

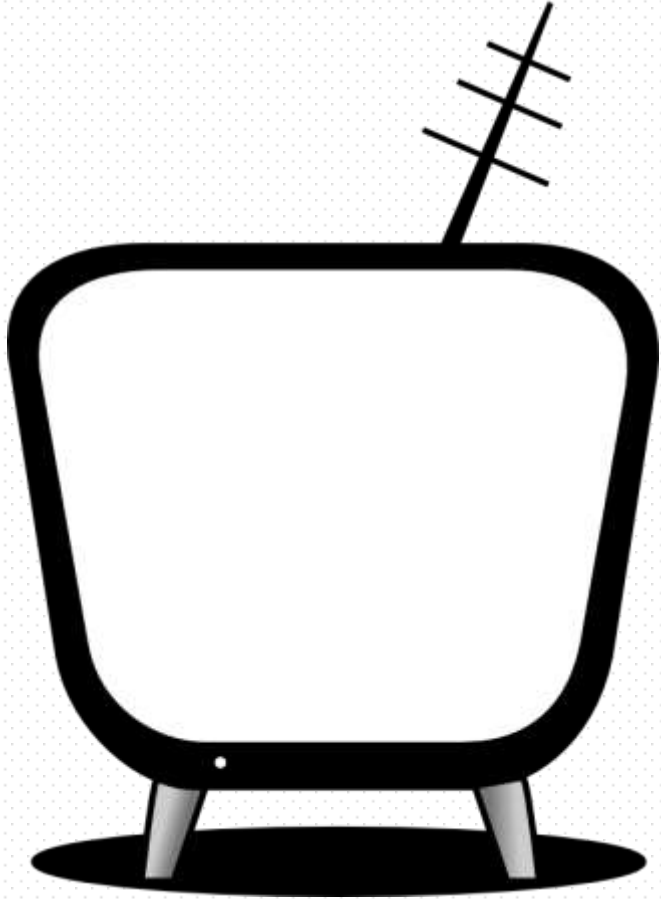


12 Μέσα επικοινωνίας και παιδική ηλικία

Ιωσήφ Κωνσταντίνου

PhD Κοινωνική Ανθρωπολογία

iossifk@upatras.gr



- Το σχολείο (εμφανείς ή λανθάνουσες λειτουργίες), η οικογένεια, η χρήση των **μέσων επικοινωνίας** και η κατανάλωση προϊόντων της παγκόσμιας αγοράς συμβάλλουν στον «πολιτισμό των παιδιών».
- Τα παιδιά αποτελούν ένα «ενεργό» κοινό, καθώς δημιουργούν νοήματα και τα ερμηνεύουν μέσα από δικές του επιλογές.
- 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».



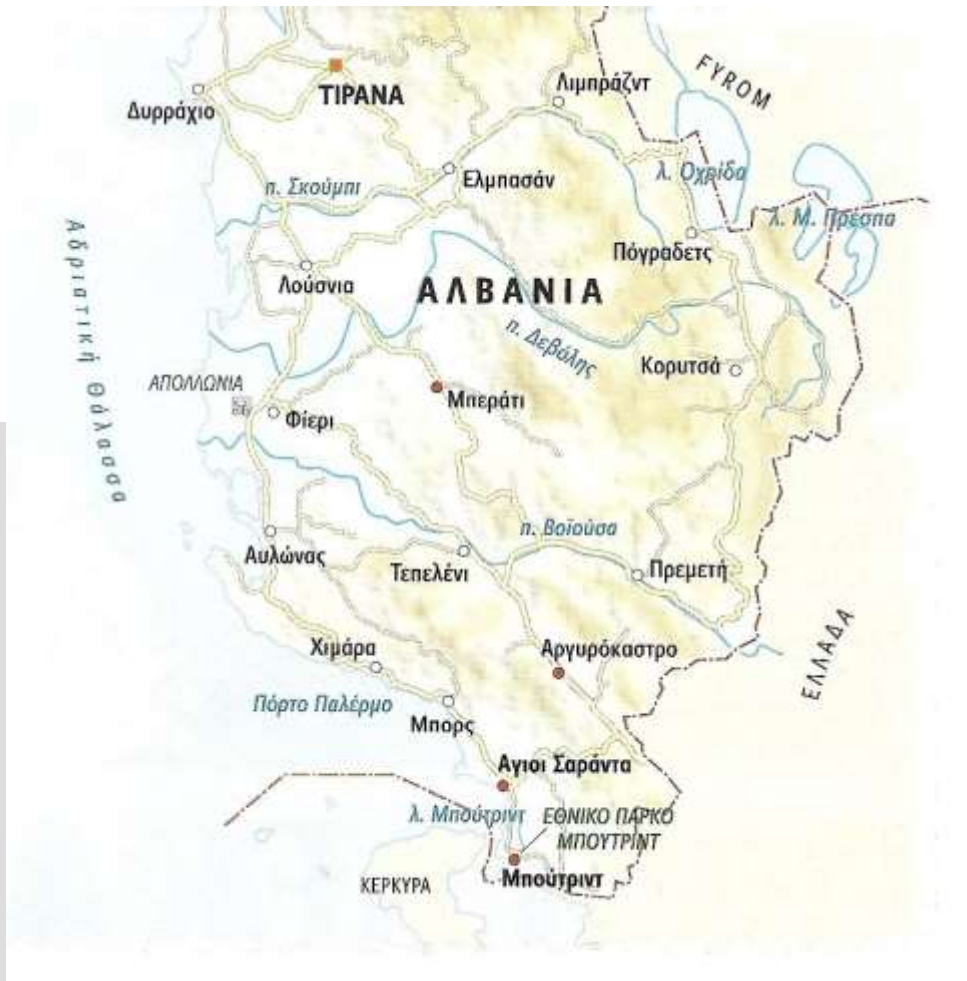
Η «κατανάλωση» αποτελεί «δραστηριότητα» [consumption as an activity] μέσα από την οποία ο καθένας εμπλέκεται σε πολιτισμικές πρακτικές, αναπτύσσει κοινωνικές σχέσεις και διαμορφώνει ταυτότητες (Miller 1987).

Οι τηλεοπτικές σειρές, οι ταινίες, τα έντυπα, οι εφημερίδες και οι μουσικές παραγωγές προσεγγίζονται ως προϊόντα που παράγονται και διανέμονται από εθνικές και διεθνείς επιχειρήσεις επικοινωνίας για ένα «ενεργό» κοινό το οποίο έχει τη δυνατότητα επιλογής και διαμόρφωσης διαφορετικών καταναλωτικών πρακτικών.

«Μέσα επικοινωνίας και διαμόρφωση της ταυτότητας μαθητών»

Επιτόπια έρευνα

- επαφή και συνομιλία με τους μαθητές και τους γονείς τους στον οικιακό τους χώρο
- συμμετοχή σε κατανάλωση αγαπημένων τηλεοπτικών σειρών, αλλά και μαγνητοσκοπημένων προσωπικών στιγμών των συγγενών στην Αλβανία
- καταγραφή της χωροχρονικής κατανάλωσης των προϊόντων επικοινωνίας
- καταγραφή των κοινών επιλογών και παρατήρηση της διαφοροποίησης στις προτιμήσεις των μαθητών μεταξύ τους, αλλά και με τους γονείς και τους συγγενείς τους
- συμμετοχή στα «διακειμενικά» παιχνίδια στο σχολείο



Οι αλβανικές οικογένειες προέρχονται από τη νότια Αλβανία και κυρίως τις πόλεις Πρεμέτι, Φιέρι, Χιμάρα, Άγιοι Σαράντα, Αργυρόκαστρο, Μπέλεσι και Κορυτσά, ενώ ένας μικρός αριθμός κατάγεται από την κεντρική Αλβανία και κυρίως τα Τίρανα, το Ελμπασάν, την Πεσκοπή και το Μπεράτι. Οι οικογένειες έχουν μετακινηθεί από τις αρχές της δεκαετίας του 1990 στις αγροτικές περιοχές του νομού Αργολίδας, το Λυγουριό, τη Νέα και Αρχαία Επίδαυρο, και το αστικό περιβάλλον της πόλης του Ναυπλίου.

Ερωτήματα αφορούσαν

- στους τρόπους με τους οποίους οι αλβανοί μαθητές δημοτικού και οι οικογένειές τους καταναλώνουν καθημερινά τα προϊόντα των εγχώριων, παγκόσμιων, αλλά και αλβανικών μέσων επικοινωνίας
- στη σχέση αυτών των καθημερινών καταναλωτικών πρακτικών με τη βίωση της 'ετερότητας' εκ μέρους των μαθητών, τόσο στο αλβανοκεντρικό οικιακό χώρο, όσο και στο ελληνοκεντρικό σχολικό περιβάλλον.

Συγκεκριμένα, τα ερωτήματα αφορούσαν **(1)** στην «οικιακή τελετουργία» της καθημερινής κατανάλωσης 'ελληνικών', 'αλβανικών' ή/και 'παγκόσμιων' προϊόντων επικοινωνίας, **(2)** στις σχέσεις εξουσίας που αναπτύσσονται μεταξύ των αλβανών μαθητών με συγγενείς, φίλους, συμμαθητές και με τους γονείς τους με αφορμή το «κοινωνικό γεγονός» της κατανάλωσης των μέσων, **(3)** στη «διαπραγματευτική ανάγνωση» και ερμηνεία των «κειμένων» των μέσων και τέλος στη **(4)** «διακειμενική» χρήση των κειμένων των μέσων στα παιχνίδια τους.



Τα παιδιά χρησιμοποιούν τα τηλεοπτικά «κείμενα», δανείζονται αφηγήσεις, ιστορίες, ονόματα και πληροφορίες από τις τηλεοπτικές σειρές, διαλόγους και εκφράσεις από τους ήρωες των κινουμένων σχεδίων και τους πρωταγωνιστές των κινηματογραφικών ταινιών, και ενσωματώνουν αυτά τα στοιχεία στα δικά τους φανταστικά **σενάρια**.



Τα **σενάρια** αυτά με τα οποία ερμηνεύουν και επομένως ανακατασκευάζουν την πραγματικότητα γύρω τους, τους κανόνες και τους περιορισμούς της οικογένειας, αλλά και του σχολείου, σύμφωνα με τις δικές τους επιθυμίες αποτελούν το **«διακειμενικό» παιχνίδι»,** όπου αγόρια και κορίτσια διαπραγματεύονται στις καθημερινές τους πρακτικές και το παιχνίδι τους τα «κείμενα» των τηλεοπτικών αφηγήσεων.

Η **διακειμενικότητα** (intertextuality) είναι η παρουσία ενός κειμένου σε ένα άλλο, ή αλλιώς η «απο-πλαisiώση» και «ανα-πλαisiώση» των κειμένων· αποτελεί στοιχείο της καθημερινής χρήσης των μέσων επικοινωνίας και της αλληλεπίδρασής τους με τη ζωή των δρώντων υποκειμένων. Έχει 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». Τα τηλεοπτικά προϊόντα προσφέρουν μια διακειμενικότητα, από τη στιγμή που τα παιδιά χρησιμοποιούν τις τηλεοπτικές αφηγήσεις, τους διαλόγους και τους χαρακτήρες των αγαπημένων τους σειρών και κατασκευάζουν ένα «διακειμενικό» παιχνίδι.

Στην ξένη βιβλιογραφία έχουν επικεντρωθεί σε ζητήματα που αφορούν στη διακειμενικότητα των κειμένων των μέσων, στην «αναπλαισίωση» τηλεοπτικών προγραμμάτων (*Grange Hill*), κινούμενων σχεδίων (*South Park*, *Teletubbies*, *Pokemon*), διαφημίσεων και μελοδραματικών αφηγήσεων (*The Bold and the Beautiful*) στο παιχνίδι και στην καθημερινή δράση των παιδιών (βλ. Kline 1993, Buckingham 2002, Gougoulis 2003).





Σύμφωνα με τον ανθρωπολόγο Ulf Hannerz (1990: 72), ο λεγόμενος **παγκόσμιος πολιτισμός** χαρακτηρίζεται περισσότερο από πολιτισμική «υβριδοποίηση», παρά από πολιτισμική ομοιογένεια, καθώς αποτελείται από τη «σύνθεση και αποδοχή πολλών τοπικών πολιτισμικών στοιχείων», όπου τα ξένα σχήματα ανακυκλώνονται και αλλοιώνονται από τα 'τοπικά' στοιχεία.

glo[bal] + [lo]**cal** = **glocal**

Η ανθρωπολογική ανάλυση έχει στραφεί στη μελέτη εθνοτικών ομάδων, των διασπορικών κοινοτήτων και της **κατασκευής των ταυτοτήτων** του κοινού.

Οι ταυτότητες των δρώντων υποκειμένων χαρακτηρίζονται από μια **άενη προσπάθεια** αυτο-συγκρότησης.



Η «εθνική ταυτότητα», η οποία «κατασκευάζεται μέσω της αναγνώρισης κάποιας κοινής καταγωγής ή κοινών χαρακτηριστικών με άλλο άτομο ή ομάδα και στη βάση του δεσμού της αλληλεγγύης και της πίστης που εξυπακούεται με αυτή τη σύνδεση», δεν είναι δεδομένη, ούτε εγγεγραμμένη στα γονίδια.

Ο οκτάχρονος Αλέξανδρος, κρατώντας την ελληνική σημαία στην παρέλαση της εθνικής γιορτής του σχολείου του, αντιδρά στις παρατηρήσεις των ελληνίδων μητέρων σχετικά με το 'παράστημά' του. Έτσι, στην προτροπή να κρατήσει «πιο ψηλά τη σημαία», όπως ταιριάζει στους 'γνήσιους' Έλληνες, αυτός απαντάει ότι είναι 'Αλβανός', και όχι 'Έλληνας'.

Όμως, ο ίδιος δεν μιλάει καθόλου αλβανικά, χορεύει δημοτικούς ελληνικούς χορούς στον τοπικό πολιτισμικό σύλλογο, παρακολουθεί μαζί με την αδερφή του τις απογευματινές βραζιλιάνικες μεταγλωττισμένες σαπουνόπερες, αναπαράγει στα παιχνίδια τους τα αστεία, τους διαλόγους και τις εκφράσεις των πρωταγωνιστών από τις ελληνικές σειρές, μιμείται τους ξένους και έλληνες τηλεοπτικούς ήρωες, τραγουδά ελληνικά τραγούδια *hip-hop* και χορεύει με τις διεθνείς επιτυχίες της εποχής, αποδεικνύοντας έμπρακτα τον 'υβριδικό' χαρακτήρα της εθνοπολιτισμικής του ταυτότητας.

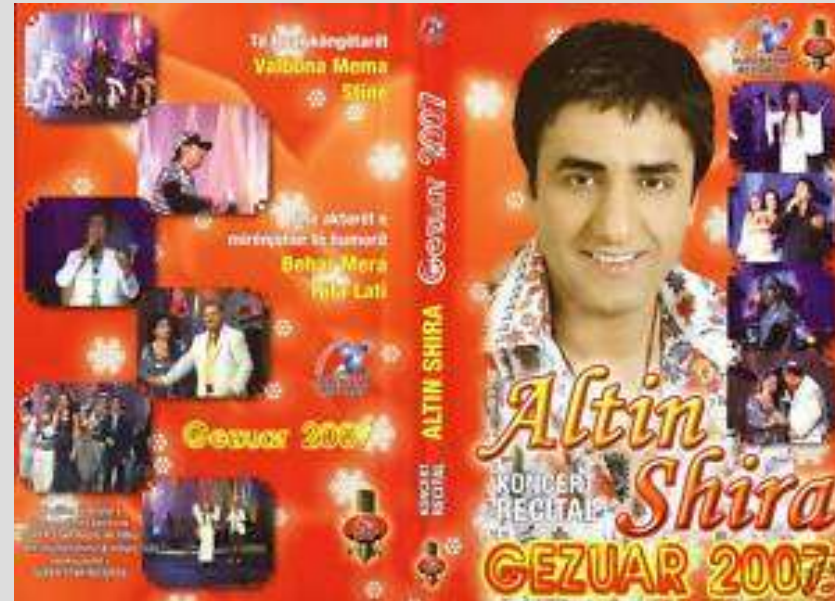
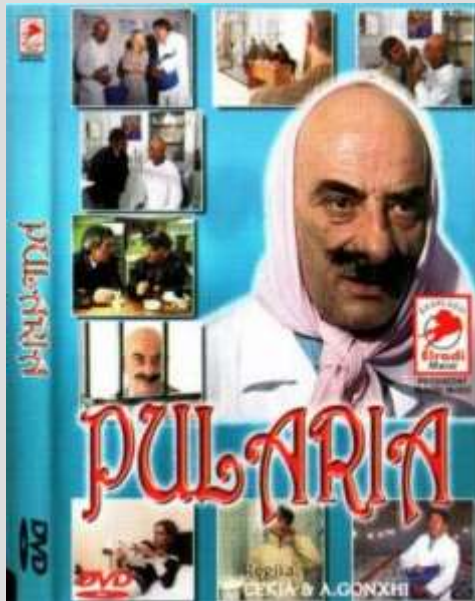
Από την ανασκόπηση των εθνογραφικών μελετών που αφορούν την καθημερινή κατανάλωση προϊόντων επικοινωνίας από τις διασπορικές κοινότητες στις χώρες της Δύσης, διαπιστώθηκε ότι αρκετοί γονείς **«εμμένουν να ζουν νοερά στη χώρα που άφησαν πίσω τους»**. Κατά συνέπεια, ενθαρρύνουν τα παιδιά τους να παρακολουθούν τηλεοπτικές σειρές, ταινίες και ειδήσεις από τη χώρα καταγωγής, ώστε να βρίσκονται σε επαφή με τη μητρική τους γλώσσα, καθώς αυτή αποτελεί ισχυρό σύμβολο της συλλογικής τους ταυτότητας.



«Ο αδερφός μου έχει τηλεόραση 'satelit', εγώ δεν έχω βάλει ακόμα, αλλά είναι το ίδιο. Πηγαίνουμε με τη γυναίκα μου εκεί, μαζευόμαστε, βλέπουμε τηλεόραση, τρώμε και πίνουμε [...]. Είναι ωραίο να μαθαίνεις τα νέα στη γλώσσα σου, να βλέπεις καμιά φορά και την πόλη σου, να βλέπεις καμιά ταινία στα αλβανικά. Είναι η διασκέδασή μας. Τα παιδιά βλέπουν συνήθως ένα σταθμό που παίζει συνέχεια παιδικά, είναι καλό να ακούν αλβανικά».
(Άντριτ, αλβανός πατέρας)

«Μόλις βάλουμε το αλβανικό κανάλι, δεν μας έλειπε τίποτα πια. Είχαμε δουλειά, σπίτι, πήραμε και αυτοκίνητο και τώρα ακούγαμε και βλέπαμε ό,τι γινόταν εκεί, μαθαίναμε τα νέα της χώρας μας. Τώρα είναι πολύ καλά, γιατί να φύγουμε; Μας λείπουν οι γονείς, αλλά πάμε και τους βλέπουμε συχνά [...]. Γιατί, καλύτερα θα ήταν αν έμεναν στη Θεσσαλονίκη;»

(Μπεχάρ, πατέρας δύο μαθητών της τρίτης και τετάρτης τάξης).



Αρκετοί αλβανοί γονείς εμμένουν στις παραδόσεις και την πολιτισμική κληρονομιά τους, πιστεύοντας ότι με τον τρόπο αυτό διατηρούν την πολιτισμική ταυτότητα των απογόνων τους. Θέλοντας να εμποδίσουν την «πολιτισμική μεταστροφή», διαπαιδαγωγούν τα παιδιά τους σύμφωνα με τις πολιτισμικές πρακτικές στις οποίες και οι ίδιοι έχουν κοινωνικοποιηθεί.

Όμως, σε μια προσπάθεια πολιτισμικής σύμπλευσης με το γηγενές στοιχείο, παρατηρείται η υιοθέτηση πρακτικών της κυρίαρχης κοινωνίας, όπως συμβαίνει με τον εξελληνισμό του ονόματός τους και την καθημερινή χρήση της ελληνικής γλώσσας στον οικιακό και εξω-οικιακό χώρο.

«Έβλεπα στην τηλεόραση κάθε μέρα με τη μαμά μου και την αδερφή μου ελληνικές σειρές, ταινίες και εκπομπές [...], άκουγα τους ηθοποιούς που έπαιζαν, τους παρουσιαστές που μιλούσαν, σημείωνα κάποιες λέξεις που δεν ήξερα και μετά μάθαινα πώς γράφονται»
(Ρομίνα, μαθήτρια πέμπτης τάξης).



Μέσα από αυτή τη σύνθετη καθημερινή κατανάλωση, τα παιδιά των μεταναστών στην Ελλάδα ερμηνεύουν και διαπραγματεύονται ταυτόχρονα το «παγκόσμιο», το «εθνικό» και το «τοπικό». Οι βραζιλιάνικες σαπουνόπερες, η βρετανική και αμερικάνικη μουσική, τα ιαπωνικά κινούμενα σχέδια και οι αμερικάνικες ταινίες δράσης αποτελούν προϊόντα επικοινωνίας που καταναλώνουν τα παιδιά αυτής της ηλικίας σε κάθε άκρη του πλανήτη.





Ωστόσο, παρατηρούνται διαφορετικές επιλογές προγραμμάτων ανάμεσα στους γονείς και τα παιδιά, τα οποία καταναλώνουν κυρίως προϊόντα επικοινωνίας από διεθνείς παραγωγές. Χαρακτηριστικά, οι έφηβοι ασιάτες του δυτικού Λονδίνου προτιμούν να παρακολουθήσουν τις αμερικάνικες ταινίες και την αυστραλιανή σειρά *Neighbours*, παρά τα «εθνικά ιερά προγράμματα» που προτιμούν οι γονείς τους (Gillespie 1995).



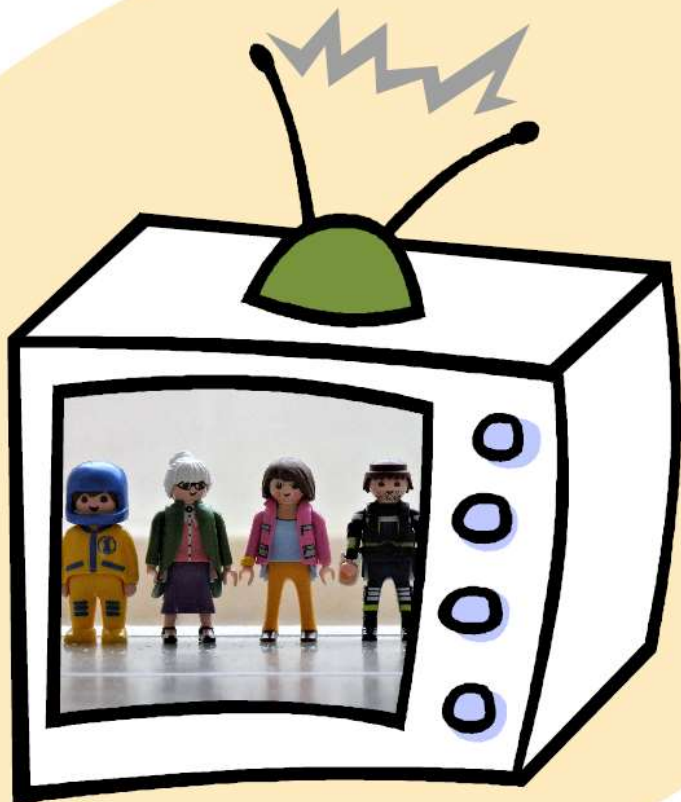
Ανάλογα σε έρευνα σε μαθητές και μαθήτριες από την Αλβανία παρατηρείται διαφοροποίηση των επιλογών.

«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».

Οι μαθητές και μαθήτριες παρακολουθούν στον οικιακό τους χώρο τους μαγνητοσκοπημένους γάμους των συγγενών τους από την Αλβανία και καταναλώνουν τις αλβανικές ταινίες που εκφράζουν ένα «κοινότοπο εθνικισμό», με την ίδια ευκολία που διασκεδάζουν ακούγοντας ελληνικά τραγούδια και βλέποντας ελληνικές ή ξένες σειρές, τις οποίες ερμηνεύουν και αναπαράγουν 'διακειμενικά' στο παιχνίδι τους στο σχολείο.

Με άλλα λόγια, μπορούν με την ίδια ευκολία να «μετακινούνται» ανάμεσα σε «ελληνικά», σε «αλβανικά» και σε «παγκόσμια» χωροχρονικά και πολιτισμικά πρότυπα.





Μέσα από την «ανάγνωση» και «επανερμηνεία» των «τοπικών», «εθνικών» και «παγκόσμιων» πολιτισμικών προϊόντων, των κειμένων των μέσων επικοινωνίας, οι μαθητές και μαθήτριες τείνουν να διαμορφώνουν μια αίσθηση του «συνανήκειν» σε έναν υβριδικό πολιτισμό.

