

**ΠΑΙΔΙΚΟ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΚΑΙ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ**

εισήγηση του Μένη Θεοδωρίδη στην ημερίδα:
Από τη «δύναμη του μέσου» στο «τέλος» της τηλεόρασης;
Πάντειο, 30 Μαΐου 2012.

Ο τίτλος της εισήγησης αναφέρεται σε τηλεοπτική συμπεριφορά, που είναι όρος μάλλον ασαφής, καθώς δεν συνδέεται με τη γενικότερη συμπεριφορά των παιδιών αλλά με τη σχέση που διαμορφώνει-υπαγορεύει στον τηλεθεατή της κάθε τηλεοπτική εκπομπή. Στη διάκριση αυτή θα επανέλθουμε παρακάτω.

Προφανώς θα αναφερθούμε τόσο στα τηλεοπτικά προγράμματα που απευθύνονται στην παιδική ηλικία, όσο και σε πολλά προγράμματα που οι ηλικίες αυτές επιλέγουν να παρακολουθούν. Ας επισημανθεί ότι η εισήγηση αυτή, κατά ένα τρόπο, αποτελεί διευκρινιστική παρένθεση στο ευρύτερο πλαίσιο μελέτης που διατύπωσε η κα Βώβου στην εισαγωγική της εισήγηση.

Στην κατεύθυνση αυτή των εισαγωγικών επισημάνσεων, είναι σκόπιμο να αναφερθούν δυο-τρία ακόμη σημεία που μπορούμε, πιστεύω, να υιοθετήσουμε χωρίς επιχειρηματολογία, καθώς η οικονομία μιας εισήγησης αποθαρρύνει την αναλυτική, εφ' όλης της ύλης προσέγγιση:

1. Η κατανάλωση ενός οπτικοακουστικού κειμένου είναι μια νοητικά ενεργή διαδικασία που δεν διαφέρει ουσιωδώς από την κατανάλωση ενός κειμένου γραπτού λόγου. Ο δέκτης προσλαμβάνει το κείμενο και νοηματοδοτεί τη χρήση των εκφραστικών μέσων κατασκευάζοντας νοερά την αφηγηματική ροή, αποκωδικοποιώντας συμβολισμούς, ολοκληρώνοντας τη δική του, προσωπική ανάγνωση τόσο κατά την πρόσληψη ενός γραπτού κειμένου όσο και κατά την πρόσληψη ενός οπτικοακουστικού κειμένου.
2. Η νοηματοδότηση κάθε οπτικοακουστικού έργου όταν αυτό παίζεται σε συσκευή τηλεόρασης ή από DVD, προφανώς δεν αλλάζει. Αλλάζουν όμως οι παράμετροι παρακολούθησης-πρόσληψης που χαρακτηρίζουν το κοινό του Μέσου (μικρή οθόνη, οικιακό περιβάλλον, έλεγχος της διαδικασίας από τον θεατή-δέκτη δηλ. δυνατότητες διακοπής και συνέχισης της προβολής, παρεμβολή διαφημίσεων ή και ολόκληρου δελτίου ειδήσεων, πλαίσιωση από πρόλογο-σχόλιο παρουσίασης κ.λπ.). Οι παράμετροι αυτές είναι τόσο κυρίαρχες που μπορούμε να ισχυριστούμε ότι παράγεται ένα νέο μήνυμα (το ...περιλάλητο μήνυμα του Μέσου) που επικαθορίζει το προσλαμβανόμενο μήνυμα, συχνά παραμερίζοντας το αρχικό μήνυμα του έργου.
3. Υπάρχει πολλή και κάπου-κάπου αξιόλογη έρευνα για τις επιπτώσεις του περιεχόμενου των παιδικών τηλεοπτικών προγραμμάτων στη γενικότερη

συμπεριφορά των παιδιών. Η μονότονα επιχειρούμενη σύνδεση των προγραμμάτων "βίας" με την αποκαλούμενη "βίαση συμπεριφορά", η διαμόρφωση κοινωνικών προτύπων σύμφωνα με αυτά που προβάλλονται από τις δημοφιλείς τηλεοπτικές εκπομπές, η διαμόρφωση καταναλωτικών συνθηκών που υπαγορεύονται από τον τρόπο ζωής δημοφιλών τηλεοπτικών ηρώων ...και πάει λέγοντας! Πολλή και, κάπου-κάπου, αξιόλογη έρευνα που προσπαθεί να τεκμηριώσει την αμφιλεγόμενη, γραμμική σύνδεση ενός κοινωνικού αποτελέσματος με το τηλεοπτικό προϊόν ως διαμορφωτικού - καθοριστικού αιτίου. Όλοι γνωρίζουμε τα μεθοδολογικά "υπέρ" και τα "κατά" αυτών των προσπαθειών...¹

Στη συνέχεια όμως θα ήθελα να απομακρυνθούμε από το περιεχόμενο των τηλεοπτικών προγραμμάτων και να εστιάσουμε σε μια διαφορετική διάσταση των τηλεοπτικών προγραμμάτων που απευθύνονται στην παιδική ηλικία: ...στις κατηγορίες, δηλαδή, των σταθερών και κυρίαρχων μηνυμάτων που κάθε τηλεοπτική εκπομπή υπαγορεύει καθώς ορίζει τη σχέση της με τον δέκτη-τηλεθεατή της. Σ' αυτή τη διάσταση θα γίνει προσπάθεια να διακρίνουμε τρεις βασικές κατηγορίες τηλεοπτικών εκπομπών με τα αντίστοιχα μηνύματα που παράγουν, θα αναφερθούμε σε μια τέταρτη κατηγορία που θα μπορούσε να αποτελεί πρόταση για μια νέα τηλεοπτική αντίληψη και θα κλείσουμε με ένα ερώτημα-πρόσκληση για τη διατύπωση παραπέρα απόψεων πάνω στο θέμα. Κρίνω σκόπιμο να επισημάνω εξ αρχής ότι -προκειμένου να αναδειχθούν μερικά από τα υπόρρητα μηνύματα που, ασχέτως ποιότητας, χαρακτηρίζουν κάθε τηλεοπτική εκπομπή- αναπόφευκτα παραμέρισα άλλα, θυσιάζοντας ίσως την ακαδημαϊκή ακρίβεια που απαιτείται όποτε μελετάμε και αναλύουμε διεξοδικά ένα οπτικοακουστικό κείμενο.

Ας δούμε λοιπόν μια **πρώτη κατηγορία τηλεοπτικών εκπομπών** και την συνεπαγόμενη τηλεοπτική συμπεριφορά των τηλεθεατών της:
Μπορούμε να διακρίνουμε πολλές υποκατηγορίες:

- **Μυθοπλασίες** (απολαμβάνω² την αφήγηση, ταυτίζομαι με τους ήρωες, φαντάζομαι ...)

Σειρές εκπομπών όπως ο Μπομπ Σφουγγαράκης, η Ζίνα, οι Power Rangers αλλά και οι Simpsons ή πιο κλασικές σειρές όπως ο David Copperfield ή καλοφτιαγμένα κινούμενα σχέδια όπως ο Μόγλης κ.λπ. Μερικές από τις σειρές αυτές διακρίνονται για την τηλεοπτική και την αισθητική τους αρτιότητα. Μπορεί να προσφέρουν ποιότητα πλάι σε άλλες που, συχνά, θεωρούμε μέτριες ή και ευτελείς. Όλες όμως, ανεξαρτήτως ποιότητας, απευθύνονται ευθέως στον τηλεθεατή-καταναλωτή.

¹ συνοπτικός σχολιασμός σχετικών ερευνών:

Κούρτη Ε. (2012), Εισαγωγή στο *Παιδική ηλικία και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*, Ηρόδοτος / Ο.Μ.Ε.Ρ.

² Το πρώτο πρόσωπο δηλώνει την οπτική του παιδιού-τηλεθεατή

Παρενθετικά, μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι σε μια τέτοια σχέση με τον τηλεθεατή, μόνιμη πρόταση βελτίωσης παραμένει η υποκριτικά επαναλαμβανόμενη "παρότρυνση" προς τους παραγωγούς για "καλύτερη ποιότητα". Παρότρυνση που, βέβαια, παραβλέπει το γεγονός ότι οι ιδιώτες παραγωγοί νομοτελειακά ενδιαφέρονται για να προσελκύσουν καταναλωτές. Όμως, καθώς η επίκληση για ποιότητα συχνά μεταθέτει στους παραγωγούς ευθύνες που θα έπρεπε να αναλογούν και στους εκάστοτε κήνσορες (οι οποίοι ουδέποτε κάνουν τον κόπο να προτείνουν λύσεις στο πλαίσιο της εκπαίδευσης) ας αφιερώσουμε δυο λόγια στο δυνητικό ρόλο του εκπαιδευτικού ως εμψυχωτή ανάπτυξης κριτικής στάσης απέναντι στα οπτικοακουστικά προϊόντα που -ανεξαρτήτως ποιότητας- δικαιούμαστε να καταναλώνουμε. Ενδεικτικό αλλά και θεμελιώδες εργαλείο, η σύγκριση δημοφιλών προγραμμάτων. Όχι όμως σύγκριση για την ανάδειξη των "ποιοτικών" έναντι των "ευτελών" δημοφιλών προγραμμάτων (γιατί οι επίμονες νουθεσίες προς τα παιδιά να παρακολουθούν καλά, ψυχωφελή προγράμματα και να αποφεύγουν κακά, ψυχοφθόρα, απομακρύνουν τα παιδιά από κάθε γόνιμη εκπαιδευτική διαδικασία), αλλά συγκρίσεις με στόχο την κριτική επεξεργασία από πολύ νωρίς ...

Ας διατρέξουμε ένα παράδειγμα δραστηριότητας κριτικής προσέγγισης για την Τρίτη Δημοτικού. Οι μικροί μαθητές, αφού παρακολουθήσουν μέσα στην τάξη δίλεπτα αποσπάσματα οπτικοακουστικών κειμένων με το ίδιο θέμα (π.χ. μεταφορές-αναπαραστάσεις του μυθολογικού Ηρακλή από την τηλεόραση και τον κινηματογράφο), καλούνται να επισημάνουν ομοιότητες και διαφορές, από τις πιο απλές -του είδους συγκρίνουμε "τα ρούχα του Ηρακλή" σε διαφορετικές παραγωγές- έως τις πιο σύνθετες συγκρίσεις για την αναπαράσταση των ρόλων των δύο φύλων σε διαφορετικές παραγωγές (για όσους δεν το διακρίνουν, επισημαίνω ότι στη μεσαία από τις εκδοχές που προβάλλονται, ο Ηρακλής και η θεά-αντίπαλός του παλεύουν με λαβές καράτε!).

Χάρη στην παρέμβαση του εκπαιδευτικού -που βέβαια δεν αποτελεί παράγοντα ούτε της διαδικασίας παραγωγής ούτε της διαδικασίας μετάδοσης της εκπομπής- τα μέτρια και χαμηλής ποιότητας τηλεοπτικά προγράμματα μπορούν να λειτουργήσουν ως πολύτιμα εναύσματα εξωτηλεοπτικής δραστηριότητας και αναστοχασμού. Τον δυνητικό αυτόν ρόλο του εκπαιδευτικού δεν κατανοούν και δεν ενισχύουν ούτε οι θεσμικοί φορείς της παιδείας ούτε όσοι επιμένουν να παιδαγωγούν στηλιτεύοντας απλώς τη χαμηλή ποιότητα των τηλεοπτικών προγραμμάτων.

Ας επιστρέψουμε όμως σε άλλες (πέρα από τις μυθοπλασίες) υποκατηγορίες τηλεοπτικών προγραμμάτων τα οποία, ανεξαρτήτως ποιότητας, απευθύνονται ευθέως στον τηλεθεατή-καταναλωτή:

- **Ειδήσεις για παιδιά και νέους** (απολαμβάνω ότι με αντιμετωπίζουν ως υπεύθυνο και επιλεκτικό πολίτη, απολαμβάνω το αγαθό της ενημέρωσης)

Χαρακτηριστικό τρέχον παράδειγμα η εκπομπή Schooltube της NET.

- **"Ξεναγήσεις"** (απολαμβάνω την απόκτηση γνώσεων, ικανοποιώ τη γνωστική μου περιέργεια)

Κάθε είδους ντοκιμαντέρ, εκπαιδευτικά προγράμματα κ.λπ.

- **"Στέκια"** - **εκπομπές εξειδικευμένης ενημέρωσης** (απολαμβάνω την ένταξή μου σε ομάδα εξειδικευμένου ενδιαφέροντος)

Ενδεχομένως να μπορούν να προστεθούν περισσότερες υποκατηγορίες τηλεοπτικών προγραμμάτων τα οποία, ανεξαρτήτως ποιότητας, απευθύνονται ευθέως στον τηλεθεατή-καταναλωτή. Πρόκειται λοιπόν για μια κατηγορία τηλεοπτικών προγραμμάτων που, με λιγότερη ή περισσότερη ποιότητα, εκφράζουν μια κοινωνία επιλεκτικών καταναλωτών. Το μήνυμά του Μέσου: "Διάλεξε αυτό που σου αρέσει και απόλαυσέ το".

Ας εξετάσουμε τώρα μια δεύτερη κατηγορία τηλεοπτικών εκπομπών:

Η εκπομπή εμφανίζεται ως διάυλος προς τη δράση. Ο τηλεθεατής θεωρείται ως - από απόσταση-παρατηρητής, δηλαδή ως εικονικά παρών (διά αντιπροσώπων) αλλά χωρίς δυνατότητα παρέμβασης³.

Ως υποκατηγορίες μπορούμε να διακρίνουμε:

- **Ξεναγήσεις ομάδων παιδιών** (που, υποτίθεται, εκπροσωπούν τον τηλεθεατή)
- **Δραστηριότητες με παιδιά-προσκεκλημένους** (όπου όμως δραστηριοποιούνται οι προσκεκλημένοι και όχι οι τηλεθεατές). Μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι στις περιπτώσεις αυτές, προδιαγράφεται η παθητική στάση του τηλεθεατή, στο βαθμό που συνήθως η νοηματοδότηση του οπτικοακουστικού κειμένου καθοδηγείται γραμμικά με οδηγίες προς τα παιδιά-προσκεκλημένους. Αυτές οι γραμμικές οδηγίες, ελάχιστα περιθώρια αφήνουν στο παιδί-τηλεθεατή για εναλλακτική πρόσληψη των όσων εκπέμπονται.
- **Τηλεπαιχνίδια** (κάποιοι αντιμετωπίζουν δοκιμασίες ενώ εγώ μπορώ να ταυτίζομαι τότε με τους διαγωνιζόμενους -αλλά εκ του ασφαλούς και χωρίς επιπτώσεις- και τότε με την κριτική επιτροπή (παρά το γεγονός ότι δεν μπορώ να θεωρηθώ γνώστης του θέματος). Επιβεβαιώνεται έτσι στη συνείδησή μου η εξουσία των αδαών παρατηρητών στο κοινωνικό γίνεσθαι.
- **Διαγωνισμοί "ταλέντων"**⁴ (όπου επίσης επιβεβαιώνεται η παθητική "εκ του ασφαλούς" παρακολούθηση με ένα καινούργιο, εξ αποστάσεως, μέσον: μπορώ να ψηφίζω ανώνυμα για την τύχη των διαγωνιζόμενων, χωρίς αυτό να έχει την παραμικρή συνέπεια σε μένα).

³ για τις "τεχνολογικά διαμεσολαβημένες σχέσεις":

Ντάβου Μ. (2012), Η οθόνη ως μέσο νοηματοδότησης του εαυτού, στο *Παιδική ηλικία και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας* (συλλογικό), επιστημονική επιμέλεια: Κούρτη Ε., Ηρόδοτος / Ο.Μ.Ε.Ρ., σελ. 153-165.

⁴ Εκτενής ανάλυση του περιεχόμενου και των ιδεολογικών συμφραζόμενων του είδους:

Βώβου Ι. (2012), Η "βιομηχανία" μικρών τηλεθεατών, στο *Παιδική ηλικία και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας* (συλλογικό), επιστημονική επιμέλεια: Κούρτη Ε., Ηρόδοτος / Ο.Μ.Ε.Ρ., σελ. 113-133.

Πρόκειται λοιπόν για μια κατηγορία τηλεοπτικών προγραμμάτων που, με λιγότερη ή περισσότερη ποιότητα, εκφράζουν μια κοινωνία αμέτοχων θεατών. Το μήνυμα του Μέσου: "Απολαμβάνεις, από απόσταση, δια των εκπροσώπων σου".

Άλλες ενδιαφέρουσες υποκατηγορίες εκπομπών που εμφανίζονται ως δίαυλοι προς τη δράση είναι οι κάθε είδους "αναμεταδόσεις" που υπόρρητα μεν αλλά σαφώς υπαινίσσονται την εικονική συμμετοχή-παρουσία του τηλεθεατή στα συμβαίνοντα:

- **Αθλητικές συναντήσεις**
- **Κληρώσεις** (όπου η εικονική παρουσία του τηλεθεατή στο χώρο της κλήρωσης, τεκμηριώνει και εγκυροποιεί τη διαδικασία)
- **Εκκλησιαστικές τελετές**
- **Παραστάσεις σε "ζωντανή" μετάδοση**

Ας προχωρήσουμε τώρα σε μια τρίτη κατηγορία τηλεοπτικών εκπομπών με ιδιαίτερο ενδιαφέρον:

Η εκπομπή, προσπαθώντας να διευρύνει τον κύκλο επιρροής της, καλεί τους τηλεθεατές σε προκαθορισμένη εξωτηλεοπτική δραστηριότητα. Συνήθως μάλιστα πρόκειται για τηλεοπτικές προσκλήσεις που εντάσσονται σε άλλες κατηγορίες εκπομπών:

- Προτροπή για **κατανάλωση ειδών** που σχεδιάστηκαν από την εκπομπή, με δέλεαρ την ένταξη σε εικονική ομάδα οπαδών:
- ΑΓΟΡΑΣΕ, - ΚΑΝΕ ΣΥΛΛΟΓΗ, - ΠΑΙΞΕ ΜΑΖΙ ΜΑΣ
- **Πρόσκληση σε εικονική επικοινωνία:**
- ΣΤΕΙΛΕ ΜΑΣ ΜΗΝΥΜΑ, - ΠΑΡΕ ΜΕΡΟΣ ΣΤΗΝ ΚΛΗΡΩΣΗ,
ή (σε παιδικές εκπομπές): - ΣΤΕΙΛΕ ΜΑΣ ΕΡΓΟ ΣΟΥ ΚΑΙ ΘΑ ΤΟ ΔΕΙΞΟΥΜΕ!
(όπου αναμφισβήτητα ανιχνεύεται εκτός εκπομπής, εξωτηλεοπτική δραστηριότητα αλλά πολύ ισχνή αίσθηση συμμετοχής χωρίς στοιχειά διάδρασης ή επικοινωνία διπλής κατεύθυνσης)

Πρόκειται λοιπόν για μια κατηγορία τηλεοπτικών προγραμμάτων που, με λιγότερη ή περισσότερη ποιότητα, εκφράζουν μια κοινωνία οπαδών. Το μήνυμα του Μέσου: "Ακολούθησέ μας και νοιώσε δυνατός!" - "Εντάξου στην ομάδα μας και νοιώσε δυνατός!".

Μια ενδιαφέρουσα υποκατηγορία αυτής της κατηγορίας αποτελούν οι εκπομπές μαγειρικής (όπου ο τηλεθεατής καλείται να εφαρμόσει την παρεχόμενη καθοδήγηση σε εξωτηλεοπτικό χρόνο).

Το αντίστοιχο χαρακτηριστικό σε παιδικά προγράμματα είναι η προτροπή:

- ΦΤΙΑΞΕ ΚΑΙ ΣΥ, - ΚΑΝΕ ΚΑΤΙ ΠΑΡΟΜΟΙΟ! (πρόκειται για καθοδηγούμενη, αλλά πάντως εξωτηλεοπτική δραστηριοποίηση με αρκετούς βαθμούς ελευθερίας).

Σε γενικές γραμμές οφείλουμε να δεχτούμε ότι οι περισσότερες εκπομπές ποιότητας ανήκουν στην πρώτη κατηγορία τηλεοπτικών εκπομπών όπου δηλαδή - όπως ακριβώς και στον κόσμο του γραπτού λόγου- αντιμετωπίζουν εντίμως τον τηλεθεατή ως καταναλωτή που κατά την κρίση του νοσηματοδοτεί το προσφερόμενο οπτικοακουστικό κείμενο. Στην ίδια (πρώτη) κατηγορία, οι περισσότερες μέτριες τηλεοπτικές εκπομπές -όπως ακριβώς και στον κόσμο του γραπτού λόγου- επίσης θεωρούν τον τηλεθεατή τους ως καταναλωτή αλλά χαμηλής αισθητικής και κυριαρχούμενο από στερεότυπα και ιδεοληψίες.

Η δεύτερη κατηγορία τηλεοπτικών εκπομπών διακηρύσσει έναν εξ αποστάσεως συμμετοχικό ρόλο που παραμένει εικονικός και, αν όχι παθητικός, σίγουρα ελέγχεται ως παραπλανητικός.

Η τρίτη κατηγορία τηλεοπτικών εκπομπών εισάγει τη δυνατότητα εξωτηλεοπτικής δραστηριοποίησης εξυπηρετώντας όμως κυρίως τη λογική δημιουργίας οπαδών-πιστών της εκπομπής και λιγότερο την ανεξαρτητοποίησή τους από το οπτικοακουστικό μήνυμα.

Θα εξετάσουμε τώρα μια, δυνητικά, τέταρτη κατηγορία τηλεοπτικών εκπομπών. Ο χαρακτηρισμός "δυνητικά τέταρτη κατηγορία" οφείλεται στο γεγονός ότι αυτό το μοντέλο εκπομπής εφαρμόστηκε στην περίοδο 1985-1986, σχεδόν πειραματικά, σε τρεις μόνον σειρές του τμήματος παιδικών εκπομπών της τότε ΕΤ-2. Βεβαίως πολλά από τα χαρακτηριστικά του μοντέλου αυτού είχαν αποσπασματικά προϋπάρξει και συγκυριακά προκύπτουν συχνά σε διάφορα άλλα τηλεοπτικά προγράμματα. Δεν συγκροτούν όμως μια συστηματική, μεθοδολογική επιλογή όπως ακολουθήθηκε σε κείνη την προσπάθεια. Ο λόγος για τις εκπομπές: "Κολλητήρια", "Τα παραμύθια του Ευγένιου Χρυσοβελόνη", "Αριθμητική της φαντασίας". Θα ήταν σωστό να πούμε ότι, παρά τη συμμετοχή εξαιρετικών συντελεστών στις τρεις αυτές παραγωγές, ο πειραματικός τους χαρακτήρας δεν πρόλαβε να οδηγήσει σε ανάλογα αποτελέσματα ξεχωριστής τηλεοπτικής ποιότητας. Όπως και σε πολλές άλλες περιπτώσεις η ποιότητα, η αισθητική και η δημιουργική πνοή προκύπτουν όταν ανήσυχοι συντελεστές πατούν γερά πάνω σε ήδη επεξεργασμένες δομές και σε μια συστηματική και μακρόχρονη αισθητική αναζήτηση. Προϋποθέσεις που, δυστυχώς, δεν έστερξαν. Αν λοιπόν, μετά από τόσα χρόνια, επανέρχομαι στις εκπομπές αυτές για μελέτη και σχολιασμό, είναι κυρίως για την τηλεοπτική τους "ιδεολογία" απέναντι στα παιδιά-τηλεθεατές.

Σε πρώτη θεώρηση οι δύο από τις σειρές αυτές θα μπορούσαν να ενταχθούν στην πρώτη κατηγορία, καθώς η καθεμιά προσέφερε στον τηλεθεατή-καταναλωτή μια μυθοπλαστική, αφηγηματική παράσταση (σειρά αυτοτελών παραστάσεων "Καραγκιόζη" η μία και σειρά αυτοτελών παραστάσεων κουκλοθέατρου η άλλη). Παρόμοια, η τρίτη σειρά εκπομπών θα μπορούσε να ανήκει στη δεύτερη κατηγορία, ως τηλεπαιχνίδι με δραστηριότητες όπου συμμετείχαν ομάδες παιδιών-εκπροσώπων και ο τηλεθεατής παρακολουθούσε εξ αποστάσεως, σχεδόν παθητικά.

Ωστόσο, δομικός άξονας κάθε σειράς ήταν (κατά τις δηλώσεις των τότε υπευθύνων για το παιδικό πρόγραμμα ET-2) η προσπάθεια, κάθε εκπομπή να "πυροδοτεί" εξωτηλεοπτική δραστηριότητα τουλάχιστον ίσου ή περισσότερου χρόνου με τον χρόνο που απαιτούσε η παρακολούθησή της. Για τον σκοπό αυτόν, σε κάθε εκπομπή έγινε προσπάθεια να προσφέρεται συστηματικά στον μικρό τηλεθεατή ένα πλαίσιο απλής κατασκευαστικής τεχνογνωσίας που να τον ενθάρρυνε να δοκιμάσει δικές του, εναλλακτικές κατασκευές. Συμβουλές για το στήσιμο μιας παράστασης Καραγκιόζη, συμβουλές για το στήσιμο μιας παράστασης κουκλοθέατρου, συνοδευτικό υλικό για διαγωνισμούς κατασκευής παραμυθιών ακολουθώντας τη μεθοδολογία που πρότεινε ο Τζ. Ροντάρι κ.ά.

Το κυριότερο όμως ήταν η προτροπή της εκπομπής προς τους μικρούς τηλεθεατές να οργανωθούν σε μικρές ομάδες συμμαθητών ή φίλων και να γράψουν επιστολές στην εκπομπή ζητώντας να τους αποσταλεί το συνοδευτικό υλικό της εκπομπής με δέσμευση να το αξιοποιήσουν σε δημόσιες δραστηριότητες εκτός τηλεόρασης. Μοιράστηκαν περί τα 150 πακέτα εκπαιδευτικού υλικού για παραστάσεις Καραγκιόζη (με λειτουργικές φιγούρες, πατρόν για επιπλέον φιγούρες που θα έπρεπε να κατασκευάσουν τα παιδιά, έντυπο με οδηγίες για ερασιτεχνικές παραστάσεις κλπ.), περί τα 60 πακέτα εκπαιδευτικού υλικού για παραστάσεις κουκλοθέατρου (αντίστοιχα με απλές γαντόκουκλες και συμπληρωματικές οδηγίες) και περί τα 100 πακέτα εκπαιδευτικού υλικού με καρτέλες και οδηγίες για την διοργάνωση των αγώνων παραμυθο-πλασίας μεταξύ τάξεων ή σχολικών μονάδων. Ας μην παραβλέψουμε την αξία της πολυτροπικότητας που ενίσχυε το "χειροπιαστό" συνοδευτικό υλικό έναντι του κύριου ηλεκτρονικού υλικού της εκπομπής. Στη συνείδηση των παιδιών-παραληπτών, η αφελής αντίληψη περί "μοντέρνων" και "ξεπερασμένων" υλικών δίνει τη θέση της στην πιο επεξεργασμένη άποψη της παγκόσμιας ηλεκτρονικής διακίνησης μηνυμάτων πλάι στην αξιοποίηση χειροποίητου υλικού που ενθαρρύνει τις δημιουργικές παρεμβάσεις, την ατομική καλλιτεχνική έκφραση και την διαφορετικότητα. Πραγματικά ο ενθουσιασμός των παιδιών που παραλάμβαναν το συνοδευτικό υλικό ήταν έκδηλος.

Στη συνέχεια, η εκπομπή έστειλε συνεργείο και κατέγραφε ένα μικρό αριθμό τέτοιων δημόσιων εκδηλώσεων εντάσσοντας το υλικό στις επόμενες εκπομπές και ζητώντας από τις ενεργές ομάδες να το παρακολουθήσουν και να στείλουν σχόλια. Καταλαβαίνουμε ότι οι σημερινές τεχνολογικές δυνατότητες ερασιτεχνικής καταγραφής με ένα κινητό, δίνει νέες διαστάσεις σε τέτοιου είδους διπλή επικοινωνία μεταξύ τηλεθεατών και εκπομπής.

Ας ομολογήσουμε ότι όλη η παραπάνω "ιδανική" δομή σε μικρό μόνο ποσοστό ολοκληρώθηκε πλήρως. Δεν είναι όμως καθόλου αμελητέο ότι τελικά πραγματοποιήθηκαν περί τις 100 δημόσιες παραστάσεις Καραγκιόζη από μαθητές σε όλη την Ελλάδα, περί τις 30 δημόσιες παραστάσεις κουκλοθέατρου και αρκετές

δεκάδες μη καταγεγραμμένων διασχολικών συναντήσεων με αντικείμενο αγώνες παραμυθο-πλασίας.

Οι παραλλαγές τέτοιων σειρών παιδικού προγράμματος θα μπορούσαν να εκτείνονται από ενθάρρυνση παιδιών-τηλεθεατών να συγκροτήσουν δικές τους ομάδες καταγραφής τοπικών νεανικών ιδιαιτεροτήτων, μέχρι τη δραστηριοποίησή τους για οργάνωση τοπικών μουσικών εκδηλώσεων κ.λπ. που όμως θα καθοδηγούνται με παρεχόμενη τεχνογνωσία και βοήθεια μέσα από την αντίστοιχη τηλεοπτική εκπομπή, σε συνδυασμό με προχωρημένης τηλεοπτικής αισθητικής ολοκληρωμένα παραδείγματα από επίλεκτους επαγγελματίες. Αυτά βέβαια στη σφαίρα του οράματος για μια "άλλη" δημόσια τηλεόραση⁵...

Εργασία για το σπίτι:

Κλείνοντας, ας μου επιτραπεί η περιγραφή μιας φανταστικής περίπτωσης τηλεοπτικής μεταχείρισης ενός θέματος προκειμένου να επανέλθουμε στο αρχικό πλαίσιο μελέτης διαφορετικών τρόπων τηλεοπτικής συμπεριφοράς που υπαγορεύονται από διαφορετικά μοντέλα τηλεοπτικής παρουσίας:

Ο Αντρέας είναι 11 χρόνων, ορφανός από έναν γονιό και μεγαλώνει με το μικρότερο αδερφό του σε ένα χωριό της Χίου. Κάθε βράδυ, ο γονιός -που όλη μέρα λείπει σε δουλειά- προετοιμάζει, όσο γίνεται, τα υλικά του αυριανού φαγητού. Την άλλη μέρα, μόλις γυρίσει από το σχολείο, ο Αντρέας μαγειρεύει, με ιδιαίτερη φροντίδα και μεθοδικότητα, το φαγητό όλης της οικογένειας.

Ένας από τους ευαίσθητους ντοκιμαντερίστες μας γυρίζει ένα ντοκιμαντέρ για το νησί και, μόλις μαθαίνει για την περίπτωση του Αντρέα, του αφιερώνει μερικές λήψεις όπου ο Αντρέας μαγειρεύει στη μικρή κουζίνα του σπιτιού και κάποιες άλλες λήψεις όπου ο Αντρέας περιγράφει στιγμές από την καθημερινότητά του. Μέσα στο συνολικό ντοκιμαντέρ, η σκηνή του Αντρέα λειτουργεί ως ένα ακόμη ανθρώπινο στιγμιότυπο που, μαζί με άλλα, δίνει ανάγλυφο το μήνυμα της λειψής κοινωνικής μέριμνας σε συνθήκες οικονομικής κρίσης.

Η περίπτωση συζητιέται και λίγους μήνες αργότερα, ο "εθνικός μας σεφ" Ηλίας Μαμαλάκης καθώς τυχαίνει να γυρίζει στο ίδιο νησί κάποια επεισόδια της διεθνώς βραβευμένης εκπομπής του, ξετρυπώνει την περίπτωση και δεν χάνει την ευκαιρία να καταγράψει τον Αντρέα την ώρα που μαγειρεύει. Οι χωρικοί που παρακολούθησαν το συνεργείο ακόμα έχουν να λένε για τη στοργή του κυρ- Ηλία απέναντι στο παιδί: "- ο Αντρέας προσέχει να μη ρίξει υπερβολικό νεράκι στην κατσαρόλα του . Δίπλα του, έχει όσο σκορδάκι θα χρειαστεί. Το κόβει σε μικρά

⁵ Θεοδωρίδης Μ. (2006), «Τηλεόραση και Παιδί», (Δημοσίευση εισήγησης στη Διημερίδα *Μια άλλη Τηλεόραση είναι αναγκαία: Προτάσεις για μια άλλη πολιτική στην Τηλεόραση*, που οργάνωσε, το 4^ο Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Φόρουμ στις 13-14 Φεβρουαρίου 2006), Περιοδικό *Εκπαιδευτική Κοινότητα*, Τεύχος 78, σ. 44-47.

κομματάκια και μόλις... "! Ο Αντρέας εδώ, μαζί και το φτωχικό του κουζινάκι, συμβάλλει στο μήνυμα μιας παραδοσιακής τεχνογνωσίας που κάνει θαύματα! Σιγά-σιγά ο Αντρέας ακούγεται ευρύτερα και, δωδεκάχρονος πια, προσκαλείται από τον Λαζάρου σε μια τιμητική παρουσίαση όπου ο Αντρέας μαγειρεύει ένα σπιτικό φαγητό μέσα στο απαστράπτον πλατώ της γνωστής εκπομπής "Οι μικροί Σεφ". Το πανηγυρικό μήνυμα του ταλαντούχου παιδιού! Γενικός ενθουσιασμός!

Σας καλώ τώρα να φανταστείτε τα τρία αυτά οπτικοακουστικά κείμενα και ιδιαίτερα τα αποσπάσματα που αναφέρονται στον Αντρέα καθώς μαγειρεύει. Πώς μοιάζουν και πώς διαφέρουν; Μπορούμε να σχολιάσουμε το μήνυμα του Μέσου σε κάθε περίπτωση; Ποια διακριτή τηλεοπτική συμπεριφορά καλλιεργείται στον τηλεθεατή από το κάθε κείμενο;

*

Μένη Θεοδωρίδη (2012), Παιδικό πρόγραμμα και καλλιέργεια τηλεοπτικής συμπεριφοράς:

Ο τρόπος που τα διάφορα είδη τηλεοπτικών εκπομπών καθορίζουν τη στάση του δέκτη-τηλεθεατή απέναντι στην εκπομπή που παρακολουθεί.