

Κεφάλαιο ΙΙΙ

Η καθημερινή κατανάλωση των μέσων επικοινωνίας στον οικιακό χώρο

Το «ενεργό» κοινό των μέσων επικοινωνίας. — Τα τελευταία χρόνια, αρκετοί ερευνητές προερχόμενοι από τις πολιτισμικές σπουδές (*cultural studies*), προσπάθησαν να προσδιορίσουν τη σχέση ανάμεσα στα μέσα επικοινωνίας και τους καταναλωτές τους, εστιάζοντας στην «πρόσληψη» των μέσων, ως κοινωνική πρακτική, και στους τρόπους με τους οποίους τα μέσα επικοινωνίας καθορίζουν τα κανονιστικά πρότυπα ή συνεισφέρουν στη μεταβολή τους. Οι λεγόμενες «έρευνες πρόσληψης» (*reception researches*) αποτελούν ένα είδος «εθνογραφίας κοινού» (*audience ethnography*) που επικεντρώνονται στη θεωρητικοποίηση της αλληλόδρασης κοινού και μέσων επικοινωνίας, στη διαδικασία αμοιβαίας νοηματοδότησης, αποδοχής ή απόρριψης της κυρίαρχης ιδεολογίας, στην αναγνώριση των «σχέσεων εξουσίας» μεταξύ μέσων και κοινού και, επομένως, στη διαμόρφωση ενός «ενεργού κοινού»¹.

Συγκεκριμένα, οι θεωρητικοί επικοινωνίας αναζήτησαν τους τρόπους με τους οποίους διάφορες κατηγορίες κοινού «αποκωδικοποιούν» και ερμηνεύουν τα «κείμενα» των μέσων². Σε μια από τις

1. Οι πολιτισμικές σπουδές (*cultural studies*), στις οποίες εντάσσονται οι «έρευνες πρόσληψης», συνδυάζοντας παράλληλα ανάλογες θεωρητικές προσεγγίσεις, τοποθετούν τη διαλεκτική σχέση κοινού και μέσων επικοινωνίας στο πλαίσιο του ηγεμονικού και αντι-ηγεμονικού μοντέλου του ANTONIO GRAMSCI (1968), και καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο πολιτισμικές πρακτικές, όπως τα μέσα επικοινωνίας, εξυπηρετούν την επέκταση της κοινωνικής κυριαρχίας ή βοηθούν τους ανθρώπους να αντιστέκονται και να πολεμούν την κυριαρχία αυτή.

2. Πολλές από τις αρχικές ιδέες των «ερευνών πρόσληψης» ανάγονται στη βρετανική σχολή πολιτισμικών σπουδών, κέντρο της οποίας υπήρξε τη δεκαετία του 1970 το «Κέντρο Σύγχρονων Πολιτισμικών Σπουδών» (Centre for Con-

πρώιμες «έρευνες πρόσληψης», ο Stuart Hall (1973, 1980α) με-
τατόπισε την προσοχή της έρευνας από τον τρόπο με τον οποίο τα
αντικρουόμενα μηνύματα των μέσων επικοινωνίας επιφέρουν αλλα-
γές στη συμπεριφορά των ατόμων, στον τρόπο με τον οποίο ο λό-
γος των μέσων «κωδικοποιείται» από την πλευρά των παραγωγών
και «αποκωδικοποιείται» από τα μέλη του κοινού. Με άλλα λό-
για, κατά τη διάρκεια της «κωδικοποίησης και αποκωδικοποίη-
σης», τα «κείμενα» των μέσων επικοινωνίας τοποθετούνται ανάμε-
σα στους δημιουργούς που «κωδικοποιούν» την «προτιμώμενη ανά-
γνωση» (*preferred reading*) και στο κοινό το οποίο «αναγιγνώ-
σκει» ή ερμηνεύει την «κωδικοποιημένη κυρίαρχη ιδεολογία», ανά-
λογα με τις δικές του εμπειρίες, στα πολιτικά και πολιτισμικά συμ-
φραζόμενα. Με δεδομένο ότι η αποκωδικοποίηση αποτελεί μία δια-
δικασία «ανοικτή», όπως υποστηρίζει ο Hall (1980α, σελ. 135),
η πλειονότητα του κοινού «αποκωδικοποιεί» τα «κείμενα» των μέ-
σων μετά από «διαπραγματευτικές αναγνώσεις» (*negotiated
reading[s]*), δηλαδή, τροποποιεί το κωδικοποιημένο νόημα των
κειμένων, μετασχηματίζοντας τις σημασίες που προκρίνει η κυ-
ρίαρχη ιδεολογία και διαμορφώνοντας νέες ερμηνείες. Οι προσεγ-
γίσεις αυτές τονίζουν την πολυσημία του λόγου των μέσων, όπως
προκύπτει μέσα από τις πολλαπλά διαφορετικές «αναγνώσεις» και
ερμηνείες των κειμένων, σύμφωνα με το κοινωνικό υπόβαθρο και
τις πολιτισμικές προσλήψεις των μελών του κοινού. Όπως είχε ήδη
υποστηρίξει ο Umberto Eco στο άρθρο του «Towards a semiotic
inquiry into the television message» (1972, σελ. 115), η ερμη-
νεία του τηλεοπτικού κειμένου εξαρτάται από το «πλαίσιο των πο-
λιτισμικών αναφορών του αναγνώστη, τις ιδεολογικές, θρησκευτι-
κές αναφορές, τις προτιμήσεις και τις αρχές του».

Κατά συνέπεια, οι θεωρητικές αυτές προσεγγίσεις αντιμετώπι-
σαν το κοινό ως «ενεργό» δημιουργό νοημάτων και ερμηνειών μέ-
σα από δικές του επιλογές. Τόσο ο Hall (1980α), όσο και άλλοι
θεωρητικοί της επικοινωνίας (Morley, 1980· Hobson, 1980· Mc

temporary Cultural Studies) του Πανεπιστημίου του Birmingham. Οι θεω-
ρητικοί της σχολής αυτής αναγνωρίζουν τη δύναμη του τηλεοπτικού «κειμένου»
και την ικανότητα των τηλεθεατών να αποκωδικοποιούν τα νοήματα που προ-
σφέρονται μέσα από την «ανάγνωση» του κειμένου.

Quail, 1997), τόνισαν ότι οι καταναλωτές των μέσων δεν είναι
μια αδιαφοροποίητη μάζα, αλλά συνίσταται σε κοινωνικά δρώντα
υποκείμενα που διαθέτουν και ενεργοποιούν διαφορετικά κριτήρια,
εμπειρίες, γνώσεις, αντιστάσεις και διαφορετική αντιμετώπιση των
«κειμένων». Ιδιαίτερα, ο John Fiske (1987), σε μια συνολική
προσέγγιση του τηλεοπτικού κοινού, υποστήριξε ότι ενώ τα προϊό-
ντα επικοινωνίας καθορίζονται, παράγονται και διανέμονται από τις
επιχειρήσεις επικοινωνίας, τα ίδια τα «κείμενα» είναι αποκλειστι-
κά προϊόντα των μελών του κοινού, αφού «κάθε τηλεοπτικό προϊ-
όν καθίσταται “κείμενο” τη στιγμή της “ανάγνωσής” του» (στο
ίδιο, σελ. 14). Επομένως, κάθε προϊόν επικοινωνίας συντελεί στην
παραγωγή διαφορετικών «κειμένων» από την πλευρά του κοινού,
αφού οι «αναγνώστες» συμμετέχουν με τις δικές τους εμπειρίες από
ένα «σύνθετο, αντιφατικό και πολυδιάστατο πλαίσιο στο οποίο ζουν
καθημερινά τις ζωές τους» (Grossberg, 1988, σελ. 25).

Επιπλέον, όπως έχουν επισημάνει οι Fiske (1987, σελ. 32) και
Livingston (1990, σελ. 21), τα μέλη του κοινού, όταν «διαβά-
ζουν» ένα «κείμενο» των μέσων, δεν χρησιμοποιούν μόνο τις πλη-
ροφορίες που έχουν από αυτό, αλλά και τις «διακειμενικές» (*inter-
textual*) σχέσεις του με άλλα μέσα, δηλαδή, τις προηγούμενες
«αναγνώσεις» που έχουν κάνει τα ίδια τα μέλη στις τηλεοπτικές
σειρές, στα άρθρα εφημερίδων, στα τραγούδια, τις ταινίες, αλλά
και στις δικές τους διαπροσωπικές εμπειρίες³. Όταν τα μέλη του

3. Η διακειμενικότητα (*intertextuality*), δηλαδή η παρουσία ενός κειμένου
σε ένα άλλο, ή αλλιώς η «απο-πλαίσωση» και «ανα-πλαίσωση» των κειμένων,
αποτελεί στοιχείο της καθημερινής χρήσης των μέσων επικοινωνίας και της αλ-
ληλεπίδρασής τους με τη ζωή των δρώντων υποκειμένων (FISKE, 1989). Δια-
κειμενικές σχέσεις υφίστανται μεταξύ κειμένων τα οποία συνδέονται μεταξύ τους
λιγότερο ή περισσότερο, ανάλογα με το είδος, τον χαρακτήρα ή το περιεχόμενό
τους, αλλά και μεταξύ ενός κειμένου μιας τηλεοπτικής εκπομπής ή μιας σειράς
και άλλων κειμένων που αναφέρονται σε αυτή, όπως άρθρα, σχολιασμοί ή ακό-
μη και νέα κείμενα που παράγονται από το κοινό. Έχει λοιπόν διαπιστωθεί ότι
τα μέλη του κοινού, εκφράζοντας τις προτιμήσεις ή τις αντιδράσεις τους για τα
περιεχόμενα των προϊόντων επικοινωνίας, διαμορφώνουν με τη σειρά τους δικά
τους «κείμενα». Χαρακτηριστικά, ο DE CERTEAU (1984) επισημαίνει ότι η δια-
δικασία πρόσληψης και κατανάλωσης των προϊόντων αυτών συνιστά μια «άλλη
παραγωγή». Ομοίως, ο FISKE (1987) υποστηρίζει ότι τα τηλεοπτικά προϊόντα
προσφέρουν μια διακειμενικότητα, από τη στιγμή που οι τηλεθεατές κατασκευά-

κοινού «διαπραγματεύονται τα κείμενα» των μέσων, τότε τα συνδέουν «διαχειμενικά» με άλλα, και κατασκευάζουν νέα, στα οποία αναπαράγουν διαλόγους και αφηγήσεις που έχουν ακούσει, αναπαριστούν σκηνές που έχουν δει, σφυρίζουν ήχους και μελωδίες από το ραδιόφωνο και την τηλεόραση και θυμούνται σενάρια, υποθέσεις και ήρωες από άλλα προγράμματα που έχουν καταναλώσει. Αν και τις περισσότερες φορές όλοι αυτοί οι «δανεισμοί» φαίνονται «προσωπικοί», ωστόσο, όπως υποστηρίζει ο Peterson (2005, σελ. 130), αυτό το «διαχειμενικό παιχνίδι» βασίζεται σε πολιτισμικά αναγνωρίσιμα κοινωνικά πρότυπα.

Κατά τη «διαπραγματευτική ανάγνωση» κειμένων, επομένως, τα δρώντα υποκειμένα συνδυάζουν αναφορές και πρακτικές από προϊόντα επικοινωνίας που έχουν ήδη καταναλώσει και, με αυτό τον τρόπο, κατασκευάζουν νέα κείμενα και διαμορφώνουν νέες αφηγήσεις, οι οποίες με τη σειρά τους μπορούν να δημιουργήσουν νέες μορφές κοινωνικότητας. Χαρακτηριστικά, οι ήρωες των τηλεοπτικών σειρών και των κινηματογραφικών ταινιών χειρίζονται εκφράσεις και διαλόγους που με τη δύναμη των μέσων επικοινωνίας μεταφέρονται μακριά από τον χώρο παραγωγής τους και απευθύνονται σε ένα ευρύ κοινό παγκόσμια. Έτσι, τα μέλη του κοινού καθημερινά αναγνωρίζουν τους διαλόγους από ταινίες, τηλεοπτικές σειρές και διαφημίσεις, και χρησιμοποιούν άμεσα τις εκφράσεις αυτές ως μεταφορές σε διαφορετικές περιπτώσεις⁴.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, η κατανάλωση των μέσων επικοινωνίας μπορεί να θεωρηθεί μια σύνθετη και δυναμική πολιτισμική διαδικασία, «μέσα στη σύγχυση της καθημερινότητας και πάντα σε πολιτισμικά συγκεκριμένα νοήματα και επιδράσεις»

ζουν και αναπαράγουν κείμενα στις καθημερινές τους πρακτικές, αναφορικά με την εμπειρία τους αυτή. Επίσης, όπως θα δείξω παρακάτω, τα τελευταία χρόνια, οι εθνογραφικές μελέτες διαπιστώνουν ότι τα παιδιά χρησιμοποιούν τις τηλεοπτικές αφηγήσεις, τους διαλόγους και τους χαρακτήρες των αγαπημένων τους σειρών και κατασκευάζουν ένα «διαχειμενικό» παιχνίδι (βλ. PALMER, 1986· KLINE, 1993· ΓΚΟΥΓΚΟΥΛΗ, 2000).

4. Για παράδειγμα, ο PETERSON (2005, σελ. 133) αναφέρει ότι ένα δεκάχρονο παιδί στο Νέο Δελχί χαιρετά τους τουρίστες με φράσεις από αμερικάνικες ταινίες δράσης, θέλοντας με τον τρόπο αυτό να πείσει τους πελάτες να αγοράσουν χαλιά από το οικογενειακό τους μαγαζί.

(Ang, 1996, σελ. 161). Οι εθνογράφοι κοινού ερμηνεύουν τα νοήματα που αποδίδουν τα μέλη μιας οικογένειας ή/και μιας κοινότητας στα «κείμενα» των μέσων, μέσα σε διαφορετικά κοινωνικά, οικονομικά και πολιτικά συμφραζόμενα σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο. Για αυτό τον λόγο, οι Morley και Silverstone (1991, σελ. 149) έχουν υποστηρίξει ότι οι εθνογραφικές μελέτες κοινού, παρέχοντας «μια ανάλυση από πολλαπλά δομημένα συμφραζόμενα δράσης», συμβάλλουν «στην πλούσια περιγραφή και ερμηνεία της ζωής των υποκειμένων που μελετώνται».

Στο σημείο αυτό είναι απαραίτητο να τονιστεί ότι, από τη δεκαετία του 1980, οι εθνογράφοι κοινού εστίασαν την έρευνά τους στην κατανάλωση των προϊόντων επικοινωνίας από ένα κοινό ιδιαίτερα ετερογενές σε σχέση με την κοινωνική τάξη (Morley, 1980), το φύλο (Hobson, 1982· Ang, 1985· Morley, 1986· Gray, 1987), τις ηλικιακές διαφορές (Palmer, 1986, 1988· Buckingham, 1996· Livingstone & Bovill, 2001) και την καταγωγή (Liebes & Katz, 1990)⁵. Τελευταία, όμως, το ενδιαφέρον

5. Ο DAVID MORLEY (1980), συνομιλώντας με διαφορετικές ομάδες τηλεθεατών του προγράμματος *Nationwide* διατύπωσε την άποψη ότι στο πλαίσιο της «αποκωδικοποίησης» του κειμένου, η κοινωνική ή/και ταξική θέση του «αναγνώστη» περισσότερο, παρά η ιδεολογική εξουσία του ίδιου του κειμένου, καθορίζουν τις ερμηνείες που επιτελούνται. Επίσης, οι Liebes και Katz, στο έργο τους *The export of meaning* (1990), διαπιστώνουν ότι διαφορετικές εθνικές ομάδες τηλεθεατών της αμερικάνικης σειράς *Dallas*, προερχόμενοι από διαφορετικά πολιτισμικά περιβάλλοντα, παράγουν διαφορετικές «αναγνώσεις». Όσες εθνογραφικές μελέτες επικεντρώθηκαν στο φύλο διατύπωσαν ερωτήματα σχετικά με την αναπαράσταση των γυναικών στις τηλεοπτικές αφηγήσεις (POLLOCK, 1977· LOVELL, 1981· MODLESKI, 1982), έστρεψαν την προσοχή τους στην κατανάλωση τηλεοπτικών προγραμμάτων και ρομαντικών μυθιστορημάτων με ευρεία απήχηση στις γυναίκες και ανέλυσαν τον βαθμό εμπλοκής τους στην κατανάλωση, τις σημασίες που διαμορφώνουν και τις απολαύσεις που αποκομίζουν, δίνοντας με αυτό τον τρόπο περισσότερη βαρύτητα στο «σύνθετο κοινωνικό γεγονός» της ανάγνωσης του κειμένου στο πλαίσιο της καθημερινότητας (RADWAY, 1984, σελ. 8. Βλ. επίσης HOBSON, 1980· ANG, 1985, 1989· GRAY, 1987). Έτσι, οι γυναίκες τηλεθεάτριες της αμερικάνικης σειράς *Dallas* στην Ολλανδία αποτέλεσαν το αντικείμενο έρευνας της Ien Ang στο έργο της *Watching Dallas* (1989), ενώ η ANN GRAY (1987) συζήτησε σε βάθος με εργαζόμενες γυναίκες για τα αισθήματά τους από την καθημερινή χρήση της τεχνολογίας του βίντεο. Η μελέτη της DOROTHY HOBSON, *Housewives and the mass media*

των εθνογράφων κοινού έχει επικεντρωθεί στην αυξανόμενη παρουσία μαζικά διαδεδομένων περιεχομένων σε «διαφορετικά» κοινωνικά συμφραζόμενα, δηλαδή, σε μη δυτικές κοινωνίες ή σε ομάδες μεταναστών που ζουν σε αστικές κυρίως περιοχές της Δύσης. Σύμφωνα με την ανθρωπολόγο Lila Abu-Lughod (1997), η τηλεόραση συμβάλλει στην παραβίαση των ορίων και την ισχυροποίηση των συναντήσεων διαφορετικών κόσμων, ιδεών και συναισθημάτων. Από τη στιγμή που το μέσο αυτό προσφέρει στα δρόντα υποκείμενα μια πληθώρα από εικόνες και εμπειρίες που προέρχονται έξω από την κοινότητά τους και καταναλώνονται σε διαφορετικά μέρη, «τότε παρέχει υλικό που ερμηνεύεται και αναμειγνύεται με τοπικές γνώσεις, κοινωνικές ερμηνείες και δεδομένα» (στο ίδιο, σελ. 122).

Μετά από μακροχρόνια παραμονή στο πεδίο έρευνάς τους, οι εθνογράφοι ενός «διαφορετικού» κοινού ανέλυσαν, για παράδειγμα, τις επιδράσεις της παρουσίας νέων τεχνολογιών και της κατανάλωσης προϊόντων επικοινωνίας στους Βεδουίνους της Αιγύπτου (Abu-Lughod, 1989), στις τηλεθέατριες αιγυπτιακών μελοδραμάτων (Abu-Lughod, 2002, 2005), στους ακροατές ραδιοφώνου στη Ζάμπια (Spitulnik, 1999α, 2003) και στους θεατές κινηματογραφικών ταινιών στη Νιγηρία (Larkin, 1997). Η έρευνα της Abu-Lughod (1999, σελ. 117) για τα τηλεοπτικά μελοδράματα στην Αίγυπτο υπογράμμισε τη σημασία των «εθνικών» παραγωγών, που συμβάλλουν όχι μόνο στη διασκέδαση και την ψυχαγωγία, αλλά και «στη διαμόρφωση της εθνικής κοινότητας», στην κοινωνική ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό του πληθυσμού. Στο μεταγενέστερο έργο της *Dramas of nationhood* (2005), η Abu-Lughod εξετάζει τις καθημερινές «αναγνώσεις» τηλεοπτικών μελοδραμάτων από ένα μεγάλο κοινό, τοπικά αλλά και περιφερειακά στον υπόλοιπο αραβικό κόσμο. Ισχυρίζεται ότι τα τηλεοπτικά αυτά κείμενα αποτελούν «σημαντικό παράγοντα στη συγκρότηση του εθνικού πολιτισμού και στην ενίσχυση της εθνικής υπερηφάνειας» (στο ίδιο, σελ. 7), αφού προβάλλουν εθνικές αρχές, θρησκευτικές αξίες και

(1980) αφορούσε τη θέση του ραδιοφώνου στην καθημερινή ζωή των γυναικών, την κάλυψη της μοναξιάς και την αίσθηση της χαλάρωσης που προσέφερε η χρήση του μέσου, ενώ η JANICE RADWAY στο έργο της *Reading the romance* (1984) συνομίλησε με γυναίκες αναγνώστριες ρομαντικών μυθιστορημάτων και κατέγραψε τις προσωπικές τους απόψεις.

πολιτισμικές πρακτικές. Επίσης, η ανθρωπολόγος Purnima Mankekar (1999, σελ. 146) υποστηρίζει ότι η δορυφορική προβολή της ινδικής τηλεοπτικής σειράς *Ramayana* συνέβαλε στην ανασυγκρότηση της ιδέας του έθνους, στην αναγνώριση και αποδοχή του εθνικού πολιτισμού και στην «τηλεοπτική μετάδοση» της ινδικής ταυτότητας.

Ανάλογα, αρκετοί ανθρωπολόγοι και ερευνητές προερχόμενοι από τις πολιτισμικές σπουδές μελετούν τις πολιτισμικές πρακτικές των μεταναστευτικών πληθυσμών σε σχέση με την προσπάθειά τους να επαναπροσδιορίσουν την εθνική τους ταυτότητα, στο πλαίσιο των αναπτυγμένων καπιταλιστικών κοινωνιών στις οποίες ζουν και εργάζονται. Σήμερα, όπως επισημαίνει η Marie Gillespie (1995α, σελ. 1), οι ανθρωπολόγοι μπορούν να διαβάσουν τον κόσμο «μέσα από τα μάτια των μεταναστών», αν εστιάσουν στον τρόπο ζωής τους στα νέα συμφραζόμενα, καθώς η ροή των προϊόντων επικοινωνίας σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου προκαλεί αλλαγές στις καταναλωτικές πρακτικές τόσο των μεταναστευτικών όσο και μη μεταναστευτικών πληθυσμών και οδηγεί στον επαναπροσδιορισμό της εθνικής ταυτότητας αλλοδαπών και γηγενών (βλ. επίσης Robins, 1991, σελ. 41· Hall, 1992, σελ. 308· Gilroy, 1993, σελ. 223).

Κατά συνέπεια, αρκετοί ερευνητές συνδέουν την καθημερινή κατανάλωση προϊόντων επικοινωνίας με τον επαναπροσδιορισμό της εθνικής ταυτότητας των μεταναστών στα νέα συμφραζόμενα. Όπως η ανάγνωση των εθνικών εφημερίδων, συντελεί στη διαμόρφωση μιας «φαντασιακής κοινότητας», συνδέοντας την καθημερινή ζωή των ανθρώπων με την ιδέα του έθνους, μέσα αφηγήσεις και εικόνες ιστορικών γεγονότων και εθνικών συμβόλων που αναπαριστούν κοινές εμπειρίες (Anderson, 1983, σελ. 31), έτσι και η παρακολούθηση των εθνικών τηλεοπτικών σταθμών δορυφορικά ενισχύει τη συγκρότηση της εθνικής ταυτότητας (Scannel, 1989). Συγχρόνως, οι εμπειρίες των μεταναστών από τη χρήση διεθνών μέσων, αλλά και η επίδραση τοπικών προϊόντων επικοινωνίας στις επαφές μεταξύ τους και με τους γηγενείς, αποτυπώνονται καθημερινά στη διαπραγματεύση της εθνικής τους ταυτότητας. Ο βαθμός «συνθετότητας» αυτής της καταναλωτικής πρακτικής γίνεται εμφανής στο παράδειγμα που περιγράφουν οι Sinclair, Jacka και Cunningham (1996, σελ. 25), όπου ένας αιγύπτιος μετανάστης στη Βρετανία «θεωρεί τον εαυτό του Βρετανό όταν συντονίζεται στο

BBC, Σκοτσέζο αφού παρακολουθεί ένα τοπικό σκοτσέζικο κανάλι, ισλαμιστή εξόριστο στην Ευρώπη, όταν βλέπει δορυφορικά προγράμματα από τη Μέση Ανατολή, και πολίτη του κόσμου όταν ενημερώνεται από το CNN».

Ωστόσο, πρέπει να τονιστεί ότι στην εποχή της τεχνολογικής διασύνδεσης οι περισσότεροι ερευνητές επικεντρώθηκαν στη μελέτη της εθνικής ταυτότητας των ενήλικων (βλ. Gellner, 1983· Appadurai, 1990· Anderson, 1991· Smith, 1991, 1995, 1999) και αγνόησαν την παιδική ηλικία. Μόλις τα τελευταία χρόνια έχουν διατυπωθεί ερωτήματα σχετικά με την εθνική ταυτότητα και την αίσθηση του «ανήκειν» των παιδιών και των εφήβων. Οι εκτεταμένες μετακινήσεις μεταναστών και οι αυξημένες επαφές διαφορετικών εθνικών/εθνοτικών ομάδων έκαναν επιτακτικά τα ερωτήματα που αφορούσαν στη σχέση των παιδιών με το «έθνος» τους, τη συγκρότηση της εθνικής τους ταυτότητας και την απόκτηση εθνικής συνείδησης. Σύμφωνα με αρκετούς θεωρητικούς που υποστηρίζουν ότι το εθνικό αίσθημα κατασκευάζεται, παρά κληρονομείται, η τοποθέτηση του εαυτού σε σχέση με την εθνικότητα ξεκινάει από τη «μέση παιδική ηλικία», δηλαδή, την περίοδο μεταξύ οκτώ και έντεκα ετών, όταν αποκτώνται και δομούνται οι αξίες των ενηλίκων (James & Prout, 1990· Jenks, 1996· Borland κ.ά., 1998). Οι έρευνες για τη συγκρότηση της εθνικής ταυτότητας στην ηλικία αυτή έχουν λάβει υπόψη ένα σύνθετο θεωρητικό πλαίσιο που περιλαμβάνει ψυχολογικούς, οικογενειακούς, εκπαιδευτικούς και επικοινωνιακούς παράγοντες που επιδρούν καθημερινά στη ζωή των παιδιών. Συγκεκριμένα, έχουν μελετήσει τον τρόπο με τον οποίο αναγνωρίζεται, παράγεται και εκφράζεται η εθνική ταυτότητα από τα παιδιά, κυρίως μέσα από την καθημερινή τους αλληλόδραση στο πλαίσιο της οικογένειας, των τοπικών συλλόγων και της σχολικής τάξης, αλλά και από την εμπειρία που τα ίδια αποκτούν μέσα από την κατανάλωση «τοπικών», «εθνικών» και «παγκόσμια» διαδεδομένων πολιτισμικών προϊόντων.

Αναλυτικά, κατά τους Borland κ.ά. (1998), οι καθημερινές εμπειρίες των παιδιών αυτής της ηλικίας σχετίζονται κυρίως με την οικογένεια και είναι περισσότερο περιορισμένες στην «τοπικότητα», καθώς οι κοινωνικές τους επαφές οριοθετούνται στις περιορισμένες κοινωνικές ανταλλαγές και αλληλεπιδράσεις με τα μέλη της οικογένειας, του σχολείου και της γειτονιάς. Κατά συνέπεια, όπως

ισχυρίζεται ο Michael Billig (1995, σελ. 95), τα παιδιά αυτής της ηλικίας βρίσκονται σε περιβάλλοντα με κυρίαρχα τα εθνικά σύμβολα και βιώνουν έντονα έναν «κοινότοπο εθνικισμό» (*banal nationalism*), καθώς μετέχουν καθημερινά σε αναπαραγωγές της εθνικής ταυτότητας μέσα στις τάξεις του σχολείου, στο σπίτι και τους τοπικούς συλλόγους. Συγχρόνως, όμως, τα παιδιά αυτά, γηγενή και αλλοδαπά, έρχονται πλέον και σε καθημερινή επαφή με τα μέσα επικοινωνίας και καταναλώνουν προϊόντα που προέρχονται από διαφορετικούς πολιτισμούς. Μέσα από αυτή τη σύνθετη καθημερινή κατανάλωση, τα παιδιά των γηγενών αλλά και των μεταναστών ερμηνεύουν και διαπραγματεύονται ταυτόχρονα το «παγκόσμιο», το «εθνικό» και το «τοπικό» (Scourfield κ.ά., 2006, σελ. 61). Οι βραζιλιάνικες σαπουνόπερες, η βρετανική και αμερικανική μουσική, τα ιαπωνικά κινούμενα σχέδια και οι αμερικανικές ταινίες δράσης αποτελούν προϊόντα επικοινωνίας που καταναλώνουν τα παιδιά αυτής της ηλικίας σε κάθε άκρη του πλανήτη.

Με δεδομένο αυτό το πλαίσιο, οι πρόσφατες εθνογραφικές μελέτες σχετικά με τη μετανάστευση και τη διασπορά συγκλίνουν στο θέμα της διαπραγματεύσεως και του επαναπροσδιορισμού της εθνικής ταυτότητας των εφήβων μεταναστών μέσα από την κατανάλωση μιας πληθώρας εθνικών και παγκόσμιων πολιτισμικών προϊόντων⁶.

6. Χαρακτηριστικά, η εθνογραφική μελέτη της GILLESPIE, *Television, ethnicity and cultural change* (1995α), επικεντρώθηκε στις ασιατικές διασπορικές οικογένειες του δυτικού Λονδίνου και μελέτησε την «πολιτισμική αλλαγή» της ασιατικής ταυτότητας των νεαρών εφήβων, μεταξύ δώδεκα και δεκαοκτώ ετών, που προήλθε από την κατανάλωση προϊόντων των βρετανικών και παγκόσμιων μέσων επικοινωνίας. Επίσης, οι μελέτες του SHAUN MOORES (2000) στο Εδιμβούργο, αναφορικά με τις προτιμήσεις των νέων πακιστανικής καταγωγής μεταξύ δεκατριών και δεκαπέντε ετών από τα δορυφορικά δίκτυα, και της MYRIA GEORGIU (2001, 2006) για τις καθημερινές συνήθειες των ελληνοκυπρίων εφήβων στο Λονδίνο και τη Νέα Υόρκη και την εκδήλωση της διαφορετικότητας στον οικιακό και δημόσιο χώρο, αναδεικνύουν τους τρόπους διαπραγματεύσεως της εθνικής ταυτότητας των νέων. Ακόμη, αξιόλογες είναι οι μελέτες για τη χρήση των διασπορικών μέσων επικοινωνίας από τα μέλη των ιρακινών οικογενειών της Αμερικής (NAFICY, 1993), τη στάση των νέων στις τούρκικες οικογένειες στην Ολλανδία απέναντι στα τούρκικα δορυφορικά μέσα επικοινωνίας (MILIKOWSKI, 2000), αλλά και τις καθημερινές εμπειρίες της τουρκικής κοινότητας στο Λονδίνο (AKSOY & ROBINS, 2003).

Ωστόσο, η εκτεταμένη μεταναστευτική κίνηση των τελευταίων χρόνων από τις χώρες της ανατολικής Ευρώπης προς την «αναπτυγμένη» Δύση έχει προκαλέσει νέες ερευνητικές προσεγγίσεις στην περιοχή αναφορικά με τον ρόλο των μέσων επικοινωνίας σε αυτές τις αλλαγές. Πιο συγκεκριμένα, ο Nicola Mai (2001, σελ. 99), στην έρευνά του για την επίδραση των προγραμμάτων της ιταλικής τηλεόρασης στις μεταναστευτικές προθέσεις νεαρών Αλβανών που ζουν στα Τίρανα και στο Δυρράχιο, αναφέρει ότι οι νέοι αυτοί δεν μιλούν απλώς για μια γεωγραφική μετακίνησή τους, αλλά για μια διαδικασία μέσω της οποίας περιγράφουν και τοποθετούν τον εαυτό τους σε νέα, ευρύτερα κοινωνικά και πολιτισμικά περιβάλλοντα. Σύμφωνα με τον ίδιο, τα περιεχόμενα και οι αφηγήσεις των ιταλικών τηλεοπτικών προγραμμάτων που αναμεταδίδονται στην Αλβανία δημιουργούν στους νεαρούς Αλβανούς μια «ψευδαίσθηση» της ιταλικής κοινωνίας. Για τους περισσότερους από αυτούς, η μελλοντική εμπειρία της μετανάστευσής τους στην Ιταλία αποτελεί μια διαμεσολάβηση ανάμεσα στην επιθυμία να «ορίσουν τους εαυτούς τους» σύμφωνα με τα πρότυπα της νεανικής ταυτότητας που παρουσιάζονται στα ιταλικά μέσα επικοινωνίας, και στο φόβο «να χάσουν τους εαυτούς τους», σε σχέση με τους ισχυρούς οικογενειακούς δεσμούς που επικρατούν στην Αλβανία (Mai, 2005, σελ. 546).

Η «οικιακή τελετουργία» της κατανάλωσης. — Η κατανάλωση τηλεοπτικών προγραμμάτων καθημερινά, η ανάγνωση περιοδικών ή εφημερίδων και η καθιερωμένη ακρόαση ραδιοφωνικών εκπομπών αποτελούν, κατά τον Corner (1999) και τον Couldry (2005), «τελετουργίες της καθημερινής ζωής» ή «οικιακές τελετουργίες», καθώς παρουσιάζουν τελετουργικά γνωρίσματα αναφορικά με τη συνήθεια, την επαναληπτικότητα και την κανονικότητα. Όπως υποστηρίζει ο Silverstone (1994), οι «τελετουργίες της καθημερινής ζωής», μέσα από τη διαρκή επανάληψη καθημερινών πρακτικών, διαμορφώνουν πρότυπα συμπεριφοράς, συντελούν στη δημιουργία συλλογικών μορφών δράσης και προσφέρουν μια «υπαρξιακή ασφάλεια» στους καταναλωτές⁷.

7. Ο όρος «υπαρξιακή ασφάλεια» (*ontological security*) χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τον ANTHONY GIDDENS (1990, σελ. 92) και αναφέρεται

Στην ανθρωπολογική βιβλιογραφία, ο όρος «τελετουργία» συνδέεται κυρίως με τη συμβολική ανθρωπολογία (Turner, 1967, 1969) και αναφέρεται σε επαναλαμβανόμενες, πολιτισμικά καθιερωμένες και προκαθορισμένες πρακτικές που πραγματοποιούνται σε πολυαισθητηριακά περιβάλλοντα και αναπαράγουν αξίες συμπυκνωμένες σε κυρίαρχα σύμβολα⁸. Αναπόσπαστο στοιχείο των τελετουργιών θεωρούνται οι λεγόμενες «διαβατήριες τελετές» οι οποίες αφορούν στη μετάβαση ενός ατόμου ή μιας κοινωνικής ομάδας από μια κοινωνική κατάσταση σε μια άλλη. Οι τελετουργίες συνίστανται σε σωματικές και λεκτικές χειρονομίες που χαρακτηρίζονται από τυπικότητα και επαναληπτικότητα, και οι οποίες επιτελούνται σε προκαθορισμένους χώρους και χρόνους. Ανάμεσα σε άλλους, η ανθρωπολόγος Catherine Bell, στο έργο της *Ritual theory, ritual practice* (1992, σελ. 42), ορίζει την «τελετουργία» ως την επιτέλεση συμβολικών πράξεων, κυρίως θρησκευτικού περιεχομένου, που έχουν επίδραση στους συμμετέχοντες. Όμως, η Παπαγαρουφάλη (2002, σελ. 190), ακολουθώντας τους Herzfeld (1992) και Augé (1999), υποστηρίζει ότι η «τελετουργία» δεν έχει μόνο «θρησκευτικό» χαρακτήρα, αλλά μπορεί να είναι ακόμα και οποιαδήποτε «γραφειοκρατική» πράξη, όπως η συμπλήρωση μιας «αί-

«στην εμπιστοσύνη που οι περισσότεροι άνθρωποι αισθάνονται από τη σταθερότητα που προσφέρει το κοινωνικό και υλικό περιβάλλον δράσης». Στη θεωρητική προσέγγισή του για τη χρήση της τηλεόρασης *Television and everyday life* (1994), ο ROGER SILVERSTONE δανείζεται τον όρο «υπαρξιακή ασφάλεια» για να περιγράψει το συναίσθημα της ασφάλειας που νιώθουν οι άνθρωποι από την ένταξη της τηλεόρασης στο καθημερινό τους πρόγραμμα.

8. Ο πολυαισθητηριακός χαρακτήρας των τελετουργιών τονίστηκε ιδιαίτερα από τον TURNER (1967), καθώς οι τελετουργίες που μελέτησε επιτελούνται κυρίως υπό τον ήχο μουσικής και τραγουδιών σε συνδυασμό με κατανάλωση τροφών και οσμών. (Για μια αναλυτική προσέγγιση του όρου στην ελληνική βιβλιογραφία, βλ. ΠΑΡΑΔΕΛΛΗΣ, 1999, σελ. 41· ΠΑΠΑΓΑΡΟΥΦΑΛΗ, 2002, σελ. 191). Στο ίδιο πνεύμα, η κατανάλωση των προϊόντων επικοινωνίας θα μπορούσε να ιδωθεί ως μια «συμποσιακή τελετουργία» με «συνεχιζόμενες αμοιβαιότητες» ανάμεσα στο κοινό και τα μέσα επικοινωνίας, ως μια «μετασηματική ανταλλαγή αισθητήριων μνήμων και συναισθημάτων» (ΣΕΡΕΜΕΤΑΚΗ, 1997, σελ. 99), αφού τα «κείμενα» των μέσων καταναλώνονται από τα μέλη του κοινού, καταγράφονται στις αισθήσεις τους και μεταβιβάζονται «ανταλλάσσόμενα» στην καθημερινότητά τους (στο ίδιο, σελ. 107).

τησης», για παράδειγμα της δήλωσης δωρητών οργάνων ή σώματος. Σήμερα, είναι κοινά αποδεκτό στην ανθρωπολογία ότι η τυπική επανάληψη μιας οποιασδήποτε τελετουργίας κάθε άλλο παρά συνιστά πιστή αναπαράσταση των προηγούμενων. Αντίθετα, κατά την επιτέλεση της τελετουργίας ελλοχεύει πάντοτε το ενδεχόμενο μικρών και μεγάλων ανατροπών γιατί «αυτό που μοιράζονται από κοινού οι συμμετέχοντες στην τελετουργία είναι η κοινή συμμετοχή τους» μάλλον παρά «η αναγκαστικά κοινή εμπειρία τους» (Bruner, 1986, σελ. 11)⁹. Όπως θα φανεί στη συνέχεια, κατά την «οικιακή τελετουργία» κατανάλωσης τηλεοπτικών προγραμμάτων, και με αφορμή αυτά, μπορεί να συμβεί ένα «οικογενειακό δράμα», ένας καυγάς, ή να μεσολαβήσει το τηλεφώνημα ή η επίσκεψη ενός φίλου που να «ανατρέφουν» τη ροή της συγκεκριμένης τελετουργίας.

Συνδέοντας την ανθρωπολογική προσέγγιση της «τελετουργίας» με την κατανάλωση προϊόντων επικοινωνίας, οι περισσότερες εθνογραφίες κοινού ασχολούνται με τις επαναλαμβανόμενες στερεότυπες πράξεις που έχουν καθιερωθεί σε καθημερινή βάση σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο. Όπως ακριβώς η επιτέλεση μιας τελετουργίας «προετοιμάζεται», σύμφωνα με τον Geertz (1973, σελ. 446), για να αποτελέσει μια «πρωτόγνωρη» εμπειρία και να μπορέσουν οι συμμετέχοντες να βιώσουν τη συναισθηματική και νοητική «μέθεξη» της πράξης, έτσι και η «τελετουργία» της παρακολούθησης ταινιών, τηλεοπτικών προγραμμάτων και σειρών μπροστά στην τηλεόραση απαιτεί την «προετοιμασία» από τα μέλη της οικογένειας, για να μπορέσουν να συναισθανθούν με «ιδιαίτερη ένταση» την εμπειρία αυτή «ως μια ξεχωριστή πράξη» μέσα στον οικιακό τους χώρο.

Συνδυάζοντας τις απόψεις της ανθρωπολογίας με αυτές των σπουδών επικοινωνίας, οι Dayan και Katz, στο έργο τους *Media events: the live broadcasting of history* (1992), επισημαίνουν ότι τα μέλη κάθε οικογένειας συγκεντρώνονται μπροστά στην τηλεόραση με τελετουργικό τρόπο για να παρακολουθήσουν κάποια «γεγονότα των μέσων» (*media events*), δηλαδή, επίσημες τελετές με κοινωνική σημασία που μεταδίδονται από τα μέσα επικοινωνίας

9. Για μια συνοπτική ανασκόπηση της ανθρωπολογικής βιβλιογραφίας σχετικά με την αδυνατότητα να ανα-παραχθούν επακριβώς οι τελετουργίες ή τελετές, βλ. BRUNER (1986).

ωνίας και ενώνουν τηλεοπτικά το κοινό σε μια ευρύτερη εμπειρία¹⁰. Πρόκειται για τελετές ενθρόνισης, για γάμους και κηδείες σημαντικών προσωπικοτήτων, επισκέψεις πολιτικών ή θρησκευτικών προσώπων, για τη μετάδοση εμπόλεμων καταστάσεων, τρομοκρατικών ενεργειών, θεομηνιών, πολιτικών αντιπαραθέσεων, αθλητικών γεγονότων και μουσικών εκδηλώσεων. Τα μέσα επικοινωνίας που προβάλλουν αυτά τα «γεγονότα» εκθέτουν περιγραφικά τις λεπτομέρειες των τελετών αναφορικά με το κύρος των επισήμων συμμετεχόντων που αποτελούν τους πρωταγωνιστές της στιγμής, τη δομή της τελετουργίας, τη γεωγραφική περιοχή δράσης, τη συμμετοχή των παρευρισκομένων, καθώς και τη σημασία τους για το κοινό, αφού αποτελούν «αφήγηση των κοινωνικών γεγονότων» (Rothenbuhler, 1998· Couldry, 2003). Σύμφωνα με τον Dennis McQuail (1997, σελ. 91), ανάμεσα σε άλλους, η παρακολούθηση αυτών των «γεγονότων των μέσων», που τα ίδια συγκροτούνται ακολουθώντας ένα καθορισμένο τελετουργικό πρότυπο στην επιτέλεσή τους, ωθεί τους τηλεθεατές να συμμετάσχουν σε μια ευρύτερη, εθνική ή/και παγκόσμια εμπειρία με εξίσου τελετουργικό τρόπο. Με άλλα λόγια, η κατανάλωση κοινωνικών και πολιτικών γεγονότων που μεταδίδονται τηλεοπτικά αποτελεί μια «τελετουργία» μέσα στο σπίτι, καθώς έχει διαπιστωθεί ότι οι θεατές διακόπτουν οποιαδήποτε δραστηριότητα για να συμμετάσχουν σε αυτή την εμπειρία. Πριν ξεκινήσει η προβολή των «γεγονότων των μέσων», αλλά και άλλων καθημερινών τηλεοπτικών σειρών, κινηματογραφικών ταινιών, αφηγήσεων και μυθοπλασιών, τα μέλη της οικογένειας, τόσο οι ενήλικοι όσο και τα παιδιά, «προετοιμάζονται», δηλαδή, διαμορφώνουν τον χώρο τους και παίρνουν μια καθορισμένη για αυτούς θέση μπροστά από τη συσκευή, ώστε να μπορέσουν να «απολαύσουν» αυτή την «ξεχωριστή» εμπειρία.

10. Με αφορμή το έργο αυτό, τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί ένα σημαντικό πεδίο έρευνας για τις τηλεοπτικές τελετές (*media rituals*), δηλαδή «μια πληθώρα επίσημων εκδηλώσεων που συνδέονται με τα μέσα επικοινωνίας και αφορούν τα μέλη του κοινού που συμμετέχει σε αυτά τα τηλεοπτικά γεγονότα» (COULDRY, 2005, σελ. 61). Σε αυτές τις τηλεοπτικές τελετές συγκαταλέγονται οι ζωντανές εκπομπές συζήτησης, τα τηλεπαιχνίδια και οι τηλεοπτικές παραγωγές που ακολουθούν μια τυπική διαδικασία με την παρουσία κοινού που χειροκροτεί, συνομιλεί, γελάει, εκφράζει απόψεις και συναισθήματα.

Τα τελευταία χρόνια, επομένως, οι εθνογραφίες κοινού έχουν συμβάλει στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο τα μέσα επικοινωνίας εντάσσονται στον οικιακό χώρο και στην ερμηνεία της αλληλόδρασης των μέσων με την καθημερινή ζωή των δρώντων υποκειμένων (Lull, 1980, 1982· McQuail, 1983· Morley, 1986, 1992· Livingstone, 1988· Silverstone, 1994). Κοινή συνισταμένη αυτών των ερευνών είναι ότι όλα τα μέλη του οικιακού χώρου, ανεξαρτήτως ηλικίας, παρακολουθούν τηλεοπτικές σειρές και κινηματογραφικές ταινίες, ακούν ραδιοφωνικές εκπομπές, διαβάζουν εφημερίδες και περιοδικά καθόλη τη διάρκεια της ημέρας σε διαφορετικά χωροχρονικά περιβάλλοντα. Η προσέγγιση αυτή, επομένως, αντιλαμβάνεται την κατανάλωση των μέσων επικοινωνίας ως καθημερινή πρακτική που, όχι μόνο «δεν μπορεί να διαφοροποιηθεί από οτιδήποτε άλλο βρίσκεται γύρω από αυτήν» (Ang, 1996, σελ. 68), αλλά «σχετίζεται με τα συμφραζόμενα του σπιτιού, της γειτονιάς και του έθνους» (Gauntlett & Hill, 1999, σελ. 10). Αν και αυτή η «καθημερινή οικιακή ρουτίνα» (στο ίδιο, σελ. 31) αποτελεί ένα «κοινωνικό γεγονός» (Radway, 1984, σελ. 8), στο οποίο εμπλέκονται όλα τα μέλη της οικογένειας, ωστόσο, η σχέση τους με τα μέσα επικοινωνίας και κυρίως με την τηλεόραση, που αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στον σχεδιασμό των καθημερινών οικιακών δραστηριοτήτων, χαρακτηρίζεται «ιδιαίτερα περίπλοκη» (στο ίδιο, σελ. 21). Στην περιπλοκότητα αυτή συντελούν τόσο η διαφορετική σύσταση και δομή της οικογένειας, όσο και τα σύνθετα χωροχρονικά πλαίσια στα οποία επιτελείται η κατανάλωση των προϊόντων επικοινωνίας.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, η εθνογραφική έρευνα στον οικιακό χώρο έχει καταστήσει σαφές ότι η χρήση των μέσων συχνά καθορίζεται από αρκετά σύνθετους, συνήθως σιωπηλούς κανόνες και συμφωνίες, που διαφέρουν ανάμεσα στα μέλη του οικιακού κοινού, καθώς τα τελευταία συμμετέχουν με διαφορετικό βαθμό προσήλωσης και διαφορετικές προδιαθέσεις, έχοντας διαφορετικές προσωπικές εμπειρίες και βιώματα του κοινωνικού και πολιτισμικού τους κόσμου (βλ. και Lull, 1980· Bausinger, 1984· Morley, 1992· Moores, 1993). Με άλλα λόγια, η σπουδαιότητα των πρακτικών που αναπτύσσουν τα μέλη του κοινού μπροστά στην τηλεοπτική συσκευή έγκειται στην ίδια την πράξη παρακολούθησης και στις επιλογές προγραμμάτων, οι οποίες παίζουν σημαντικό ρόλο στην εκ-

δήλωση των «σχέσεων εξουσίας» στο πλαίσιο της οικιακής ζωής (Lull, 1990· Willis, 1990). Ενώ, δηλαδή, η καθημερινή παρακολούθηση τηλεοπτικών προϊόντων μπορεί να αποτελέσει μια «συλλογική» οικογενειακή εμπειρία, άλλες φορές μπορεί να διαφοροποιήσει τις οικογενειακές σχέσεις, να μετατρέψει τις ισορροπίες και να οδηγήσει στην εκδήλωση διαφωνιών αναφορικά με το πρόγραμμα που επιλέγεται και τον χρόνο παρακολούθησης.

Πιο συγκεκριμένα, οι εθνογραφίες κοινού που διερεύνησαν την «κοινωνική δυναμική» των σχέσεων που αναπτύσσουν τα μέλη της οικογένειας μπροστά στην τηλεόραση, έθεσαν το θέμα των «σχέσεων εξουσίας» ανάμεσα στους γονείς και τα παιδιά, τους άνδρες και τις γυναίκες, αλλά και ανάμεσα στα παιδιά και τους φίλους τους. Για παράδειγμα, ο David Morley, στο έργο του *Family television* (1986), διαπίστωσε ότι η παρακολούθηση της τηλεόρασης μπορεί να αποτελέσει αιτία παραγωγικών συζητήσεων ή/και διαμάχης ανάμεσα στα μέλη οικογενειών του δυτικού Λονδίνου. Συχνά οι γονείς φαίνεται να συνομιλούν με τα παιδιά τους για τις τηλεοπτικές αφηγήσεις, να ασκούν κριτική στις απεικονίσεις συγκεκριμένων προγραμμάτων και να θέτουν περιορισμούς στη χρήση των μέσων. Από την άλλη πλευρά, διαπίστωσε ότι συγχρόνως τα παιδιά μιλούν με τους φίλους και τους συμμαθητές τους για τα τηλεοπτικά προϊόντα, διαφωνούν με τις επιλογές των γονιών τους και αντιδρούν στους περιορισμούς. Ομοίως, ο κοινωνιολόγος James Lull, στην έρευνά του «The social uses of television» (1980), αλλά και στο μεταγενέστερο έργο του *Inside family viewing* (1990), παρατήρησε τη χρήση της μικρής οθόνης στο πλαίσιο της οικογένειας και περιέγραψε τις σχέσεις «εγγύτητας» (*affiliation*) και «αποφυγής» (*avoidance*), δηλαδή, τις περιπτώσεις όπου τα άτομα επιθυμούν να είναι κοινωνικά κοντά ή μακριά από άλλους με τους οποίους μοιράζονται τον ίδιο χώρο. Η «εγγύτητα» εκφράζεται με τη συμμετοχή των μελών στην παρακολούθηση του ίδιου θεάματος. Έτσι, για παράδειγμα, η μετάδοση ποδοσφαιρικών αγώνων, αθλητικών γεγονότων, μουσικών εκδηλώσεων, κινηματογραφικών ταινιών και γενικά «γεγονότων των μέσων» ενώνει με ένα τελετουργικό τρόπο τα μέλη της οικογένειας μπροστά στην τηλεόραση και προσφέρει την ευκαιρία για «επαφή» και ανταλλαγή απόψεων. Αντίθετα, η «αποφυγή» πραγματοποιείται στην επιλογή διαφορετικών μέσων επικοινωνίας, ώστε τα μέλη της οικογένειας

να παραμείνουν μόνα τους, να αποφύγουν την «επαφή» μεταξύ τους και κατά συνέπεια τις εντάσεις και τις διαμάχες που μπορεί να προκαλέσει αυτή η συνάντηση.

Στην έρευνά μου επιβεβαιώνεται η άποψη ότι η τηλεόραση, περισσότερο από τα υπόλοιπα μαζικά μέσα επικοινωνίας, συντελεί στη συνεύρεση της οικογένειας γύρω από αυτή, στην επικοινωνία και την κοινωνική αλληλόδραση των μελών της στον οικιακό χώρο. Τα μέλη των αλβανικών οικογενειών συγκεντρώνονται μπροστά στην τηλεόραση για να παρακολουθήσουν «τελετουργικά» τα τηλεοπτικά προϊόντα και συνομιλούν για αυτά, πριν, κατά τη διάρκεια, αλλά και μετά από την προβολή τους, αναπτύσσοντας με αυτό τον τρόπο τη μεταξύ τους αλληλόδραση, την αποφυγή της σιωπής και σε πολλές περιπτώσεις τη μείωση συγκρούσεων ανάμεσά τους. Κατά τη συμμετοχική παρατήρηση διαπίστωσα ότι η χρήση του βίντεο ή του DVD και η προβολή αγαπημένων ταινιών συμβάλλουν εξίσου στη συγκέντρωση της οικογένειας και στην επικοινωνία των μελών, καθώς η υπόθεση και η πλοκή του τηλεοπτικού προϊόντος γίνονται αντικείμενο συζήτησης μεταξύ τους. Με άλλα λόγια, τα μέλη των αλβανικών οικογενειών καταναλώνουν τα προϊόντα επικοινωνίας στον οικιακό χώρο και «διαπραγματεύονται» τόσο τις αναγνώσεις των κειμένων των μέσων, όσο και τις μεταξύ τους κοινωνικές σχέσεις.

«Τα Σάββατα που δεν έχουμε σχολείο καθόμαστε όλοι μαζί και βλέπουμε ταινίες στο DVD. Εγώ προτιμώ τις αστυνομικές, αλλά η αδερφή μου θέλει κωμωδίες. Τις περισσότερες φορές βλέπουμε ταινίες που νοικιάζει ο μπαμπάς, ξένες με ελληνικά γράμματα [υπότιτλους]. Η μαμά δεν προλαβαίνει να διαβάσει και ρωτάει εμένα και τον μπαμπά.»
(Αντριάνο, μαθητής έκτης τάξης.)

Επιπλέον, η παρακολούθηση τηλεοπτικών προϊόντων αποτελεί για τα μέλη των οικογενειών της έρευνας γνώμονα του ημερήσιου προγράμματός τους, μια «τελετουργία της καθημερινής ζωής» που συνοδεύει το πρωινό ξύπνημα, την προετοιμασία των παιδιών για το σχολείο, τη συγκέντρωση της οικογένειας για το βραδινό φαγητό και τις σαββατιάτικες επισκέψεις σε συγγενικά σπίτια. Πρόκειται για φαινόμενα που έχουν ήδη επισημανθεί και στην ξένη βι-

βλιογραφία. Για παράδειγμα, οι Livingstone και Bovill (1999, σελ. 9) αναφέρουν ότι τα παιδιά καθημερινά πηγαίνουν στο σχολείο, γυρίζουν την ίδια περίπου ώρα, διαβάζουν σκληρά ή λιγότερο σκληρά, συζητούν με τους γονείς τους, μαλώνουν συχνά με τα αδέρφια τους και παίζουν με τους φίλους τους. Ξεχωριστή θέση σε αυτή την καθημερινότητα κατέχει η τηλεόραση, η οποία λειτουργεί από τη στιγμή που αυτά επιστρέφουν από το σχολείο τους και αρκετές φορές παραμένει ανοιχτή, ως ηχητική υπόκρουση, ενώ παίζουν, τρώνε, διαβάζουν και γράφουν τις εργασίες τους. Επομένως, η τηλεόραση σχετίζεται άμεσα με τη δόμηση του ημερήσιου προγράμματός τους, την πραγματοποίηση των δραστηριοτήτων τους και τη διαμόρφωση των καθημερινών τους συνηθειών. Επίσης, όπως έχει υποστηρίξει ο Lull, στην έρευνά του *World families watch television* (1988, σελ. 258) για την παρουσία της τηλεόρασης στο οικογενειακό περιβάλλον έξι χωρών (Βρετανία, Βενεζουέλα, Γερμανία, Αμερική, Κίνα και Ινδία), το παιχνίδι των παιδιών και το διάβασμα των μαθημάτων τους μπροστά στην τηλεόραση, η συγκέντρωση της οικογένειας κατά τη διάρκεια του βραδινού φαγητού και οι συζητήσεις με φίλους και συγγενείς, ενώ παρακολουθούν τηλεοπτικές σειρές και ταινίες, αποτελούν «προεκτάσεις» της κοινωνικής τους ζωής, όπου αποτυπώνονται προσωπικές απόψεις, κοινωνικές θέσεις και συμπεριφορές των έμφυλων και ηλικιακών ρόλων των μελών της οικογένειας¹¹.

Στη συγκεκριμένη έρευνα, η Κατερίνα, μαθήτρια της πέμπτης τάξης σε δημοτικό σχολείο του Ναυπλίου, που γεννήθηκε και βαφτίστηκε στην Ελλάδα, υπογραμμίζει ότι ο χρόνος κάθε δραστηριότητάς της, όπως το διάβασμα, το φαγητό, ακόμη και το παιχνίδι στην πλατεία, καθορίζεται από τα προγράμματα της τηλεόρασης.

11. Στην ελληνική βιβλιογραφία, η ΓΚΟΥΓΚΟΥΛΗ (2000, σελ. 410), μελετώντας την εμπορευματοποίηση των παιδικών αθυρμάτων στα τέλη της δεκαετίας του 1980 και τις μεταβολές που προκάλεσε η διείσδυση της παγκόσμιας αγοράς παιχνιδιών στο παιχνίδι παιδιών επτά ως έντεκα ετών στην Παλαιά Φώκεια, παρατηρεί ότι τα μέλη των οικογενειών παρακολουθούν την αμερικανική σαπουνόπερα *The Bold and the Beautiful* (Τόλμη και Γοητεία - ET1) κατά τη διάρκεια του μεσημεριανού φαγητού και εντάσσουν τα προβλήματα των τηλεοπτικών ηρώων στη θεματολογία των οικογενειακών συζητήσεων γύρω από το τραπέζι.

«Βλέπω με τη μαμά κάθε μεσημέρι *Μαρία της γειτονιάς* στο Star, στις πέντε βλέπω την *Αγριόγατα* και μετά *Βαλεντίνα*. Την ίδια στιγμή γράφω τα μαθήματά μου και διαβάζω λίγο. Μετά μπορεί να παίξω στην πλατεία μαζί με τα άλλα παιδιά και ξαναπάω μπροστά στην τηλεόραση στις εννέα το βράδυ για να δω το *Καφέ της Χαράς* και *Της αγάπης μαχαιριά* (Antenna) που είναι το αγαπημένο της μαμάς.»

Όμοιες δραστηριότητες μπροστά στην τηλεόραση σε σχέση με την κατανομή του ημερήσιου χρόνου αφηγήθηκαν πολλοί μαθητές και πολλές μαθήτριες, όπως η Αγκλίντα, ο Ρενάλντο, ο Μάριο και ο Αντόνιο. Οι μαθητές αυτοί τόνισαν ότι στις καθημερινές τους συνήθειες συμμετέχουν, λιγότερο ή περισσότερο, και τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας, όπως ο πατέρας και η μητέρα, τα αδέρφια, ο θείος, τα ξαδέρφια αλλά και η γιαγιά τους από την Αλβανία, που μιλάει ελάχιστα ως καθόλου ελληνικά. «Συνήθως [η γιαγιά] κάθεται μαζί μας και χαζεύουμε στην τηλεόραση, μας κάνει παρέα, γιατί η μαμά και ο μπαμπάς δουλεύουν ως αργά», αναφέρει η Έντζι, μαθήτρια της πέμπτης τάξης. Ομοίως, η μαθήτρια της έκτης τάξης, Κένα-Ιωάννα, τονίζει ότι κάθε απόγευμα, πριν ξεκινήσει το διάβασμα, παρακολουθεί μαζί με τη μητέρα της και τη μικρότερη αδερφή της την αγαπημένη τους τηλεοπτική σειρά, *Βαλεντίνα* (Star), ενώ η Σταυρούλα, μαθήτρια της έκτης τάξης στο δημοτικό σχολείο της Νέας Επιδάουρου, αναφέρεται στη βραδινή συνήθεια της οικογένειας να τρώνε όλοι μαζί «μπροστά στην τηλεόραση».

«Κάθε βράδυ τρώμε όλοι μαζί μπροστά στην τηλεόραση [...]. Βλέπουμε ό,τι έχει εκείνη την ώρα, συνήθως κάποια ελληνική σειρά ή τις ειδήσεις. Όμως, κάθε Δευτέρα βλέπουμε με τον αδερφό μου *Παρά Πέντε* (Mega). Εμένα μου αρέσουν και οι εκπομπές με τη μαγειρική, τις Κυριακές το απόγευμα, αλλά αυτές τις βλέπω μόνη μου, δεν αρέσουν σε κανένα.»

Όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό από τις αφηγήσεις των αλβανών μαθητών και μαθητριών, και την επιτόπια έρευνα στον οικιακό τους χώρο, οι άνδρες της έρευνας προτιμούν να παρακολουθούν ειδήσεις ή ποδοσφαιρικούς αγώνες από τους ελληνικούς σταθμούς ή

την αλβανική δορυφορική τηλεόραση, ενώ οι γυναίκες συνήθως επιλέγουν σαπουνόπερες, δραματικές σειρές και κοινωνικά προγράμματα συζήτησης, τα οποία βλέπουν μαζί με τα παιδιά τους. «Όταν δεν δουλεύω και είμαι σπίτι βλέπω μαζί με την Ελβάνα [την κόρη της] τη *Ρωξάνη*, την *Κορίνα* (Star) και τον *Έρωτα* (Antenna), μέχρι αργά το απόγευμα. Εκείνη διαβάζει τα μαθήματά της και εγώ κάνω τις δουλειές του σπιτιού», ομολογεί η Σάρα, αλβανή μητέρα. Βέβαια, όπως η ίδια αναφέρει, ο άνδρας της, «όταν γυρίζει αργά το βράδυ από τη δουλειά του, προτιμά να παρακολουθεί ειδήσεις και αστυνομικές ταινίες [...], τα έργα με αγάπες και κλάματα δεν τα βλέπει»¹².

Όπως ήδη ανέφερα, οι αλβανοί γονείς της έρευνας αφιερώνουν λιγιστό χρόνο στην παρακολούθηση των τηλεοπτικών προγραμμάτων, καθώς εργάζονται πολλές ώρες και τις περισσότερες φορές απουσιάζουν από το σπίτι, μέχρι αργά το βράδυ. Όμως, τη στιγμή που επιστρέφουν στο σπίτι τους, όλοι συγκεντρώνονται μπροστά στην τηλεόραση. Εκεί, στην κουζίνα ή στο σαλόνι, μιλούν για την ημέρα που πέρασε, προγραμματίζουν την επόμενη, χαλαρώνουν, αλλά και ενημερώνονται για όλα όσα συμβαίνουν στην Ελλάδα και

12. Ομοίως, στην ξένη βιβλιογραφία έχει υποστηριχθεί ότι οι άνδρες τηλεθεατές εκφράζουν διαφορετικές προτιμήσεις αναφορικά με το είδος των προγραμμάτων που επιθυμούν να παρακολουθούν σε σχέση με το γυναικείο κοινό. Η πλειονότητα των εθνογραφικών μελετών που πραγματοποιήθηκαν κυρίως στη Βρετανία από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 και μετά, αποδεικνύουν ότι οι σαπουνόπερες και οι ρομαντικές σειρές αποτελούν τα προγράμματα εκείνα που απευθύνονται στο γυναικείο κοινό, ενώ οι άντρες παρακολουθούν κυρίως αθλητικά και ενημερωτικά προγράμματα (HOBSON, 1980· MORLEY, 1986· ANG, 1985· LIVINGSTONE, 1988). Ωστόσο, στις αρχές της δεκαετίας του 1990, οι GERAGHTY (1991) και BRUNSDON (1997) διαπίστωσαν μια αλλαγή στο περιεχόμενο των γυναικείων προγραμμάτων, ώστε να επιτευχθεί μεγαλύτερη ανταπόκριση και στο ανδρικό κοινό. Οι GAUNTLETT & HILL (1999) ασκούν κριτική στις έρευνες που διαχωρίζουν τα προγράμματα σε «γυναικεία» και «ανδρικά», αλλά και στην άποψη ότι οι ηλεκτρονικές συσκευές είναι «παιχνίδια για τα αγόρια». Στην έρευνά τους στη Βρετανία, διαπίστωσαν «μια αλλαγή τόσο στις προτιμήσεις, όσο και στη χρήση των μέσων» (στο ίδιο, σελ. 258). Ο MORLEY στο μεταγενέστερο έργο του *Home territories: Media, mobility and identity* (2000, σελ. 287), αποδέχεται την αλλαγή στις συνήθειες και τις επιλογές του κοινού και σχολιάζοντας την κριτική που του ασκήθηκε τόνισε ότι η έρευνά του αφορούσε κυρίως ένα σημαντικό αριθμό γυναικών της εργατικής αγγλικής τάξης.

την Αλβανία, επιλέγοντας να παρακολουθήσουν ειδήσεις, σειρές και ταινίες στα αλβανικά ή/και τα ελληνικά τηλεοπτικά δίκτυα. Ο Μπεχάρ, εργάτης σε οικοδομή, επιστρέφει στο σπίτι αργά, ενώ η Ερμίρα, λαντζιέρα σε ταβέρνα, γυρίζει νωρίς το απόγευμα, την ώρα που τελειώνει το ολόημερο τμήμα ο γιός τους, μαθητής της τρίτης τάξης. Εκεί, ξεκουράζονται, ετοιμάζουν το βραδινό τους, διαβάζουν με τον Δημήτρη και παρακολουθούν μαζί τα τηλεοπτικά προγράμματα λίγο πριν κοιμηθούν.

«Γυρίζω νωρίς το απόγευμα για να πάρω τον Δημήτρη από το σχολείο. Μετά ετοιμάζω φαγητό για το βράδυ και διαβάζουμε μαζί τα μαθήματα της επόμενης μέρας, τον βοηθάω όσο μπορώ. Όταν όλα είναι έτοιμα, τρώμε και βλέπουμε στην τηλεόραση κανένα έργο, συνήθως τον Έρωτα (Antenna). Δεν περνάει πολλή ώρα και κατά τις δέκα πάμε για ύπνο.»

Ωστόσο, σε αφηγήσεις πολλών αλβανών μαθητών και μαθητριών της έρευνας έχει αναφερθεί ότι, από τη στιγμή που η μητέρα δουλεύει μέχρι αργά το βράδυ, ο πατέρας γυρίζει νωρίτερα στο σπίτι και μένει με τα παιδιά του παρακολουθώντας μαζί τους τηλεοπτικά προγράμματα που ο ίδιος προτιμά, αλλά και αγαπημένες σειρές και ταινίες των παιδιών. «Η μαμά δουλεύει μέχρι αργά το βράδυ στην ταβέρνα και εμείς με τον μπαμπά βλέπουμε τηλεόραση, πρώτα τις ειδήσεις και μετά με τον αδερφό μου βάζουμε ταινίες [αλβανικές και ξένες]», αναφέρει η Σταυρούλα, μαθήτρια έκτης τάξης.

Στην έρευνα αυτή διαπίστωσα, επίσης, ότι η πολύωρη απουσία των γονιών από το σπίτι οδηγεί κατά κύριο λόγο τα παιδιά στην κατάχρηση της τηλεόρασης, αφού έχουν την ελευθερία να παρακολουθούν ανεξέλεγκτα όσες ώρες και όποιο πρόγραμμα επιθυμούν. «Ο μπαμπάς έρχεται αρκετά αργά και καμιά φορά δεν βλέπει τηλεόραση, αλλά και με τη μαμά δεν βλέπουμε κάτι μαζί, γιατί μένει πολλές ώρες στη δουλειά», αναφέρουν χαρακτηριστικά αρκετά παιδιά της έρευνας. Βέβαια, στην περίπτωση του Αλέξανδρου, μαθητή της πέμπτης τάξης, η θέση της τηλεόρασης στο καθημερινό του πρόγραμμα και οι «υποχρεώσεις» του απέναντι στα προγράμματα είναι αξιοσημείωτες. Από τη στιγμή που η μητέρα του απου-

σιάζει ως αργά, επειδή εργάζεται αρκετές ώρες σε ταβέρνα, ο Αλέξανδρος παρακολουθεί ασταμάτητα τηλεόραση και «καταγράφει» στο χαρτί τη συνέχεια στις υποθέσεις των αγαπημένων προγραμμάτων της μητέρας του. Έτσι, όταν εκείνη επιστρέφει από τη δουλειά της, ο Αλέξανδρος την ενημερώνει για τις αγαπημένες της σειρές και κουβεντιάζει μαζί της για όλα όσα εξελίχθηκαν στα επεισόδια που προβλήθηκαν. Ο ίδιος γνωρίζει αρκετές από τις σειρές της περιόδου και κάνει αναφορές και σχόλια για τις ώρες προβολής τους, τη μυθοπλασία και τις ερμηνείες των πρωταγωνιστών.

«Βλέπω Κρυφά μονοπάτια, Θα βρεις το δάσκαλό σου (Antenna), Παρά Πέντε (Mega) και άλλα [...]. Στο Star βλέπω πολλά. Το αγαπημένο μου τώρα είναι Της αγάπης μαχαιριά (Antenna), αυτό στα Χανιά με τον Σήφη και τη Μαρία, γιατί τρέχουν στα βουνά και πολεμούν με μαχαίρια και πιστόλια. Η μαμά το βλέπει συνέχεια όποτε μπορεί. Καμιά φορά όταν δεν μπορεί, μου λέει και κρατάω σημειώσεις. Τα γράφω στο χαρτί, σε ένα τετράδιο και της τα λέω. Της αρέσει και θέλει να ξέρει τι έγινε. Φεύγει το πρωί μαζί με μένα και γυρνάει κατά τις πέντε το απόγευμα. Άμα είναι έτσι βλέπει τα έργα. Αν όμως δουλεύει από το απόγευμα μέχρι το βράδυ, τα γράφω εγώ στο χαρτί, κρατάω σημειώσεις. Τα γράφω στα ελληνικά και της τα λέω ελληνικά. Είναι πολλά χρόνια στην Ελλάδα και ξέρει καλά.»

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, στην ξένη βιβλιογραφία έχει υποστηριχθεί ότι οι τηλεοπτικές αφηγήσεις αποτελούν θέμα συζήτησης ανάμεσα στα μέλη της οικογένειας στον οικιακό χώρο, αλλά και ανάμεσα στα παιδιά, τους συμμαθητές και τους φίλους τους στο σχολείο και στη γειτονιά (Lull, 1990· Morley, 1986). Στην έρευνα αυτή, οι χαρακτήρες, οι πρωταγωνιστές και οι αφηγήσεις κυρίως των ελληνικών προγραμμάτων αποτελούν σταθερά αντικείμενο συζήτησης για τους μαθητές, όχι μόνο μέσα στο σπίτι με τους γονείς και τα αδέρφια τους, αλλά και έξω από αυτό, με φίλους και συμμαθητές. Χαρακτηριστικά, η Έντζι, μαθήτρια της πέμπτης τάξης σε δημοτικό σχολείο της πόλης του Ναυπλίου, αναφέρει ότι με τις συμμαθήτριάς της συζητάνε για τις αγαπημένες τους ελληνικές σειρές και τις περιπέτειες των ηρώων.

«Στα διαλείμματα μιλάμε συνέχεια για αυτά που κάνουν ο Κωνσταντίνος και η Ελένη από τη σειρά. Γελάμε πολύ με τα αστεία τους, τις γκάφες τους και τις βρισιές που λένε. Και εμείς αυτούς που δεν συμπαθούμε τους φωνάζουμε “Κατακουζήνα” όπως φωνάζει ο Κωνσταντίνος την Ελένη. Αλβανικές σειρές δε βλέπουν [οι ελληνίδες συμμαθήτριες] και έτσι δεν έχουμε να πούμε τίποτα, ούτε με τις άλλες [Αλβανίδες] που βλέπουν αλβανικά μιλάμε πολύ για τις σειρές.»

Εκτός από τις ελληνικές σειρές, τα αλβανικά προγράμματα γίνονται αντικείμενο συζήτησης κυρίως στο σπίτι, ανάμεσα στους μαθητές, τους γονείς και τους συγγενείς τους, αλλά και στο σχολείο, αν και λιγότερο συχνά, με τους έλληνες συμμαθητές τους, παρά το γεγονός ότι αυτοί δεν έχουν πρόσβαση στα αλβανικά δίκτυα. «Καμιά φορά βλέπω μια εκπομπή με καράτε και επειδή αυτό αρέσει πολύ στους φίλους μου, τους λέω τι γίνεται και τους δείχνω τα κόλπα», αναφέρει ο Λεντί, μαθητής της τετάρτης τάξης, περιγράφοντας τις συζητήσεις που κάνει με τους συμμαθητές του για το αγαπημένο του πρόγραμμα από τον αλβανικό σταθμό Top Channel. Από την άλλη πλευρά, ο Άγγελος, μαθητής της έκτης τάξης, τονίζει το γεγονός ότι οι συμμαθητές του, όταν τον επισκέπτονται στο σπίτι του, δεν μπορούν να παρακολουθήσουν τις εκπομπές στα αλβανικά, αφού δεν γνωρίζουν τη γλώσσα.

«Έχω φωνάζει κάποιους φίλους μου στο σπίτι, αλλά δεν μπορούμε να δούμε στην [αλβανική] τηλεόραση το έργο με το καράτε, γιατί είναι στα αλβανικά και δεν καταλαβαίνω, ούτε και εγώ τα καταλαβαίνω όλα. Καμιά φορά ρωτάω τη μαμά να μου πει τι λένε.»

Εκτός από τις διαφορετικές προτιμήσεις των άνδρων και των γυναικών, στην ξένη βιβλιογραφία γίνεται αναφορά και στις διαφορετικές επιλογές προγραμμάτων ανάμεσα στους γονείς και τα παιδιά, τα οποία καταναλώνουν κυρίως προϊόντα επικοινωνίας από «διεθνείς» παραγωγές (Moores, 2000· Livingstone & Bovill, 2001). Χαρακτηριστικά, οι έφηβοι asiάτες του δυτικού Λονδίνου προτιμούν να παρακολουθήσουν τις αμερικάνικες ταινίες και την αυστραλιανή σειρά *Neighbours*, παρά τα «εθνικά ιερά προγράμματα»

τα» που προτιμούν οι γονείς τους (Gillespie, 1995α). Ομοίως, οι Τούρκοι έφηβοι της Ολλανδίας δείχνουν την προτίμησή τους στα προγράμματα της δορυφορικής τηλεόρασης, αφού με αυτό τον τρόπο «απελευθερώνουν τους εαυτούς τους από την ξεπερασμένη και πολιτισμικά περιορισμένη αίσθηση του τουρκικού στοιχείου, που έχει επιζήσει στην απομόνωση της μετανάστευσης» (Milikowski, 2000, σελ. 444). Για να «αποφύγουν», σύμφωνα με τον Lull (1990), την ένταση και τη διαμάχη με τους γονείς τους για αυτές τις επιλογές τους, τα παιδιά καταφεύγουν στη χρήση άλλων μέσων στον οικιακό χώρο ή απομονώνονται στο δωμάτιο τους.

Στην παρούσα έρευνα, η δεύτερη συσκευή τηλεόρασης στο σπίτι δίνει τη δυνατότητα στα παιδιά να επιλέγουν κάποιο άλλο πρόγραμμα, να απομονώνονται και να παρακολουθούν μία εκπομπή διαφορετική από αυτή που έχουν επιλέξει οι γονείς τους, με αποτέλεσμα να αποφεύγονται οι εκρήξεις και οι τσακωμοί μεταξύ των μελών της οικογένειας για τα τηλεοπτικά προγράμματα και να επιτυγχάνεται η δυνατότητα διαφορετικών επιλογών¹³. «Στη μεγάλη [τηλεόραση] ο μπαμπάς βλέπει συνέχεια ειδήσεις και τέτοια, εγώ με την αδερφή μου πάμε στη μικρή, στο δωμάτιό μας, να δούμε άλλα. Καμιά φορά μαλώνουμε λίγο, αλλά τα βρίσκουμε αμέσως», αναφέρει η Πετρούλα, μαθήτρια της πέμπτης τάξης, περιγράφοντας τις διαφορετικές επιλογές που έχει με τον πατέρα της, τις διαφωνίες με την αδερφή της μπροστά στην τηλεόραση και την προσπάθεια συμβιβασμού.

Τα παιδιά ως «ενεργό» κοινό των μέσων. — Μέχρι πρόσφατα, η παιδική ηλικία και τα σχετικά με αυτή ζητήματα είχαν αποτελέσει αντικείμενο μελέτης κυρίως της ψυχολογίας και της κοινωνιολογίας. Οι αναπτυξιακού τύπου θεωρητικές προσεγγίσεις των κοινωνικών ερευνών διατύπωσαν την άποψη ότι η παιδική ηλικία αποτελεί μία περίοδο εκμάθησης ικανοτήτων και δεξιοτήτων που χαρακτηρίζονται απαραίτητες για την ενήλικη ζωή¹⁴. Σύμφωνα με

13. Όπως ήδη αναφέρθηκε στο δεύτερο κεφάλαιο, η πλειονότητα των αλβανικών οικογενειών που διαθέτει δύο ή και περισσότερες συσκευές τηλεόραση φτάνει σε ποσοστό 84,3%.

14. Η αναπτυξιακή θεωρία της ψυχολογίας, με κύριο εκπρόσωπο τον Ελβετό γενετικό ψυχολόγο JEAN PIAGET (1977), έχει υποστηρίξει ότι η παιδική ηλι-

τους επικριτές αυτής της άποψης, τα παιδιά αντιμετωπίζονταν ως παθητικοί δέκτες και παρατηρητές της περιβάλλουσας πραγματικότητας, την οποία διαμόρφωναν μόνο οι ενήλικοι ως κυρίαρχοι φορείς του εκάστοτε πολιτισμού, χωρίς τα ίδια τα παιδιά να μπορούν να συμμετέχουν και να συνδιαμορφώνουν τα πολιτισμικά συμφραζόμενα (Hardman, 1973, σελ. 502· James & Prout, 1990, σελ. 18· Amit-Talai & Wuff, 1995, σελ. 3)¹⁵.

Γενικά, η παιδική ηλικία και ο κόσμος των παιδιών έχουν ασχολήσει ελάχιστα τους κοινωνικούς ανθρωπολόγους, οι οποίοι έχουν παραβλέψει τον ενεργό ρόλο των παιδιών στην παραγωγή του κυρίαρχου πολιτισμού και τη διαμόρφωση ξεχωριστών πολιτισμικών μορφωμάτων που πραγματώνονται στις καθημερινές πρακτικές¹⁶. Σύμφωνα με ανθρωπολόγους που ασχολήθηκαν με τα παι-

κία αποτελεί τη βιολογική περίοδο που είναι αφιερωμένη στην εκμάθηση ταξινομημένων νοητικών δεξιοτήτων, με τις οποίες το άτομο έρχεται σε επαφή και κατανοεί τον κόσμο που τον περιβάλλει. Από την άλλη μεριά, η θεωρία της κοινωνικοποίησης, όπως τη διατύπωσε ο VYGOTSKY (1978), αντιμετωπίζει το παιδί ως κοινωνικά αναπτυσσόμενο και ορίζει την παιδική ηλικία ως την περίοδο εκπαίδευσης και εσωτερίκευσης κοινωνικών κανόνων και ρόλων, προκειμένου με αυτό τον τρόπο να εξασφαλιστεί η ένταξη στην κοινωνία των ενηλίκων. Σύμφωνα με τον Vygotsky, το πολιτισμικό πλαίσιο, το κοινωνικό περιβάλλον και οι αλληλεπιδράσεις του παιδιού με τους άλλους έχουν ιδιαίτερη βαρύτητα για την εξέλιξη της αντίληψής του.

15. Τη δεκαετία του 1970, η ανθρωπολόγος Charlotte Hardman στο άρθρο της «Can there be an Anthropology of Children?» (HARDMAN, 1973) τόνιζε ότι η προσέγγιση της παιδικής ηλικίας οφείλει να ξεπεράσει τις θεωρίες της αναπτυξιακής ψυχολογίας και κοινωνιολογίας και να απορρίψει τις απόψεις που θέλουν τα παιδιά να στερούνται ωριμότητας, λογικής σκέψης, κοινωνικής υπόστασης και πολιτισμού, να χαρακτηρίζονται απλοί αποδέκτες των μηνυμάτων και των δογμάτων των ενηλίκων και να αποτελούν «παθητικά αντικείμενα» (στο ίδιο, σελ. 87). Αντίθετα, υποστήριξε ότι ο κόσμος των παιδιών δε συνιστά μια μικρογραφία του πολιτισμού των ενηλίκων, αλλά τα ίδια αποτελούν μια κοινωνική ομάδα με ξεχωριστές αξίες, σύμβολα, παιχνίδια και ιδέες.

16. Η ανθρωπολογική θεώρηση δεν έχει ασχοληθεί διεξοδικά με την καθιέρωση ενός ορισμού αναφορικά με την παιδική ηλικία και την πολιτισμική της έκφραση. Ωστόσο, έχει υποστηρίξει ότι το κριτήριο της βιολογικής ηλικίας για τον καθορισμό των ηλικιακών κατηγοριών, που εφάρμοσαν οι αναπτυξιακές θεωρίες της εξελικτικής ψυχολογίας, από μόνο του δεν επαρκεί. Οι JAMES & PROUT (1990) επιστημαίνουν ότι τα όρια της βρεφικής, νηπιακής, παιδικής και εφηβικής ηλικίας αποτελούν αυθαίρετες κατασκευές της δυτικής επιστημονικής σκέψης.

διά και τους νέους (Hardman, 1973· James & Prout, 1990· Amit-Talai & Wuff, 1995· Holmes, 1998), ο περιορισμένος αριθμός εθνογραφικών μελετών με επίκεντρο την παιδική ηλικία οφείλεται στην άποψη ότι τα παιδιά θεωρούνταν «πολιτισμικά ημιτελή πλάσματα» που χαρακτηρίζονταν από κοινωνική ανωριμότητα (Hirschfeld, 2002, σελ. 613). Επειδή κυριαρχούσε η άποψη ότι τα παιδιά δεν είναι «ενεργοί δημιουργοί ενός πολιτισμού», αλλά απλώς «προετοιμάζονται» για την κοινωνία των ενηλίκων, αποτελούσαν «αναξιόπιστους πληροφορητές» και, γι' αυτό τον λόγο, «περιθωριοποιούνταν» από τις ανθρωπολογικές μελέτες (Caputo, 1995, σελ. 22· Goodwin, 1997, σελ. 1). Κατά συνέπεια, όπως διαπιστώνει η Robyn Holmes στη θεωρητική επισκόπηση *Fieldwork with children* (1998), το εθνογραφικό υλικό για την παιδική ηλικία, αρχικά προερχόταν από την παρατήρηση της καθημερινής ζωής των ενηλίκων πληροφορητών και την αλληλόδραση των παιδιών μαζί τους¹⁷.

Σήμερα, ιδιαίτερα από τη δεκαετία του 1990 και μετά, οι θεωρητικοί της παιδικής ηλικίας εκφράζουν την αντίθεσή τους στην άποψη ότι τα παιδιά είναι παθητικά προϊόντα των κοινωνικών δομών και υποστηρίζουν ότι ο λόγος και οι πρακτικές των παιδιών

Έτσι, μελετώντας τις καθημερινές δραστηριότητες των παιδιών στο πλαίσιο της οικογένειας, κάνουν λόγο για την «κοινωνική ηλικία» των παιδιών, σε αντίθεση με τις μέχρι τότε απόψεις της εξελικτικής ψυχολογίας που αναφέρονταν στην παιδική ηλικία ως την περίοδο της βιολογικής διαφοροποίησης των παιδιών από τους ενήλικους.

17. Σημαντικές ανθρωπολογικές προσεγγίσεις της παιδικής ηλικίας σε μη δυτικές κοινωνίες αρχικά πραγματοποιήθηκαν τη δεκαετία του 1930 και επικεντρώθηκαν στον τρόπο με τον οποίο τα άτομα μαθαίνουν και ενσωματώνουν τις αξίες και πεποιθήσεις του πολιτισμού τους. Χαρακτηριστικά, η Margaret Mead στο έργο της *Coming of age in Samoa* (MEAD, 1928) μελέτησε εφήβους στη Samoa και απέρριψε την κυρίαρχη αντίληψη του δυτικού πολιτισμού που αφορούσε στην έκφραση της «επαναστατικής» διάθεσης που χαρακτηρίζει την περίοδο της εφηβείας στη ζωή των ανθρώπων. Αργότερα, η Ruth Benedict με τη μελέτη της *Patterns of Culture* (BENEDICT, 1935) συνέκρινε την παιδική ηλικία σε διαφορετικές φυλές και παρατήρησε τις πολιτισμικές διαφορές στον τρόπο αντιμετώπισης των παιδιών, στο βαθμό εμπιστοσύνης που οι ενήλικοι δείχνουν σε αυτά και στον τρόπο που υιοθετούνται και ενσωματώνονται τα χαρακτηριστικά του «κοινωνικού φύλου».

και των εφήβων μιας κοινωνίας προσφέρει αξιόλογα στοιχεία για την κατανόηση και ερμηνεία των ενηλίκων (Caputo, 1995· Amit-Talai & Wuff, 1995). Οι ανθρωπολόγοι Allison James και Alan Prout, στο έργο τους *Constructing and reconstructing childhood* (1990), διατύπωσαν την άποψη ότι η λεγόμενη «παιδική ηλικία» αποτελεί «κοινωνική κατασκευή» που δομείται ιστορικά και πολιτισμικά και υποστήριξαν ότι «τα παιδιά συμβάλλουν στη συγκρότηση της κοινωνικής τους ζωής, της ζωής αυτών που βρίσκονται γύρω τους και της κοινωνίας στην οποία ζουν» (στο ίδιο, σελ. 3). Κατά συνέπεια, τα παιδιά όχι μόνο δεν πρέπει να θεωρούνται «παθητικοί δέκτες» των αντιλήψεων των ενηλίκων, αλλά να αντιμετωπίζονται ως ενεργά και δραστήρια υποκείμενα τα οποία καθορίζουν την κοινωνική ζωή τη δική τους και των γύρω τους, συμμετέχοντας ενεργά μαζί με τα υπόλοιπα μέλη της κοινωνίας. Βέβαια, όπως τονίζουν οι Schepher-Hughes και Sargent (1998), η θέση και ο ρόλος των παιδιών στην κοινωνία, αλλά και οι πολιτισμικές τους επιλογές επηρεάζονται από τις παγκόσμιες πολιτικές και οικονομικές συνθήκες, καθώς και τις καθημερινές πολιτισμικές πρακτικές που εφαρμόζουν οι τοπικές κοινωνίες.

Η κριτική των τελευταίων χρόνων οδήγησε την ανθρωπολογική έρευνα στη μελέτη εμπειριών των παιδιών και στην προβολή βιωμάτων της παιδικής ηλικίας, όπως αυτά συγκροτούνται μέσα στην εκάστοτε ιστορική συγκυρία. Οι ανθρωπολογικές αυτές προσεγγίσεις αρχικά περιελάμβαναν τη συγκριτική παρατήρηση καθημερινών πρακτικών των παιδιών με πρόσβαση σε διαφορετικές πολιτισμικές πρακτικές, την ερμηνεία συμπεριφορών τους (Whiting & Child, 1963· Whiting & Whiting, 1975), την ανάλυση του παιδικού παιχνιδιού στο σπίτι, στο σχολείο ή στη γειτονιά (Schwartzman, 1978· Holmes, 1991), τη διαφοροποίηση του παιχνιδιού σε σχέση με το κοινωνικό φύλο (Thorne, 1993· Skelton, 1996), και τέλος τη διερεύνηση ιστοριών, παραμυθιών και τραγουδιών που τα ίδια επινοούν κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού τους (Opie & Opie, 1960, 1969). Ανάλογα, στην ελληνική βιβλιογραφία, τα τελευταία χρόνια έχουν προστεθεί επιτόπιες έρευνες για το παιδικό παιχνίδι στο σπίτι, στο σχολείο, στη γειτονιά, τη διαπραγμάτευση των φιλικών σχέσεων στο πλαίσιο του ομαδικού παιχνιδιού, τη διαμόρφωση προτύπων συμπεριφοράς αναφορικά με το φύλο και την επίδραση της εμπορευματοποίησης στο παιχνίδι (Γκουγκουλή, 1993,

2000· Gougoulis, 2003· Κλωνή, 2000· Αυγητίδου, 2001· Τσίγκρα, 2001· Φρειδερίκου & Φολερού, 2004).

Συνολικά, από την «ανακάλυψη» της παιδικής ηλικίας τον 17ο αιώνα κατά τον Ariès (1962), ως την πρόσφατη θεωρία της «κοινωνικής κατασκευής» κατά τους James και Prout (1990), έχουν αναπτυχθεί ποικίλες θεωρητικές προσεγγίσεις για τη θέση των παιδιών στα κοινωνικά συμφραζόμενα. Κοινή παραδοχή όλων είναι ότι αυτή η περίοδος της ζωής του ανθρώπου διαμορφώνεται στο πλαίσιο της οικογένειας, αλλά και μέσα από τις καθημερινές επιδράσεις που δέχεται από πολλά άλλα περιβάλλοντα σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο. Κατά συνέπεια, οι κοινωνικές σχέσεις και τα πολιτισμικά δεδομένα αυτής της ηλικίας οφείλουν να μελετώνται πάντοτε σε συνάρτηση με την κοινωνική ζωή των ενηλίκων.

Οι ανθρωπολόγοι, έχοντας ως στόχο να προσφέρουν την ευκαιρία στα ίδια τα παιδιά να αναπτύξουν το δικό τους «λόγο» για γεγονότα της καθημερινής τους δράσης, μελετούν τους ρόλους που αναλαμβάνουν τα παιδιά και τα νοήματα που τα ίδια δίνουν μέσα από την εμπλοκή τους στα πολιτισμικά δεδομένα της κοινωνίας. Με άλλα λόγια, εξετάζουν την παιδική ηλικία μέσα από συνομιλίες με τα ίδια τα παιδιά στα σπίτια τους, στις παιδικές χαρές, στη γειτονιά και στις αυλές των σχολείων, σε θέματα που κυριαρχούν και κεντρίζουν το ενδιαφέρον τους και που οδηγούν σε ευρήματα ιδιαίτερα αξιόλογα για την κατανόηση και την ερμηνεία των ευρύτερων κοινωνικών και πολιτισμικών συμφραζόμενων. Όπως έχει διαπιστωθεί, ένα από τα «θέματα» που κυριαρχεί στις συζητήσεις παιδιών και εφήβων μεταξύ τους και με τους γύρω τους, καθώς και στη συγκρότηση του παιχνιδιού τους στο προαύλιο του σχολείου, στη γειτονιά και στον οικιακό τους χώρο είναι η καθημερινή κατανάλωση προϊόντων επικοινωνίας, δηλαδή σειρών, ταινιών και αθλητικών γεγονότων που μεταδίδονται τηλεοπτικά. Κάθε παιδί γεννιέται σε έναν κόσμο, όπου η τηλεοπτική συσκευή είναι παρούσα από την αρχή της ζωής του, καθώς αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα κάθε οικιακού χώρου, «ένα κουτί στη γωνία» (Silverstone, 1994, σελ. 29). Μάλιστα, έχει εκφραστεί η άποψη ότι η τηλεόραση αποτελεί «ένα ακόμα μέλος της οικογένειας» (Gunter & Svennevig, 1987, σελ. 4), το οποίο «συνοδεύει τα παιδιά σε ένα ταξίδι στον κόσμο, πριν ακόμη επιτραπεί σε αυτά να διασχίσουν τον δρόμο έξω από το σπίτι τους» (Meyrowitz, 1985, σελ. 238).

Ομοίως, η αυστραλή κριτικός των μέσων επικοινωνίας Patricia Palmer (1986, σελ. 132), μελετώντας τη σχέση που αναπτύσσουν τα παιδιά οκτώ έως δώδεκα ετών με την τηλεόραση, υποστηρίζει ότι οι τηλεοπτικές αφηγήσεις παρέχουν στα παιδιά τη «γνώση του κόσμου γύρω τους».

Από την εμφάνιση της τηλεόρασης, στις αρχές της δεκαετίας του 1950, μέχρι σήμερα, έχουν πραγματοποιηθεί αρκετές έρευνες σε δυτικές κοινωνίες που αφορούν στη χρήση του μέσου από τα παιδιά¹⁸. Η ηλικία στην οποία τα παιδιά αρχίζουν να παρακολουθούν τηλεοπτικά προγράμματα εξαρτάται από διαφορετικούς παράγοντες, πολιτικούς, οικονομικούς και κοινωνικούς. Ωστόσο, όλες οι έρευνες συγκλίνουν στη διαπίστωση ότι τα παιδιά που έχουν πρόσβαση σε τηλεόραση από πολύ νωρίς, εκφράζουν ξεκάθαρες προτιμήσεις σε συγκεκριμένα προγράμματα και σειρές που τους κεντρίζουν περισσότερο το ενδιαφέρον, ακόμα και αν δεν απευθύνονται σε αυτά (Gunter & McAleer, 1997· Livingstone & Bovill, 2001). Όπως αναφέρει ο Cedric Cullingford στο έργο του *Children and television* (1984), τα παιδιά δεν αναζητούν προγράμματα με επιστημονικό ενδιαφέρον, εκπαιδευτικές αξιώσεις ή συναισθηματικές απαιτήσεις, αλλά εκφράζουν μια ιδιαίτερη προτίμηση σε κωμικές σειρές και ταινίες με έντονη δράση. Τα προϊόντα αυτά, σύμφωνα με τους Livingstone και Bovill στη συγκριτική τους μελέτη *Children and their changing media environment* (2001), εισάγουν τα παιδιά σε ένα φανταστικό κόσμο, μέσω του οποίου μπορούν να ξε-

18. Από τις αρχές της δεκαετίας του 1960 και αργότερα, μια σειρά από ποσοτικές έρευνες, τόσο στην Αμερική όσο και στη Βρετανία, υποστηρίζουν ότι τα παιδιά επιλέγουν την τηλεόραση για να διασκεδάσουν, να ενημερωθούν, να περάσουν τον χρόνο τους, να χαλαρώσουν, αλλά και να νιώθουν μια συντροφιά στο σπίτι (GREENBERG, 1976· SCHRAMM K.A., 1961· RUBIN, 1977, 1979· CULLINGFORD, 1984). Ενώ στη δεκαετία του 1970 η πλειονότητα των ερευνών βασιζόταν σε στατιστικά στοιχεία που αφορούσαν στο είδος των προγραμμάτων που επιλέγουν τα παιδιά και στις ώρες παρακολούθησης, στη δεκαετία του 1980, έγινε μια στροφή προς την εθνογραφική μελέτη, που χαρακτηρίζεται από την προσωπική επαφή και τη συζήτηση των ερευνητών με τα παιδιά, τη διερεύνηση της καθημερινής χρήσης του μέσου, τον τρόπο παρακολούθησης και τη σχέση της κατανάλωσης προϊόντων επικοινωνίας με τη συμπεριφορά τους (SIMPSON, 1987· MORLEY, 1986, 1992· LULL, 1990· BUCKINGHAM, 1993, 1996).

φύγουν από την πραγματικότητα του σχολείου, την καθημερινότητα του σπιτιού και τις απαιτήσεις των γονιών τους¹⁹.

Κατά συνέπεια, τα παιδιά προτιμούν τις ταινίες δράσης και τα θρίλερ με απρόσμενες εξελίξεις και αγωνιώδεις υποθέσεις, καθώς προσφέρουν «αρχετό ξύλο» και «τρομερή αγωνία»²⁰. Αντίθετα, οι ειδήσεις και οι ενημερωτικές εκπομπές που θεωρούνται ότι προσφέρουν στα παιδιά τη γνώση και την πληροφόρηση για τα γεγονότα σε ολόκληρο τον κόσμο, δεν εντάσσονται στα αγαπημένα τους προγράμματα εξαιτίας της θεματολογίας τους. Με δεδομένη την προτίμηση των παιδιών στις τηλεοπτικές αφηγήσεις που προβάλλουν τη βία και την επιθετικότητα, μια σειρά από έρευνες παρατήρησαν τη συμπεριφορά των παιδιών και κατέγραψαν τον λόγο τους αναφορικά με αυτές τις επιλογές²¹. Σύμφωνα με αυτές τις παρατηρή-

19. Πρόκειται για μια συγκριτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε παιδιά έξι ως δεκαέξι ετών σε δώδεκα χώρες (Βέλγιο, Δανία, Φιλανδία, Γαλλία, Αγγλία, Γερμανία, Ισπανία, Ιταλία, Ισραήλ, Ολλανδία, Σουηδία και Ελβετία) και που αφορά στη χρήση των νέων τεχνολογιών και τη θέση τους στην καθημερινότητά των παιδιών.

20. Τόσο στην έρευνα του BUCKINGHAM (1996) στη Βρετανία, όσο και σε πρόσφατη μελέτη της HAKE (2001) σε πεντάχρονα παιδιά από τη Νορβηγία, αναφέρεται ότι τα περισσότερα επιζητούν προγράμματα της βραδινής ζώνης που τους προσφέρουν ένταση, φόβο και δράση.

21. Στις αρχές της δεκαετίας του 1960, ο BANDURA (1963), μετά από μια σειρά πειραμάτων, διατύπωσε τη θεωρία κοινωνικής μάθησης και εξέφρασε την άποψη ότι τα παιδιά ταυτίζονται με ήρωες και μιμούνται συμπεριφορές κυρίως όταν η συμπεριφορά αμείβεται ή δεν τιμωρείται. Τα παιδιά, παρακολουθώντας ειδικές τηλεοπτικές προβολές εκδηλώνουν ή όχι επιθετική συμπεριφορά, ανάλογα με το περιεχόμενο που αναπαρίσταται σε αυτά τα προγράμματα (BANDURA, 1963), ακόμη και έξι μήνες μετά την προβολή τους (HICKS, 1965). Μπορεί οι πειραματικές έρευνες να επικρίθηκαν αυστηρά, ωστόσο, σε πρόσφατες έρευνες εκφράζονται παρόμοιες διαπιστώσεις και από άλλους μελετητές σχετικά με την οικιακή χρήση της τηλεόρασης, τις επιλογές προγραμμάτων με βίαιη θεματολογία και την εκδήλωση επιθετικότητας, παρά τους οικογενειακούς, κοινωνικούς και οικονομικούς παράγοντες (TURNER K.A., 1986· HUESMANN & ERON, 1986). Από τη στιγμή που στις έρευνες χρησιμοποιούνται ολόένα και περισσότερο πραγματικά τηλεοπτικά προγράμματα και ταινίες, εκφράζεται έντονα η «πιθανότητα» προγράμματα που παρουσιάζουν βία και εγκληματικότητα να οδηγούν σε ανάλογες συμπεριφορές (GUNTER, 1987· SCHLESINGER K.A., 1992· GAUNTLETT, 1995, 1997). Από την άλλη, η Annette Hill, στην εθνογραφική έρευνα *Shocking entertainment: Viewer response to violent movies* (HILL, 1997), δια-

σεις, αρκετοί ερευνητές τοποθετήθηκαν αρνητικά στην τηλεοπτική απεικόνιση της βίας και στον χρόνο που αφιερώνεται για την παρακολούθηση αυτών των προγραμμάτων, κάνοντας λόγο για την «εξαφάνιση της παιδικότητας» (Postman, 1982· Buckingham, 2000), την προβολή της ανηθικότητας και την ενίσχυση της αντικοινωνικής συμπεριφοράς.

Από την άλλη πλευρά, η Maire Messenger Davies, στο έργο της *Television is good for your kids* (1989), υπερασπίστηκε την καθημερινή συνήθεια των παιδιών να παρακολουθούν τηλεοπτικά προγράμματα και να αποδέχονται κανόνες, αξίες και ηθικές αρχές όπως προβάλλονται μέσα από την απεικόνιση του κόσμου των ενηλίκων στην τηλεόραση. Στη μεταγενέστερη έρευνά της *Fake, fact, and fantasy: children's interpretations of television reality* (1997) που πραγματοποίησε σε παιδιά έξι ως ένδεκα χρόνων, διαπίστωσε ότι η τηλεόραση προσφέρει στα παιδιά τη γνώση για τον κόσμο, μέσα από την αναγνώριση της διαφοράς του «πραγματικού» από το «μη-πραγματικό» και τον επαναπροσδιορισμό της σχέσης ανάμεσα στην τηλεοπτική αφήγηση και τον «πραγματικό» κόσμο στον οποίο ζουν. Ομοίως, οι Robert Hodge και David Tripp, στη μελέτη τους *Television and children* (1986), έχουν διαπιστώσει ότι τα παιδιά έξι ως δώδεκα χρόνων μαθαίνουν σταδιακά να διακρίνουν τη διαφορά ανάμεσα στην τηλεοπτική αναπαράσταση και την πραγματικότητα. Υποστηρίζουν ότι για τα παιδιά, τα κινούμενα σχέδια και οι τυποποιημένες τηλεοπτικές αφηγήσεις αποτελούν αναπαραστάσεις που διακρίνονται από χαμηλή συνάφεια μεταξύ απεικόνισης και πραγματικότητας, ενώ τα δελτία ειδήσεων θεωρούνται ότι προβάλλουν την πραγματικότητα σε ένα υψηλότερο επίπεδο. Στη βάση αυτών των ευρημάτων, ισχυρίζονται ότι τα παιδιά δεν είναι «παθητικοί δέκτες», αλλά εμπλέκονται ενεργά στην ανάγνωση των τηλεοπτικών «κειμένων». Για παράδειγμα, οι αυστραλοί μαθητές και μαθήτριες που συμμετείχαν σε αυτή την έρευνα, αντλούσαν νοήματα από την αγαπημένη τους σειρά *Prisoner*,

πίστωσε ότι οι θεατές που συχνά παρακολουθούν ταινίες βίας εκδηλώνουν μια έντονη ευαισθησία στην προσπάθειά τους να κατανοήσουν και να ερμηνεύσουν τη βία, αντί να εκφράζουν μια σκληρότητα στις πραγματικές και μυθοπλαστικές σκληρές βίας. Ανάλογες διαπιστώσεις έχουν γίνει στη μεταγενέστερη μελέτη της *Natural born killer: risk and media violence* (HILL, 1999).

της οποίας η δράση τοποθετείται σε μια γυναικεία φυλακή, ταύτιζαν τα πρόσωπα του σχολείου με τους χαρακτήρες των φυλακισμένων και συνέδεαν τις δικές τους εμπειρίες στο σχολείο με αυτές των ανθρώπων της φυλακής. Με άλλα λόγια, «συνέδεαν» τους χαρακτήρες της τηλεοπτικής αφήγησης, δηλαδή, τον δεσμοφύλακα, τους έγκλειστους που αντιστέκονταν στους θεσμούς και την εξουσία, αλλά και αυτούς που φαινομενικά συμμορφώνονταν, με πρόσωπα της σχολικής πραγματικότητας, με τον δάσκαλο, τον νέο τους συμμαθητή και με τους αντιδραστικούς ή τους καλούς μαθητές.

Στην παρούσα έρευνα, επιβεβαιώνοντας και τις εθνογραφικές μελέτες διεθνώς, διαπίστωσα ότι οι αλβανοί μαθητές και οι αλβανές μαθήτριες εκφράζουν την προτίμησή τους περισσότερο σε κωμικές σειρές, σαπουνόπερες και ταινίες δράσης, παρά σε προγράμματα με επιστημονικό ενδιαφέρον και εκπαιδευτικές αξιώσεις. Μέσα από τις αφηγήσεις τους τονίζουν ότι το γέλιο που προκαλείται από τα αστεία των τηλεοπτικών αφηγήσεων και τις περιπέτειες των πρωταγωνιστών αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τις τηλεοπτικές τους επιλογές. Ο Έρβιστ, ο Αντριάνο, ο Αντρέα, η Ελβάνα, ο Φραντσέσκο, η Έτζι, η Αγκλίντα και ο Αρσέν, ανάμεσα σε άλλους, παρακολουθούν, ακόμα και στις επαναλήψεις, την κωμική σειρά *Παρά Πέντε* (Mega), μία από τις μεγαλύτερες επιτυχίες των τελευταίων ετών στην ελληνική τηλεόραση που περιγράφει τις σουρεαλιστικές περιπέτειες πέντε φίλων, στην προσπάθειά τους να ανακαλύψουν ένα έγκλημα που διαπράχτηκε πριν από αρκετά χρόνια. «Έχει πλάκα, είναι πολύ αστείο και γελάμε συνέχεια κάθε φορά που το βλέπουμε», «παθαίνουν τόσα πολλά οι ήρωες, αλλά στο τέλος τη γλιτώνουν», συνηθίζουν να αναφέρουν κατά τη διάρκεια των συχνών συναντήσεων μας στο προαύλιο του σχολείου τους.

Επίσης, το *Καφέ της Χαράς* (Antenna) είναι μια κωμική σειρά, εξίσου αγαπημένη των ελλήνων και αλβανών μαθητών και μαθητριών που ζουν στις αγροτικές περιοχές της Επιδάουρου και του Λυγουριού και ταυτίζουν την καθημερινότητά τους με αυτή των πρωταγωνιστών της σειράς, αφού η ιστορία διαδραματίζεται σε ορεινό χωριό με ήρωες τους μαθητές του δημοτικού σχολείου²². Η

22. Η σειρά *Καφέ της Χαράς* προβλήθηκε από τον Antenna, από το 2003 ως το 2006 και από τότε σε επανάληψη αρκετά συχνά. Εξιστορεί τις περιπέ-

σειρά παρουσιάζει τα αστεία, τις αγωνίες, τους πρώτους έρωτες των παιδιών στο σχολείο, αλλά και την αυστηρότητα της δασκάλας τους. Ωστόσο, οι αλβανοί μαθητές και οι αλβανές μαθήτριες της έρευνας αναγνωρίζουν την υπερβολή της αφήγησης και εντοπίζουν τις διαφορές της ζωής των ηρώων της σειράς με τη δική τους στο χωριό. Κατά συνέπεια, διαπιστώνουν την παρουσία περισσότερων μαθητών στο σχολείο τους, ενώ επισημαίνουν τις διαφορές, δηλώνοντας ότι «ο δάσκαλός μας στην τάξη κάνει κανονικά μάθημα, είναι ήρεμος και δε φωνάζει καθόλου, όπως κάνει η δασκάλα στη σειρά [...], και ο δήμαρχος δεν έρχεται ποτέ εδώ στο σχολείο, ούτε καν στις γιορτές».

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι κωμικές τηλεοπτικές αφηγήσεις αποτελούν τις κύριες επιλογές των μαθητών και μαθητριών ακόμα και από τα αλβανικά δίκτυα. Για παράδειγμα, η Κατερίνα, μαθήτρια της πέμπτης τάξης που περνάει τα απογεύματα στο σπίτι με τη γιαγιά της και τον τρίχρονο αδερφό της, περιγράφει τις επιλογές της από τον αλβανικό σταθμό και τονίζει την προτίμησή της στις κωμικές σειρές. «Συχνά βλέπω μαζί με τη γιαγιά μου μια κωμωδία στο αλβανικό κανάλι που λέγεται Όλγα και έχει πολύ πλάκα. Είναι μια γριά και θέλει να παντρέψει την κόρη της και πάνε διάφοροι να τη γνωρίσουν και να γίνουν γαμπροί», αναφέρει χαρακτηριστικά. Επίσης, ο Λεόν, μαθητής της έκτης τάξης, αναφέρει ότι παρακολουθούν μαζί με την αδερφή του κυρίως τις κωμικές ταινίες από τους αλβανικούς σταθμούς Top Channel και Plus 5.

Από την άλλη πλευρά, το κλάμα και η συγκίνηση, χαρακτηριστικά στοιχεία των προγραμμάτων που επιλέγουν κυρίως οι μητέρες, ωθούν τους μαθητές να κάνουν χρήση της δεύτερης τηλεόρασης και να παρακολουθήσουν κάποια άλλη σειρά ή ταινία. Χαρακτηριστικά, ο Αντρέας, μαθητής της τρίτης τάξης, ενώ γενικά παρακολουθεί τα προγράμματα στην τηλεόραση με τη συντροφιά της μη-

τιες μιας ανύπαντρης μητέρας από την Αθήνα, της Χαράς, που αποφασίζει να εγκατασταθεί στην κλειστή κοινωνία ενός ορεινού χωριού και να ανοίξει μία καφετέρια, παρά τις αντιδράσεις του συντηρητικού δημάρχου, ο οποίος μάταια προσπαθεί να τη διώξει. Στο τέλος, οι δυο τους ερωτεύονται και ετοιμάζονται να παντρευτούν· όμως, λίγο πριν από τον γάμο, η Χαρά φεύγει για πάντα από το χωριό.

τέρας του, «αποφεύγει» να βλέπει τις εκπομπές που προκαλούν συγκίνηση.

«Όταν η μαμά βλέπει το Από καρδιάς [εκπομπή όπου παρουσιάζονται ιστορίες ζωής, προβλήματα της καθημερινότητας και αποτυχημένες σχέσεις], εγώ παίζω με τον αδερφό μου ή διαβάζω για την επόμενη μέρα. Δεν μου αρέσει, γιατί όλο κλαίνει και φωνάζουν, όλο προβλήματα έχουν.»

Επίσης ο Αρσέν, μαθητής της πέμπτης τάξης, αναφέρει ότι όταν η μητέρα του παρακολουθεί κάποιες δραματικές σειρές και εβδομαδιαίες εκπομπές, όπως το Πάμε πακέτο (Alpha) το Έχεις γράμμα και τα Κρυφά μονοπάτια (Antenna), τότε αυτός ανατρέχει σε άλλες επιλογές «στην άλλη τηλεόραση». Στην περίπτωση αυτή, τα αδέρφια συνηθίζουν να παρακολουθούν μαζί τα τηλεοπτικά προγράμματα από την «άλλη», τη «μικρή» συσκευή, παρά τις διαμάχες και τις αντιδράσεις εξαιτίας των διαφορετικών τους επιλογών. Η Έντζι, μαθήτρια της πέμπτης τάξης, δηλώνει ότι παρά τις διαφορετικές προτιμήσεις που συχνά έχει με τις αδερφές της, καταφέρνουν και παρακολουθούν κάποιες σειρές μαζί. «Μπορεί να μαλώνουμε καμιά φορά με τις αδερφές μου, αλλά στο τέλος τα καταφέρνουμε και βλέπουμε κάτι μαζί χωρίς να επέμβουν οι γονείς μας», αναφέρει χαρακτηριστικά. Από την άλλη πλευρά, η Αγκλίνα, μαθήτρια της πέμπτης τάξης, δηλώνει ότι εμμένει στις επιλογές της και αρκετά συχνά τσακώνεται με τον αδερφό της για τα τηλεοπτικά προγράμματα.

Παρά την κριτική που έχει ασκηθεί στη συνήθη διάκριση μεταξύ «ανδρικών» και «γυναικείων» προγραμμάτων (Gauntlett & Hill, 1999, σελ. 258), αξίζει να τονιστεί ότι τα αγόρια, περισσότερο από τα κορίτσια, επιλέγουν κινηματογραφικές ταινίες και προγράμματα που χαρακτηρίζονται από δράση, ένταση και βιαιότητα. Για παράδειγμα, ο Αλέξανδρος, μαθητής της τετάρτης τάξης αναφέρει ότι παρακολουθεί μαζί με τη μητέρα τους την καθημερινή σειρά Βέρα στο δεξί (Mega), γιατί εντυπωσιάζεται με τον πρωταγωνιστή, τον Στράτο, «που είναι κακός και καμιά φορά σκοτώνει». Επίσης, ο Βασίλι, μαθητής της τρίτης τάξης και οι συμμαθητές του, Στέλιος και Ανταίρ, επιλέγουν τηλεοπτικά παιχνίδια με δράση, όπως το Fort Boyard (Star) «γιατί τρέχουν, κυνηγάνε “κλει-

διά”, λύνουν αινίγματα, ξεφεύγουν από κάποιες τίγρεις». Ανάλογα, ο Ρενάλντο, μαθητής της πέμπτης τάξης και ο Άγγελος, μαθητής της έκτης τάξης στο ίδιο σχολείο αναφέρουν ότι παρακολουθούν μαζί με τις μητέρες τους τη σειρά *Της αγάπης μαχαιριά (Antenna)*, που αφηγείται «τις περιπέτειες, τις πιστολιές και τους σκοτωμούς κάποιων οικογενειών στα βουνά της Κρήτης». Ομοίως, ο Μπεσίμ, μαθητής της πέμπτης τάξης, αναφέρει ότι προτιμά να βλέπει ταινίες όπως η *Ανακόντα*, που χαρακτηρίζονται από δράση και βιαιότητα.

Από την άλλη πλευρά, οι μαθήτριες της έρευνας περιγράφουν την καθημερινή συνήθεια να παρακολουθούν τις απογευματινές σαπουνόπερες, ελληνικές ή παγκόσμιες παραγωγές, συνήθως μαζί με τις μητέρες τους ή/και τις αδερφές τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι αρκετές φορές δυσκολεύονται να ξεχωρίσουν αν το προϊόν που καταναλώνουν είναι «ελληνικό» ή «ξένο». Η δυσκολία να διακρίνουν τη χώρα παραγωγής έγκειται στο γεγονός ότι όλες οι βραζιλιάνικες και μεξικάνικες σειρές που προβάλλονται από τους ελληνικούς σταθμούς είναι μεταγλωττισμένες. Η Εργιόνα, η Ελβάνα, η Αναστασία και η Αγκλίντα αναφέρουν ότι αρχικά θεωρούσαν τις απογευματινές σειρές *Βαλεντίνα*, *Έρωτα XL* και *Κορίνα η αγριόγατα* ελληνικές, αφού «όλοι μιλούσαν ελληνικά». Όμως γρήγορα κατάλαβαν ότι πρόκειται για ξένες παραγωγές, εφόσον «δεν συμμετέχει σε αυτές κανένας γνωστός [έλληνας] ηθοποιός».

Στη συγκριτική τους έρευνα *Children and their changing media environment* (2001, σελ. 295), οι Livingstone και Bovill διαπιστώνουν ότι τα παιδιά μεταξύ εννιά και δέκα ετών καταναλώνουν παγκόσμια προϊόντα που τα ίδια θεωρούν «τοπικά»²³. Αντίθετα, η Kristen Drotner στο άρθρο της «Global media through youthful eyes» (2001, σελ. 292) τονίζει ότι αγόρια και κορίτσια αυτής της ηλικίας διατυπώνουν τα δικά τους κριτήρια με τα οποία αποδεικνύεται ότι αναγνωρίζουν τις «διαφορετικές» τηλε-

23. Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε δώδεκα χώρες, οι LIVINGSTONE & BOVILL (2001, σελ. 290) διαπιστώνουν ότι τα παιδιά ηλικίας εννέα και δέκα χρόνων από την Ισπανία, τη Γερμανία, τη Βρετανία και τη Σουηδία προτιμούν τις τοπικές παραγωγές, ενώ από τη Φιλανδία, τη Δανία και την Ελβετία επιλέγουν για διαφορετικούς λόγους τις παγκόσμιες παραγωγές.

οπτικές παραγωγές. Από τη στιγμή, δηλαδή, που οι περισσότερες παραγωγές που προβάλλονται στους εθνικούς σταθμούς είναι μεταγλωττισμένες, τα παιδιά παρατηρούν τα χαρακτηριστικά των προσώπων, το χρώμα των μαλλιών και του δέρματος, αλλά και τις συνήθειες των πρωταγωνιστών, και συμπεραίνουν εύκολα αν πρόκειται για «τοπικά» ή «παγκόσμια» προϊόντα. Επίσης, η αρχιτεκτονική των σπιτιών, τα διαφορετικά τοπία που σε τίποτα δε θυμίζουν τη χώρα διαμονής τους, αλλά και οι μάρκες των αυτοκινήτων, οι πινακίδες στους δρόμους και τα φαγητά που τρώνε οι ήρωες αποτελούν ενδείξεις με τις οποίες τα παιδιά διακρίνουν τις «παγκόσμιες» από τις «τοπικές» τηλεοπτικές παραγωγές.

Οι αλβανοί μαθητές και αλβανές μαθήτριες μεταξύ οκτώ και έντεκα ετών, όπως ανάλογα διαπιστώνεται στην ξένη βιβλιογραφία (Gunter & McAleer, 1997· Cullingford, 1984· Livingstone & Bovill, 2001), ανεξάρτητα από το φύλο τους, εκφράζουν στην πλειονότητά τους την προτίμησή τους για τα παιδικά προγράμματα και τα κινούμενα σχέδια, είτε αυτά προβάλλονται από τους αλβανικούς σταθμούς, είτε από τους ελληνικούς, είτε τέλος τα παρακολουθούν από τα DVD και τις βιντεοκασέτες. Η Αντωνία, η Πετρούλα και η Κατερίνα, μαθήτριες της πέμπτης τάξης στο ίδιο σχολείο, αναφέρουν ότι παρακολουθούν καθημερινά το δορυφορικό κανάλι Toon Sat και το πρόγραμμα Κούκλες. «Είναι ένα πρόγραμμα όπως το θέατρο με κούκλες που μιλάνε και κάνουν αστεία. Μιλάνε στα αλβανικά, αλλά δεν είναι δύσκολα», τόνισε η Κατερίνα, «ένα παιδικό κανάλι που κάθε μέρα δείχνει μόνο κούκλες», ανέφερε η Πετρούλα, και τέλος η Αντωνία εξέφρασε την προτίμησή της λέγοντας ότι παρακολουθεί τα προγράμματα του Clan Sat και δεν τα χάνει με τίποτα «γιατί δείχνει συνέχεια παιδικά». Αλλά και η Αγκλίντα, μαθήτρια της πέμπτης τάξης, παρακολουθεί μαζί με τον αδερφό της το πρόγραμμα με τις κούκλες στο Toon Sat, καθώς και τα κινούμενα σχέδια αμερικάνικης παραγωγής, *Tom and Jerry*, που όμως οι πρωταγωνιστές τους «μιλάνε αλβανικά»²⁴.

24. Σύμφωνα με τη DROTNER (2001, σελ. 291), ενώ η πλειονότητα της παραγωγής των κινουμένων σχεδίων γίνεται στην Αμερική ή την Ιαπωνία, ωστόσο τις περισσότερες φορές μεταγλωττίζονται και οι ήρωες χρησιμοποιούν τη γλώσσα της χώρας όπου προβάλλονται.

Ωστόσο, οι ίδιες μαθήτριες όταν επισκέπτονται τα χωριά και τις πόλεις των γονιών τους στην νότια Αλβανία την περίοδο των διακοπών, παρακολουθούν προγράμματα από την ελληνική τηλεόραση. Χαρακτηριστικά, η Πετρούλα και η Κατερίνα αναφέρουν ότι στους Άγιους Σαράντα και το Αργυρόκαστρο, βλέπουν «την ΕΡΤ και το Star» και έτσι δεν χάνουν τις αγαπημένες τους σειρές.

Από τις συνομιλίες αυτές διαπιστώθηκε ότι πολλοί μαθητές και μαθήτριες της έρευνας επιλέγουν να παρακολουθήσουν τηλεοπτικά προγράμματα με κριτήρια τη θεματολογία τους και το ενδιαφέρον που δείχνουν για αυτά. Χαρακτηριστικά, η Σταυρούλα, μαθήτρια της έκτης τάξης που γεννήθηκε στην Ελλάδα, μιλάει ελάχιστα αλβανικά και επισκέπτεται σπάνια τη χώρα των γονιών της, επιζητεί προγράμματα που καλύπτουν τα επαγγελματικά ενδιαφέροντα και τις φιλοδοξίες της. Έτσι, όπως η ίδια αναφέρει, προτιμά να παρακολουθεί ελληνικές ή/και παγκόσμιες τηλεοπτικές παραγωγές σχετικές τη μαγειρική, παρά ο,τιδήποτε άλλο στην τηλεόραση.

«Δεν βλέπω πολλή τηλεόραση, όμως βλέπω Μαμαλάκη [Μπουκιά και συχώριο - Mega]. Θέλω να σπουδάσω μαγειρική. Μου άρεσε πιο πολύ ο Jamie Oliver²⁵, αλλά δυστυχώς τελείωσε [η εκπομπή του]. Τα DVD του ήταν δώρο στην εφημερίδα [Η Καθημερινή], αλλά δεν μπορούσαμε να τα πάρουμε, αφού δεν έφταναν ποτέ εδώ [στη Νέα Επίδαυρο].»

Αξίζει να σημειωθεί εδώ το γεγονός ότι οι αλλοδαποί και γηγενείς μαθητές και μαθήτριες που ανήκουν στις ίδιες σχολικές μονάδες παρακολουθούν τα ίδια περίπου προγράμματα. Έτσι, αγόρια και κορίτσια, αλβανικής και ελληνικής καταγωγής συζητούν μεταξύ τους σχεδόν καθημερινά στο σχολείο για τα αγαπημένα τους προγράμματα και ενθαρρύνουν ο ένας τον άλλον να αποκτήσουν την ίδια «τηλεοπτική συνήθεια». Χαρακτηριστικά, στο σχολείο του Λυ-

25. Πρόκειται για τον βραβευμένο βρετανό μάγειρα Jamie Oliver ο οποίος παρουσίαζε στον τηλεοπτικό σταθμό Channel 4 μια σειρά εκπομπών (*Oliver's Twist*) με θέμα τη μαγειρική, τις σωστές διατροφικές συνήθειες και τα μυστικά μιας νόστιμης και παράλληλα υγιεινής διατροφής για ενήλικες και παιδιά. Οι εκπομπές αυτές προβάλλονταν από πολλούς τηλεοπτικούς σταθμούς σε διάφορα μέρη του κόσμου, ενώ στην Ελλάδα προβλήθηκε από την ΕΡΤ.

γουριού, οι μαθητές προτιμούν το παιχνίδι *Fort Boyard* (Star) και τη μεταγλωττισμένη σειρά *Peξ* (Alter), ενώ σε σχολείο της πόλης του Ναυπλίου καθημερινά συζητούν για τα παιδικά προγράμματα και την κοινωνική σειρά *Της αγάπης μαχαιριά* (Antenna). Επίσης, οι χαρακτήρες των ηρώων και ηρωίδων που πρωταγωνιστούν στις αγαπημένες τηλεοπτικές σειρές αποτελούν σημαντικό παράγοντα που προτρέπει αγόρια και κορίτσια να παρακολουθήσουν τηλεόραση. Στις προτιμήσεις τους κυριαρχούν αυτοί που τους κάνουν «να περνούν καλά» και «να γελούν», όπως ο Κατακουζηνός, η Θεοπούλα, η Ντάλια, η Ζουμπουλιά, αλλά και ο αλβανός ηθοποιός Τσέκε που αποδεικνύεται ιδιαίτερα δημοφιλής στις ηλικίες αυτές, γιατί «κάνει πολλά αστεία και έχει πολύ γέλιο». «Από τις αλβανικές ταινίες βλέπουμε πολύ τον Τσέκε. Μαζεύομαστε όλοι, έρχονται και τα ξαδέρφια μου και γελάμε πολύ», αναφέρει χαρακτηριστικά η Έντζι, μαθήτρια της πέμπτης τάξης, εξηγώντας την επιλογή της οικογένειας να παρακολουθεί τις ταινίες στις οποίες πρωταγωνιστεί ο αλβανός ηθοποιός Sejfulla Myftari (Cekja).

Ωστόσο, από τις τηλεοπτικές σειρές που προβάλλονται, κάθε αλβανός μαθητής και αλβανή μαθήτρια έχει εκφράσει την προτίμησή του σε διαφορετικό τηλεοπτικό χαρακτήρα. «Η Θεοπούλα έχει πολύ γέλιο», «μου άρεσει η Ζουμπουλιά γιατί έχει πλάκα, ειδικά με ένα γέρο, όταν πήγε να ξαπλώσει μαζί του», «η Ντάλια μου άρεσει γιατί κάνει όλο αστεία, έχει πολλά λεφτά και ωραίο σπίτι, [...] δεν έχω χάσει ούτε ένα επεισόδιο, γελάω πολύ με όλους, το βλέπουμε με την αδερφή μου και καμιά φορά με τη μαμά», αναφέρουν εξηγώντας τους λόγους που επιλέγουν αυτούς τους ήρωες. Εκτός από τους κωμικούς χαρακτήρες, οι μαθητές και μαθήτριες προτιμούν ήρωες που μπορούν να συγκριθούν μαζί τους. Για παράδειγμα, ο Κριστιάν, μαθητής της έκτης τάξης, αναφέρει ότι προτιμά τη σειρά το Καφέ της Χαράς (Antenna), γιατί ο «Φατσέας», ο καφετζής του χωριού, «δεν μπορεί να μιλήσει καλά, κάνει συνέχεια λάθη [...], λέει για παράδειγμα “ευθύκωλο” σουτ αντί για “ευθύβολο”. Όμως εγώ καταλαβαίνω τα λάθη του».

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η αφήγηση των αγαπημένων σειρών, οι περιπέτειες και οι ατάκες των πρωταγωνιστών αποτελούν καθημερινό θέμα συζήτησης στο σχολείο ανάμεσα στους μαθητές. «Με τους φίλους μου γελάμε με το *Παρά Πέντε* (Mega), μιλάμε όπως μιλάει η Αμαλία, “κάνουμε” τα αστεία από κάθε επεισόδιο την επό-

μενη μέρα στο σχολείο», τονίζουν οι περισσότεροι μαθητές και μαθήτριες. Έτσι, όπως θα δείξω διεξοδικότερα στο επόμενο κεφάλαιο, μέσα από τις επαναλαμβανόμενες συζητήσεις που επιτελούνται στο σχολείο ανάμεσα στους συμμαθητές και μέσα από τις καθημερινές αναφορές στις περιπέτειες των ηρώων, οι μαθητές μοιράζουν «ρόλους» μεταξύ τους και, αφηγούμενοι τις αγαπημένες στιγμές του επεισοδίου που πέρασε, «ξαναπαίζουν» τις αγαπημένες σκηνές και γελάνε με τα αστεία των πρωταγωνιστών. Ομοίως, η Patricia Palmer (1986, σελ. 111) αναφέρει ότι μια ομάδα εντεκάχρονων αγοριών και κοριτσιών από την Αυστραλία αναπαριστούν τακτικά το επεισόδιο της σειράς *Prisoner* στην αυλή του σχολείου και μάλιστα με τη σύμπραξη της δασκάλας που «ερμηνεύει» τον ρόλο του δεσμοφύλακα, «δημιουργώντας μια καλή διάθεση και στις δύο πλευρές [...] ένα είδος φιλικής συνωμοσίας για να διασκεδάζουν».

Στην παρούσα έρευνα, η Αγκλίντα, μαθήτρια της πέμπτης τάξης, αναφέρεται στην ένταξη της σειράς *Παρά Πέντε* στο παιχνίδι των παιδιών. «Παίζουμε στο σχολείο αυτά που κάνουν οι πέντε και γελάμε και εμείς. Εγώ κάνω τη Ζουμπουλία, μου αρέσει και η Ντάλια γιατί κάνει όλο αστεία, αλλά την παίζει άλλη φίλη μου», λέει χαρακτηριστικά. Επίσης, η Ελβιάνα, μαθήτρια της πέμπτης τάξης, αναφέρει ότι στο διάλειμμα διηγούνται ξανά τα αστεία των πρωταγωνιστών της σειράς και αναπαριστούν κάποιες σκηνές, όπου «η Ελένη κάνει όλο “ι ι ι”, όπως η Ζουμπουλία και λιποθυμάει». Αρκετές φορές, οι μαθητές αναφέρουν ότι ακόμη και μέσα στην τάξη συζητούν για τη σειρά αυτή με τους δασκάλους τους, οι οποίοι σχολιάζουν την τηλεοπτική αφήγηση, χωρίς ωστόσο να «παίζουν» μαζί με τους μαθητές κάποιες από τις σκηνές που διαδραματίστηκαν στο επεισόδιο της προηγούμενης βραδιάς.

Προτροπές και έλεγχος των γονιών προς τα παιδιά. — Κυρίαρχα πρόσωπα στην επικοινωνία των μελών της οικογένειας μεταξύ τους αναδεικνύονται οι γονείς, που με τη στάση τους καθορίζουν εν μέρει τη συμπεριφορά και τις επιλογές των παιδιών τους μπροστά στην τηλεοπτική συσκευή²⁶. Στις εθνογραφίες κοινού των

26. Η γονική διαμεσολάβηση (*parental mediation*), περιοριστική, διδακτική διαμεσολάβηση ή συμπαρακολούθηση, ορίζεται ως η συμπεριφορά κατά την

τελευταίων χρόνων έχει διαπιστωθεί ότι οι περιορισμοί που τίθενται από την πλευρά των γονιών προς τα παιδιά τους αφορούν κυρίως στη χρήση της τηλεόρασης στο σπίτι, στις ώρες παρακολούθησης και στο περιεχόμενο των προγραμμάτων (Buckingham, 1996· Livingstone & Bovill, 1999). Σήμερα, όπως ακριβώς συνέβαινε και τη δεκαετία του 1950, οι γονείς εγκρίνουν ή απαγορεύουν την παρακολούθηση κάποιων προγραμμάτων για να επιβραβεύσουν ή να τιμωρήσουν τα παιδιά για τις πράξεις τους, αλλά και για να τα προστατεύσουν από τηλεοπτικά προγράμματα που προβάλλουν τον τρόπο, τη βία και την επιθετικότητα (Pasquier, 2001, σελ. 173). Αρκετές φορές, επίσης, έχει αναφερθεί ότι ορισμένοι γονείς, κάθε φορά που απουσιάζουν, παίρνουν μαζί τους το τηλεχειριστήριο, κλειδώνουν την τηλεόραση ή κρύβουν τα DVD και τις βιντεοκασέτες, για να αναγκάσουν τα παιδιά τους να διαβάσουν και να κάνουν τις σχολικές τους εργασίες (στο ίδιο, σελ. 172). Από την άλλη πλευρά, έχει υποστηριχθεί ότι τα παιδιά συχνά αντιδρούν στους περιορισμούς των γονιών τους και καταφεύγουν σε κάθε μέσο για να παρακολουθήσουν τα αγαπημένα τους τηλεοπτικά προγράμματα.

Από την ανασκόπηση των εθνογραφικών μελετών οι οποίες αφορούν την καθημερινή κατανάλωση προϊόντων επικοινωνίας από τις διασπορικές κοινότητες στις χώρες της Δύσης, διαπιστώθηκε ότι αρκετοί από τους γονείς «εμμένουν να ζουν νοερά στη χώρα που άφησαν πίσω τους» (Gillespie, 1995α, σελ. 80). Κατά συνέπεια, ενθαρρύνουν τα παιδιά τους να παρακολουθούν τηλεοπτικές σειρές, ταινίες και ειδήσεις από τη χώρα καταγωγής τους, ώστε να βρίσκονται σε επαφή με τη μητρική τους γλώσσα, καθώς αυτή αποτελεί ισχυρό σύμβολο της συλλογικής τους ταυτότητας (Gillespie, 1995α· Sreberny, 2000· Georgiou, 2001· Tsagarousianou, 2004· Karim, 2003). Παραδείγματος χάριν, οι ισπανόφωνοι μετανάστες στην Αμερική και στον Καναδά παρακολουθούν δορυφορικά τα προγράμματα από τους εθνικούς τηλεοπτικούς σταθμούς Televisa και Globo TV, ώστε τα παιδιά τους να έρχονται σε επαφή με τη μητρική τους γλώσσα (De Santis, 2003). Για τον ίδιο

οποία οι γονείς καθορίζουν τους κανόνες για τη χρήση της τηλεόρασης από τα παιδιά τους (βλ. ΓΑΡΔΙΚΙΩΤΗΣ, 2012).

λόγο, τα παιδιά των αραβόφωνων πληθυσμών που ζουν στην Αμερική ωθούνται να παρακολουθούν τους αραβικούς τηλεοπτικούς σταθμούς (Naficy, 1993) και τα παιδιά των τούρκων μεταναστών στη Γερμανία και στο Ηνωμένο Βασίλειο να βλέπουν τις εκπομπές από τον κρατικό σταθμό TRT Int (Milikowski, 2000· Aksoy & Robins, 2003).

Ακόμη, οι γονείς των ασιατικών οικογενειών του Λονδίνου θεωρούν ότι τα προγράμματα του δορυφορικού δικτύου Zee UK-Europe που παρακολουθούν καθημερινά αποτελούν ένα κοινό σημείο επαφής με την πολιτισμική κληρονομιά και μια νοσταλγική σύνδεση με το παρελθόν τους. Χαρακτηριστικά, η Gillespie (1995α, 2000) διαπιστώνει ότι οι ασιάτες γονείς στο δυτικό Λονδίνο χρησιμοποιούν «τα ιερά προγράμματα» *Ramayana* και *Mahabharata*, αλλά και τις κινηματογραφικές ταινίες *Bollywood* που προβάλλονται από τα δορυφορικά δίκτυα, για να αφηγηθούν στους νεότερους τις ιστορικές και πολιτισμικές πρακτικές της χώρας καταγωγής τους, καθώς και να εκθέσουν τη σπουδαιότητα διατήρησης του «εθνικού» τους πολιτισμού. Ωστόσο, όπως έχει ήδη αναφερθεί, μέσα από αυτή την «οικιακή τελετουργία» υιοθετούν και πολιτισμικές πρακτικές της σύγχρονης πραγματικότητας στη χώρα τους και επαναπροσδιορίζουν την εικόνα που έχουν αποκτήσει για αυτή. Επίσης, η Tsagarousianou (1996) και η Georgiou (2006) διαπιστώνουν ότι οι ελληνοκύπριοι μετανάστες που μεγαλώνουν τα παιδιά τους στο Λονδίνο και τη Νέα Υόρκη, είναι συμβεβλημένοι με τις εφημερίδες της διασποράς, ακούν τις μουσικές επιτυχίες από τους διασπορικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς και έχουν πρόσβαση στη δορυφορική τηλεόραση όπου παρακολουθούν ελληνικές ταινίες και σειρές, ώστε τα παιδιά τους να εξοικειωθούν με τις πρακτικές του πολιτισμού τους, αλλά και να αποδεχτούν τις σύγχρονες πολιτισμικές εκφράσεις του. Όμως, αρκετοί ελληνοκύπριοι γονείς υποστηρίζουν συγχρόνως την επαφή των παιδιών τους και με τα «τοπικά» δίκτυα, καθώς, όπως αναφέρουν, «ζουν στη χώρα αυτή» (Georgiou, 2001, σελ. 10), και με αυτό τον τρόπο μπορούν να επιτύχουν την «ένταξη» τους στην κοινωνία της χώρας υποδοχής. Βέβαια, όπως διαπιστώνεται από τις εθνογραφικές μελέτες στην τουρκική διασπορά της Ολλανδίας και της Βρετανίας, τα νεότερα μέλη των οικογενειών, ενώ αναγνωρίζουν τη σημασία της τουρκικής τηλεόρασης στη ζωή τους, ταυτόχρονα συγκρίνουν τα προγράμματα αυτά με τα τοπικά

και ασχούν κριτική στις απόψεις των μεγαλύτερων μελών της οικογένειας που εμμένουν στο παρελθόν (Aksoy & Robins, 2003, σελ. 103· Milikowski, 2000, σελ. 445).

Στην ξένη βιβλιογραφία, επομένως, έχουν επισημανθεί οι διαφορετικές προτιμήσεις των μελών της διασπορικής οικογένειας απέναντι στα διασπορικά και δορυφορικά μέσα επικοινωνίας που συνδέουν την κοινότητα με τη χώρα καταγωγής. Μετά από δύο χρόνια συμμετοχικής παρατήρησης στις ασιατικές οικογένειες του δυτικού Λονδίνου, η Gillespie (1995α, σελ. 80) διαπίστωσε ότι η μητέρα και η γιαγιά ήταν κυρίως αυτές που προσπαθούσαν να διατηρήσουν στενή την επαφή των νέων με τις πολιτισμικές συνήθειες της χώρας καταγωγής. Ανάλογα, έχει παρατηρηθεί ότι οι γυναίκες πρώτης γενιάς μεταναστών από ισλαμικές χώρες που έχουν μεταναστεύσει στη Γαλλία (Hargreaves, 1997) και την Αγγλία (Sreberny, 1999), αλλά και γυναίκες τουρκικής καταγωγής στη Γερμανία (Hargreaves, 1999), μένουν περισσότερο προσκολλημένες σε δορυφορικά δίκτυα από τις χώρες καταγωγής που εκπέμπουν στη γλώσσα τους. Αντίθετα, στις οικογένειες από τις αφρικανικές χώρες που μετανάστευσαν στη Γαλλία, οι άνδρες μετανάστες είναι αυτοί που εμμένουν σε προγράμματα της χώρας καταγωγής που προβάλλονται από τα δορυφορικά δίκτυα, ενώ οι γυναίκες προτιμούν τα πολιτισμικά προϊόντα των γαλλικών μέσων επικοινωνίας, έχοντας ως στόχο τη σταδιακή ενσωμάτωση των παιδιών τους στη χώρα υποδοχής (Drotner, 2001).

Μέσα από τις συνομιλίες μου με τους αλβανούς γονείς, αρκετές φορές διαπίστωσα ότι οι περισσότεροι προτρέπουν τα παιδιά τους να παρακολουθούν αλβανικά προγράμματα και ταινίες, να ακούν αλβανικά τραγούδια και να χρησιμοποιούν την αλβανική γλώσσα στο σπίτι, όταν συνομιλούν μαζί τους ή με τα αδέρφια τους. Χαρακτηριστικά, ο Μπουγιάρ, πατέρας δύο παιδιών στην πρώτη και τρίτη τάξη του δημοτικού σχολείου στη Νέα Επίδαυρο, που ζει στην Ελλάδα από δεκαπέντε ετών και τώρα πια αναλαμβάνει δικές του δουλειές ως χτίστης, υποστηρίζει ότι τα παιδιά πρέπει να γνωρίζουν τη χώρα καταγωγής τους. Μέσα από την κατανάλωση αλβανικών ταινιών και προγραμμάτων της αλβανικής τηλεόρασης, όπως ο ίδιος αναφέρει, «τα παιδιά μαθαίνουν τη γλώσσα [αλβανική], μαθαίνουν πώς είναι τα πράγματα εκεί, τι γίνεται στην Αλβανία. Έτσι δε θα δυσκολευτούν αν επιστρέψουμε εκεί». Ανάλογες

ανησυχίες εκφράζει ο Αγκίμ, πατέρας ενός μαθητή στην έκτη και μιας μαθήτριας στην πέμπτη τάξη, τονίζοντας ότι προτρέπει τα παιδιά του να παρακολουθούν τις ειδήσεις από τον αλβανικό κρατικό σταθμό TVSH, για να «ακούν την αλβανική γλώσσα και να μαθαίνουν τα νέα από την Αλβανία», αφού υπάρχει η πιθανότητα επιστροφής στη χώρα καταγωγής τους.

Από την άλλη πλευρά, κάποιοι γονείς φάνηκαν να προτιμούν τα παιδιά τους, από τη στιγμή που ζουν στην Ελλάδα, να καταναλώνουν κυρίως προϊόντα από τα ελληνικά μέσα επικοινωνίας. Η Εντέλα, μητέρα δύο μαθητών στην πρώτη και τετάρτη τάξη, που ζει στην Ελλάδα περίπου δέκα χρόνια και εργάζεται καθημερινά σε ταβέρνα της Αρχαίας Επιδαύρου, αν και επιθυμεί τα παιδιά της να μάθουν αλβανικά και να γνωρίσουν τη χώρα καταγωγής τους, αναφέρει ότι δεν την ενοχλεί που παρακολουθούν ελληνικές σειρές και ταινίες, «αφού εδώ [στην Ελλάδα] πηγαίνουν σχολείο και μπορεί να μείνουν εδώ για πάντα». Εξάλλου, παραδέχεται ότι αρκετές φορές και η ίδια παρακολουθεί τις παλιές ελληνικές ταινίες, «αυτές με το Βουτσά, το Βέγγο και τη Βουγιουκλάκη, τρελαίνομαι, γελάω πολύ, τις έχω μάθει όλες από έξω».

Σε αυτή την έρευνα διαπίστωσα ότι ο πατέρας είναι αυτός που «πρωταγωνιστεί» στις επιλογές της χρήσης των αλβανικών προϊόντων επικοινωνίας στο σπίτι, αφού ο ίδιος ταξιδεύει στην Αλβανία και φέρνει πίσω DVD με αλβανικές ταινίες, αλλά και CD με τις πρόσφατες αλβανικές επιτυχίες. Η Σάρα, μαθήτρια της πέμπτης τάξης, περιγράφει την προτροπή του πατέρα της να παρακολουθούν αυτή και ο εννιάχρονος αδερφός της αλβανικά τηλεοπτικά προγράμματα και ταινίες, ώστε μέσα από τις αναπαραστάσεις τους να γνωρίσουν καλύτερα τις πόλεις, το φυσικό περιβάλλον, τις συνήθειες των ανθρώπων και τη σύγχρονη πραγματικότητα στη χώρα καταγωγής τους. «Όταν βλέπουμε αλβανικές σειρές, ο μπαμπάς μας λέει “ελάτε να δείτε”, “να μάθετε πώς είναι η χώρα σας, τι γίνεται εκεί”. Καμιά φορά μας λέει να πάμε με το ζόρι γιατί πρέπει να δούμε κάτι», αναφέρει χαρακτηριστικά, διαχωρίζοντας τη στάση της μητέρας τους, η οποία χωρίς πίεση αφήνει τα παιδιά να κάνουν τις επιλογές τους.

Επίσης, η Πετρούλα, μαθήτρια της πέμπτης τάξης στο δημοτικό σχολείο του Ναυπλίου, που γεννήθηκε και βαφτίστηκε στην Ελλάδα, αναφέρει ότι ο πατέρας της, κάθε φορά που επισκέπτονται

οικογενειακά την Αλβανία την περίοδο των διακοπών, εμμένει στη χρήση των αλβανικών μέσων επικοινωνίας.

«Στις διακοπές των Χριστουγέννων και καμιά φορά το καλοκαίρι πηγαίνουμε στο χωριό του μπαμπά, στο Μπεράτι, να δούμε τη γιαγιά, τον παππού, τους συγγενείς μας και το σπίτι που χτίζουμε εκεί. Ο μπαμπάς κάθε μέρα μας λέει να βλέπουμε τις ειδήσεις στα αλβανικά μαζί του και να μαθαίνουμε τα πάντα για την Αλβανία.»

Όμως, από τη στιγμή που οι περισσότεροι μαθητές και μαθήτριες αυτής της έρευνας έχουν γεννηθεί στην Ελλάδα ή έχουν έρθει τα πρώτα χρόνια της ζωής τους, δεν έχουν διδαχθεί επίσημα στο σχολείο την αλβανική γλώσσα, αλλά κατανοούν κάποια από αυτά που λέγονται από τους γονείς και τους συγγενείς τους. Κατά συνέπεια, όπως οι ίδιοι ανέφεραν στις μεταξύ μας συζητήσεις, αντιμετωπίζουν αρκετές δυσκολίες όταν παρακολουθούν αλβανικές ταινίες και σειρές. Ο Έλβις, μαθητής της πέμπτης τάξης στο σχολείο της Αρχαίας Επιδαύρου, αναφερόμενος στη συγκέντρωση της οικογένειάς του στο σπίτι του θείου του για την παρακολούθηση προγραμμάτων από τη δορυφορική τηλεόραση ή αλβανικών ταινιών από DVD που έχουν προμηθευτεί από την Αλβανία, τονίζει τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει, αφού καταλαβαίνει «τα μισά». Όμως, σε κάθε συγκέντρωση, οι γονείς και οι συγγενείς εξηγούν λέξεις και φράσεις στα αλβανικά και σε κάθε ευκαιρία προσπαθούν να «διδάξουν» τη γλώσσα.

Ωστόσο, στην ξένη βιβλιογραφία έχει διαπιστωθεί ότι τα παιδιά και οι έφηβοι των διασπορικών κοινοτήτων προτιμούν τα «διεθνή» προϊόντα επικοινωνίας και τις παραγωγές από τη χώρα υποδοχής, παρά τα προϊόντα της χώρας καταγωγής τους. Για παράδειγμα, οι έφηβοι ασιατές δεύτερης γενιάς δυσκολεύονται να παρακολουθήσουν τις ινδικές ταινίες *Bollywood* με τους γονείς τους, αδιαφορούν για τις ειδήσεις από τη χώρα καταγωγής τους, ενώ προτιμούν τις αμερικανικές ταινίες και τα προγράμματα της βρετανικής τηλεόρασης (Gillespie, 1995α, σελ. 206). Ομοίως, οι έφηβοι των αραβόφωνων κοινοτήτων στη Γαλλία (Hargreaves, 1997, σελ. 475) και των ασιατικών οικογενειών στη Βρετανία (Sreberny, 1999, σελ. 42) προτιμούν να παρακολουθούν τα τηλεοπτικά προγράμματα της

χώρας υποδοχής, αλλά και τα δορυφορικά δίκτυα MTV, TNT και CNN, παρά τους αραβικούς και ινδικούς σταθμούς²⁷. Με άλλα λόγια, διαπιστώνεται ότι οι έφηβοι των διασπορικών κοινοτήτων στις χώρες της Δύσης, εκτός εξαιρέσεων, δεν δυσκολεύονται να επιλέξουν «παγκόσμια» ή/και «διαφορετικά» προϊόντα επικοινωνίας, σε αντίθεση με την πρώτη γενιά των μεταναστών που εμμένει στα «εθνικά». Οι «διαφορετικές» αυτές επιλογές της πρώτης και δεύτερης γενιάς μεταναστών προκαλούν εντάσεις στις μεταξύ τους σχέσεις. Έτσι, όπως αναφέρει ο Alec Hargreaves στο άρθρο του «Satellite television viewing among ethnic minorities in France» (1997), οι νεαροί από τις ισλαμικές χώρες που διαμένουν στη Γαλλία, αποφεύγουν την «κεντρική» τηλεόραση με τη δορυφορική πρόσβαση και παραμένουν στο δωμάτιό τους, προσκολλημένοι στη δεύτερη συσκευή για να παρακολουθούν τα προγράμματα της επιλογής τους. Κατά τον ίδιο τρόπο, οι έφηβοι ασιάτες του δυτικού Λονδίνου αποφεύγουν να παρακολουθούν τις βρετανικές σαπουνόπερες μαζί με τους γονείς τους, από τη στιγμή που το περιεχόμενό τους αντιτίθεται στις παραδόσεις και τις ηθικές αρχές των γονιών τους (Gillespie, 1995α).

Στην έρευνά μας, δεν είναι λίγες οι φορές που η παρουσία του πατέρα στο σπίτι επηρεάζει τις οικογενειακές πρακτικές μπροστά στην τηλεόραση και τις επιλογές των παιδιών σχετικά με τα τηλεοπτικά προγράμματα, κυρίως όταν το περιεχόμενό τους αντιβαίνει στις αντιλήψεις της οικογένειας περί ηθικής. Έτσι, κάποια από τα παιδιά αναφέρουν ότι αναγκάζονται να «κλείσουν την τηλεόραση» ή να «αλλάξουν κανάλι», επειδή αισθάνονται αμηχανία να παρακολουθήσουν προγράμματα με ρομαντικές και αισθησιακές σκηνές μαζί του. Δεν συμβαίνει όμως το ίδιο με τα γυναικεία πρόσωπα στο σπίτι, αφού η μητέρα και η γιαγιά, όταν βρίσκονται στο σπίτι, προτιμούν να παρακολουθούν αυτά ακριβώς τα προγράμματα μαζί με τα παιδιά, ακόμη και όταν το περιεχόμενό τους είναι «απα-

27. Ωστόσο, σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη Γαλλία, σε οικογένειες μεταναστών από τις αφρικανικές χώρες, διαπιστώθηκε ότι τα παιδιά αποδέχονται περισσότερο τα τηλεοπτικά προϊόντα από τις χώρες καταγωγής των γονιών τους, τα οποία θεωρούν στοιχεία του δικού τους πολιτισμού, σε αντίθεση με τα ευρωπαϊκά ή αμερικανικά τηλεοπτικά προϊόντα που απορρίπτονται γιατί εκφράζουν το «διαφορετικό» (DROTNER, 2001, σελ. 293).

γορευτικό». Για παράδειγμα, η Εργιόνα, μαθήτρια της πέμπτης τάξης, που μένει με τους γονείς της, τη μεγαλύτερη αδερφή της και τη γιαγιά από την Αλβανία σε μικρό διαμέρισμα της πόλης του Ναυπλίου, περιγράφει τους περιορισμούς που επιβάλλει ο πατέρας της αναφορικά με τα τηλεοπτικά προγράμματα και τις σειρές, αλλά και την αμηχανία που η ίδια αισθάνεται όταν παρακολουθεί μαζί του κάποιο πρόγραμμα.

«Ο μπαμπάς καμιά φορά φωνάζει να μη βλέπω διάφορα έργα και όταν έρχεται εγώ το κλείνω. Όταν δείχνει τον Έρωτα και έχει καμιά σκηνή που δεν κάνει, το αλλάζω αμέσως και βλέπω κάτι άλλο. Μπορεί να μην πει τίποτα εκείνη την ώρα, αλλά ξέρω ότι μετά θα μου πει. Η μαμά δεν λέει γιατί το βλέπουμε μαζί, αυτό και *Της αγάπης μαχαιριά*, που δείχνει πολλά τέτοια [ερωτικές σκηνές] και μιλάμε για το έργο, για αυτά που γίνονται. Και η γιαγιά από την Αλβανία, που μένει μαζί μας, βλέπει τα έργα αυτά μαζί μας, όμως δεν καταλαβαίνει και πολλά στα ελληνικά, αλλά δεν λέει τίποτα.»

Επίσης, ο Αγκρόν, πατέρας ενός αγοριού στην πρώτη και ενός κοριτσιού στην τετάρτη τάξη, που κατοικεί στη Νέα Επίδαυρο με την οικογένειά του και τη μητέρα του, τονίζει την αντίθεσή του με όσα δείχνει η τηλεόραση, λέγοντας ότι δεν επιτρέπει στα παιδιά του να παρακολουθούν όλες αυτές τις σειρές ως αργά το βράδυ. «Είναι πράγματα στην τηλεόραση που δεν πρέπει να βλέπουν τα παιδιά, δεν πρέπει να μένουν μέχρι αργά, δουλειά τους είναι το σχολείο και τα μαθήματά τους», υποστηρίζει και ισχυρίζεται ότι πρέπει να υπάρχουν κανόνες αναφορικά με τα προγράμματα και τις ώρες που μπορούν τα παιδιά να βρίσκονται μπροστά στην τηλεόραση. Από την άλλη πλευρά, το ενδιαφέρον των μητέρων για τη χρήση της τηλεόρασης περιορίζεται κυρίως στις ώρες παρακολούθησης, αφού «το βράδυ, γύρω στις δέκα και μισή το αργότερο η τηλεόραση πρέπει να κλείνει».

Επιπλέον, η πρόοδος των παιδιών στο σχολείο και η υγεία τους είναι αυτά που πραγματικά απασχολεί τις μητέρες της έρευνας. Χαρακτηριστικά αναφέρουν ότι «δεν πειράζει αν έχουν την τηλεόραση ή το ραδιόφωνο ανοιχτά, όταν διαβάζουν, μόνο να κάνουν τις

ασκήσεις τους» και «να μην πηγαίνουν κοντά στην τηλεόραση, γιατί θα χαλάσουν τα μάτια τους».

Σύνοψη κεφαλαίου

Όπως έδειξα σε αυτό το κεφάλαιο, οι εθνογραφίες κοινού έχουν τα τελευταία χρόνια επικεντρωθεί στην καθημερινή κατανάλωση προϊόντων επικοινωνίας, στην απόκτηση στερεότυπων καταναλωτικών πρακτικών και στις «πολλαπλές αναγνώσεις» των «κειμένων» των μέσων από διαφορετικές κατηγορίες κοινού. Οι εθνογραφικές αυτές μελέτες, επιπλέον, επικεντρώνονται στη χρήση των μέσων από τους νέους και τα παιδιά, ως «ενεργά» μέλη της κοινωνίας, επιβεβαιώνουν την παρουσία των προϊόντων επικοινωνίας σε κάθε πράξη της καθημερινής τους ζωής και διαπιστώνουν ότι οι καταναλωτικές πρακτικές επενεργούν στις οικογενειακές σχέσεις, στην αλληλόδραση των παιδιών με τα μέλη της κοινωνικής τους ομάδας, αλλά και με τους «άλλους» σε ευρύτερα «τοπικά», «εθνικά» και «παγκόσμια» συμφραζόμενα. Ειδικότερα, τα ερευνητικά ερωτήματα, τελευταία, αφορούν στην κατανάλωση προϊόντων επικοινωνίας από νέους και εφήβους των διασπορικών κοινοτήτων στη Δύση και τη διαμόρφωση των εθνικών τους ταυτοτήτων.

Έχοντας ως αφετηρία τις εθνογραφικές μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί σε χώρες κυρίως της Δύσης, στο κεφάλαιο αυτό κατέγραφα τις καταναλωτικές πρακτικές των αλβανών μαθητών, καθώς και την ελεγκτική στάση των γονιών τους ως προς αυτές. Το συγκεκριμένο εθνογραφικό παράδειγμα επιβεβαιώνει κατά πολύ τις διαπιστώσεις και τους ισχυρισμούς ανάλογων ερευνών στην ξένη βιβλιογραφία. Οι κοινές αυτές διαπιστώσεις αφορούν στην καθημερινή «τελετουργική» χρήση των μέσων επικοινωνίας στον οικιακό χώρο, στις σχέσεις εξουσίας που αναπτύσσουν τα μέλη της οικογένειας κατά τη διάρκεια αυτής της «οικιακής τελετουργίας», στις διαφορετικές επιλογές από τα παιδιά αυτής της ηλικίας και στις αντιδράσεις τους στα «εθνικά» προϊόντα. Ωστόσο, στη συγκεκριμένη έρευνα, σε αντίθεση με όσα διαπιστώνονται στην ξένη βιβλιογραφία, παρατηρήθηκε μια δυσκολία των αλβανικών οικογενειών να αποκτήσουν πρόσβαση στα δορυφορικά δίκτυα, για οικονομικούς κυρίως λόγους, ενώ αναδείχθηκε ο ενεργός ρόλος του πα-

τέρα στη διατήρηση της μητρικής γλώσσας και στην κατανάλωση αλβανικών προϊόντων επικοινωνίας.

Στο πλαίσιο των κοινωνικών και πολιτισμικών αλλαγών που παρατηρούνται τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, οι αλβανοί μαθητές και αλβανές μαθήτριες βρίσκονται καθημερινά μπροστά σε σύνθετες καταστάσεις που τους/τις υποχρεώνουν να διαπραγματεύονται και να αυτοτοποθετούνται συνεχώς σε σχέση με την εθνικότητά τους. Έτσι, στο επόμενο κεφάλαιο, αναλύω τις «αναγνώσεις» των μαθητών και μαθητριών όταν παρακολουθούν μαζί με τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειάς τους τον «γάμο της θείας τους» από την Αλβανία στο βίντεο ή το DVD, τον αγώνα της εθνικής τους ομάδας ποδοσφαίρου από την τηλεόραση, αλλά και τις ελληνικές και ξένες σαπουνόπερες και τηλενουβέλες από τους ελληνικούς τηλεοπτικούς σταθμούς. Επίσης, αναλύω τις εμπειρίες των μαθητών σε σχέση με τις ελληνικές, αλβανικές και παγκόσμιες μουσικές επιτυχίες και την ενσωμάτωση του λόγου των τηλεοπτικών σειρών στο «διακειμενικό» τους παιχνίδι στο σχολείο. Συνολικά, μέσα από συγκεκριμένες περιπτώσεις κατανάλωσης προϊόντων επικοινωνίας, γίνεται μια εκτεταμένη αναφορά στους τρόπους με τους οποίους οι αλβανοί μαθητές και αλβανές μαθήτριες διαπραγματεύονται την εθνική τους ταυτότητα.