

Τα πολλά «πρόσωπα» του ελληνικού *Survivor*

Μπέτυ Κακλαμανίδου

Αναπλ. Καθηγήτρια, Τμήμα Κινηματογράφου, Α.Π.Θ.

Απρίλιος 2023

Το κείμενο εκπονήθηκε στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων του ΕΜΕΚΤ

Το είδος του ριάλιτι, όπως το γνωρίζουμε σήμερα, αποτελεί βασικό συστατικό της παγκόσμιας τηλεοπτικής βιομηχανίας από το τέλος της δεκαετίας του 1990, χωρίς να παρουσιάζει σημεία κόπωσης (βλ. Edwards 2013, Quелlette 2016, Lindemann 2022). Το ριάλιτι παιχνίδι επιβίωσης *Survivor*¹ συστήθηκε στο ελληνικό κοινό το 2003 από το ιδιωτικό κανάλι ΜΕGA, το οποίο μετάδωσε τέσσερις σεζόν (2003, 2004, 2006 και 2010). Το 2017 τα δικαιώματα αγοράστηκαν από το κανάλι ΣΚΑΪ και ξεκίνησε η σύγχρονη εκδοχή του παιχνιδιού που μετρά ήδη πέντε ολοκληρωμένες σεζόν. Στις 8 Ιανουαρίου 2023, έγινε η πρεμιέρα του *Survivor All Star*, της σεζόν που περιλαμβάνει νικήτριες και νικητές προηγούμενων ετών, καθώς και παίκτριες και παίκτες με ιδιαίτερα αυξημένες αθλητικές ικανότητες.

Το σύντομο κείμενο που ακολουθεί έχει ως βασικό στόχο να εισάγει τις αναγνώστριες και τους αναγνώστες στην ελληνική μορφή του είδους του ριάλιτι, χρησιμοποιώντας ως μελέτη περίπτωσης το *Survivor All Star* και να αναδείξει περιοχές που αξίζει να μελετηθούν λεπτομερώς στο μέλλον από τη νέα γενιά των ερευνητριών/ών στο πεδίο των τηλεοπτικών σπουδών. Παρά την ολοένα αυξημένη – κυρίως αγγλόφωνη – βιβλιογραφία των τελευταίων δύο δεκαετιών στο θέμα της ριάλιτι τηλεόρασης, η ελληνική ακαδημαϊκή παραγωγή δεν περιλαμβάνει ακόμη σχετικές μονογραφίες ή άρθρα. Μόνο ένας πολύ μικρός αριθμός μεταπτυχιακών εργασιών² με θέμα συγκεκριμένα ελληνικά ριάλιτι επιτρέπει μια σχετική αισιοδοξία για μελλοντικές ακαδημαϊκές δημοσιεύσεις. Η αγνόηση του τηλεοπτικού ριάλιτι από την ακαδημαϊκή και όχι μόνο κοινότητα επιβεβαιώνεται και από τη μη απόδοση του αγγλικού όρου reality TV και τη χρήση του σε επίσημο και ανεπίσημο λόγο με ελληνική ή λατινική γραφή (ριάλιτι ή reality). Ενώ, λοιπόν, άλλοι σύγχρονοι όροι, όπως augmented ή virtual reality

¹ Το παιχνίδι επιβίωσης *Survivor* δημιουργήθηκε από τον Βρετανό παραγωγό Charlie Parsons για την τηλεοπτική εταιρία παραγωγής Planet 24. Η πρώτη τηλεοπτική σεζόν του *Survivor* προβλήθηκε το 1997 σε σουηδικό κανάλι με τον τίτλο *Expedition Robinson*. Από τότε το φορμάτ έχει πωληθεί και προβληθεί σε 48 περιοχές παγκοσμίως. Μάλιστα, το 2021 θεωρείται η πιο πετυχημένη χρονιά για το *Survivor* με 24 επιβεβαιωμένες παραγωγές (Ramachandran 2022). Αν και δεν σημειώνεται στο άρθρο του Ramachandran, μπορούμε να πιθανολογήσουμε ότι η πανδημία Covid-19 αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα της αύξησης της δημοτικότητας του παιχνιδιού. Τα τηλεοπτικά δικαιώματα του ριάλιτι είναι στην κατοχή του γαλλικού τηλεοπτικού κολοσσού Banijay Group, ενώ για την Ελλάδα, η σύγχρονη εκδοχή του σόου από το 2017 και μετά αποτελεί παραγωγή της τουρκικής εταιρίας Acun Medya και προβάλλεται από τον τηλεοπτικό σταθμό ΣΚΑΪ.

² Βλ. Αικατερίνη Ζομπανάκη (2022) και Ασπασία Γιαννουλάτου (2018).

αποδίδονται στα ελληνικά ως «επαυξημένη» ή «εικονική πραγματικότητα», η ριάλιτι τηλεόραση παραμένει σε μεταφραστικό περιθώριο.

Οι κύριοι λόγοι³ των «επίσημων» μέσων μαζικής ενημέρωσης στην Ελλάδα θεωρούν το ριάλιτι ως μια υποδεέστερη μορφή διασκέδασης, ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα που ενδεχομένως προωθεί αρνητικές αξίες, όπως, μεταξύ άλλων, τη βία, τον σεξισμό, τον καταναλωτισμό. Από την άλλη πλευρά, οι τηλεθεάσεις, οι συζητήσεις στα κοινωνικά δίκτυα και η ίδια η παραγωγική διαδικασία των εκπομπών αναδεικνύουν το ενδιαφέρον του κοινού, αλλά και τη σημασία των διαφόρων σόου για την οικονομία της ελληνικής τηλεοπτικής βιομηχανίας. Η ριάλιτι τηλεόραση στην Ελλάδα πρέπει να μελετηθεί γιατί αποτελεί ένα ακόμη σύνολο οπτικοακουστικών κειμένων που διαμεσολαβεί πλήθος κοινωνικών θεμάτων σε καθημερινή βάση. Το 2003, ο Nick Couldry δημιούργησε τον όρο «μύθος του διαμεσολαβημένου κέντρου», για να χαρακτηρίσει τα μέσα μαζικής επικοινωνίας (εφημερίδες, ράδιο, τηλεόραση, κ.ά.), τα οποία χρησιμοποιούν λόγους, πρακτικές και στρατηγικές με στόχο να μας «μάθουν» ότι «η κοινωνία έχει ένα «κέντρο» αξιών, γνώσης και νοήματος» και ότι εκείνα (τα μέσα) «έχουν έναν προνομιακό ρόλο να παρέχουν σε εμάς πρόσβαση στο υποτιθέμενο «κέντρο»» (Couldry 2014, 3). Με αυτό τον τρόπο, προσθέτει ο Couldry, η συμβολική εξουσία των μέσων αναπαράγεται και διαιωνίζεται. Η θεωρία του Couldry μπορεί να εφαρμοστεί στο *Survivor All Star* ώστε να δώσει κάποιες αρχικές απαντήσεις σε ερωτήματα, όπως: Τι μας έχει μάθει τα τελευταία έξι χρόνια το *Survivor* για την ελληνική κοινωνία; Ποιες είναι οι αξίες, τα κοινωνικά μοντέλα και οι συμπεριφορές που επικροτεί ως θεμέλια της χώρας και της μακροήμερευσης των κατοίκων της; Τι κατακρίνει ή/και τι καταδικάζει;

Το *Survivor All Star* έκανε πρεμιέρα στις 8 Ιανουαρίου 2023. Προβάλλεται καθημερινά από Κυριακή ως Πέμπτη από τις 21:00 ως τις 00:30 ή 00:45, καταλαμβάνοντας σχεδόν όλο τη ζώνη υψηλής τηλεθέασης (prime time). Η πρότερη γνώση του κοινού σχετικά με τις πρωταγωνίστριες και τους πρωταγωνιστές αποτελεί μια σχετική εγγύηση για την παραγωγή και τον τηλεοπτικό σταθμό που πρέπει να ανταγωνιστεί αρκετές και ιδιαίτερα πετυχημένες ελληνικές σειρές μυθοπλασίας, αλλά και δυνατά ριάλιτι. Άρα, στα επεισόδια της φετινής εκπομπής θα πρέπει να προσθέσουμε και αρκετά επεισόδια από τις παλαιότερες σεζόν και να ανασύρουμε σημαντικά συμβάντα όπου εμπλέκονται οι φετινές/οί παίκτριες/ές. Πράγματι, η σχέση του κοινού αρκετά πρόσωπα αποδείχτηκε ιδιαίτερα δυνατή. Όπως φαίνεται από τις επίσημες τηλεθεάσεις της Nielsen, το ριάλιτι βρέθηκε στο top-20 από την πρεμιέρα του ως τα τέλη Μαρτίου του 2023.

Οι προσωπικότητες/τύποι που αναδεικνύονται σε κάθε ριάλιτι είναι ένα δεύτερο θέμα συζήτησης. Ο Graeme Turner (2016, 313) σημειώνει ότι το είδος αυτό δημιουργεί διασημότητες μέσα από συγκεκριμένες στρατηγικές, τις οποίες συντονίζει με το brand του φορμάτ και όχι με το κάθε άτομο που συμμετέχει. Η συμμετοχή σε ένα ριάλιτι εγγυάται μια «συγκεκριμένη μορφή διασημότητας [που] θα έχει συγκεκριμένη διάρκεια»

³ Η λέξη «λόγος» σε αυτό το κείμενο αποτελεί απόδοση του όρου «discourse», όπως τον ορίζει ο Michel Foucault. Συνεπώς, εκλαμβάνεται ως «σύνολο εκφωνημάτων που ανήκουν σε ένα σύστημα διαμόρφωσης» (2004 [1969], 166), όπως, για παράδειγμα, το σύστημα των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

(Turner 2016, 313), εκτός από τα περίφημα «15 λεπτά διασημότητας». Αν και θα μπορούσαμε να επεκταθούμε εδώ προσφέροντας αρκετά παραδείγματα από τις «διασημότητες» που πράγματι εξαφανίστηκαν μετά τη συμμετοχή τους στο ελληνικό *Survivor*, τονίζουμε ότι υπάρχουν και περιπτώσεις παικτριών και παικτών που διατήρησαν την αναγνωρισιμότητα που τους πρόσφερε η τηλεοπτική τους έκθεση και μάλιστα βρέθηκαν σε νέα επαγγελματικά και πιθανώς αρκετά προσοδοφόρα μονοπάτια. Το ελληνικό *Survivor* και οι λόγοι που σχηματίζει δεν εξαντλούνται στη διάρκεια των επεισοδίων του παιχνιδιού. Ένα ακόμη γκρουπ αφηγημάτων που πρέπει να προστεθεί στο «διαμεσολαβημένο κέντρο» είναι ο εξω-κειμενικός σχολιασμός για ό,τι συμβαίνει στο *Survivor All Star*. Από την αρχή της μετάδοσής του τον Ιανουάριο του 2023, όλα τα πρωινά μαγκαζίνο των έξι βασικών ιδιωτικών καναλιών (MEGA, STAR, ΣΚΑΪ, Alpha, Open TV, ANT1) αναπαράγουν σκηνές και σημαντικά γεγονότα την επόμενη μέρα των επεισοδίων. Για παράδειγμα, την Παρασκευή 31 Μαρτίου 2022, το πρωινό μαγκαζίνο του Open TV αφιέρωσε περίπου πενήντα λεπτά στο παιχνίδι, αυτό του ALPHA 40 λεπτά, του ΣΚΑΪ 15 λεπτά, του MEGA 15-20 λεπτά (παρά το γεγονός ότι η διάρκειά του είναι σχεδόν μία ώρα μικρότερη από το σύνολο των εκπομπών στην ίδια ζώνη) και του STAR 10 λεπτά (παρά το γεγονός ότι το κανάλι προβάλλει το ανταγωνιστικό *MasterChef*). Μόνο στο πρωινό του ANT1 δεν έγινε αναφορά, αν και για τη φετινή σεζόν το μαγκαζίνο έχει μετατραπεί κυρίως σε ενημερωτική εκπομπή και ασχολείται σχεδόν αποκλειστικά με θέματα κοινωνικής και πολιτικής επικαιρότητας. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι υπήρξε ένας έμμεσος σχολιασμός, καθώς παρουσιάστηκε τρίλεπτο ρεπορτάζ με τον νικητή του *Survivor* του 2017 (το *Survivor* «της νέας εποχής», ο οποίος παραμένει ακόμη στο προσκήνιο και κάθε του κίνηση γίνεται θέμα σε κάθε περιοδικό, τηλεοπτική εκπομπή και κοινωνικό δίκτυο).

Παρατηρούμε ότι το ριάλιτι επιβίωσης αποτελεί πράγματι μία από τις βασικές πηγές ειδήσεων γύρω από πλήθος ζητημάτων που προκύπτουν στα επεισόδια, όπως η φιλία, η ανταγωνιστικότητα, η προδοσία, ο έρωτας, η στρατηγική, το κοινωνικό φύλο και η κοινωνική τάξη, από τις πρώτες πρωινές τηλεοπτικές ενημερωτικές εκπομπές έως νωρίς το απόγευμα. Με σταθερές υψηλές τηλεθεάσεις, επιπλέον πρόσβαση στα επεισόδια μέσω της διαδικτυακής σελίδας του ΣΚΑΪ, το *Survivor All Star* αποτελεί επιπλέον μία από τις «τάσεις» στο twitter για την Ελλάδα σχεδόν καθημερινά και διατηρεί εδώ και τρεις και πλέον μήνες το ενδιαφέρον του κοινού. Γιατί συμβαίνει αυτό; Με βάση τη σεζόν που εξελίσσεται και τα όσα έχουν ήδη συμβεί, διακρίνουμε την τάση για μεγαλύτερη ειδολογική μίξη. Σημειώνουμε ότι οι ριάλιτι εκπομπές (διαγωνιστικές και μη) δεν χρησιμοποιούν μόνο στοιχεία ντοκιμαντέρ (συνεντεύξεις, καθημερινούς ανθρώπους, εξωτικά τοπία, κ.λπ.), αλλά αφομοιώνουν συμβάσεις από δημοφιλή μυθοπλαστικά κινηματογραφικά και τηλεοπτικά είδη, από τη σαπουνόπερα και το μελόδραμα στο σασπένς και το σλάπстик.⁴

Σχεδόν κάθε επεισόδιο του *Survivor All Star* περιλαμβάνει σκηνές που προκαλούν ένταση και σασπένς (οι αγώνες στους στίβους μάχης), σκηνές λεκτικής σύγκρουσης μεταξύ παικτών και παικτριών (στις καλύβες, τα συμβούλια και τους αγώνες), σκηνές

⁴ Βλ. Leigh H. Edwards (2013, 3).

«κάθαρσης» και ηρεμίας (που αφορούν ειδικά στα μέλη της νικήτριας ομάδας που κερδίζει τα έπαθλα), σκηνές εντυπωσιασμού (πλάνα που εστιάζουν στην ομορφιά της φύσης στη Δομινικανή Δημοκρατία ή/και στο σωματικό κάλλος των παικτριών και παικτών). Ταυτόχρονα, η έμπειρη ομάδα παραγωγής χρησιμοποιεί με έξυπνο τρόπο τη φωτογραφία, τη μουσική, το μοντάζ, το κοντινό και το μακρινό πλάνο, ώστε να προσδώσει σε κάθε συμβάν την παραδήλωση που επιθυμεί να εκλάβει το κοινό και οι επαγγελματίες της τηλεόρασης, με τελικό ζητούμενο τη συζήτηση στα κοινωνικά δίκτυα και την αναπαραγωγή από τις εκπομπές της επόμενης μέρας.

Με βάση τις παραπάνω σύντομες παρατηρήσεις, οι βασικές αξίες της ελληνικής κοινωνίας, όπως προωθούνται από το *Survivor All Star* και το αποτέλεσμα της πλειοψηφίας του κοινού που αποφασίζει ποιες παίκτριες και ποιους παίκτες θα αποχωρήσουν από το νησί, διαμορφώνονται ως εξής: πίστη στην Ελληνική Ορθόδοξη Εκκλησία, την αθλητική επιδεξιότητα, το σωματικό κάλλος, την ετεροφυλική ένωση, τη μητρότητα και την πατρότητα, την αρρενωπότητα στο πλαίσιο μιας ήπιας πατριαρχικής δομής, το καλοπροαίρετο χιούμορ, την «επίσημη» μόρφωση, την εντιμότητα, την ηθική και τον αγώνα για την επιβίωση (στη ζωή εκτός παιχνιδιού). Κάθε θέμα που περιλαμβάνεται στον παραπάνω κατάλογο των βασικών ζητημάτων που αποτυπώνονται οπτικοακουστικά στα επεισόδια του παιχνιδιού θα πρέπει να μελετηθεί λεπτομερώς, ώστε να διευκρινιστούν τόσο οι ηγεμονικοί λόγοι που διαιώνίζονται, όσο και οι προοδευτικές φωνές που δημιουργούν ρωγμές στον «παραδοσιακό» ελληνικό κοινωνικό ιστό. Γίνεται σαφές ότι η διαμεσολάβηση των παραπάνω κοινωνικών ζητημάτων δεν πραγματοποιείται μόνο σε αφηγήματα που λαμβάνουν την ταμπέλα της «ποιότητας» από μία αόρατη Αρχή και με θολά κριτήρια, αλλά και στο τηλεοπτικό είδος του ριάλιτι. Συνεπώς, προκύπτει ότι το *Survivor All Star* δεν είναι μόνο ένα τηλεοπτικό ψυχαγωγικό παιχνίδι, ένα οικονομικό προϊόν που στήνεται και κατευθύνεται από μία ομάδα παραγωγής που ενδιαφέρεται αποκλειστικά για το κέρδος. Άλλωστε, καμία δημιουργία του δημοφιλούς πολιτισμού δεν έχει μόνο μία ταυτότητα ή μια εξ ορισμού υποδεέστερη ύπαρξη. Είναι στο χέρι των νεότερων και μελλοντικών ακαδημαϊκών να ερευνήσουν κάθε θεματική και κάθε παράμετρο των εγχώριων ριάλιτι και να αναδείξουν την πολυπλοκότητα, ποικιλία και τον ρόλο τους στην ελληνική τηλεοπτική πραγματικότητα.

Βιβλιογραφία

Couldry, Nick (2014) A necessary disenchantment: myth, agency and injustice in a digital world. *The Sociological Review*, 62 (4). pp. 880-897. DOI: 10.1111/1467-954X.12158.

Edwards, Leigh H. *The Triumph of Reality TV. The Revolution in American Television*. Santa Barbara: Praeger, 2013.

Graeme Turner. «Reality Television and the Demotic Turn» in *A Companion to Reality Television*, Laurie Quelling (ed.), 309-323. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2016.

Lindemann, Danielle. *True Story: What Reality TV Says About Us*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2022.

Quellette, Laurie (ed). *A Companion to Reality Television*, Hoboken: Wiley-Blackwell, 2016.

Ramachandran, Nama. “‘Survivor’ New European Versions Revealed by Banijay Rights.” *Variety*. 3 Φεβρουαρίου 2022. <https://variety.com/2022/tv/global/survivor-new-european-versions-1235170953/>.

The Nielsen Company. <http://www.arianna.gr/gr/data/default.htm>.

Foucault, Michel. *The Archaeology of Knowledge*. London, 2004 [1969, 1972].

Γιαννουλάτου, Ασπασία. «Η κουλτούρα των μαζικών μέσων: Η περίπτωση των ριάλιτι στο σύγχρονο ελληνικό τηλεοπτικό τοπίο». Διπλωματική εργασία, ΕΑΠ: Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων, 2018.

Ζομπανάκη, Αικατερίνη. «Αφηγηματολογία των reality TV shows κλειστού τύπου: μια κοινωνική σημειωτική προσέγγιση.» Διπλωματική εργασία, ΑΠΘ: Φιλοσοφική Σχολή, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Σημειωτική, Πολιτισμός, Επικοινωνία», Ιούλιος 2022.