει το Ράτζα, τον τίγρη. Ο κωμικός φίλος του Τζαφάρ είναι ένας παπαγάλος, που λέει εξυπνάδες.* Δεν υπάρχουν αρακτήρες ζώων στο κλασικό παραμύθι. *Στον Disney, το Τζίνι και το μη ομιλών μαγικό χαλί» γίνονται φίλοι με τον Αλαντίν. Τέλος η φιλία του Αλαντίν με το Τζίνι, ον κάνει να το ελευθερώσει απ' το λυχνάρι.* Το τζίνι του παραμυθιού παίζει μικρό όλο στο κείμενο και απεικονίζεται ως πολύ σοβαρό.

Τέταρτον, *Ο Disney παρουσιάζει τον Αλαντίν και τη Γιασμίν να συναντιούνται την αγορά, καθώς αυτή φεύγει από το παλάτι. Επειδή δεν έχει ξαναβγεί απ' τους οίχους του παλατιού, είναι εξαιρετικά περίεργη για όλα. Ο Αλαντίν σώζει τη Γιασμίν πό έναν θυμωμένο έμπορο, όταν αυτός τη συλλαμβάνει επ' αυτοφώρω να κλέβει αγητό από την αγορά. Οι δυο τους ερωτεύονται, αλλά ο Αλαντίν είναι αλητάκι, ενώ κείνη είναι πριγκίπισσα, άρα η σχέση τους δεν έχει μέλλον. Όταν ένας φρουρός του αλατιού την αναγνωρίζει, η Γιασμίν σώζει τον Αλαντίν από την αιχμαλωσία και μετά πιστρέφει στο παλάτι και τον πατέρα της.*

Πέμπτον, *ο Disney παρουσιάζει τον Τζαφάρ να θέλει να παντρευτεί τη Γιασμίν,* ιστε *να μπορέσει να αποκτήσει το λυχνάρι και το βασίλειο.* Στην εκδοχή του αραμυθιού, παρουσιάζεται ως βεζίρης που έχει ένα γιο και προσφέρει μεγαλύτερα λούτη στο Σουλτάνο για το χέρι της πριγκίπισσας.

Η μητέρα του Αλαντίν επιστρέφει για δεύτερη φορά στο παλάτι, για να ητήσει το χέρι της πριγκίπισσας εκ μέρους του γιου της. Ο Αλαντίν καλεί το τζίνι για α του δώσει δέκα χιλιάδες κομμάτια χρυσό και να του χτίσει ένα παλάτι (σε μια έρα), ώστε να ζήσουν εκεί μέσα. Ο Αλαντίν παντρεύεται την πριγκίπισσα και την ηγαίνει στο νέο παλάτι.

Ο Disney κάνει χρήση του Τζίνι, για να βοηθήσει τον Αλαντίν να φανεί ρίγκιπας και να κερδίσει το χέρι της. Ωστόσο, ο Disney δημιουργεί μια σκληρή μάχη νάμεσα στον Τζαφάρ και τον Αλαντίν, για το ποιος θα κερδίσει το χέρι της Γιασμίν. την εκδοχή του Disney ο άντρας σώζει τη γυναίκα. Τα πλούτη και όχι η μάχη είναι υτά που κερδίζουν την άδεια του Σουλτάνου για το γάμο με την πριγκίπισσα (χωρίς νδειξη για το αν η πριγκίπισσα έχει δει ποτέ τον Αλαντίν ή έχει κάποια γνώμη γι' αυτό ο γάμο).

Έκτον, όταν ο μάγος ακούει για το γάμο του Αλαντίν με την πριγκίπισσα και ια τα πλούτη του, καταλαβαίνει ότι το λυχνάρι είναι αυτό που του προσέφερε λούτη και δύναμη. Πηγαίνει τότε στο παλάτι του Αλαντίν, ενώ ο τελευταίος λείπει ια κυνήγι. *Ξεγελά την πριγκίπισσα και καταφέρνει να ανταλλάξει το λυχνάρι με ένα αινούριο. Τότε, εύχεται αμέσως το παλάτι και η πριγκίπισσα να μεταφερθούν στην φρική μαζί του. Ο Σουλτάνος βλέπει ότι το παλάτι και η κόρη του εξαφανίστηκαν, παιτεί να επιστρέψουν αμέσως, διαφορετικά θα σκοτωθεί ο Αλαντίν. Ο Αλαντίν καλεί ο τζίνι τρίβοντας το μαγικό του δαχτυλίδι, αλλά το τζίνι δεν μπορεί να κάνει τίποτα, φού ο Αλαντίν δεν έχει πια στα χέρια του το λυχνάρι. Ωστόσο, το τζίνι καταφέρνει να εταφέρει τον Αλαντίν στο παλάτι που βρίσκεται τώρα η πριγκίπισσα. Ο Αλαντίν αταστρώνει ένα σχέδιο με την πριγκίπισσα, για να εξαπατήσουν το μάγο και να του άρουν το λυχνάρι.* Έτσι μια διανοητική μάχη και όχι μια βίαιη σωματική πάλη είναι υτή που επιλύει τελικά το πρόβλημα στο παραμύθι. Η πριγκίπισσα ξεγελά τον κακό άγο και του κλέβει το λυχνάρι, κι έτσι το τζίνι τους μεταφέρει με τρόπο μαγικό στην ερσία. *Ο Αλαντίν και η γυναίκα του ζουν και βασιλεύουν για πολλά χρόνια, φήνοντας πίσω τους μια μακριά γενιά διαδόχων.* Στην εκδοχή του Lang λοιπόν η υναίκα είναι αυτή που σώζει τον άντρα.

7.1.1.1.2 Η Χιονάτη

Η παλαιότερη εκδοχή της Χιονάτης και των εφτά νάνων προέρχεται από την τροφορική γερμανική παράδοση. Η πρώτη έκδοση αυτής της ιστορίας στα αγγλικά εμφανίζεται στη δεκαετία του 1820 από τους αδερφούς Γκριμ.

Ζειμενικές συγκρίσεις και αντιπαραβολές:

Η Χιονάτη και οι εφτά νάνοι του Disney είναι περισσότερο πιστοί στο κείμενο των Γκριμ, απ' ότι οι προηγούμενες προσαρμογές παραμυθιών. Ωστόσο, εντοπίσαμε οκτώ κύριες παραλλαγές του Disney.

Πρώτον, το κείμενο των Γκριμ γνωρίζει στον αναγνώστη τη μητέρα της Χιονάτης, τη βασίλισσα, που θέλει μια κόρη «με δέρμα λευκό σαν χιόνι, μάγουλα κόκκινα σαν το αίμα και μαλλιά μαύρα σαν έβενο». Η βασίλισσα πεθαίνει μετά τη γέννηση της Χιονάτης και ο πατέρας της, ο βασιλιάς, ξαναπαντρεύεται. Η νέα βασίλισσα είναι σκληρή και περήφανη και καθώς η Χιονάτη μεγαλώνει, η μητριά της αρχίζει να ζηλεύει πολύ την ομορφιά της. *Ο Disney δεν κάνει αναφορά στη μητέρα της Χιονάτης, παρά μόνο στη μητριά της. Ωστόσο, φημολογείται ότι το στούντιο απέρριψε τα αρχικά σχέδια να γυριστεί μια σκηνή που να δείχνει τη μητέρα της Χιονάτης να πεθαίνει στη γέννα, στην αρχή της ιστορίας.*

Δεύτερον, *η Χιονάτη, στο κείμενο του Disney, αναφέρεται ότι είναι μια υπάκουη κοπέλα που εργάζεται χαρούμενη, ενώ ονειρεύεται έναν όμορφο πρίγκιπα του μπορεί μια μέρα να την ερωτευτεί και να την πάρει να ζήσει στο κάστρο του». Ο Disney παρουσιάζει μια τυχαία συνάντηση της Χιονάτης και του Πρίγκιπα, ενώ αυτή αντλεί νερό από το πηγάδι του παλατιού.* Ο Πρίγκιπας δεν αναφέρεται στους Γκριμ μέχρι το τέλος της ιστορίας, όταν ο ίδιος, ως ξένος από το γειτονικό βασίλειο, βρίσκει το φέρετρό της και της ορκίζεται αιώνια αγάπη.

Η τρίτη *παραλλαγή εμφανίζεται, καθώς η ζηλόφθονη βασίλισσα στέλνει τον συνηγό της στο δάσος να σκοτώσει τη Χιονάτη, γιατί ο μαγικός της καθρέφτης τής είπε ότι η Χιονάτη είναι η πιο όμορφη στο βασίλειο.* Το κείμενο των Γκριμ αναφέρει ότι ο συνηγός λυπάται τη Χιονάτη, της αποκαλύπτει το σχέδιο της κακιάς βασίλισσας και μετά σκοτώνει ένα ελάφι για να φέρει την καρδιά του ως απόδειξη εκπλήρωσης της επιθυμίας της. *Το κείμενο του Disney είναι παρόμοιο, αλλά δε γίνεται λόγος για το αίμα του ελαφιού και την καρδιά του.*

Τέταρτον, *ο Disney εισάγει φίλους-ζώα μέσα στο δάσος, καθώς η Χιονάτη τρέχει σ' αυτό, για να κρυφτεί από την κακιά μητριά της. Το κείμενο συνεχίζει να κάνει*

χρήση των ζώων σε ολόκληρη την ιστορία. Στην εκδοχή του Γκριμ δεν αναφέρονται ζώα, εκτός από το ελάφι που σκότωσε ο κυνηγός.

Η πέμπτη αλλαγή στο κείμενο εντοπίζεται στο σημείο που η Χιονάτη βρίσκεται τυχαία στο σπίτι των εφτά νάνων. Η εκδοχή των Γκριμ αναφέρει ότι η Χιονάτη πεινούσε κι έτσι έφαγε μια μπουκιά από κάθε πιάτο στο τραπέζι, ήπιε μια γουλιά από κάθε ποτήρι, βρήκε τα μικρά κρεβάτια κι έπεσε ν' αποκοιμηθεί. Οι νάνοι επιστρέφουν σπίτι, θαμπώνονται από την ομορφιά της Χιονάτης και την προσκαλούν να ζήσει μαζί τους, αρκεί να τους μαγειρεύει και καθαρίζει το σπίτι. *Το κείμενο του Disney αλλάζει έτσι, ώστε να μην περιλαμβάνει τη σκηνή με το φαγητό. Ο Disney δείχνει τη Χιονάτη να βρίσκει το σπιτάκι βρώμικο κι έτσι πλένει τα πιάτα, καθαρίζει και φτιάχνει δείπνο (με τη βοήθεια των ζώων), πριν κοιμηθεί.*

Έκτον, οι νάνοι δεν έχουν ονόματα στους Γκριμ. *Ο Disney χρησιμοποιεί πολύ εύστοχο χιούμορ σ' αυτό το σημείο και τους ονομάζει: Σοφό, Γκρινιάρη, Χαρούμενο, Νυσταγμένο, Συναχωμένο, Ντροπαλό και Χαζούλη ως μεταφορές για το παρατσούκλι καθενός. Έπειτα, η βασίλισσα στην εκδοχή του Disney σκοτώνεται από μια αστραπή πάνω σε ένα γκρεμό, όταν οι νάνοι και τα ζώα την κυνηγάνε. Μετά απ' αυτό, η Χιονάτη κλείνεται στο φέρετρό της και περιμένει το φιλί ζωής που θα την ξυπνήσει.* Στους Γκριμ, η βασίλισσα πεθαίνει, όταν ο καθρέφτης της ανακοινώνει ότι η Χιονάτη ζει και παντρεύτηκε τον Πρίγκιπα. Η βασίλισσα θυμώνει τόσο, ώστε «εκσφενδονίζει τον καθρέφτη στο πάτωμα και η σκληρή της καρδιά θρυμματίζεται σε χιλιάδες κομμάτια», κι έτσι τελειώνει η ιστορία των Γκριμ.

Τέλος, στην εκδοχή των Γκριμ, ο Πρίγκιπας δε φιλάει τη Χιονάτη, για να την ξυπνήσει από το μαγικό ξόρκι. Αντίθετα το φέρετρο πέφτει κάτω και το κομμάτι του δηλητηριασμένου μήλου που είχε κολλήσει στο λαιμό της Χιονάτης φεύγει. Ο Πρίγκιπας γονατίζει στο πλευρό της, για να της εκμυστηρευτεί τη μεγάλη του αγάπη. Η Χιονάτη του δίνει το χέρι της. *Η εκδοχή του Disney δείχνει ότι η Χιονάτη όχι μόνο φιλάει τον πρίγκιπα αλλά φιλάει για αποχαιρετισμό και όλους τους νάνους (στο μέτωπο ή το μάγουλο φυσικά) κι έπειτα αποχωρεί έφιππη με τον Πρίγκιπα προς το ηλιοβασίλεμα, για να ζήσουν αυτοί καλά κι εμείς καλύτερα.*

7.1.1.1.3 Η Σταχτοπούτα

Η δημοφιλής και μοναδική εκδοχή Γιε-Σεν: Η Ai-Ling Louie, συγγραφέας, μετέφερε την ιστορία, όπως τής την αφηγήθηκε η γιαγιά της. Η ιστορία της Γιε-Σεν διασώθηκε προφορικά στην οικογένειά της για τρεις γενιές, αλλά κανείς δεν μπορεί να ισχυριστεί με βεβαιότητα ποια ήταν η αφετηρία της προφορικής παράδοσης της Σταχτοπούτας. Εμφανίστηκε πάντως σε μια λογοτεχνική πηγή πρώτα στην Κίνα του ένατου αιώνα, αλλά τη συναντούμε από την Ανατολή έως τη Νότια Αμερική και πάνω από 500 παραλλαγές της έχουν εντοπιστεί μόνο στην Ευρώπη.

✓ *Κειμενικές αντιπαραβολές και συγκρίσεις:*

Εντοπίσαμε πέντε σημαντικές αντιπαραβολές και συγκρίσεις που εμφανίζονται στην εκδοχή του Disney.

Πρώτον, σύμφωνα με το κλασικό παραμύθι, η Γιε-Σεν είναι η κόρη μιας από τις συζύγους του αρχηγού Γου στη νότια Κίνα. Η μητέρα της Γιε-Σεν πεθαίνει κατά τη διάρκεια του τοκετού. Μετά από λίγο ο αρχηγός Γου πεθαίνει κι αυτός. Η ορφανή πλέον Γιε-Σεν μένει με τη χήρα του πατέρα της, η οποία έχει αποκτήσει επίσης μια κόρη με αυτόν, σχεδόν συνομήλικη με τη Γιε-Σεν. *Ο Disney ακολουθεί σχετικά πιστά αυτή την πλοκή, αλλά παρουσιάζει τον πατέρα της Σταχτοπούτας να είναι παντρεμένος με μία μόνο γυναίκα κάθε φορά. Ο Disney αλλάζει εδώ την ιστορία και προσθέτει δύο ετεροθαλείς αδερφές, αντί για μία. Και στις δύο εκδοχές, η Σταχτοπούτα είναι όμορφη και αναγκάζεται να κάνει τις δύσκολες δουλειές ενώ της δίνουν κουρέλια για να ντυθεί. Η Γιε-Σεν έχει «δέρμα απαλό και κατάμαυρα μάτια». Η Σταχτοπούτα του Disney περιγράφεται μόνο ως «γοητευτική και όμορφη» στο κείμενο, αλλά στην ταινία απεικονίζεται πανέμορφη, ξανθιά, με γαλανά μάτια και με επαρκή σωματική ωριμότητα.* ***Δεύτερον,****. στον Disney η Σταχτοπούτα έχει πολλούς φίλους, κυρίως πουλιά, αλλά και ένα σκύλο, ένα άλογο και κότες.*

Τρίτον, *στην εκδοχή του Disney, η νεράιδα νονά (και όχι ο γέρος θείος) είναι αυτή που κουβαλά το στοιχείο της μαγείας, όταν οι ετεροθαλείς αδερφές της Σταχτοπούτας καταστρέφουν το καλό φόρεμα που της είχαν ράψει τα ζώα, οι φίλοι της. Και εδώ, όπως και στα προηγούμενα κείμενα του Disney, οι φίλοι της Σταχτοπούτας (και ο όμορφος Πρίγκιπας) σπεύδουν να τη βγάλουν από το αδιέξοδο. Η νεράιδα νονά μετατρέπει τα ζώα σε άλογα, αμαξάδες, υπηρέτες κλπ. και τη συνοδεύουν στο χορό.*

Τέταρτον, *τόσο στην εκδοχή του Disney όσο και σε αυτήν του παραμυθιού ο βασιλιάς (ή πρίγκιπας) αποφασίζει να βρει τη γυναίκα, στην οποία ανήκει το παπούτσι. Ωστόσο, στον Disney η Σταχτοπούτα και ο Πρίγκιπας γνωρίζονται και ερωτεύονται για*

πρώτη φορά στο χορό. Στο κλασικό παραμύθι ο βασιλιάς φτάνει με τους φρουρούς του σ' ένα υπόστεγο και εκεί τοποθετεί το γοβάκι που θα ταιριάξει στην κοπέλα με τα πιο μικρά πόδια. Στη μέση της νύχτας η Γιε-Σεν, ντυμένη με κουρέλια, τολμά να πάρει το γοβάκι. Της επιτρέπεται να φύγει με αυτό, όμως ο βασιλιάς και οι άντρες του την ακολουθούν στο σπίτι. Εκεί, όταν φορά και τα δυο γοβάκια στα πόδια της, μεταμορφώνεται ξανά σε πριγκίπισσα. *Η εκδοχή του Disney είναι εξαιρετικά παρόμοια με την πρωτότυπη, με εξαίρεση τη βοήθεια των φίλων-ζώων της Σταχτοπούτας. Αυτά φέρνουν το κλειδί στη Σταχτοπούτα, για να μπορέσει να ξεκλειδώσει την πόρτα του δωματίου της στη σοφίτα (που την είχε κλειδώσει η μητριά της), ώστε να δοκιμάσει το παπούτσι που φέρνει ο Μεγάλος Δούκας σε κάθε σπίτι του βασιλείου. Το κείμενο του Disney μας δείχνει ότι ένα γυάλινο γοβάκι σπάει από τη φασαρία που γίνεται με τη μητριά και τις ετεροθαλείς αδερφές. Όμως, η Σταχτοπούτα εμφανίζει το ταίρι του, της εφαρμόζει στο πόδι της και έτσι μεταμορφώνεται και αναγνωρίζεται ως πριγκίπισσα.*

Τέλος, η Γιε-Σεν παντρεύεται το βασιλιά που τη μεταφέρει στο παλάτι του. Όμως αυτός απαγορεύει την είσοδο στο παλάτι στη μητριά και την ετεροθαλή αδερφή, που συμπεριφέρθηκαν τόσο άσπλαχνα στην αγαπημένη του. Αυτές παραμένουν στη σπηλιά που έχουν για σπίτι, όπου και λέγεται ότι «συνθλίβονται και πεθαίνουν από μια βροχή με ιπτάμενες πέτρες». Δε γίνεται καμία απολύτως αναφορά στην εκδοχή του Disney για το πεπρωμένο της μητριάς και των ετεροθαλών αδερφών. Υποθέτουμε ωστόσο ότι συνεχίζουν να ζουν στο σπίτι τους χωρίς αρνητικές συνέπειες. Ο Disney μας δείχνει ότι Σταχτοπούτα και Πρίγκιπας παντρεύονται και «ζουν αυτοί καλά κι εμείς καλύτερα».

7.1.1.1.4 Η Ποκαχόντας

Η Ποκαχόντας, αποτελεί το μοναδικό κείμενο του Disney που βασίζεται σε πραγματικά ιστορικά γεγονότα.

Κειμενικές αντιπαραβολές και συγκρίσεις:

Πριν προχωρήσουμε στη σύγκριση, με τη βοήθεια των μαθητών επιχειρήσαμε μια σύντομη ιστορική αναδρομή στη ζωή της Ποκαχόντας. Αυτή η αναδρομή μας βοήθησε να επισημάνουμε συγκεκριμένες κειμενικές παραλλαγές.

1607 - Τον Απρίλιο, τρία πλοία με καπετάνιο τον Christopher Newport φτάνουν στο Chesapeake. Το Δεκέμβριο ο Τζον Σμιθ αιχμαλωτίζεται από τους Opechancanough που τον φέρνουν στον αρχηγό Πογουατάν.

1608 - Σε ηλικία 11 ετών, η Ποκαχόντας αρχίζει να αναπληρώνει τον πατέρα της, Πογουατάν, ως εκπρόσωπός του. Το Μάιο η Ποκαχόντας διαπραγματεύεται την απελευθέρωση των Ινδιάνων, που είχε αιχμαλωτίσει ο Τζον Σμιθ.

1609 - Τον Ιανουάριο ο Τζον Σμιθ επιστρέφει στο Werowocomoco, για να ανταλλάξει τους Ινδιάνους και η Ποκαχόντας τον προειδοποιεί ότι ο Πογουατάν σκοπεύει να τον σκοτώσει. Ο Πογουατάν μετακομίζει με την Ποκαχόντας και την υπόλοιπη οικογένειά του στα Orapaks. Τον Ιούλιο, ο Τζον Σμιθ επιστρέφει στην Αγγλία.

1610 - Στην Jamestown ενσκήπτει λιμός. Ο Πογουατάν κηρύσσει τον πόλεμο στην Jamestown. Στην Ποκαχόντας απαγορεύεται να επισκεφτεί τον καταυλισμό και τη στέλνουν να ζήσει με τους Ινδιάνους Potomac.

1611 - Ο Τζον Ρολφ, ανιψιός του Βασιλιά της Νορβηγίας, φτάνει στην Jamestown.

1613 - Η Ποκαχόντας συλλαμβάνεται όμηρος από τον Καπετάνιο Σάμιουελ Αργκάλ και αναγκάζεται να επιστρέψει στην Jamestown.

1614 - Τον Απρίλιο, η Ποκαχόντας παντρεύεται τον Τζον Ρολφ.

1615 - Γεννιέται ο γιος της Ποκαχόντας και του Τζον Ρολφ, ο Τόμας.

1616 - Η οικογένεια Ρολφ φεύγει για την Αγγλία. Κατά τη διάρκεια του χειμώνα, η Ποκαχόντας επισκέπτεται το Λονδίνο και γνωρίζεται με μέλη της βρετανικής βασιλικής οικογένειας.

1617 - Η Ποκαχόντας αρρωσταίνει (ορισμένοι ισχυρίζονται ότι έπασχε από ευλογιά) και μεταβαίνει στην εξοχή, στο Μπρέντφορντ της Αγγλίας, για να αναρρώσει. Ο Τζον Σμιθ επισκέπτεται εκεί την Ποκαχόντας. Στις 21 Μαρτίου και σε ηλικία 21 ετών, η Ποκαχόντας πεθαίνει και θάβεται στο νεκροταφείο του Αγίου Γεωργίου, στο Γκρέιβσεντ της Αγγλίας.

Το κείμενο του Disney ξεκινάει το 1607 με τη γνωριμία μας με το πλήρωμα του πλοίου (που θα αποτελέσει τους πρώτους άποικους της Jamestown). Η ιστορία κάνει αναφορά στο πλοίο που ξεκίνησε από την Αγγλία και έπειτα μας γνωρίζει αμέσως την Ποκαχόντας, μιλώντας για την αδυναμία που της είχε ο πατέρας της και την ειδική μεταχείριση που απολάμβανε όντας η κόρη του Αρχηγού. Ποκαχόντας σημαίνει «αυτή που παίζει πιο πολύ» στη γλώσσα της φυλής της. *Και στα δύο κείμενα, η Ποκαχόντας απεικονίζεται ως μοναχοπαίδι. Ο αρχηγός Πογουατάν και ο Τζον Σμιθ προσφωνούνται με τα αληθινά τους ονόματα και στα δύο κείμενα, όμως τα ονόματα του κυβερνήτη Ράτκλιφ και των αποίκων είναι προφανώς φανταστικά.*

Η πρώτη μεγάλη παραλλαγή στο κείμενο εμφανίζεται όταν, η ανθρώπινη γιαγιά της Ποκαχόντας, που γνωρίζει πολλές ιστορίες και μαγικά και λέγεται ότι δίδαξε την Ποκαχόντας με μεγάλη σοφία, εκδύεται από τον ανθρώπινο χαρακτήρα της. *Ο Disney απεικονίζει το σοφό χαρακτήρα ως «Γιαγιά Ιτιά», ένα δέντρο γεμάτο σοφία, που βρίσκεται στην όχθη του ποταμού, στην οποία πηγαίνει συχνά η Ποκαχόντας. Στον Disney, η μητέρα της Ποκαχόντας εκπροσωπείται από ένα μενταγιόν που της άφησε πίσω εκείνη, όταν πέθανε.* Η εκδοχή του D' Aulaire δεν κάνει κανένα σχόλιο σχετικά με τη μητέρα της.

Δεύτερον, *όπως γίνεται συνήθως στον Disney, έχουμε φίλους-ζώα. Η Ποκαχόντας έχει δυο φίλους: το Μίκο, το ρακούν, και το Φιλτ, το κολιμπρί. Ο Κυβερνήτης Ράτκλιφ έχει τον Πέρσι, το σκύλο του. Εδώ παρατηρούμε και αρκετά κωμικά στοιχεία στη σχέση δηλαδή ανάμεσα σε Μίκο και Πέρσι.* Παρότι στην κλασική εκδοχή δεν παρουσιάζονται φίλοι-ζώα αναφέρεται ότι η Ποκαχόντας λατρεύει τα πνεύματα που «ζουν στον ήλιο, στα δέντρα, στις πέτρες και ακόμη και τα ζώα».
Ακόμη αναφέρεται ότι οι Ινδιάνοι αντιμετώπιζαν τους λευκούς ως «επικίνδυνους μάγους», επειδή έκοβαν δέντρα, είχαν μαγικά ραβδιά που έριχναν φωτιά και σκότωναν. Χτυπούσαν και συμπεριφέρονταν σαν ιδιοκτήτες της γης. Όμως η Ποκαχόντας πίστευε ότι τα «χλωμά πρόσωπα» έμοιαζαν με την καλαμποκένια κούκλα της και ήταν σίγουρη ότι η μαγεία τους δεν ήταν κακιά, «αφού το καλαμπόκι είναι ο καλύτερος φίλος του Ινδιάνου». Μια μέρα, οι πολεμιστές των Ινδιάνων συνέλαβαν τον Άγγλο Καπετάνιο Τζον Σμιθ και αποφάσισαν να τον εκτελέσουν, όμως η Ποκαχόντας μπήκε ξαφνικά μπροστά. Κράτησε το κεφάλι του Σμιθ στα χέρια της, προσπαθώντας να τον σώσει από το θάνατο. Σύμφωνα με ένα έθιμο της φυλής «μια κόρη μπορεί να σώσει έναν αιχμάλωτο από το θάνατο, αν της αρέσει, και τότε αυτός γίνεται ιδιοκτησία της». Παρότι η Ποκαχόντας στην πραγματικότητα ήταν μόλις έντεκα χρονών, η φυλή τίμησε το δικαίωμά της να διεκδικήσει το Σμιθ. *Ο Disney δεν κάνει καμία τέτοια διακήρυξη στο κείμενό του. Και φυσικά, απεικονίζει την Ποκαχόντας πολύ μεγαλύτερη από έντεκα χρονών . Ο Σμιθ βρίσκεται στα τριάντα του.*

Τρίτον, ο καπετάνιος και η Ποκαχόντας γίνονται καλοί φίλοι. Ο Σμιθ λέγεται ότι της φτιάχνει κούκλες και παιχνίδια, της χαρίζει μπλε χάντρες (που εκείνη τις χρησιμοποιεί για να φτιάξει ένα μενταγιόν) και της μιλάει για την Αγγλία. Εκείνη τον αντιμετωπίζει σα «δεύτερο πατέρα» και το αναφέρει, όταν τον συναντά και πάλι στην Αγγλία, μετά το γάμο της με τον Τζον Ρολφ. *Το κείμενο του Disney αφήνει*

υπονοούμενα στον αναγνώστη να πιστέψει ότι οι δυο τους είναι ερωτευμένοι και ότι αυτός ίσως θα επιστρέψει κάποτε απ' την Αγγλία, για να την παντρευτεί.

Τέταρτον η Ποκαχόντας βοηθά να δοθεί τροφή στους λιμοκτονούντες αποίκους της Jamestown, φέρνοντάς τους καλαμπόκι το χειμώνα. Αργότερα, ο Σμιθ πηγαίνει με μια βάρκα από το ποτάμι στο χωριό, για να αγοράσει καλαμπόκι, κάτι που δεν εκτιμά ο Πογουατάν, καθώς θεωρεί ότι οι λευκοί θα έπρεπε να είχαν προγραμματίσει καλύτερα τις προμήθειές τους σε τρόφιμα για το χειμώνα. Ωστόσο, ο Σμιθ δίνει στον Πογουατάν ένα τεράστιο κρεβάτι κι ένα χρυσό στέμμα, δώρα από τον βασιλιά Ιάκωβο της Αγγλίας, που ευχαριστούν τον αρχηγό. Όταν όμως έρχεται η άνοιξη, ακόμη και οι προμήθειες των Ινδιάνων κοντεύουν να εξαντληθούν. Οι λευκοί άποικοι, εξαιτίας της πείνας τους, απειλούν να κλέψουν το καλαμπόκι του Πογουατάν. Αυτό προκαλεί την οργή του αρχηγού, που αποφασίζει να σκοτώσει το Σμιθ, αλλά για ακόμη μια φορά, η Ποκαχόντας παρεμβαίνει και τον σώζει, προειδοποιώντας τον για το σχέδιο του πατέρα της. Μετά απ' αυτό, δεν έχουμε άλλες ενδείξεις φιλίας μεταξύ των ερυθρόδερμων και των λευκών. Οι δύο ομάδες πολεμούν και κλέβουν η μία απ' την άλλη ό,τι μπορούν.

Ο Disney απεικονίζει τη μάχη ανάμεσα σε ερυθρόδερμους και λευκούς, που όμως δεν είναι μια μάχη για εξασφάλιση τροφίμων. Είναι μια σύγκρουση για τα πλούτη και την αγάπη (με τον πολεμιστή Ινδιάνο που θέλει να παντρευτεί την Ποκαχόντας). Ο Disney καθυστερεί τη διάσωση του Σμιθ από την Ποκαχόντας (που παρουσιάζεται μία φορά και όχι δύο, όπως συνέβη στην πραγματικότητα) μέχρι το τέλος της ιστορίας, απεικονίζοντας έτσι ένα αυξημένο ερωτικό ενδιαφέρον ανάμεσα στους δύο ήρωες. Δεν υπάρχει κίνητρο απληστίας στο κείμενο της κλασικής ιστορίας. Η προσοχή των αποίκων είναι εστιασμένη αποκλειστικά στην προσπάθεια να βρουν τρόφιμα, για να περάσουν το χειμώνα. *Ο Disney δημιουργεί περαιτέρω συγκρούσεις στο κείμενο, απεικονίζοντας τον κυβερνήτη Ράτκλιφ ως άπληστο, χρυσοθήρα και κακό. Τελικά, ακόμη και οι ίδιοι οι άντρες του στρέφονται εναντίον του.*

Πέμπτον, *η εκδοχή του Disney λαμβάνει τέλος, όταν η Ποκαχόντας, σώζει τη ζωή του Σμιθ και τον παρακολουθεί να φεύγει για την Αγγλία. Τότε ορκίζεται στο Σμιθ: «Ό,τι κι αν συμβεί, θα είμαι μαζί σου... για πάντα», ενώ στέκεται στον αγαπημένο της λόφο και ο άνεμος φυσάει γύρω της. Η ένδειξη του Disney ότι η Ποκαχόντας και ο Σμιθ έχουν κάποια ερωτική σχέση αποτελεί ίσως τη σημαντικότερη παραλλαγή της ιστορίας.*

Στο κείμενο (σύμφωνα με τη χρονολογική σειρά που ήδη αναφέραμε) συνεχίζεται παρουσιάζοντας το γάμο της Ποκαχόντας με τον Τζον Ρολφ, τη γέννηση του γιου της στην Αγγλία, τη συνάντηση με την αγγλική βασιλική οικογένεια και τέλος το θάνατό της στην ηλικία των είκοσι ένα ετών και ολοκληρώνεται το κείμενό του λέγοντας ότι η Ποκαχόντας δεν επιστρέφει ποτέ σπίτι. Όταν ο γιος της ενηλικιώνεται, έρχεται στη χώρα της μητέρας του, εκεί αποκτά μια μεγάλη οικογένεια, με απογόνους που ζουν ακόμα και σήμερα.

7.2 Ανάλυση νεότερων ταινιών του W. Disney

Στο παρόν κεφάλαιο εξετάσαμε *αν στις νεότερες φιλμικές δημιουργίες γίνεται επαναπροσδιορισμός της αρχικών στερεοτυπικών αντιλήψεων της Disney Production και αν οι αρχικοί στερεοτυπισμοί εναρμονίζονται με τις αλλαγές που παρατηρούνται στην παγκόσμια κοινότητα.*

Οι ταινίες του Disney:

Η Μικρή Γοργόνα
Η Πεντάμορφη και το Τέρας
Η Παναγία των Παρισίων

είναι τα κύρια κείμενα που χρησιμοποιήθηκαν στην ανάλυση περιεχομένου.

7.2.1 Η διαιώνιση της ντισνεϊκής κοσμοαντίληψης

Στις νεότερες ταινίες κινούμενων σχεδίων η Disney Production δείχνει να επαναπροσδιορίζει τις στερεοτυπικές αντιλήψεις και να προσαρμόζει τη φιλοσοφία της με βάση τις πολιτισμικές αλλαγές που παρατηρούνται στην παγκόσμια κοινότητα. Τελικά οι νεότερες φιλμικές δημιουργίες υποτάσσονται στους κλασικούς ντισνεϊκούςστερεοτυπισμούς .

7.2.1.1 Αναπαραστάσεις των ηρώων του ντισνεϊκού κόσμου:

Οι ταινίες *η Μικρή Γοργόνα* (1989), *η Πεντάμορφη και το Τέρας* (1991) και *η Παναγία των Παρισίων* (1996) ξεκινούν αντικατοπτρίζοντας τις πολιτισμικές αλλαγές του έλαβαν χώρα από τότε που ο Walt Disney παρουσίασε το μοντέλο του για ταινίες κινούμενων σχεδίων, *όπου η πατριαρχία ενσωματώνεται στα παραμύθια, εξαλείφοντας ή υποβαθμίζοντας την αυτοδυναμία των ηρωίδων και προβάλλοντας ταυτόχρονα την αντρική ισχύ.* Κάθε ταινία περιέχει *μια ηρωίδα που έχει σχεδιαστεί για να λειτουργεί όχι μόνο ψυχαγωγικά αλλά και ως όχημα για την ντισνεϊκή κοσμοαντίληψη.* Η Άριελ, η Μπελ και η Εσμεράλντα είναι ανεξάρτητες γυναίκες. Κι όμως αν εμβαθύνουμε στις συμπεριφορές, στους συμβολισμούς, στα κίνητρα και στους συμμάχους τους, ανακαλύπτουμε ότι *αυτοί οι χαρακτήρες συμμετέχουν σε αφηγήσεις που αρχικά φαίνεται να επαναπροσδιορίζουν τους παραδοσιακούς ρόλους*

ων γυναικών, στη συνέχεια όμως λειτουργούν ενισχύοντας το συντηρητισμό του παραδοσιακού μύθου της Disney.

Συνεχίζοντας την πρωτότυπη συνταγή του Disney και οι τρεις ηρωίδες είναι *λεπτές, όμορφες έφηβες* με μακριά μαλλιά. Η Άριελ για παράδειγμα, εμφανίζεται να ξεκουράζεται στην επιφάνεια του ωκεανού, με την όμορφη σιλουέτα της και την ουρά ψαριού να ακουμπά σ' ένα βράχο, το πηγούνι της να σηκώνεται προς τον ορίζοντα και τα πανέμορφα μαλλιά της να ανεμίζουν στο φύσημα του αέρα. Ο χαρακτήρας της Άριελ κωδικοποιείται ,ώστε να θυμίζει τις μυθικές παραδόσεις για τις γοργόνες, είναι μια εικόνα που αναδεικνύει τον κλασικισμό που προσομοιώνει ιστορικά ο Disney. Κι όμως, η Άριελ δεν είναι η καταδικασμένη, σιωπηλή πριγκίπισσα του παρελθόντος του χρησιμοποιούσε ο Disney. Έχοντας δεχτεί κριτική για συμπεριφορές « κοκέτας» και «γελοία εμφάνιση», η Άριελ περιγράφεται επίσης από τους κριτικούς ως «συντηρητική εικόνα» και «νέα εικόνα της γυναίκας σε ομιλούντα ρόλο» (Bell, σ.114, Sells , σ.σ170-171).

Η Άριελ αναπαριστά περισσότερα από τον αρχικό σχεδιασμό της ως εξαιρετικά προωθήσιμη ηρωίδα του Disney. Απεικονίζεται ως μια χαρούμενη, αποφασιστική πριγκίπισσα που θέλει να εξερευνήσει έναν κόσμο διαφορετικό απ' το δικό της και να μάθει πράγματα γι' αυτόν. Η Άριελ επιθυμεί περισσότερα απ' όσα έχει, περισσότερα από τη ζωή της κάτω από τη θάλασσα, όπως τραγουδάει:

Είμαι σίγουρη πως στη γη
Καταλαβαίνουν...
Σίγουρη πως δε μαλώνουν τις κόρες τους...
Όμορφες, νεαρές γυναίκες...
Που βαρέθηκαν να κολυμπάνε...
Είναι έτοιμες να σταθούν...
Και έτοιμες να μάθουν όσα ξέρουν οι άνθρωποι...
Να τους ρωτήσω ...
Και να πάρω τις απαντήσεις:
Τι είναι φλόγα και τι κάνει;
Τοια είναι η λέξη, καίει;
Πότε θα ρθει η σειρά μου;

Η *Μικρή Γοργόνα* φαίνεται να δομεί με επιτυχία, μέσω της Άριελ, μια προκλητική έννοια της θηλυκότητας που αψηφά τους παραδοσιακούς ρόλους των

ύλων. Ο χαρακτήρας της Άριελ επιδεικνύει εσκεμμένη αταξία, όταν αργότερα στην χινία η Άριελ συνεχίζει τις εξερευνήσεις της στην επιφάνεια και εισέρχεται στην παγορευμένη σπηλιά της θάλασσας που κατοικεί η μάγισσα, παραβιάζοντας τις ντολές του πατέρα της. Επιδεικνύει επίσης λεκτική επιθετικότητα, όταν ντιμετωπίζει τον πατέρα της και συγκρούεται μαζί του. Τόσο η αταξία όσο και η εκτική επιθετικότητα θεωρούνται γενικά αντικοινωνικές συμπεριφορές, που υλάσσονται σχεδόν αποκλειστικά για τους αντρικούς χαρακτήρες του Disney ή τους νταγωνιστές της ταινίας Όμως, αντί να κάνουν την Άριελ να εμφανίζεται ερισσότερο αρρενωπή, τα χαρακτηριστικά αυτά κωδικοποιούν μια αρχική εντύπωση τι η Άριελ είναι αποφασισμένη και ανεξάρτητη.

Η αποφασιστικότητα και η ανεξαρτησία έρχονται στο αποκορύφωμά τους, ταν αντιπαρατίθεται η πορεία αιτίου / αιτιατού της ιστορίας του Disney. Σε όλα τα ροηγούμενα παραμύθια με τη μορφή κινούμενων σχεδίων που παρήγαγε η εταιρεία, ήρωας ερωτευόταν πρώτος την ηρωίδα και τη διεκδικούσε. Η *Μικρή Γοργόνα* είναι ια μοναδική ταινία, με την έννοια ότι αποτελεί την πρώτη ταινία κινούμενων χεδίων του Disney στην οποία η ηρωίδα ερωτεύεται και συμπεριφέρεται σύμφωνα ε τα συναισθήματά της. Η Άριελ δεν ερωτεύεται απλά τον Πρίγκιπα Έρικ πριν καν υτός την αντικρίσει, αλλά του σώζει τη ζωή και αναζητά τρόπους για να συνταχθεί αζί του.

Η Μπελ, από την ταινία *Η Πεντάμορφη και το Τέρας*, είναι επίσης μια νεξάρτητη γυναίκα που διψά για περιπέτεια. Όπως η Άριελ ανακάλυψε κάποια ράγματα που επιθυμούσε ερευνώντας για ανθρώπινα αντικείμενα στα ναυάγια λοίων, η Μπελ ανακαλύπτει μέρος όσων επιθυμεί μέσα στα παραμύθια που ιαβάζει. Όπως ακριβώς η Άριελ απορρίπτει τη ζωή της κάτω απ' τη θάλασσα, η Μπελ απορρίπτει την επαρχιακή ζωή στο χωριό και τον Γκαστόν, που την πολιορκεί.

Η επιθυμία της Μπελ να αντισταθεί στην περιορισμένη ταυτότητα που ισθάνεται ότι της έχουν προσδώσει άλλοι, υλοποιείται με γοητεία, χιούμορ και ποφασιστικότητα, που καθιστά ευχάριστη την άποψή της. Ο χαρακτήρας της Μπελ αποτίζει τις σκηνές αυτές με μια νέα άποψη γυναικείας σιγουριάς, εμπνέοντας έναν λοκαίνουριο τύπο ασφαλούς, γνήσιας και θετικής γυναικείας συμπεριφοράς. Η Μπελ είναι ένας δυνατός χαρακτήρας που προφανώς αναζητεί τον εαυτό της, κόντρα την ελκυστικότητα των εξωτερικών ανταμοιβών που προσφέρει ένα «αρσενικό ύστημα» της παραδοσιακής τάξης.

Ο Γκαστόν εκπροσωπεί την παραδοσιακή τάξη πραγμάτων. Η εξαιρετικά ρενωπή στάση και η ματαιοδοξία του τον απεικονίζουν ως «την αποθέωση της ιρικατούρας και της υπερβολικής επίδειξης αρρενωπότητας», προκαλώντας την μπόνια μας για την Μπελ. Ως εκπρόσωπος της παραδοσιακής τάξης, ο Γκαστόν οετοιμάζει το ρόλο που αναμένεται από την Μπελ, στη σκηνή που της κάνει ρόταση γάμου. Δεικτική είναι η εικόνα: Ο Γκαστόν κάθεται στο τραπέζι και ηρίζει τις λασπωμένες μπότες του στο βιβλίο που διαβάζει εκείνη.

ΜΠΕΛ: *«Γκαστόν, τι ευχάριστη έκπληξη!»*

ΓΚΑΣΤΟΝ: *«Έτσι είμαι εγώ, είμαι πάντα όλο εκπλήξεις. Ξέρεις Μπελ, δεν υπάρχει κοπέλα στο χωριό που να μη ζηλεύει την τύχη σου. Σήμερα είναι η μέρα που τα όνειρα σου θα πραγματοποιηθούν».*

ΜΠΕΛ: *«Και τι ξέρεις εσύ για τα όνειρά μου, Γκαστόν;»*

ΓΚΑΣΤΟΝ: *«Τα πάντα. Α, φαντάσου αυτό. Ένα γραφικό σπιτάκι. Το πιο υπέροχο κυνήγι μου να σιγοψήνεται στη φωτιά. Η γυναικούλα μου να τρίβει τα ποδαράκια μου και τα κουτσούβελα τριγύρω να παίζουν με τα σκυλάκια. Θα' χουμε έξι-εφτά.*

ΜΠΕΛ: *«Σκυλάκια;»*

ΓΚΑΣΤΟΝ: *«Όχι, κούκλα μου. Παίδαρους, σαν κι εμένα!»*

ΜΠΕΛ: *«Για φαντάσου!»*

ΓΚΑΣΤΟΝ: *«Την ξέρεις αυτή τη γυναικούλα; Εσύ είσαι Μπελ!»*

ΜΠΕΛ: *«Γκαστόν, έχασα τη λαλιά μου. Δεν ξέρω τι να πω!»*

ΓΚΑΣΤΟΝ: *«Να μου πεις το ναι».*

Σε αυτό το διάλογο, ο Γκαστόν περιγράφει με λεπτομέρειες το ρόλο που αμένεται να διαδραματίσει η Μπελ. Η Μπελ δεν είναι ανθρώπινο ον γι' αυτόν, λά κάποια που οφείλει να διαδραματίσει ένα συγκεκριμένο ρόλο. Ένα ρόλο που δε νάδει με τις ρομαντικές περιπέτειες που επιθυμεί να βιώσει η Μπελ. Έτσι εκείνη ορρίπτει την ιδέα των έξι-εφτά παιδιών, θέση που προκαλεί σοκ αν αναλογιστεί νείς την οικογενειοκρατική αντίληψη του Disney για τον κόσμο. Εδώ ο Disney τέρχεται σε νέες αναζητήσεις, αλλά τις παρουσιάζει με τρόπο που η ανεξαρτησία ς Μπελ φαίνεται ευχάριστη, ακόμα και θαυμαστή. Η Μπελ αντιστέκεται στην ραδοσιακή τάξη απορρίπτοντας τον Γκαστόν και τα μονοσήμαντα σχέδιά του. Ο ιλογος τονίζει ξανά την αποφασιστικότητα της κοπέλας να αντισταθεί.

Η επιτυχία της ανεξαρτησίας της Μπελ αποτελεί επακόλουθο της ηματογραφικής παρουσίασης του σύγχρονου χαρακτήρα της. Η κινηματογραφική ρουσίαση της Μπελ την τοποθετεί στο ρόλο της ηρωίδας. Η δράση την ακολουθεί, μουσική εναρμονίζεται με το βήμα της και οι άλλοι χαρακτήρες τραγουδούν γι' τήν. Αναγνωρίζεται κατευθείαν ως η ηρωίδα της ταινίας και κερδίζει την κεντρική οσοχή του κοινού.

Ως κυρίαρχος χαρακτήρας πρέπει να κωδικοποιηθεί σύμφωνα με τη σύγχρονη ερήσια διάταξη και τις προσδοκίες του κοινού. Αυτή η ημερήσια διάταξη οέρχεται από τις αλλαγές που βιώνει το κοινό στη δική του ζωή, λόγω της λαγμένης επαγγελματικής κατάστασης μητέρων και συζύγων στον αναδομημένο όπο ζωής της οικογένειας. Η σύγχρονη ημερήσια διάταξη του κοινού τικατοπτρίζει επίσης προσδοκίες που έχουν εμποτιστεί από τα εκατοντάδες μνύματα των μέσων μαζικής ενημέρωσης, στα οποία βρίσκεται εκτεθειμένο. ομημένος με επιρροές της κινηματογραφικής τάσης για ταινίες δράσης / περιπέτειας ν δεκαετιών του 1980 και 1990, ο χαρακτήρας της Μπελ έχει την εγκεφαλική ρηματικότητα των γυναικείων χαρακτήρων, που συναντάμε σε άλλες δημοφιλείς ινίες της εποχής, όπως είναι τα *Χελωνονιντζάκια* και οι τηλεοπτικές εκπομπές και ινίες των *Power Rangers*. Ωστόσο, ο χαρακτήρας της Μπελ είναι θεμελιώδης στην ινία και δεν επιτελεί επικουρικό ρόλο, όπως αυτός που εκχωρείται στους ναικείους χαρακτήρες των προαναφερθέντων προγραμμάτων.

Η Εσμεράλντα από την *Παναγία των Παρισίων* εμφανίζεται αρχικά στην ινία ως μια ανεξάρτητη ηρωίδα. Δεν είναι μόνο μελαμψή και αισθησιακή, αλλά αι γενναία και τολμηρή. Έχει καμπύλες, μεγάλα γαλαζοπράσινα μάτια και είναι υμένη με την αισθησιακή εκδοχή του Disney για τα ενδύματα των τσιγγάνων. Εσμεράλντα έχει μαζί της ένα μαχαίρι και το χρησιμοποιεί. Οπλισμένη μ' ένα ντήλι, παλεύει με το ξίφος ενός στρατιώτη, ακόμα η Εσμεράλντα φτύνει. Είναι η ώτη ηρωίδα της Disney που φλερτάρει απροκάλυπτα με τον ήρωα, προσεύχεται για ήθεια και παλεύει με τον κακό της ταινίας.

Η Εσμεράλντα δεν εντάσσεται εύκολα σε οποιαδήποτε κατηγορία του Disney ην αρχή της ταινίας. Δεν έχει την «κακία» που συνοδεύει γενικά τους γυναικείους ρακτήρες της Disney με «σχηματισμένες και ώριμες καμπύλες» (Bell, "Somatexts", 118). Και ενώ η μαγεία αποτελεί το όργανο της καταστροφικής δύναμης των κών γυναικών, στην περίπτωση της Εσμεράλντα, η μαγεία αποτελεί προφανώς τρικ ς παράστασης και χρησιμοποιείται μόνο για καλούς σκοπούς. Προσθέτοντας ακόμη

ρισσότερα νέα στοιχεία, η ανυπόδητη, φτωχή και μελαμψή Εσμεράλντα δεν έχει τη νέτσα και τα προνόμια που σχετίζονται με τις ηρωίδες του Disney, ούτε τα ιρακτηριστικά λευκού δέρματος, ανοικτών ματιών, αγγλοσαξονικών ιρακτηριστικών ευρωκεντρικής ομορφιάς. Σ' ένα βαθμό διαστρεβλώνει τις οπτικές ραμμές, που ο Disney είχε σχεδιάσει προηγούμενα ανάμεσα στις καλές και τις κακές ναίκες.

Στην αρχή της ταινίας, η Εσμεράλντα έχει τη δυνατότητα να αρθρώσει τα ειρά της και να προκαλέσει αλλαγές στη ζωή της, καθώς κυνηγά αυτά τα όνειρα .Ο ιρακτήρας της Εσμεράλντας δε φαίνεται να υπόκειται στην ψηλαφητή εταμόρφωση από ομιλητική, παιχνιδιάρα, ασεβή προέφηβη σε ήσυχη, αβέβαιη, στακτική έφηβη. Στο πρώτο μισό της ταινίας, δε φοβάται οποιοδήποτε τύπο μωρίας, επειδή είναι αυτή που είναι, ούτε φαίνεται να κάμπτει τα πάθη της για να οσαρμόζεται στις προσδοκίες του ρόλου της, όπως αυτός προβλέπεται από την ιτριαρχική κουλτούρα στην οποία ζει.

Αντίθετα, η Εσμεράλντα αντιμετωπίζει το δικαστή Φρόλο στο πανηγύρι των ελών και τον κατηγορεί για έλλειψη ευσπλαχνίας. Το πλήθος έχει δέσει τον ουασιμόδο και του πετάει σκουπίδια. Αηδιασμένη από το θέαμα η Εσμεράλντα τον ευθερώνει. Όταν ο δικαστής Φρόλο τη διατάζει να φύγει, εκείνη απαντά:

ΕΣΜΕΡΑΛΝΤΑ: *«Μάλιστα, εντιμότατε, αφού ελευθερώσω αυτό τον καημένο».*

ΔΙΚΑΣΤΗΣ ΦΡΟΛΟ: *«Μην τολμήσεις!»*

(Η Εσμεράλντα βγάζει ένα μαχαίρι από τη ζώνη της και κόβει μ' αυτό τα σχοινιά).

ΔΙΚΑΣΤΗΣ ΦΡΟΛΟ: *«Πώς τολμάς να με αγνοείς;»*

ΕΣΜΕΡΑΛΝΤΑ: *«Βασανίζετε το αγόρι και φέρεστε αλύπητα στο λαό μου. Μιλάτε για δικαιοσύνη, αλλά είστε πολύ σκληρός μ' αυτούς που σας έχουν ανάγκη.»*

ΔΙΚΑΣΤΗΣ ΦΡΟΛΟ: *«Πάψε!»*

ΕΣΜΕΡΑΛΝΤΑ: *«Όχι!»*

ΔΙΚΑΣΤΗΣ ΦΡΟΛΟ: *«Να θυμάσαι ότι θα πληρώσεις για την ασέβειά σου, τσιγγάνα. Λοχαγέ, πιάστε την!»*

Μετά απ' αυτό το διάλογο, η Εσμεράλντα διαφεύγει εύκολα τη σύλληψη, ιθώς παραπλανά τους φρουρούς που την καταδιώκουν μέσα στο πανηγύρι, προς

:έρψη των Παριζιάνων, που τώρα πλέον διάκεινται ευνοϊκά προς αυτήν. Η καταδίωξη :αταλήγει στην πτώση του δικαστή Φρόλο από την εξέδρα του και την Εσμεράλντα /α εξαφανίζεται μαγικά. Έχοντας δική του φωνή και δράση ο χαρακτήρας της Ξσμεράλντας κωδικοποιείται ως συνήγορος δικαιοσύνης, πρόθυμος να παλέψει γι' χυτήν.

Η Άριελ, η Μπελ και η Εσμεράλντα στην αρχή κάθε ταινίας εμφανίζονται ως :νεργητικές, έξυπνες νεαρές γυναίκες που ακολουθούν τα όνειρά τους. Ξξωτερικεύουν σημεία ύπαρξης του εαυτού τους, εκφράζοντας θυμό και αντίσταση. Ωστόσο η αντίστασή τους στο αντρικό σύστημα δεν είναι διαρκής. Η αυτόνομη ρωνή, με την οποία ξεκινά στην ταινία η Άριελ, παραδίδεται γρήγορα στην χναζήτηση της πραγματικής αγάπης. Η Άριελ αποφασισμένη να ξαναδεί τον Πρίγκιπα Έρικ, ζητά βοήθεια από την κακιά μάγισσα της θάλασσας, την Ούρσουλα. Συνάπτει μια συμφωνία με την Ούρσουλα, υπογράφοντας ότι προσφέρει την όμορφη ρωνή της, σε αντάλλαγμα για ανθρώπινα πόδια. Η επιθυμία της Άριελ για περιπέτεια ξατμίζεται και τη διαδέχεται η επιθυμία για τον Πρίγκιπα Έρικ. Πριν ανακαλύψει την πραγματική αγάπη, η Άριελ μπορούσε να κολυμπήσει γρηγορότερα από έναν καρχαρία και να σώσει το φίλο της ταυτόχρονα. Τότε άρθρωνε τα όνειρα και τις επιθυμίες της τραγουδώντας για την περιπέτεια και την αίσθηση ότι δεν την :ατανοούν. Όμως για χάρη του ρομαντικού έρωτα, παραχωρεί εύκολα τη φωνή της σε κάποια άλλη.

Η αποφασιστικότητα της Μπελ να αντισταθεί εξανεμίζεται κι αυτή στη συνέχεια του έργου. Η Μπελ πληροφορείται ότι ο πατέρας της έχει συλληφθεί κι ανταλλάσσει την ελευθερία του με τη δική της. Αργότερα στην ταινία, αυτός που την αιχμαλώτισε, το Τέρας, πληγώνεται άσχημα καθώς την κυνηγάει στο δάσος. Αφήνοντας ανεκμετάλλευτη την ευκαιρία να δραπετεύσει, η Μπελ επιστρέφει στο κάστρο με το Τέρας, σώζοντας τον πατέρα της και στερούμενη τη δική της ελευθερία. Αυτό αποδεικνύεται ένα καθοριστικό σημείο στην εξέλιξη της ταινίας. Η θυσία αυτή ξυψώνει την Μπελ στα μάτια του Τέρατος. Εκείνη έχει δώσει δείγματα του χαρακτήρα της: είναι αγνή, ικανή ακόμη και για αυτοθυσία αρκεί να συνδράμει τους αλλους.

Η ανιδιοτελής συμπεριφορά της Μπελ της επεφύλασσε διάφορα οφέλη. Το Τέρας πραγματικά μεταμορφώνεται. Στην αρχή εμφανιζόταν καλυμμένο στη σκιά, με δόντια και μάτια να αστραφτερά. Υιοθετώντας μια σκοτεινή και απειλητική στάση ο Τέρας έπεφτε στα τέσσερα και κινείτο αργά, όταν θύμωνε. Αυτό το τρομακτικό

Τέρας που αιχμαλώτισε την Μπελ, ηρεμεί, όταν έρχεται αντιμέτωπο με τις ανιδιοτελείς ενέργειες της κοπέλας. Η φωνή του δεν είναι πια τρανταχτή ούτε μιλά πόκωφα και απειλητικά. Η υπερβολική απεικόνισή του γίνεται ηπιότερη. Φροντίζει τον εαυτό του και υποκλίνεται μπροστά στην Μπελ. Της ζητά ευγενικά να χορέψουν, της χαρίζει τη μεγάλη του βιβλιοθήκη και την ελευθερώνει από τη συμφωνία που είχαν συνάψει. Το Τέρας μεταμορφώνεται στον Πρίγκιπα για τον οποίο διάβαζε η Μπελ στα βιβλία της.

Οι αλλαγές που εμφανίζονται στο κάστρο τονίζουν εντονότερα τη μεταμόρφωση του Τέρατος. Σε μια εξαιρετική χρήση της σκηνοθεσίας, τα ίδια δωμάτια, που στην αρχή ήταν τρομακτικά, σκοτεινά και απαγορευμένα, αλλάζουν. Η γιγαντιαία, εγκαταλειμμένη σάλα σκοτείνιαζε από τις σκιές. Τώρα όμως οι κουρτίνες της ανοίγουν και η αίθουσα γεμίζει άπλετο φως. Οι σκοτεινοί και παγωμένοι κήποι του κάστρου γεμίζουν με φως και πουλιά. Οι πολυέλαιοι με τα χιλιάδες κεριά φωτίζουν την αίθουσα χορού το βράδυ. Τα μαγεμένα αντικείμενα του σπιτιού δεν τρέμουν πια από το φόβο τους, όταν αντικρίζουν τον αφέντη τους.

Και ο ίδιος ο Γκαστόν όμως μεταμορφώνεται, υπογραμμίζοντας με την αντίθεση τη μεταμόρφωση του Τέρατος. Θυμωμένος με την απόρριψη της Μπελ, ετοιμάζει ένα σχέδιο για να την αναγκάσει να τον παντρευτεί, χρησιμοποιώντας ως δόλωμα τον πατέρα της. Ο Γκαστόν αναδεικνύεται ως η εξωτερική κοινωνική εκδοχή των ελαττωμάτων του Τέρατος... προσπαθώντας να ικανοποιήσει μόνο το δικό του συμφέρον και συνοψίζοντας το χαρακτηριστικό του εγωισμού. Ο Γκαστόν εμφανίζει τα παραδοσιακά αρρενωπά στοιχεία που το Τέρας απέρριψε. Παραμένει με την ψευδή και περιοριστική αντικειμενοποίηση της υπερ αρρενωπότητάς του από την οποία το Τέρας κατάφερε να ξεφύγει. Η μεταμόρφωση του Γκαστόν λειτουργεί τονίζοντας τις αλλαγές του Τέρατος.

Η *Πεντάμορφη και το Τέρας* εστιάζει κυρίως στις αλλαγές των αντρικών χαρακτήρων, όμως οι αλλαγές στην ηρωίδα της ταινίας εμφανίζονται χωρίς καμία κινηματογραφική αφήγηση ή έμφαση στην εξέλιξη της ιστορίας. Η μεταμόρφωση του Τέρατος συνοδεύεται από ένα πανέμορφα χρωματισμένο ξύπνημα του κάστρου του και αντιπαραβάλλεται με την αυξητικά σκοτεινή και μοχθηρή μεταμόρφωση του Γκαστόν. Η Μπελ περνά αθόρυβα στο ρόλο του παροχέα φροντίδας, χωρίς καθόλου συμπανοκρουσίες. Όταν ήταν απογοητευμένη από την επαρχιακή ζωή, η Μπελ φαγουδούσε για την εξερεύνηση του μεγάλου κόσμου εκεί έξω. Κι όμως, ερχόμενη στο κάστρο, δε φαίνεται να ενοχλείται που θα περάσει τις μέρες της έγκλειστη στους

οίχους του. Η απόρριψη του ρόλου της συζύγου φαίνεται να έχει και αυτή ετριαστεί, αφού αναλώνει τον περισσότερο χρόνο της προσέχοντας και βοηθώντας ο Τέρας να ανακαλύψει και να κατανοήσει τις συναισθηματικές του ανάγκες. Η γάπη της Μπελ για το διάβασμα ήταν κάποτε ένας τρόπος, για να βρεθεί πιο κοντά τις περιπέτειες που ήλπιζε να ζήσει. Όταν το Τέρας της χαρίζει τη βιβλιοθήκη του, η Μπελ φαίνεται ευτυχισμένη και έτοιμη να ζήσει στο κάστρο, φροντίζοντας το Τέρας αι βιώνοντας φαντασιακά τα όνειρά της για περιπέτεια μέσα από τις σελίδες των ιβλίων της. Η φυσικότητα με την οποία η ταινία ενσωματώνει τις αλλαγές αυτές την ηρωίδα της, αποτελεί *επιβεβαίωση της αναπαράστασης του ρομαντισμού, του άμου και της οικογένειας ως πυρήνα της γυναικείας λειτουργίας στην ευρύτερη δεολογία που προωθεί ο Disney.*

Η ταινία κάνει την υπόθεση ότι η Μπελ ακολουθεί το ρόλο του παροχέα ροντίδας, χωρίς να εστιάζει τις αλλαγές στις οποίες υποβάλλεται η ηρωίδα. Η ικογένεια πρέπει να είναι το τελικό προϊόν (της ταινίας), προκειμένου η ιστορία να ειτουργεί ως φαντασίωση του Disney: *η οικογένεια δημιουργήθηκε, η αυτοκρατορία ώθηκε και ο ρόλος των φύλων επανεδραιώθηκε.* Η αρχική επιθυμία της Μπελ για εριπέτεια και ανεξαρτησία έρχεται σε αντίθεση με τα κορίτσια του χωριού και τις υναίκες που φλερτάρουν. Η Μπελ είναι υπερβολικά συνειδητοποιημένη, για να ντυπωσιαστεί από την καλή εμφάνιση του Γκαστόν ή να γίνει μια βαρετή ικοδέσποινα του χωριού. Δε γελά, όταν το Τέρας περνά δίπλα της, όπως κάνουν τα ορίτσια του χωριού για τον Γκαστόν. Δεν κάθεται μπροστά στον καθρέφτη λπίζοντας να είναι ελκυστικότερη, όπως συνηθίζουν οι γυναίκες του χωριού. ντίθετα η Μπελ αντικαθιστά ανιδιοτελώς τα όνειρά της με μια παραδοσιακά υναικεία αφοσίωση. Όλες αυτές οι συμπεριφορές κωδικοποιούνται στην αραδοσιακή κατανόηση της θηλυκότητας. Η Άριελ, η Μπελ και η Εσμεράλντα δήλωσαν αρχικά απόρριψη αυτών των «κοινωνικά ορθών συμπεριφορών», φράζοντας την επιθυμία τους για περιπέτεια, ενάντια στην αποδοκιμασία της ικογένειας και της κοινότητάς τους. Με τη συνέχεια όμως των ταινιών και τις τιταγές του ρομαντικού έρωτα και όσων βρίσκονταν γύρω τους, οι ηρωίδες τιστρέφουν στον παραδοσιακό ρόλο του πρότυπου κομιστή του παραδοσιακού υναικείου ηθικού κώδικα . Μετατρέπονται στο αρχέτυπο τέλειο κορίτσι. *Νεαρές, οργικές και πρόθυμες, οι ηρωίδες της Disney αναγεννώνται μέσω της ερωτικής εκδίκησης. Ανακαλύπτουν την εκπλήρωση υπηρετώντας τους άλλους.*

Η επιλογή της Άριελ να υπογράψει μια συμφωνία έχει επίσης αντίκτυπο στον ρίγκιπα Έρικ που καταλήγει τελικά να μαγεύεται από ένα ξόρκι και να παντρεύεται ην αποκρουστική μάγισσα, το βασιλιά Τρίτωνα να φυλακίζεται ανίσχυρος στον τόγειο κήπο της Ούρσουλας και τις θάλασσες να περνούν στον κακό και δεσποτικό εγχο της Ούρσουλας. Η επιλογή της Μπελ να απορρίψει τον Γκαστόν,έχει ως τακόλουθο τη φυλάκισή του σ' ένα άσυλο, το κάστρο του Τέρατος να δέχεται την τίθεση των χωρικών και το Τέρας να τραυματίζεται θανάσιμα από τον Γκαστόν.

επιλογή της Εσμεράλντας να απορρίψει το δικαστή Φρόλο, τον ωθεί να διατάξει τη ραγή των τσιγγάνων, να εξαπολύσει μια επίθεση στην Παναγία των Παρισίων και ι καταδικάσει τους Κουασιμόδο και Φοίβο σε θάνατο.

Όλοι πληρώνουν *ένα υψηλό και βαρύ τίμημα, όταν οι συγκεκριμένες ηρωίδες ου Disney επιλέγουν την ανεξαρτησία τους*. Ευτυχώς για τις ηρωίδες, οι άντρες φίλοι- υάκια λειτουργούν ως << *απομηχανής θεοί*>>. Οι θαλάσσιοι φίλοι της Άριελ ακόπτουν το γάμο, διαλύουν το ξόρκι κι έτσι ο Πρίγκιπας Έρικ είναι σε θέση να κοτώσει τη μάγισσα, να απελευθερώσει το βασιλιά Τρίτωνα και να σώσει την ριελ. Οι φίλοι της Μπελ νικούν τους εξαγριωμένους χωρικούς, ώστε το Τέρας να τορέσει να παλέψει με τον Γκαστόν, να τον αναγκάσει να πέσει και να σκοτωθεί και τσι να σωθεί η Μπελ και ο πατέρας της. Οι τσιγγάνοι φίλοι της Εσμεράλντας νικούν ους στρατιώτες, ώστε ο Φοίβος και ο Κουασιμόδος να καταφέρουν να παλέψουν με ο δικαστή Φρόλο, προκαλώντας την πτώση και το θάνατό του. Αυτές οι γενναίες και ικανταστικές πράξεις των ηρώων της ταινίας και των αντρών φίλων, διορθώνουν τα ικώς κείμενα που προκάλεσαν οι ηρωίδες. Έτσι μένει η *πεποίθηση ότι, όταν οι ναίκες σιωπούν και θυσιάζουν την περιέργειά τους, κερδίζουν την αγάπη ενός άντρα αι επιστρέφουν στα πλαίσια του κυρίαρχου κοινωνικού συστήματος*.

2.1.2 Αναπαραστάσεις της οικογένειας στον ντισνεϊκό κόσμο

Οι αναπαραστάσεις της οικογένειας στις ταινίες *η Μικρή Γοργόνα, η εντάμορφη και το Τέρας* και *η Παναγία των Παρισίων* είναι προσεκτικά εδιασμένες, ώστε να ψυχαγωγούν αλλά και να *αποτελούν πρότυπα που διαιωνίζουν ς συντηρητικές ιδεολογίες του Disney*. Εξετάζοντας τους ρόλους που εκχωρούνται α μέλη της οικογένειας και πώς αυτοί οι ρόλοι εκπληρώνονται, βλέπουμε πώς η ισνεϊκή ιδεολογία κάνει χρήση της αμερικάνικης οικογένειας, για να ινωνικοποιήσει το κοινό *στα κυρίαρχα στοιχεία της πατριαρχικής, καπιταλιστικής εολογίας*. Ο Disney τοποθετεί την οικογενειακή ομάδα και την υπακοή του ατόμου

ο ρόλο που του εκχωρείται σ' αυτήν, ως πηγή μέσω της οποίας αντλείται όλο το ηημα. Τα άτομα βρίσκουν την εκπλήρωση μόνο στην αναζήτηση της οικογένειας ή αν αποτελούν μέλη αυτής.

Η οικογένεια διατηρεί ισχυρή την παρουσία της σε ολόκληρη τη *Μικρή* ργόνα. Ο πατέρας της Άριελ, ο βασιλιάς Τρίτων, είναι η κυρίαρχη δύναμη, μφωνα με το σχεδιασμό του. Με σωματικές διαστάσεις αθλητή της άρσης βαρών, κριά λευκά μαλλιά και οπλισμένος με μια μαγική τρίαινα, είναι *η χολιγουντιανή δοχή του μυθικού Έλληνα θεού* που απεικονίζει. Όντας πατέρας και αρχηγός των λασσών, ο βασιλιάς Τρίτων είναι η ενσάρκωση της πατριαρχικής κατάστασης. Οι ινόνες και οι τιμωρίες του αποτελούν εξωτερικές εκδηλώσεις των συνήθως γκαλυμμένων πρακτικών εκκοινωνισμού που χρησιμοποιούνται για την επιβολή ρίαρχων στοιχείων και τη ρύθμιση της συμπεριφοράς των κατώτερων. *Ο ρατσισμός αι ο σωβινισμός του μεταδίδουν τις ιδεολογίες με τις οποίες διοικούνται οι άνθρωποι ς θάλασσας.* Όταν η Άριελ αψηφά το βασιλιά Τρίτωνα, αψηφά και την κουλτούρα ου.

ι αδερφές της Άριελ ενισχύουν τον αντιανθρώπινο και πειθήνιο τρόπο ζωής που ταιτούν ο ρατσισμός και ο σωβινισμός του βασιλιά Τρίτωνα από την Άριελ και που τελευταία απορρίπτει. Η ταινία αρχίζει με τις αδερφές να τραγουδούν μια εισαγωγή ιν την εμφάνιση. Μία προς μία, αναδύονται μέσα από στρείδια και τραγουδούν α την Άριελ. Τα πρόσωπά τους είναι γεμάτα έκπληξη και δυσπιστία, γιατί το στρείδι ς Άριελ είναι άδειο. Αργότερα στην ταινία, οι αδερφές εμφανίζονται να ιμαρώνουν μπροστά στους καθρέφτες, καθώς συζητούν για την αγάπη και για το ιος μπορεί να είναι αυτός με τον οποίο είναι ερωτευμένη η Άριελ. Οι αδερφές της ριελ προσφέρουν εμφανώς την υποστήριξή τους, είναι πρόθυμες και συμμετέχουν : ενθουσιασμό στο ανδροκεντρικό σύστημα από το οποίο προσπαθεί να ταγκιστρωθεί η Άριελ.

Η Άριελ δεν έχει μητέρα. Η διαγραφή της μητρικής φιγούρας σ' αυτή την ινία της Disney, επιτρέπει την αποφυγή διαπραγμάτευσης διαφορετικών οσδοκιών του κοινού και συμβολών στο σενάριο από το περιορισμένο μητρικό ερεότυπό της. Η ταινία παραμένει λοιπόν εστιασμένη στην αντρική αφήγηση. Μια λή ή κακή μητρική φιγούρα, ή μια φιγούρα που επιβεβαιώνει, ακόμη και μία που ναι «περισσότερο στερεοτυπικά σχεδιασμένη απ' οποιοδήποτε άλλο χαρακτήρα» ην ταινία θα απέτρεπε τις «ομοιογενείς προσδοκίες» που τίθενται στο χαρακτήρα ς Άριελ.

Η τυπική μητέρα είναι απούσα, γενναιόδωρα καλή, έντονα κακή ή σιωπηλή, ένας καθρέπτης που επιβεβαιώνει την ταυτότητα του παιδιού χωρίς τη δική της επιρροή της δικής της. Μ' αυτό τον τρόπο, οι μητέρες είναι συχνά είτε υπερβολικά συναισθηματικές είτε περιφρονούνται. Και στις δύο περιπτώσεις, η ταυτότητα και το έργο τους διαγράφονται, εξουδετερώνονται και υποτιμούνται ταυτόχρονα.

Μια καθαρά μητρική παρουσία ή μια εκρηκτική σχέση μητέρας-κόρης θα ποσπούσε την προσοχή από την προδιαγεγραμμένη πορεία της Άριελ προς τον ρωτα και το γάμο. Οι φιλοδοξίες της μητρικής ταυτότητας ή οι πολλαπλές υγκρούσεις είναι ανάρμοστες με το ρόλο της Άριελ ως αντικείμενο ρομαντικού νδιαφέροντος. Η εισαγωγή μιας πιο σύγχρονης απεικόνισης είτε της εικόνας της ητέρας είτε της σχέσης μητέρας / κόρης, θα παρουσίαζε σημεία πιθανής ποβάθμισης της πατριαρχικής τάξης και θα έθετε σε αμφισβήτηση την ιεραρχία των πιθυμιών της Άριελ.

Η ταυτότητα της Άριελ έγκειται αποκλειστικά στην υλοποίηση της πραγματικής γάπης.

Ο Disney επιλύει το δίλημμα παρουσίασης ενός χαρακτήρα χωρίς μητέρα, κχωρώντας στους φίλους που περιβάλλουν την Άριελ συγκεκριμένα μητρικά αρακτηριστικά. Για παράδειγμα, ο Φούσκας ανησυχεί συνέχεια για την ασφάλειά ης. Είναι δίπλα στην Άριελ αμέσως, μόλις αυτή τον χρειαστεί. Ακόμη και όταν η ριελ αποκτά πόδια και ζει στο κάστρο του Πρίγκιπα Έρικ, ο Φούσκας κολυμπά ίπλα στην ακτή, πρόθυμος να της προσφέρει τη βοήθειά του.

Ο Σεμπάστιαν, το καβούρι και συνοδός της, είναι ο σύνδεσμος ανάμεσα στην ριελ και τον πατέρα της. Είναι αυτός που ενημερώνει το βασιλιά για τις αταξίες της όρης του. Φοβάται ακόμη περισσότερο, όταν αποκρύπτει τις δραστηριότητές της πό τον Τρίτωνα, σε μια προσπάθεια να τη βοηθήσει. Ο Σεμπάστιαν καθοδηγεί τα λάσματα της θάλασσας, προσπαθώντας να πείσουν την Άριελ ότι « όλα είναι αλύτερα, εδώ κάτω που είναι υγρά, κάτω απ' τη θάλασσα!». Όμως, μένει εκεί για να ποστηρίξει την Άριελ.

Ο Σκατλ, ο γλάρος, λειτουργεί επίσης λιγότερο ως φίλος και περισσότερο ως αροχέας φροντίδας. Μεγαλύτερος από την Άριελ και με τον τρόπο του σοφότερος, νδιαφέρεται πολύ για τις περιπέτειες και τους ανθρώπινους θησαυρούς της Άριελ. η βοηθά να φτιάξει ένα φόρεμα, όταν εμφανίζεται στην ακτή γυμνή, και συντονίζει ς δυνάμεις επιδιώκοντας να διακόψει το γάμο του Πρίγκιπα Έρικ.

Επειδή οι παραπάνω χαρακτήρες είναι αρσενικοί, η σύνδεση μεταξύ αυτών
ι *των μητρικών εργασιών αποτελεί έναν τρόπο να βρίσκεται η ηρωίδα της ταινίας*
ο επίκεντρο της δράσης, ενώ διαγράφεται κάθε ίχνος σχετικής ταύτισης με τη μητέρα.
' άλλα λόγια, διαχωρίζοντας τις ευθύνες που σχετίζονται με τη μητρότητα, όπως
ναι το ενδιαφέρον, η προστατευτικότητα, η σοφία και η στοργή, σε αρκετούς
ητρικούς δευτερεύοντες ρόλους επιβεβαιώνεται η ταυτότητα του παιδιού χωρίς
ιπλοκή της μητέρας. Η Άριελ, άφωνη και χωρίς θηλυκούς φίλους, σφυρηλατεί τη
χετική της ταυτότητα μέσω του πατέρα της, των αντρών φίλων της από τη θάλασσα
ι του Πρίγκιπα Έρικ. Αυτοί που έχουν να κερδίσουν περισσότερα από την υπακοή
ις Άριελ στο κυρίαρχο πατριαρχικό σύστημα, οι ανδρικοί χαρακτήρες την
οινωνικοποιούν. Ο Φούσκας, ο Σεμπάστιαν και ο Σκατλ προσπαθούν να
εταπείσουν την Άριελ όσον αφορά την επιθυμία της για περιπέτεια και να τη
οηθήσουν να κερδίσει την αγάπη του Πρίγκιπα Έρικ και να γίνει η γυναίκα του.

Η Μπελ, όπως και η Άριελ, παρουσιάζεται στην *Πεντάμορφη και το Τέρας*
ορίς μητέρα. Ο πατέρας της, ο Μορίς, συμπεριφέρεται σαν παιδί και είναι
ρηρημένος. Έτσι η Μπελ δε βιώνει ούτε τη μητριαρχία ούτε την πατριαρχία, έως
:ου εισέλθει στο κάστρο του Τέρατος, όπου την πλαισιώνουν γρήγορα βοηθητικοί
ιρακτήρες με συμπεριφορές και προσωπικότητες που υπονοούν και συμβάλλουν σε
α οικογενειακή δομή. Οι υπηρέτες του κάστρου αποτελούν εξαιρετικά
ιραδείγματα *της τάσης του Disney να δημιουργεί βοηθητικούς χαρακτήρες με*
ογκεκριμένο στόχο. Τα μαγεμένα έπιπλα είναι σχεδιασμένα καλλιτεχνικά και
ομπεριφορικά, ώστε να εκπροσωπούν μέλη ή τμήματα μελών της παραδοσιακής
ιερικανικής οικογένειας κατά την ντισνεϊκή αντίληψη. Οι χαρακτήρες αυτοί είναι η
Μαντάμ Τσαγερώ, η Ντουλάπα, ο Μεσιέ Φου-Φου, ο Τικι-Τάκας, το Θρυψαλάκι κι
κόμη ένας σκύλος.

Τόσο η Μαντάμ Τσαγερώ όσο και η Ντουλάπα είναι σχεδιασμένες με
ναικεία εμφάνιση. Η Μαντάμ Τσαγερώ είναι μια τσαγιέρα με πλαδαρό
πλοσάγονο που θυμίζει μητρική αγκαλιά, και πιστεύει ότι ένα ζεστό φλιτζάνι τσάι
ινει όλους να αισθάνονται καλύτερα. Η φωνή της είναι γεμάτη μητρική σοφία,
αν τραγουδάει το τραγούδι της ταινίας:

Πάλι ακόμα μια φορά,
πάλι μια έκπληξη,
πάλι όπως πριν,

πάλι, σίγουρα,
σίγουρα σαν τον ήλιο
που ανατέλλει στην Ανατολή
ιστορία παλιά όσο και ο χρόνος
τραγούδι πολύ παλιό.
Η Πεντάμορφη και το Τέρας.

Η ζεστασιά του ενδιαφέροντός της και η χρήση του οικείου όρου «αγαπητή μου», όταν απευθύνεται στην Μπελ, προσφέρει στη Μαντάμ Τσαγερώ ένα μητρικό τύπο δράσης. Και η Ντουλάπα εκπληρώνει μια ακόμη όψη της μητρικής εικόνας. Είναι επίσης σχεδιασμένη με γυναικεία εμφάνιση και έχει τη φωνή μεγαλύτερης γυναίκας. Η Ντουλάπα παρέχει στην Μπελ συμβουλές αναφορικά με το πώς να χειριστεί το Τέρας και τη βοηθάει, όπως θα έκανε και μια μητέρα. *Ενώ λοιπόν η Μπελ δεν είχε μητέρα, ξαφνικά αποκτά φίλους που εκπληρώνουν το ρόλο της μητέρας.*

Αυτές οι μητρικές φιγούρες ικανοποιούν την απαίτηση του Disney για μητέρες γενναιόδωρα καλές και επιβεβαιώνουν την ταυτότητά του. Η Μαντάμ Τσαγερώ και η Ντουλάπα είναι στρογγυλά, χαρούμενα και εξυπηρετικά αντικείμενα του λειτουργούν σε συγκεκριμένα συμβατικά όρια. Συνδράμουν την Μπελ και ενδιαφέρονται γι' αυτήν στο μέτρο των δυνατοτήτων τους, χωρίς όμως να προσφέρουν πραγματικές λύσεις ή ουσιαστική βοήθεια. Η μεταβίβαση της Μπελ στο ρόλο της κόρης είναι εύκολη. Η Ντουλάπα παρηγορεί την Μπελ ισχυριζόμενη ότι το Τέρας δεν είναι πραγματικά τόσο κακό. Αργότερα στην ταινία, η Μαντάμ Τσαγερώ προσφέρει τις ίδιες συμβουλές συνοδεύοντάς τες μ' ένα ζεστό φλιτζάνι τσάι. *Όταν δε φροντίζουν την Μπελ, οι μητέρες είναι απασχολημένες με τις δουλειές τους.* Η Μαντάμ Τσαγερώ επιβλέπει το καθάρισμα της κουζίνας και η Ντουλάπα διαλέγει κάτι ξεχωριστό για να φορέσει η Μπελ. Οι μητέρες είναι πάντα πιστές στο ρόλο τους. *Επιβεβαιώνουν παραδοσιακά ντισνεϊκά στερεότυπα για τις μητέρες με ένα μόνο σκοπό, να αφοσιώνονται με φυσικότητα και ανιδιοτέλεια στη φροντίδα των άλλων.*

Η Μπελ είχε πατέρα στην αρχή του έργου, όμως ο Μορίς θύμιζε περισσότερο παιδί που χρειαζόταν ιδιαίτερη φροντίδα. Στους τοίχους του κάστρου η Μπελ δεν είναι πλέον μια ανεξάρτητη νεαρή γυναίκα που φροντίζει τον πατέρα της. Αντίθετα η Μπελ αποκτά δυο νέους φίλους που αναλαμβάνουν το ρόλο της πατρικής φροντίδας για την ίδια. Ο Μεσιέ Φου-Φου, το μαγεμένο κηροπήγιο, εκφράζει το ενδιαφέρον του για την κατάσταση του Μορίς και της Μπελ, όταν αυτοί φτάνουν στο

άστρο. Τους προσφέρει μια θέση δίπλα στη φωτιά, τους σκεπάζει και ετοιμάζει ένα ξαιρετικό δείπνο για την Μπελ. Καθοδηγεί ταυτόχρονα με γενναιοδωρία και τα πόλοιπα μέλη του προσωπικού του κάστρου. Ο Τικι-Τάκας είναι ένα μαγεμένο ολόι, που μαλώνει διαρκώς με το Μεσιέ Φου-Φου. Ο Μεσιέ Φου-Φου είναι Γάλλος, μως ο Τικι-Τάκας είναι Βρετανός και ακολουθεί πιστά τους κανονισμούς.

Το Τέρας είναι η αδιαφιλονίκητη πατριαρχική εικόνα, όμως τόσο ο Μεσιέ ου-Φου όσο και ο Τικι-Τάκας φαίνεται να διαθέτουν την *πραγματική* δύναμη. Ο Μεσιέ Φου-Φου ψιθυρίζει συμβουλές στο Τέρας για το πώς θα κερδίσει την αγάπη ης Μπελ και οργανώνει ένα ρομαντικό δείπνο για το ζευγάρι. Ο Τικι-Τάκας είναι ιδικός στη σωστή οργάνωση του νοικοκυριού. Και οι δύο εκπροσωπούν την πιθυμητή πατρική φιγούρα του Disney. Σχεδιασμένοι με τον ίδιο απλοϊκό τρόπο πως και οι μητρικές φιγούρες, οι πατρικές φιγούρες του Disney θέτουν ροτεραιότητες . Αυτοί οι ευδιάθετοι χαρακτήρες έρχονται σε αντιπαράθεση με την υρέθιστη προσωπικότητα του Τέρατος. Το Τέρας φαίνεται να κυριαρχεί, αλλά οι δυο ατέρες είναι αυτοί που έχουν τελικά τον έλεγχο.

Η Μπελ λειτουργεί με βάση την εκδοχή του Disney για την αμερικανική αραδοσιακή οικογένεια. Η Μαντάμ Τσαγερώ και η Ντουλάπα εκπληρώνουν το ρόλο ης μητέρας, ο Μεσιέ Φου-Φου και ο Τικι-Τάκας λειτουργούν συμπληρωματικά στο όλο της πατρικής φιγούρας. Η οικογένεια ολοκληρώνεται με το Θρυψαλάκι, το λυκό και ενοχλητικό μικρό αδερφάκι, που έχει τη μορφή μαγεμένου φλιτζανιού, το αγεμένο μαξιλαράκι που είναι ο σκύλος του. Η νέα αυτή «οικογένεια» της Μπελ ερδίζει αμέσως το αμέριστο ενδιαφέρον της. Τα μέλη της εκπληρώνουν την κύρια ειτουργία της παραδοσιακής αμερικανικής οικογένειας, παρέχοντας συναισθηματική λληλοϋποστήριξη. Αξίζει να σημειώσουμε σε αυτό το σημείο ότι ο Disney επιλέγει α παρουσιάσει τους βοηθητικούς χαρακτήρες ως μαγεμένους υπηρέτες και όχι ως αγεμένους αυλικούς ή, όπως γίνεται στην πρωτότυπη ιστορία της Jeanne-Marie Le rince de Beaumont, με τη μορφή αόρατης νεράιδας . Με αυτό τον τρόπο δίνεται ιφαση στις προσδοκίες παροχής στοργής και φροντίδας από τα μέλη της ικογένειας, κατά την εκδοχή του Disney.

Η ντισνεϊκή άποψη για την οικογένεια που ήταν προφανής στη *Μικρή οργόνα* και στην *Πεντάμορφη και το Τέρας*, αντικαθίσταται στην *Παναγία των αρισίων* με την άποψη για την κοινότητα. Παρότι στο πρωτότυπο έργο και οι τρεις ύριοι χαρακτήρες έχουν οικογένειες, ο Disney τις απομακρύνει, για να τονίσει την ;αιρετική σημασία που αποδίδει στην κοινότητα.

Η κοινότητα, όπως και η οικογένεια, έχουν εξαιρετική σημασία για το μύθο ου Disney, αποτελεί και αυτή αναπόσπαστο τμήμα της ευρύτερης δομής στον κύκλο ης οποίας υλοποιείται η ιδεολογία του. Η κοινότητα στον Disney, είναι ένας :ροσεκτικά κατασκευασμένος χώρος, όπου υπάρχουν άφθονα συναισθήματα πιστροφής στο σπίτι. Όπως ακριβώς και η *Μικρή Γοργόνα* και η *Πεντάμορφη και το Τέρας* έτσι και η *Παναγία των Παρισίων* διαδραματίζεται στο απλουστευμένο και ξιδανικευμένο ευρωπαϊκό χωριό / πόλη του παρελθόντος. Η εκδοχή του Disney για ο Παρίσι του 16ου αιώνα και τους κατοίκους του μοιάζει πολύ με την απεικόνιση της Ζοπεγχάγης του 18ου αιώνα στη *Μικρή Γοργόνα* και την αντίστοιχη του επαρχιακού Γαλλικού χωριού του 17ου αιώνα στην *Πεντάμορφη και το Τέρας*. Αυτή η δομημένη :οινωνία αποτελεί αναδρομή σε βιωματικές επιρροές του παρελθόντος (τα χρόνια :ου έζησε στο Παρίσι), είναι σχεδιασμένη για να προκαλεί νοσταλγία. Πρόκειται ια ένα *καλά συσκευασμένο όνειρο, στο οποίο περιέχονται προσεκτικά καθορισμένες :ροτεραιότητες, αξίες, αναθέσεις ρόλων και εξαιρέσεις, όπου επικρατούν οι παλαιών :ρχών αξίες*. Η ιστορία, η πολιτική και η κουλτούρα μένουν σταθερές, ενώ το κοινό :πολαμβάνει τις εικόνες που προσφέρονται μέσω νοσταλγικών, αλλά και ιυθολογικών προεκτάσεων

Με δεδομένη την υποστήριξη της υπόθεσης ενός νοσταλγικού παρελθόντος, α αρνητικά στοιχεία της κοινωνικής πραγματικότητας εκείνης της εποχής, *η πόρριψη της πόλης για τα άτομα με ειδικές ανάγκες και ο ρατσισμός, της αρουσιάζονται ως κάτι το ασήμαντο.*

) Disney τα αποσιωπά και τα διαλύει, κατά τη διάρκεια της διαδικασίας σχεδιασμού ης ιστορίας. Στη συγκεκριμένη περίπτωση έχουμε το μεσαιωνικό Παρίσι που μας κανοποιεί μέσω των ντισνεϊκών εικόνων, εξασφαλίζει τη νοσταλγική μας διάθεση αι παραβλέπει μια σειρά προβλημάτων εκείνης της εποχής..

Το αρχέτυπο ευρωπαϊκό χωριό / πόλη του παρελθόντος κατά τον Disney, ποτελεί σαφώς προσωπική του δημιουργία, που λειτουργεί ως πλαίσιο πάνω στο ποίο η εταιρεία Disney, είναι ελεύθερη να δημιουργήσει μια ιστορία και την ντύπωση ότι μπορούμε, εάν προσπαθήσουμε θα επανακτήσουμε ένα τέτοιο εριβάλλον. Μας προσφέρει την αίσθηση μιας κοινωνικής ομάδας και ενός οινωνικού σκοπού που επανασυνδέει τους ανθρώπους μεταξύ τους καθώς και μια ίσθηση αυτού του παρελθόντος. *Οι χαρακτήρες του Disney, άσχετα από το βαθμό νεξαρτησίας τους, δεν μπορούν να απαρνηθούν την ανάγκη τους να αποτελούν μέρος υτής της μνήμης και της ευρύτερης ιδεολογίας που αυτή επιβάλλει.*

Η *Παναγία των Παρισίων* είναι η λιγότερο εμπορικά επιτυχημένη ταινία από τις τρεις που αναλύσαμε στην παρούσα διατριβή. Ένας πιθανός λόγος γι' αυτό, ενδέχεται να είναι η αντικατάσταση της οικογένειας της Εσμεράλντας με την παρουσία της κοινότητας στη θέση της. Τα άλλα κύρια στοιχεία του μοντέλου Disney εντοπίζονται κι εδώ, συμπεριλαμβάνοντας την ύπαρξη μιας ηρωίδας, καλών-κακών χαρακτήρων, περιπέτειας, επιλεκτικής μουσικής, εξαιρετικά γραφικά, μαγικούς φίλους και έναν ήρωα. *Η εστίαση της ταινίας στην ευρύτερη κοινότητα, όπως απεικονίζεται στις σκηνές του πλήθους, ήταν μια απόκλιση από τη νόρμα και ενδέχεται να μείωσε την αποδοχή της ταινίας από το κοινό.*

Ενώ η ταινία αρχίζει, ***ο Disney περνά έμμεσα τις ρατσιστικές του αντιλήψεις ενώ η Εσμεράλντα εμφανίζεται ως περιθωριακή που απορρίπτεται από την παριζιάνικη κοινότητα, επειδή είναι τσιγγάνα***. Σε μια από τις εναρκτήριες σκηνές *το κοινό πληροφορείται ότι οι τσιγγάνοι χρειάζεται να δωροδοκήσουν, για να μπουν στην πόλη του Παρισιού*, και ότι διατρέχουν θανάσιμο κίνδυνο, αν τους ανακαλύψουν οι στρατιώτες. Στην πόλη είναι πραγματικά ασφαλείς μόνο στο κρησφύγετό τους, την Αυλή των Θαυμάτων. Σε μια άλλη σκηνή, μια μητέρα λέει στο παιδί της *ότι οι τσιγγάνοι θα το «κατακλέψουν» και το απομακρύνει από μια παράσταση τους στο δρόμο*. Αργότερα, ο δικαστής Φρόλο προειδοποιεί ότι οι τσιγγάνοι *«αφυπνίζουν τα κατώτερα ένστικτα των ανθρώπων»*. Οι τσιγγάνοι λοιπόν - και ειδικά η Εσμεράλντα - είναι ανεπιθύμητοι στην κοινότητα του Παρισιού.

Καθώς η ταινία συνεχίζεται, η Εσμεράλντα εκφράζει δημόσια τη συμπόνια της, αντιμετωπίζοντας το δικαστή Φρόλο στο πανηγύρι για τον τρόπο που αυτός συμπεριφέρθηκε στον Κουασιμόδο. Η παριζιάνικη κοινότητα ανταμείβει την ανιδιοτελή συμπεριφορά της Εσμεράλντας, βοηθώντας την να διαφύγει τη σύλληψη και εμποδίζοντας τους φρουρούς να τη συλλάβουν. Στις τελευταίες σκηνές της ταινίας, οι Παριζιάνοι πολεμούν τους στρατιώτες που προσπαθούν να εισβάλουν στον καθεδρικό ναό. Επιδεικνύοντας τη συμμόρφωσή της στο γυναικείο ρόλο, η Εσμεράλντα κερδίζει έτσι την έγκριση και την προστασία της κοινότητας. Αυτό εμφανίζεται εναργέστερα στις τελευταίες σκηνές της ταινίας, όπου η Εσμεράλντα έχει χάσει τις αισθήσεις της και είναι αβοήθητη. Τότε εξαρτάται από τον Κουασιμόδο και το Φοίβο να σώσουν τη ζωή της από το δικαστή Φρόλο και τους στρατιώτες του.

Η ταινία ολοκληρώνεται καθώς η Εσμεράλντα, έχοντας αλλάξει τα τσιγγάνικα ρούχα της με ένα απλό λευκό φόρεμα, που ταιριάζει καλύτερα με την απλή ένδυση των χωρικών, φιλά με πάθος το Φοίβο στα σκαλιά της Παναγίας των Παρισιών, ενώ

οι Παριζιάνοι παρακολουθούν επιδοκιμαστικά. Η αγάπη της Εσμεράλντας για το Φοίβο και η νέα σοβαροφανής της εμφάνιση δείχνουν ότι δεν απέρριπτε ουσιαστικά ποτέ την κοινότητα και την πατριαρχική της δομή. Απέρριπτε απλά τον αποκρουστικό δικαστή Φρόλο. Καθώς αγκαλιάζει το Φοίβο, αγκαλιάζει μαζί την κοινότητα και τις απαιτήσεις της να απορρίψει την ανεξαρτησία της και να αποτελέσει το ήμισυ ενός αγαπημένου, «παντρεμένου» ζευγαριού. Η Εσμεράλντα γίνεται μέλος της κυρίαρχης κοινότητας, έτσι εντάσσεται στο σύστημα. *Η ατομικότητά της, η σεξουαλικότητα και η αυτονομία της ξεχνιούνται εύκολα με αντάλλαγμα την αγάπη και τη συμμετοχή της στην άνεση και την ασφάλεια της κοινότητας. Όντας μέλος μιας υπαρκτής ή μελλοντικής οικογένειας*, η Εσμεράλντα που κάποτε ήταν περιθωριακή, τώρα γίνεται θερμά αποδεκτή από την κοινότητα.

Στο παρελθόν που κατασκευάζει ο Disney, η μοναδικότητα της Εσμεράλντας, όπως ακριβώς η επιθυμία της Άριελ για περιπέτεια και η αγάπη της Μπελ για τη λογοτεχνία, λειτουργούν ως καταλύτες για την πραγματική αγάπη και τον επακόλουθο σχηματισμό οικογένειας. Διατηρεί αποτελεσματικά την κοινωνική τάξη αντί να την διαταράσσει.. Ακόμη και οι ανεξάρτητες ηρωίδες όπως η Εσμεράλντα, επανέρχονται στους ντισνεϊκούς στερεοτυπισμούς, έτσι η εμφανής απόρριψη του κατεστημένου δεν είναι παρά μια προσωρινή παρανόηση. Ο Disney μας καθιστά σαφές ότι η Εσμεράλντα δεν απορρίπτει ουσιαστικά την κοινότητα ή το ρόλο των γυναικών, αλλά το λάθος άντρα. Όπως ακριβώς η Άριελ και η Μπελ διασκεδάζουν με την προσοχή και την υποστήριξη της οικογένειας, η Εσμεράλντα βρίσκει ασφαλές καταφύγιο στην αποδοχή της κοινότητας και την αγάπη του Φοίβου, στα σκαλιά της Παναγίας των Παρισίων. Η Εσμεράλντα δε θα μπορούσε να παραμείνει για πολύ εκτός της ετεροκαθορισμένης κοινωνικής τάξης. Πρέπει να λησμονήσει την αρχική της αυτάρκεια και την επιθυμία να ζει απαλλαγμένη από τους παραδοσιακούς περιορισμούς, για να επιτελέσει τον πραγματικό της στόχο για ρομαντικό έρωτα, οικογένεια και συμμετοχή στην κοινότητα.

Η επίτευξη αυτών των στόχων κατατάσσει σταθερά την Εσμεράλντα στο ντισνεϊκό σύστημα της πατριαρχίας, μέσα στο οποίο σηματοδοτείται η ύπαρξή της και βρίσκει την αυτοπραγμάτωσή της.

7.3 Συμπεράσματα για τις στερεοτυπικές αντιλήψεις του ντισνεϊκού κόσμου.

- Τα παιδιά πλοηγούνται στον ντισνεϊκό κόσμο μέσω στερεοτυπικών απεικονίσεων όπου:

  - Ο άνδρας εμφανίζεται κυρίαρχος των πάντων και φυσικός αρχηγός. Κάθε ενέργειά του νομιμοποιείται στον ντισνεϊκό κόσμο.

  - Η γυναίκα έχει ένα σαφή προδιαγεγραμμένο και οριοθετημένο ρόλο:
    Δέχεται παθητικά τα όσα συμβαίνουν γύρω της.
    Δύναμή της είναι κυρίως η γοητεία της, αρέσκεται επίσης στον καλλωπισμό του εαυτού της και στη φλυαρία.
    Δεν εργάζεται εκτός σπιτιού και γενικότερα η εργασία πολλές φορές ταυτίζεται με την έννοια της δουλειάς.
    Οι αισθηματικές σχέσεις αποτελούν το επίκεντρο της δράσης και τις περισσότερες φορές ο στόχος είναι να κερδίσει την αγάπη κάποιου άντρα ή να σώσει κάποιο συγγενικό της πρόσωπο.

  - Οι άντρες εμφανίζονται σε πρωταγωνιστικούς ρόλους συχνότερα απ' ότι οι γυναίκες.

  - Ο Disney πλοηγεί τα παιδιά στον κόσμο του ακολουθώντας την πατριαρχική συνταγή, σύμφωνα με την οποία οι άντρες πρέπει να αγωνίζονται για όλα.

  - Οι γυναίκες δεν πρέπει να έχουν δύναμη, εκτός αν υιοθετούν την πατριαρχία ως ηθική αρχή του «ζήσαν αυτοί καλά κι εμείς καλύτερα». Η μοναδική επιλογή που έχουν οι γυναίκες της Disney είναι να ερωτευτούν, παραμένοντας πιστές σ' αυτή τη συνταγή.

- Απουσιάζει ο δυναμικός οικογενειακός ιστός. Ειδικότερα αυτή η έλλειψη συνοχής είναι εμφανής στις ταινίες μικρού μήκους (αναφορές μας στη βιβλιογραφική μας έρευνα), όπου δε συναντούμε γονείς, μητέρα ,οικογένεια. Ο οικογενειακός ιστός στις ταινίες μικρού μήκους αντικαθίσταται από ένα κόσμο μεγαλοθείων, ανιψιών και εξαδέρφων.

- Στις ταινίες μεγάλου μήκους υπάρχει ο πατέρας, αλλά η μητέρα απουσιάζει παντελώς, τις περισσότερες φορές μάλιστα είναι νεκρή .

- Η αναπαράσταση του παιδιού στον ντισνεϊκό κόσμο έχει την απεικόνιση του αγνού, του άσχετου με τα όσα συμβαίνουν γύρω του.

- Οι αρσενικοί χαρακτήρες εκδηλώνουν συχνά βίαιη συμπεριφορά (αν είναι νεαροί, για να κερδίσουν μια όμορφη κοπέλα, ενώ αν είναι μεγαλύτεροι, για να αποκτήσουν πλούτη και εξουσία)

- Ο Disney δημιουργεί ζώα- συντρόφους που υποφέρουν τις εκδηλώσεις της βίας και της κακοποίησης και αφαιρούν από τους ανθρώπινους χαρακτήρες τις συνέπειες των ειδεχθών πράξεων.

- Οι λαοί του τρίτου κόσμου στις ταινίες μικρού μήκους αλλά και οι μειονότητες (Ινδιάνοι, τσιγγάνοι ...) παρουσιάζονται ως κακοί και περιθωριοποημένοι.

- Οι πόλεις και οι εποχές στην ντισνεϊκή μυθοπλασία δεν είναι πραγματικές. Διαπιστώσαμε το συνδυασμό διαφορετικών τοποθεσιών και χρονικών υπερβάσεων με τελικό αποτέλεσμα τη δημιουργία συνθηκών, που ποτέ δεν υπήρξαν.

Οι βιντεοταινίες του Disney που αναλύθηκαν αναφορικά με το περιεχόμενο ν στερεοτυπικών μηνυμάτων τους επιβεβαιώνουν το συντηρητισμό που προωθεί ο alt Disney .

✓ **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΟΟ**

Η ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΟ ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

1 Η συλλογή στοιχείων

Προκειμένου να κατανοήσουμε το φαινόμενο των Πόκεμον σε βάθος και ιαίτερα στην καθημερινή ζωή των παιδιών ξεκινήσαμε την έρευνά μας ιρατηρώντας τα παιδιά που εμπλέκονταν σε δραστηριότητες σχετικές με τα όκεμον σε φυσικό περιβάλλον. Οι παρατηρήσεις αυτές έγιναν στο διάστημα: πρίλιος 2000- Απρίλιος 2002 και τα κύρια πεδία της παρατήρησής μας ήταν : *χολεία* (σχολικές αίθουσες, αύλιος χώρος), *πάρκα, χώροι που διεξάγονταν ωταθλήματα Πόκεμον* (εμπορικά καταστήματα και ξενοδοχεία). Επίσης ιρατηρήσεις έγιναν κατά τη διάρκεια διαφημιστικών διοργανώσεων Πόκεμον σε νηματογραφικές αίθουσες, κατά τη διάρκεια ταξιδιών και γενικότερα σε χώρους ου τα παιδιά ανέπτυσσαν δράση με τα Πόκεμον.

Πραγματοποιήσαμε επίσης ημι-δομημένες συνεντεύξεις με 48 παιδιά από στικές , ημιαστικές και αγροτικές περιοχές προκειμένου :

) *να διαπιστώσουμε τι σκέφτονται και τι αισθάνονται για τα Πόκεμον,*

) *να συλλέξουμε πληροφορίες για τις αλληλεπιδράσεις με τα Πόκεμον*

) *να επαληθεύσουμε ή να απορρίψουμε τις υποθέσεις της έρευνας.*

Τα παιδιά κυμαίνονταν στις ηλικίες 8-12 ετών και οι συνεντεύξεις είχαν τη ορφή «ημικατευθυνόμενων συζητήσεων». Στόχος αυτής της προσέγγισης ήταν η αχιστοποίηση των παρεμβάσεών μας προκειμένου να ενθαρρυνθούν τα παιδιά να λήσουν για τις δικές τους αναπαραστάσεις προς τα Πόκεμον. Χρησιμοποίησαμε ιαν οδηγό συνεντεύξεων με ανοικτές ερωτήσεις, για να υπενθυμίσουμε τα κύρια ματα και να διατηρήσουμε τις συνεντεύξεις σχετικές με το ερευνώμενο θέμα, όμως περισσότερες ξέφυγαν από τις ερωτήσεις του οδηγού και άγγιξαν θέματα που ιεταν τα ίδια τα παιδιά.

ι συνεντεύξεις που λάβαμε από 15 παιδιά (ηλικίας 8 έως 12 ετών) στο στάδιο της οέρευνας μας βοήθησαν να κατανοήσουμε το φαινόμενο των Πόκεμον καθώς ίσης και να ελέγξουμε τις αρχικές υποθέσεις. Οι συνεντεύξεις λήφθηκαν από τα ιδιά τόσο στο χώρο των σχολείων όσο και στον τόπο που λάμβανε χώρα η σχετική

ιε τα Πόκεμον δραστηριότητα. Σε αρκετές περιπτώσεις συλλέξαμε υποστηρικτικά ιτοιχεία από ενήλικες που συνδέονταν με το μικρόκοσμο των Πόκεμον, δηλαδή ονείς και κηδεμόνες που παρακολουθούσαν τις δραστηριότητες των παιδιών ή και ιπεύθυνους αγώνων Πόκεμον.

Οι περισσότερες συνεντεύξεις με τα παιδιά είχαν διάρκεια περίπου 45 λεπτών, ενώ ιτα πολύ μικρά παιδιά, διήρκεσαν περίπου 30 λεπτά. Όλες οι συνεντεύξεις ιαγνητοφωνήθηκαν και απομαγνητοφωνήθηκαν. Προτιμήσαμε να μην προσφέρουμε ιτα παιδιά κάρτες ή κάποια υλική ανταμοιβή για τη συμμετοχή τους στη διαδικασία, ιαθώς θεωρήσαμε ότι έτσι θα εκμεταλλευόμασταν την επιθυμία τους και θα ιροσελκύαμε παιδιά που ίσως να μην ενδιαφέρονταν πραγματικά να μοιραστούν τις ιμπειρίες τους από το μικρόκοσμο των Πόκεμον.

Ωστόσο για πολλά παιδιά αμοιβή ήταν η ίδια η αμέριστη προσοχή ενός ενήλικα και η υκαιρία να μιλήσουν για μια αγαπημένη τους ενασχόληση.

3.1.1 Επιλογή χώρων και συμμετεχόντων

Ξεκινήσαμε τη μελέτη με παρατήρηση, εντοπίζοντας χώρους όπου ιεξάγονταν δραστηριότητες Πόκεμον, χρησιμοποιώντας πληροφορίες μάρκετινγκ π.χ. διαφημίσεις για «αγώνες Πόκεμον και κινηματογράφους»). Αυτοί οι δημόσιοι ώροι έγιναν τα πρώτα πεδία έρευνας για τις παρατηρήσεις μας, αφού φιλοξενούσαν κδηλώσεις σχετικές με το θέμα. Στη συνέχεια εντοπίσαμε χώρους που ξυπηρετούσαν τα παιδιά αυτού του συνόλου, όπως δημοτικά σχολεία, πάρκα, ιροντιστήρια και καταστήματα παιχνιδιών. Αρχικά χρησιμοποιήσαμε τις προσωπικές ιας γνωριμίες, για να μας επιτραπεί η είσοδος στα σχολεία. Στη συνέχεια ξασφαλίσαμε τη σχετική άδεια από το Υπουργείο Παιδείας.

Ιαρευρισκόμενοι σε αυτές τις εκδηλώσεις, συζητώντας με τα παιδιά, αλλά και ιαβάζοντας δημοσιεύματα του έντυπου και του ηλεκτρονικού τύπου για τα Ιόκεμον, καταφέραμε να κατανοήσουμε σε βάθος το μικρόκοσμο των Πόκεμον.

Οι περισσότερες από τις παρατηρήσεις και τις συνεντεύξεις ολοκληρώθηκαν τον ιπρίλιο του 2002, όταν αρχίσαμε να φτάνουμε στο θεωρητικό κορεσμό, που ρίζεται από τους Adler & Adler (1994, σ.48) *ως το σημείο στο οποίο τα γενικά αρακτηριστικά των νέων ευρημάτων επαναλαμβάνουν τα παλαιότερα.*

1.2 Ο ρόλος του ερευνητή στο πεδίο

Η έρευνα με παιδιά εμπεριέχει εξ ορισμού υψηλά επίπεδα επίδρασης του ιρατηρητή, *επειδή τα παιδιά δίνουν μεγαλύτερη προσοχή στους ενήλικες και λάζουν τη συμπεριφορά τους ανάλογα* (Fine & Sandstrom, 1988, σ.32). Επιπλέον, ταιτείται όχι μόνο η εμπιστοσύνη των παιδιών που συμμετέχουν αλλά και η γκατάθεση των γονέων και κηδεμόνων τους.

Στα Πρωταθλήματα Πόκεμον αλλά και σε άλλους χώρους, όπου είχαμε ιρατεταμένη έκθεση, υπήρχαν ήδη καθορισμένοι διακριτοί ρόλοι που μπορούσαν να αδραματίσουν οι ενήλικες . Μπορούσαμε κι εμείς να συμμετέχουμε ως ενήλικα ελη στο Πρωτάθλημα Πόκεμον (τα Πρωταθλήματα βέβαια είχαν μικρό αριθμό ηλικων μελών), αλλά για να το κάνουμε αυτό, θα έπρεπε να παίξουμε το παιχνίδι τις κάρτες ή να ανταλλάξουμε κάρτες με άλλα μέλη. Αποφασίσαμε να μην αλάβουμε αυτό τον ενεργό ρόλο, επειδή δε θέλαμε να προσθέσουμε το στοιχείο υ ανταγωνισμού στη συνεργασία μας με τα παιδιά, ακόμη δε θέλαμε να φανεί ότι χαμε προσωπικά κίνητρα, για να επικοινωνήσουμε μαζί τους. Αυτό ήταν ιδιαίτερα μαντικό προκειμένου να εξασφαλίσουμε την εμπιστοσύνη τους, γιατί συχνά ιρουσιάζονταν καχύποπτα και επιφυλακτικά προς τους ενήλικες που συμμετείχαν σ' τή τη διαδικασία.

συνεχής παρουσία ενηλίκων που δε συμμετείχαν στα Πρωταθλήματα, μας ήθησε να διατηρήσουμε ένα ρόλο ως περιφερειακά μέλη. Δηλαδή μπορούσαμε να ληλεπιδρούμε αρκετά στενά με τους συμμετέχοντες, ώστε να είμαστε γενικά οδεκτοί, χωρίς όμως να εμπλεκόμαστε σε δραστηριότητες που αποτελούσαν τον ρήνα της δράσης. (Adler & Adler, 1994, σ.72).

ι παιδιά σε αυτά τα πρωταθλήματα ήταν συνηθισμένα στην παρουσία ενηλίκων που νήθως επέβλεπαν τις δραστηριότητές τους. Παρότι συστηθήκαμε στα μέλη του ωταθλήματος ως ερευνητές των Πόκεμον, η παρουσία μας δε φάνηκε περίεργη α περισσότερα παιδιά, που είχαν συνηθίσει την παρατήρηση ενηλίκων. Μάλιστα, α παιδί μάς ρώτησε αν ήμασταν *«ακόμη ένας γονιός που έχει τρελαθεί με τα όκεμον»* (Ημερολόγιο έρευνας, 14/5/01).

ιθώς ο χρόνος μας στα πεδία έρευνας αυξανόταν, τα παιδιά συνήθισαν προφανώς ν παρουσία μας, ειδικά στο χώρο των σχολείων, πολλά μας χαιρετούσαν με το κρό μας όνομα και αρκετά, επειδή μας θεωρούσαν ειδικούς, συζητούσαν μαζί μας ματα των Πόκεμον. Ταυτόχρονα, γνώριζαν ότι δεν ήμαστε το ίδιο με τους γονείς

ιι τους δασκάλους αλλά ως ερευνητές κατανοούσαμε την περίπτωση των Πόκεμον.)χνά μας ρωτούσαν πώς πήγαινε η μελέτη και ένα παιδί μάλιστα μας ονόμασε: *Ο ερευνητής Νόουκ (από το όνομά μου Νίκος και το όνομα του καθηγητή των όκεμον Όουκ)».*

ιαφέραμε επίσης από τους γονείς τους, επειδή δεν παρεμβαίναμε στις)αστηριότητές τους. (Για την ακρίβεια δείχναμε μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τα όκεμον απ' ότι οι περισσότεροι γονείς).

πό συζητήσεις που είχαμε με τους γονείς που παρακολουθούσαν τακτικά τα ρωταθλήματα Πόκεμον, τους υπεύθυνους αγώνων αλλά και τους δασκάλους, ιβεβαιώσαμε ότι η παρουσία μας δεν ενοχλούσε τα παιδιά.

Πολλές παρατηρήσεις γι' αυτή τη μελέτη διεξήχθησαν με παρόμοιο τρόπο σε ρους, όπου συμμετείχαν παιδιά (π.χ. κινηματογράφοι, εμπορικά κέντρα, πάρκα). πειδή αυτοί οι τύποι παρατήρησης γίνονταν σε σημεία όπου δεκάδες και σε μερικές ριπτώσεις εκατοντάδες άλλοι άνθρωποι (παιδιά και ενήλικες) εμπλέκονταν σε)αστηριότητες ως συμμετέχοντες και παρατηρητές, προσπαθήσαμε να κάνουμε την ιρουσία μας σχετικά διακριτική και με ελάχιστη επίδραση στα τεκταινόμενα.

1.3 Η ανάλυση στοιχείων

Στη μελέτη αυτή γίνεται χρήση μιας εδραιωμένης θεωρητικής προσέγγισης, τως αυτή προτείνεται από τους Glaser & Strauss (1987) και Strauss & Corbin (1990,)98), *κατά την οποία η θεωρία προκύπτει και εξελίσσεται κατά τη διάρκεια της ιευνητικής διαδικασίας και βασίζεται σε στοιχεία που συλλέχθηκαν και αναλύθηκαν τρόπο συστηματικό. Κεντρικό ρόλο στην προσέγγιση αυτή διαδραματίζει η συνεχής ασύνδεση ανάμεσα στην ανάλυση, τη συλλογή των δεδομένων και τις θεωρητικές ιλογές του ερευνητή.* Στα πλαίσια της θεωρίας και της έρευνας, καταγράφαμε τα οιχεία και τα υποβάλλαμε σε ανοικτή κωδικοποίηση καθώς συλλέγονταν. Τα δομένα που προέκυψαν από αυτό το προκαταρκτικό στάδιο ανάλυσης στοιχείων ιτηύθυναν στη συνέχεια τη διαδικασία συλλογής (Erlandson, 1993, Lincoln & ıba, 1985, Lindlof, 1998). Συγκεκριμένα προσπαθήσαμε να εντοπίσουμε χώρους ι συμμετέχοντες που διέφεραν από τους προηγούμενους, για να διαπιστώσουμε αν στοιχεία που προέκυπταν επαληθεύονταν και σε διαφορετικές συνθήκες. Καθώς τα οιχεία συναθροίζονταν, αναλύαμε περαιτέρω τα νέα σε σχέση με τα παλαιότερα για εντοπίσουμε ιδιότητες και διαστάσεις που θα μας επέτρεπαν να δημιουργήσουμε

αθορισμένες κατηγορίες κωδικοποίησης. Αυτές οι κατηγορίες κωδικοποίησης μας οήθησαν να ταξινομήσουμε τη μεγάλη ποσότητα στοιχείων που συγκεντρώθηκαν (ρησιμοποιώντας το λογισμικό Win Max) και εξυπηρέτησαν τη δόμηση εγαλύτερων θεωρητικών σχημάτων. Τέλος ελέγξαμε τα θεωρητικά σχήματα που ροέκυψαν, συγκρίνοντάς τα με τα πρώτα στοιχεία.

.1.4 Δυσκολίες και περιορισμοί

Η ιδέα για αυτή την έρευνα προέκυψε στο αποκορύφωμα της δημοτικότητας ων Πόκεμον, το φθινόπωρο του 1999. Όταν γράψαμε την πρόταση για τη μελέτη ας και λάβαμε την έγκριση από το Υπουργείο Παιδείας (μια διαδικασία που πήρε ρκετούς μήνες), η μανία για τα Πόκεμον ήταν ακόμη εμφανής. Έτσι καταφέραμε να ιενεργήσουμε τον κύριο όγκο της έρευνάς μας, ενώ τα Πόκεμον ήταν ακόμα ημοφιλή στα παιδιά.

Η επιλογή των χώρων ήταν δύσκολη. Τα δημοτικά σχολεία πριν την ξασφάλιση της άδειας ήταν διστακτικά, καθώς οι περισσότεροι γονείς αλλά και οι κπαιδευτικοί είχαν αρνητική θέση ή απέφευγαν να εμπλακούν στη διαδικασία ιεξαγωγής δραστηριοτήτων Πόκεμον στο σχολικό χώρο, γιατί, όπως μας ανέφεραν, ίχαν παρατηρηθεί φιλονικίες αλλά και κλοπές, έτσι προτιμούσαν να μην σχολούνται τα παιδιά με τα Πόκεμον στο χώρο του σχολείου ή να έχουν έναν ξωτερικό ερευνητή που θα μιλούσε γι' αυτά.

.1.5 Τα κύρια τμήματα της έρευνας στο μικρόκοσμο των Πόκεμον

Σε ποια τμήματα εστιάσαμε την έρευνα:

α. Στη θέαση των κινούμενων σχεδίων από τα παιδιά
β. Στη συλλογή – αγορά καρτών από τα παιδιά
γ. Στα παιχνίδια των παιδιών με τις κάρτες

Διάγραμμα:*Κατηγοριοποίηση των τμημάτων της έρευνάς μας*

Ένα από τα βασικά προβλήματα κατά τη διάρκεια του ερευνητικού μας χεδιασμού ήταν αν θα έπρεπε προσεγγίσουμε τα νεόφερτα Πόκεμον αποκλειστικά έσω της ανάλυσης ταινιών κινούμενων σχεδίων τους ή θα έπρεπε να επεκταθούμε ε όλο το μικρόκοσμο, που δημιουργούσαν. Μετά από ενδελεχή μελέτη του

αινομένου αποφασίσαμε να ερευνήσουμε πολύπλευρα το μικρόκοσμο των Πόκεμον. τη συνέχεια αιτιολογούμε την επιλογή μας αυτή.

Στο μικρόκοσμο των Πόκεμον συμμετείχαν παιδιά και των δύο φύλων, κάθε λικίας, από την προσχολική ηλικία έως το γυμνάσιο (ακόμη και ενήλικες). Επιπλέον ο εύρος των δραστηριοτήτων που σχετίζονταν με τα Πόκεμον, τους επέτρεπε να υμμετέχουν ως θεατές, συλλέκτες, καταναλωτές αλλά και ανταγωνιστές.

Για πολλούς από τους συμμετέχοντες, ο μικρόκοσμος των Πόκεμον κάλυπτε την αθημερινότητά τους και έγινε μέρος του περιβάλλοντός τους στο σπίτι, τα αταστήματα ακόμη και στο σχολείο. Το καθοριστικό χαρακτηριστικό όλων των ελών του μικρόκοσμου των Πόκεμον εκτός από τη θέαση ήταν ότι *συμμετείχαν* σε ουλάχιστον μία δραστηριότητα σχετική με αυτά (πολλοί συμμετείχαν σε ερισσότερες από μία). Οι δραστηριότητες αυτές επικεντρώνονταν στην κοινωνική λληλεπίδραση, το παιχνίδι, τις χαρές και τις απογοητεύσεις που αποτελούσαν το ύνολο του φαινομένου των Πόκεμον. Η πιο ενιαία, κοινή δραστηριότητα στα παιδιά χολικής ηλικίας ήταν η παρακολούθηση των κινούμενων σχεδίων Πόκεμον στην ηλεόραση που προβάλλονταν καθημερινά στο αποκορύφωμα της δημοτικότητάς ους. Τα παιδιά παρακολουθούσαν επίσης επεισόδια των Πόκεμον και ταινίες στο ίντεο. Κατά τη διάρκεια της παρούσας έρευνας προβλήθηκαν στην ελληνική ηλεόραση περίπου 100 επεισόδια .

Η συλλογή καρτών ήταν άλλη μια κύρια ενασχόληση. Τα παιδιά συνέλεγαν ιγούρες Πόκεμον, κουκλάκια, εκδοχές του βιντεοπαιχνιδιού για Game Boy, ιντεοταινίες και το σημαντικότερο – κάρτες ανταλλαγής.

Οι κάρτες Πόκεμον αποτέλεσαν τη βάση για δύο κύριες μορφές δραστηριότητας: *το αιχνίδι και την ανταλλαγή τους*. Το παιχνίδι όμως δεν περιοριζόταν μόνο στην νταλλαγή καρτών. Τα παιδιά έπαιζαν στα GameBoy της Nintendo, όπου υπήρχαν έντε εκδοχές και διάφορα παιχνίδια για τις υπόλοιπες κονσόλες, όπως το Nintendo 4. Καθώς οι παραπάνω δραστηριότητες απαιτούσαν τη χρήση προϊόντων Πόκεμον, εν προκαλεί έκπληξη ότι η αγορά ήταν μια απ' τις κύριες δραστηριότητες στο ικρόκοσμο των Πόκεμον. Τα παιδιά συχνά με τη βοήθεια των γονιών τους και λλων ενηλίκων αγόραζαν όχι μόνο κάρτες ανταλλαγής, βιντεοπαιχνίδια και ισιτήρια για τον κινηματογράφο, αλλά και πολλούς άλλους τύπους προϊόντων, όπως πρελόκ, ντοσιέ, ρούχα, βιντεοκασέτες καθώς και άλλα υποπροϊόντα Πόκεμον.

Ακόμη και χωρίς την αγορά προϊόντων, όλα τα μέλη των Πόκεμον μπορούσαν α συμμετέχουν σε συζητήσεις που γίνονταν και αποτελούσαν συχνά μια

ερισσότερο πολύπλοκη δραστηριότητα, επειδή απαιτούσαν εξειδικευμένες γνώσεις ια τα Πόκεμον.

Παρατηρήσαμε ότι αρκετά παιδιά, που είχαν πρόσβαση στο διαδύκτιο, γνώριζαν με επτομέρειες τα χαρακτηριστικά συγκεκριμένων ειδών, τα οποία συνέκριναν αναφέροντας ικανότητες επίθεσης, επίπεδο βλάβης που δέχονταν, κατάλληλες στρατηγικές στους διαγωνισμούς, θέματα σωστής φροντίδας και εκπαίδευσης .

Άλλο ένα δημοφιλές θέμα στις συζητήσεις για τα Πόκεμον ήταν η αξία συγκεκριμένων καρτών ανταλλαγής. Μερικά παιδιά, ειδικά τα μικρότερα, επιδίδονταν σε διάφορες μορφές δικού τους δημιουργικού παιχνιδιού. Σε αυτές τις δραστηριότητες, τα παιδιά προσποιούνταν ότι ήταν Πόκεμον ή εκπαιδευτές, πλάθοντας φανταστικές ιστορίες, τα σχεδίαζαν, έκαναν αστεία γι'αυτά ή δημιουργούσαν πρωτότυπα παιχνίδια με τα Πόκεμον.

Τα πρωταθλήματα διεξάγονταν σε διαφορετικούς χώρους, όπου υπήρχε ο «Αρχηγός Γυμναστηρίου» (που ονομάστηκε έτσι από τους χαρακτήρες των κινούμενων σχεδίων και διεξήγαγε διαγωνισμούς Πόκεμον), επέβλεπε και διευκόλυνε τα παιχνίδια ανάμεσα στα παιδιά, δίνοντας βαθμούς για διάφορες μορφές συμμετοχής. Οι βαθμοί αυτοί εξαργυρώνονταν με σήματα, παρόμοια με αυτά που κερδίζουν οι εκπαιδευτές των Πόκεμον στην τηλεοπτική εκπομπή. Εκτός από το παιχνίδι, τα μέλη του Πρωταθλήματος αντάλλασσαν συχνά κάρτες και έρχονταν σε κοινωνική επαφή μεταξύ τους.

.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟΥ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

(Διαμόρφωση κατηγοριών και υποκατηγοριών)

- **1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΣΤΟ ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ**

1.1 ΜΕΛΗ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

- *Παιδιά ηλικίας 8-12 ετών*
- *Έφηβοι*
- *Ενήλικες*
  - 1.1.2 → *Ο ρόλος των ενηλίκων*

1.2 Η ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΜΕ ΤΟ ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

- *Μέσω της θέασης των κιν. σχεδίων στην τηλεόραση και τον κινηματογράφο*
- *Μέσω των συμμαθητών και φίλων*
- *Μέσω της διαφήμισης των προϊόντων Πόκεμον*

1.3 Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΣΤΟ ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

- *Έντονη συμμετοχή κατά τη διάρκεια της θέασης (συζητήσεις , σχόλια, κινήσεις, μορφασμοί…)*
- *Ανταλλαγές καρτών – παιχνίδι*
- *Δημιουργική αναπαράσταση (δραματοποίηση, ζωγραφική φανταστικές ιστορίες*

1.4 ΟΙ ΑΓΑΠΗΜΕΝΟΙ ΗΡΩΕΣ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

Για την ανάλυση και την ερμηνεία των αποτελεσμάτων, διαμορφώθηκαν βασικές κατηγορίες με τις επιμέρους υποκατηγορίες τους .

2. ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΠΟΚΕΜΟΝ

2.1 ΤΑ ΠΟΚΕΜΟΝ ΩΣ ΜΕΣΟΝ ΕΝΑΡΞΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΕΩΝ

2.2 ΟΙ ΘΕΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ

- 2.2.1 *Τα Πόκεμον ως μέσο δημιουργίας φιλίας .*
- *2.2.2 Τα Πόκεμον ως μέσον υπέρβασης του ηλικιακού χάσματος.*
- *2.2.3 Τα Πόκεμον ως μέσον υπέρβασης της εθνικής καταγωγής.*
- *2.2.4 Τα Πόκεμον ως μέσο δημιουργίας κλίματος , εμπιστοσύνης , συλλογικότητας και συνεργασίας ανάμεσα στα παιδιά.*
- *2.2.5 Τα Πόκεμον ως μέσον υπέρβασης του στερεοτυπισμού των φύλων.*
  (απαλλαγή από παραδοσιακούς ρόλους και συμπεριφορές)
- *2.2.6 Τα Πόκεμον ως μέσο δημιουργίας οικογενειακών σχέσεων.*
- *2.2.7 Η αγάπη και η στοργή των παιδιών εκπαιδευτών για τα Πόκεμον.*
- *2.2.8 Η σχέση των Πόκεμον με τις πραγματικές συνθήκες της ζωής.*
- *2.2.9 Άλλες δημιουργικές θετικές εφαρμογές.*

2.3 ΟΙ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ

- *2.3.1 Οι κλοπές ανάμεσα στα παιδιά*
- *2.3.2 Η βία των Πόκεμον.*
  Πραγματική - Φανταστική

3. Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ

3.1 ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΥΠΕΡΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ ΣΤΑ ΠΑΙΔΙΑ

→ *3.1.1 Η καταναλωτική μανία των παιδιών με τα προϊόντα των Πόκεμον.*

→ *3.1.2 Οι οικονομικές συναλλαγές των παιδιών με τα προϊόντα των Πόκεμον*

8.3 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΣΤΟ ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

(ΠΡΩΤΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ)

Στο μικρόκοσμο των Πόκεμον συμμετέχουν κυρίως παιδιά ηλικίας 8-12 ετών αλλά και έφηβοι, ενώ ο ρόλος των ενηλίκων είναι βοηθητικός.

8.3.1 Τα μέλη που συμμετέχουν στο μικρόκοσμο των Πόκεμον.

Το πρώτο ερευνητικό μας ερώτημα είναι: *ποιοι συμμετέχουν στο μικρόκοσμο των Πόκεμον και ποιος ο ρόλος των ενηλίκων σε αυτή τη διαδικασία;*

Η έρευνα πεδίου σχετικά με τα μέλη του μικρόκοσμου των Πόκεμον ανέδειξε μια πολυσχιδία στα άτομα που συμμετέχουν ενεργά. Οι μεγαλύτερες διακυμάνσεις παρουσιάζονται στις ηλικίες. Αν και η τηλεοπτική εκπομπή και οι ταινίες των Πόκεμον απευθύνονται ξεκάθαρα στο παιδικό κοινό ηλικίας 8-12, οι κάρτες ανταλλαγής και τα διάφορα βιντεοπαιχνίδια κατάφεραν να προσελκύσουν την προσοχή εφήβων και ελάχιστων ενηλίκων.

Τα μέλη των Πρωταθλημάτων Πόκεμον ανήκαν σε διαφορετικές ηλικίες που ξεκινούσαν από παιδιά επτά χρονών και έφταναν ως τους ενήλικες. Το ίδιο ηλικιακό εύρος παρατηρήθηκε και σε όσους παρευρίσκονταν σε διαφημιστικές εκδηλώσεις με χορηγούς την Nintendo και τη Wizards of the Coast.

Ωστόσο, η πλειοψηφία των μελών των Πόκεμον ήταν παιδιά ηλικίας 8- 12 ετών.

Στις προβολές, τα Πρωταθλήματα Πόκεμον, τις διαφημιστικές εκδηλώσεις, παρατηρήσαμε ότι στην κουλτούρα των Πόκεμον συμμετείχαν παιδιά κάθε εθνικότητας και κοινωνικοοικονομικής τάξης. Για παράδειγμα, από τα μέλη που είδαμε στο πρώτο επίσημο Πρωτάθλημα Πόκεμον που διεξήγαγε η Nitendo στο ξενοδοχείο Κάραβελ, υπήρχαν παιδιά που κατάγονταν από την Ασία , την Αφρική και την Αμερική. Σε σημείωσή μας κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής του Πρωταθλήματος στο ξενοδοχείο Κάραβελ διαφαίνεται η φυλετική ποικιλία ανάμεσα στους συμμετέχοντες:

Σ' αυτή την αίθουσα βρίσκονται περίπου 150 παιδιά διάφορων εθνικοτήτων... τα περισσότερα είναι αγόρια, υπάρχουν όμως και κορίτσια ... Ο μεγαλύτερος αριθμός των παιδιών είναι Έλληνες, αλλά καταγράφουμε 12 ασιατικής καταγωγής, 5 αμερικανικής, 7 αφρικανικής και 1 λατινικής καταγωγής. Διακρίνονται και κάποιοι ενήλικες που επίσης παίζουν. Οι περισσότεροι συμμετέχουν στις «μάχες», αλλά μερικά παιδιά προτιμούν να ανταλλάσσουν κάρτες και να τα παρακολουθούν στην τηλεόραση. Βλέπουμε κι ένα παιδί από την Ιαπωνία ηλικίας 10 ετών που κατέχει αυθεντικές ιαπωνικές κάρτες με τις ίδιες φιγούρες των ηρώων αλλά με διαφορετικά ονόματα, όπως αντί Ας-Satoshi και προσπαθεί να τις ανταλλάξει.
(Σημείωση πεδίου έρευνας).

Στις συνεντεύξεις διαπιστώσαμε ότι μέλη της κουλτούρας των Πόκεμον υπήρχαν σχεδόν παντού, από ένα σχολείο μιας περιοχής με κυρίως χαμηλά εισοδήματα και εργάτες γονείς, όσο και μεσοαστικές, αγροτικές αλλά και πολύ τροπομιούχες οικογένειες.

Επιπλέον ο αρχηγός στο Πρωτάθλημα του Κάραβελ (που είχε επαφή με τους γονείς όλων των παιδιών που συμμετείχαν) εκτιμούσε σύμφωνα με τους υπολογισμούς του ότι περίπου σαράντα τοις εκατό των συμμετεχόντων παιδιών ήταν από οικογένειες με εξαιρετικά χαμηλά εισοδήματα, ενώ τα υπόλοιπα παιδιά προέρχονταν κυρίως από μεσοαστικές οικογένειες.

Στα Πόκεμον συμμετείχαν αγόρια και κορίτσια ως τηλεθεατές, καταναλωτές, συλλέκτες και παίκτες παιχνιδιών. Ωστόσο ο αριθμός των αγοριών ήταν μεγαλύτερος από αυτόν των κοριτσιών, ειδικά στις ανταγωνιστικές υποκουλτούρες ,στη διεξαγωγή παιχνιδιών και διαγωνισμών με Πόκεμον.

3.3.1.1 Ο ρόλος των ενηλίκων

Μέσα από την έρευνα πεδίου διαπιστώσαμε ότι οι περισσότεροι γονείς είχαν αρνητική θέση, δεν παρακολουθούσαν τα κινούμενα σχέδια και δεν κατανοούσαν το μικρόκοσμο των Πόκεμον, όμως υπήρχε ένας μικρός αριθμός ενηλίκων που συμμετείχε.

Στα Πρωταθλήματα και τις εκδηλώσεις Πόκεμον συμμετείχαν επίσης ενήλικες συλλέκτες, που αντάλλασσαν κάρτες. Οι «Αρχηγοί Γυμναστηρίου» επέβλεπαν τα Πρωταθλήματα Πόκεμον και είχαν επίσης σημαντικό ρόλο στη λειτουργία τους, διευκολύνοντας το παιχνίδι, διδάσκοντας στα νέα μέλη τους κανόνες και τον τρόπο του παιχνιδιού, καταγράφοντας τους βαθμούς και τη διανομή των βραβείων,

:φαρμόζοντας τους κανόνες, αλλά κυρίως ενδιαφέρονταν να προωθήσουν τα τροϊόντα των Πόκεμον.

Οι περισσότεροι γονείς μάλιστα συνόδευαν από ανάγκη τα παιδιά τους, χωρίς να συμμετέχουν στις δραστηριότητες. Μερικοί έθεταν χρονικά όρια παραμονής-συμμετοχής των παιδιών τους στο χώρο. Στις συζητήσεις γονείς και παιδιά ανέφεραν τους κανονισμούς που έθεταν οι πρώτοι για το πόση ώρα μπορούσαν τα παιδιά να παρακολουθούν τα Πόκεμον στην τηλεόραση. Οι γονείς διαδραμάτιζαν σημαντικό ρόλο στη διευκόλυνση της συμμετοχής των παιδιών, μεταφέροντάς τα στους χώρους όπου λάβαιναν χώρα οι δραστηριότητες, βοηθώντας τα να επιλέξουν αντιπάλους και συντρόφους στις εκδηλώσεις ή και αγοράζοντας προϊόντα Πόκεμον.

Οι δάσκαλοι στα σχολεία και κυρίως οι διευθυντές διαδραμάτισαν επίσης το δικό τους ρόλο στο μικρόκοσμο των Πόκεμον, με έμμεσο όμως τρόπο. Στην αποκορύφωση της δημοτικότητας των Πόκεμον, πολλά σχολεία έκριναν ότι οι δραστηριότητες που σχετίζονταν με αυτά αποσπούσαν την προσοχή των παιδιών από τα μαθήματα. Σύμφωνα με συνεντεύξεις που έγιναν με τα παιδιά, καθώς η μανία για τα Πόκεμον έπαιρνε μεγαλύτερες διαστάσεις, άρχισαν να αναφέρονται κλοπές τροϊόντων Πόκεμον και μερικοί γονείς ανησύχησαν ότι τα νεαρότερα παιδιά θα έπεφταν θύματα εκμετάλλευσης στις ανταλλαγές καρτών.

Επιπλέον, ένας δάσκαλος δημοτικού σχολείου μας είπε ότι οι κάρτες αποσπούσαν τα παιδιά από την εργασία τους, επειδή ασχολούνταν με αυτές ακόμη και κατά τη διάρκεια των μαθημάτων. Εξαιτίας όλων των παραπάνω, πολλά σχολεία κυρίως των Αθηνών προέτρεψαν τα παιδιά να μην ασχολούνται με τα Πόκεμον και καλό θα ήταν να μην τα μεταφέρουν στο σχολικό χώρο. Επίσημη απαγόρευση, όπως έγινε σε πολλά σχολεία άλλων χωρών, δεν καταγράψαμε Κάποια από τα παιδιά, που λήφθηκαν συνεντεύξεις, δήλωσαν ότι αυτές οι προτροπές δεν περιόρισαν τη μανία του ραινομένου των Πόκεμον.

Τα παιδιά εισέρχονται στο μικρόκοσμο των Πόκεμον μέσω της θέασης των κινούμενων σχεδίων, της διαφήμισης -χρήσης των προϊόντων Πόκεμον αλλά και από συζητήσεις με συμμαθητές και φίλους.

8.3.2 Η γνωριμία των παιδιών με το μικρόκοσμο των Πόκεμον

Μέσα από την ανάλυση περιεχομένου των συνεντεύξεων , αλλά και των σημειώσεων πεδίου διαπιστώσαμε πως πολλά παιδιά ανέφεραν ότι είχαν γνωρίσει τα Πόκεμον: *με τη διαμεσολάβηση της τηλεόρασης, με τη διαφήμιση, τη χρήση των προϊόντων στο παιχνίδι, αλλά και μέσω των συζητήσεων με τους συμμαθητές τους:*

ΕΡΕΥΝ: *Πού άκουσες πρώτη φορά για τα Πόκεμον;*

*[**Άντα,** 10 χρονών, αστική περιοχή]*
Ε... μια φορά που άνοιξα την τηλεόραση σ' ένα κανάλι...

*[**Χρήστος**, 9 χρονών , ημιαστική περιοχή]*
Τυχαία , έβαλα το Star, τα είδα και μου άρεσαν

*[**Χριστίνα,** 9χρονών, αγροτική περιοχή]*
Από την τηλεόραση, κάθε Σάββατο και Κυριακή
Δε χάνω κανένα επεισόδιο...βέβαια πολλά είναι επαναλήψεις,
Αλλά δε με πειράζει αυτό...

*[**Χριστίνα,** 12 χρονών, αστική περιοχή]*
Από την τηλεόραση, όπως όλα τα παιδιά.

Ένα σχόλιο από τον υπεύθυνο στο κατάστημα Wizards of the Coast στη Γλυφάδα, μάς επιβεβαίωσε ότι τα παιδιά προσελκύονταν στο μικρόκοσμο των Πόκεμον, αφού είχαν παρακολουθήσει στην τηλεόραση τα κινούμενα σχέδια:

> *.....συχνά μικρά παιδιά τηλεφωνούν στο κατάστημα νομίζοντας ότι το Πρωτάθλημα Πόκεμον είναι όπως αυτό που προβάλλεται στην τηλεόραση. ....έρχονται πιστεύοντας ότι θα 'ναι σαν τα κινούμενα σχέδια, αλλά μετά την πρώτη τους επίσκεψη, αρχίζουν να ενδιαφέρονται περισσότερο για την ανταλλαγή καρτών και το παιχνίδι, παρά για τα κινούμενα σχέδια.*
> (Σημείωση πεδίου έρευνας).

Άλλα παιδιά άρχισαν να ενδιαφέρονται για τα Πόκεμον, αφού είχαν παρακολουθήσει διαφημίσεις στην τηλεόραση για τα προϊόντα τους:

ΕΡΕΥΝ: *Πώς έμαθες πρώτη φορά για τα Πόκεμον. Πότε τα άκουσες για πρώτη φορά;*

*[**Δήμητρα** , 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

Τα έμαθα από την τηλεόραση, άρχισαν να δείχνουν και διαφημίσεις. Είδα στον κινηματογράφο την πρώτη ταινία και έτσι άρχισα να ενδιαφέρομαι.

*[**Χρήστος** , 10 χρονών , αστική περιοχή]*

...έγινε μεγάλη διαφήμιση, δεν είδες ;

*[**Βασίλης** , 9 χρονών , αγροτική περιοχή]*

Τα διαφήμιζε συνεχώς η τηλεόραση...

Η διαφημιστική παρουσίαση των Πόκεμον στην τηλεόραση και τον κινηματογράφο όμως δεν ήταν η μοναδική πηγή γνώσης και εισαγωγής στο μικρόκοσμο των Πόκεμον. Πολλά παιδιά άρχιζαν να ασχολούνται με τα Πόκεμον, αφού παρευρίσκονταν σε σχετικές διαφημιστικές εκδηλώσεις και παρατηρούσαν τα προϊόντα Πόκεμον στα καταστήματα:

*[**Ιωάννα**, 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

ΙΩΑΝ: Να, όταν πήγα στο Wizards of the Coast και είδα να παίζουν σ'ένα απ' τα παιχνίδια αυτά [δείχνοντας τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές] Τότε έμαθα περισσότερα και άρχισαν να με ενδιαφέρουν...

Οι συνομήλικοι διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στη συμμετοχή των παιδιών στην κουλτούρα των Πόκεμον, όμως η επιρροή των φίλων ενισχύθηκε και με στοιχεία του εμπορικού υπερσυστήματος. Για παράδειγμα, ένα παιδί μπορεί να ερχόταν σε μια πρώτη επαφή με τα Πόκεμον από ένα φίλο, αλλά το ενδιαφέρον του ενισχυόταν ακόμα περισσότερο μετά την έκθεσή του στα ΜΜΕ ή στα προϊόντα Πόκεμον:

*[**Εύα**, 11 χρονών, αγροτική περιοχή]*

....άκουσα για πρώτη φορά... κάποια παιδιά μιλούσαν για τα Πόκεμον στο σχολείο. Κι έτσι αποφάσισα να τα γνωρίσω καλύτερα ... παρακολούθησα τα κινούμενα σχέδια στην τηλεόραση. Μετά βγήκαν οι κάρτες και άρχισα να τις μαζεύω...δε μου άρεσαν στην αρχή , αλλά τώρα μου έγιναν μανία....

*[**Κατερίνα**, 10χρονών ,αστική περιοχή]*

... από τα μεγαλύτερα παιδιά , συζητούσαμε γι' αυτά στο σχολείο..

*[**Δημήτρης** ,9 χρονών , ημιαστική περιοχή]*

Από τους συμμαθητές μου....και περισσότερο από τα μεγαλύτερα παιδιά της Ε΄ και Στ΄ τάξης...

τώρα δε χάνω κανένα επεισόδιο από τα Πόκεμον,

που δείχνει η τηλεόραση το Σάββατο και την Κυριακή ....

Η περιέργεια προκλήθηκε από τους συνομηλίκους, αλλά το ενδιαφέρον τους κατάφεραν να το μονοπωλήσουν τα κινούμενα σχέδια και τα διάφορα προϊόντα. Η παρατήρηση που έκαναν στις δραστηριότητες των συνομηλίκων τους με τα Πόκεμον δεν ήταν αρκετή για να τα προσελκύσει, όμως όταν άρχισαν να τα παρακολουθούν στην τηλεοπτική εκπομπή και να ασχολούνται με τις κάρτες, αφοσιώθηκαν περισσότερο σε αυτά.:

*[**Κλεοπάτρα** , 8 χρονών , αστική περιοχή]*

Άκουγα πολλά για τα Πόκεμον στην τηλεόραση, συζήτησα όμως και με τους φίλους μου. Έτσι έμαθα γι΄ αυτά.

*[**Μαρία** , 9 χρονών, αγροτική περιοχή]*

Α! εδώ έχουμε πρόβλημα... μας τα κουβάλησε ο αδερφός μου στο σπίτι ...τον έχει πιάσει μανία με τα Πόκεμον...όλη τη μέρα γι΄ αυτά μου μιλάει...

Η εισαγωγή των παιδιών στο μικρόκοσμο Πόκεμον αποκαλύπτει και τον ευρύτερο ρόλο των μέσων και των προϊόντων τους στην κοινωνική δομή. Τα μέσα δεν είναι κάτι που απλά το παιδικό κοινό παρακολουθεί, αλλά διοχετεύονται στις συμπεριφορές, τις αναπαραστάσεις και τις σχέσεις των θεατών τους. Όπως φαίνεται τα μέσα ασκούν επιδράσεις στην κοινότητα των παιδιών και όλα όσα εμπεριέχει αυτή: *εμπλέκονται στην εισαγωγή των παιδιών και διευκολύνουν την αλληλεπίδραση και τη συνοχή ανάμεσα στα μέλη.*

Τα Πόκεμον, ως θέμα μελέτης, κατέδειξαν τη μοναδική δυναμική των μέσων και των προϊόντων τους. *Η πορεία γνωριμίας των παιδιών με τα Πόκεμον παρουσιάζεται με ιδιαίτερα χαρακτηριστικό τρόπο από τον Παναγιώτη.*

***[Παναγιώτης,** 12 χρονών, αστική περιοχή]*

Θα έλεγα ότι ξεκίνησε σα μια απλή περιέργεια, όλοι οι συμμαθητές μου παρακολουθούσαν, έτσι άρχισα κι εγώ να παρακολουθώ, στη συνέχεια ένιωσα την ανάγκη να γνωρίσω όσο περισσότερους ήρωες .....
Άρχισα να παρακολουθώ με μανία τα κινούμενα σχέδια , να συγκεντρώνω κάρτες, να τις ανταλλάσσω με τους συμμαθητές μου, αργότερα άρχισα να συγκεντρώνω τάπες. Μου είχαν γίνει απαραίτητα...τα έψαχνα παντού..
ήταν μια μανία ...ποκετομανία λέει ο μπαμπάς.

Όταν μετά από δύο χρόνια επαναλάβαμε την ερώτηση, μάς συμπλήρωσε:

Τώρα θα έλεγα δε με ενδιαφέρουν και τόσο, μόδα ήταν και πέρασε...
Αλλά έκανα πολλούς φίλους όχι μόνο από τη γειτονιάς μου..
τους γνώρισα σε πρωταθλήματα..

Έτσι επόμενο στάδιο μετά την εισαγωγή τους ήταν να τα χρησιμοποιήσουν για να επικοινωνήσουν με αγνώστους , με ανθρώπους διαφορετικών ηλικιών, εθνικοτήτων, φύλων και κοινωνικοοικονομικής θέσης. Με την εισαγωγή τους στο μικρόκοσμο των Πόκεμον κατάφεραν επίσης να ενδυναμώσουν τους δεσμούς ανάμεσα σε οικογένειες και φίλους.

Τα παιδιά συμμετέχουν στο μικρόκοσμο των Πόκεμον.

Η συμμετοχή τους εκδηλώνεται τόσο στη θέαση, όσο και στη χρήση των προϊόντων κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού.

8.3.3 Η συμμετοχή των παιδιών στο μικρόκοσμο των Πόκεμον

Για κάποιον που δεν έχει μυηθεί στην κουλτούρα των Πόκεμον, το να συνοδεύσει τα παιδιά στην παρακολούθηση μιας ταινίας των Πόκεμον θα ήταν μια απίστευτα διαφορετική εμπειρία από αυτή μιας τυπικής παρακολούθησης ταινίας κινούμενων σχεδίων σ' έναν κινηματογράφο. Εκτός από την ανταλλαγή καρτών που μπορεί να έβλεπε να λαμβάνει χώρα στον κινηματογράφο και την ίδια την ταινία (που προκαλεί συνήθως σύγχυση στους αμύητους), η κύρια διαφορά ήταν *η έντονη δραστηριότητα του κοινού.* Το παιδικό κοινό είναι ίσως πάντα περισσότερο ενεργητικό από το ενήλικο, όσον αφορά τις συζητήσεις, τα γέλια και τις κινήσεις κατά τη διάρκεια της παρακολούθησης, αλλά το κοινό των Πόκεμον ήταν ανεξέλεγκτο. Όταν ένας νέος ήρωας των Πόκεμον εμφανιζόταν στην οθόνη, τα παιδιά φώναζαν το όνομά του και ίσως και τις μορφές επίθεσής του. Έτσι σημειώνονταν

αρκετές διακοπές, αφού υπάρχουν άλλωστε εκατόν πενήντα είδη Πόκεμον. Αυτό όμως που ίσως να προκαλούσε μεγαλύτερη εντύπωση σε έναν ενήλικα, που θα προσπαθούσε να παρακολουθήσει την ταινία, θα ήταν οι συζητήσεις ανάμεσα στα παιδιά κατά τη διάρκεια της προβολής της. Εκείνα έκριναν τις ενέργειες και τις συμπεριφορές των χαρακτήρων στην οθόνη, προέβλεπαν τη συνέχεια, συσχέτιζαν τη δράση με άλλα θέματα που τους ενδιέφεραν, ανακαλούσαν στη μνήμη τους αγαπημένα επεισόδια από προηγούμενες τηλεοπτικές προβολές και έκαναν αστεία για τα Πόκεμον. Επαναλάμβαναν επίσης τις φράσεις που έλεγαν οι ήρωες, μιλούσαν μαζί τους (φωνάζοντας προειδοποιήσεις και επιπλήξεις), τραγουδούσαν και χόρευαν,όταν άκουγαν τραγούδια. Τα παιδιά συμμετείχαν στη δράση καθώς τα παρακολουθούσαν και συνέχιζαν να ταυτίζονται με το περιεχόμενό τους χρησιμοποιώντας τα στο παιχνίδι, ή μεταφέροντας τα Πόκεμον σε πραγματικές καταστάσεις και προβλήματα της καθημερινότητας. *Απ' αυτή την άποψη ήταν ένα ενεργό κοινό που απορροφούσε τα μηνύματα των μέσων και τα χρησιμοποιούσαν στο παιχνίδι τους.*

Στην ερώτησή μας ***γιατί προτιμούν τα Πόκεμον,*** τα περισσότερα μας ανέφεραν ότι τα μετέφεραν στο παιχνίδι τους.

*[**Νίκος** , 12 χρονών , αγροτική περιοχή]*

Εμένα μου αρέσει να παρακολουθώ Πόκεμον, γιατί ζω μαζί τους την περιπέτεια, φαντάζομαι ότι είμαι και εγώ ένας εκπαιδευτής... συμμετέχω... δεν είμαι απλός θεατής...

*[**Χρήστος** , 9 χρονών , αστική περιοχή]*

Με τα Πόκεμον μπορούμε να κάνουμε πολλά...να δούμε κινούμενα σχέδια, να παίξουμε κάρτες...να πάρουμε μέρος σε πρωταθλήματα... να παίξουμε με το video game...

*[**Δημήτρης** , 9 χρονών , αγροτική περιοχή]*

...μπορώ εκτός από το να τα παρακολουθώ, να παίζω μαζί τους... παίρνω μέρος στις μάχες τους, γίνομαι κάθε μέρα καλύτερος εκπαιδευτής.

*[**Εύα** , 11 χρονών , ημιαστική περιοχή]*

Γιατί έχουν κάτι διαφορετικό στη μορφή τους, αλλά και στον τρόπο δράσης, θα έλεγα ότι είναι σύγχρονα...είναι διασκεδαστικά , τα καταλαβαίνουμε εύκολα, ακόμη παίζουμε κάρτες και βιντεοπαιχνίδια...στα βιντεοπαιχνίδια

έχεις το δικό σου Πόκεμον, το ανταλλάσσεις, το εκπαιδεύεις, το προσέχεις , το βάζεις στη μάχη...γίνεσαι μέλος της κοινωνίας τους...συμμετέχεις...

ο σημαντικότερο ήταν ότι η προσαρμογή των ιστοριών, των αντιλήψεων και των αρακτήρων των Πόκεμον στο παιχνίδι ήταν εξαιρετικά δημιουργική. Τα παιδιά ποφάσιζαν τι θα έκαναν με τα υλικά που είχαν στη διάθεσή τους και συχνά ημιουργούσαν δικές τους ιστορίες, αναπαριστώντας χαρακτήρες. Η επινοητικότητα ων παιδιών με τα υλικά των Πόκεμον συνετέλεσε επίσης στη δημιουργία δικών τους οημάτων. Έκαναν αστεία για τα Πόκεμον μεταξύ τους, έφτιαχναν τους δικούς τους ανταστικούς κόσμους , αλλά δεν ξέφευγαν από τους κανόνες που έθεταν τα πλαίσια ράσης των Πόκεμον.

***Αχιλλέας**, 12 χρονών , αγροτική περιοχή]*

Γιατί δεν τα παρακολουθώ μόνο όπως τα άλλα κινούμενα σχέδια, παίζω, συγκεντρώνω κάρτες...τάπες, αλλά και παίζουμε έξω στην πλατεία...κάνουμε τους εκπαιδευτές σε μικρότερα παιδιά, φτιάχνουμε τις δικές μας ιστορίες... αυτά είναι τα Πόκεμον και εμείς οι εκπαιδευτές...είναι ένας δικός μας κόσμος.

***Δημήτρης**, 10 χρονών , ημιαστική περιοχή]*

Μού αρέσουν, γιατί έχουν υπερφυσικές δυνάμεις, μπορούν να κάνουν απίθανα πράγματα... Έχουν επιθέσεις... δράση... αγωνία... Πολεμούν... μάχονται και ο δυνατότερος νικάει, έτσι παίζουμε με τον αδερφό μου, που είναι μικρότερος
δηλαδή πώς παίζετε;
....εγώ συνήθως είμαι ο Charmander, αλλά μερικές φορές κάνω και το Mew,
πότε κάνεις το Mew;
...όταν παίζουμε με τους εαυτούς μας Πόκεμον...κάνουμε τους ήρωες που θέλουμε,
σού αρέσει να κάνεις το Mew μόνο;
όχι και άλλους ήρωες, το πιο σημαντικό όμως είναι να τηρούμε τους κανόνες,
πες μου έναν κανόνα των Πόκεμον,
να...ένας εκπαιδευτής πρέπει να έχει και να χρησιμοποιεί μόνο έξι Πόκεμον...

Τα παιδιά συμμετείχαν στα δρώμενα, όταν παρακολουθούσαν Πόκεμον. Η ύνδεση ανάμεσα στο παιχνίδι και την έκθεση στα μέσα εκδηλωνόταν εντονότερα, αθώς παρακολουθούσαν επεισόδια των Πόκεμον στην τηλεόραση, ταινίες και ιντεοπαιχνίδια. Για παράδειγμα, τα παιδιά παρουσίαζαν αλληλεπιδράσεις με τα ροϊόντα των μέσων, μιλώντας στους ήρωες των εκπομπών ή αντιμετωπίζοντας τις αταστάσεις που έβλεπαν στην οθόνη σαν να ήταν αληθινές. Στα παιδιά άρεσε επίσης α επαναλαμβάνουν τα λόγια των ηρώων και να αναπαριστούν σκηνές που είχαν δει ριν λίγο. Στα πλαίσια της έρευνάς μας, παρακολουθήσαμε μαζί με μία τάξη ενός χολείο μια 30λεπτη κασέτα Πόκεμον .

:ην παρακάτω περιγραφή – η οποία πα[redacted]άζεται χωρίς περικοπές – :ιβεβαιώνεται η δυναμική εμπειρία της συμμετοχής των παιδιών, κατά την ώρα της ;έλιξής της:

:ο βίντεο παίζει η κασέτα «Charizard!!» τα παιδιά αρχίζουν να τραγουδούν μαζί με ι τραγούδι των τίτλων.

....ο Γκάρυ, ανταγωνιστής του ήρωα Ας, εμφανίζεται και μια ομάδα από μαζορέτες τον ζητωκραυγάζει. Ο ***Δημήτρης*** *γκρινιάζει, όταν ο Γκάρυ προσβάλλει τον Ας, ο* ***Χρήστος*** *λέει: «Ωχ, σταμάτα πια!».*

...

Ο Ας λέει: «Ποιος σε ρώτησε εσένα;».
Ο ***Κώστας*** *απαντά: «Εσύ».*

...

Το Jigglypuff, ένα στρογγυλό ροζ Πόκεμον, εμφανίζεται στην οθόνη να φυσάει και να ξεφυσάει. ***Η Χριστίνα*** *το μιμείται φουσκώνοντας τα μάγουλά της και ξεφυσώντας. Ο* ***Δημήτρης*** *μας λέει ότι το Jigglypuff είναι το αγαπημένο Πόκεμον της αδερφής του.*

...

Η ***Μαρίνα*** *λέει τη συνηθισμένη φράση: «επίθεση Πόκεμον» πριν την πει ο ήρωας στη βιντεοκασέτα.*

...

Λίγο πριν η κασέτα μας δείξει τον Πίκατσου να ανατινάζει κάτι κατά λάθος, τα παιδιά φωνάζουν: «Μην το κάνεις αυτό, Πίκατσου». Όταν ο δυναμίτης εκρήγνυται, τα παιδιά είναι απογοητευμένα: «Έκανες μεγάλη βλακεία, Πίκατσου».

Δυο αγόρια γελάνε, όταν το Πόκεμον Charmeleon δε συνεργάζεται με τον Ας. Ο ***Κώστας*** *τρέχει, δείχνοντάς μας πώς κάνουν οι ήρωες , καθώς προσπαθούν να ξεφύγουν από ένα επικίνδυνο Πόκεμον.*

Όπως φαίνεται από την παραπάνω σημείωση, τα παιδιά δεν ήταν απλοί ;λεθεατές των Πόκεμον. Μέσα σε διάρκεια μισής ώρας, έπαιξαν μιλώντας με τους)ωες, τραγούδησαν μαζί με τη μουσική, αναμένοντας τη δράση και κριτικάροντας ;ν παρουσίασή της.

[παραπάνω διαπίστωση επιβεβαιώνεται σε παρατήρηση πεδίου που έγινε σε νηματογράφο επαρχιακής πόλης.Συνοδεύαμε δύο παιδιά , το Γρηγόρη (6 ετών) και ν Άννα (10 ετών).

Άννα.: *Κοίτα το Squirtle.*
Γρηγ..: *Αααργκ [ανοίγοντας το στόμα της για να μιμηθεί το Πόκεμον]*

Σε όλη τη διάρκεια της εισαγωγικής ταινίας, ο Γρηγόρης κάνει ήχους που θυμίζουν τα Πόκεμον.

...

Ένα αγόρι που κάθεται μπροστά μας λέει δυνατά «Αυτό είναι το Eevee», όταν εμφανίζεται το συγκεκριμένο Πόκεμον. Ο Γρηγόρης αναγνωρίζει δυνατά το Volpix. Ένα άλλο παιδί μπροστά μας λέει: «Αυτό είναι το Gyrados» στην γυναίκα που κάθεται δίπλα του.

...

Σε μια σκηνή όπου παρά λίγο να φύγει μια φωλιά από μωρά Πόκεμον, πολλά παιδιά στο ακροατήριο φωνάζουν με αγωνία.
Ο Γρηγόρης συνεχίζει να κάνει τους ήχους του Πόκεμον Squirtle, ενώ το παρακολουθεί. ...
Οι ήρωες φτάνουν τελικά στον τελικό τους προορισμό μετά από πολλά εμπόδια, τα παιδιά όλα μαζί φωνάζουν: «Τα κατάφεραν!».
Πολλά παιδιά γελάνε με τους τίτλους του τέλους που μας δείχνουν την Τζέσι και τον Τζέιμς, τους κακούς της Ομάδας Πύραυλος, να μιλάνε για την αλλαγή που έκαναν, αποφασίζοντας να γίνουν καλοί.
-Τζέσι: Τώρα είμαστε καλοί.
-Τζέιμς: Αυτό είναι καλό!
-Τζέσι: Αλλά δεν έχουμε λεφτά.
-Τζέιμς: Αυτό είναι κακό.
-Τζέσι: Όμως μπορούμε να κλέψουμε.
-Τζέιμς: Αυτό είναι καλό! Ή μήπως είναι κακό;
Καθώς τα φώτα ανάβουν, ο Γρηγόρης και η Άννα επαναλαμβάνουν γελώντας: «Αυτό είναι καλό! Αυτό είναι κακό!»
(Σημείωση πεδίου έρευνας).

Ακόμα και σε δημόσιο χώρο, τα παιδιά έδειξαν το πόσο απολάμβαναν το ομμετοχικό ρόλο που είχαν στην ταινία, παίζοντας άμεσα με τα υλικά που τους ιρείχαν τα προϊόντα των ΜΜΕ. Ταυτόχρονα, τα παιδιά δε δημιουργούσαν δικές ους ιστορίες ή ήρωες, αλλά χρησιμοποιούσαν ό,τι προέβαλλε η μεγάλη οθόνη. Αυτό ο είδος του παιχνιδιού ήταν λοιπόν εξαιρετικά δομημένο εκ των προτέρων από τα οϊόντα των μέσων, αφού τα παιδιά αντιδρούσαν σε όσα τους παρουσιάζονταν.

Οι υπερφυσικές δυνάμεις των Πόκεμον είναι το βασικό χαρακτηριστικό με το οποίο επιλέγουν τα παιδιά τους αγαπημένους τους ήρωες.

.3.4 Οι υπερφυσικές δυνάμεις των Πόκεμον

Ένα άλλο θέμα στη θέαση των Πόκεμον ήταν αυτό της δύναμης των αρακτήρων - ηρώων. Όταν ρωτήθηκαν για τα χαρακτηριστικά των αγαπημένων τους Ιόκεμον, πολλά παιδιά μίλησαν γι' αυτά αναφορικά με τις υπερφυσικές τους υνάμεις. *Συχνά θαύμαζαν τη δύναμη συγκεκριμένων Πόκεμον και ανέφεραν ότι η ύναμη είναι επιθυμητό χαρακτηριστικό τόσο για τα Πόκεμον όσο και για τους κπαιδευτές τους.*

*[**Χρήστος** 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Ποιο είναι το αγαπημένο σας Πόκεμον;*

ΧΡΙΣΤ: *Το αγαπημένο μου είναι ο Alakazam. Επειδή μπορεί να τηλεμεταφερθεί και να μεταφέρει ανθρώπους σε ασφαλή σημεία, όπως στο παιχνίδι που μεταφέρεται. Πρώτα ήταν Abra, μετά Kadabra και τώρα Alakazam. Και μπορεί να κάνει πολύ δυνατές επιθέσεις, είναι πολύ δυνατό Πόκεμον. Όπως και ο Μιουτού και ο Μιου, αλλά ο Alakazam μπορεί να τους ρίξει όλους κάτω με ένα χτύπημα.*

*[**Μανόλης**, 12 χρονών, αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Γιατί σ' αρέσει περισσότερο το Πόκεμον Kadabra;*
ΜΑΝ.: *Επειδή είναι πιο δυνατό απ' τον Alakazam. Και δε χρειάζεται να κάνεις ανταλλαγές για να βρεις Kadabra. Και επειδή ο Kadabra μαθαίνει επιθέσεις πιο γρήγορα απ' τον Alakazam. Δεν έχει τόση δύναμη, αλλά έχει μερικές δυνατές επιθέσεις.*

*[**Βασίλης**, 8 χρονών, αγροτική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Έχεις κάποιο αγαπημένο Πόκεμον ή αγαπημένη κάρτα;*
ΒΑΣ: *Τον Charizard.*
ΕΡΕΥΝ: *Γιατί σ' αρέσει ο Charizard;*
ΒΑΣ: *Είναι η δύναμή του, δεν μπορείς να πεις βέβαια ότι ο Μιουτού είναι πιο δυνατός απ' τον Charizard. Αλλά ο Μιουτού εκπαιδεύεται, για να είναι πιο δυνατός από κάθε Πόκεμον. Ο Charizard είναι καθαρή δύναμη. Γι' αυτό μ' αρέσει.*

*[**Πηνελόπη**, 12 χρονών, αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Γιατί λοιπόν σ' αρέσει ο Μιου; Μού είπες ότι είναι το αγαπημένο σου Πόκεμον;*
ΠΗΝ: *Ναι, επειδή είναι πολύ δυνατός.*

Τα παιδιά υπαινίσσονται εδώ ότι η δύναμη παίρνει αρκετές μορφές στα Πόκεμον. Συζήτησαν τη δύναμη όσον αφορά τις επιθέσεις και όρισαν ως ισχυρό Πόκεμον αυτό που μπορεί να κάνει τις πιο δυνατές αγωνιστικές κινήσεις. Ακόμη όρισαν τη δύναμη όσον αφορά τις ικανότητες που έχουν τα διάφορα Πόκεμον στο παιχνίδι καρτών και στο GameBoy. Η δύναμη ήταν ένα προσωπικό χαρακτηριστικό που οριζόταν από τις ενέργειες των ηρώων στις ιστορίες των τηλεοπτικών εκπομπών. Παρότι τα παιδιά επέλεξαν θέματα δύναμης από διάφορες όψεις του μικρόκοσμου των Πόκεμον, οι συζητήσεις τους για τη δύναμη υπαινίσσονταν έναν κοινό ορισμό αυτής, ως επίδειξη αντοχής και γενναιότητας.

Ο ενθουσιασμός των παιδιών για τα χαρακτηριστικά των υπερφυσικών δυνάμεων των Πόκεμον μπορεί να αντανακλούσε επίσης την επιθυμία τους να αποκτήσουν και τα ίδια τέτοια δύναμη.

Μέσα από το λόγο των παιδιών πολλές φορές αναδεικνύονταν και άλλα στοιχεία, τα οποία έκαναν ελκυστικά τα Πόκεμον, όμως αυτά αποτελούσαν τα περιφερειακά στοιχεία του αναπαραστασιακού τους κόσμου , ο πυρήνας ήταν η δυνάμη των ηρώων και άξιο αναφοράς είναι το ότι τα παιδιά γνώριζαν λεπτομερειακά την ειδική ικανότητα κάθε είδους Πόκεμον και τις μεταλλάξεις που μπορούσαν αυτά να κάνουν προκειμένου να υπερισχύσουν των αντιπάλων τους.

*[**Ιφιγένεια** , 12 χρονών, αστική περιοχή]*

Ξεκίνησαν από την Ιαπωνία, οι μορφές τους είναι περίεργες, υπάρχουν διάφορα είδη Πόκεμον και τους αρέσει να μάχονται μεταξύ τους...εξελίσσονται σε πιο ισχυρά Πόκεμον, όμως η δύναμη των ηρώων είναι αυτό που τα κάνει να ξεχωρίζουν..

*[**Γιώργος**, 10 χρονών, αγροτική περιοχή]*

Ο Μπούλμπασαρ είναι ανίκητο Πόκεμον στις μάχες που δίνει σε ανοιχτό χώρο. Έχει τρομερή δύναμη ...είναι φανταστικός...

*[**Πηνελόπη**, 12 χρονών, αστική περιοχή]*

Τα Πόκεμον είναι τερατάκια, τα οποία μάχονται το ένα με το άλλο, επειδή τους το ζητούν οι άνθρωποι που τα πιάνουν κα τα εκπαιδεύουν για να γίνουν δυνατότερα. Το καθένα χρησιμοποιεί μια ξεχωριστή δύναμη όπως της φωτιάς , του ηλεκτρισμού του νερού...

***Αλεξάνδρα**, 10 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

Ο Πίκατσου μπορεί να φαίνεται γλυκούλης, αδύναμος και λέει συνεχώς: Πίκα...Πίκα , αλλά και αυτός κρύβει ειδικές δυνάμεις ηλεκτρισμού , που αν χρειαστεί τις χρησιμοποιεί...

***Παναγιώτης**, 12 χρονών, αστική περιοχή]*

Αυτό που μου έκανε εντύπωση, όχι μόνο από αυτό που είδαμε, αλλά και απ' ότι ξέρω, είναι ο τρόπος δημιουργίας του Μιουτού. Δημιουργήθηκε μέσα σ' ένα εργαστήρι, για να υπηρετεί τους ανθρώπους, αυτό που τον κάνει ξεχωριστό είναι οι υπερφυσικές του δυνάμεις...είναι ανίκητος, μοναδικός, γι 'αυτό μου αρέσει.

3.5 Συμπεράσματα και ερμηνευτικός σχολιασμός της πρώτης κατηγορίας *για την εισαγωγή των παιδιών* στο μικρόκοσμο των Πόκεμον

Με βάση τα αποτελέσματα της ανάλυσης του λόγου των παιδιών και τις ιμειώσεις πεδίου πλοηγηθήκαμε στα ακόλουθα ***συμπεράσματα*** όσον αφορά την ***σαγωγή των παιδιών στο μικρόκοσμο των Πόκεμον*:**

- ✓ Η ποικιλία που παρατηρείται στα άτομα που συμμετέχουν στο μικρόκοσμο των Πόκεμον, αντικατοπτρίζει και την ποικιλία των μελών γενικά. Οι μεγαλύτερες διακυμάνσεις παρουσιάζονται στις ηλικίες. Αν και τα κινούμενα σχέδια των Πόκεμον απευθύνονται ξεκάθαρα στο παιδικό κοινό, οι κάρτες ανταλλαγής και τα βιντεοπαιχνίδια κατάφεραν να προσελκύσουν την προσοχή των εφήβων και πολλών ενηλίκων. Ειδικότερα τα μέλη των πρωταθλημάτων ποίκιλλαν σε ηλικίες που ξεκινούσαν από παιδιά πέντε χρονών και έφταναν ως τους ενήλικες. Το ίδιο ηλικιακό φάσμα παρατηρήθηκε και σε διαφημιστικές εκδηλώσεις. Ωστόσο *η πλειοψηφία των παιδιών, που συμμετείχε στο μικρόκοσμο των Πόκεμον, ήταν παιδιά ηλικίας 8- 12 ετών.*

- ✓ Μέλη της κουλτούρας των Πόκεμον υπήρχαν σχεδόν παντού, τόσο σ' ένα σχολείο μιας περιοχής με κυρίως χαμηλά εισοδήματα και εργάτες γονείς, όσο και μεσοαστικές αλλά και πολύ προνομιούχες οικογένειες , άνω της μεσαίας τάξης.

- ✓ Στο μικρόκοσμο των Πόκεμον συμμετείχαν αγόρια και κορίτσια ως τηλεθεατές, καταναλωτές, συλλέκτες καρτών αλλά και χρήστες παιχνιδιών. Αν τόσο τα αγόρια όσο και τα κορίτσια παρακολουθούσαν με την ίδια μανία τα κινούμενα σχέδια , ο αριθμός των αγοριών γίνονταν μεγαλύτερος από αυτόν των κοριτσιών, ειδικά στις ανταγωνιστικές υποκουλτούρες κατά τη διάρκεια αγώνων και πρωταθλημάτων.

- ✓ Στην κουλτούρα των Πόκεμον συμμετείχε ένας μικρός αριθμός εφήβων ως πλήρη μέλη και ελάχιστοι ενήλικες. Πολλοί γονείς συνόδευαν τα παιδιά στις διάφορες εκδηλώσεις , κάποιοι επέβλεπαν τη συμμετοχή τους στους χώρους που διεξάγονταν οι δραστηριότητες και στην ανταλλαγή των καρτών και μερικοί γονείς έβαζαν χρονικά όρια στη θέαση αλλά και στη συμμετοχή τους στο παιχνίδι των Πόκεμον.

- ✓ Οι δάσκαλοι και το Υπουργείο Παιδείας δεν απαγόρευσαν επίσημα τη χρήση των Πόκεμον μέσα στα σχολεία , αλλά ανεπίσημα προέτρεπαν τα παιδιά να μην ασχολούνται με αυτά και δεν τα ενέταξαν στην εκπαιδευτική διαδικασία.

- ✓ Τα παιδιά γνώρισαν το μικρόκοσμο των Πόκεμον μέσω της τηλεόρασης, της διαφήμισης των προϊόντων, αλλά και μέσω των συμμαθητών και των φίλων τους.

- ✓ Τα παιδιά συμμετείχαν έντονα στο μικρόκοσμο των Πόκεμον, όταν παρακολουθούσαν τα Πόκεμον και συνέχιζαν να ταυτίζονται με το περιεχόμενό τους, χρησιμοποιώντας τα στο παιχνίδι τους ή μεταφέροντάς τα σε πραγματικές καταστάσεις και προβλήματα.

- ✓ Η επιλογή των αγαπημένων ηρώων των παιδιών γίνονταν με βάση τις υπερφυσικές δυνάμεις και τις εξελίξεις που παρουσίαζαν, στοιχείο που καθιστούσε τους ήρωες ανίκητους κατά τη διάρκεια των μαχών και των παιχνιδιών. Υπήρξαν παιδιά που διαφοροποιήθηκαν και έθεσαν σαν πρωταρχικό στοιχείο τη μορφική γλυκύτητα των ηρώων και συγκεκριμένα του Πίκατσου, αλλά μέσα από την ανάλυση του λόγου προέκυπταν στοιχεία που παρέπεμπαν στην εξέλιξη και αυτών των ηρώων αλλά και τις δυνάμεις που αυτά απέκρυπταν ή αποκάλυπταν, όταν συμμετείχαν στα δρώμενα.

- ***Γενικότερα*** τα παιδιά ηλικίας 8-12 ετών, αγόρια και κορίτσια μετά την πρώτη γνωριμία τους με το μικρόκοσμο των Πόκεμον συμμετείχαν στα

δρώμενα . Η συμμετοχή στα σύμβολα του μικρόκοσμου και πέρα από το χρόνο που τα παιδιά αφιέρωναν παρακολουθώντας τα Πόκεμον έρχεται να επιβεβαιώσει τη θέση του John Fiske, που ισχυρίζεται ότι τα παιδιά καταναλωτές των ΜΜΕ δεν είναι «πολιτισμικά ανόητα » που γίνονται εύκολα θύματα εκμετάλλευσης από όσους έχουν εμπορικά συμφέροντα: «... δεν πρόκειται για μια παθητική, αβοήθητη μάζα που δεν είναι ικανή να κάνει διακρίσεις και άρα βρίσκεται στο οικονομικό, πολιτισμικό και πολιτικό έλεος των μεγαλοπαραγόντων του κλάδου» (1987,σ.309). Αντίθετα, πιστεύει ότι το παιδικό κοινό δομεί ενεργά τα μηνύματα και τις χαρές που αντλεί από τα μέσα και ότι αυτά τα στοιχεία διαφέρουν από τα αντίστοιχα, που προτείνουν οι εμπορικοί κλάδοι. Ο Fiske θεωρεί αυτή τη δραστηριότητα ως μια έμφυτη αντίσταση στην επικράτηση των παραγωγών των μέσων, που διαμορφώνει μια πηγή «σημειολογικής εξουσίας» για τους κατά τα άλλα υποτελείς τηλεθεατές. Κατά την άποψη του Fiske, η καθημερινότητα είναι μια μάχη στην οποία το κοινό αρνείται να υποταχθεί στις δυνάμεις του κυρίαρχου συστήματος, χρησιμοποιώντας δημιουργικά τις πηγές που του παρέχει το ίδιο το σύστημα, συμπεριλαμβάνοντας και τα παιδιά σ` αυτή τη μάχη.. Τέλος αναφέρει ότι:

Το παιχνίδι, εκτός από πηγή διασκέδασης, είναι και πηγή εξουσίας. Το «παιχνίδι» των παιδιών με την τηλεόραση αποτελεί μια μορφή άσκησης εξουσίας σε αυτήν. Ενσωματώνοντας τους χαρακτήρες και τα σενάρια της τηλεόρασης στα δικά τους φανταστικά παιχνίδια, τα παιδιά δημιουργούν δική τους προφορική και ενεργή κουλτούρα από τους πόρους που τους παρέχονται (1987, σελ. 315).

Ο Fiske αναφέρει ότι τα παιδιά εκπροσωπούνται ως μέλη του κοινού και ωρεί ότι οι παραλλαγές στο παιχνίδι τους με υλικά από τα ΜΜΕ ανατρέπουν τις ιπορικές προθέσεις των μέσων. Κατά την άποψή του, τα παιδιά μπορούν να ταλλαγούν από την επιρροή των εμπορικών μέσων με το παιχνίδι.

Τα Πόκεμον δημιουργήθηκαν με στόχο την αγορά των παιδιών και ιοωθήθηκαν στο παιδικό κοινό. Τα παιδιά τα γνώρισαν, άρχισαν να αλληλεπιδρούν, ιως δεν πρέπει να μας προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι τα περισσότερα ωρούσαν τα Πόκεμον ως ένα μέσον που θα ενεργοποιούσε τη φαντασία τους και θα αμόρφωνε μια μορφή παιδικής κουλτούρας. Παρότι στις δραστηριότητες των όκεμον είχαμε συμμετοχή ενηλίκων τα παιδιά θεωρούσαν ότι ο μικρόκοσμός τους αν κατασκευασμένος για τα ίδια . Στο μικρόκοσμο των Πόκεμον, οι γονείς και οι ήλικες έπαυαν να θεωρούνται αυθεντίες και σύμβολα εξουσίας. Αντίθετα τα παιδιά

: τις γνώσεις τους κατέρριπταν την παντογνωσία των μεγάλων, μιλούσαν τη δική
ους γλώσσα και αναγνωρίζονταν ως ειδικοί , αφού κατείχαν ένα μεγάλο φάσμα
ώσεων που οι γονείς δε θα μάθαιναν ποτέ. Στα παιδιά , αγόρια και κορίτσια από
αφορετικά μέρη, που μπορεί να μην είχαν συναντηθεί ποτέ, ήταν διακριτή η
ανοποίηση ότι απελευθερώνονταν από τις συνηθισμένες στερεοτυπικές δομές και
τορούσαν να απολαύσουν μια νέα ελευθερία , μακριά από την ενήλικη κουλτούρα,
τειδή ήταν εκείνα που με τις γνώσεις τους και την ενεργητική δράση τους καθόριζαν
ο πεδίο διαμόρφωσή τους.

4 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΜΙΚΡΟΚΟΣΜΟ ΤΩΝ ΠΟΚΕΜΟΝ

(ΔΕΥΤΕΡΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ)

Τα Πόκεμον βοηθούν στην έναρξη κοινωνικών αλληλεπιδράσεων

3.4.1 Τα Πόκεμον ως μέσον έναρξης κοινωνικών αλληλεπιδράσεων με τα παιδιά

Τα Πόκεμον χρησιμοποιήθηκαν συχνά ως μέσον εκκίνησης κοινωνικών αλληλεπιδράσεων μεταξύ των νέων. Ειδικότερα στα παιδιά, που τώρα αναπτύσσουν τις κοινωνικές τους σχέσεις, τα Πόκεμον είχαν μια τέτοια χρήσιμη εφαρμογή. Διαπιστώσαμε εντονότερη τη δύναμη των Πόκεμον ανάμεσα σε άγνωστα παιδιά σε δημόσιους χώρους. Σε αυτές τις περιπτώσεις, παιδιά που δε θα είχαν κανένα άλλο λόγο να ασκήσουν επιρροή το ένα στο άλλο, ξεκίνησαν συζητήσεις βασισμένες στο κοινό τους ενδιαφέρον, τα Πόκεμον.

Παρακολουθήσαμε μια τέτοια αλληλεπίδραση σε ένα ταξίδι από την Αθήνα στη Λαμία με τρένο:

Στις δυο σειρές μπροστά μου, ακούω (και μπορώ να δω λίγο) δυο αγόρια, που αρχίζουν μια συζήτηση. Από αυτά που λένε, καταλαβαίνω ότι δεν έχουν γνωριστεί ξανά. Το ένα παιδί κάθεται μια σειρά πίσω απ' το άλλο. Τα βλέπω να μιλάνε από το κενό ανάμεσα στη σειρά των θέσεων:

«Είμαι οχτώ χρονών, εσύ πόσο είσαι;»

Το άλλο αγόρι απαντά πως είναι δέκα.
Έχω τον Πίκατσου. Θες να τον δεις; Θες να παίξουμε;
Έχεις κι εσύ GameBoy; Θες να παίξεις με το δικό μου; Το αγόρι της μπροστινής θέσης δίνει το GameBoy στο άλλο παιδί και μετά από λίγο αρχίζουν να συζητούν για επιθέσεις Πόκεμον και να παίζουν με τις κάρτες.

Σε ένα περιβάλλον που συχνά είναι ανιαρό για τα παιδιά, τα Πόκεμον έδωσαν σε αυτά τα δύο αγόρια το έναυσμα να ανακαλύψουν ένα σύντροφο στο παιχνίδι, έστω για προσωρινό. Οι διαφημιστικές εκδηλώσεις για τα Πόκεμον διευκόλυναν επίσης τις πρώτες γνωριμίες:

Σε μια διαφημιζόμενη «Βραδιά Πόκεμον» σε ένα κατάστημα, παρατηρήσαμε παιδιά να προσεγγίζουν ξένους σε άλλα τραπέζια, για να δουν αν μπορούσαν να ανταλλάξουν τα διαφημιστικά τους δώρα.

Σημείωση έρευνας).

Είδαμε παιδιά να συνομιλούν με άγνωστους συνομηλίκους τους :

Στο εμπορικό κατάστημα βρίσκονταν τρία τεράστια τραπέζια, με ένα κεντρικό καλώδιο το καθένα να φτάνει στο κέντρο και να συνδέεται με τα Nintendo GameBoy. (Τα καλώδια επιτρέπουν τη μεταφορά δεδομένων ανάμεσα στα φορητά κομπιούτερ). Δεν είναι πιασμένες όλες οι θέσεις στα τραπέζια. Στο ένα, δυο αγόρια και ένα κορίτσι «ανταλλάσσουν» Πόκεμον στα GameBoy χρησιμοποιώντας τα καλώδια. Το ένα αγόρι είναι περίπου εννέα χρονών, το άλλο περίπου 12-13 και το κορίτσι 10- 11 χρονών.
Τρία αγόρια κάθονται στο άλλο τραπέζι και το νεαρότερο αρχίζει να διαπραγματεύεται ανταλλαγές καρτών μαζί τους.
***Νεαρότερο αγόρι**: Θέλετε να ανταλλάξουμε;*
Συζητάνε ποια Πόκεμον έχουν.
***Νεαρότερο αγόρι**: Εντάξει, πείτε μου ποιο θέλετε. Έχω το Snorlax.*
Μεγαλύτερο αγόρι: Το Μιου-2.
Νεαρότερο αγόρι: *Θα σου δώσω το Μιου-2 μου. Έχεις τον Meowth; [σε ένα άλλο αγόρι] Έχεις τον Hitmonlee;*

Αυτή η διαφημιστική εκδήλωση διευκόλυνε τη δημιουργία νέων κοινωνικών σχέσεων, παρέχοντας την ευκαιρία σε πολλούς θαυμαστές των Πόκεμον να ταρευρεθούν από κοινού σε ένα χώρο με τον κατάλληλο εξοπλισμό για τη σύνδεση των παιδιών με το μικρόκοσμο των Πόκεμον. Ωστόσο, αντίθετα με την κοινωνική αλληλεπίδραση στα Πρωταθλήματα, οι μορφές σχέσεων που ξεκινούσαν στις διαφημιστικές εκδηλώσεις είχαν λιγότερες πιθανότητες να εξελιχθούν σε κανονικές φιλικές σχέσεις, καθώς πολλές αφορούσαν μόνο τις ανταλλαγές και ήταν κυρίως οικονομικής φύσης. Επιπλέον, σε αυτές τις εκδηλώσεις, οι δραστηριότητες που παρέχονταν από τους διοργανωτές δεν εμπεριείχαν απαραίτητα τις αλληλεπιδράσεις, που ήταν συνηθισμένες στα μικρά Πρωταθλήματα.

Σε άλλους δημόσιους χώρους λιγότερο διανθισμένους με δραστηριότητες Πόκεμον, τα παιδιά μπορούσαν να ξεκινήσουν συζητήσεις με άλλα παιδιά, σύμφωνα με το κοινό τους ενδιαφέρον, τα Πόκεμον. Ο Χρήστος εξηγεί πώς γνώρισε ένα άλλο παιδί στο πάρκο και έγιναν φίλοι:

***Χρήστος** , 10 χρονών , ημιαστική περιοχή]*

Χρήστος: *Υπάρχει ένα παιδί εδώ που λέγεται Παναγιώτης. Είμαι σίγουρος ότι θα τον δείτε μετά, θα του πάρετε συνέντευξη. Αλλά, ε... Γνωριστήκαμε σ' ένα πάρκο μια μέρα, ήταν να πάω για πέντε λεπτά κι έκατσα σχεδόν μια ώρα. [γελάει].*
Μιλήσαμε λίγο για τα Πόκεμον και το GameBoy.

Νίκος: *Α, άρα τον γνώρισες και αρχίσατε να μιλάτε, γιατί σας άρεσαν τα Πόκεμον;*

Χρήστος: *Ναι. Και ύστερα του είπα για το Πρωτάθλημα! Έτσι μάλλον γίνεται, τα παιδιά μιλάνε μεταξύ τους γι' αυτά....*

Τα παιδιά άρχισαν να μιλάνε σε μικρό χρονικό διάστημα για υιοθέτηση ιτρατηγικής στα παιχνίδια Πόκεμον και τελικά ανέπτυξαν φιλικές σχέσεις.

Στα Πρωταθλήματα Πόκεμον τα παιδιά μπορούσαν να συμμετέχουν σε κοινωνικές ραστηριότητες είτε παίζοντας έναν αγώνα είτε ανταλλάσσοντας κάρτες. Παρατηρήσαμε μια τυπική εκδήλωση αυτής της χρήσης των Πόκεμον, ένα απόγευμα σε πρωτάθλημα που διοργάνωσε ένα κατάστημα στη Γλυφάδα:

*Ένα αγόρι που δεν έχουμε ξαναδεί, με σγουρά καστανά μαλλιά (10χρονών. ο«**Μανόλης**») ψάχνει κάποιον να παίξουνε. Ρωτάει τη **Διονυσία**, αλλά εκείνη του λέει: «δεν έχω διάθεση για μάχη». Ο Μανόλης βλέπει ένα παιδί,που μόλις τέλειωσε το παιχνίδι και του υπενθυμίζει τον κανόνα σύμφωνα με τον οποίο δεν μπορεί να παίζει με το ίδιο παιδί δυο φορές συνεχόμενα. Τελικά βρίσκει το **Χρήστο** και προσφέρεται να παίξει μαζί του. Ο Χρήστος δέχεται. Καθώς στήνουν τις κάρτες τους, μιλάνε για τις κάρτες που θέλουν. Ο Χρήστος λέει «Θέλεις τον Electrobuzz;».*
Μανόλης [ετοιμάζεται να αρχίσει το παιχνίδι ρίχνοντας ένα κέρμα]: Εντάξει, διαλέγεις εσύ;
Χρήστος: Όχι, διάλεξε εσύ.
Ο Μανόλης ρίχνει το κέρμα. Καθώς παίζουν, ο Χρήστος ρωτάει το Μανόλη: «Πόσο καιρό είσαι εδώ; Σε βλέπω πρώτη φορά». Ο Μανόλης λέει πως έρχεται για πρώτη φορά σήμερα. Προσθέτει ότι συνήθως πάει στο Wizards, αλλά δεν του αρέσει το σύστημα που έχουν για τους πόντους. Λέει επίσης: «Πρέπει να πληρώνω είσοδο κάθε φορά που πάω». Ο Κώστας, που κάθεται δίπλα τους, ακούει τη συζήτησή τους και λέει «Ναι; Νόμιζω ότι πρέπει να πληρώνεις ...δεν είναι έτσι;»
Χρήστος: Αυτό είναι σκέτη βλακεία.
Συζητάνε για τα έξοδα του παιχνιδιού στο Πρωτάθλημα κι ύστερα για μια στρατηγική και το τι μπορείς να κάνεις, όταν σού τύχουν συνηθισμένες κάρτες.
(Σημείωση πεδίου έρευνας).

Σε αυτό το παράδειγμα, ο νεοφερμένος δε συμμετέχει μόνο στο παιχνίδι, αλλά ται στις συζητήσεις με τα άλλα παιδιά. Οι κανόνες του πρωταθλήματος Πόκεμον οηθούν έμμεσα σε αυτού του τύπου την κοινωνική σχέση, επειδή ορίζουν ότι ένας αίκτης δεν μπορεί να παίζει με τον ίδιο αντίπαλο συνέχεια. Αυτό βοήθησε το

Ιανόλη να κάνει επαφές με άλλα μέλη και έγινε και ο ίδιος τακτικό μέλος της υντροφιάς.

.4.1.1 Οι θετικές αναπαραστάσεις που παράγονται από την κουλτούρα των Ιόκεμον.

)ι θετικές αναπαραστάσεις αναφέρονται:

Στη δημιουργία φιλίας μεταξύ των παιδιών.

Στην υπέρβαση του ηλικιακού χάσματος.

Στην υπέρβαση της εθνικής καταγωγής.

Στη δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης, συλλογικότητας και συνεργασίας.

Στην ανάπτυξη οικογενειακών σχέσεων.

Στην απαλλαγή από τους παραδοσιακούς ρόλους και τις συμπεριφορές των φύλων.

Στην αγάπη και τη στοργή των παιδιών, μέσω του ρόλου του εκπαιδευτή που αναλαμβάνουν.

Στην εισαγωγή των παιδιών στις πραγματικές δυσκολίες της ζωής .

Στην ανάπτυξη δημιουργικών δραστηριοτήτων.

.4.1.1.1 Η δημιουργία φιλίας[26] μεταξύ των παιδιών

Τα Πόκεμον λειτούργησαν ως πολύτιμοι καταλύτες στην κοινωνική λληλεπίδραση, όμως συχνά εξυπηρετούσαν και άλλους σκοπούς. Σε αρκετές εριπτώσεις, από παρατηρήσεις μας ή από συζητήσεις με τα παιδιά, διαπιστώσαμε ότι ι κοινωνικοί δεσμοί που σχηματίζονταν με τη χρήση των Πόκεμον, ξεπερνούσαν τα ρια μίας μόνο μεμονωμένης κοινωνικής σχέσης και συντελούσαν στη δημιουργία νήσιων, μακροχρόνιων δεσμών. Επειδή οι φιλίες των παιδιών βασίζονται κυρίως στα

Η καθαυτό φιλία ορίζεται ως μια επιλεκτική σχέση δυνάμενη να διαρκέσει, χαρακτηριζόμενη από ια αμοιβαία ευμένεια που δε θεμελιώνεται ούτε από συγγένεια... (Maisonneure., 2001. Μετ. ρηστάκης., 2001, σ. 104).

ινά ενδιαφέροντά τους και το χρόνο που περνούν μαζί παίζοντας, τα Πόκεμον ευκόλυναν στη δημιουργία νέων φίλων. Ένα κορίτσι σχολικής ηλικίας μας εξήγησε:

*[**Δήμητρα** ,12 χρόνων, αγροτική περιοχή]*

Και ξέρεις τι άλλο κάνουν τα Πόκεμον; Σε βοηθάνε να γνωρίσεις ανθρώπους. Μπορείς να πας σε κάποιον και να του πεις «Θες να ανταλλάξουμε;» και ύστερα γίνεστε φίλοι....

Ένα άλλο αγόρι μου είπε ότι οι φιλίες ήταν ένα απ' τα καλύτερα πράγματα ου κέρδισε χάρη στα Πόκεμον:

*[**Δημήτρης**, 9χρόνων, αστική περιοχή]*

ΔΗΜ: Πολλά παιδιά πιστεύουν ότι οι κάρτες είναι το καλύτερο στα Πόκεμον.

ΕΡΕΥΝ: Γιατί πιστεύεις ότι το νομίζουν αυτό;
ΔΗΜ: Νομίζω, επειδή έτσι είναι. Οι κάρτες είναι το καλύτερο , επειδή μπορείς να τις μαζεύεις εύκολα και δε χρειάζεσαι πολλές μπαταρίες ούτε ειδικά παιχνίδια, και πρέπει να παίζεις και με στρατηγική. Και μπορείς να κάνεις και νέους φίλους με αυτές, δεν παίζεις το παιχνίδι μόνος σου, να πατάς όλο κουμπάκια.

Τα Πόκεμον ήταν, σύμφωνα με τις ερμηνείες των παιδιών, εργαλεία για να τοκτήσουν νέους φίλους. Επίσης τα χρησιμοποιούσαν συχνά στις επαφές με τους ίλους τους:

*[**Χρήστο**ς, 10 χρονών , αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: Τι σε έκανε να αποφασίσεις να συμμετέχεις στο Πρωτάθλημα Πόκεμον;
ΧΡΗΣΤ.: Οι φίλοι μου, επειδή όλοι έπαιζαν και ήθελα να παίξω κι εγώ.
ΕΡΕΥΝ: Οι φίλοι σου είναι εδώ σήμερα;
[γνέφει θετικά]
ΕΡΕΥΝ: Έκανες νέους φίλους, όταν ήρθες εδώ;
ΧΡΗΣΤ: Ναι.
ΕΡΕΥΝ: Δηλαδή πόσους;
ΧΡΗΣΤ.: Πέντε.
ΕΡΕΥΝ: Πώς γίνατε φίλοι;
ΧΡΗΣΤ: Πρώτα είδαμε τα Πόκεμον στην τηλεόραση, έπειτα παίξαμε μαζί στα GameBoy...

Το Πόκεμον ήταν γι' αυτό το παιδί μια δραστηριότητα στην οποία ιμμετείχε, για να κάνει κάτι μαζί με τα άλλα παιδιά και ένας χώρος, όπου μπορούσε ι δημιουργήσει νέους φίλους, παίζοντας Πόκεμον.

Οι φιλίες, που αναπτύχθηκαν σε αυτά τα Πρωταθλήματα, άρχισαν να προσελκύουν ολλά παιδιά, όπως εξηγεί ο Κώστας, 12 ετών:

*[**Κώστας** , 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Και γιατί συνεχίζεις να έρχεσαι στο Πρωτάθλημα;*
ΚΩΣΤ: *Για να είμαι με τους φίλους μου, επειδή μένω μακριά. Μόνο εδώ μπορούμε να συναντιόμαστε.*
ΕΡΕΥΝ: *Ωραία. Δηλαδή πόσο μακριά μένεις;*
ΚΩΣΤ: *Στην Πετρούπολη.*
ΕΡΕΥΝ: *Και εκεί που μένεις δε διοργανώνουν Πρωταθλήματα Πόκεμον;*
ΚΩΣΤ: *Όχι*
ΕΡΕΥΝ: *Εντάξει. [γελάει] Λοιπόν, ποιους γνωρίζεις εδώ; Θέλω να πω, έκανες φίλους, όταν ήρθες εδώ, ή τους ήξερες από πριν;*
ΚΩΣΤ: *Εδώ τους γνώρισα.*
ΕΡΕΥΝ: *Και τους βλέπεις συχνά ;*
ΚΩΣΤ: *Ναι.*

Μερικά παιδιά είπαν ότι το κοινό ενδιαφέρον, που είχαν για τα Πόκεμον με ους φίλους τους, ενίσχυσε τις σχέσεις τους:

*[**Μιχάλης** , 12 χρονών , αστική περιοχή]*

ΜΙΧ: *....μαζί με τους φίλους μου και μερικά παιδιά στο σχολείο που τους αρέσουν τα Πόκεμον, κάνουμε ανταλλαγές, όταν πάμε ο ένας στο σπίτι του άλλου. Κι έτσι κάνουμε πολλές ανταλλαγές και βοηθάω το φίλο μου να συμπληρώσει τις κάρτες του.*
ΕΡΕΥΝ: *Ήσασταν φίλοι και πριν ξεκινήσετε να παίζετε Πόκεμον;*
ΜΙΧ: *Ναι. Αλλά τα Πόκεμον μας ένωσαν.*

Το συγκεκριμένο δεκάχρονο παιδί είχαμε την ευκαιρία να το ρακολουθήσουμε να συνδέεται φιλικά με ένα άλλο αγόρι σε ένα πρωτάθλημα. νωρίστηκαν παίζοντας μεταξύ τους, την πρώτη μέρα που ο Μιχάλης ήρθε στο ρωτάθλημα. Έπειτα προσφέρθηκε να τον βοηθήσει να οργανώσει πιο στρατηγικά ς κάρτες του. Μετά από περίπου ενάμιση μήνα, τους είδαμε να συνεργάζονται και ους μιλήσαμε για δεύτερη φορά. Έμοιαζαν χαλαροί μεταξύ τους, έδιναν ο ένας στον λλο συμβουλές και συνεργάζονταν, ενώ αστειεύονταν σαν κανονικοί φίλοι. Στη ιάρκεια της συζήτησης, παραδέχτηκαν εμμέσως ότι είχαν αναπτύξει μια πραγματική ιλία μεταξύ τους.

Ο Μιχάλης βοήθησε τον Άρη να βρει κάποιες κάρτες που νόμιζε ότι είχε χάσει:

Μιχάλης *[βγάζοντας τις κάρτες από την τσάντα του Άρη]*: Τις βρήκα!

ΜΙΧ: *Α, εδώ είναι!*
ΑΡ: *Ουφ, ευτυχώς! [γελάει]*
ΜΙΧ: *Ναι, είδες;*
ΑΡ: *Εδώ μέσα ήτανε;*
ΜΙΧ: *Ναι, βλέπεις, είσαι τυχερός που έχεις φίλους στους οποίους αρέσει να Ψάχνουν τις τσάντες των άλλων και... (γελάει)Θα τις έβαλες σε λάθος μέρος πριν.*
ΑΡ: *Μπορεί!*

Τα παιδιά είχαν καταφέρει να γίνουν πραγματικοί φίλοι, ξεκινώντας από ένα παιχνίδι με τα Πόκεμον.

*[**Χριστίνα**, 10 χρονών, αστική περιοχή]*

Μου αρέσουν τα Πόκεμον, γιατί είναι ένας τρόπος παιχνιδιού και μπορείς να κάνεις φίλους , αρκεί να γνωρίζουν καλά τα Πόκεμον.

*[**Δήμητρα**, 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

Το καλοκαίρι είχαμε επισκεφθεί με τους γονείς μου την Κω, εκεί γνώρισα και άλλα παιδιά που είχαν κάρτες Πόκεμον...παίζαμε με τις κάρτες ...έτσι γίναμε μια παρέα φίλων και περάσαμε πολύ ωραία στο νησί.

Συζητώντας με τα παιδιά και παρατηρώντας τις κοινωνικές τους αλληλεπιδράσεις, ήταν προφανές ότι τα Πόκεμον τα βοηθούσαν να ανακαλύψουν και να δημιουργήσουν νέους φίλους. Ωστόσο δεν μπορέσαμε να τεκμηριώσουμε ποιες φιλίες απ' όσες σχηματίστηκαν συνεχίστηκαν και μετά την παρακμή του φαινομένου των Πόκεμον. Μ' άλλα λόγια δεν ήταν προφανές, εάν μερικά απ' αυτά τα παιδιά παρέμειναν φίλοι ακόμη και όταν το κοινό τους ενδιαφέρον για τη δραστηριότητα είχε περάσει, ειδικά μετά το κλείσιμο των Πρωταθλημάτων Πόκεμον.

Όμως ήταν ολοφάνερο ότι στα παιδιά που ήταν ήδη φίλοι, το κοινό τους ενδιαφέρον για τα Πόκεμον τα βοήθησε να συνδεθούν στενότερα.

.4.1.1.2 Η υπέρβαση του ηλικιακού χάσματος μεταξύ των παιδιών

Ένα από τα κοινωνικά χάσματα που γεφύρωσαν τα Πόκεμον ήταν η διαφορά την ηλικία. Τα παιδιά έπαιξαν Πόκεμον με άλλα μικρότερά τους ή πολύ εγαλύτερα, ακόμη και με εφήβους και ενήλικες.

*[**Δημήτρης**, 10 χρονών, αγροτική περιοχή]*

> *Δε χρειάζεται να ξέρεις κάποιον για να παίξεις Πόκεμον Βγαίνεις έξω και παίζεις...βρίσκεις άγνωστα παιδιά και παίζεις, μπορεί να είναι και μεγαλύτερα...αρκεί να ξέρουν τι κάνουν τα Πόκεμον...μόνο αυτό χρειάζεται.*

Ιερικά παιδιά θεώρησαν ότι όχι μόνο τους παρέχονταν η δυνατότητα να έρθουν σε παφή με μεγαλύτερα παιδιά, αλλά ήταν και ένας τρόπος να υπερβούν το ηλικιακό άσμα και την παντογνωσία των μεγαλύτερων.

*[**Αλέξανδρος**, 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

> *Μα με τα Πόκεμον παίζουμε...ψάχνουμε...ανακαλύπτουμε, γινόμαστε φίλοι, αγόρια και κορίτσια από διαφορετικά μέρη ...δεν κοιτάζουμε πόσο χρονών είναι κάποιος, αρκεί να ξέρεις να τα χρησιμοποιείς, έχω δει μικρότερα παιδιά από εμένα να παίζουν και να κερδίζουν μεγάλους...μα δεν είναι φοβερό οι μικροί να φαίνονται μεγάλοι και οι μεγάλοι να σε παρακαλάνε να τους εξηγήσεις...Χα! Χα! Πολύ μου αρέσει αυτό, οι μεγάλοι δεν είναι παντογνώστες...δεν τα ξέρουν όλα.*

Άποια άλλα θεώρησαν ότι με τα Πόκεμον τους δίνονταν η δυνατότητα αφενός να περβούν το ηλικιακό χάσμα και αφετέρου να καταξιωθούν.

*[**Χριστόφορος**, 12 χρονών, αστική περιοχή]*

> *Γιατί έτσι με υπολογίζουν τα μεγαλύτερα παιδιά, τους νικάω στους αγώνες ...έχω κερδίσει δύο πρωταθλήματα, δε με θεωρούν πλέον μικρό.*

Ένα απόγευμα σε ένα πάρκο μιλήσαμε με το ***Γιάννη***, ένα εντεκάχρονο παιδί: *Οι φίλοι ου έπαιζαν στο πάρκο δίπλα μας όση ώρα μιλούσαμε. Όταν τον ρωτήσαμε πόσο ρονών ήταν, έμεινε έκπληκτος, καθώς άκουσε ότι ο Βαλάντης ήταν μόνο οκτώ ρονών, τρία χρόνια μικρότερός του δηλαδή, μια διαφορά που μοιάζει σημαντική για τα αιδιά.*

ι αστεία, τα πειράγματα και τα γέλια ανάμεσά τους, ήταν μέρος της γενικής μόσφαιρας που επικρατούσε και ήταν προφανές ότι τα παιδιά απολάμβαναν την ιρέα. Αν είχαν γνωριστεί στο σχολείο ή κάπου αλλού, όπου η ηλικία είναι μαντική παράμετρος, αυτά τα αγόρια μπορεί να μην είχαν γίνει τόσο καλοί φίλοι, ιως επειδή η ηλικία δε διαδραματίζει τόσο σημαντικό ρόλο στο μικρόκοσμο των όκεμον, δε σκέφτηκαν να ρωτήσουν ο ένας τον άλλον πόσο χρονών ήταν κι έτσι δε μιούργησαν κανένα κοινωνικό εμπόδιο μεταξύ τους.

Αλλά και στα Πρωταθλήματα δεν ήταν ασυνήθιστο να παρατηρούμε νεαρά ιδιά που έπαιζαν με ενήλικες.

Είδαμε τη ***Φανή***, 8 χρονών, να ανταλλάσσει κάρτες με μια μεγάλη γυναίκα και το ο της, μας φάνηκε ότι η Φανή ήταν περισσότερο αποφασιστική στη συναλλαγή, χρά το νεαρό της ηλικίας της:

> *Η μητέρα του Κ. Δ. ανταλλάσσει κάρτες με τη Φανή. Η Φανή κοιτάζει τις κάρτες σε έναν οδηγό που έχει σχήμα περιοδικού.*
> *ΦΑΝΗ: Εδώ είναι όλες οι πληροφορίες. Βλέπεις πόσο χρήσιμος είναι ο οδηγός;*
> *ΜΗΤ.: Ναι. Που το βρήκες;*
> *ΦΑΝΗ: Δεν ξέρω.*
> *Κ.Δ [φωνάζει, ενώ παίζει με ένα άλλο μέλος του Πρωταθλήματος]: Τι κάρτα θέλει μαμά;*
> *ΜΗΤ.: Δεν ξέρω. Θα σου πω, όταν αποφασίσει.*
> *ΦΑΝΗ: Θα σου δώσω δύο Abra για ένα Hypno.*
> *ΜΗΤ.: Πώς γράφεται αυτό; Δεν έπρεπε να χα βγάλει τα γυαλιά μου.*
> *ΦΑΝΗ: H-Y-P-N-O.*
> *Ο Κ.Δ. αφήνει το παιχνίδι και μιλάει με τη μητέρα του, πριν συμφωνήσουν για την ανταλλαγή.*

Η **Φανή** ήταν μόλις οκτώ χρονών, αλλά είχε πρόσβαση στις

ώσεις που χρειαζόταν (και ήξερε πώς να τις χρησιμοποιήσει), ενώ είχε

την κατοχή της την κάρτα που ήθελαν ο Κ.Δ. και η μητέρα του. *Έτσι,*

ισκόταν σε μια θέση πλεονεκτική, που της επέτρεπε να ελέγχει αυτή το

τοτέλεσμα της συναλλαγής. Άρα, στο πλαίσιο της κουλτούρας των

όκεμον, ένα νεαρό παιδί μπορεί να έχει μεγαλύτερο έλεγχο σε μια

ιτάσταση απ' ότι ένας έφηβος ή ένας ενήλικας και να ξεπερνιέται το

ισμα της ηλικίας.

Τα Πόκεμον προσέφεραν στα παιδιά τρόπους όχι μόνο να γεφυρώσουν το ικιακό χάσμα με ενήλικες, αλλά και να αντιστρέψουν τις κανονικές θέσεις που

ίζονται σύμφωνα με την ηλικία, γεγονός που επέτρεψε στα παιδιά να υποδυθούν λους διδακτικούς και συμβουλευτικούς σε ανθρώπους που είχαν τα διπλά τους όνια.

4.1.1.3 Η υπέρβαση της εθνικής καταγωγής

το καθημερινό κοινωνικό πλαίσιο των παιδιών, οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις (και ιαίτερα στο παιχνίδι) τείνουν να διαχωρίζονται σύμφωνα με το φύλο και την ιταγωγή (Golombok & Fivush, 1994). Με τα Πόκεμον όμως κορίτσια και αγόρια αφόρων εθνικοτήτων παίζουν ανταγωνιστικά μεταξύ τους, δημιουργώντας την καιρία και για άλλα είδη κοινωνικής αλληλεπίδρασης, όπως είναι οι συνομιλίες, όμη και η πραγματική φιλία, χωρίς να τα εμποδίζει η καταγωγή και το φύλο τους. αρακολουθήσαμε μια <<φιλική μάχη>> ανάμεσα στο Μάικ και την Τζένη, δυο ιδιά στο Πρωτάθλημα της Wizards of the Coast, που είχε άριστες προοπτικές να ξελιχθεί σε κανονική φιλία:

*Ένα κορίτσι με σπαστά καστανά μαλλιά και φακίδες (περίπου 10 ετών, «**Τζένη**») φωνάζει ένα αγόρι λατινικής καταγωγής που φορά ένα καπέλο Πόκεμον (περίπου 10 ετών, «**Μάικ**») κάθεται στο διπλανό τραπέζι.*

***Τζένη**: Παίζεις με κανέναν τώρα;*
***Μάικ**: Όχι.*
***Τζένη**: Θες να παίξουμε;*
***Μάικ**: Εντάξει.*
Η Τζένη πλησιάζει το τραπέζι του...
... κάθεται απέναντι απ' το Μάικ, που έχει απλώσει ένα χάρτινο ταμπλό για το παιχνίδι. Καθώς ετοιμάζονται, ο Μάικ σχολιάζει γελώντας: «Ωραία, μάλλον έχω χάσει ήδη!». Βάζουν τις κάρτες τους στο τραπέζι.. Ο Μάικ λέει «δεν το βλέπω να κερδίζω». Γελάει και της λέει ότι κέρδισε κατά λάθος την τελευταία φορά, επειδή το αγόρι με το οποίο έπαιζε είχε πονοκέφαλο και δεν μπορούσε να σκεφτεί. Η Τζένη ανέφερε ότι κι αυτή από τύχη είχε κερδίσει τον τελευταίο αγώνα. Ρωτάνε ο ένας τον άλλο τι κάρτες έχουν. Ο Μάικ λέει για τις δικές του κάρτες και η Τζένη ότι έχει κάρτες φωτιάς Τους ρωτήσαμε αν μπορούμε να παρακολουθήσουμε το παιχνίδι τους, εξηγώντας την ιδιότητά μας. Σε ολόκληρο τον αγώνα, ο Μάικ και αργότερα η Τζένη μας εξήγησαν μερικά στοιχεία από το παιχνίδι. Και οι δύο μας έδειχναν τις κάρτες που τους έτυχαν και που τις θεωρούν πολύτιμες.
...Όταν τελειώνει η σειρά του Μάικ, η Τζένη λέει: «Ξέρεις τι ξέχασες να κάνεις; Να γιατρευτείς». [εννοεί να γιατρέψει το Πόκεμόν του]
Μάικ: Δεν πειράζει, νιώθω μια χαρά! [Σφίγγει τη γροθιά του]...
... περιμένοντας μια κίνηση της Τζένης λέει «Έχασα!»
Τζένη: Όχι, όχι ακόμα. Θέλω να έχει ενδιαφέρον ο αγώνας.

Του κάνει μια πρόταση για μια στρατηγική που μπορεί να χρησιμοποιήσει για να είναι πιο «δύσκολος» ο αγώνας και να τον κερδίσει... Όταν τελειώνουν το παιχνίδι, σφίγγουν τα χέρια τους . Ο Μάικ λέει: «Χάρηκα που έπαιξα μαζί σου». Ρωτάω αν έχουν ξαναπαίξει και μου λένε όχι. Ένα αγόρι στην άλλη πλευρά του τραπεζιού φωνάζει την Τζένη. «Παίζουμε;» Η Τζένη συμφωνεί. Η Τζένη και ο Μάικ λένε πως θέλουν να παίξουν πολλούς αγώνες σήμερα. Τζένη : «Να παίξουμε ξανά, όταν τελειώσω με το άλλο παιδί». Ο Μάικ συμφωνεί και τη ρωτάει αν θέλει να κανονίσουν μια ανταλλαγή για τον Gengar. Εκείνη του προσφέρει τον Alakazam. Βγάζουν τις κάρτες τους. Καθώς ο Μάικ βγάζει έξω τον Gengar λέει: «Θα τον χρησιμοποιείς μόνο στο παιχνίδι, έτσι δεν χρειάζεται να είναι τέλειος». Η Τζένη κοιτάζει την κάρτα και του λέει ότι είναι «πολύ γρατζουνισμένη». Εκείνος εξηγεί ότι οι γρατσουνιές είναι «απ' το παιχνίδι». Αποφασίζουν ότι η ανταλλαγή είναι δίκαιη και η Τζένη προσφέρεται να δείξει στο Μάικ τις γιαπωνέζικες κάρτες της. Του δείχνει διάφορες σελίδες με κάρτες στο ντοσιέ της και μία λυγισμένη κάρτα. Η Τζένη του λέει ποιες είναι σπάνιες. Ο Μάικ απαντάει πως η αδερφή του έχει την αμερικάνικη έκδοση και την αντάλλαξε κατά λάθος. Η Τζένη βγάζει έναν Chancey που είναι πολύ γρατζουνισμένος, εξηγώντας ότι βρήκε την κάρτα πάνω σε ένα τραπέζι. Ο Μάικ σχολιάζει πως η κάρτα είναι σε άσχημη κατάσταση, σημειώνοντας ότι δε φαίνεται η επένδυση του ολογράμματος από τις γρατζουνιές. Η Τζένη του λέει: «Δεν θα μπορέσω έτσι να κάνω ανταλλαγές» κι εκείνος απαντάει «αποκλείεται». Τελειώνουν τη συζήτησή τους λέγοντας πως θέλουν να μαζέψουν πολλούς πόντους σήμερα κι ύστερα ο Μάικ λέει «ευχαριστώ που παίξαμε».

(Σημείωση πεδίου έρευνας).

Οι φιλικές συζητήσεις ανάμεσα στα δύο παιδιά ήταν κάτι το ξεχωριστό με εδομένο ότι και τα δυο είχαν παίξει για πρώτη φορά και αυτό ήταν ιδιαίτερα ξιοπρόσεκτο, επειδή τα παιδιά ανήκαν σε διαφορετικό φύλο και επιπλέον ατάγονταν από διαφορετικές χώρες. Ξεκινώντας να συζητούν για το παιχνίδι, ιλούσαν γενικά , έδιναν και έπαιρναν φιλικές συμβουλές. Επίσης, ενώ η Τζένη είχε δη κανονίσει ένα παιχνίδι με άλλο αντίπαλο, όταν τέλειωσε με το Μάικ, αθυστέρησε το παιχνίδι τους για να προχωρήσει σε μια ανταλλαγή μαζί του, υζήτησαν για τις συλλογές τους και ανέλυσαν τους στόχους τους για το ρωτάθλημα. Το σημαντικότερο είναι μάλιστα ότι αποφάσισαν να ξαναπαίξουν ργότερα.

Μάικ και η Τζένη ίσως να ήταν ιδιαίτερα κοινωνικά παιδιά, αλλά σε άλλες όψεις ης καθημερινότητας των παιδιών της ηλικίας τους υπάρχουν ελάχιστες ευκαιρίες κόμη και γι' αυτά που είναι ιδιαίτερα κοινωνικά και γνωρίζουν νέους φίλους ντίθετου φύλου διαφορετικής εθνικότητας .

Τα Πόκεμον ήταν το μέσο να υπερβούν την εθνική καταγωγή και να έρθουν σε ταφή παιδιά από διαφορετικά κράτη.

*[**Δήμητρα** , 12 χρονών, αγροτική περιοχή]*

...και ξέρεις τι άλλο κάνουν τα Πόκεμον ; Σε βοηθάνε να γνωρίσεις ανθρώπους από άλλες χώρες. Μπορείς να πας σε κάποιον και να του πεις: << θες να ανταλλάξουμε κάρτες , ή βλέπεις Πόκεμον; >> και ύστερα γίνεσαι φίλος.

*[**Κορίνα** , 12 χρονών, αστική περιοχή]*

Τα Πόκεμον μου έδωσαν την ευκαιρία να κάνω μια φίλη από την Τουρκία. Βρεθήκαμε στο Παρίσι το καλοκαίρι που μας πέρασε στη Ντίσνεϋλαντ ...φορούσε μια μπλούζα με τον Πίκατσου , την ίδια φορούσα και εγώ, είχε ένα βιντεογκέιμ και έπαιζε, έτσι στο τρενάκι που μας έκανε βόλτα, αρχίσαμε να μιλάμε για τα Πόκεμον, κάναμε παρέα τις υπόλοιπες ημέρες, τώρα αλληλογραφούμε...το καλοκαίρι θα τους επισκεφθούμε στην Κωνσταντινούπολη.

*[**Χριστίνα** , 10 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

Θα σου πω τι έγινε με τον αδερφό μου που είναι μεγαλύτερος, πήγαμε μια φορά σε αγώνα πρωταθλήματος στο ξενοδοχείο Κάραβελ, επειδή εγώ δεν ήξερα πώς παίζουν, παρακολουθούσα στην τηλεόραση Πόκεμον. Δίπλα μου καθόταν ένα άλλο κορίτσι από την Ιαπωνία που οι γονείς του εργάζονταν εδώ. Μου είπε πολλά για τα Πόκεμον και γίναμε φίλες... μιλάμε πολλές φορές στο τηλέφωνο, πήγα στα γενέθλιά της, μπορεί να μην είναι Ελληνίδα, αλλά εγώ την αγαπώ πολύ...το καλοκαίρι θα την καλέσω στο εξοχικό μας, στους Αγίους Θεοδώρους.

Η κουλτούρα των Πόκεμον, όπως την παρατηρήσαμε, αν και αριθμούσε στα έλη της παιδιά με διαφορετικές καταγωγές, ήταν ενοποιημένη. Συναντήσαμε παιδιά πό διαφορετικά κράτη αλλά και ηπείρους να συμμετέχουν σε εκδηλώσεις των Ιόκεμον ή σε δραστηριότητες σχετικές με αυτά, αλλά το σημαντικότερο είναι ότι υτά *έπαιζαν μεταξύ τους*. Για παράδειγμα, όλες οι αλληλεπιδράσεις, που εριγράψαμε παραπάνω, παρουσίαζαν διακυμάνσεις στην καταγωγή. Μερικοί ονείς στα Πρωταθλήματα Πόκεμον σχολίασαν την πολυποίκιλη φύση των λληλεπιδράσεων σε αυτά, όπως η κ. ***Νταίζη***, μητέρα δύο παιδιών μας εξήγησε γιατί ης άρεσε τα παιδιά να συμμετέχουν στο Πρωτάθλημα:

ΝΤΑΙΖΗ: *Το άλλο θέμα είναι τα φυλετικά ζητήματα, που είναι κι ένα τεράστιο πρόβλημα στην κουλτούρα μας, αλλά κοίταξε εδώ, βλέπεις κάποια συγκεκριμένη φυλή; Εννοώ, βλέπεις μία μόνο φυλή να κυριαρχεί στην αίθουσα ή να αποκλείεται κάποια άλλη;*

ΕΡΕΥΝ: *[Κοιτάζω γύρω και βλέπω πολλά παιδιά ασιατικής, αμερικάνικης καταγωγής, δυο παιδιά λατινικής καταγωγής και αρκετά μαύρα παιδιά] Όχι , έχεις δίκιο.*

ΝΤΑΙΖΗ: *Δες, στο τραπέζι που κάθεται ο μικρός μου γιος, που είναι εξίμιση ετών, υπάρχει ένα παιδί που μοιάζει ισπανικής καταγωγής, ένα αφρικανικής και ένα ιαπωνικής . Και ύστερα ο γιος μου γεννήθηκε στη Ρωσία. Νομίζω ότι αυτό είναι καλό, γιατί μαθαίνει στα παιδιά να συνεργάζονται. Η απομόνωση είναι βασικά το ίδιο με το ρατσισμό, κι έτσι για μένα αυτό το Πρωτάθλημα είναι σημαντικό. Και νομίζω ότι αυτό γίνεται, γιατί με τα Πόκεμον ξεπερνιούνται οι καταγωγές, αρέσουν σε όλους. Δεν είναι συγκεκριμένα, δεν απευθύνονται δηλαδή.... Όμως εδώ, έρχονται παιδιά από παντού.*

Πολύ συχνά, οι αλληλεπιδράσεις στα Πόκεμον ήταν πολυποίκιλες και εδηλώνονταν με περισσότερους από έναν τρόπους. Αυτό ήταν ιδιαίτερα εμφανές πό παρατηρήσεις σε διαπολιτισμικά σχολεία. όπου είδαμε παιδιά από διάφορες θνικές ομάδες (και προφανώς και από διάφορα κοινωνικοοικονομικά υπόβαθρα) να λληλεπιδρούν μεταξύ τους.

Τα Πόκεμον ήταν ο λόγος για τον οποίο παιδιά διαφόρων ηλικιών. θνικοτήτων και φύλων σχημάτισαν φιλίες με ανθρώπους που ίσως υπό άλλες υνθήκες να μην είχαν συνάψει ποτέ.

.4.1.1.4 Η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης, συλλογικότητας και συνεργασίας ανάμεσα στα παιδιά

Η λειτουργία των Πόκεμον στην ύφανση ιστών κοινωνικής συνοχής εδηλώθηκε με μια γενική αίσθηση εμπιστοσύνης, συλλογικότητας και συνεργασίας, ου επικρατούσε ανάμεσα στα παιδιά που συμμετείχαν στο μικρόκοσμο των όκεμον:

Ένα αγόρι (περίπου 8-9 ετών) σταματάει σε ένα τραπέζι που παίζουν άλλα παιδιά και λέει:
«Συγνώμη, έχασε κανείς αυτά;» και τους δείχνει δυο μικρά κόκκινα ντοσιέ με κάρτες. Τα αγόρια κοιτάζουν τα ντοσιέ αλλά κανένα δεν τα ζητάει. Το αγόρι με το πράσινο πουλόβερ δίνει τα ντοσιέ στον υπεύθυνο του καταστήματος και του λέει ότι σίγουρα αυτός που το έχασε θα το αναζητήσει.
(Σημείωση πεδίου έρευνας).

Αν τα παιδιά κρατούσαν τις χαμένες κάρτες ή έλεγαν ψέματα ότι ανήκαν σε τά, θα μπορούσαν να τις πουλήσουν ή να τις προσθέσουν στις συλλογές τους.
ο γεγονός ότι τις επέστρεψαν δείχνει την προσωπική ακεραιότητα των παιδιών που μμετείχαν, αλλά το σημαντικότερο, τον τρόπο με τον οποίο τα μέλη του ερόκοσμου των Πόκεμον ανέπτυσσαν τη συνεργασία τους. Η οικοδόμηση οιβαίας εμπιστοσύνης ήταν επίσης ένας σημαντικός παράγοντας στη δημιουργία ς κοινότητας των Πόκεμον και εκδηλώθηκε στις ανταλλαγές ή το παιχνίδι.
ην παρακάτω παρατήρηση, δυο αγόρια στον αύλιο χώρο ενός σχολείου ταλλάσσουν κάρτες και προσπαθούν να φερθούν δίκαια, αναγνωρίζοντας την πιστοσύνη μεταξύ τους:

- Πώς νομίζεις ότι μπορούμε να κάνουμε δίκαιη ανταλλαγή;
- Δεν με πειράζει, όπως νομίζεις εσύ. Σκεφτόμουν ποιες κάρτες μπορώ να χρησιμοποιήσω. Όλες αυτές, σίγουρα. [δείχνοντας μια ομάδα κάρτες που έχουν απλωθεί μπροστά του].
Συμφωνούν για τις κάρτες.
- Σου έκανα πολύ καλή πρόταση.
- Έλα να το κανονίσουμε κι ύστερα να παίξουμε.

(Σημείωση πεδίου έρευνας).

παιδιά εξέφραζαν την εμπιστοσύνη τους και εκτός των πρωταθλημάτων, ίζοντας δίκαια.

Πόπη, 11 χρονών είχε στη συλλογή της και μερικές ιαπωνικές κάρτες Πόκεμον υ της είχε φέρει ο πατέρας της. Μπορούσε να διαβάζει τι έλεγαν, επειδή ο μπαμπάς ς ήταν ναυτικός και της είχε εξηγήσει πώς να συγκρίνει τις ιαπωνικές με τις ερικάνικες εκδόσεις :

ΈΥΝ: Δηλαδή χρησιμοποιείς στο παιχνίδι τις γιαπωνέζικες κάρτες;
ΟΠ : Όχι. Δεν παίζω με αυτές εκτός αν ξέρω τι λένε και στις περισσότερες δεν καταλαβαίνω ακόμη.
ΈΥΝ: Αλλά αν ξέρεις τι λένε, τις χρησιμοποιείς;
ΟΠ: Ναι, αν ξέρω τις χρησιμοποιώ σχεδόν πάντα.
ΈΥΝ: Όταν όμως παίζεις με τις γιαπωνέζικες κάρτες, τι γίνεται αν ο συμπαίκτης σου καταλαβαίνει τι λένε, σε εμπιστεύονται;
ΟΠ: Τους το λέω εγώ. Δε χρειάζεται βέβαια, αλλά είναι καλό να το λες, στα Πόκεμον είναι βασικός κανόνας να λέμε την αλήθεια.
ΈΥΝ: Σε έχει ρωτήσει ποτέ κανείς αν ξέρεις τι λένε οι κάρτες;
ΟΠ: Μερικές φορές ναι, όταν τις χρησιμοποιώ στο παιχνίδι δηλαδή. Συνήθως όμως το αποφεύγω, γιατί πολλά παιδιά δεν τις καταλαβαίνουν, επειδή είναι στα γιαπωνέζικα....και εγώ δε θέλω να νομίζουν ότι τους κλέβω...

Η εξήγηση της Πόπης αποδεικνύει ότι οι συμπαίκτες της την εμπιστεύονται ιι δέχονται ότι τους λέει πάντα την αλήθεια και δεν τους παραπλανά. Κι εκείνη ους δίνει πληροφορίες, παρότι, όπως είπε, δεν είναι υποχρεωμένη να αποκαλύπτει τα ιντα.

Μερικά παιδιά εξέφρασαν ακόμη περισσότερη εμπιστοσύνη προς τα άλλα, ποιώντας τις συλλογές τους.. Αντί λοιπόν να λειτουργήσουν ανταγωνιστικά, τοφάσισαν να ενώσουν τις συλλογές τους, όπως μας εξήγησαν:

ΠΟΠΗ*... οι δυο μας συμφωνήσαμε να ενώσουμε τις κάρτες μας....έτσι τώρα ο φίλος μου μπορεί να κρατάει τις κάρτες μου κι εγώ τις δικές του. Αν θέλει όμως να ανταλλάξει μια κάρτα μου, πρέπει να συμφωνήσουμε και οι δύο. Έτσι μπορεί να χρησιμοποιεί ο ένας τις κάρτες του άλλου....*
Αυτό δεν μπορείς να το κάνεις, αν δεν έχεις ενώσει τη συλλογή σου μαζί με κάποιον άλλο.(Σημείωση πεδίου έρευνας)

Ενώνοντας τις συλλογές τους άρχισαν να ασχολούνται από κοινού με τα όκεμον και εμπιστεύονταν ο ένας τον άλλο, γνωρίζοντας ότι κανείς δε θα πουλούσε θα αγόραζε τις κάρτες χωρίς να έχει τη σύμφωνη γνώμη του άλλου.

*[**Ηλίας** , 12 χρονών, αστική περιοχή]*

> *Μου αρέσει να παρακολουθώ Πόκεμον, γιατί έτσι έχω βρει και άλλα 4 παιδιά που τους αρέσουν ... κάναμε μια ομάδα και συγκεντρώνουμε μαζί κάρτες, έτσι εκτός από αυτές που έχει ο καθένας μας, έχουμε και κοινή συλλογή με τις πιο σπάνιες, δηλαδή συνεργαζόμαστε, είμαστε μια ανίκητη ομάδα...σ' ένα πρωτάθλημα ήρθαμε πρώτοι...*

*[**Νίκη** , 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

> *Τα Πόκεμον σου μαθαίνουν την αγάπη, τη συνεργασία...*

*[**Μηνάς** , 9 χρονών, αγροτική περιοχή]*

> *Ναι, συνεργάζομαι με τους φίλους μου, όπως και η ομάδα του Ας.*

ν και σε πολλές δημοσιεύσεις για το φαινόμενο των Πόκεμον, έγιναν αναφορές σε ριστατικά κλοπών («Pokemon craze...», 1999, Chua-Eon & Larimer, 1999) και

ράγματι υπήρξαν τέτοια περιστατικά. Όμως σε επίπεδο καθημερινών επαφών στο κρόκοσμο των Πόκεμον, η εμπιστοσύνη ήταν ισχυρότερη από ότι στην εμφάνιση τοιων περιπτώσεων.

ραστηριότητες όπως οι κοινές συλλογές καρτών Πόκεμον, ήταν άλλη μια έκφραση οικτής εμπιστοσύνης, όπως αυτή βρήκε δίοδο μέσα από ένα καταναλωτικό προϊόν.

4.1.1.5 Η δημιουργία οικογενειακών σχέσεων.

Τα Πόκεμον ήταν ένα πολύτιμο εργαλείο για την οικοδόμηση εμπιστοσύνης αι την ανάπτυξη κοινωνικών επαφών στα παιδιά, αλλά και σε μερικές περιπτώσεις κοινωνική συνοχή που εξύφαναν ξεπέρασε τους μικρούς συνομήλικους και τεκτάθηκε στις οικογένειές τους. Στο μικρόκοσμο Πόκεμον εκτός των παιδιών υμμετείχαν και οι γονείς. Μερικοί από αυτούς ανέφεραν μάλιστα ότι έπαιζαν όκεμον με τα παιδιά τους στο σπίτι:

*[**Βασίλης**, πατέρας ενός παιδιού 8 ετών, ημιαστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Λοιπόν, το πρώτο που θα ήθελα να μου πεις είναι πώς έμαθες για τα Πόκεμον ως πατέρας.*

ΒΑΣ: *Ε, σίγουρα απ' το γιο μου. Για την ακρίβεια, η μαμά του κι αυτός άρχισαν να παίζουν παιχνίδια του GameBoy...έπαιζαν, παρακολουθούσαν στην τηλεόραση....έτσι τα έμαθα κι εγώ ...[γελώντας]*

Μερικά παιδιά επίσης ανέφεραν ότι έπαιζαν με τους γονείς τους:

*[**Μαρίνα**, 8 χρονών , αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Παίζεις ποτέ [το παιχνίδι ανταλλαγής καρτών Πόκεμον] με τη μαμά σου;*

ΜΑΡ: *Συχνά...αλλά δεν τα καταλαβαίνει και πολύ...*

Γονείς και παιδιά συγκέντρωναν μαζί κάρτες.

Ιαρατηρήσαμε παιδιά και γονείς να ενθουσιάζονται εξίσου με τα συλλεκτικά αιχνίδια που είχαν μέσα τα παιδικά γεύματα:

Στο τραπέζι στα δεξιά μου, μια οικογένεια παρήγγειλε τέσσερα γεύματα.....Πρώτη αντίδραση των αγοριών ήταν να ανοίξουν τις μπάλες Πόκεμον που κέρδισαν ...μιλάνε για την ανταλλαγή φιγούρων...Για το φαγητό

κανένα ενδιαφέρον....Το μελαχρινό αγόρι κέρδισε τον Sandshrew. Παρακολουθεί τον μπαμπά του που κοιτάζει τη μπάλα.
Μελαχρινό αγόρι: *Κι ο μπαμπάς κέρδισε Sandshrew.... Το δικό του είναι μεγαλύτερο.*
Ο πατέρας λέει στα παιδιά να μαντέψουν ποιο Πόκεμον του έτυχε. Δεν είναι ούτε ο Πικατσού ούτε ο Sandshrew.
Μελαχρινό αγόρι: *Ο Mewtwo;*
Δεν έμαθα τι είχε τύχει στον πατέρα, γιατί δεν άκουσα την υπόλοιπη συζήτηση ...Το φαγητό όμως παρέμεινε στην άκρη του τραπεζιού..

Ο πατέρας σε αυτή τη σκηνή φαίνεται ότι ήταν κι αυτός ένας συλλέκτης, αφού εν έδωσε το παιχνίδι στα παιδιά του. Ωστόσο, ακόμη κι αν δεν ήταν ο ίδιος υστηματικός συλλέκτης, οι γνώσεις του για τους ήρωες των Πόκεμον του επέτρεπαν α απολαύσει μια χαρούμενη κοινωνική δραστηριότητα με τους γιους του στην πογευματινή έξοδό τους.

Άλλοι, ελάχιστοι γονείς μεγαλύτερων παιδιών έπαιζαν επίσης στους αγώνες εχωριστά απ' τα παιδιά τους, όπως η μητέρα της Νάνσυ, 9 ετών και της Ελένης, 6 τών. Αυτοί οι γονείς είχαν δικές τους συλλογές καρτών, δικά τους βιβλία ραβεύσεων και συγκέντρωναν πόντους ξεχωριστά απ' τα παιδιά τους. Ήταν ροφανές ότι τους άρεσε να συμμετέχουν στην κουλτούρα των Πόκεμον, αλλά το ύριο κίνητρό τους ήταν η επιθυμία να συμμετέχουν σε κάτι που άρεσε στα παιδιά ους. Μια μητέρα μού εξήγησε:

ΕΡΕΥΝ: *Πιστεύεις ότι το γεγονός πως ξέρεις για τα Πόκεμον και συμμετέχεις πιο πολύ απ' ότι οι περισσότεροι γονείς, είναι σημαντικό για τα παιδιά σου; Πιστεύεις δηλαδή πως τους αρέσει που γνωρίζεις τα Πόκεμον;*
ΛΕΝΑ: *Νομίζω πως ναι... μπορούν να μιλήσουν μαζί μου γι' αυτά. Και αυτό είναι σημαντικό. Το άλλο είναι ότι σε κάνει να αισθάνεσαι πως είσαι καλύτερος γονιός. ..είσαι κοντά στα παιδιά σου.... καταφέρνεις να συμμετέχεις, να μη μένεις στο περιθώριο. Μ' αρέσει που μαζεύω κάρτες. Βέβαια, αν ερχόμουν κι άρχιζα να τσακώνομαι με κάποιον απ' τους φίλους του για τις κάρτες θα ήταν περίεργο, αλλά επειδή ξέρω για τα Πόκεμον, τα παιδιά μου μπορούν να μιλήσουν μαζί μου, να επικοινωνήσουν. Είμαστε χωρισμένοι με τον πατέρα τους και σ' αυτόν δεν αρέσουν καθόλου τα Πόκεμον. Πιστεύει ότι κάθε εμμονή είναι κακή. Τα παιδιά μου λένε ότι δεν τα αφήνει να παίρνουν τις κάρτες, όταν πάνε στο σπίτι του.*

Νομίζω όμως ότι χάνει μια μοναδική ευκαιρία να δεθεί μαζί τους, γιατί έτσι τα παιδιά δε μοιράζονται και με τον πατέρα τους.

Έτσι, για μερικούς γονείς τα Πόκεμον δεν ήταν απλά μια ασχολία που ιπολάμβαναν με τα παιδιά τους, αλλά ένας τρόπος να επικοινωνήσουν μαζί τους και 'α διατηρήσουν στενή επαφή. Τα Πόκεμον είχαν λοιπόν αξία και στη διατήρηση της ικογενειακής συνοχής ανάμεσα σε γονείς και παιδιά.

3.4.1.1.6 Η απαλλαγή από τους παραδοσιακούς ρόλους και τις συμπεριφορές των φύλων

Αντίθετα με τα περισσότερα παιδικά καταναλωτικά φαινόμενα, τα Πόκεμον βρήκαν πρόσφορο έδαφος τόσο σε αγόρια όσο και σε κορίτσια ταυτόχρονα και περιλάμβαναν στοιχεία που παλαιότερα σχετίζονταν με τους παραδοσιακούς στερεοτυπικούς ρόλους των φύλων και με κινούμενα σχέδια που απευθύνονταν σε κορίτσια και άλλα που παραδοσιακά απευθύνονταν σε αγόρια. Για παράδειγμα, η πλοκή των Πόκεμον επικεντρωνόταν στην παροχή στοργής και φροντίδας σ' αυτά τα γλυκά μικρισκοπικά πλάσματα, κάτι που στο παρελθόν χρησιμοποιούνταν μόνο σε εκπομπές κινούμενων σχεδίων για κορίτσια, όπως οι: *Μικρό μου Πόνυ* και *Αρκουδάκια της Αγάπης*. Είχαν επίσης μάχες και ανταγωνισμό, ακολουθώντας τη μακρά παράδοση των εκπομπών για αγόρια, όπως τα *Χι-Μαν* και *Τρανσφόρμερς*. Αυτή η δυαδικότητα της εκπομπής ήταν που έκανε μοναδικά τα Πόκεμον και επέτρεπε στα παιδιά να διερευνήσουν και να απολαύσουν θέματα και συμπεριφορές, που συχνά έλειπαν από τα κινούμενα σχέδια.

ΕΡΕΥΝ: *Πιστεύεις ότι τα Πόκεμον έχουν γίνει μόνο για τα αγόρια;*

*[**Ιφιγένεια** , 12 χρονών , αστική περιοχή]*

Όχι, αυτό είναι μεγάλο λάθος, όλες οι φίλες μου παρακολουθούν, αλλά και παίζουν με τις κάρτες. Άλλωστε κι εγώ παίζω με αγόρια και κορίτσια Πόκεμον.

*[**Γιώργος** , 10 χρονών , αγροτική περιοχή]*

Νομίζω και για τους δυο, τα βλέπουν με χαρά και τα κορίτσια και στο διάλειμμα παίζουμε όλοι μαζί....

*[**Βασιλική** , 9 χρονών , ημιαστική περιοχή]*

Δε νομίζω πως πρέπει να τα διακρίνουμε αν είναι για αγόρια ή για κορίτσια...έχω πολλές φίλες που βλέπουν με μανία τα Πόκεμον , όπως και τα αγόρια...

*[**Νίκη** , 11 χρονών , ημιαστική περιοχή]*

Μου αρέσει , γιατί υπάρχουν και πολλές γυναίκες στο μικρόκοσμο των Πόκεμον και μάλιστα τα καταφέρνουν εξίσου καλά με τους άνδρες.

Μέσα από την ανάλυση των συνεντεύξεων υπήρξαν και αναφορές ότι τα Πόκεμον δημιουργήθηκαν αποκλειστικά για τα αγόρια, γιατί οι περισσότεροι ήρωες ήταν αγόρια. Αυτό όμως δεν αποτελούσε φραγμό στην επιθυμία των κοριτσιών να συμμετέχουν και να τα αγαπούν εξίσου.

*[**Πηνελόπη** , 12 χρονών , αστική περιοχή]*

Νομίζω πως ήθελαν να αρέσουν στα αγόρια, γιατί οι ήρωες αγόρια είναι περισσότεροι, όμως αρέσουν το ίδιο σε όλους, γιατί τα περισσότερα κορίτσια της τάξης μου έχουν βιντεογκέιμ, παρακολουθούν Πόκεμον και συγκεντρώνουν κάρτες.

*[**Μαρία** , 12 χρονών , ημιαστική περιοχή]*

Α!!! είναι για τα αγόρια...οι περισσότεροι ήρωες είναι αγόρια. Όμως τα παρακολουθούν και κορίτσια. Μάλλον για αγόρια και κορίτσια.

Τα Πόκεμον έδωσαν στα αγόρια την ευκαιρία να εκφράσουν ανοικτά την προτίμησή τους στη γλυκιά αισθητική και τις συμπεριφορές στοργής που γενικά ήταν ταμπού, σύμφωνα με τις παραδοσιακές αγορίστικες αναπαραστάσεις.. Για παράδειγμα, ο Φάνης τόνισε πόσο σημαντική ήταν η στοργή για τα Πόκεμον:

*[**Φάνης** , 12 χρονών , αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Τι νομίζεις λοιπόν ότι είναι... δηλαδή, αν προσπαθούσες να εξηγήσεις σε κάποιον που δεν ξέρει πολλά για τα Πόκεμον, τι θα ήταν το πιο σημαντικό πράγμα που θα έπρεπε να του πεις; Για να καταλάβει δηλαδή τι είναι τα Πόκεμον.*

ΦΑΝ: *Κοίτα... [παύση]. Αυτή είναι δύσκολη ερώτηση. Νομίζω ότι θα του εξηγούσα για τα Πόκεμον, ότι έχουν λίγη μαγεία μέσα τους και εξελίσσονται. Και ότι το μεγαλύτερο στάδιο εξέλιξης είναι το τέταρτο. Θα του έλεγα τα ονόματα και των εκατό πενήντα . Και θα έλεγα ότι μπορεί να μάθει πολλά πράγματα απ' τα Πόκεμον.*

ΕΡΕΥΝ: *Τι πράγματα δηλαδή μπορεί να μάθει;*
ΦΑΝ: *Να, θα μπορούσε να μάθει τι είναι οι επιθέσεις Πόκεμον.... τι ζημιά μπορούν να κάνουν. Και τι τα κάνει χαρούμενα, θα μιλούσα για την ευτυχία τους.*
ΕΡΕΥΝ: *Τι εννοείς την ευτυχία τους;*
ΦΑΝ: *Να, πόσο χαρούμενα είναι, όταν κάνουν μάχες ...*

Με παρόμοιο τρόπο, ο Βασίλης, ορίζει τη στοργή προς τα Πόκεμον ως έναν από τους στόχους του εκπαιδευτή Πόκεμον:

*[**Βασίλης** , 9 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Τι είναι αυτό που κάνει ένα παιδί καλό εκπαιδευτή Πόκεμον;*
ΒΑΣ: *Αν αγαπάνε τα Πόκεμόν τους, τότε εκείνα θα μεγαλώσουν σωστά. Και... τότε, θα κερδίζουν. Και αυτός είναι ο στόχος τους. Όμως μερικοί εκπαιδευτές Πόκεμον δε νοιάζονται γι' αυτά και θέλουν μόνο να νικάνε. Αλλά ο Ας δεν το κάνει αυτό.*

Ο συνδυασμός θεματικών στοιχείων που περιείχαν τα Πόκεμον έδωσε την ευκαιρία στα αγόρια να απολαύσουν θετικές προς την κοινωνία συμπεριφορές, εικόνες αγάπης και στοργής, που παραδοσιακά απευθύνονταν αποκλειστικά στα κορίτσια. Το σημαντικότερο όμως είναι ότι τα περισσότερα παιδιά παραδέχτηκαν πως ο μικρόκοσμος των Πόκεμον είχε μεγαλύτερη επιτυχία στα αγόρια, επειδή επικεντρωνόταν σε άλλα, περισσότερο παραδοσιακά αντρικά χαρακτηριστικά, όπως η λαμπερή παρουσία των αγοριών ηρώων και τα θέματα μαχών και ανταγωνισμού. Αν τα Πόκεμον δεν είχαν εξ ορισμού επικεντρωθεί και προσανατολιστεί περισσότερο στα αγόρια (ως εκπομπή και δραστηριότητα), τότε όσα αγόρια απόλαυσαν την «ηπιότερη» όψη των Πόκεμον, ίσως να μην αισθάνονταν την ίδια σιγουριά να το κάνουν αυτό.

Τα αγόρια με τα οποία μιλήσαμε εξέφρασαν επίσης την προτίμησή τους και για γυναικείους χαρακτήρες των Πόκεμον, όπως η Μίστι και η αρχηγός Γυμναστηρίου Έρρικα, κάτι που δεν ήταν καθόλου αναμενόμενο, αν σκεφτούμε τους αυστηρούς διαχωρισμούς των φύλων που γίνονται στα ΜΜΕ που απευθύνονται στα παιδιά αλλά και τη γενική κουλτούρα των παιδιών σχολικής ηλικίας. Σε μια συνέντευξη, ένα αγόρι άλλαξε το φύλο του αγαπημένου του Πόκεμον δυο φορές σε μια φράση του, χωρίς να σταματήσει, δείχνοντας ότι γι' αυτόν το φύλο του χαρακτήρα δεν είχε ιδιαίτερη σημασία:

*[**Δημήτρης**, 9 χρονών, αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Στα κινούμενα σχέδια στην τηλεόραση, έχεις κάποιον αγαπημένο χαρακτήρα;*
ΔΗΜ: *Ναι. Ο αγαπημένος μου χαρακτήρας είναι ο Πίκατσου, όχι μόνο τα Πόκεμον.*
ΕΡΕΥΝ: *Μάλιστα... Και γιατί σ' αρέσει ο Πίκατσου;*
ΔΗΜ: *Επειδή είναι κάπως αστείος. Και όταν της αρέσει, όταν θέλει και γίνεται κάποιο πάρτι, ντύνεται με ένα περίεργο ρούχο και έχει δύο ανεμιστήρες και κάνει [δυνατή φωνή] «Πίκα! Πίκα!»*

Τα παιδιά έλκονται συνήθως προς χαρακτήρες ομόφυλους, ειδικά αφού οι ενδείξεις του φύλου εμφανίζονται συνήθως με τρόπο υπερβολικό στα κινούμενα σχέδια (Luecke-Aleksa, 1995, Huston , 1990). Έτσι, η αδιαφορία αυτού του παιδιού για το φύλο του αγαπημένου του χαρακτήρα, είναι αξιοσημείωτη. Τα Πόκεμον φαίνονταν να αφήνουν περιθώριο στα παιδιά να ταυτίζονται με χαρακτήρες και των δύο φύλων, πολύ περισσότερο απ' ότι τα υπόλοιπα κινούμενα σχέδια

Παρομοίως τα κορίτσια διασκέδαζαν με τα παραδοσιακά αντρικά στοιχεία, που ανακάλυπταν στα Πόκεμον. Στις συνεντεύξεις μαζί τους, τα κορίτσια ανέφεραν ότι απολάμβαναν τα ανταγωνιστικά και βίαια θέματα των Πόκεμον, όπως η Λίλη που μου είπε πως το καλύτερο στα Πόκεμον ήταν να νικάει τους άλλους. Η Νίκη δεν έπαιζε το παιχνίδι των καρτών ανταγωνιστικά στο Πρωτάθλημα, αλλά την ενθουσίαζαν οι μάχες των Πόκεμον στην τηλεόραση:

*[**Νίκη**, 12 χρονών , ημιαστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *...μου είπες, ότι τα κινούμενα σχέδια των Πόκεμον η εκπομπή στην τηλεόραση ήταν πολύ εθιστική.*
ΝΙΚΗ: *Ναι.*
ΕΡΕΥΝ: *Γιατί;*
ΝΙΚΗ: *Να, βλέπεις, είναι δύσκολο να το εξηγήσω. Είναι επειδή, για παράδειγμα κάθονται όλοι, και ξαφνικά έρχεται η Ομάδα Πύραυλος και λένε «Ναι, ήρθαμε να πιάσουμε τον Πίκατσου» ή κάτι τέτοιο. Και δε μοιάζουν με τις κανονικές εκπομπές του Σταρ ή του Μέγα με τα Disney, γιατί οι εκπομπές στα κανάλια αυτά, σε κάνουν να βαριέσαι, γιατί τις παίζουν πολύ συχνά. Γι' αυτό δεν τα παρακολουθώ, γιατί, όταν βλέπεις το πρώτο επεισόδιο των Πόκεμον γίνεται συνήθεια, θες να τα ξαναδείς. Και ειδικά, όταν κάνουν μάχες, αυτό είναι πολύ εθιστικό.*

Το γεγονός ότι στα κορίτσια άρεσαν οι εξελίξεις και οι μάχες ίσως να μην είναι τόσο ασυνήθιστο όσο ότι στα αγόρια άρεσε η στοργή. Ωστόσο τα Πόκεμον κατάφεραν να εξαλείψουν αυτά τα πρότυπα και τα όρια, επειδή ήταν ένα φαινόμενο που έγινε αποδεκτό από κορίτσια και αγόρια. Όντας μια τόσο αποδεκτή μαζική κουλτούρα και επειδή παρουσίαζε τόσο παραδοσιακούς γυναικείους ρόλους και συμπεριφορές όσο και αντίστοιχους αντρικούς, τα Πόκεμον επέτρεπαν στα παιδιά να κερδίζουν ευχαρίστηση από κάθε τέτοιο ρόλο ή συμπεριφορά που επέλεγαν.

3.4.1.1.7 Η αγάπη και η στοργή των παιδιών εκπαιδευτών για τα Πόκεμον

Παρ' όλα αυτά, οι μάχες και ο ανταγωνισμός δεν ήταν τα μοναδικά στοιχεία, που τους επικρατούσαν στα Πόκεμον. Η τηλεοπτική εκπομπή τους τόνιζε συχνά πως ένας καλός εκπαιδευτής πρέπει να φροντίζει, να τα βοηθάει να αναπτύσσουν τις δεξιότητές τους και να παραμένουν ευτυχισμένα. Τα βιντεοπαιχνίδια ενίσχυαν ακόμη περισσότερο αυτή την τάση, δίνοντας στους παίκτες συγκεκριμένα Πόκεμον που έπρεπε να προετοιμάσουν για μάχη με την κατάλληλη φροντίδα και εκπαίδευση. Η ιδέα της στοργής είχε ιδιαίτερη απήχηση στα παιδιά:

ΕΡΕΥΝ: *Γιατί πιστεύετε ότι αρέσουν τα Πόκεμον στα παιδιά;*

*[**Εύα**, 12 χρονών, αγροτική περιοχή]*

> *Είναι διασκεδαστικά και τα καταλαβαίνουμε εύκολα...*
> *έχεις το δικό σου Πόκεμον, το ανταλλάσσεις, το εκπαιδεύεις και γενικά πρέπει να το προσέχεις.*
> *... τους δίνεις αντικείμενα και τέτοια πράγματα, στο παιχνίδι στο GameBoy. Στις κάρτες κάνεις τα ίδια αλλά δεν προσέχεις τα Πόκεμον συνέχεια.*
> *...είναι αδύναμα και αν προσπαθήσεις να τα βάλεις στη μάχη, θα χάσουν. Έτσι πρέπει να εκπαιδεύεις όλα τα Πόκεμον που έχεις και αυτό μάλλον αρέσει πολύ στα παιδιά. Γι' αυτό έχουν πουλήσει δισεκατομμύρια στην Ιαπωνία κι αλλού.*

Η Εύα θεωρούσε ότι το στοιχείο της στοργής ευθυνόταν για τη μεγάλη επιτυχία των Πόκεμον, ίσως επειδή ήταν εντελώς ξεχωριστά στο μικρόκοσμό τους αλλά και επειδή σε κάποιο βαθμό ήταν διασκεδαστικά.

Ένα κορίτσι συμφωνούσε ότι η φροντίδα ήταν το πιο σημαντικό στοιχείο που διδάσκονταν τα παιδιά απ' τα Πόκεμον:

*[**Νίκη**, 10 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

Νίκη: *Τα Πόκεμον ... αν δεν τα προσέχεις πραγματικά, τα κάνεις μόνο να μεγαλώνουν και τα αναγκάζεις να παραμένουν αδύναμα...αλλά τα Πόκεμον σου μαθαίνουν την αγάπη, την ελπίδα και τον προορισμό.*
Ερευν: *Αγάπη, ελπίδα και προορισμό;*
Νίκη: *Ναι, λιγάκι.*
...σου μαθαίνουν να είσαι αποφασιστικός.

κορίτσι θεωρούσε το στοιχείο της στοργής προς τα Πόκεμον ένα ουσιαστικό μα των Πόκεμον και συνέδεε τη στοργή με τη σημασία της αγάπης γενικότερα. γεγονός ότι τα παιδιά φαίνονταν να απολαμβάνουν τα θέματα στοργής στα κεμον και έδειξε ότι δεν τα εκτιμούσαν μόνο λόγω των μαχών τους, αλλά επειδή ρούσαν να αντλήσουν από αυτά ιδέες και υλικό, για να διερευνήσουν θετικούς ς την κοινωνία ρόλους.

Οι στοργικοί αυτοί ρόλοι ενισχύθηκαν με την εμφάνιση συγκεκριμένων κεμον που είχαν τεράστια πρόσωπα, στρογγυλεμένα σώματα και μεγάλα μάτια. Οι ες αυτοί ταίριαζαν καλύτερα με τα θέματα στοργής και χρησιμοποιούνταν συχνά ιστορίες που αφορούσαν εκπομπές των Πόκεμον. Πολλά νεαρότερα αγόρια και ίτσια διασκέδαζαν ιδιαίτερα με τη γλυκιά όψη των Πόκεμον:

*[**Εφη**, 8 χρονών, αστική περιοχη]*

ΕΡΕΥΝ: *Γιατί λοιπόν σ' αρέσουν τα Πόκεμον;*
ΕΦΗ: *Για τον ίδιο λόγο που είπα στα άλλα παιδιά. Επειδή είναι γλυκά, έξυπνα και αστεία! Αλλά χρειάζονται φροντίδα.*

Ωστόσο, τα χαρακτηριστικά των Πόκεμον δεν άρεσαν μόνο στα κορίτσια. ρικά αγόρια συζήτησαν επίσης την ευχαρίστηση που έπαιρναν από τη γλυκύτητα Πόκεμον και τη φροντίδα που τους παρείχαν:

*[**Άλβέρτος**, 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Έχεις κάποιο αγαπημένο Πόκεμον;*
ΑΛΒ: *Βασικά ναι, το πιο συμπαθητικό Πόκεμον είναι ο Μιου και το πιο αγαπημένο μου απ' όλα ο Πίκατσου, επειδή είναι πολύ γλυκός. Αλλά και τα δύο θέλουν να τα προσέχουν οι άνθρωποι.*

*[**Νίκη**, 10 χρονών, αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Εσένα ποιο είναι το αγαπημένο σου Πόκεμον;*
ΝΙΚΗ: *Ε... Μάλλον ο Muk.*
ΕΡΕΥΝ: *Γιατί σ' αρέσει ο Muk;*
ΝΙΚΗ: *Επειδή είναι γλυκούλι, αν και είναι μόνο μια λίμνη από λάσπη. Έχει πολύ γλυκό πρόσωπο και χαμογελάει, όταν το φροντίζεις.*

*[**Θοδωρής**, 9 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Ποιο είναι το αγαπημένο σου Πόκεμον;*
ΘΟΔ.: *Ο Psyduck.*
ΕΡΕΥΝ: *Γιατί ο Psyduck;*
ΘΟΔ: *Γιατί είναι πολύ γλυκός και επιτίθεται, όταν έχει πονοκέφαλο, όμως θέλει να το βοηθήσεις να ξεπεράσει τον πονοκέφαλό του , δηλαδή να το πας στο νοσοκομείο των Πόκεμον, πριν αρχίσει τη μάχη του...πολύ μου αρέσει να το φροντίζω... έτσι γίνομαι ένας καλός εκπαιδευτής...*

ΕΡΕΥΝ: *Πώς θα εκπαίδευες τα Πόκεμόν σου;*

*[**Βασίλης**, 9 χρονών, αγροτική περιοχή]*

Θα τα εκπαίδευα με πολλή αγάπη, όπως εκπαιδεύουμε τα διάφορα ζωάκια...θα μπορούσαν να είναι κάποια από αυτά που έχουμε στο σπίτι μας...

*[**Χριστίνα**, 9 χρονών, αγροτική περιοχή]*

Θα έκανα ότι και ο Ας. Θα τα φρόντιζα, θα τα αγαπούσα και με αυτή την εκπαίδευση θα τα έκανα πολύ δυνατά.

*[**Αλεξάνδρα**, 9 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

Θα τα εκπαίδευα με αγάπη και στοργή και αντί να κάνουν μάχες, θα τα μάθαινα να παίζουν πιο ήσυχα.

*[**Ηλίας**, 12 χρονών, αστική περιοχή]*

Για να γίνουν δυνατά , χρειάζονται τη φροντίδα μας...έτσι θα τα εκπαίδευα με αγάπη και στοργή...

Πολλά παιδιά περιέγραφαν τα αγαπημένα τους Πόκεμον δίνοντας έμφαση ις αγωνιστικές τους ικανότητες και τις υπερφυσικές τους δυνάμεις, όμως τα παιδιά

:φρασαν ανοικτά ότι αντλούσαν ευχαρίστηση από τα θέματα στοργής, τα οποία ωρούσαν ως βασικό στοιχείο στη σχέση που ανέπτυσσαν .

:όμη φαίνεται ότι τα αγόρια δεν περιορίζονταν να εκδηλώνουν τις προτιμήσεις τους νο σε στοιχεία που είχαν άμεση σχέση με τις μάχες και τον ανταγωνισμό, αλλά και θέματα φροντίδας. Αισθάνονταν ότι θα έπρεπε να παρακολουθούν και την πλευρά ν Πόκεμον που σχετιζόταν περισσότερο με τη στοργή παρά με τις μάχες που ξήγαγαν.

1.1.1.8 Η σχέση των Πόκεμον με τις πραγματικές συνθήκες της ζωής

Μια από τις πιο δημιουργικές και πρωτότυπες εφαρμογές του μικρόκοσμου ν Πόκεμον, ήταν ο τρόπος που μερικά παιδιά τα χρησιμοποίησαν για να τιμετωπίσουν ζητήματα και καταστάσεις στην πραγματική τους ζωή. Για ράδειγμα, οι ιστορίες των Πόκεμον έδιναν στα παιδιά την ευκαιρία να συζητήσουν ταξύ τους διάφορα προβλήματα Μια τέτοια συζήτηση ανάμεσα σε δυο παιδιά ολικής ηλικίας παρακολουθήσαμε κατά τη διάρκεια προβολής μιας ταινίας ρκεμον σε σχολείο ημιαστικής περιοχής:

Σε αυτή την ταινία, όταν ο πατέρας ενός μικρού κοριτσιού φεύγει σε μια αποστολή για να βρει το θρυλικό Πόκεμον, το μικρότερο αγόρι λέει: «Το λυπάμαι πολύ αυτό το κορίτσι. Δεν το λυπάσαι κι εσύ;»
Τα δυο αγόρια μιλάνε για το πόσο δύσκολο θα ήταν, αν ο μπαμπάς τους έφευγε και δεν ήξεραν πότε θα επιστρέψει. Όταν ο πατέρας εξαφανίζεται, το μικρότερο αγόρι λέει: «Πολύ το λυπάμαι το κορίτσι». Το μεγαλύτερο αγόρι απαντά:» Το ξέρω»...
(Σημείωση πεδίου έρευνας).

Εδώ τα αγόρια εξέφρασαν τη συμπόνια τους για ένα παιδί που ο πατέρας του υγε. Μερικοί γονείς ανέφεραν ότι ο τρόπος, που τα παιδιά τους έκαναν χρήση ταφορών ή ιστοριών των Πόκεμον, τα βοήθησε να προβληματίζονται για σιαστικά ζητήματα της ζωής.

Μιχάλης είχε συγκινηθεί μαθαίνοντας την είδηση για τους Ρώσους ναύτες που γιδεύτηκαν και πέθαναν στο υποβρύχιο, φανταζόταν ότι θα τους έσωζε, νάζοντας ένα Πόκεμον:

*[**ΜΑΡΑ**, μητέρα του Μιχάλη, 10 ετών, αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Λοιπόν, μου έλεγες ότι του αρέσει να συνδέει τη στρατηγική με μεγαλύτερα ζητήματα, παγκόσμια ζητήματα, κάπως έτσι.*

ΜΑΡΑ: *Για αυτόν, η στρατηγική χρησιμοποιείται για τον κόσμο ολόκληρο... πηγαίνει σε ιδιωτικό σχολείο, μαθαίνει πολλά πράγματα και τα όσα γίνονται στον κόσμο ...έτσι συζήτησαν για αυτούς τους ναύτες που παγιδεύτηκαν στο ρώσικο υποβρύχιο, συνειδητοποίησε ότι αν μπορούσε να χρησιμοποιήσει το Moltres, θα τους έβγαζε έξω. Αυτό μου το έλεγε ξέρεις συνέχεια, «ο Moltres θα τους έβγαζε έξω».*

Χρησιμοποιώντας τα Πόκεμον, ίσως ο Μιχάλης να αισθανόταν ότι υπήρχε τοια προοπτική να βρεθεί λύση σε μια απελπιστική κατάσταση όπως αυτή.

ένα άλλο παράδειγμα, η κ. Χριστίνα μου λέει πώς ο Βαγγέλης ξεπέρασε μία βία του χρησιμοποιώντας ως πρότυπο τα Πόκεμον:

Πήγαμε στο χωριό του παππού στην Ήπειρο και ο μικρός φοβόταν να ανέβει στο άλογο.... Όμως ξαφνικά μου λέει: «Ξέρεις, οι άνθρωποι στα Πόκεμον αναγκάζονται να ξεπεράσουν τους φόβους τους, μερικές φορές βρίσκουν την ενέργεια για να το κάνουν». Κι έτσι κι εγώ θα μαζέψω ενέργεια και θα τα καταφέρω...

Αντλώντας στοιχεία από τις ιστορίες των Πόκεμον, ο Βαγγέλης κατάφερε να :εράσει έναν πραγματικό φόβο. Μια άλλη μητέρα μας είπε ότι ο επτάχρονος γιος : χρησιμοποίησε τα Πόκεμον, για να αντιμετωπίσει τις τραγικές ειδήσεις που ουγε στην τηλεόραση, όπως ήταν και η τρομοκρατική επίθεση στο Παγκόσμιο ντρο Εμπορίου:

***[Δήμητρα**, μητέρα του Άκη, 7 χρονών, αστική περιοχή]*

ΔΗΜ.: *Ο Άκης χρησιμοποίησε τα Πόκεμον, όταν μιλούσαμε για συγκεκριμένες περιπτώσεις, όπως για παιδιά που αντιμετώπιζαν προβλήματα.... έλεγε: «Αν είχαν όμως το Πόκεμον Chancey, θα μπορούσαν να κάνουν αυτό ή αν είχαν τον Charizard, θα έκαναν εκείνο. Αν τα είχαν πραγματικά, θα τα χρησιμοποιούσαν».*

ΕΡΕΥΝ: *Δηλαδή προσπαθούσε να τα χρησιμοποιήσει στην πραγματική ζωή ...*

ΔΗΜ: *Ακριβώς.*

ΕΡΕΥΝ: *... τα Πόκεμον τα χρησιμοποιεί ως ένα υλικό σκέψης ;*

ΔΗΜ: *Ναι. Κοίτα, νομίζω ότι μ' αυτά που έγιναν στις 11 Σεπτεμβρίου [την τρομοκρατική επίθεση], πολλά παιδιά δυσκολεύτηκαν να καταλάβουν τι είχε συμβεί ... Ο Άκης μίλαγε συνέχεια γι' αυτό κι έλεγε «Ξέρεις τι πρέπει να κάνουμε, πρέπει να μαζέψουμε πολλά Πόκεμον και να τους τιμωρήσουμε ...θα κάνουμε μια μάχη μαζί τους και θα λυθεί το πρόβλημα».*

Σε αυτά τα παραδείγματα, τα Πόκεμον λειτούργησαν ως συμβολικά υλικά που οηθούσαν τα παιδιά να σκεφτούν, να προβληματιστούν με αυτά που συνέβαιναν. Το γονός ότι τα παιδιά επέλεξαν το μικρόκοσμο των Πόκεμον ως μέσο για να ντιμετωπίσουν τα καθημερινά προβλήματα, δείχνει τη δύναμη των υναισθηματικών δεσμών που είχαν αναπτύξει μαζί τους. Αυτή η χρήση των όκεμον ως εργαλεία σκέψης δεν επηρεαζόταν τόσο από τις δομές που έθεταν τα έσα και τα καταναλωτικά προϊόντα τους.

άποια παιδιά προχώρησαν περισσότερο και συνέκριναν το συναισθηματικό κόσμο ων Πόκεμον με αυτό των ανθρώπων :

*[**Δημήτρης**, 9 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

> *Μπορεί να δείχνουν άγρια, όμως δεν είναι, μοιάζουν με τους ανθρώπους, συγκινούνται, πονάνε, αρρωσταίνουν, πηγαίνουν σε δικά τους νοσοκομεία.*

*[**Βασίλης**, 10 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

> *Μου άρεσε η μάχη του Μιου με το Μιούτου, αλλά στο τέλος μου έκανε εντύπωση ότι τα Πόκεμον δάκρυσαν, έδειξαν να μοιάζουν με τους ανθρώπους...δεν είναι βίαια, όπως λένε πολλοί, πονάνε κι αυτά...*

*[**Χριστίνα**, 9 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

> *Είχα μεγάλη αγωνία για το ποιος θα νικήσει. Οι μάχες που έκαναν ήταν πολύ άγριες.. νικούσε ο πιο εξελιγμένος ήρωας. Αλλά και αυτοί δάκρυσαν...*

*[**Μαρία**, 12 χρονών, αστική περιοχή]*

> *Μου έκανε εντύπωση η σκηνή που τα Πόκεμον κλαίνε για έναν άνθρωπο και οι άνθρωποι για τα Πόκεμον.*

α παιδιά σε αυτή τη περίπτωση χρησιμοποίησαν τα Πόκεμον για καταστάσεις που φορούσαν τη δική τους ζωή, χωρίς να σκέφτονται αν είχαν άμεσες αναφορές σε στορίες που εμφανίζονταν στα κινούμενα σχέδια και γενικότερα στο μικρόκοσμο ων Πόκεμον.

.1.1.9 Δημιουργικές εφαρμογές των Πόκεμον

υλικό από τα προϊόντα των Πόκεμον στα ΜΜΕ ενσωματώθηκε επίσης και σε λλές δημιουργικές μορφές του παιχνιδιού. Τα παιδιά χρησιμοποίησαν τους ρακτήρες, τις ιστορίες, τους ήχους και τις εικόνες των Πόκεμον ως σημεία είνησης για τα δικά τους φανταστικά παιχνίδια, αλλά και τη δημιουργία ιστοριών ι ηρώων.

*[**Χρήστος** , 10 χρονών, αστική περιοχή]*

> *...έχω φτιάξει ένα δικό μου παιχνίδι και το παίζω με τους φίλους μου.*

*[**Κατερίνα** , 10 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

> *Παίζω με τον αδερφό μου, βγαίνουμε στον κήπο...εκείνος είναι ο εκπαιδευτής κι εγώ ένα άγριο Πόκεμον...προσπαθεί να με πιάσει με μια σούπερ μπάλα....*
> *Βέβαια έχουμε φτιάξει και το δικό μας παιχνίδι... ο αδερφός μου το σχεδίασε. Το ονομάσαμε Greekmon..και οι ήρωές μας είναι από την αρχαία μυθολογία (μου έδειξε ένα μπλοκ ζωγραφικής με διάφορα σχέδια ηρώων και τεράτων της μυθολογίας)*

ομοίωναν δημιουργικά τα στοιχεία του μικρόκοσμου των Πόκεμον στο νταστικό τους παιχνίδι και επεκτείνονταν σε μυθολογικούς χώρους.:

*[**Χριστίνα** 9 και **Καίτη** 5 χρονών, αγροτική περιοχή]*

ΧΡ.: *...μας αρέσει να βγαίνουμε έξω στα χωράφια .... να παίζουμε Πόκεμον. Δε βγαίνουμε όμως πια, επειδή υπάρχουν πολλά ζουζούνια.*
ΕΡΕΥΝ: *Δηλαδή, όταν βγαίνετε στα χωράφια πώς ακριβώς παίζετε;*
ΚΑΙΤΗ: *Κάνουμε ότι είμαστε μωρά Mew ή Πίκατσου. Πιο πολύ Πίκατσου, αλλά και Mew. Κάνουμε στροφές γύρω-γύρω. Και κάνουμε τον Mewtwo. [και τα δυο κορίτσια γελούν]*
ΕΡΕΥΝ: *Με ποιον παίζετε αυτό το παιχνίδι;*
ΧΡ: *Με τη Ντίνα τη φίλη μας.*
ΚΑΙΤΗ: *Και αυτοί που μένουν πιο κάτω έρχονται και κάνουν ότι είναι οι κακοί...η ομάδα πύραυλος είναι αυτοί...*

Από την περιγραφή του φανταστικού παιχνιδιού με τα Πόκεμον τα παιδιά
ρεται ότι έφτιαξαν πολυποίκιλες ιστορίες. Ταυτόχρονα όμως, το υλικό απ' όπου
ήλθαν οι ιστορίες προκαθόριζε ορισμένα στοιχεία του παιχνιδιού που
λισσόταν. Για παράδειγμα, τα κορίτσια φώναζαν «Μιου!», όταν προσποιούνταν
ήταν «μωρά Mew», μιμούμενες το μοναδικό ήχο του Mew από τις εκπομπές των
:εμον (αντί να φτιάξουν δικούς τους ήχους και διαλόγους).
μια συνέντευξη, ο Γιώργος μας εξήγησε πώς προσποιούνταν ότι ήταν Πόκεμον,
η αδερφή του έπαιζε το ρόλο της εκπαιδεύτριας.
και οι ιστορίες που δημιουργούσαν προέρχονταν απ' τη φαντασία τους, μάς
σαν τη σημασία ενός συγκεκριμένου είδους Πόκεμον στα παιχνίδια τους:

*[**Γιώργος**, 10 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

ΓΙΩΡΓ.: *Μαθαίνω την αδερφή μου να παίζει το παιχνίδι και μας αρέσει να παίζουμε και μεταξύ μας.*
ΕΡΕΥΝ: *Μάλιστα. Μπορείς να μου πεις πώς παίζετε μεταξύ σας;*
ΓΙΩΡΓ.: *Ναι. Παίζουμε έτσι... Η Τζένη κάνει την εκπαιδεύτρια. Και εγώ είμαι το άγριο Πόκεμον. Εκείνη προσπαθεί να με πιάσει με μια σούπερ μπάλα, αλλά δεν τα καταφέρνει.*
ΕΡΕΥΝ: *Τι είναι η σούπερ μπάλα;*
ΓΙΩΡΓ: *Η σούπερ μπάλα είναι δυο φορές μεγαλύτερη απ' τη κανονική μπάλα Πόκεμον.*
ΕΡΕΥΝ: *Α, φοβερό!*
ΓΙΩΡΓ: *Και η υπέρ-μπάλα είναι τρεις φορές μεγαλύτερη απ' την κανονική, επειδή μπορεί να πιάσει τα πάντα. Τίποτα δεν της ξεφεύγει. Εκτός απ' τα Articuno, Zapdos και Moltres και Lugia.*
ΕΡΕΥΝ: *Και αυτά, τα έφτιαξες εσύ; Την υπερμπάλα και τη σούπερ μπάλα ή...*
ΓΙΩΡΓ.: *Όχι.*
ΕΡΕΥΝ: *Είναι κάτι που άκουσες κάπου;*
ΓΙΩΡΓ: *Όχι. Είναι από κάποιο παιχνίδι του GameBoy.*
ΕΡΕΥΝ: *Α!*
ΓΙΩΡΓ: *Είναι πραγματικές.*

Ο Γιώργος μας τόνισε ότι η «σούπερ μπάλα» και η «υπερμπάλα» ήταν
γματικές. Τα στοιχεία από το GameBoy της Nintendo είχαν περισσότερη
εντικότητα για τον ίδιο, επειδή δημιουργήθηκαν από μια εμπορική εταιρεία. Με
όμοιο τρόπο, δυο αδέρφια μας εξήγησαν πόσο πολύ τηρούσαν τους επίσημους
όνες Πόκεμον, όταν έπαιζαν παιχνίδια μεταξύ τους:

***ισίλης** 7 χρονών, **Δημήτρης** 9 χρονών, αστική περιοχή]*

ΒΑΣ: ...Εγώ είμαι συνήθως ο Charmander, αλλά μερικές φορές κάνω τον Mew. Επειδή όμως κάνω συνέχεια τον Charmander, μου αρέσει να αλλάζω και λίγο.

ΕΡΕΥΝ: *Τι εννοείς κάνεις το Mew; Πότε κάνεις τον Mew;*

ΒΑΣ: *Όταν παίζω Πόκεμον.*

ΕΡΕΥΝ: *Στο GameBoy;*

ΒΑΣ: *Όχι, όταν παίζουμε με τους εαυτούς μας.*

ΕΡΕΥΝ: *Α, κατάλαβα. Πώς το κάνετε αυτό;*

ΔΗΜ: *Ε, κάπως έτσι. [με δυνατή φωνή] Πίκα-τσου!*

ΒΑΣ: *Εμείς είμαστε τα Πόκεμον, κάνουμε δηλαδή ότι είμαστε τα Πόκεμον που μας αρέσουν....*

ΔΗΜ: *ή εκπαιδευτές....*

ΒΑΣ: *ή οι ήρωες που θέλουμε... κάνουμε ότι είμαστε οι ήρωες που θέλουμε.*

ΕΡΕΥΝ: *Δηλαδή σου αρέσει να κάνεις τον Mew και ποιους άλλους;*

ΔΗΜ: *Μερικές φορές μου αρέσει να κάνω και τους άλλους.*

ΒΑΣ: *Κι εμένα να κάνω τον Aerodactyl και τον Kabutopa...*

ΕΡΕΥΝ: *Δηλαδή, όταν κάνετε ότι είστε Πόκεμον, παίζετε μεταξύ σας ή και με άλλα παιδιά;*

ΔΗΜ: *Συνήθως μεταξύ μας. Εκτός αν έρθει ένας φίλος μας από δίπλα... ή καμιά φορά στο διάλειμμα...*

ΕΡΕΥΝ: *Δηλαδή όταν κάνετε ότι είστε Πόκεμον, υπάρχουν κανόνες στο παιχνίδι που παίζετε;*

ΔΗΜ: *Ναι, μόνο πραγματικοί κανόνες. Δηλαδή έχεις δικαίωμα να έχεις μόνο έξι Πόκεμον. Μόνο που μερικές φορές, όταν κάνουμε ότι είμαστε πολύ ισχυροί εκπαιδευτές, κάνουμε ότι έχουμε περισσότερα αλλά...*

ΕΡΕΥΝ: *Αλλά μόνο έξι Πόκεμον;*

ΔΗΜ: *Να, ο εκπαιδευτής μπορεί να έχει μόνο έξι Πόκεμον...*

ΒΑΣ: *Να τα χρησιμοποιεί δηλαδή...*

Περιγράφοντας πώς παίζουν τα παιχνίδια τους και προσποιούμενοι τους :αιδευτές Πόκεμον, αυτά τα δυο αδέρφια εξηγούν ότι παίζουν με «κανόνες όπως) πραγματικό», χρησιμοποιώντας μόνο έξι Πόκεμον. Εδώ γίνεται μια αναφορά ους κανόνες του παιχνιδιού ανταλλαγής καρτών, που σε κάθε παίκτη επιτρέπεται έχει μόνο έξι κάρτες Πόκεμον στο τραπέζι κάθε φορά. Όπως φαίνεται απ' αυτά τα)αδείγματα, το φανταστικό παιχνίδι των παιδιών με τα Πόκεμον δεν ήταν απόλυτα /ταστικό, αφού τα παιδιά αποφάσιζαν να θέτουν όρια στο παιχνίδι τους, όπως αυτά 3άλλονται από τα μέσα και τα προϊόντα των Πόκεμον.

Τα παιδιά κατάφεραν να εντοπίσουν και άλλες δημιουργικές εφαρμογές με τα κά των Πόκεμον. Εκτός από τις μορφές του φανταστικού παιχνιδιού, τα παιδιά /όησαν δικά τους παιχνίδια με βάση τα υπάρχοντα, καθώς και δικούς τους ακτήρες και κάρτες. Για παράδειγμα, ο πατέρας ενός μικρού παιδιού παρατήρησε

ο γιος του είχε δημιουργήσει ένα δικό του παιχνίδι, χρησιμοποιώντας τις κάρτες :αλλαγής των Πόκεμον:

*[**Χρήστος**, πατέρας 2 παιδιών (9 και 5 χρονών), ημιαστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Έχεις δει ποτέ το γιο σου να κάνει και άλλα πράγματα με τα Πόκεμον, δραστηριότητες Πόκεμον όπως τις λέω εγώ, δηλαδή να παίζει φανταστικά παιχνίδια;*

ΧΡ: *Ναι, μερικές φορές. Για να φανταστείς, έχει δημιουργήσει ολόκληρο καινούριο παιχνίδι με τις κάρτες, με δικούς του κανόνες και το παίζουν μαζί με τη μικρή αδερφή του.*

ΕΡΕΥΝ: *Μάλιστα. Πόσο χρονών είναι το κοριτσάκι;*

ΧΡ: *Πέντε. Παίζει και μόνος του καμιά φορά. Έχει και βιβλία για το πώς να σχεδιάζει τα Πόκεμον και ζωγραφίζει.*
Ναι, νομίζω ότι υπάρχουν πολλά πράγματα που κάνει με τα Πόκεμον. Έχει τόσα βιβλία μ' αυτά, του αρέσουν πολύ.....

ΕΡΕΥΝ: *Το παιχνίδι με τις κάρτες το έφτιαξε μόνος του ή...*

ΧΡ: *Ναι, μόνος.*

ΕΡΕΥΝ: *Αυτό έχει πολύ ενδιαφέρον.*

ΧΡ: *Δεν έχω ιδέα τι κανόνες έχει.*

Ο νεαρός γιος του κ. Βασίλη παρουσίασε ασυνήθιστη εφευρετικότητα, ησαρμόζοντας τα καταναλωτικά προϊόντα των Πόκεμον για να δημιουργήσει ένα ό του παιχνίδι. Άλλα παιδιά κατασκεύαζαν δικούς τους χαρακτήρες και κάρτες για παιχνίδι ανταλλαγής:

*[**Κορίνα**, 12 χρονών, αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Σ' αρέσει να κάνεις κάτι άλλο; Ζωγραφίζεις σχέδια, φτιάχνεις κάτι με τα Πόκεμον;*

ΚΟΡ: *Ναι, έχω φτιάξει δικά μου Πόκεμον. Και τα ζωγραφίζω εδώ. [Μου βγάζει ένα μπλοκ ζωγραφικής από την τσάντα της. Μέσα στο μπλοκ υπάρχουν ζωγραφιές από πλάσματα που μοιάζουν με ζώα, με τα ονόματά τους]. Και έχω φτιάξει και άλλα, υπάρχει και μια άλλη έκδοση από τα Πόκεμον που λέγονται Ντίτζιμον. Και όλα τα ονόματά τους τελειώνουν σε «μον*

ΕΡΕΥΝ: *Ποιοι δηλαδή τα φτιάχνετε;*

ΚΟΡ: *Εγώ κι η φίλη μου, η Έμυ. Είναι ξαδέρφη μου. Έχουμε όμως και άλλα Πόκεμον... και σε όλα σχεδόν τα Πόκεμον που φτιάχνουμε, τα ονόματά τους καταλαβαίνεις πώς βγαίνουν. Για παράδειγμα, το Taeper, το όνομά του βγαίνει απ' το «repeat» αν το διαβάσεις προς τα πίσω. Και το Gnilleps βγαίνει απ' το «spelling» ανάποδα. Δεν ξέρω πώς μου βγήκε το Raybite, αλλά μου φάνηκε όμορφο.*

Αλλά και το Ekans , αν το αντιστρέψεις γίνεται Snake δηλαδή φίδι , το Arbok..γίνεται κόμπρα...

Επινοώντας τα δικά τους παιχνίδια και τους χαρακτήρες, τα παιδιά αυτά ξεπέρασαν τα όρια του μικρόκοσμου των Πόκεμον.

Σε πολλά παιδιά άρεσε πολύ να σχεδιάζουν τα Πόκεμον, τους ήρωες και τις ιστορίες τους. Μας μίλησαν με περηφάνια για τις καλύτερες ζωγραφιές τους, που διακοσμούσαν το γραφείο του πατέρα τους ή τους τοίχους του δωματίου τους και πάνω στο ψυγείο.

Η ζωγραφική Πόκεμον άρεσε πολύ και στο Μηνά, που ζωγράφιζε δικές του κάρτες:

*[**Μηνάς** , 10 χρονών , αγροτική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ.: *...έφτιαξες τις δικές σου κάρτες, έφτιαξες τα δικά σου Πόκεμον;*
ΜΗΝ: *Όχι, μόνο κάρτες. Βλέπεις, μ' αρέσει να φτιάχνω κάρτες... μερικές φορές σε άλλα παιδιά αρέσει να ζωγραφίζουν Πόκεμον. Τα Πόκεμον δεν είναι μόνο κινούμενα σχέδια, παιχνίδι με κάρτες και βιντεοπαιχνίδι.*

Ο Μηνάς ήταν ιδιαίτερα δημιουργικός με τα υλικά που του δίνονταν. Στις δημιουργικές του εφαρμογές έφτιαχνε παραλλαγές των ονομάτων των Πόκεμον ή οδηγούς στρατηγικής για το παιχνίδι:

ΜΗΝ.: *... μου αρέσει να κάνω αστεία για τα Πόκεμον. Το έκανα στην τάξη μου κάθε μέρα. Μου ερχόταν μια ιδέα για τα ονόματα των Πόκεμον δηλαδή και την έλεγα.*
... έχω φτιάξει και δικό μου οδηγό στρατηγικής για το παιχνίδι με τις κάρτες.
ΕΡΕΥΝ: *Δηλαδή έφτιαξες κανονικό οδηγό!*
ΜΗΝ: *Ναι! Και έκανα και τις κάρτες του φίλου μου, με λίγες αλλαγές.*
ΕΡΕΥΝ: *Πολύ ενδιαφέρον! Τι πράγματα βάζεις δηλαδή στον οδηγό σου; Τον έγραψες εσύ ολόκληρο ή...*
ΜΗΝ: *Ναι, τον έφτιαξα όλο μόνος μου.*
ΕΡΕΥΝ: *Μπράβο!*
ΜΗΝ: *Σκέφτηκα στρατηγικές για τις εξελίξεις απολιθωμάτων...*

Εφαρμόζοντας δημιουργικά τα Πόκεμον τα περισσότερα παιδιά, όπως ο Μηνάς, δεν άλλαζαν εκ βάθρων τον κόσμο των Πόκεμον που είχαν δημιουργήσει η Nintendo, η Wizards of the Coast ή η Warner Brother. Οι παιδικές κάρτες Πόκεμον, ήταν σχέδια με χαρακτήρες όχι νέους, αλλά διαμορφωμένους ήδη από τη Nintendo, με ύφος παρόμοιο με αυτό των προϊόντων της Wizards of the Coast. Ο οδηγός

ρατηγικής προσέφερε χρήσιμες συμβουλές για το παιχνίδι, μια δραστηριότητα που κίνησε η Wizards of the Coast. Αυτές οι διασκεδαστικές δραστηριότητες ήταν μιουργικές, αλλά δεν αμφισβητούσαν το υπάρχον υπερσύστημα των Πόκεμον: τίθετα, το ενίσχυαν ή του προσέθεταν στοιχεία.

Το δημιουργικό παιχνίδι των παιδιών με τα Πόκεμον συμπεριλάμβανε επίσης ινταστικές ιστορίες που έφτιαχναν τα ίδια για τους εκπαιδευτές Πόκεμον ή τα ίδια . Πόκεμον, ή φανταστικούς κόσμους δομημένους σε αυτά. Ο Βαγγέλης, 8 χρονών, χε πολύ πλούσια φαντασία γύρω από τα Πόκεμον, ενώ συχνά έβαζε τον εαυτό του η θέση τους, παίρνοντας τις δυνάμεις τους:

***Βαγγέλης** , 8 χρονών , ημιαστική περιοχή]:*

ΒΑΓ: *Έχω ένα σχέδιο. Δηλαδή λέω ότι, όταν μεγαλώσω, θα γίνω δάσκαλος σ' ένα σχολείο. Και μάντεψε τι θα γίνει...*
Θα είναι σχολείο Πόκεμον. Δηλαδή στη γυμναστική, αντί να έχουμε καλάθια με κανονικές μπάλες και τέτοια πράγματα, θα έχουμε ένα καλάθι γεμάτο από τρελομπαλάκια Πόκεμον, παιχνίδια Πόκεμον και τέτοια πράγματα και μετά το διάλειμμα το μεσημέρι, ξέρεις τι θα κάνουμε;
Στο τέλος κάθε μέρας , όταν σχολάμε, τα παιδιά θα μπορούν να παρακολουθούν Πόκεμον.

Οι φαντασιώσεις του Βαγγέλη για το ότι ήταν ο ίδιος Πόκεμον ή φοιτούσε σε α σχολείο Πόκεμον, ήταν τρόποι για να σχηματοποιήσει στις επιθυμίες του και να μμετέχει ακόμη περισσότερο στα Πόκεμον, δείχνοντας πόσο στενούς ναισθηματικούς δεσμούς είχε με το μικρόκοσμο. Ο Βαγγέλης ήταν λίγο ερβολικός , όσον αφορά βέβαια το εύρος της φαντασίας του – ιδιαίτερα επειδή κετές φορές φαινόταν να πιστεύει ότι έχει τις δυνάμεις των Πόκεμον – όμως και λα παιδιά επιβεβαίωσαν ότι πολλές φορές επιθυμούσαν να είναι εκπαιδευτές όκεμον ή σκέφτονταν πώς θα ήταν να ζουν ως πραγματικά Πόκεμον.

φαντασιώσεις των παιδιών για τα Πόκεμον μας δείχνουν τη δημιουργικότητά τους, θώς διοχετεύουν τη φαντασία τους μέσα από τη δράση που παρείχαν τα μέσα και εμπορικά προϊόντα.

Η συμμετοχή των παιδιών στο μικρόκοσμο των Πόκεμον επεκτάθηκε και πέρα ό το χρόνο που τα παιδιά περνούσαν παρακολουθώντας εκπομπές ή ταινίες. Τα ιδιά χρησιμοποίησαν τα μέσα των Πόκεμον σε μια απ' τις αγαπημένες τους χολίες σχετικά με αυτά: να ανταλλάσσουν τις γνώσεις τους για τα Πόκεμον και να

τα συγκρίνουν μαζί με άλλα μέλη, ή, όπως το ορίζει η ανθρωπολόγος Mary Douglas, «να μοιράζονται ονόματα». Τα παιδιά μοιράζονταν ονόματα κυριολεκτικά, αφού δανείζονταν τις ονομασίες και τα χαρακτηριστικά των Πόκεμον, για να τα χρησιμοποιήσουν στις κοινωνικές συζητήσεις τους και να ονοματίσουν τα παιχνίδια τους. Σε μία τέτοια δραστηριότητα, τους άρεσε πολύ να λένε τα ονόματα από τα εκατόν πενήντα Πόκεμον ή να τα αναγνωρίζουν, παίζοντας μαζί με άλλα παιδιά. Σε συνεντεύξεις που πήραμε, διαπιστώσαμε ότι στα παιδιά άρεσε πολύ να αναφέρουν τα ονόματα των Πόκεμον, όπως μου έδειξαν δυο αδέρφια (ηλικίας 10 και 12 ετών):

*[**Φίλιππος** 10 χρονών , **Ηλίας** 12 χρονών, αγροτική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ:	*Λοιπόν παιδιά, γιατί σας αρέσουν τα Πόκεμον;*
ΗΛΙΑΣ:	*Έτσι! Επειδή είναι ζώα που έχουν μυστικές δυνάμεις και παράξενα ονόματα. Όπως ο Πίκατσου...*
ΦΙΛ.:	*Ο Pidgeotto.*
ΗΛΙΑΣ:	*Ο Ponyta.*
ΦΙΛ:	*Ναι, αλλά το Ponyta δεν είναι περίεργο όνομα, αφού αυτό το Πόκεμον είναι πόνυ. Όμως το Nidoran είναι περίεργο όνομα...*
ΕΡΕΥΝ:	*Ποιο είναι το πιο περίεργο όνομα που έχουν;*
ΦΙΛ:	*Α, εμένα μου αρέσει του Mew, επειδή είναι...*
ΗΛ.:	*Νομίζω το Kabuto...*
ΕΡΕΥΝ:	*Kabuto.*
ΦΙΛ:	*Εγώ νομίζω το Mew, επειδή είναι...*
ΗΛ:	*Kabuto και Kabutops.*
ΦΙΛ:	*Όχι, εγώ νομίζω το Mew, επειδή ακούγεται σαν...*
ΗΛ:	*Τα ονόματα Kabuto και Kabutops όμως δεν περιγράφουν τα Πόκεμον.*

Σε αυτά τα δυο αγόρια άρεσε να λένε τα ονόματα των Πόκεμον, γνωρίζοντας ότι ο ακροατής είχε πρόσβαση στην ίδια βάση πληροφοριών γι' αυτά.

Το παιχνίδι με τα ονόματα παρείχε ακόμα μεγαλύτερη ευχαρίστηση, όταν οι κοινές γνώσεις για τη μυθολογία και το πλαίσιο συγκεκριμένων Πόκεμον δημιουργούσαν «εσωτερικά αστεία» που τα μέλη μπορούσαν να μοιραστούν μεταξύ τους.

Για παράδειγμα, σε μια συζήτηση σε σχολείο, τα παιδιά έκαναν χιούμορ γνωρίζοντας όλα ποια συγκεκριμένα Πόκεμον (στην περίπτωση αυτή τα Diglett, Pidgey και Mr. Mime) ήταν αδύναμα ή <<χαζά>>.

ιν τους ζήτησαμε να μας πουν ποιο ήταν το αγαπημένο τους Πόκεμον, τα σσότερα μας ανέφεραν τον Πίκατσου.

Το παιχνίδι με τα ονόματα περιείχε και δραστηριότητες αναγνώρισης, κρίσης συζήτησης με λεπτομέρειες για όλα τα χαρακτηριστικά των ηρώων, όπως οι τοι επίθεσης συγκεκριμένων Πόκεμον, οι χρηματικές αξίες τους ως κάρτες και οι ύτεροι τύποι στρατηγικών για το παιχνίδι. Για παράδειγμα, σε μια προβολή της ίας *Πόκεμον 1*, όλα τα παιδιά αναγνώριζαν τους ήρωες και τις επιθέσεις τους:

> *Κατά τη διάρκεια των τίτλων έναρξης, πολλά νέα Πόκεμον μάχονται μεταξύ τους και τα αγόρια που κάθονται δίπλα μου λένε τα ονόματά τους , όταν αυτά εμφανίζονται.*
> *Παρακολουθώντας μια επίθεση του Butterfree, το μεγαλύτερο αγόρι δίπλα μου λέει: «Αυτή είναι δυνατή επίθεση σκόνης». Καθώς ο ανταγωνισμός συνεχίζεται επί της οθόνης, τα αγόρια συνεχίζουν να φωνάζουν τα ονόματα των επιθέσεων που χρησιμοποιούνται.*
> (Σημείωση πεδίου έρευνας).

Τα παιδιά διασκέδαζαν μεταξύ τους ανταλλάσσοντας τις γνώσεις τους και ·οντας τα Πόκεμον. Ο μικρόκοσμος των Πόκεμον παρείχε τα ιδανικά υλικά για τη μετοχή σε αυτές τις δραστηριότητες. Ο μεγάλος αριθμός ηρώων, ο πλούτος των ›ριών που πρόβαλλαν οι καθημερινές τηλεοπτικές εκπομπές και οι πολλές ταινίες. σώρευσαν πλήθος γνώσεων, που τα παιδιά μπορούσαν να μοιραστούν με άλλα ›ιά αλλά και ενήλικες.. Επιπλέον οι κάρτες ανταλλαγής και τα βιντεοπαιχνίδια :εμον προσέθεταν ακόμη περισσότερα στοιχεία κι έκαναν το παιχνίδι πιο ύπλοκο, προβάλλοντας τα ξεχωριστά χαρακτηριστικά καθενός Πόκεμον. Τα ›ιά συμμετείχαν ενεργά στην απόσπαση αυτών των πληροφοριών και ανέπτυσσαν στηριότητες σχετικές με αυτές.

4.2 Αρνητικές αναπαραστάσεις των Πόκεμον

Οι αρνητικές αναπαραστάσεις αναφέρονται:

Στις κλοπές και στις φιλονικίες που παρατηρούνται ανάμεσα στα παιδιά

4.2.1 Οι κλοπές και οι φιλονικίες ανάμεσα στα παιδιά

κλοπές καρτών Πόκεμον ήταν ένα σύνηθες θέμα συζήτησης στις συνεντεύξεις που ραμε από τα παιδιά, παρόλο που δεν υπήρξαμε οι ίδιοι μάρτυρες κλοπών όσο ίστημα διενεργούσαμε τις παρατηρήσεις μας. Τα περισσότερα προβλήματα αυτού υ είδους οφείλονταν στην αξία των καρτών ανταλλαγής Πόκεμον και καθώς η αξία τη αυξανόταν (και γινόταν ευρύτερα γνωστή), οι κλοπές άρχισαν να λλαπλασιάζονται, όπως εξηγεί η Μαρία, 11 ετών:

Μαρία *10 χρονών , ημιαστική περιοχή]*

ΜΑΡ: υπάρχουν κλέφτες καρτών Πόκεμον .... σου κλέβουν τις κάρτες. Βέβαια δε φέρνουμε πλέον κάρτες στο σχολείο, γιατί πολλά παιδιά τις έχουν χάσει...

ΕΡΕΥΝ: Εσένα σου έχει συμβεί ποτέ κάτι τέτοιο;

ΜΑΡ: Όχι, επειδή όμως δεν παίρνω μαζί τις κάρτες μου. Και αν καμιά φορά τύχει και τις φέρω, τις κρατάω πάνω μου συνέχεια. Προτιμώ να μην τις κουβαλάω μαζί μου ,γιατί μπορεί κανείς να τις κλέψει και αυτές είναι οι πολυτιμότερές μου κάρτες, εκτός απ' αυτές εδώ πέρα. [μου δείχνει κάποιες κάρτες στο ντοσιέ της].

Η κλοπή αποτελεί προφανέστατα παραβίαση της εμπιστοσύνης, και όσοι ετούσαν αυτόν τον όρο δεν είχαν δικαίωμα συμμετοχής στο μικρόκοσμο των όκεμον.

εν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι τα παιδιά, των οποίων οι κάρτες κλάπηκαν, τιδρούσαν πολύ συναισθηματικά. Γονείς και παιδιά ανέφεραν περιστατικά με άματα και εκνευρισμό (από τα παιδιά), όταν οι κάρτες κλέβονταν. Ο Μιχάλης μας μυστηρεύτηκε πώς ένιωσε, όταν του έκλεψαν τις κάρτες:

*[**Μιχάλης** , 10 χρονών , αγροτική περιοχή]*

ΜΙΧ: *Αν χάσεις την αγαπημένη σου κάρτα Πόκεμον, νιώθεις πάρα πολύ άσχημα τις πρώτες μέρες..*
... κάποιος μου 'χε κλέψει τον Gengar, όταν μου συνέβη αυτό, ήθελα να πετάξω όλες μου τις κάρτες.
ΕΡΕΥΝ: *Γιατί;*
ΜΙΧ: *Γιατί η αγαπημένη μου κάρτα ήταν ο Gengar,μου την έκλεψαν... ήταν σπάνια κάρτα και μ' άρεσε πολύ.*

Για το Μιχάλη που δεν είχε τη δυνατότητα να ξοδεύει χρήματα σε κάρτες όκεμον η κλοπή της αγαπημένης του κάρτας ήταν τόσο συντριπτική , που τον έκανε επιθυμεί πρόσκαιρα να εγκαταλείψει οριστικά τα Πόκεμον. Άλλο ένα παιδί μας τε πώς η ανησυχία για τις κλοπές ανάγκασε τους φίλους του να αλλάξουν τις νήθειές τους:

*[**Θανάσης,** 12χρονών, αστική περιοχή]*

ΘΑΝ: ...ξέρω μερικούς φίλους μου που παρακολουθούν ακόμη τα Πόκεμον, αλλά παίζουν και στο GameBoy το Pokemon Stadium. Δε θέλουν να παίζουν με κάρτες, επειδή το GameBoy κοστίζει λιγότερο και δε χρειάζεται να ανησυχείς συνέχεια ότι μπορεί να στο κλέψουν ή να το χάσεις... δεν παίζουν πια με κάρτες ....προτιμούν να τα βλέπουν στην τηλεόραση και τα παιχνίδια στο GameBoy και στο N64 [την παιγνιδομηχανή Nintendo 64].

Η κλοπή των ειδών Πόκεμον ήταν για τα παιδιά μια εμπειρία αρνητική και με ναισθηματικές συνέπειες, γιατί ανάγκαζε μερικά να επιλέξουν δραστηριότητες που αντιμετώπιζαν αποτελεσματικά τα προβλήματα των κλοπών.

κλοπές προκάλεσαν άγχος και ανησυχία στο μικρόκοσμο των Πόκεμον και ισμένες φορές επέδρασαν ανασταλτικά στη διατήρηση της κοινωνικής συνοχής.

Μια άλλη συνηθισμένη πηγή συγκρούσεων και προστριβών ανάμεσα στα ιδιά που συμμετείχαν στο μικρόκοσμο των Πόκεμον ήταν οι ζαβολιές που γίνονταν χνά. Οι ζαβολιές αυτές προέκυπταν συνήθως στην ανταλλαγή καρτών, όπως μας ήγησε ο Γρηγόρης.

Γρηγόρης, 10 χρονών, ημιαστική περιοχή]

ΕΡΕΥΝ: *Πώς ανταλλάσσεις τις κάρτες σου;*
ΓΡΗΓ.: *Προσπαθούμε να βρούμε μια δίκαιη λύση. Μερικά παιδιά εκμεταλλεύονται το ένα το άλλο. Δηλαδή προσπαθούν να σε κοροϊδέψουν...κάνουν ζαβολιές...*

ΕΡΕΥΝ: *Πιστεύεις πως γίνονται ζαβολιές;*
ΓΡΗΓ: *Ναι.*
ΕΡΕΥΝ: *Πώς γίνεται αυτό;*
ΓΡΗΓ: *....για παράδειγμα, αν ο Τάκης κι εγώ ανταλλάσσουμε και είναι να μου δώσει έναν Charizard πρώτης έκδοσης και εγώ να του δώσω Πίκατσου, είναι κλεψιά. Αυτό είναι όλο. Τα παιδιά προσπαθούν να κοροϊδέψουν το ένα το άλλο.*

Οι ζαβολιές εμφανίζονταν και κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού, αλλά δεν :όδιζαν τη συνέχισή του, όπως έγινε ανάμεσα στον Κωνσταντίνο (10 χρονών) και Πένυ (8 ετών):

Καθώς ο Κ. παρακολουθεί την Π. να κάνει την κίνησή της, χτυπάει τη γροθιά στο τραπέζι. Η Π. κάνει κάποια περίεργη κίνηση με το χέρι της για να μην γυρίσει το κέρμα της.
Κ. Αυτό είναι ζαβολιά!
[παρατηρητής]: Δεν έστριψες σωστά το κέρμα.
Κοίτα πώς το στρίβει. Έτσι στρίβεις το κέρμα. Το παιχνίδι συνεχίζεται.
(Σημείωση πεδίου έρευνας).

Η διαμεσολάβηση στις μικροσυγκρούσεις που προέκυπταν κατά τη διάρκεια παιχνιδιού ήταν συνηθισμένο μέρος της δουλειάς των υπευθύνων των ταθλημάτων, όπως μας εξήγησε ο κ Κώστας, υπεύθυνος στο Wizards of the Coast Γλυφάδα:

ΕΡΕΥΝ: *Μου έλεγες για τη μεσολάβηση και ότι ορισμένες φορές αναγκάζεσαι να το κάνεις αυτό. Σε τι μεσολαβείς ακριβώς;*
ΚΩΣΤ: *Σε όλες τις συγκρούσεις και τις διενέξεις.... υπάρχουν παιδιά στο πρωτάθλημα που δεν ξέρουν τους κανόνες, κάνουν τα δικά τους, ξέρεις.. Έχουμε ένα μικρό αγοράκι εδώ... που πάντα πιστεύει ότι ο συμπαίκτης του κάνει κάτι περίεργα και ότι στην ουσία τον κλέβει. Και εγώ πρέπει πάντα να τον πείθω..*

Η περιγραφή του κ. Κώστα δείχνει ότι οι συγκρούσεις δεν προέκυπταν μόνο πραγματικές ζαβολιές αλλά και από καχυποψία, ότι ο συμπαίκτης έκλεβε.

Σε μερικές περιπτώσεις, οι συγκρούσεις που οφείλονταν σε κλοπές ή φωνίες για τους κανόνες εξελίσσονταν σε μεγαλύτερους καυγάδες. Στην πιο ήπια φή τους, είχαμε συγκρούσεις ανάλογες αυτών που συχνά αναπτύσσονται ανάμεσα αδέρφια και άλλα παιδιά που παίζουν. Για παράδειγμα μια ομάδα παιδιών τληκτίζονταν για το ποιο βίντεο θα έβλεπαν, ενώ τους παρατηρούσαμε στο λείο τους:

Όταν ήρθε η ώρα να δουν τη βιντεοκασέτα, τα παιδιά διαφώνησαν για το ποια κασέτα θα έβλεπαν . Τελικά συμφώνησαν να δουν την κασέτα και το επεισόδιο «Charizard!!!».
(Σημείωση πεδίου έρευνας, 2/2/02).

Οι συγκρούσεις προέκυπταν επίσης ανάμεσα και σε παιδιά που έπαιζαν με τις τες, όπως το παρακάτω περιστατικό στο Πρωτάθλημα Πόκεμον στο Ξενοδοχείο ιαβελ:

Ο Τ. και ο Β φωνάζουν και έτσι ο υπεύθυνος, αναγκάζεται να πάει κοντά τους για να τους ηρεμήσει. Ο Β. εξηγεί ότι είπε κατά λάθος μια επίθεση και ότι ήθελε να πει κάποια άλλη. Ο Τ. ισχυρίζεται ότι δεν μπορείς να αλλάξεις κάτι που έχεις πει. Ο υπεύθυνος λύνει τη διαφωνία τους στρίβοντας ένα κέρμα. Κερδίζει ο Β. και χρησιμοποιεί την επίθεση που ήθελε να κάνει. Αργότερα, ο Τ. κερδίζει τη μάχη. Ο Β. λέει στον Τ. με τόνο περισσότερο αστείο παρά απειλητικό: «Θα μου το πληρώσεις αυτό»
(Σημείωση πεδίου έρευνας).

Ο υπεύθυνος κατόρθωσε να λύσει γρήγορα αυτή τη σύγκρουση, αλλά τα δυο ά αγόρια εμπλέκονται συχνά σε τέτοιους είδους καυγάδες (παρότι συνέχισαν να ;ουν μαζί).

άση των δυο αυτών παιδιών να μαλώνουν (και να ενοχλούν τα υπόλοιπα μέλη του ιταθλήματος) ανάγκασε τελικά τον υπεύθυνο να τους ζητήσει να σταματήσουν το γνίδι. Έδειξε όμως και τη δύναμη του πάθους των δύο αγοριών για τα Πόκεμον.

ι άλλο περιστατικό σοβαρότερης σύγκρουσης που παρακολουθήσαμε ανάμεσα σε διά στο Πρωτάθλημα ήταν μεταξύ της ***Κατερίνας***, 8 ετών και του ***Μάρκου***, ίπου 10 ετών:

Η Κ., 8 χρονών κλαίει και φωνάζει. Κάθεται απέναντι απ' το Μ. που είναι δέκα χρονών περίπου. Όταν ο υπεύθυνος πλησιάζει, εκείνη στριγκλίζει: «Δεν είναι αστείο! Δεν είναι καθόλου αστείο Ο Μ. εξηγεί αλλά δεν τον ακούει. Η Κ. αρνείται να συνεχίσει το παιχνίδι... σηκώνεται όρθια, χτυπιέται και φωνάζει...
... είναι αναστατωμένη, λέει πως ο Μ. προσπαθεί να κάνει όσο μεγαλύτερη ζημιά μπορεί στο Πόκεμόν της. Κλαίει με λυγμούς και τον κατηγορεί λέγοντας: «προσπαθείς να βασανίσεις το Πόκεμόν μου! επειδή ξέρεις ότι το αγαπάω πολύ!».
Αρχίζει πάλι να κλαίει. Ο υπεύθυνος του αγώνα της λέει : «μην κάνεις έτσι, είναι μόνο ένα παιχνίδι». Ο Μ. κάθεται ήσυχος, κρατάει τις κάρτες του και κοιτάζει την Κ..
(Σημείωση πεδίου έρευνας).

Η Κατερίνα ήταν ένα εξαιρετικά συναισθηματικό παιδί, με πολύ έντονη σκόλληση στη θέαση των Πόκεμον και εκνευριζόταν, όταν ένιωθε ότι τα :εμόν της απειλούνταν. Το σημαντικό σε αυτά τα παραδείγματα , είτε είχαμε μαντες φιλονικίες ή σοβαρότερες συγκρούσεις, είναι ότι τα Πόκεμον τελούσαν πόλους διαφωνίας ή και έντονης σύγκρουσης.

Η βία για την οποία έχει κατηγορηθεί ο μικρόκοσμος των Πόκεμον στις αναπαραστάσεις των παιδιών έχει την έννοια της δράσης και του παιχνιδιού. Τα παιδιά διακρίνουν την πραγματική από τη φανταστική βία

2.2 Η βία των Πόκεμον

Για βιντεοπαιχνίδια και οι τηλεοπτικές εκπομπές – πρόβαλλαν κυρίως σκηνές ών ανάμεσα στους χαρακτήρες των Πόκεμον και η δράση που εκδηλωνόταν σε ές τις μάχες ενθουσίαζε τα περισσότερα παιδιά. Για παράδειγμα, δυο μαθητές της ης τάξης μας είπαν ότι το μόνο ενδιαφέρον στην πρώτη ταινία Πόκεμον ήταν οι νές της μάχης:

αναγιώτης *και* ***Κώστας*** *, 10 χρονών , αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Είδατε την πρώτη ταινία των Πόκεμον, παιδιά;*
ΚΩΣ-ΠΑΝ: *Ναι.*
ΕΡΕΥΝ: *Πώς σας φάνηκε;*
ΚΩΣΤ.: *Μου άρεσαν οι σκηνές με τις μάχες, όταν πολεμούσαν. Μ' άρεσε και ο Μιουτού και η σκηνή με τη δική του μάχη.*
ΠΑΝ: *Τα ίδια κι εγώ. Μου άρεσαν περισσότερο οι σκηνές μάχης.*

άλλα παιδιά άρεσαν τα αγωνιστικά στοιχεία των χαρακτήρων Πόκεμον:

*[**Χρήστος**, 9 χρονών, αγροτική περιοχή]*

ΧΡ: *Μου αρέσουν τα Πόκεμον, επειδή είναι τέλεια...*
ΕΡΕΥΝ: *Γιατί; Τι είναι αυτό που τα κάνει τέλεια;*
ΧΡ: *Οι επιθέσεις τους και ο τρόπος που τις κάνουν. Όπως η ευλυγισία τους, η ψυχική ακτίνα του Alakazam ή ο σεισμός του Dugtrio.*

Τα παιδιά αυτά φαίνεται ότι θεωρούσαν ουσιαστικής σημασίας τις ωνιστικές ικανότητες των Πόκεμον, εξωτερικεύοντας την πεποίθησή τους ότι χάρη

αυτές κερδίζουν το ενδιαφέρον τους. Το γεγονός ότι τα παιδιά απολάμβαναν τις βίαιες>> όψεις των Πόκεμον φαινόταν και στην απογοήτευσή τους, όταν σε φορα επεισόδια των Πόκεμον *δεν* προβάλλονταν σκηνές έντονης δράσης:

*[**Θοδωρής**, 9 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Είδες την πρώτη ταινία των Πόκεμον ;*
ΘΟΔ.: *Ναι.Η ταινία δεν ήταν τόσο καλή, δηλαδή δε συγκρινόταν μα...περίμενα να δω καμιά μεγάλη μάχη...ότι θα 'ταν πολύ καλύτερη η ταινία...*
... αλλά δεν υπήρχε ούτε μία. Μόνο ο Μιουτού, δηλαδή... Ο Μιουτού και ο Μιου είχαν ένα μικρό καυγά, αλλά αυτό ήταν όλο. Όταν έβλεπα τη διαφήμιση... νόμιζα ότι θα ήταν γεμάτη δράση και τέτοια. Αλλά η ιστορία ήταν διαφορετική απ' ότι περίμενα και απογοητεύτηκα....

*[**Χριστίνα**, 9 χρονών, αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Ποια είναι τα πιο βαρετά επεισόδια;*
ΧΡΙΣΤ: *Το πρώτο, το δεύτερο και το τρίτο. Δηλαδή τα πολύ πρώτα.*
ΕΡΕΥΝ: *Γιατί ήταν τόσο βαρετά;*
ΧΡΙΣΤ: *Γιατί δεν έδειχναν καθόλου μάχες. Μόνο πως βρήκε ο Ας τον Πίκατσου και πώς γνώρισαν άλλα παιδιά. Πολύ βαρετό.*

Η απογοήτευση των παιδιών από την έλλειψη μαχών φαινόταν να προέρχεται ό την επιθυμία τους για περισσότερη δράση. Όταν απουσίαζαν οι μάχες , τα παιδιά ραπονούνταν ότι τα επεισόδια ήταν «ανιαρά» ή δεν είχαν «τόση δράση» όση ιμεναν. Η προτίμηση στις μάχες σχετιζόταν λοιπόν περισσότερο με τα υψηλά πεδα δράσης και την ανταγωνιστικότητα των ηρώων και όχι απαραίτητα με τον ιο ή τις βλάβες που προκαλούσαν αυτές.

*[**Ιφιγένεια**, 9 χρονών, αστική περιοχή]*

Στην αρχή δεν τα καταλάβαινα και τα θεωρούσα άγρια, βίαια όσο τα γνωρίζω διαπιστώνω ότι είναι άκακα και πιστοί φίλοι των ανθρώπων...βέβαια αυτό που μου κάνει εντύπωση, εκτός από τη δράση είναι ότι κάποιες στιγμές δακρύζουν...

*[**Βασίλης**, 9 χρονών, αγροτική περιοχή]*

Στις μάχες των Πόκεμον δε σκοτώνεται κανείς...μόνο τραυματίζονται

*[**Γιώργος**, 9 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

Παίζουν άγρια... μάχονται, αλλά αυτό είναι ένα παιχνίδι, δεν μπορούν να βλάψουν το ένα το άλλο...έχουν καλή καρδιά...πολλές φορές δακρύζουν.

Χριστόφορος, *12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

Ήταν φοβερή η σκηνή της μάχης του Μιου με το Μιουτού...πολλή δράση, αλλά στο τέλος δάκρυσαν...

Στην πραγματικότητα, τα παιδιά έκαναν έναν άτυπο διαχωρισμό ανάμεσα στη ση των σκηνών μάχης και τις πραγματικές συνέπειες αυτής. Αρκετά παιδιά ιασπίζονταν τις μάχες στα Πόκεμον (και γιατί τις απολάμβαναν) ικτηρίζοντάς τις «μη βίαιες»:

*[**Δημήτρης** , 9 χρονών , ημιαστική περιοχή]*

ΔΗΜ: *στον μπαμπά μου δεν αρέσουν, επειδή πιστεύει ότι έχουν πολλή βία.*
ΕΡΕΥΝ: *Μάλιστα.*
ΔΗΜ: *Επειδή, ξέρεις, κάνουν επιθέσεις τα Πόκεμον μεταξύ τους. Κατάλαβες; Και...*
ΕΡΕΥΝ: *Εσύ τι πιστεύεις; Πιστεύεις πως τα Πόκεμον είναι βίαια;*
ΔΗΜ: *Δε νομίζω.*
ΕΡΕΥΝ: *Γιατί το πιστεύεις αυτό;*
ΔΗΜ: *Επειδή, όταν τελειώνει ,δεν πεθαίνουν, απλά λιποθυμάνε.*

*[**Βαγγέλης**, 12 χρονών , αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Γιατί πιστεύεις ότι τα Πόκεμον αρέσουν στα παιδιά;*
ΒΑΓ: *Μπορείς να πεις ότι είναι βίαια, αλλά όχι στην πραγματικότητα. Είναι σαν να βλέπεις το Ντράγκονμπολ , μοιάζουν με αυτό και είναι διασκεδαστικά, δηλαδή είναι κινούμενα σχέδια. Δηλαδή τα μισά παιδιά το παρακολουθούν, επειδή είναι κινούμενα σχέδια ή τα παίζουν γι' αυτό το λόγο. Τέτοια πράγματα. Δεν μπορώ να το εξηγήσω κανονικά.*
ΕΡΕΥΝ: *Είπες ότι είναι βίαια αλλά όχι στην πραγματικότητα. Τι εννοείς ακριβώς;*
ΒΑΓ: *Χτυπάνε το ένα το άλλο, ρίχνουν κεραυνούς και παγώνουν τους αντιπάλους τους με πάγο και καίγονται, αλλά κανένα δεν πεθαίνει. Τα Πόκεμον δεν μπορούν να σκοτωθούν μεταξύ τους, μόνο οι άνθρωποι μπορούν να τα σκοτώσουν. Κι αυτά δε γίνονται ούτε στις κάρτες ούτε στην εκπομπή. Δηλαδή είχα μια γειτόνισσα που δεν άφηνε τα παιδιά της να βλέπουν Πόκεμον, επειδή τα θεωρούσε πολύ βίαια. Αλλά εντάξει, ήταν υπερβολική.*

Τα παιδιά αυτά δέχονταν ότι τα Πόκεμον διεξήγαγαν μάχες μεταξύ τους – με
:ληρά μέσα, όπως η ηλεκτροπληξία και η φωτιά – αλλά επειδή τα Πόκεμον δεν
:θαίνουν από τις επιθέσεις αυτές, αλλά απλά πέφτουν αναίσθητα, τα παιδιά
:ωρούσαν τις δραστηριότητες αυτού του τύπου μη βίαιες και χαρακτήριζαν αυτό τον
:πο βίας φανταστικό και όχι πραγματικό

*[**Βαγγέλης**, 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

...μπορεί να φαίνονται βίαια, αλλά δεν είναι στην πραγματικότητα, μπορεί να χτυπάνε το ένα το άλλο, να ρίχνουν κεραυνούς να θυμίζουν ήρωες της ελληνικής μυθολογίας...τις μάχες των τιτάνων, τους κεραυνούς του Δία , το Φαέθοντα...να παγώνουν τους αντιπάλους, αλλά τα Πόκεμον δε μπορούν να σκοτωθούν μεταξύ τους...δεν έχω δει αίματα...αλλά αν πούμε τα Πόκεμον βίαια , γιατί και η μυθολογία να μην έχει βία; Νομίζω ότι η βία των Πόκεμον είναι φανταστική και όχι πραγματική.

*[**Δημήτρης**, 9 χρονών, αστική περιοχή]*

Στα Πόκεμον υπάρχουν και κακοί...αλλά βία , πραγματική βία δεν υπάρχει Είδες εσύ κανένα Πόκεμον να σκοτώνεται ;

*[**Παναγιώτης**, 12 χρονών, αγροτική περιοχή]*

Βία με την πραγματική μορφή, δηλαδή σκοτωμούς, αίματα δε βρίσκεις στα Πόκεμον, απλά τραυματίζονται και τα μεταφέρουν σε δικά τους νοσοκομεία . Αυτό που λένε βία , είναι ένα παιχνίδι....

πιθανότητα του θανάτου έμοιαζε να είναι αυτή που έθετε τα όρια ανάμεσα στη βία
: την απουσία της για τα παιδιά αυτά. Κάποιο άλλο παιδί που συμπαθούσε τα
κεμον δεν αρνήθηκε τη βία σ' αυτά, αλλά τη δικαιολόγησε, επειδή δεν πίστευε ότι
βίαιες προθέσεις ήταν τόσο ουσιαστικές στα Πόκεμον όσο σε άλλες καταναλωτικές
νίες (όπως το παιχνίδι καρτών Magic):

*[**Αντώνης**, 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Γιατί σ' αρέσουν τα Πόκεμον;*

ΑΝΤ: *Δεν ξέρω. Ξεκίνησα από περιέργεια στην αρχή και μετά άρχισαν να μου αρέσουν, επειδή εγώ έτσι είμαι, αν μάθω πολλά πράγματα για κάτι, μετά μου αρέσει.*

ΕΡΕΥΝ: *Τι γίνεται με τη βία , τις επιθέσεις των Πόκεμον;*

ΑΝΤ: *Τα Πόκεμον δεν ασχολούνται μόνο με τη βία. Δεν κάνουν δηλαδή μόνο επιθέσεις. Θέλουν δεξιότητες, πολλές δεξιότητες... Εγώ δεν έχω ακόμη αρκετές δεξιότητες για να παίξω. Αλλά στα Πόκεμον δεν επιτίθεσαι στο συμπαίκτη σου, απλά κερδίζεις πόντους και βραβεία κάνοντας τα Πόκεμόν του να λιποθυμήσουν. Και αν τα καταφέρεις, αν κάνεις το Πόκεμον να λιποθυμήσει, αυτό είναι όλο, δεν σκοτώνεις, το παιχνίδι δεν είναι τόσο βίαιο όσο τα άλλα παιχνίδια καρτών που παίζουν τα αγόρια. Και τα κορίτσια παίζουν Magic βέβαια, αλλά πιστεύω ότι οι κάρτες αυτού του παιχνιδιού είναι αρρωστημένες, επειδή έχουν εικόνες για παράδειγμα με κάτι γιγαντιαία σκουλήκια με αγκάθια που τρώνε το πόδι κάποιου. Τα Πόκεμον δε δείχνουν ανθρώπους να σκοτώνονται ούτε έχουν τόσο αίμα όσο οι κάρτες Magic. Οι κάρτες Magic είναι συνήθως αηδιαστικές και μερικές είναι εντελώς ανατριχιαστικές. Τα Πόκεμον δεν είναι έτσι. Δε δείχνουν να προσπαθούν να σκοτώσουν κάποιον.*

Ο Αντώνης έκανε ένα διαχωρισμό ανάμεσα στην έντονη, γραφική βία του ιχνιδιού Magic και τη βία των Πόκεμον. Η βία προκαλούσε το ενδιαφέρον τους ι τα συνάρπαζε, αφού κατά κάποιο τρόπο αποτελούσε ένα είδος απαγορευμένης μπεριφοράς για τα παιδιά (τουλάχιστον στις μάχες), που όμως μπορούσαν να το ολαύσουν ελεύθερα. Ωστόσο, τα παιδιά σε αρκετές περιπτώσεις γνώριζαν ότι οι νείς τους απέρριπταν το βίαιο περιεχόμενο των εκπομπών και αρκετά απέρριπταν ι τα ίδια την ιδέα της βίας, που προκαλούσε πραγματικό πόνο. Έτσι, σε μια οσπάθεια ίσως να διαφυλάξουν την ευχαρίστηση που αντλούσαν από τις μάχες των κεμον, τα παιδιά διαχώρισαν την κυριολεκτική- πραγματική βία που βρισκόταν σε λα προϊόντα από τις μορφές μαχών που απεικονίζονται στα Πόκεμον. ιρακτηρίζοντας τις επιθέσεις των Πόκεμον μη βίαιες, τα παιδιά δημιουργούσαν ές τους ερμηνείες για το περιεχόμενο του μικρόκοσμου των Πόκεμον και την νοια της βίας.

.5 Συμπεράσματα και ερμηνευτικός σχολιασμός των αποτελεσμάτων της δεύτερης κατηγορίας για τις *θετικές και αρνητικές αναπαραστάσεις* του μικρόκοσμου των Πόκεμον

Η ανάλυση των ποιοτικών δεδομένων για τις ***αναπαραστάσεις*** που αράγονται από το μικρόκοσμο των Πόκεμον μας οδήγησε στα παρακάτω υμπεράσματα:

1. Τα Πόκεμον λειτούργησαν ως ένα μέσον εκκοινωνισμού με την παροχή ευκαιριών για σύναψη γνήσιων και μακροχρόνιων δεσμών φιλίας ανάμεσα στα παιδιά.

2. Ο μικρόκοσμος των Πόκεμον συνέβαλε ώστε τα παιδιά να έρθουν σε επαφή με άλλα άτομα, που υπό διαφορετικές συνθήκες δε θα είχαν γνωρίσει ποτέ. Ένα από τα κοινωνικά χάσματα που γεφύρωσαν ήταν η διαφορά της ηλικίας, ένα ισχυρό όριο στην παιδική καθημερινότητα. Τα παιδιά είτε ως θεατές είτε ως παίχτες συνυπήρχαν με άτομα κάθε ηλικίας.

3. Τα παιδιά με τη συμμετοχή τους στα δρώμενα του μικρόκοσμου των Πόκεμον δήλωναν ότι ανήκαν σε μια πολιτισμική ομάδα με ένα κοινό ενδιαφέρον που ξεπερνούσε τα όρια της κάθε χώρας και εξαπλωνόταν σε ολόκληρο τον πλανήτη. Ο μικρόκοσμος των Πόκεμον ήταν το μέσο που τα βοήθησε να υπερβούν την εθνική τους καταγωγή.

4. Τα παιδιά ταυτιζόμενα με τους ήρωες των Πόκεμον έδειξαν ότι ήταν μέλη ενός παγκόσμιου φαινομένου που ασκούσε επιρροή στις κοινές καθημερινές δραστηριότητες. Ακόμη και αν τα μέλη αυτής της παγκόσμιας κοινότητας δε μιλούσαν την ίδια γλώσσα, είχαν ωστόσο όλα κοινές δραστηριότητες που εδράζονταν σε μια κοινή βάση γνώσεων και μια κοινή μυθολογία, την οποία ανέπτυσσαν στις συναντήσεις τους.

5. Τα Πόκεμον έδωσαν το έναυσμα για εξύφανση ιστών κοινωνικής συνοχής που εκδηλώθηκε με μια γενική αίσθηση εμπιστοσύνης, συλλογικότητας και συνεργασίας.

6. Ο μικρόκοσμος των Πόκεμον ήταν ένα πολύτιμο εργαλείο στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης και ανάπτυξη κοινωνικών επαφών με τα παιδιά που σε πολλές περιπτώσεις ξεπέρασε τους συνομηλίκους και επεκτάθηκε στις οικογένειές τους.

7. Αντίθετα με τα περισσότερα κινούμενα σχέδια, τα Πόκεμον προωθήθηκαν τόσο σε αγόρια όσο και σε κορίτσια, αυτή η δυαδικότητα του μικρόκοσμού τους συνετέλεσε στην απομάγευση των παραδοσιακών ρόλων και των συμπεριφορών των φύλων. Τα κορίτσια διασκέδαζαν με παραδοσιακά αντρικά στοιχεία και απολάμβαναν τόσο τη δράση των ηρώων κατά τη θέαση όσο και τη χρηστικότητά τους κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού. Αναλόγως και τα αγόρια εκτός των άλλων εξέφρασαν την προτίμησή τους σε μη ομόφυλους χαρακτήρες του μικρόκοσμου των Πόκεμον.

8. Μέσα από την ανάγνωση του μικρόκοσμου των Πόκεμον και του λόγου των παιδιών καταρρίφθηκε ως ανυπόστατος ο ισχυρισμός των μεγάλων ότι ο μικρόκοσμος των Πόκεμον είναι μόνο ανταγωνιστικός. Τα παιδιά ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου και εθνικότητας εκδήλωσαν συμπεριφορές στοργής και αγάπης προς τα Πόκεμον υποδυόμενα κατά κύριο λόγο το ρόλο του εκπαιδευτή.

9. Τα παιδιά χρησιμοποίησαν τη δράση των ηρώων για την αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση ζητημάτων της καθημερινότητας αλλά και γενικότερα προβλημάτων της παγκόσμιας κοινότητας. Τα Πόκεμον λειτούργησαν σα συμβολικά υλικά, ως εργαλεία σκέψης σε πραγματικές συνθήκες ζωής. Το γεγονός ότι τα παιδιά τα εισήγαγαν στην καθημερινότητά τους δείχνει ανάγλυφα τη δύναμη των συναισθηματικών δεσμών, που είχαν αναπτύξει με το μικρόκοσμο των Πόκεμον.

10. Το πλήθος των ηρώων και ο θεματολογικός πλούτος των ιστοριών που πρόβαλλαν οι καθημερινές τηλεοπτικές εκπομπές και οι ταινίες μεγάλου μήκους δημιούργησαν ένα ευρύ σώμα γνώσεων που σε συνδυασμό με τις κάρτες ανταλλαγής και τα βιντεοπαιχνίδια έδωσαν τη δυνατότητα στα παιδιά

να ενσωματώσουν δημιουργικά στοιχεία του μικρόκοσμου των Πόκεμον στην καθημερινότητά τους. Το δημιουργικό παιχνίδι των παιδιών συμπεριελάμβανε φανταστικές ιστορίες που έφτιαχναν τα ίδια για τους εκπαιδευτές, τα Πόκεμον ή φανταστικούς κόσμους βασισμένους σε αυτά.

11. Τα παιδιά δεν υιοθέτησαν παθητικά τα όσα προβάλλονταν στο μικρόκοσμο των Πόκεμον. Κάποια τα απέρριψαν a priori, προβάλλοντας θέσεις που δε συνάδουν με τις αξίες του μικρόκοσμου των Πόκεμον.

12. Τα παιδιά αποδέχθηκαν ότι τα Πόκεμον επιτίθενται μεταξύ τους με οδυνηρούς τρόπους, ηλεκτροπληξία, εκρήξεις, εγκαύματα, αλλά όλα αυτά τα εντάσσουν στην γενικότερη δράση των ηρώων. Τα παιδιά χαρακτήρισαν τις δραστηριότητες αυτού του τύπου μη βίαιες και φανταστικές, επειδή τα Πόκεμον ποτέ δεν πεθαίνουν από τις επιθέσεις αυτές, αλλά απλά πέφτουν αναίσθητα και μεταφέρονται για περίθαλψη στα δικά τους νοσοκομεία. Η πιθανότητα του θανάτου ήταν αυτή που έθετε τα όρια ανάμεσα στη βία την πραγματική και τη φανταστική.

ερώτηση που μας έθεταν οι ενήλικες, όταν άκουγαν το θέμα της εργασίας μας:

«Γιατί αρέσουν στα παιδιά τα Πόκεμον τόσο πολύ,

είναι καλό ή κακό να βλέπουν τα παιδιά Πόκεμον;»,

:οδείχθηκε εξαιρετικά δύσκολη να απαντηθεί με ακρίβεια, αφού απλούστατα δεν ήρχε ένας μόνο ακριβής λόγος που να ισχύει για όλα τα παιδιά. Το κάθε παιδί ακάλυπτε κάτι διαφορετικό που του άρεσε ή το απωθούσε στα Πόκεμον. Η βία των νούμενων σχεδίων πραγματική για πολλούς φαινομενική για άλλους, ασκούσε ποια γοητεία στα παιδιά, αλλά απωθούσε ταυτόχρονα και κάποια άλλα. Ορισμένα οτιμούσαν τα χαριτωμένα Πόκεμον, ενώ άλλα έδειχναν περισσότερο ενδιαφέρον ι τις αγωνιστικές τους δυνατότητες. Η ποικιλία αυτή στις απαντήσεις των παιδιών σχέση με αυτά δείχνει πως η αναπαράσταση των κινούμενων σχεδίων από το ιδικό κοινό αποτελεί μια εξατομικευμένη εμπειρία, προσαρμοσμένη ανάλογα με ν ταυτότητα του κάθε ατόμου. Ως καταναλωτές των προϊόντων των μέσων, τα ιδιά καλούνταν να επιλέξουν μέσα από μια πληθώρα ιστοριών, ηρώων, αντιλήψεων ι δραστηριοτήτων που τους παρουσίαζαν οι παραγωγοί των Πόκεμον και οι ειδικοί ρκετινγκ, στρέφοντας επιλεκτικά την προσοχή τους σε όσα στοιχεία απευθύνονταν

ις συγκεκριμένες ευαισθησίες που είχαν. Το νόημα που αντλούσαν από το λύπλευρο εμπορικό υπερσύστημα των Πόκεμον και το εάν θεωρούσαν τα διάφορα ρη του απολαυστικά ή αποκρουστικά, εξαρτιόταν από τη μοναδική τοποθέτηση και μηνεία που έδινε το κάθε παιδί σε όσα εισέπραττε. Τα θετικά και αρνητικά στοιχεία έφραζαν την ατομικότητα του κάθε παιδιού καταναλωτή, στα πλαίσια της μαζικής υτότητας που δημιουργεί η καταναλωτική κουλτούρα.

Παρότι ο ακριβής συνδυασμός θετικών και αρνητικών αξιών διέφερε σε κάθε ιδί, εντοπίσαμε ορισμένα γενικά κοινά στοιχεία.

ι παιδιά εξέφραζαν τις προτιμήσεις τους ανάλογα με το πώς είχαν τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν κοινωνικά , να παίξουν με το υλικό αυτών (όπως αναλύσαμε στα οηγούμενα κεφάλαια). Τα παιδιά διασκέδαζαν επίσης με την παιδοκεντρική οσέγγιση των Πόκεμον.

Τα παιδιά που παρακολουθούσαν Πόκεμον εφάρμοσαν επίσης δικές τους μηνευτικές κριτικές στα μέσα και τα προϊόντα. Τα παιδιά, εντοπίζοντας θετικά και νητικά σημεία στα Πόκεμον, απέδιδαν στα υλικά τις δικές τους ερμηνείες. ζητώντας και παρατηρώντας πολλά παιδιά, διαπιστώσαμε ότι τα θετικά στοιχεία υ εντόπιζαν στα Πόκεμον τους υπαγόρευαν και τους τρόπους αξιολόγησης. Η ισκέδαση των παιδιών μέσω των εκπομπών και των υποπροϊόντων των Πόκεμον, νδεόταν περισσότερο με το πώς έβλεπαν τα ίδια τους εαυτούς τους να συμμετέχουν ο μικρόκοσμο των Πόκεμον. Τα παιδιά χρησιμοποίησαν τα Πόκεμον, για να ορούν να παρουσιάζουν στους άλλους ότι ανήκουν σ' έναν ξεχωριστό κρόκοσμο, να έχουν μια αίσθηση επιβεβαίωσης των δυνατοτήτων τους ή να κιμάσουν νέους κοινωνικούς ρόλους. Για άλλη μια φορά, οι ερμηνείες που δίνονται η παιδική διασκέδαση δεν είναι ενιαίες, αλλά ξεχωριστές σύμφωνα με το νοητικό και συναισθηματικό επίπεδο κάθε παιδιού. Τα θετικά και τα αρνητικά οιχεία των Πόκεμον λοιπόν, σύμφωνα με τα παιδιά και έδειξαν ότι τα μέσα και η ταναλωτική κουλτούρα διαδραμάτιζαν το ρόλο τους με κάποιο συγκεκριμένο όπο και ταυτόχρονα τόνιζαν την εξατομικευμένη φύση των εμπειριών με τα ΜΜΕ ι ιδιαίτερα με τα κινούμενα σχέδια.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΜΑΝΙΑ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ

(ΤΡΙΤΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ)

Η Nitendo και η Warner Brothers εκμεταλλεύονται την καταναλωτική μανία των παιδιών .

5.1 Το εμπορικό υπερσύστημα των Πόκεμον

Οι επιδράσεις του εμπορικού υπερσυστήματος των Πόκεμον στα παιδιά είναι θύτερες από την προσωρινή εκμετάλλευση των χρημάτων τους. Οι παραγωγοί των σων, οι διαφημιστές και οι κατασκευαστές των Πόκεμον συνεργάστηκαν και σαν ι οργανωμένη μηχανή προώθησης, κατέκλυσαν την καθημερινότητα των παιδιών εμπορικά μηνύματα. Η τηλεοπτική εκπομπή και τα βιντεοπαιχνίδια συμμετείχαν εργά στην προώθηση των Πόκεμον, αλλά ακόμη και τα παιδιά που δεν είχαν όσβαση σε αυτά τα μέσα, δεν μπορούσαν να ξεφύγουν από την εμπορική επιρροή υς. Τα παιδιά συναντούσαν τα Πόκεμον σε φαστ φουντάδικα, σε τρέιλερ για άλλες ινίες, ακόμη και στα ταμεία των τοπικών παντοπωλείων. Το σημαντικότερο είναι ως ότι το μάρκετινγκ των Πόκεμον εισχώρησε σε τόσο μεγάλη μερίδα του ιδικού κοινού, ώστε τα παιδιά διαβίβαζαν τα μηνύματα μεταξύ τους, στις ναναστροφές με τους συνομηλίκους. Καλύπτοντας την πλειοψηφία των παιδιών με εκστρατείες μάρκετινγκ, όσοι ωφελούνταν από τα Πόκεμον τα έφεραν στο οσκήνιο και στην προσοχή σχεδόν όλων των παιδιών. Στη διαδικασία αυτή, οσέλκυσαν τα παιδιά ακόμη βαθύτερα σε μια καταναλωτική κοινωνία.

Ως αποτέλεσμα της έκθεσής τους στα ΜΜΕ και τις εμπορικές δομές των όκεμον, τα παιδιά έμαθαν περισσότερα για τα προϊόντα τους, αισθάνθηκαν να τα ιθυμούν περισσότερο και ξόδεψαν περισσότερα χρήματα γι' αυτά. Τα ΜΜΕ και το ρκετινγκ των Πόκεμον ανάγκασαν πολλά παιδιά να ταυτιστούν ως μέλη μιας ταναλωτικής κουλτούρας, αγοράζοντας τα σχετικά προϊόντα και συμμετέχοντας σε αστηριότητες που ήταν συχνά πολυδάπανες. Σε ευρύτερη κλίμακα όμως, τα ΜΜΕ ι το μάρκετινγκ των Πόκεμον, προώθησαν την ευρύτερη αποδοχή μιας ταναλωτικής ιδεολογίας, από ένα νεαρό κοινό που δεν κατανοούσε ακριβώς αυτό υ αποδεχόταν. Τα παιδιά αναλάμβαναν με χαρά το ρόλο του καταναλωτή στην υλτούρα των Πόκεμον, όταν είχαν τα οικονομικά μέσα και δέχονταν την ιδέα ότι ο

ιταναλωτισμός ήταν μια δραστηριότητα ευχάριστη και επιθυμητή. Ακόμη και το ωναδικό παιδί που εξέφρασε την αντίθεσή του στις συνεχείς απαιτήσεις του ιταναλωτισμού, δεν ήταν πλήρως αντίθετο με αυτόν. Όπως και τα άλλα παιδιά, έφρασε την επιθυμία του να αγοράσει προϊόντα Πόκεμον, αισθανόμενοςόμως ότι η ηθώρα των προϊόντων ξεπερνούσε τη δυνατότητά του να τα αποκτήσει όλα. Τα ιδιά επηρεάστηκαν επίσης από τις ανισότητες μιας καταναλωτικής κοινωνίας. έσω των Πόκεμον, έμαθαν ότι ο καταναλωτισμός – και ιδιαίτερα οι κλάδοι του που ορούν το μάρκετινγκ των ΜΜΕ – μεροληπτεί υπέρ των ατόμων και των ομάδων υ αποτελούν μέρη της επιθυμητής δημογραφικής αγοράς. Συνεπώς, η ιταναλωτική αυτή κουλτούρα για τα παιδιά αντανακλούσε τα κοινωνικά προνόμια ι τις διακρίσεις που ενυπάρχουν και στις ευρύτερες καταναλωτικές κοινωνίες.

6.2 Η καταναλωτική μανία των παιδιών για τα προϊόντα Πόκεμον

Στο κέντρο του μικρόκοσμου των Πόκεμον βρίσκονταν: τα εμπορικά ΜΜΕ, καταναλωτικά προϊόντα, τα συλλεκτικά είδη και το μάρκετινγκ. Χωρίς αυτά τα οιχεία, ο μικρόκοσμος αυτός δε θα είχε κάποια βάση για να στηριχθεί και να απλωθεί. Οι αναφερόμενοι εμπορικοί μηχανισμοί ήταν απολύτως απαραίτητοι ως ομηθευτές του υλικού που χρησιμοποίησαν τα παιδιά στις κοινωνικές τους λληλεπιδράσεις, δομώντας μορφές παιχνιδιού και αντλώντας ευχαρίστηση και ημα. Όμως, οι διανομείς και οι διαφημιστές των Πόκεμον, ανέπτυξαν και ένα γάλο εμπορικό υπερσύστημα που διαπότισε την καθημερινότητα των παιδιών με ιταναλωτικά μηνύματα και κίνητρα. Το εμπορικό υπερσύστημα των Πόκεμον ντασε στα παιδιά μέσω των εκπομπών στην τηλεόραση, των καταστημάτων, πορικών συνεργασιών με άλλους κλάδους και μοναδικών διαφημιστικών χνασμάτων. Ακόμη αποτελεσματικότερο μάρκετινγκ χρησιμοποιήθηκε από τα ΜΕ και τα εμπορικά προϊόντα, που προωθούνται μόνα τους ως μέρη του συνολικού εδιασμού τους.

Όπως ήταν αναμενόμενο, το εμπορικό υπερσύστημα των Πόκεμον είχε χυρές και μεγαλεπήβολες επιδράσεις στην προώθηση των συμφερόντων των ιτασκευαστών και διαφημιστών, όπως φάνηκε από την επιθυμία των παιδιών να οράζουν είδη Πόκεμον και τα χρηματικά ποσά που δαπανούσαν γι' αυτά. Όντας θανά το πλέον ανεπτυγμένο εμπορικό υπερσύστημα στην ιστορία των παιδικών ΜΕ, τα Πόκεμον αποτελούν ένα εξαιρετικό θέμα έρευνας για τον τρόπο με τον οίο τα ΜΜΕ και τα σχετιζόμενα καταναλωτικά αγαθά υποβάλλουν στα παιδιά την

ταναλωτική ιδεολογία και εμπορευματοποιούν την παιδική αθωότητα. Ο τακλυσμός από εμπορικά μηνύματα ήταν εξαιρετικά αποτελεσματικός στην ρώθηση της κατανάλωσης και της αντίστοιχης επιθυμίας, που τη συνοδεύει, θιστώντας τον καταναλωτισμό βασικό στοιχείο στην καθημερινότητα των ιισσότερων παιδιών. Χρησιμοποιώντας μια πολλαπλή, ενοποιημένη στρατηγική ι ΜΜΕ και το μάρκετινγκ, προκάλεσε και διατήρησε αμετάπτωτο το ενδιαφέρον ; νεανικής αγοράς και η τελική διαδεδομένη επιτυχία των Πόκεμον δημιούργησε ι παιδιά τη μαζική καταναλωτική κουλτούρα. Η επιτυχία των Πόκεμον στην όκτηση μεριδίου αγοράς και πρόκληση καταναλωτικών επιθυμιών, δείχνει ρφανώς την πιο αποτελεσματική επίδραση των μέσων των Πόκεμον στον τοινωνισμό των νεαρών ανθρώπων σε μια αδίστακτη καταναλωτική κοινωνία που τορευματοποιεί τα πάντα. Τα Πόκεμον δε δίδαξαν μόνο στα παιδιά τις χαρές της τανάλωσης, αλλά και την κοινωνική πραγματικότητα μιας καταναλωτικής νωνίας.

Η Marsha Kinder (1991) σε μια μελέτη της για το καταναλωτικό φαινόμενο ; εκπομπής «Χελονωνιντζάκια» στα τέλη της δεκαετίας του 1980, χρησιμοποίησε ; όρο «εμπορικό υπερσύστημα», για να περιγράψει ένα τεράστιο διαφημιστικό τυο παραγωγής εικόνων στα ΜΜΕ, στρατηγικών μάρκετινγκ και προσπαθειών ιπλωσης των σχετικών προϊόντων. Σύμφωνα με τον ορισμό της, τα υπερσυστήματα ευθύνονται σε μια πολυποίκιλη καταναλωτική ομάδα και χαίρουν τέτοιας τορικής επιτυχίας, που τα υπόλοιπα μέσα θεωρούν ότι αξίζει να τα οστοποιήσουν σε ένα ακόμη ευρύτερο κοινό. Τα Πόκεμον έφτασαν σε αυτό το πεδο, ξεπερνώντας ακόμη και τα Χελονωνιντζάκια. Διενεργώντας συνεντεύξεις . παρατηρώντας τα παιδιά να συμμετέχουν ενεργά στο μικρόκοσμο τους, πιστώσαμε πόσο πετυχημένο ήταν το εμπορικό υπερσύστημα των Πόκεμον, αφού ε καταφέρει να εμπορευματοποιήσει τα πάντα και να διεισδύσει βαθιά στον κόσμο ν παιδιών, προωθώντας αποτελεσματικά τα συμφέροντα των παραγωγών του.

Τα πιο σημαίνοντα εργαλεία, που χρησιμοποίησε το εμπορικό υπερσύστημα ν Πόκεμον για να προσελκύσει τα παιδιά, ήταν τα προϊόντα των ΜΜΕ. Τα ΜΜΕ ταναν σε πολλά παιδιά και ήταν ιδιαίτερα αποτελεσματικά στην προώθηση των κεμον και την αύξηση του ενδιαφέροντος μιας μεγάλης ομάδας παιδιών. Αν και τα κεμον ξεκίνησαν από μια σειρά βιντεοπαιχνιδιών για το Nintendo GameBoy, τα ιισσότερα παιδιά σε όλο τον κόσμο τα έμαθαν από την τηλεοπτική τους εκπομπή, ποία έγινε το κομβικό σημείο της κουλτούρας που αναπτύχθηκε στη συνέχεια. Η

πομπή αυτή, εκτός από ψυχαγωγική για τις νεαρότερες ηλικίες, ήταν και ένα ηστικό μέσο μάρκετινγκ. Τα Πόκεμον ακολούθησαν το πρότυπο των περισσότερων πορικών τηλεοπτικών κινούμενων σχεδίων για παιδιά, παρουσιάζοντας κυρίως μια ιρά με αδειοδοτημένους χαρακτήρες, χρησιμοποιώντας όμως περισσότερα στοιχεία ιρκετινγκ σε πολλά σημεία της εκπομπής, απ' ότι οι προκάτοχοί τους. Επειδή η πομπή δημιουργήθηκε από την 4Kids Entertainment, βασισμένη στο παιχνίδι των όκεμον για το Nintendo GameBoy, η υλοποίησή της αντανακλούσε και το στόχο υ παιχνιδιού. Και στα δύο παρουσιάζονταν μεγάλα ταξίδια, όπου οι εκπαιδευτές όκεμον προσπαθούσαν να συλλέξουν όλα τα πλάσματα Πόκεμον και να κερδίσουν ; μάχες που διεξάγονταν στην πορεία. Στην τηλεοπτική εκπομπή, το ταξίδι αυτό ρουσιαζόταν μέσα από τις περιπέτειες του δεκάχρονου Ας Κέτσαμ, μαζί με το απημένο του Πόκεμον Πίκατσου και τους φίλους του. Η τηλεοπτική ιστορία ήθησε να δημιουργηθεί ενδιαφέρον και για άλλα προϊόντα Πόκεμον (όπως τα ιχνίδια της Nintendo και οι κάρτες ανταλλαγής) που αναπαριστούσαν τις αστηριότητες που πρόβαλλε η εκπομπή. Το σλόγκαν της εκπομπής «Gotta catch n all!» («Πρέπει να τα πιάσεις όλα!») υπερτονιζόταν τόσο στο τραγούδι έναρξης , ιο και σε ολόκληρη τη διάρκεια της εκπομπής, υπενθυμίζοντας προφανώς στα ιδιά το στόχο τους, που δεν ήταν άλλος από το να αποκτήσουν στην αρχή και τα 0 και στη συνέχεια τα 300 Πόκεμον. Επίσης, για να μη ξεχνάνε τα παιδιά τα όκεμον που ίσως έλειπαν από τις συλλογές τους, ένα τραγούδι με τίτλο «Pokerap» ο τέλος κάθε επεισοδίου, ανέφερε τα ονόματα των Πόκεμον που είχαν εμφανιστεί ο τραγούδι το θυμόντουσαν αρκετά παιδιά με τα οποία μιλήσαμε). Για να ηθήσουν ακόμη περισσότερο τα παιδιά να απομνημονεύσουν όλα τα ονόματα, εδόν όλα τα Πόκεμον μιλούσαν μόνο με λέξεις που θύμιζαν το όνομά τους. Για ράδειγμα, ο Πίκατσου έλεγε μόνο «Πίκατσου», «Πίκα» και «Τσου». Έτσι, ένα ιδί, παρακολουθώντας μια συνηθισμένη εκπομπή των Πόκεμον, άκουγε τα όματα των ηρώων τόσες πολλές φορές σε ολόκληρο το επεισόδιο, που όχι μόνο τα ομνημόνευε, αλλά συγχρόνως μάθαινε ολόκληρη την εκτεταμένη σειρά των οϊόντων.

Οι τρεις κινηματογραφικές ταινίες που κυκλοφόρησαν με θέμα τα Πόκεμον, ιτούργησαν ως προϊόντα κέρδους και μαζικές εκστρατείες μάρκετινγκ και για άλλα οϊόντα των Πόκεμον. Όπως ακριβώς συνέβαινε και με την τηλεοπτική εκπομπή, οι ινίες *Πόκεμον: Η Πρώτη Ταινία*, *Πόκεμον 2000* και *Πόκεμον 3* παρουσίαζαν ;ορίες που θύμιζαν παιχνίδια ανταλλαγής καρτών και βιντεοπαιχνίδια. Κάθε ταινία

ρχιζε με ένα σύντομο κινούμενο σχέδιο, με πρωταγωνιστή το χαριτωμένο, κίτρινο Ίικατσου μαζί με τα άλλα Πόκεμον σε μια χαμηλών τόνων δράση, ενώ μετά κολουθούσε η κύρια ταινία με τον ανθρώπινο ήρωα Ας και τους φίλους του, σε μια πική περιπέτεια που θα τους επέτρεπε να γίνουν «οι καλύτεροι εκπαιδευτές Ιόκεμον». Ουσιαστικά, τόσο οι ταινίες όσο και η τηλεοπτική εκπομπή δεν ήταν ίποτα άλλο παρά μακροσκελή διαφημιστικά προϊόντα, που αφού εξοικείωναν το αιδικό κοινό με τους αδειοδοτημένους χαρακτήρες, τα ωθούσαν στη συνέχεια σε αταναλωτικές μανίες. Όμως, η ταινία *Πόκεμον 2000* χρησιμοποιούσε ακόμη πιθετικότερο μάρκετινγκ, χρησιμοποιώντας τη μέθοδο της τοποθέτησης προϊόντων ε διάφορα σημεία της. Σε μια σκηνή της ταινίας, ο κακός εμφανίζεται να συλλέγει άρτες Πόκεμον, ενώ η πραγματική διαφημιστική κάρτα που δινόταν ως δώρο με άθε εισιτήριο εμφανίζεται σε κοντινό πλάνο και στην ταινία (σημείωση πεδίου ρευνας, 1/10/00).

Στην τηλεοπτική εκπομπή, τα τερατάκια Πόκεμον υπάρχουν και ζουν σε έναν αναστικό κόσμο που δεν έχει σχέση με την πραγματικότητα, αλλά με αυτό το ιαφημιστικό τρικ που χρησιμοποιήθηκε στην ταινία, ένα αντικείμενο από αυτήν ίνεται πραγματικό συλλεκτικό είδος, που όλα τα παιδιά επιθυμούν να αποκτήσουν.

Η τηλεοπτική εκπομπή και οι κινηματογραφικές ταινίες ήταν ιδιαίτερα ποτελεσματικά εργαλεία μάρκετινγκ, επειδή το κοινό που τα παρακολουθούσε ήταν ξαιρετικά μεγάλο. Η πρώτη ταινία Πόκεμον κατέπληξε με την τεράστια εισπρακτική ης επιτυχία τους ειδήμονες του ψυχαγωγικού παιδικού κλάδου. Από το πρώτο ιόλας Σαββατοκύριακο προβολής της, κέρδισε την πρώτη θέση στις ταινίες που ροβάλλονταν όχι μόνο στις Ηνωμένες Πολιτείες όπου απέδωσε συνολικό ποσό ισπράξεων πάνω από 85 εκατομμύρια δολάρια. Παρότι η δεύτερη και η τρίτη ταινία εν ήταν το ίδιο επικερδείς, όλες κατάφεραν να εισέλθουν στις πέντε πλέον ετυχημένες κινηματογραφικές ταινίες, τα πρώτα Σαββατοκύριακα προβολής τους, νώ απέφεραν θετικά κέρδη για τη Warner, πάνω από 42 και 17 εκατομμύρια δολάρια ντίστοιχα (Nash, 2002).

Ιολλά απ' τα παιδιά με τα οποία συνομιλήσαμε ανέφεραν ότι παρακολουθούσαν ακτικά Πόκεμον, μερικές περιπτώσεις και δύο φορές την ίδια μέρα. Ένα παιδί τα ατέγραφε και στο βίντεο:

*[**Μπάμπης**, 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]*

ΜΠ.: *Ναι....παλιά τα έγραφα στο βίντεο. Είχα μια κασέτα που έγραφα τις εκπομπές. Μετά έγραφα μόνο μερικές σκηνές, όπως τις μάχες. Και, όταν έκαναν μάχες, μόνο τα καλά σημεία, όχι όταν μιλούσαν... έτσι έβλεπα τις αγαπημένες μου σκηνές, όσες φορές ήθελα..*

Πολλά παιδιά παρακολούθησαν και τις ταινίες περισσότερες από μία φορές, όπως ο Χρήστος, από τη Ν. Σμύρνη:

*[**Χρήστος** , 8 χρονών , αστική περιοχή]*

ΕΡΕΥΝ: *Πόσες φορές έχεις δει την ταινία;*
ΧΡ.: *Μόνο δυο φορές στο σινεμά και τώρα την έχω σε κασέτα.*
ΕΡΕΥΝ: *Έχεις δει την κασέτα;*
ΧΡ: *Ναι.*
ΕΡΕΥΝ: *Πόσες φορές;*
ΧΡ: *Μ.....! Δε θυμάμαι...πολλές φορές , πάνω από πέντε.*

Η διαθεσιμότητα των ταινιών στο βίντεο ή και η ενοικίαση επέτρεπε στα παιδιά να τις ξαναβλέπουν όσες φορές ήθελαν:

[Αντώνης, και Κώστας, 12 χρονών, ημιαστική περιοχή]

ΕΡΕΥΝ: *Πόσες φορές έχετε δει την πρώτη ταινία;*
ΑΝΤ.: *Εγώ την έχω δει τρεις-τέσσερις φορές, επειδή την έχουμε σε κασέτα.*
ΚΩΣΤ: *Εγώ τρεις φορές., γιατί τώρα την πήρα ..*
ΕΡΕΥΝ: *Την αγόρασες;*
ΚΩΣΤ: *Ναι.*

Έτσι, αν την κινηματογραφική ταινία δεν την είδαν τόσα παιδιά όσα την τηλεοπτική εκπομπή, πολλά την παρακολούθησαν περισσότερες από μία φορές, γεγονός που επιβεβαιώνει την αγοραστική ισχύ των ταινιών σε βιντεοκασέτες.

Η τηλεοπτική εκπομπή και οι ταινίες ήταν τα πιο διαδεδομένα προϊόντα στο εμπορικό υπερσύστημα των Πόκεμον, αλλά όχι και τα μοναδικά. Οι προσπάθειες υποστηρίχθηκαν από ηλεκτρονικά και έντυπα μέσα και προσέλκυαν τα παιδιά που ήταν ήδη θαυμαστές των Πόκεμον και καλούσαν και άλλα παιδιά να συμμετέχουν σε χυτά. Η επίσημη ιστοσελίδα των Πόκεμον, η Pokemon.com που δημιούργησε η Nintendo, ήταν μια πλούσια ιστοσελίδα, με πληροφορίες για τους ήρωες των Πόκεμον, τις κινηματογραφικές ταινίες, τα βιντεοπαιχνίδια και τα διάφορα σχετικά προϊόντα, με ενότητες όπως το «Πόκεμον της Εβδομάδας», παζλ και παιχνίδια και

διασυνδέσεις σε εταιρικά προϊόντα της Nintendo για τα Πόκεμον. Όταν ρωτήσαμε τρία 12χρονα αγόρια στον κινηματογράφο για την ιστοσελίδα, μας μίλησαν για τις πληροφορίες που είχαν, για τα νέα εμπορικά στοιχεία του κόσμου των Πόκεμον, καθώς και τις δραστηριότητες:

ΜΑΡΙΝΟΣ: *...λέει για τα Πόκεμον , έχει ειδήσεις γι' αυτά, όλα τα νέα και γράφει για τους νέους ήρωες των Πόκεμον.*
ΓΙΩΡΓΟΣ: *.... λέει και για νέα προϊόντα που θα κυκλοφορήσουν.*
ΔΗΜΗΤΡΗΣ: *Και έχει και παιχνίδια για να παίζεις.*

Άλλα παιδιά αγόραζαν και διάβαζαν περιοδικά που αφορούσαν αποκλειστικά το παιχνίδι και τις κάρτες ανταλλαγής Πόκεμον, όπως ήταν τα *Nintendo Power*, επειδή το περιεχόμενο αυτών των εντύπων αφορούσε τις γραμμές παραγωγής της Nintendo – με άρθρα για το παιχνίδι, τις επερχόμενες κυκλοφορίες, τις τιμές των καρτών ανταλλαγής και τους δημιουργούς των Πόκεμον , γενικότερα το σύνολό τους λειτουργούσε ως διαφήμιση. Τα περιοδικά, ως εργαλεία μάρκετινγκ, απευθύνονταν σε μεγάλο κοινό καταναλωτών, επειδή συχνά τα παιδιά τα δανείζονταν από φίλους ή συμμαθητές τους.. Στο Πρωτάθλημα Πόκεμον στη Γλυφάδα, τα παιδιά εκδήλωναν έντονα το ενδιαφέρον τους για τα περιοδικά και συχνά τα ξεφύλλιζαν μαζί:

> *Ένα αγόρι κοιτάζει το περιοδικό και λέει: «Ουάου! Είναι τέλειο!». Έπειτα σηκώνεται και στέκεται δίπλα σε ένα άλλο αγόρι, κοιτάζοντας μαζί του το περιοδικό. Ένα κορίτσι σκαρφαλώνει στο τραπέζι για να το δει κι αυτή. (Σημείωση πεδίου έρευνας, 20/8/00).*

Αντίθετα με την τηλεοπτική εκπομπή, τα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα των Πόκεμον χρησιμοποιήθηκαν από τους θαυμαστές τους που αναζητούσαν επίμονα πληροφορίες σχετικές με αυτά. Ωστόσο, οι πολλές λεπτομέρειες και οι «αποκλειστικές ειδήσεις» που περιείχαν αυτά τα υποστηρικτικά μέσα, προκάλεσαν το ενδιαφέρον όλων όσων συμμετείχαν στο μικρόκοσμο των Πόκεμον. Έτσι, τα μέσα αυτά μετατρέπονταν σε αποτελεσματικά εργαλεία που βοηθούσαν να διατηρείται αμείωτο το ενδιαφέρον των παιδιών. Επιπλέον, τα περιοδικά, οι τηλεοπτικές εκπομπές, οι ταινίες και οι ιστοσελίδες ήταν πάρα πολύ αποτελεσματικά μέσα ως τμήματα μιας μαζικής διαφημιστικής εκστρατείας, επειδή τα παιδιά (και ίσως και μερικοί γονείς) τα εκλάμβαναν απλά ως μορφές ψυχαγωγίας και πληροφοριών και δεν τα αναγνώριζαν απευθείας ως εργαλεία μάρκετινγκ.

8.6.3 Οι οικονομικές συναλλαγές των παιδιών με προϊόντα Πόκεμον

Τα παιδιά απολάμβαναν το ότι οι ενήλικες τα αναγνώριζαν και τα παραδέχονταν ως αυθεντίες στα Πόκεμον, ενώ ταυτόχρονα διασκέδαζαν και με τη δημόσια αναγνώριση της αξίας των Πόκεμον. Τα παιδιά έδειχναν να αντιλαμβάνονται ότι η χρηματική αξία των προϊόντων, προσέδιδε στο φαινόμενο των Πόκεμον μεγαλύτερη αξιοπιστία και σημασία στα μάτια των ενηλίκων. Έτσι, απολάμβαναν την οικονομική αξία των προϊόντων, άσχετα από το αν είχαν τα ίδια την ικανότητα να δρέψουν οικονομικά οφέλη απ' αυτό ή όχι. Η εκτίμηση που έτρεφαν τόσα παιδιά (που μπορεί να είχαν ή να μην είχαν στην κατοχή τους πολύτιμα συλλεκτικά είδη) για την οικονομική αξία των Πόκεμον, έμοιαζε να συνδέεται περισσότερο με την αίσθησή τους ότι η υλική προσέδιδε και πολιτισμική αξία στις δραστηριότητες και τους συμμετέχοντες στο μικρόκοσμο των Πόκεμον.

Κάθε παιδί, που συμμετείχε στην κουλτούρα των Πόκεμον, είχε κάποια αίσθηση της χρηματικής αξίας των ειδών τους. Πολλά παιδιά αντιλαμβάνονταν ότι τα είδη Πόκεμον είχαν αξία και ήταν συλλεκτικά, ενώ άλλα, όπως ο δεκάχρονος Λεωνίδας, περίμεναν με ανυπομονησία να αποζημιωθούν για την αρχική τους επένδυση:

[Λεωνίδας 10 χρονών, αγροτική περιοχή]

ΕΡΕΥΝ: *...μαζεύεις ακόμα κάρτες;*
ΛΕΩΝ.: *Ναι! Αλλά περιμένω να γίνουν πολύτιμες και τότε θα τις πουλήσω.*
ΕΡΕΥΝ: *Μάλιστα...Πότε πιστεύεις ότι θα γίνει αυτό, πότε θα γίνουν πολύτιμες οι κάρτες;*
ΛΕΩΝ: *Μ! Δεν το ξέρω αυτό ...ίσως να θέλουν να τις αγοράσουν μαγαζιά με αντίκες κι έτσι τις μαζεύω και...*

Πολλά παιδιά ήξεραν επίσης την τρέχουσα αξία των καρτών που είχαν ή έκαναν κάποιες πιθανές εκτιμήσεις για την αξία τους.

Αν και σε γενικές γραμμές τα παιδιά αντιλαμβάνονταν ότι μερικές κάρτες ήταν πολύτιμες, αυτό δε σημαίνει ότι ήξεραν πάντα ποιες ήταν ακριβότερες ή ποια ήταν η ακριβής αξία τους. Ο Χρήστος, ένα αγόρι, που πήγαινε στη Δευτέρα δημοτικού, καταλάβαινε ότι η κάρτα Charizard ήταν η πιο πολύτιμη και ότι οι διαφορετικές εκδόσεις της αύξαναν την αξία της:

[Χρήστος, 8 χρόνων, αγροτική περιοχή]

ΧΡΗΣΤ: *Και μπορείς να πας σ' ένα μαγαζί με κάρτες και να κοιτάξεις... να, έχω ένα περιοδικό που δείχνει πόσοκο στίζει κάθε κάρτα Πόκεμον, πόσο κάνει να την αγοράσεις. Ξέρω ότι η κάρτα Charizard κάνει 100 δρχ. Νομίζω πως είναι διαφορετικό σε κάθε έκδοση, δηλαδή... ίσως η πρώτη έκδοση να κάνει περισσότερο και η δεύτερη λιγότερο*

Ο Αχιλλέας γνώριζε επίσης ότι ο Charizard ήταν η ακριβότερη κάρτα, αλλά είχε υπερεκτιμήσει την αξία του:

[Αχιλλέας , 10 χρονών, ημιαστική περιοχή]

ΑΧ.: *...η πρώτη έκδοση του πρωτότυπου Charizard, που δε θα υπάρχει πια, δηλαδή το πρώτο βασικό σετ δε θα κυκλοφορεί πια στα μαγαζιά. Γι' αυτό σε λίγο θα κάνει περίπου 10.000 δρχ.*

Γι' αυτά, σημασία δεν είχε τόσο η πραγματική αξία της κάρτας Charizard, όσο :ο ότι ήξεραν πως η κάρτα ήταν ακριβή. Το γεγονός ότι και τα άλλα παιδιά εκτιμούσαν με παρόμοιο τρόπο τα Πόκεμον, ήταν αυτό που έδινε χαρά , όπως στο Ρένο :

[Ρένος, 8 χρόνων, αστική περιοχή]

ΕΡΕΥΝ: *Τι είναι αυτό που κάνει τόσο πετυχημένα τα Πόκεμον;*
ΡΕΝΟΣ: *Αυτό που τα κάνει πετυχημένα είναι ότι έχουν αξία, δηλαδή σε λεφτά. Και γι' αυτό αρέσουν στα παιδιά.*

Τα παιδιά αισθάνονταν περήφανα, γιατί ένα καταναλωτικό προϊόν, που είχε δημιουργηθεί για τα ίδια, είχε τόσο μεγάλη αξία, ώστε το επιζητούσαν ακόμη και οι μεγαλύτεροι. Συζητώντας με τα παιδιά, διαπιστώσαμε ότι τους άρεσε να εξηγούν και να αναφέρουν τη χρηματική αξία διαφόρων συλλεκτικών ειδών Πόκεμον, ακόμη και αν δεν τα είχαν στην κατοχή τους. Η χαρά αυτή συνήθως δε συσχετιζόταν με το προσωπικό όφελος, που θα μπορούσαν να αποκομίσουν πουλώντας τα προϊόντα Πόκεμον, αλλά έμοιαζε να προέρχεται από την αντίληψη ότι ολόκληρη η κοινωνία δείχνε το σεβασμό της και απέδιδε μια σημαντική θέση στην κουλτούρα των Πόκεμον.

Τα περισσότερα παιδιά ήταν ικανοποιημένα γνωρίζοντας απλά ότι τα οϊόντα Πόκεμον ήταν τόσο δημοφιλή και ειδικά τα συλλεκτικά – καθιστούσαν ερίοπτη τη θέση του κατόχου τους στην κοινότητα.

Η μητέρα ενός οκτάχρονου παρατήρησε ότι ο γιος της χαιρόταν με το κύρος που του δινε η συλλογή καρτών Πόκεμον, καθώς τον παρακολουθούσε να συζητά , να νταλλάσσει , αλλά και να παίζει με μεγαλύτερα παιδιά:

ΑΛΚΗΣΤΙΣ: [παρατηρώντας το γιο της, να συναναστρέφεται με άλλα παιδιά]

Εε... τίποτα, απλά μιλάνε γι' αυτή την κάρτα, αλλά ο Βασιλάκης είπε... [γελάει] μάλλον θα αρνηθεί. Αυτό είναι που μ' αρέσει, βλέπεις...
Μπορεί να ξεχωρίζει κάτι που είναι σπάνιο ....Κι αυτό σημαίνει πολλά για το Βασίλη.... Ξέρει όμως ότι, αν έχει κάτι πολύτιμο δεν πρέπει να πάει έτσι απλά και να το δώσει, γιατί τότε θα χάσει. [γελάει].

ΕΡΕΥΝ: Δηλαδή χαίρεται που αισθάνεται πως...
ΑΛΚ.: Πως είναι περιζήτητος κατά κάποιο τρόπο.
ΕΡΕΥΝ: Μάλιστα.
ΑΛΚ: Ότι δηλαδή συλλέγει κάτι που εκτιμούν και θέλουν και τα άλλα παιδιά.

Γι' αυτό το επτάχρονο παιδί, το να συγκεντρώνει συλλεκτικά είδη Πόκεμον το αροποιούσε, επειδή του χάριζε μια ξεχωριστή θέση ανάμεσα στους υπόλοιπους υλλέκτες, αναφορικά με την αξία των καρτών του.

Αλλα παιδιά διασκέδαζαν αποκτώντας είδη υλικής αξίας. Ο Γιάννης για παράδειγμα, ροτιμούσε να αγοράζει αντικείμενα με τα Πόκεμον, αντί να τα βλέπει στην ηλεόραση, επειδή θεωρούσε ότι η συλλογή είχε μεγαλύτερη υλική αξία από τη έαση της εκπομπής στην τηλεόραση:

Γιάννης, 10 χρονών, αστική περιοχή]

ΕΡΕΥΝ: Λοιπόν, παρακολουθείς τα Πόκεμον στην τηλεόραση;
ΓΙΑΝ: Τα Πόκεμον; Ναι.
ΕΡΕΥΝ: Ποια είναι η γνώμη σου;
ΓΙΑΝ: Μ' αρέσουν πολύ, αλλά μ' αρέσει περισσότερο να μαζεύω πράγματα απ' το να βλέπω τηλεόραση.
ΕΡΕΥΝ: Γιατί σ' αρέσει περισσότερο να συλλέγεις απ' το να βλέπεις τηλεόραση;
ΓΙΑΝ: Γιατί είναι πιο... διασκεδαστικό. Οι κάρτες δεν κινούνται βέβαια, αλλά είναι πολύτιμες.

Ωστόσο, ελάχιστα από αυτά τα παιδιά πούλησαν αργότερα τις κάρτες Πόκεμον . Αυτό δείχνει ότι το οικονομικό όφελος δεν ήταν το κύριο κίνητρο στη συμπεριφορά τους. Η ίδια η κατοχή των ειδών ήταν που είχε μεγάλο νόημα για πολλά παιδιά, ειδικά αφού τα συλλεκτικά είδη ήταν η βάση της καταναλωτικής κουλτούρας στην οποία συμμετείχαν και αποκτώντας είδη Πόκεμον δήλωναν την ταύτισή τους με την κουλτούρα αυτή.

Η μεγάλη ποικιλία των προϊόντων έκανε τα παιδιά να θέλουν περισσότερο να δημιουργήσουν συλλογές, αφού έτσι είχαν τη δυνατότητα να εκφράζουν τις προσωπικές τους προτιμήσεις στα πλαίσια μιας μαζικής κουλτούρας. Ο Χρήστος μας εξήγησε ότι πολλά παιδιά συγκέντρωναν είδη Πόκεμον (είτε GameBoy είτε με τη μορφή καρτών ή συλλεκτικών ειδών) επειδή υπήρχαν τόσα πολλά διαφορετικά αντικείμενα:

[Χρήστος, 10 χρόνων, ημιαστική περιοχή]

ΕΡΕΥΝ: *Μπορείς να μου περιγράψεις πώς άρχισες ν' ασχολείσαι με τα Πόκεμον;*

ΧΡ: *Μου φαίνονται διασκεδαστικά, γιατί έχεις όλα αυτά τα πλασματάκια που μπορείς να συλλέξεις. Και να νικάς τους άλλους. [χαμογελάει].*

ΕΡΕΥΝ: *Ωραία.*

ΧΡ: *Γι' αυτό αποφάσισα να τα συγκεντρώνω.*

ΕΡΕΥΝ: *Γιατί πιστεύεις ότι τα Πόκεμον είχαν επιτυχία; Γιατί δηλαδή αρέσουν στα παιδιά;*

ΧΡ: *Επειδή στα παιδιά αρέσει να μαζεύουν πράγματα. Γι' αυτό.*

ΕΡΕΥΝ: *Κάποιος άλλος λόγος;*

ΧΡ: *Είναι μικρά τερατάκια. Και είναι πάρα πολλά. Και είναι διαφορετικά μεταξύ τους.*

Ο Χρήστος τονίζει ότι ένα απ' τα πιο διασκεδαστικά στοιχεία στο μικρόκοσμο ων Πόκεμον είναι ο μεγάλος αριθμός των ηρώων που υπάρχουν και τα διαφορετικά αρακτηριστικά καθενός. Τα παιδιά, όπως ο Χρήστος, αναγνώριζαν τη μεγάλη οικιλία που προσέφερε ο μικρόκοσμος των Πόκεμον στις καταναλωτικές τους πιλογές. Εκτός από τους 150 χαρακτήρες των Πόκεμον, οι θαυμαστές τους πορούσαν να επιλέξουν τα συλλεκτικά είδη που θα αναζητούσαν, αλλά και να εριμένουν τη δημιουργία νέων ηρώων. Για παράδειγμα, τα παιδιά με τα οποία ίλησα ή παρατήρησα, συνέλεγαν διάφορα είδη, από κάρτες ανταλλαγής, ιντεοκασέτες και χνουδωτά ζωάκια Πόκεμον έως φιγούρες, εκδόσεις των παιχνιδιών ια το GameBoy και «τάπες» που χρησιμοποιούνταν στο παιχνίδι. Οι ξεχωριστές

αταναλωτικές επιλογές που έκαναν – το αν για παράδειγμα θα αποκτούσαν την ασημένια» έκδοση του GameBoy ή όλες τις κάρτες των Πόκεμον «νερού» ή μια άρτα από το σετ της Ομάδας Πύραυλος – αποτελούσαν για τα παιδιά μια δίοδο ροσωπικής έκφρασης των προτιμήσεών τους. Ο Χριστόφορος και η Άννα για αράδειγμα, μας εξήγησαν το πάθος τους για συγκεκριμένες κάρτες Πόκεμον:

Χριστόφορος 10 χρονών, Άννα 12 χρονών, αγροτική περιοχή]

ΧΡ.: *Μερικοί άνθρωποι κάνουν τρελά πράγματα, αν τους αρέσει ένα Πόκεμον. Ας πούμε ότι μ' αρέσει ο Snorlax, τότε για να τον πάρω θα αντάλλασσα... Αν πραγματικά δηλαδή μου άρεσε ο Snorlax, θα έδινα για να τον πάρω κι ένα Charizard, που είναι πολύ σπάνια κάρτα...*

ΕΡΕΥΝ: *Δηλαδή πιστεύετε ότι αξίζει να κάνεις μια τέτοια ανταλλαγή αν πραγματικά σ' αρέσει ο Snorlax;*

ΧΡ: *Ναι, μου αρέσει ο Gengar και για να τον πάρω θα αντάλλαζα τα πάντα.*

ΑΝ: *Εμένα μ' αρέσει ο Electrobuzz. Κι εγώ θέλω πολλές κάρτες δικές του, αλλά μ' αρέσει και ο Flareon*

Γι' αυτά τα παιδιά, δεν ήταν τόσο σημαντικό να συμπληρώσουν τη συλλογή τους ή να αποκτήσουν τις κάρτες με τη μεγαλύτερη χρηματική αξία, αλλά να ταφέρουν να βρουν τις αγαπημένες τους. Η Μαρία, μάς εξήγησε επίσης ότι στα ταιδιά άρεσε να κάνουν συλλογές σύμφωνα με τα προσωπικά τους ενδιαφέροντα:

[Μαρία 10 χρονών , ημιαστική περιοχή]

ΜΑΡ. *....η φίλη μου, η Έμυ, έμαθε για τα Πόκεμον από εμένα. Δεν έχει πολλές κάρτες, γιατί μαζεύει μόνο τις κάρτες που της αρέσουν. Εγώ μαζεύω όλες τις κάρτες, γιατί βασικά μ' αρέσουν όλα τα Πόκεμον. Όλοι όμως έχουν τα αγαπημένα τους, μια αγαπημένη ομάδα Πόκεμον , μια ομάδα εξελίξεων ή ένα αγαπημένο Πόκεμον. Το αγαπημένο μου στοιχείο είναι το ψυχικό και έτσι το αγαπημένο μου Πόκεμον είναι το Kadabra. Δηλαδή μπορείς εύκολα να καταλάβεις και ποιο είναι το αγαπημένο μου σετ, αφού ο Kadabra βρίσκεται στο σετ εξελίξεων Abra, Kadabra, Alakazam.*

[Εμυ 10 χρόνων, ημιαστική περιοχή]

ΕΜ. *.... Όμως οι πιθανότητες να σου τύχει ο Μιου είναι μία στις 300 συσκευασίες. Και εγώ ήμουν τυχερή, το ίδιο και η Κέλυ. Η Κέλυ συγκεντρώνει μόνο Μιου κι αυτό είναι λίγο χαζό, αφού δεν υπάρχουν πολλοί. Και εκτός απ' αυτόν που της έτυχε μαζί μου,*

και ίσως δυο-τρεις άλλους Μιου που εγώ δεν ξέρω.... δεν ξέρω τι άλλο μπορεί να βρει ίσως ένα αιγυπτιακό Μιου ....

Η Μαρία τόνισε ότι τα παιδιά είναι ελεύθερα να επιλέξουν τι θα συλλέξουν. Ζι ενώ αυτή επέλεξε όλα τα Πόκεμον, οι φίλες της είχαν αποφασίσει να συγκεντρώσουν ένα μόνο συγκεκριμένο τύπο κάρτας, περιορίζοντας το μέγεθος των συλλογών τους. Κάθε συλλέκτης μπορούσε να ειδικευτεί, επιλέγοντας αυτό που του ιρεσε περισσότερο από την ποικιλία των ειδών Πόκεμον. Αυτή η ποικιλία (αν και τεριοριζόταν σε μία παραγωγική καταναλωτική γραμμή) έκανε την απόκτηση υχάριστη, ως μία μορφή ατομικής έκφρασης στα πλαίσια της ταυτότητας του ατόμου αι ως μέλος μιας μαζικής κουλτούρας.

Άλλα παιδιά επιβεβαίωσαν επίσης πως η έκπληξη τα διασκέδαζε και τι ένιωθαν μεγάλη χαρά αν είχαν τύχει πολύτιμες κάρτες :

[Μάκης, 10 χρονών, αστική περιοχή]

ΜΑΚ: *...έχεις την αγωνία αν θα τύχεις κάποια σπάνια κάρτα και ποια θα είναι.*
Γι' αυτό μ' αρέσει να τα αγοράζω...

Για την Ομάδα Πύραυλος λένε ότι οι πιθανότητες να σου τύχει (που είναι δέκα φορές πιο πολύτιμο απ' τις απλές κάρτες) είναι μία στις τρεις, αλλά εγώ βρίσκω συνέχεια τέτοιες κάρτες, ένα στα δύο σακουλάκια έχει τέτοιες....

Η απόκτηση των προϊόντων Πόκεμον προκαλούσε ευχαρίστηση σε πολλαπλά πίπεδα. Η αγωνία και η έκπληξη έκαναν την στιγμή της απόκτησης ιδιαίτερα πολαυστική. Όμως, αποκτώντας τα παιδιά τα διάφορα είδη Πόκεμον, είχαν και ακροπρόθεσμα οφέλη, αφού τα συλλεκτικά είδη ανέβαζαν την θέση των κατόχων τους ανάμεσα στα υπόλοιπα μέλη και τους έδιναν την αίσθηση ότι ανήκαν σε μια οινότητα, δηλώνοντας τη συμμετοχή τους σε ένα μεγαλύτερο φαινόμενο. Στα λαίσια αυτής της μαζικής κουλτούρας, η απόκτηση ειδών παρείχε ένα μέσον κφρασης της ατομικότητας των παιδιών.

Μερικά παιδιά επωφελήθηκαν ακόμη περισσότερο από την απόκτηση ειδών όκεμον, πουλώντας τα για να κερδίσουν χρήματα. Αν και τα περισσότερα παιδιά εν ενδιαφέρονταν για το όφελος που θα μπορούσαν να τους χαρίσουν οι συλλογές τους, ένα μικρό ποσοστό αναζητούσε οικονομικά οφέλη από τα Πόκεμον και αυτή η ειονότητα φαινόταν να αντλεί ευχαρίστηση διεξάγοντας οικονομικές συναλλαγές. τα πλαίσια αυτών των οικονομικών συναλλαγών, τα παιδιά πουλούσαν συλλεκτικά

δη Πόκεμον και αντάλλασσαν μεταξύ τους κάρτες, αναζητώντας κάποιες ολυτιμότερες ή σπανιότερες που πίστευαν ότι θα πουλούσαν αργότερα. Η χαρίστηση που έβρισκαν τα παιδιά αυτά στις οικονομικές συναλλαγές ήταν συνήθιστη, με την έννοια ότι παρείχε και υλικές ανταμοιβές για μερικούς από τους μμετέχοντες. Η επιθυμία για μια τέτοια υλική ανταμοιβή ήταν εμφανής από τις ωτοβουλίες που έπαιρναν και μερικές φορές την απίστευτη αποφασιστικότητά τους, καθώς συμμετείχαν σε οικονομικές συναλλαγές. Ένα παράδειγμα είναι και ο λίας, γιος ενός φίλου μας. Τον Ηλία τον συναντήσαμε σ' έναν κινηματογράφο ακολουθώντας την ταινία *Πόκεμον 2000*. Στην προβολή αυτή, με κάθε εισιτήριο ίναν δώρο και μια διαφημιστική, συλλεκτική κάρτα που ήθελαν πολύ όλα τα ιδιά:

Μας ρωτάει αν θα δουμε την ταινία και του απαντάμε θετικά. Ύστερα, αν θέλουμε να ανταλλάξουμε τη διαφημιστική κάρτα μας μαζί του. Μας λέει ότι έχει φέρει τις δικές του κάρτες. Του λέμε πως δεν κάνουμε ανταλλαγές. Μας ρωτάει αν έχουμε δει την κάρτα και του λέμε ότι ξέρουμε πως θα έχει τον αρχαίο Μιου και ένα μυστικό κωδικό πάνω της. Ύστερα μας ρωτάει ξανά αν θέλουμε να ανταλλάξουμε και λέει ότι θα μας δώσει όποια κάρτα θέλουμε, ακόμη και τον Charizard. Χαμογελώντας, του λέμε ότι δεν κάνουμε ανταλλαγές και τότε σηκώνεται και επιστρέφει στην οικογένειά του...

Μπαίνουμε στον κινηματογράφο που προβάλλει τα Πόκεμον 2000 και καθόμαστε πίσω από ένα αγόρι περίπου 7 χρονών και μια γυναίκα με γκρίζα μαλλιά. Και οι δύο κοιτάνε τις διαφημιστικές κάρτες.

Γυναίκα: Ωραίες είναι.
Αγόρι: Είναι συλλεκτικές..

Ο Ηλίας, που κάθεται μερικές σειρές πιο μπροστά με την οικογένειά του, σηκώνεται, περνάει ανάμεσά τους και κάθεται δυο θέσεις πιο πέρα από το αγόρι.

Ηλίας: Θέλεις να ανταλλάξουμε;
Αγόρι: Όχι.
Ηλίας: .... έχω φέρει μαζί μου τις κάρτες μου.

Ο Ηλίας του δίνει το ντοσιέ με τις κάρτες του και το αγόρι της κοιτάζει μαζί με τη γυναίκα.

Γυναίκα: Έχεις μεγάλη συλλογή, ε;
Το αγόρι κλείνει το ντοσιέ, το επιστρέφει στον Ηλία και λέει ότι του λείπουν μόνο δυο κάρτες απ' τις δικές του.
Ηλίας: Ποια δηλαδή;
Αγόρι: Τα Gyrados.

Ο Ηλίας προσπαθεί να πείσει το αγόρι να ανταλλάξει μια απ' τις διαφημιστικές κάρτες με τον αρχαίο Μιου που έχει, αλλά εκείνος επιμένει ότι δεν τον ανταλλάσσει. Ο Ηλίας σηκώνεται , προχωρά παρακάτω στη σειρά και κάθεται μπροστά από δύο μεγαλύτερα αγόρια ασιατικής καταγωγής. Στρίβει προς το μέρος τους και τα ρωτάει: «Θέλετε να ανταλλάξουμε;».
Τα αγόρια του απαντάνε αρνητικά... ο Ηλίας επιστρέφει στη θέση του απογοητευμένος...

Η αδερφή του Ηλία, περίπου 8 χρονών, πλησιάζει και κάθεται μπροστά από το αγόρι και τη γυναίκα.
Αδερφή του Ηλία: Μην τις ανταλλάξεις!
Αγόρι: Το ξέρω.
Του ζητάει να κοιτάξει τη διαφημιστική κάρτα του και της τη δίνει. Το κορίτσι την κοιτάζει και την επιστρέφει.
Αδερφή του Ηλία: Τώρα πρέπει να αξίζει περίπου 1000 δρχ. Ναι, είναι ειδική έκδοση. Μη την ανταλλάξεις ποτέ.
(Σημείωση πεδίου έρευνας).

Παιδιά, όπως ο Ηλίας, διαπραγματεύονταν συμφωνίες ανταλλαγών έχοντας ς κίνητρο την (προσωρινά) υψηλή αξία μερικών καρτών Πόκεμον και την ροοπτική να κερδίσουν χρήματα από αυτές.

Άλλα παιδιά συμμετείχαν επίσης σε οικονομικές συναλλαγές χωρίς να νδιαφέρονται για την υλική ανταμοιβή, αλλά με μοναδικό κίνητρο να υμπληρώσουν τις συλλογές τους. Αυτοί οι τύποι ανταλλαγών ήταν πολύ υνηθισμένοι στα σχολεία. Οι συναλλαγές που γίνονταν ήταν κυρίως κοινωνικής ύσης, καθώς τα παιδιά προσπαθούσαν να προκαλέσουν το ενδιαφέρον των άλλων ια να ανταλλάξουν μαζί τους, συζητούσαν για την κατάσταση των καρτών και κλειναν συμφωνίες μεταξύ τους. Η διαδικασία αυτή διαπραγμάτευσης ήταν τόσο πολαυστική για ορισμένα παιδιά, ώστε άρχισαν να κάνουν συμφωνίες για τους ίλους τους ή με τις κάρτες των φίλων τους. Το γεγονός ότι τα παιδιά έκαναν ικονομικές συναλλαγές χωρίς να έχουν κανένα προσωπικό όφελος και χωρίς να ποκτούν κάρτες για τις συλλογές τους, δείχνει ότι από μόνη της η συμμετοχή ροκαλούσε ικανοποίηση. Για παράδειγμα, ο Θανάσης, ένα παιδί σ' ένα σχολείο των άτω Πατησίων δεν είχε δικές του κάρτες να ανταλλάξει και προσπάθησε να κλείσει ια συμφωνία για τις κάρτες του φίλου του με τον Αντώνη, ένα παιδί περίπου τρία ρόνια μικρότερο:

[Θανάσης 12 χρονών , Αντώνης 9 χρονών , ημιαστική περιοχή]

ΑΝΤ: Δεν ξέρω αν θα τις ανταλλάξω ακόμα. Σταμάτα να μ' ενοχλείς.

ΘΑΝ: Έλα τώρα!
ΑΝΤ: Πήγαινε να κλείσεις καμιά συμφωνία με κάποιον άλλο κι έλα μετά να τα ξαναπούμε…

6.4 Συμπεράσματα και ερμηνευτικός σχολιασμός των αποτελεσμάτων της τρίτης κατηγορίας για *την καταναλωτική μανία των παιδιών.*

1. Η Nitendo και η Warner Brothers κατέκλυσαν την καθημερινότητα των παιδιών με εμπορικά μηνύματα. Οι τηλεοπτικές εκπομπές τα βιντεοπαιχνίδια και τα άλλα υποπροϊόντα συμμετείχαν στην προώθηση της καταναλωτικής μανίας, αλλά ακόμη και τα παιδιά που δεν είχαν άμεση πρόσβαση σε αυτά τα μέσα, ήταν αδύνατο να ξεφύγουν από την εμπορική τους επιρροή.

2. Ως αποτέλεσμα της έκθεσης στα Μ.Μ.Ε και τις εμπορικές δομές του μικρόκοσμου των Πόκεμον τα παιδιά γνώρισαν περισσότερα για τα προϊόντα τους και αισθάνθηκαν την ανάγκη να διαθέσουν χρήματα, για να τα αποκτήσουν.

3. Σε ευρύτερη κλίμακα τα Μ.Μ.Ε και το μάρκετινγκ των Πόκεμον , προώθησαν την αποδοχή μιας καταλωτικής διαδικασίας , εκμεταλλευόμενοι την καταναλωτική μανία ενός κοινού, που δε διέθετε μηχανισμούς αντίστασης.

Οι επιδράσεις του εμπορικού υπερσυστήματος των Πόκεμον στα παιδιά είναι αθύτερες από την προσωρινή εκμετάλλευση των χρημάτων τους. Οι παραγωγοί των έσων, οι διαφημιστές και οι δημιουργοί των Πόκεμον συνεργάστηκαν και λημμύρισαν την καθημερινότητα των παιδιών με εμπορικά μηνύματα. Η τηλεοπτική κπομπή και τα βιντεοπαιχνίδια συμμετείχαν ενεργά στην προώθηση των Πόκεμον, λλά ακόμη και παιδιά που δεν είχαν πρόσβαση σε αυτά τα μέσα, δεν μπορούσαν να εφύγουν από την εμπορική επιρροή τους. Τα παιδιά συναντούσαν τα Πόκεμον αντού. Το σημαντικότερο είναι όμως ότι το μάρκετινγκ των Πόκεμον άγγιξε ένα εγάλο μέρος του παιδικού κοινού, μάλιστα τα παιδιά αντάλλασαν μηνύματα μεταξύ ους, καθώς και στις συναναστροφές τους με τους συνομήλικούς τους . Με τη

αδικασία αυτή, ώθησαν τα παιδιά ακόμη περισσότερο σε μια καταναλωτική οινωνία.

Ως αποτέλεσμα της έκθεσής τους στα ΜΜΕ και τις εμπορικές δομές των όκεμον, τα παιδιά έμαθαν περισσότερα για τα προϊόντα τους, αισθάνθηκαν την ιθυμία να τα αποκτήσουν και τα έκαναν μέρος της καθημερινότητάς τους ιπανώντας περισσότερα χρήματα για αυτά. Τα ΜΜΕ και το μάρκετινγκ των όκεμον ανάγκασαν πολλά παιδιά να ταυτιστούν ως μέλη μιας καταναλωτικής ουλτούρας, αγοράζοντας τα σχετικά προϊόντα και συμμετέχοντας σε δραστηριότητες ου ήταν συχνά πολυδάπανες. Σε ευρύτερη κλίμακα όμως, τα ΜΜΕ και το ίρκετινγκ των Πόκεμον, προώθησαν την ευρύτερη αποδοχή μιας καταναλωτικής εολογίας, από ένα νεαρό κοινό που δεν κατανοούσε ακριβώς αυτό που αποδεχόταν. α παιδιά αναλάμβαναν με χαρά το ρόλο του καταναλωτή στην κουλτούρα των όκεμον, όταν είχαν τα οικονομικά μέσα και ενστερνίζονταν την ιδέα ότι ο ιταναλωτισμός ήταν μια δραστηριότητα ευχάριστη και επιθυμητή. Ακόμη και ίποια παιδιά που εξέφρασαν την αντίθεσή τους στις συνεχείς απαιτήσεις του ιταναλωτισμού, δεν ήταν πλήρως αντίθετα με αυτόν. Τα παιδιά επηρεάστηκαν ίσης από τις ανισότητες μιας καταναλωτικής κοινωνίας. Μέσω των Πόκεμον, τα ιδιά έμαθαν ότι ο καταναλωτισμός – και ιδιαίτερα οι κλάδοι του που αφορούν το ίρκετινγκ των ΜΜΕ – μεροληπτεί υπέρ των ατόμων και ομάδων που αποτελούν ερη της επιθυμητής αγοράς. Συνεπώς, η καταναλωτική αυτή κουλτούρα για τα ιδιά αντανακλούσε τα κοινωνικά προνόμια και τις διακρίσεις που ενυπάρχουν και ις ευρύτερες καταναλωτικές κοινωνίες.

Στο επίκεντρο του μικρόκοσμου των Πόκεμον βρίσκονταν: τα ΜΜΕ, τα ιταναλωτικά προϊόντα, τα συλλεκτικά είδη και το μάρκετινγκ. Χωρίς αυτά τα οιχεία, ο μικρόκοσμος αυτός δε θα είχε κάποια βάση για να στηριχθεί και να απλωθεί. Οι αναφερόμενοι εμπορικοί μηχανισμοί ήταν απολύτως απαραίτητοι ως ομηθευτές του υλικού που χρησιμοποίησαν τα παιδιά στις κοινωνικές τους λληλεπιδράσεις, δομώντας μορφές παιχνιδιού και αντλώντας ευχαρίστηση και ημα. Όμως, οι διανομείς και οι διαφημιστές των Πόκεμον, ανέπτυξαν ένα μεγάλο μπορικό υπερσύστημα που διαπότισε την καθημερινότητα των παιδιών με ιταναλωτικά μηνύματα και κίνητρα. Το εμπορικό υπερσύστημα των Πόκεμον οσέγγισε τα παιδιά μέσω των τηλεοπτικών εκπομπών, των ταινιών, των παιδικών ιταστημάτων, εμπορικών συνεργασιών με άλλους κλάδους και μοναδικών αφημιστικών τεχνασμάτων. Όπως ήταν αναμενόμενο, το εμπορικό υπερσύστημα

ον Πόκεμον είχε ισχυρές και μεγαλεπήβολες επιδράσεις στην προώθηση των ομφερόντων των κατασκευαστών και διαφημιστών, όπως φάνηκε από την επιθυμία ον παιδιών να αγοράζουν είδη Πόκεμον και τα χρηματικά ποσά που δαπανούσαν γι' ατά. Όντας το πλέον ανεπτυγμένο εμπορικό υπερσύστημα στην ιστορία των ιδικών ΜΜΕ, τα Πόκεμον αποτελούν ένα εξαιρετικό θέμα έρευνας για τον τρόπο ε τον οποίο τα ΜΜΕ και τα σχετιζόμενα καταναλωτικά αγαθά υποβάλλουν στα ιδιά την καταναλωτική μανία. Ο κατακλυσμός από εμπορικά μηνύματα ήταν ξαιρετικά αποτελεσματικός στην προώθηση της κατανάλωσης και της ταναλωτικής επιθυμίας, καθιστώντας τον βασικό στοιχείο στην καθημερινότητα ον περισσότερων παιδιών. Όμως, επειδή η πλήρης συμμετοχή στο μικρόκοσμο των όκεμον *απαιτούσε* την απόκτηση ειδών Πόκεμον, το εμπορικό υπερσύστημα είχε αι έμμεση συνέπεια την προνομιακή εκμετάλλευση των παιδιών

ρησιμοποιώντας μια πολλαπλή, ενοποιημένη στρατηγική στα ΜΜΕ και το άρκετινγκ, προκάλεσε και διατήρησε το ενδιαφέρον της νεαρής αγοράς και η τελική τιτυχία των Πόκεμον δημιούργησε τη μαζική καταναλωτική κουλτούρα για τα ιδιά. Η επιτυχία των Πόκεμον στην απόκτηση μεριδίου αγοράς και η πρόκληση ταναλωτικών επιθυμιών, δείχνει προφανώς την πιο αποτελεσματική επίδραση των έσων των Πόκεμον στην κοινωνικοποίηση των νεαρών ανθρώπων σε μια αδίστακτη ταναλωτική κοινωνία που εμπορευματοποιεί τα πάντα. Τα Πόκεμον δε δίδαξαν όνο στα παιδιά τις χαρές της κατανάλωσης, αλλά και την κοινωνική πραγματικότητα ιας καταναλωτικής κοινωνίας.

✓ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΤΟ

). ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

).1 Για τον ντισνεϊκό κόσμο

Οι μορφές του Μίκυ, του Ντόναλντ, του Σκρουτζ, του Γκούφυ, της Μίνι, του Πινόκιο, της Εσμεράλντα, του Αλαντίν, της Ποκαχόντα και των υπόλοιπων ηρώων του ντισνεϊκού κόσμου εδώ και εβδομήντα πέντε χρόνια διαποτίζουν την καθημερινότητα των παιδιών.

Μέσω των βασικών μας υποθέσεων ερευνήσαμε:

Αν ισχύει η κρατούσα αντίληψη περί αθωότητας του ντισνεϊκού κόσμου και η εικόνα του «Θείου Γουόλτ» ως αποκλειστικού θεματοφύλακα της παιδικής διασκέδασης.

Μέσα από την ανάλυση των ταινιών του ντισνεϊκού κόσμου διακρίναμε ότι:

- ✓ Η εικόνα του παιδιού στον ντισνεϊκό κόσμο ταυτίζεται με την εικόνα ενός παιδιού αγνού, άσχετου με την πραγματικότητα που ζει το όνειρο, οδηγείται στα μονοπάτια της ντισνεϊκής φαντασίας με νεράιδες, βασίλισσες αλλά και μαθητευόμενους μάγους.
- ✓ Το δυτικό σύστημα εμφανίζεται ανώτερο από τα συστήματα των λαών του τρίτου κόσμου, γι' αυτό πρέπει με κάθε θυσία να επιβληθεί σε αυτούς. Όταν ο Μίκυ στην ταινία ΄΄Φαντασία΄΄ κατορθώνει και προσαρμόζει τη σκούπα στις επιθυμίες του, τον παίρνει ο ύπνος, φαντάζεται ότι εξουσιάζει τα πάντα και μεταφέρει την ισχύ του σε άλλους πλανήτες, όμως καθώς ξυπνάει βλέπει το κελάρι πλημμυρισμένο νερό και καθώς ο ίδιος κινδυνεύει να πνιγεί, ο σύμμαχός του, η σκούπα, γίνεται ο άσπονδος εχθρός του και η μόνη λύση είναι να την καταστρέψει, να την εξαφανίσει, γι΄αυτό καταφεύγει στη βία και δε διστάζει να χρησιμοποιήσει το τσεκούρι, την κάνει χίλια κομμάτια και χωρίς τύψεις απολαμβάνει το κατόρθωμά του. Σε λίγο μέσα από τα κατεστραμμένα κομμάτια γεννιούνται εκατομμύρια νέες σκούπες. Συνειρμικά ανακαλύπτουμε πολλούς τέτοιους μαθητευόμενους μάγους στη χώρα του Disney και μια τάση επιβολής των στερεοτυπικών ντισνεϊκών αντιλήψεων και στην παγκόσμια κοινότητα.

- ✓ Οι ήρωες του Disney δεν εργάζονται. Όλοι αγοράζουν. Όλος ο κόσμος πουλάει και καταναλώνει.
- ✓ Ο θεσμός της οικογένειας απουσιάζει παντελώς, πλοηγούμαστε σε ένα κόσμο θείων, ανιψιών και ξαδέρφων, που λειτουργεί ως αντιστάθμισμα της έλλειψης του οικογενειακού θεσμού.

Μέρος των κειμένων κλασικών ιστοριών και παραμυθιών μεταλλάσσεται, για να συνταιριάζει με την ντισνεϊκή κοσμοαντίληψη, ειδικότερα:

- ✓ Οι πόλεις και οι εποχές στο μύθο της Disney δεν είναι πραγματικές. Ορισμένες φορές βλέπουμε το συνδυασμό διαφορετικών τοποθεσιών και εποχών, με τελικό αποτέλεσμα τη δημιουργία συνθηκών ρεαλιστικά ανυπόστατων.
- ✓ Μέσα από την ανάλυση ταινιών κινούμενων σχεδίων της Disney αναδεικνύεται μια τάση του Disney να διδάξει στο παιδικό κοινό προτεραιότητες, αξίες και αναθέσεις ρόλων. Παντού κυριαρχεί η φωνή του Disney. Μπορεί να περιγραφεί ως μια φωνή που προσφέρει ασφάλεια και πολιτική αθωότητα μέσω εξομοιώσεων, που αρθρώνουν τις φαντασιώσεις της μεσοαστικής Αμερικής .

Διδάσκοντάς μας πώς θα πρέπει να είναι ο κόσμος, ο Disney ασχολείται με ην εκ νέου συγγραφή κειμένων, προκειμένου να δημιουργήσει αφηγηματικές ταινίες υθυγραμμισμένες με τους βασικούς στερεοτυπισμούς του.

- ✓ Οι αναπαραστάσεις του φύλου στις ταινίες κινούμενων σχεδίων του Disney επαναλαμβάνονται σε σταθερές σχέσεις (εκτός από κάποιες εξαιρέσεις) και παρουσιάζουν συνεπή αρχέτυπα που το κοινό βρίσκει θετικά και προσδοκά να δει, όταν πηγαίνει να παρακολουθήσει μια ταινία του. Η ηρωίδα του Disney και οι γυναικείου φύλου βοηθοί της συμπεριφέρονται με προβλέψιμους τρόπους.

Ιολλοί ερευνητές (Henke, Umble και Smith, Hoerner, Matti και Lisosky, Lawrence,)owney, Winbaum) θεωρούν ότι οι ηρωίδες του είναι σχεδιασμένες γύρω από την)έα του «ιδανικού κοριτσιού» (Henke, Umble και Smith).

Ίέσα από την έρευνά μας διακρίναμε:

- ✓ Ότι το «ιδανικό κορίτσι» του Disney είναι συνήθως μια παθητική ηρωίδα. Μάλιστα αξιολογούμενη διαπιστώνουμε ότι διαπράττει μικρό αριθμό ενεργειών, καλών ή κακών.

- ✓ Όταν το «τέλειο κορίτσι» του ντισνεϊκού κόσμου καταφέρνει να πάρει τελικά κάποια βαρύνουσα απόφαση, συνήθως καταλήγουμε σε καταστροφή, τύψεις και ενοχές.
- ✓ Τα κίνητρα των ηρωίδων της Disney αποτελούν επίσης σημαντικά στοιχεία στη δόμηση του μύθου γύρω απ' το φύλο.

Ποια είναι η δύναμη που ωθεί τις ηρωίδες να πράττουν όσα πράττουν; Οι προθέσεις τους είναι αλτρουιστικές ή όχι και γιατί; Οι Russo, Jeffords, Sells, Haas, Payne, Buescher και Ono και Cuomo θεωρούν ότι τα κίνητρα των ηρωίδων είναι κατά βάση αυτά που τις χαρακτηρίζουν.

Η έρευνά μας απέδειξε:

- ✓ Ότι οι ηρωίδες του Disney είναι συνήθως περιορισμένες στις προθέσεις τους. Εγκλωβισμένες τις περισσότερες φορές στο χώρο των προσωπικών και οικιακών ζητημάτων, είναι αφοσιωμένες στο να παρέχουν βοήθεια στους άλλους, ακόμη και εις βάρος της δικής τους ασφάλειας και επιτυχίας. Ζουν, για να εξυπηρετούν.
- ✓ Τα κίνητρα των ηρωίδων του Disney δεν μπορούν παρά να επικεντρώνονται στην εδραίωση των αντρικών χαρακτήρων, ηρώων και να τους διδάσκουν με σωστό και έγκυρο τρόπο πώς να γίνουν καλύτεροι άνθρωποι.

Η Haas θεωρεί ότι η ταυτότητα είναι το κίνητρο πίσω από τις πράξεις των ηρωίδων της Disney.

Μέσα από τη συγκριτική μας μελέτη επιβεβαιώνεται η θέση του Haas:

> *Παρότι η μητέρα / γυναίκα είναι ο καθρέφτης στον οποίοι οι άντρες κοιτάζουν για να βρουν το «άλλο τους μισό» και συνεπώς την ταυτότητά τους, η ίδια δε διαθέτει δική της ταυτότητα... Αυτή η έλλειψη ταυτότητας παρουσιάζεται, επειδή η μητέρα και η σχέση μητέρας / κόρης δεν έχουν ακόμη συμβολοποιηθεί στην πολιτισμική μας φαντασία. Δεν υπάρχει μητρική γενεαλογία και δεν αποδίδεται σημασία στην κληρονομιά της μητέρας... Οι μητέρες είναι είτε υπερβολικά συναισθηματικές είτε περιφρονούνται. Και στις δύο περιπτώσεις, η ταυτότητα και το έργο τους διαγράφονται, εξουδετερώνονται και υποτιμούνται ταυτόχρονα* (196).

- ✓ Οι μητέρες στις ταινίες του Disney που αναλύσαμε, συχνά δε βρίσκονται στη ζωή, μερικές φορές δεν αναφέρονται καν, περιστασιακά παρουσιάζονται ως τέλειες, συνήθως όμως τις αντικαθιστούν άλλα πρόσωπα και είναι πάντα

«περισσότερο στερεοτυπικά (και ιδεολογικά) σχεδιασμένες απ' οποιοδήποτε άλλο χαρακτήρα.

- ✓ Οι νέες ηρωίδες του ντισνεϊκού κόσμου εμφανίζονται αρχικά να αναδομούν την κοινωνική τάξη και να αναζητούν μια ξεχωριστή θέση, για να ακουστεί και η δική τους φωνή, κάνοντας έτσι να διαφαίνεται η πιθανότητα εμφάνισης ηρωίδων που δε θα είναι μητέρες ή σύζυγοι. Μια βαθύτερη προσέγγιση όμως μας αποκαλύπτει ότι οι ρόλοι τους είναι έτσι προσχεδιασμένοι προκειμένου να επαναφέρουν την πατριαρχική τάξη τελικά.
  - ✓ Ο Disney παρουσιάζει τις νεαρές γυναίκες να αιχμαλωτίζονται από τις τακτικές της ερωτοτροπίας, στο βαθμό που κάτι τέτοιο γίνεται αρχέτυπο, αφού το κοινό έχει την προσδοκία να απεικονίζονται έτσι όλες οι ηρωίδες. Η επιρροή του Disney στην παιδική ηλικία μας δείχνει πώς η «αποκλειστική εμπιστοσύνη στην αντρική κανονιστική άποψη» διαμορφώνει τους στόχους των γυναικών με απώτερο ιδανικό την οικογενειακή ζωή .
  - ✓ Οι σημαντικές εργασίες επιφυλάσσονται για τους άντρες. Οι γυναικείες εργασίες άπτονται του ρομαντισμού και της οικογενειακής ζωής. Οι άντρες πρωταγωνιστές του Disney είναι βασιλιάδες, πρίγκιπες, εφευρέτες, κυνηγοί, δικαστές και καπετάνιοι. Εμφανίζονται να διοικούν τα βασίλειά τους, να οδηγούν στρατούς και να επιτίθενται στο κακό. Οι ηρωίδες του Disney είναι πριγκίπισσες, αλλά πάντα παρουσιάζονται ονειροπόλες, τραγουδίστριες και αποκλειστικά υπεύθυνες για τις οικιακές εργασίες.

Οι στερεοτυπικές αναπαραστάσεις της οικογένειας στις ταινίες κινούμενων χεδίων του Disney βασίζονται και αυτές σε ένα μυθικό πλαίσιο και όχι σε μια παρκτή μορφή. Αρκετοί ερευνητές (Mintz και Kellogg, Johnston, Furstenberg, Bane αι Jargowsky, Schickel, Downey) αναφέρουν ότι η εκδοχή της αμερικανικής ικογένειας που χρησιμοποιεί ο Disney, αποτελεί αναπαράσταση αυτού που ερισσότερο προσδοκά να δει το κοινό, παρά την πραγματική της εικόνα.

Μέσα από την ανάλυση περιεχομένου διακρίναμε:

- ✓ Ότι ο Disney προωθεί την εικόνα της αμερικανικής οικογένειας στην οποία όλοι εργάζονται και το νόημα αντλείται από τη συνεκτική οικογενειακή ομάδα. Το άτομο εκπληρώνεται μόνο στην αναζήτηση της οικογένειας ή όταν

αποτελεί μέλος της. Η μη ρεαλιστική απεικόνιση της οικογένειας από τον Disney έχει γίνει το ίδιο αρχέτυπη με τις απεικονίσεις του φύλου.

Συνεπώς:

Τα φύλα και η οικογένεια απεικονίζονται σε στερεοτυπικούς ρόλους. Κωδικοποιούνται με μια συντηρητική παραδοσιαρχία, που έχει αποδείξει στο παρελθόν την επιτυχία της στο κοινό και την εξασφάλιση κερδών. Ο ρόλος των γυναικών περιορίζεται στην αναπαράσταση ενός ευγενικού, καλού, παθητικού θύματος, που είναι απορροφημένο στην αναζήτηση του ρομαντικού έρωτα ή τα καθήκοντα παροχής φροντίδας. Οι ηρωίδες της Disney απεικονίζονται ως σιωπηλοί, υπάκουοι φορείς αθωότητας που βασίζονται στους άντρες, για να διορθώσουν τα κακώς κείμενα στη ζωή τους, τα οποία οι ίδιες, πλημμυρισμένες από συναίσθημα, δεν καταφέρνουν να αλλάξουν.

Ο πατέρας ή η μητέρα μπορεί να είναι χήροι, αλλά ποτέ δεν είναι διαζευγμένοι. Τα παιδιά μπορεί να είναι ζωηρά, αλλά δεν έχουν φυλακιστεί ποτέ. Οι οικογένειες μπορεί να ζουν σε διαμέρισμα, αλλά το διαμέρισμα αυτό βρίσκεται πάντοτε στα προάστια. Η μητέρα ενδέχεται να δουλεύει εκτός σπιτιού, αλλά ο πατέρας είναι υπεύθυνος για το κύριο εισόδημα.

Στις νεότερες ταινίες που αναλύσαμε στην παρούσα διατριβή και οι τρεις ηρωίδες εμφανίζονται να αντιστέκονται σ' αυτό το δομημένο ντισνεϊκό ρόλο. Η Disney Production επιδεικνύει μια προθυμία να προσαρμόσει και να συμβιβάσει το προϊόν της με τις απαιτήσεις του κοινού. Σ' αυτή την περίπτωση, οι ηρωίδες ξεκινούν σε κάθε ταινία τη δράση τους με δική τους πρωτοβουλία. Ονειρεύονται, δηλώνουν τις επιθυμίες τους και σώζουν οι ίδιες τους εαυτούς τους και τους άλλους. Ωστόσο, καθώς οι ταινίες προχωρούν, οι «νέες» ηρωίδες της Disney αρχίζουν να θυμίζουν όλο και περισσότερο τις παραδοσιακές της ηρωίδες. Οι εξελίξεις του σεναρίου τις αναγκάζουν να μη μιλούν, να θυσιάζονται ή να χάνουν τις αισθήσεις τους, επιστρέφοντας έτσι επιτυχώς στο παραδοσιακό μοντέλο τους. Η Άριελ από τη *Μικρή Γοργόνα*, η Μπελ από την *Πεντάμορφη και το Τέρας* και η Εσμεράλντα της *Παναγίας των Παρισίων* καταπνίγουν τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους, προκειμένου να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις της παραδοσιακά πατριαρχικής ρομαντικής ιστορίας και έτσι παραμένουν στα απόλυτα όρια των παραδοσιακών τους ρόλων. Ο στερεοτυπικός ρόλος, που σχεδιάζεται για τις οικογένειες, είναι ένα αστικό σενάριο για το σπίτι / οικογενειάρχη που «φαντάζεται» ο Disney, επικαλύπτοντας το μεταπολεμικό ιδανικό της πυρηνικής

οικογένειας. Οι αναπαραστάσεις της οικογένειας, του Disney αγνοούν τις «κοινωνικές αλλαγές» όπου «εναλλακτικοί τρόποι ζωής συγχωρούνται, αν δε γίνονται πλήρως αποδεκτοί ή μιμούμενοι» και τις «πολυπλοκότητες του πλουραλισμού» σ' έναν «ολοένα και πιο αμφιλεγόμενο κόσμο». Κάθε άτομο έχει και έναν προδιαγεγραμμένο ρόλο στον ντισνεϊκό κόσμο, έτσι ώστε όλοι να συμμετέχουν στον κύκλο της οικογενειακής ευτυχίας. Οι μητέρες είναι είτε απούσες είτε μονοδιάστατες παροχείς φροντίδας, που υποστηρίζουν την ηρωίδα, χωρίς όμως να την επηρεάζουν στην ανδροκεντρική εξέλιξη της ιστορίας. Οι πατέρες του Disney είναι προσηλωμένοι στην οικογένεια πατριάρχες, που έχουν τον έλεγχο σε όλα. Μητέρες και πατέρες ενδέχεται να αντικαθίστανται εντελώς με βοηθητικούς χαρακτήρες, που αναλαμβάνουν γονικές υποχρεώσεις. Οι ηρωίδες παραμένουν πάντα τα εξαρτημένα παιδιά που χρειάζονται τις οικογένειές τους ως στηρίγματα, για να πετύχουν. Στην εξιδανικευμένη οικογένεια της Disney δεν έχουμε διαζύγια, δυσλειτουργίες και διαφωνίες.

Η παιδαγωγική φωνή του Disney σφετερίζεται το παραμύθι που παρουσιάζει, αναμιγνύοντας την ανακρίβεια του περιεχομένου με μύθους, μορφοποιώντας έναν «ομοιογενή λόγο που καταπιέζει τη διαφορά και τη διαφωνία . Οι ταινίες κινούμενων σχεδίων του Disney λένε στο κοινό τους ποιοι κοινωνικοί ρόλοι είναι κατάλληλοι για ποιους ανθρώπους και ποιοι πολιτισμικοί θεσμοί αξίζει να συμπεριληφθούν μέσω «συμβολικής απεικόνισης»

Για τους ελάχιστους που εξαιρούνται από την αφήγηση, λίγη μαγεία ή μαγική σκόνη Disney λειτουργεί ως γέφυρα ανάμεσα στην πραγματικότητα και τα μαθήματα φαντασίας που παραδίδει από τον παιδαγωγικό του άμβωνα ο Disney. Η επανάληψη, που παρατηρείται με τον παραδοσιακό νόμο, θέλει τις ηρωίδες να υποτάσσονται τελικά στο πατριαρχικό δίκαιο.

Ο Disney και οι ταινίες του, με τη μορφή εταιρικών δασκάλων, δεν αφήνουν πολλά περιθώρια αμφισβήτησης για το πώς κωδικοποιούνται χαρακτήρες και με ποιους σκοπούς αναμένεται να αποκωδικοποιηθούν από το κοινό. Είναι πολύ εύκολο να συσκευαστεί και να πουληθεί ένα τόσο ευχάριστο προϊόν. Η πρόκληση εμφανίζεται, όταν η ασπίδα χαμηλώνει και παρουσιάζεται η ευκαιρία έκφρασης της διαφορετικότητας, με όλα τα προβλήματα που συνεπάγεται αυτό, τις αντιλογίες και τις πιθανότητες αποτυχίας. Η βιομηχανία κατασκευής ταινιών του Disney συνεχίζει με συνέπεια την ντισνεϊκή κοσμοαντίληψη με τρόπο που έρχεται

σε δυσαρμονία με τις τεράστιες αλλαγές που λαμβάνουν χώρα στην παγκόσμια κοινότητα.

Με την ανάλυση και την ερμηνεία των προαναφερθέντων στερεοτυπικών στοιχείων που χρησιμοποιεί διαχρονικά η Disney Production καταρρίπτεται η διαδεδομένη αντίληψη περί πλήρους αθωότητας του ντισνεϊκού κόσμου και καταρρέπεται η εικόνα του «Θείου Γουόλτ» ως αποκλειστικού θεματοφύλακά της, καθόσον εκτός από τη χαρά και την ευχαρίστηση, υφέρπουν αχρονικές στερεοτυπικές αντιλήψεις που με λανθάνοντα τρόπο μεταβιβάζονται στα παιδιά.

9.2 Για το μικρόκοσμο των Πόκεμον

Για μερικά χρόνια, ανάμεσα στα τέλη της δεκαετίας του 1990 και την αρχή της δεκαετίας του 2000, η καθημερινότητα των παιδιών δέχτηκε την εισβολή ενός στρατού από μικρά τερατάκια που προέρχονταν από την Ιαπωνία.

Μέσω των βασικών μας υποθέσεων ερευνήσαμε :

Αν ισχύει η κρατούσα αρνητική αντίληψη των μεγάλων για το φαινόμενο των Πόκεμον και αν μέσα από την έρευνα προέκυπταν και άλλα στοιχεία, τα οποία δεν είχαν καταγραφεί και που θα αιτιολογούσαν την ιδιαίτερη αγάπη των παιδιών για τα Πόκεμον .

Η ανάλυση του λόγου των παιδιών και των σημειώσεων πεδίου κατέδειξε ότι:

- ✓ Μέλη της κουλτούρας των Πόκεμον υπήρχαν σχεδόν παντού, τόσο σ᾽ ένα σχολείο μιας περιοχής με κυρίως χαμηλά εισοδήματα και εργάτες γονείς, όσο και μεσοαστικές αλλά και πολύ προνομιούχες οικογένειες , άνω της μεσαίας τάξης.
- ✓ Στο μικρόκοσμο των Πόκεμον συμμετείχαν αγόρια και κορίτσια ως τηλεθεατές, καταναλωτές, συλλέκτες καρτών αλλά και χρήστες παιχνιδιών. Αν τόσο τα αγόρια όσο και τα κορίτσια παρακολουθούσαν με την ίδια μανία τα κινούμενα σχέδια, ο αριθμός των αγοριών γίνονταν μεγαλύτερος από αυτόν των κοριτσιών, ειδικά στις ανταγωνιστικές υποκουλτούρες κατά τη διάρκεια αγώνων και πρωταθλημάτων.
- ✓ Στην κουλτούρα των Πόκεμον συμμετείχε ένας μικρός αριθμός εφήβων ως πλήρη μέλη και ελάχιστοι ενήλικες. Πολλοί γονείς συνόδευαν τα παιδιά στις διάφορες εκδηλώσεις , κάποιοι επέβλεπαν τη συμμετοχή τους στους χώρους που διεξάγονταν οι δραστηριότητες και στην ανταλλαγή των καρτών και μερικοί γονείς έβαζαν χρονικά όρια στη θέαση αλλά και στη συμμετοχή τους στο παιχνίδι των Πόκεμον.
- ✓ Η ποικιλία που παρατηρήσαμε στα άτομα που συμμετείχαν στο μικρόκοσμο των Πόκεμον, αντικατόπτριζε και την ποικιλία των μελών γενικά. Οι μεγαλύτερες διακυμάνσεις παρουσιάστηκαν στις ηλικίες. Αν και τα κινούμενα σχέδια των Πόκεμον απευθύνονταν ξεκάθαρα στο παιδικό κοινό, οι κάρτες ανταλλαγής και τα

βιντεοπαιχνίδια κατάφεραν να προσελκύσουν την προσοχή των εφήβων και πολλών ενηλίκων. Ειδικότερα τα μέλη των πρωταθλημάτων ποίκιλλαν σε ηλικίες, που ξεκινούσαν από παιδιά πέντε χρονών και έφταναν ως τους ενήλικες. Ωστόσο η πλειοψηφία των παιδιών, που συμμετείχε στην κουλτούρα των Πόκεμον , ήταν παιδιά ηλικίας 8- 12 ετών.

- ✓ Τα παιδιά γνώρισαν το μικρόκοσμο των Πόκεμον μέσω της τηλεόρασης, της διαφήμισης των προϊόντων, αλλά και μέσω των συμμαθητών και των φίλων τους.
- ✓ Τα παιδιά συμμετείχαν έντονα στο μικρόκοσμο των Πόκεμον, όταν παρακολουθούσαν τα Πόκεμον και συνέχιζαν να ταυτίζονται με το περιεχόμενό τους, χρησιμοποιώντας τα στο παιχνίδι τους ή μεταφέροντάς τα σε πραγματικές καταστάσεις και προβλήματα.
- ✓ Η επιλογή των αγαπημένων ηρώων των παιδιών γίνονταν με βάση τις υπερφυσικές δυνάμεις και τις εξελίξεις που παρουσίαζαν, στοιχείο που καθιστούσε το ήρωες ανίκητους κατά τη διάρκεια των μαχών και των παιχνιδιών. Υπήρξαν παιδιά που διαφοροποιήθηκαν και έθεσαν σαν πρωταρχικό στοιχείο τη μορφική γλυκύτητα των ηρώων και συγκεκριμένα του Πίκατσου.

Η έρευνά μας ανέδειξε τις παρακάτω θετικές αναπαραστάσεις :

- ✓ Τα Πόκεμον λειτούργησαν ως ένα μέσον εκκοινωνισμού των παιδιών με την παροχή ευκαιριών για σύναψη γνήσιων και μακροχρόνιων δεσμών φιλίας ανάμεσα στα παιδιά.
- ✓ Ο μικρόκοσμος των Πόκεμον συνέβαλε, ώστε τα παιδιά να έρθουν σε επαφή με άλλα άτομα, που υπό διαφορετικές συνθήκες, δε θα είχαν γνωρίσει ποτέ. Ένα από τα κοινωνικά χάσματα που γεφύρωσαν ήταν η διαφορά της ηλικίας, ένα ισχυρό όριο στην παιδική καθημερινότητα. Τα παιδιά είτε ως θεατές είτε ως παίχτες συνυπήρχαν με άτομα κάθε ηλικίας.
- ✓ Τα παιδιά με τη συμμετοχή τους στο μικρόκοσμο των Πόκεμον δήλωναν ότι ανήκαν σε μια πολιτισμική ομάδα με ένα κοινό ενδιαφέρον που ξεπερνούσε τα όρια της κάθε χώρας και εξαπλωνόταν

σε ολόκληρο τον πλανήτη. Ο μικρόκοσμος των Πόκεμον ήταν το μέσο που τα βοήθησε να υπερβούν την εθνική τους καταγωγή.

- ✓ Τα παιδιά ταυτιζόμενα με τους ήρωες των Πόκεμον έδειξαν ότι ήταν μέλη ενός παγκόσμιου φαινομένου που ασκούσε επιρροή στις κοινές καθημερινές δραστηριότητες. Ακόμη και αν τα μέλη αυτής της παγκόσμιας κοινότητας δε μιλούσαν την ίδια γλώσσα, είχαν ωστόσο όλα κοινές δραστηριότητες, που εδράζονταν σε μια κοινή βάση γνώσεων και μια κοινή μυθολογία, την οποία ανέπτυσσαν στις συναντήσεις τους.
- ✓ Τα Πόκεμον έδωσαν το έναυσμα για εξύφανση ιστών κοινωνικής συνοχής που εκδηλώθηκε με μια γενική αίσθηση εμπιστοσύνης, συλλογικότητας και συνεργασίας.
- ✓ Ο μικρόκοσμος των Πόκεμον ήταν ένα πολύτιμο εργαλείο στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης και ανάπτυξη κοινωνικών επαφών με τα παιδιά, που σε πολλές περιπτώσεις ξεπέρασε τους συνομηλίκους και επεκτάθηκε στις οικογένειές τους.
- ✓ Αντίθετα με τα περισσότερα κινούμενα σχέδια, τα Πόκεμον προωθήθηκαν τόσο σε αγόρια όσο και σε κορίτσια, αυτή η δυαδικότητα του μικρόκοσμού τους συνετέλεσε στην απομάγευση των παραδοσιακών ρόλων και των συμπεριφορών των φύλων. Τα κορίτσια διασκέδαζαν με παραδοσιακά αντρικά στοιχεία και απολάμβαναν τόσο τη δράση των ηρώων κατά τη θέαση όσο και τη χρηστικότητά τους κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού. Αναλόγως και τα αγόρια εκτός των άλλων εξέφρασαν την προτίμησή τους σε μη ομόφυλους χαρακτήρες του μικρόκοσμου των Πόκεμον.
- ✓ Μέσα από την ανάγνωση του μικρόκοσμου των Πόκεμον και του λόγου των παιδιών καταρρίφθηκε ως ανυπόστατος ο ισχυρισμός των μεγάλων ότι ο μικρόκοσμος των Πόκεμον είναι μόνο ανταγωνιστικός. Τα παιδιά ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου και εθνικότητας εκδήλωσαν συμπεριφορές στοργής και αγάπης προς τα Πόκεμον υποδυόμενα κατά κύριο λόγο το ρόλο του εκπαιδευτή.

- ✓ Τα παιδιά χρησιμοποίησαν τη δράση των ηρώων για την αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση ζητημάτων της καθημερινότητας αλλά και γενικότερα προβλημάτων της παγκόσμιας κοινότητας. Τα Πόκεμον λειτούργησαν ως συμβολικά υλικά και εργαλεία σκέψης σε πραγματικές συνθήκες ζωής. Το γεγονός ότι τα παιδιά τα εισήγαγαν στην καθημερινότητά τους δείχνει ανάγλυφα τη δύναμη των συναισθηματικών δεσμών, που είχαν αναπτύξει με το μικρόκοσμο των Πόκεμον.
- ✓ Το πλήθος των ηρώων και ο θεματολογικός πλούτος των ιστοριών που πρόβαλλαν οι καθημερινές τηλεοπτικές εκπομπές και οι ταινίες μεγάλου μήκους δημιούργησαν ένα ευρύ σώμα γνώσεων που σε συνδυασμό με τις κάρτες ανταλλαγής και τα βιντεοπαιχνίδια έδωσαν τη δυνατότητα στα παιδιά να ενσωματώσουν δημιουργικά στοιχεία του μικρόκοσμου των Πόκεμον στην καθημερινότητά τους. Το δημιουργικό παιχνίδι των παιδιών συμπεριλάμβανε φανταστικές ιστορίες που έφτιαχναν τα ίδια για τους εκπαιδευτές, τα Πόκεμον ή φανταστικούς κόσμους βασισμένους σε αυτά.

Οι αρνητικές αναπαραστάσεις αναφέρονται στις φιλονικίες και τον καταναλωτισμό:

- ✓ Η Nitendo και η Warner Brothers κατέκλυσαν την καθημερινότητα των παιδιών με εμπορικά μηνύματα. Οι τηλεοπτικές εκπομπές, τα βιντεοπαιχνίδια και τα άλλα υποπροϊόντα συμμετείχαν στην προώθηση της καταναλωτικής κουλτούρας, αλλά ακόμη και τα παιδιά, που δεν είχαν άμεση πρόσβαση σε αυτά τα μέσα, ήταν αδύνατο να ξεφύγουν από την εμπορική τους επιρροή.
- ✓ Ως αποτέλεσμα της έκθεσης στα Μ.Μ.Ε και τις εμπορικές δομές του μικρόκοσμου των Πόκεμον τα παιδιά γνώρισαν περισσότερα για τα προϊόντα τους και αισθάνθηκαν την ανάγκη να διαθέσουν χρήματα, για να τα αποκτήσουν.

Ως προς τη βία για την οποία τόσο έχει κατηγορηθεί ο μικρόκοσμος των Πόκεμον μέσα από την ανάλυση του λόγου των παιδιών διαπιστώσαμε ότι:

- ✓ Τα παιδιά αποδέχθηκαν ότι τα Πόκεμον επιτίθενται μεταξύ τους με οδυνηρούς τρόπους, ηλεκτροπληξία, εκρήξεις, εγκαύματα, αλλά όλα αυτά τα εντάσσουν στη γενικότερη δράση των ηρώων. Τα παιδιά χαρακτήρισαν τις δραστηριότητες αυτού του τύπου μη βίαιες και φανταστικές, επειδή τα Πόκεμον ποτέ δεν πεθαίνουν από τις επιθέσεις αυτές, αλλά απλά πέφτουν αναίσθητα και μεταφέρονται για περίθαλψη στα δικά τους νοσοκομεία. . Η πιθανότητα του θανάτου ήταν αυτή που έθετε τα όρια ανάμεσα στη βία την πραγματική και τη φανταστική.

Μέσα από την έρευνά μας διαπιστώσαμε ότι, αν και το υπερσύστημα της Nitendo και της Warner Bross ήταν αυτό που εισήγαγε τα Πόκεμον στην καθημερινότητα των παιδιών με σκοπό το κέρδος, τα ίδια τα παιδιά ήταν αυτά που έκαναν την υπέρβαση, συνδέοντάς τα με την καθημερινότητά τους και δημιουργώντας τη δική τους κουλτούρα, χρησιμοποιώντας δημιουργικά τα υλικά που τους παρείχε το υπερσύστημα..

Εκ πρώτης όψεως τα παιδιά, που συμμετείχαν στο μικρόκοσμο των Πόκεμον, φαίνονταν ότι απλά παρακολουθούσαν μια εκπομπή στην τηλεόραση, έπαιζαν με διάφορα παιχνίδια ή ακόμη συζητούσαν ασήμαντα θέματα, κατά τη γνώμη των μεγάλων, για ανόητους φανταστικούς χαρακτήρες. Όμως, εξετάζοντας βαθύτερα τις εικόνες αυτές, παρατηρήσαμε ότι η περίπτωση των Πόκεμον ήταν μια ακόμη ισχυρή απόδειξη του πώς η επικεντρωμένη στα ΜΜΕ κουλτούρα μπορεί να διαχέεται στην καθημερινότητα των παιδιών.

Τα παιδιά έκαναν χρήση των πολιτισμικών συμβόλων των Πόκεμον που δέχονταν από τα Μ.Μ.Ε για σημαντικές εργασίες, προσεγγίζοντας για παράδειγμα ανθρώπους με διαφορετική καταγωγή, φύλο, ηλικία και κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο. Οικοδόμησαν ισχυρότερους δεσμούς με τα μέλη της οικογένειάς τους και συνδέθηκαν με την κοινότητα των συνομηλίκων τους. Κατά μία έννοια, τα Πόκεμον έφτασαν σε υψηλά επίπεδα θετικής κοινωνικής αλληλεπίδρασης που θα ζήλευαν πολλά σχολεία και άλλοι φορείς. Χρησιμοποιώντας τα Πόκεμον παιδιά με διαφορετικές καταγωγές κατάφεραν να συνάψουν φιλίες με άλλα παιδιά, έφηβοι προθυμοποιήθηκαν να παίξουν με παιδιά προσχολικής ηλικίας και αυτιστικά παιδιά κατάφεραν να υπερκεράσουν τα εμπόδια που αντιμετώπιζαν στην επικοινωνία τους.

Τα παιδιά χρησιμοποίησαν επίσης τα υλικά που τους παρείχαν τα ΜΜΕ και τα εμπορικά προϊόντα των Πόκεμον για να ιχνηλατήσουν νέες ιδέες και ρόλους και να αντιμετωπίσουν καταστάσεις και προβλήματα της καθημερινότητας. Χρησιμοποιώντας το πλούσιο συμβολικό υλικό των Πόκεμον, έκαναν υπέρβαση στερεοτυπικών ρόλων, ξεπέρασαν τη δειλία, τις αναστολές τους και αντιμετώπισαν επίκαιρα και ουσιώδη ζητήματα της καθημερινότητάς τους.

Τα Πόκεμον έδωσαν την αφόρμηση για την ανάπτυξη της φαντασίας τους, καθώς επινόησαν ιστορίες γι' αυτά, ζωγράφισαν δικούς τους ήρωες Πόκεμον και κατασκεύασαν χειροτεχνίες.

Ευχαριστήθηκαν με την αίσθηση ότι ανήκαν όχι μόνο σε μια μικρή ομάδα συνομηλίκων αλλά και σε μια παγκόσμια κοινότητα με κοινά ενδιαφέροντα και κοινή δράση. Τα Πόκεμον έδωσαν στα παιδιά την ευκαιρία να αισθανθούν ότι είναι σημαντικά. Αποτέλεσαν ένα μέτρο σύγκρισης και αξιολόγησης των προσωπικών τους επιτευγμάτων αλλά και ως φαινόμενο με οικονομική σημασία προσέλκυσε το ενδιαφέρον της κοινής γνώμης υποχρεώνοντας τους ενήλικες να αναγνωρίσουν μια κουλτούρα που δημιουργήθηκε από τα ίδια τα παιδιά. Συνεπώς τα Πόκεμον δεν ήταν απλά ένα καρτούν, ένα βιντεοπαιχνίδι ή μια σειρά προϊόντων που αδυνατούσαν να κατανοήσουν οι μεγάλοι, αλλά το μέσο που πλοηγούσε τα παιδιά στη δημιουργία κοινωνικών δικτύων, δεσμών και ταυτοτήτων.

Εκατομμύρια παιδιά παρακολούθησαν τα τηλεοπτικά επεισόδια, τις κινηματογραφικές ταινίες ή πήραν μέρος ως παίχτες σε παιχνίδια, όμως δεν αποκόμισαν όλα ακριβώς τις ίδιες εμπειρίες από αυτά ούτε αντλούσαν ακριβώς τα ίδια μηνύματα. Οι επιδράσεις που ασκούσαν τα Πόκεμον μέσω των Μ.Μ.Ε δεν ήταν απόλυτα προκαθορισμένες και κατευθυνόμενες από τους δημιουργούς των εκπομπών ή των παιχνιδιών, αλλά εκφράζονταν από τα παιδιά. Τα παιδιά ανακάλυπταν διαφορετικές πηγές ευχαρίστησης και δέχονταν τα μηνύματα ανάλογα με τις προσωπικές τους προτιμήσεις και επιλογές – για παράδειγμα, ορισμένα προτιμούσαν να συλλέγουν προϊόντα, άλλα εκδήλωναν έντονο ενδιαφέρον για τις μάχες και άλλα στην παροχή τρυφερότητας, στοργής και φροντίδας. Τα εξατομικευμένα μηνύματα που εξήγαγαν τα παιδιά από το μικρόκοσμο των Πόκεμον αναπτύσσονταν περαιτέρω στις κοινωνικές επαφές. Χρησιμοποιώντας τα ενεργητικά, απέκτησαν διαφορετικά νοήματα: έφτιαχναν τα δικά τους αστεία, ανέπτυσσαν δικές τους φαντασιώσεις σε ρόλους εκπαιδευτών Πόκεμον , έκαναν λογοπαίγνια με τα ονόματα των ηρώων και συζητούσαν για μυστικές δυνάμεις των Πόκεμον.

Οι εφαρμογές και οι πολυποίκιλες ερμηνείες του συμβολικού υλικού των Πόκεμον από τα παιδιά, δεν προσδιορίζονταν ούτε καθοδηγούνταν από τους κλάδους των ΜΜΕ και των εμπορικών προϊόντων που τα δημιούργησαν. Αν και τα περισσότερα παιδιά έκαναν τις ανάλογες προσαρμογές στο παιχνίδι τους με τα Πόκεμον, ώστε να μην απέχουν πολύ από τις ιστορίες που έπλαθαν οι παραγωγοί των ΜΜΕ (και αυτές οι προτιμώμενες αποκωδικοποιήσεις ενισχύονταν από τις ομάδες συνομηλίκων στην κουλτούρα των Πόκεμον), τα παιδιά ήταν σε θέση να τροποποιούν τις ιστορίες, τους ήρωες, τη γλώσσα και τις εκδοχές του παιχνιδιού των Πόκεμον, δημιουργώντας δικά τους νοήματα.

Μέσα από την ανάλυση του λόγου των παιδιών για το μικρόκοσμο των Πόκεμον, εντοπίστηκαν οι αναπαραστάσεις των παιδιών ηλικίας 8–12 ετών και αναδείχθηκαν τα στοιχεία εκείνα, τα οποία έκαναν τα μικρά τερατάκια τσέπης ιδιαίτερα αγαπητά στα παιδιά ηλικίας 8- 12 ετών.

Η κρατούσα αρνητική αντίληψη των μεγάλων για δαιμονοποίηση του φαινομένου, αν μη τι άλλο κρίνεται υπερβολική.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Abvic, J.C., (1984), *L' artisan et l' artisanat: analyse du contemu et de la structure d' une representation sociale*, Bulletin de Psychologie, 37, p.p. 861-875.
- Abvic, J.C., (1987), *Cooperation, competition et representations sociales*, Del Val: Cousset.
- Abvic, J.C., (1996), Οι κοινωνικές αναπαραστάσεις. Θεωρητικές απόψεις. Στο Γ. Κατερέλος (επιμ.), *Δυναμική των κοινωνικών αναπαραστάσεων*, Αθήνα: Οδυσσέας, σελ. 49-77.
- Adler, P.A. & Adler, P., (1994), Observational techniques, *Handbook of Qualitative Research*, pp. 377-392.
- Adler, R.A. & Adler, P., (1994), Observation techniques, in N.K. Denizen and Y.S. Lincoln (eds), *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Adorno, T., (1968), *Uber-Walter Benjamin*, Frankfurt: Suhrkamp.
- Adorno, T., (1978), *Cultural Criticism and Society*, In P. Davison. et. a. (eds), Cambridge: Chadwyck – Healey Ltd.
- Adorno, T., (1984), *Aesthetic Theory*, London: Routledge and Kegan Paul.
- Adorno, T., (1989), *Σύνοψη της πολιτιστικής βιομηχανίας*, Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Adorno, T., (1991), *Η τηλεόραση και η διαμόρφωση της μαζικής κουλτούρας*. Στο Η κουλτούρα των μέσων, συλλογικό, Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Adorno, T., Lowenthal, L., Marcuse, H., (1984), *Τέχνη και μαζική κουλτούρα*, Αθήνα: Ύψιλον.
- Alexander, A., Ryan, M.S. & Mynoz, P., (1984), *Creating a learning context: investigations on the interaction of siblings during television viewing*, Critical Studies in Mass Communication, I (4), pp. 345-364.
- Allen, R., (1992), *Channels of Discourse, Reassembled*, London: Routledge.
- Allison, Anne, (2004), *Cuteness as Japan Millennial Product*, Duke University Press.
- Allonny, N. & Gilbert, P., (1998), *Video game culture: Playing with masculinity, violence and pleasure*. In S. Howard (ed.), Wired Up: Young People and the Electronic Media, pp. 95-114, London: UCL Press.
- Althide, D. R. & Snow, R.P., (1979), *Media Logic*, Beverly Hills: Sage.

- Althide, D., (1991), *Media worlds in the Post journalism Era*, New York: Aldine / de Gruyter.
- Ames, K., (1991), Beauty and the Beast, *Newsweek*, v. 118, n. 21, p. 74-76.
- Ang, I., (1990), Melodramatic identifications: Television Fiction and woman's fantasy. In M.E. Brown (ed.) *Television and Women's Culture: The Politics of the Popular*, pp. 75-78, Newbury Park, CA: Sage.
- Βάμβουκας, Μ., (2000), *Εισαγωγή στην ψυχοπαιδαγωγική έρευνα και μεθοδολογία*, Αθήνα: Γρηγόρης.
- Bandura, A. & Menlore, F., (1986), Factors determining vicarious extinctions of avoidance behavior, *Journal of personality and social Psychology*, 7, 99-108.
- Bandura, A., (1963), *Social Learning and Personality Development*, New York: Holt.
- Bandura, A., (1965), "Influence of models: reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses" στο *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 1, σ. 589-595.
- Bandura, A., (1965), Vicarious processes: a case of no-trial learning. In L. Berkowitz (ed), *Advances in Experimental Social Psychology*, New York: Academy Press VO2.
- Bandura, A., (1973), *Aggression: A Social Learning Analysis*, New Jersey: Prentice Hall.
- Bandura, A., (1986), *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Eaglewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Bandura, A., Ross, D., (1983), "Imitation of film – mediated aggressive models", στο *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 66, σ. 3-11.
- Bardin, L., (1983), *L' analyse de contenu*, Paris: PUF (α' έκδοση 1977).
- Barger, Theressa Sullivan, (2000), Boredom strikes at Pokemon, *Minneapolis Star Tribune*, 3 June.
- Barrier, M., (1999), *Hollywood Cartoons: American Animation in its Golden Age*, New York: Oxford University Press.
- Barthes, R., (1979), *Μυθολογίες: Μαθήματα*, Αθήνα: Ράππα.
- Barthes, R., (1988), *Εικόνα – μουσική – κείμενο*, Αθήνα: Πλεύρον.
- Barwise, P. & Ehrenberg, A., (1990), *Television and its audience*, London: Sage.

- Baylis, Jammie, (1999), Invasion of Pokemon: Nintendo and its Licensees play their cards right to create craze, *The Washington Post*, 29 August.
- Bell, E., (1995), *From mouse to mermaid*, Bloomington: Indiana UP, 1995.
- Bell, E., (1996), Do you believe in fairies? Peter Pan, Walt Disney and Me, *Women's Studies in Communication*, 19(2), pp. 103-127.
- Bell, E., Haas, L. & Sells, L., (1995), Walt's in the movies, *From mouse to mermaid: The politics of film, gender and culture*, (pp. 1-17), Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Bell, J., (1997), *Μεθοδολογικός σχεδιασμός παιδαγωγικής και κοινωνικής έρευνας*, (Πρόλογος – εισαγωγή – απόδοση Α.Β. Ρήγα), Αθήνα: Gutenberg.
- Berelson, B., (1952), *Content analysis in communication research*, New York: Free Press.
- Berelson, B., (1971), *Content analysis in communication research*, Hafner Public. Co. (Πρώτη έκδοση: New York, Ill University Press).
- Berger, A.A., (1991), Of mice and men, *Journal of Homosexuality*, v21, n1-2, p. 11.
- Berry, G. & Asamey, J., (1993), *Children and TV – Images in changing sociocultural world*, London: Sage.
- Bobo, J., (1988), The Colour Purple: Black women as cultural readers. In E.D. Priban (ed.) *Female Spectators, Looking at film television*, pp. 93-109, London: Verso.
- Bodroghskozy, A., (1992), Is this what you mean in NBS's Julia. In L. Spigel and Monn (eds), *Private Screenings: Television and the female consumer*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bohannan, (1960), Conscience collective and culture, K.H. Woffled, *Essays on Sociology and Philosophy*, New York: Harper and Row.
- Βόλτης, Α.Δ., (1977), *Τηλεόραση: Ένας κυρίαρχος παράγοντας στην ψυχική υγεία του παιδιού και στη διαμόρφωση της συμπεριφοράς του*, Αθήνα: Λύχνος.
- Bordwell, D. & Thompson, K., (1997), *Film Art: An Introduction*, 5th ed.. N. York: McGraw-Hill.
- Brien, O.O., (1996), The happiest films on earth, *Women's Studies in communication*, V 19, n2, pp. 155-163.
- Bromley, Helen, (2004), *Localizing Pokemon*, Duke University Press.

- Brougere, Gilles, (2004), *How Much is a Pokemon worth?*, Duke University Press.
- Brown & Schulze, (1993), The effects of race, gender and fandom on audience interpretation of Madonna's music videos. *Media, Sex and Adolescent*, pp. 264-276.
- Brown, T.D., White, A.B., Nikopoulon, L., (1993), Disinterest, intrigue, resistance: Early adolescent girls' use of sexual content. In B.S. Greenberg, J.D. Brown and N. Buerkel Rothfuss (eds.), *Media, Sex and the Adolescent*, pp. 177-195, Cresskill, N.J.: Hampton Press.
- Bruner, S. J., (1964), Learning and thinking. In Alice & Lester, D. Grow (ed), *Vital issues in American Education*, New York: Bantam Books.
- Bryman, A., (1995), *Disney and His Worlds*, London: Routledge.
- Buckingham, D. – Shelton-Green, J., (2004), *Structure, Age and Pedagogy in Children's Media Culture*, Duke University Press.
- Buckingham, D., (1993), *Children Talking* ***, London: The Falmer Press.
- Buescher, D. & Ono, K., (1996), Civilized colonialism: Pocahontas as neocolonial rhetoric, *Women's Studies in Communication*, 19(2), pp. 127-154.
- Burby, Liza N., (1999), Should parents think twice about the Pokemon craze? Collecting these cards may become a habit that's hard to break, *Newsday*, 1 August.
- Campbell, J., (1991), *Myths, Dreams and Religion*, New York: E.P. Dutton.
- Campbell, J., (1991), *The power of myth*, New York: Anchor Books.
- Canemaker, J., (1999), *Paper Dreams: The Art and the Artist of Disney Storyboards*, New York: Hyperion.
- Capflow, T., (1972), *L' enquéte sociologique*, Paris: Ed Colin.
- Card, Claudia, (1995), *Pinocchio*, in *From Mouse to Mermaid: The Politics of Film, Gender and Culture*, Bloomington: Indiana University Press.
- Chua-Eoan, H. & Larimer, T., (1999, November 22), Beware of the Pokemania, *Time*, pp.. 90-99.
- Colby, P., (1996), The happiest films on earth: Disney's Cinderella and the Little Mermaid, *Women's Studies in Communication*, v. 9, n2, pp. 155-161.
- Comstock, G., (1982), *Television and behavior*, London: Sage.
- Corliss, R., (1995), Pocahontas, *Time*, v. 145, n25, p. 29.

- Corliss, Richard, (1999, November 22), Amazing Anime, *Time*, pp. 80-84.
- Cotter, B., (1997), *The wonderful world of Disney*, New York: Hyperion.
- Crafton, D., (1989), The Last Night in the Nursery: Walt Disney's Peter Pan, *The Velvet Light Trap*, vol. 24, pp. 33-52.
- Cunter, B., Mc Aller, J., (1997), *Children and television*, London: Routledge.
- Davenport, John, (1999, Apr. 3), Pokemon Power: Parents Guide to Pokemon, *The Dallas Morning News*.
- Δασκαλιά, Μ., (2000), *Οι επιμορφωτικές ανάγκες των εκπαιδευτικών στην περιβαλλοντική εκπαίδευση.*
- DeCroix, R., (1996), Pocahontas, *Journal of Popular Film and Television*, v. 24, n2, pp. 101-103.
- DeFleur, M.L., (1989), *Theories of Mass Communication*, New York: Longman, 5th edition.
- Denzin, N.K., (1978), *The research act: a theoretical introduction to sociological methods*, New York: McGraw Hill.
- Δημητρακόπουλος, Γ. και συνεργάτες, (1988), *Τα Στρουμφ, μια περίπτωση σύγχρονου τηλεπαραμυθιού*, στο Κλ. Ναυρίδης, Γ. Δημητρακόπουλος, Γ. Πασχαλίδης, *Τηλεόραση και επικοινωνία*, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής.
- Doise, W., (1982), *L' explication en psychologie sociale*, Paris: Press Universitaires de France.
- Doise, W., (1986), *Textes de base en psychologie: L' etude des representations sociales*, Paris: Delachaux.
- Douglas, F., Collins, G., (1999), *Living in Disney's Brave New Town*, New York: Henry Holt and Company.
- Douglas, M., (1982), *In the Active*, London: Routledge.
- Dow, Bonnie J., (1996), Dazed and Disney field, *Women's Studies in Communication*, 19-2, pp. 252-266.
- Downey, S.D., (1996), Feminine empowerment in Disney's Beauty and the Beast, *Women's Studies in Communication*, 19(2), pp. 185-212.
- Dunlop, B., (1996), *Building a Dream: The Art of Disney Architecture*, New York: Abrams.

- Durbin, K., (1998), A new, if not improved use of stereotypes (in the film Mulan), *New York Times*, v. 147, p. 52.
- Durham, M.G., (1999), Girls media and the negotiation of Sexuality, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76(2), 193-216.
- Durkeim, E., (1898), Representations individuelles et representations collectives, *Sociology and Philosophy*, New York: Free Press.
- Duverger, M., (1976), Μετ. Παπαδόδημα, *Μέθοδοι Κοινωνικών Επιστημών*, Αθήνα: Ε.Κ.Κ.Ε.
- Duverger, M., (1989), *Μέθοδοι Κοινωνικών Επιστημών*, Αθήνα: Ε.Κ.Κ.Ε.
- Δουλκέρη, Τ., (1997), *Η εικόνα του παιδιού στην ελληνική τηλεόραση και στον ελληνικό τύπο*, Αθήνα: Gutenberg.
- Englehardt, T., (1986), The shortcake strategy, in T. Gitlin (ed.), *Watching Television*, pp. 68-110, New York: Pantheon.
- Feshbach, S., The catharsis effect report, *Violence and the Media*, 1996, 461-472.
- Φίλιας, Β., (1996), (επιμ.), *Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις Τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών*, Αθήνα: Gutenberg.
- Field, R., (1992), *The Art of Walt Disney*, New York: The Macmillan Company.
- Fine & Sandstrom, (1988), *Knowing children: Participant observation with minors*, Newbury Park, CA: Sage.
- Finich, (1978), *The Art of Walt Disney: From Mickey Mouse to the Magic Kingdoms*, New York: Abrams.
- Finich, (1995), *The Art of Walt Disney: From Mickey Mouse to the Magic Kingdoms*, New York: Abrams.
- Fiske, J., (1987), *Television Culture*, London: Routledge.
- Fiske, J., (1994), Audiencing: Cultural Practice and Cultural Studies, in N. Denizen (eds.), *Handbook of Qualitative Research*, pp. 189-198, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Fiske. J., (1989), *Reading the Popular*, Boston, MA: Uumin Hyman.
- Fjellman, S.M., (1992), *Vinyl leaves: Walt Disney World*, Boulder, CO: Westview.
- Fjellman, S.M., (1992), *Walt Disney World and America*, Boulder, CO: Westview P.

- Flower, Joe, (1991), *Prince of the magic Kingdom*, New York: N.Y.
- Frauentfelder, M., (2001, May 27), Death match: Your guide to the box wars, *Wired*, pp. 150-153.
- Ganch, Patricia Lee, (1997), In the belly of the Whale, *Horn Book Magazine*, v. 73, n. 3 (May-June 1997), p.p. 294-300.
- Gerbner, G., (1988a), Television's cultural mainstream: Which way does it run, *Directions in Psychiatry*, 8, 2-7.
- Gerbner, G., (1988b), Telling stories in the information age. In B.D. Ruben (Ed.), *Information and Behavior*, 2, (pp. 3-12), New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- Gerbner, G., (1988c), Violence and terror in the mass media. Reports and papers in *Mass Communication #102*, Paris: UNESCO.
- Gerbner, G., (1990a), A new environmental movement on communication and culture, *Media Development*, 13-14.
- Gerbner, G., (1990b), Epilogue: Advancing on the path of righteousness (maybe). In N. Signiorielli and M. Morgan (Eds.), *Cultivation analysis: New directions in media effects research*, (pp. 249-263), Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Gerbner, G., (1993a, June), *Women and minorities in television: A study in casting and fate*, A report to the Screen Actors Guild and The American Federation of Radio and Television Artists, Los Angeles, CA.
- Gerbner, G., (1993b), "Miracles" of communication technology: Powerful audiences, diverse choices, and other fairy tales. In J. Wasko, V. Mosco & M. Pendakur (Eds.), *Illuminating the blind spots: Essays honoring Dallas W. Symthe*, (pp. 367-377), Norwood, NJ: Ablex Publishing.
- Gerbner, G., (1994, July), Television violence: The art of asking the wrong question, *The World and I*, 385-397.
- Gerbner, G., (1995), The cultural frontier: Repression, violence, and the liberating alternative. In P.L. Cordiff (Ed.), *The democratization of communication*, (pp. 155-174), Wales: The University of Wales Press.
- Gerbner, G., (1996), The hidden side of television violence. In G. Gerbner, H. Mowlana & H.I. Schiller (Eds.), *Invisible crises: What conglomerate control of media means for America and the world*, (pp. 27-34), Boulder, CO: Westview Press.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signiorielli, N., (1980a, May), Violence profile #11: Trends in network television drama and viewer conceptions of social reality, 1967-1979, *Technical report*, The Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania.

- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signiorielli, N., (1986), Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant & D., Zimmerman (Eds). *Perspectives on media effects*, Hillsdale, NJ: Erlbaum Associates.

- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., & Morgan, M., (1980b), Aging with television: Images on television drama and conceptions of social reality, *Journal of Communication, Winter*, 37-47.

- Gerbner, G., Holsti, O.R., Krippendorff, K., Paisley, W.J., & Stone, P.U., (Eds.), (1969), *The analysis of communication content*, New York: John Wiley.

- Gerbner, G., Morgan, M., & Signorielli, N., (1993, December), Television violence profile #16: The turning point from research to action, *Technical Report*, The Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania.

- Giroux, H.A., (1995), *Memory and Pedagogy in the Wonderful World of Disney: Beyond the Politics of Innocence. From Mouse to Mermaid: The Politics of film, gender and culture*, (eds.), Elizabeth Bell, Lynda Haas and Laura Sells, Bloomington: Indiana UP.

- Giroux, H.A., (1997), *Heroine Chic*, New Art.

- Giroux, H.A., (1999), *The mouse that roared: Disney and the end of innocence*, New York.

- Glaser, B., & Strauss, A., (1967), *Discovery of Grounded Theory*, New York: Cambridge University Press.

- Grant, J., (1993), *Encyclopedia of Walt Disney's Animated Characters*. New York: Hyperion.

- Green, B., Reid, J. & Bigum, C., (1998), Teaching the Nintendo generation: Children computer culture and popular technologies, in S. Howard (ed), *Wired Up: Young People and the Electronic Media*, pp. 19-41, London: UCL Press.

- Green, G., (1985) & Coppelia Kahn, *Feminist Scholarship and the Social Construction of Women*, London: UK Methney.

- Greenworld, A.G., Consequences of prejudice against the Null Hypothesis, *Psychological Bulletin*, 82, 1995, 1-20.

- Χαλαζίας, Χ., (1997), *Τηλεόραση: έγκλημα ή επανάσταση*, Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

- Hall, St., & Whanner, P., (1988), Οι δημοφιλείς τέχνες και τα ΜΜΕ, *Διαβάζω* (194): 76-79.

- Hall, St., (1982), The rediscovery of ideology: return of the repressed in media studies. In M. Gurevitch and others (eds.), *Culture, Society and the media*, p.p. 59-90, London: Methney.
- Hall, St., (1997), *Culture, the Media and the ideological effects*, London: Edward Arnold.
- Hall, Stuart, (1980), Encoding and Decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe and P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson.
- Hall, Wendy Jackson, (2000, Jan. 17), How Pokemon Grabbed US kids, *Variety*.
- Hastings, A.W., (1993), Disney's subversion of Andersen's The Little Mermaid, *Journal of Popular Film and Television*, v. 18, p.p. 145-153.
- Hendershot, H., (1998), *Saturday Morning Censors*, Durham, NC: Duke University Press.
- Henke, J., (1996), Construction of the female self: Feminist readings of the Disney heroine, *Women's Studies in Communication*, v. 19, n. 2, p.p. 229-241.
- Henke, J.B., Umble, D.Z., & Smith, (1996), Construction of the female self: Feminist readings of the Disney heroine, *Women's Studies in Communication*, 19(2), p.p. 229-250.
- Hiassen, G., (1998), *How Disney Devours the World*, New York: Ballantine Pub.
- Hobston, D., (1987), *Television and Cultural Power*, London: Routledge.
- Hodge, B., Tripp, D., (1996), *Children and Television*, Polity Press.
- Hoerrner, K., (1996), Sex roles in Disney films: Analyzing behaviors from Snow white to Simba, *Women's Studies in Communication*, 19(2), p.p. 213-228.
- Holsti, O.R., (1974), *Content Analysis for the social and humanities*, Addison Wesley, Reading Mass.
- Horn, M., (1980), *The World Encyclopedia of Cartoons*, New York: Chelsea House.
- Howard, S., (1998), Unbalanced mind: children thinking about television. In S. Howard (ed.), *Wired Up: Young People and the Electronic Media*, p.p. 57-76, London: UCL Press.
- Huey, J., (1995), Eisner explains everything, *Fortune*, p.p. 45-68.

- Huey, J., (1995), Eisner explains everything, *Fortune*, p.p. 45-68.

- Hunker, Paula Gray, (2000, Jan. 11), Gotta Have It; parents feel pressure to buy Pokemon toys, *The Washington Times*.

- Huston, A.C., & Wright, J.C., (1998), Mass media and children's development. In I.E. Sigel and K.A. Renniger, *Handbook of child psychology*, (5th edition), Vol. 4: *Child Psychology in Practice*, p.p. 999-1058, New York: John Wiley and Sons.
- Hustoy, A.C., (1990), The development of television viewing patterns in early childhood: A longitudinal investigation, *Development Psychology*, 26, p.p. 409-420.
- Θεοδωράκης, Γούδας, Παπαϊωάννου, (1991), *Η ψυχολογία της υπεροχής*, Θεσσαλονίκη: Σάλτο.
- Iwabuchi, K., (2004), *How Japanese is Pokemon*, Duke University Press.
- Jackson, K., (1993), *W. Disney: A Bio-Bibliography*, Westport: Greenwood Press.
- James & Mc Cain, (1982), Television games preschool children play: Patterns, themes, uses, *Journal of Broadcasting*, 26, p.p. 783-798.
- James Alison (1998), Children's consumption of sweets. In H. Jenkins (ed.), *The Children's Culture Reader*, New York: University Press.
- Jay, John C., (2000 March), The Valley of the New, *American Demographics*.
- Jodelet, D., (1984), The representation of the body and its transformations. Στο R. Far and S., Moscovici (επιμ.), *Social Representations*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Jodelet, D., (1984): Representations Sociales: Phenomenes, concept et theorie, S. Moscovici (ed.), *Psychologie sociale*, Paris: PUF.
- Jodelet, D., (1995), Κοινωνική αναπαράσταση: φαινόμενα, έννοια και θεωρία. Στο Σ. Παπαστάμου και Α. Μαντόγλου (επιμ.), *Κοινωνικές αναπαραστάσεις*, Αθήνα: Οδυσσέας.
- Kahn & Caynell, (1957), *The dynamics of interwing*, New York: John Wiley.
- Kaplan, David A. – Adam Rogers & Karen Springen, (1999, Mar. 1), It's Pokemon Plante, *Newsweek*, p. 48.
- Κάστορας, Σ., (1988), *Οπτικοακουστικά Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*, Αθήνα: Παπαζήσης.
- Κατερέλος, Ι., (1996), *Δυναμική των κοινωνικών αναπαραστάσεων*, Αθήνα: Οδυσσέας.
- Katsuno, H., & Maret, J., (2004), *Localizing the Pokemon Series*, Duke University Press.

- Kinder, M., (1991), *Playing with Power in Movies, Television and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, Berkeley: University of California Press.

- Kline, (1989), Limits to the imagination: Marketing and Children's Culture. In I. Angus and S. Thally (Eds.), *Cultural Politics in Contemporary America*, p.p. 299-316, New York: Routledge.

- Kline, S., (1993), *Out of the Garden: Toys, TV and children's Culture in the Age of Marketing*, New York: Verso.

- Knowles, J., (1986), *Mickey Mouse: His Life and the Times*, London: Fleetway.

- Κομίλη, Α., (1989), *Βασικές αρχές και μέθοδοι επιστημονικής έρευνας στην ψυχολογία*, Αθήνα: Οδυσσέας.

- Κονιαβίτης, Θ., (1993), *Πλουραλισμός στην κοινωνιολογία: Μεθοδολογική προσέγγιση* (Τόμος πρώτος), Αθήνα: Οδυσσέας.

- Κορωναίου, Αλ., (1992), *Νέοι και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης*, Αθήνα: Οδυσσέας.

- Κορωναίου, Αλ., (1996), *Κοινωνιολογία του ελεύθερου χρόνου*, Εκδόσεις Νήσος.

- Κουτσουβάνου, Α., (1996), *Η γλωσσική ανάπτυξη του παιδιού της σχολικής ηλικίας και η τηλεόραση*, Αθήνα: Οδυσσέας.

- Krippendorff, K., (1980), *Content analysis: An introduction to its methodology*, London: Sage.

- Κρίστεβα, Τ., (2000), *Μαύρος ήλιος: Κατάθλιψη και Μελαγχολία*, Αθήνα: Καστανιώτης.

- Κυριαζή, Ν., (1998), *Η κοινωνιολογική έρευνα*, Αθήνα: Ελληνικές Επιστημονικές Εκδόσεις.

- Λαμπίρη-Δημάκη, Ι., Καλπερής, Χ., (1995), *Κοινωνικές έρευνες*, Αθήνα: Σάκκουλας.

- Λαμπροπούλου, Ε., (1997), *Η κατασκευή της κοινωνικής πραγματικότητας και ΜΜΕ – η περίπτωση της βίας και της εγκληματικότητας*, Εκδόσεις: Ελληνικά Γράμματα.

- Lane, A., (1997), Hercules, *New York*, v. 73, n. 18, p. 78.

- Langer, Mark, (1990), Regionalism in Disney Animation: Pink Elephants and Dumbo, *Film History*, IV/4, p.p. 305-321.

- Laurence, G., (1999, Apr. 24), Little Monsters on the March Pokemon, the Most Terrifyingly Cynical Range of Toys Ever Conceived, *The Daily Telegraph*.

- Lealand, G., (1998), Where do snails watch television? Preschool television and New Zealand children. In S. Howard (ed.), *Wired Up: Young People and the Electronic Media*, p.p. 1-18, London: UCL Press.
- Lerburg, J., (1981), *The Encyclopedia of Animated Cartoon Series*, Westport, CN: Arlington House.
- Lewish, D., & Renee Bloch, L., (2004), *Pokemon in Israel*, Duke University Press.
- Lewish, D., (1987), Viewers in diapers: The early development of television viewing. In T. Lindlot (ed.), *Natural audiences: Qualitative research of media – Uses and Effects*, p.p. 33-57, Norwood, NJ: Ablex.
- Lincoln, Y., & Cuba, E., (1985), *Naturalistic Inquiry*, Beverly Hills: Sage.
- Lincoln, Y.S., & Guba, E.G., (1985), *Naturalistic Inquiry*, Beverly Hills: Sage.
- Lindlof, T., (1998), *Qualitative Communication Research Methods*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Luckett, M., (1994), Fantasia: Cultural Constructions of Disney's Masterpiece. In: *Disney Discourse: Producing the Magic Kingdom*. Edited by Eric Smoodin, New York: Routledge.
- Luecke, Alekss, D., Anderson, D.R., Collins, P.A., (1995), Gender constancy and television viewing, *Development Psychology*, 311, 773-780.
- Lull, J., (1982), How families select television programs: a mass observational study, *Journal of Broadcasting*, 26, p.p. 802-812.
- Maisonneuve, J., (2001), Εισαγωγή στην ψυχοκοινωνιολογία (Μετ. Χρηστάκης, Νικ.), Αθήνα: Τυπωθήτω, Γ. Δαρδανός.
- Mallory, M., (1997), Hercules, *Variety*, v. 367, n. 6, p.p. 31-33.
- Maltin, L., (1984), *The Disney Films*, New York: Crown.
- Μαντόγλου, Α., (1995), *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις*, Αθήνα: Οδυσσέας.
- Marshall & Rossman, (1989), *Designing Qualitative research*, London: Newbury Park.
- Master, J., Ford, M., Arend, R., (1983), Children's strategies for controlling affective responses to aversive social experience, *Motivation and Emotion*, 7, 103-116.
- Ματλάρ, Α., Ντορφμάν, Α., (1982), *Ντόναλντ ο Απατεώνας*, Αθήνα: Ύψιλον.

- Max, A., (1995), The men behind the King, *Variety*, v. 357, n. 10, p. 10.
- McCrackey, G., (1988), *The Loyg Interview*, Qualitative research methods series, Vol. 13, A. Sage, New York: University Paper.
- McIntyre, M.K., (2000, Feb. 20), Seeking a Monster Hit Post-Pokemon, *The Plain Dealer*.
- McKechnie, E.F. In Press (1999), *Ethnographic Observation of Preschool children*, New York: University Press.
- McLuhan, M., (1964), *Understanding media*, NY: McGraw-Hill.
- McLuhan, M., (1976), *The mechanical bride: Folklore of industrial man*, London: Bacon.
- McNamme, S., (1998), Youth, gender and video games: Power and control in the home. In T. Skelton (Eds.), *Cool Places: Geographies of Youth Cultures*, p.p. 195-206, London: Routledge.
- McQuade, Brett, T., (1994), Peter Pan: Disney's Adaptation of J.M. Barrie's Original Work, *Myth love*, p.p. 5-9.
- McQuail, D., (1994), *Mass Communication Theory, An Introduction*, London: Sage, 1994 3rd edition.
- McQuail, D., (1995), "New Role for New Times" στο *Media Studies Journal*, vol. 9, n. 3, σ. 11-19.
- Miles, St., (1998), *Consumerism as a way of life*, London: Sage.
- Miles, St., (2000), *Youth Lifestyles in a Changing World*, Philadelphia: Open University Press.
- Miller, D., (1997), *The story of Walt Disney*, New York: P. Press.
- Miller, J.B., (1986), *Toward a new psychology of women*, Boston, MA: Beacon Press.
- Miller, M.C., (1996, June 3), The entertainment state, *The Nation*, p.p. 15-28.
- Millerm, M.C., (1995, Nov./Dec.), Demopolize them!: A call for broad-based movement against the media trust, *Extra*, 8/6, p.p. 9-11.
- Morley, (1980), *The Nationwide Audience*, London: British Film Institute.
- Morley, (1986), *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, London: Comedia.

- Morley, (1992), *Television Audiences and Cultural Studies*, New York: Routledge.
- Morley, D., (1989), Changing paradigms in audience studies, *Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power*, London: Routledge.
- Morley, D., (1992), *Television audiences and cultural studies*, London: Routledge.
- Moscovici, S., (1961), *La Psychanalyse, son image et soon public*, Paris: Press Universitaires de France.
- Moscovici, S., (1969), Préface. Στο C. Herlich – *Santé et Maladie: Analyse d' une representations sociale*. Paris: Monton.
- Moscovici, S., (1976), *Social influence and social change*, London: Academic Press
- Moscovici, S., (1984), The phenomenon of social representations. Στο R. Far and S., Moscovici (επιμ.), *Social Representations*, Paris / Cambridge.
- Moscovici, S., (1995), Η εποχή των κοινωνικών αναπαραστάσεων. Στο Σ. Παπαστάμου και Α. Μαντόγλου (επιμ.), *Κοινωνικές αναπαραστάσεις*, Αθήνα: Οδυσσέας.
- Mosley, L., (1990), *Disney's World*, New York: Scarborough House.
- Μπεζέ, Λ., (επιμέλεια), (1998), *Η βία στο σχολείο*, Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Nash, B., (2002), The Numbers: Box Office Data, Movie Stars, Idle Speculation. Available: (March 18, 2002).
- Naureckas, J., (1995), Media monopoly: Long History, Short Memories, *Extra*, 8, p.p. 8-9.
- Ναυρίδης, Κ., (1988) Υποκείμενα και Αντικείμενα της Εμπειρικής Έρευνας, *Ψυχολογικά Θέματα*, 1(2), σ. 24-29.
- Ναυρίδης, Κ., (1994), *Κλινική ψυχολογία*, Αθήνα: Παπαζήσης.
- Nisbet, J.D. – Entwistle, N.J., (μετ. Παιδαγωγικό Ινστιτούτο Κύπρου), *Μέθοδοι για εκπαιδευτικές έρευνες*, Λευκωσία, Παιδ. Ινστιτούτο.
- Ντάβου, Μπ., Χρηστάκης, Ν., (1994), Τα παιδιά μιλούν για την υγεία και την ασθένεια, Αθήνα: Παπαζήση.
- Ντουρκάιμ, Ε., (1978), *Οι κανόνες της κοινωνιολογικής μεθόδου*, Αθήνα: Gutenberg.

- O' Brien, Pamela G., (1996), The happiest films on Earth: Atextual and Contextual Analysis of Walt Disney's, *Women's Studies in Communication*, 19-2, p.p. 155-183.
- Oreklin, M., (1999, May), Pokemon: The Cutest Obsession, *Time*, p. 153.
- Ortega, T., (1998), Mulan, *Advocate*, n. 763, p. 57.
- Palmer, (1986), *The Lively Audience: A study of Children Around the TV set*, Sydney: Alley and Unwin.
- Παναγιωτοπούλου et. al (επιμέλεια), (1996), *Η κατασκευή της πραγματικότητας και τα ΜΜΕ*, Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Παντελίδου – Μαλούτα, Μ., (1982), Πολιτική Κοινωνικοποίηση και Σχολείο, *Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 3, Αφιέρωμα: Παιδεία και Πολιτική σ. 72.
- Παπαθανασόπουλος, Στ., (1997), *Η δύναμη της τηλεόρασης*, Αθήνα: Καστανιώτης.
- Παπαπαστάμου, Στ., (2001), *Εισαγωγή στην κοινωνική ψυχολογία. Επιστημολογικοί Προβληματισμοί και Μεθοδολογικές Κατευθύνσεις*, (τόμος Α'), Εύθηνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Παπαστάμου, Σ., & Μαντόγλου, Α., (επιμ.), (1995), *Κοινωνικές Αναπαραστάσεις*, Αθήνα: Οδυσσέας.
- Παπαστάμου, Στ., (1989), *Εγχειρίδιο κοινωνικής ψυχολογίας*, Αθήνα: Οδυσσέας.
- Παρασκευόπουλος, Ι., (1993), *Μεθοδολογία επιστημονικής έρευνας* (τόμος 2), Αθήνα: Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Προπ, Β., (1991), *Μορφολογία του παραμυθιού*, Αθήνα: Καρδαμίτδας
- Patten, F., (1999 Nov.), Pokemon Graduates to the Big Screen, *Animation Magazine*, p.p. 12-13.
- Patton. M.Q., (1990), *Qualitative Evaluation Methods*, (9th edition), Newbury Park: Sage.
- Patton, M.Q., (1997), *Utilization – focused evaluation: the new century text*, California: Sage.
- Pecora, N.O., (1998), *The Business of Children's Entertainment*, New York: The Guilford Press.
- Phillips, J., (1996), Telling Tales to Children – The Pedagogy of Empire in MGM's and Disney's Aladdin, *A Critical Journal of Children's Literature*, vol. 20, p.p. 66-89.

- Piaget, J., (1932), *The moral judgment of the child*, London: Routledge.
- Piaget, J., (1965), *The moral judgment of the child*, New York: Free Press.
- Piaget, J., (1970), Diaget's theory in P.H. Mussey (ed), *Carmichael's manual of child psychology*, vol. 1, New York: Wiley.
- Pika... Poka... Who?, (1999, Nov.), *People Weekly*, p.p. 209-210.
- Plagens, P., (1997), Hercules, *Newsweek*, v. 129, n. 25, p. 68.
- Poitras, G., (1999), *The Anime Companion*, Berkeley: Stone Bride Press.
- Popper K., & Condry, (1995), *Τηλεόραση: Κίνδυνος για τη Δημοκρατία*, Αθήνα: Νέα Σύνορα – Α.Α. Λιβάνης.
- Porterfield, D., (1999, Apr. 23), Pokemon: First the Game, then the Toy, the TV show and More, *Cannet News Service*.
- Press, A., (1991), *Women Watching Television: Gender, Class and Generation in the American Television Experience*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Radway, I., (1984), *Reading the Romance: Women, patriarchy and Popular Literature*, Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Ραμονέ, Ι., (1999), *Η τυραννία των ΜΜΕ*, Αθήνα: Πόλις.
- Raugast, K., (1999, Dec. 6), Gotta catch 'em all, *Publishers Weekly*, p. 29.
- Raymon, J., (2000, Feb.), Kids Just Wanna Have Fun, *American Demographics*.
- Ρέιμον – Ριβέ, Μ., (1989), *Η κοινωνική ανάπτυξη των εφήβων*, Εκδόσεις: Καστανιώτης.
- Reid, L.N., & Frazer, C., (1980a), Children's use of television commercials to initiate social interaction in family viewing situations, *Journal of Broadcasting*, 24, p.p. 149-158.
- Reid, L.N., & Frazer, C., (1980b), Television at Play, *Journal of Communication*, 30, p.p. 73.
- Romney, J., (1994), The Lion King, *New Statesman and Society*, v. 7, p. 35.
- Rose, Loyd, (1994), *Washington Post*, v. 117, p. 7.
- Rosenthal, M.L., (1993), Alice, Huck, Pinocchio and the Blue Fairy: bodies real and imagined, *Southern Review*, v. 29, n. 3, p.p. 486-491.

- Runkel, D., (1988), From a raised eyebrow to a turned back: the FCC and children's product-related programming, *Journal of Communication*, 138 (4), p.p. 90-108.

- Rutenberg, J., (2000, June 28), TV notes: Pokemon un-chosen, *The New York Times*, p. E12.

- Schnickel, R., (1985), *The Disney Version: The life, times, art and commerce of W Disney*, (3 ed.), New York: Simon and Schuster.

- Schramm, W., (1991), *Television in the lives of our children*, Stanford, GA: Stanford University Press.

- Sefton, J. Gr., (2004), *A small boy in a Poke World*, Duke University Press.

- Seiter, E., (1995), *Sold Separately: Parents and Children in Consumer Culture*, New Brunwick, NJ: University Press.

- Seiter, E., (1998), Children's desires mothers dilemmas: The social contexts of consumption. In H. Jenkins (ed.), *The Children's Culture Reader*, New York: University Press.

- Seiter, E., Borchers, H., Warth, E., (1987), Don't treat us like we're so stupid. In E. Seiter (eds.), *Remote Control: Television Audiences and Cultural Power*, p.p. 223-247, London: Routledge.

- Σακαλάκη, Μ., (2001). Στο Εισαγωγή στην Κοινωνική Ψυχολογία – Επιστημολογικοί Προβληματισμοί και Μεθοδολογικές Κατευθύνσεις (Παπαστάμου Στ.), *Η ανάλυση περιεχομένου*, Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

- Σαρρής, Ν., (1992), *Ελληνική κοινωνία και τηλεόραση*, Αθήνα: Γόρδιος.

- Selden, G., (1989), *The Story of Walt Disney, maker of magical worlds*, New York: Dell Publishing.

- Selden, G., (1989), *The story of Walt Disney, maker of magical worlds*. New York: Dell Publishing.

- Sharman, Leslie F., (1993), *New Aladdin's for Old Sight and Sound*, v. 3, p.p. 12-16.

- Silverman, R., (1999), *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analyzing Talk, Text and Interaction*, London: Sage.

- Smith, D., (1996), *Disney A to Z: The Official Encyclopedia*, New York: Hyperion.

- Smith, D., (1998), *Disney A to Z: The Official Encyclopedia*, New York: Hyperion.

- Smith, D., (1999), *Disney: The First 100 years*, New York: Hyperion.
- Smodin, Eric, (1993), *Animating Culture: Hollywood Cartoons*, Oxford: Roundhouse.
- Smodin, Eric, (1994), *Disney Discourse: Producing the Magic Kingdom*, New York: Routledge.
- Snider, M., (1999, March 17), Pokemon poised to be pop culture's next big phenomena. Digicritters more out of Game Boys, into film, TV, toys and more, *USA Today*.
- Solomon, C., (1999, Nov. 19), Analysis: Pokemon's sad moral, *Los Angeles Times*, p. F2.
- Storey, J., (1999), *Cultural Consumption and Everyday Life*, London: Arnold.
- Straus, A., & Corbin, J., (1996), Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory, (ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Street, Douglas, (1983), Pinocchio: From Picaro to Pigsqueak. In: *Children's Novels and the Movies*, edited by Douglas Street, p.p. 47-57.
- Stuckliffe, T., (2000, Jan. 22), Pokemon, *The Independent*, sec. Features: 1.
- Sturrock, S., (1999. Aug. 10), Generational Divide widens over Pokemon, *The Washington Times*, E4.
- Taylor, (1987), *Storming the Magic Kingdom*, New York: Knopf.
- Taylor, D., (2000), *Walt Disney's Fantasia*, New York: Simon & Schuster.
- Thomas, B., (1976), *Walt Disney: An American Original*, New York: Simon & Schuster.
- Thomas, B., (1991), *Disney's Art of animation: from Mickey Mouse to Beauty and the Beast*, New York: Hyperion.
- Thomas, B., (1997), *Disney's Art of Animation: From Mickey to Hercules*, New York: Hyperion.
- Thomas, B., (1998), *Building a Company: Roy O. Disney*, New York: Hyperion.
- Thompson, B., (1994), Hercules, *Sight and Sound*, v. 4, n. 6, p.p. 49-51.
- Thompson, B., (1994, Nov. 8), The Pokemon Phenomenon, *The Toronto Sun*.
- Tobin, J., (2004), *Picachu's Global Adventure*, Duke University Press.

- Tobin, S., (2004), *Masculinity, Maturity and the end of Pokemon Empire*, Duke University Press.
- Trites, R., (1991), Disney's subversion of Andersen's The Little Mermaid, *Journal of Popular Film and Television*, v. 18, p.p. 83-92.
- Tsai, M., (1999, Nov. 17), Unleash the Monster: Dissecting the Pokemon Phenomenon, *University Wire*.
- Τσαλίκογλου, Φ., (1994), *Η ψυχολογία στην Ελλάδα σήμερα*, Εκδόσεις: Πλέθρον.
- Τσαλίκογλου, Φ., (1996), *Μυθολογίες βίας και καταστολής*, Εκδόσεις: Παπαζήση.
- Τσαλίκογλου, Φ., (1999), Ψυχολογία της καθημερινής ζωής – η κουλτούρα του εφήμερου, Εκδόσεις: Καστανιώτη.
- Τσουρβάκας, Γ., (1996), *Μορφή και περιεχόμενο της τηλεοπτικής επικοινωνίας*, Αθήνα: Κορφή.
- Twomey, S., (1994), The Lion King, *Washington Post*, v. 117, p. 10.
- Χρηστάκης, Ν., (2001), Ψυχολογία της Επικοινωνίας 1, Αθήνα: Πανεπιστημιακές Σημειώσεις.
- Ward, A., (1996), The Lion King's, *Journal of Popular Film and Television*, v. 23, p.p. 171-179.
- Warner, M., (1992), Beauty and the Beasts, *Sight and Sound*, v. 2, p. 6-12.
- Wartella, E., (1987), Commentary on qualitative research and children's mediated communication. In T. Lindlof (ed.), *Natural Audiences: Qualitative Research of Media Uses and Effects*, p.p. 109-118.
- Watts, St., (1997), *Walt Disney and the American Way of Life*, Boston: Houghton Miffin.
- Webley, P., (1996), Playing the market: The economic world of children. In P.K. Lunt (ed.), *Economic Socialization*, p.p. 149-161, Brookefield, VT: Edward Elgar Publishing.
- Willett, R., (2004), *The Multiple Identities of Pokemon fans*, Duke University Press.
- Willis, P., (1990), *Common Culture: Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young*, Boulder, CO: Westview Press.
- Willis, S., (1987), Gender as commodity, *The South Atlantic Quarterly*, 86 (4), 403-421.

- Wolf, M.A., (1987), How children negotiate television. In T. Lindlof (ed.), *Natural Audiences: Qualitative Research of Media Uses and Effects*, p.p. 58-94.
- Wood, Naomi, (1996), Domesticating Dreams in Cinderella, *Lion and the Unicorn*, v. 20, p.p. 25-49.
- Zelditch, M., (1992), Some methodological problems of field studies, *American Journal of Sociology*, 67, p.p. 566-576.
- Zipes, J., (1979), *Breaking the Disney Spell*, K.Y.: University Press of Kentucky.
- Zipes, J., (1995), Breaking the Disney Spell. In E. Bell, L. Hass and L. Sells. *From mouse to mermaid: the politics of film, gender and culture*, Bloomington, IN: Indiana University Press.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝ. & ΠΟΛΙΤ. ΕΠΙΣΤ. - ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

ΠΑΝΤΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
002000079947

