



Σχολή Κοινωνικών Επιστημών

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών:
«Σύγχρονες Δημοσιογραφικές Σπουδές»

Διπλωματική Εργασία

Οι ειδήσεις μεταξύ σοβαρού και αστείου: Τηλεοπτικά και
διαδικτυακά σατιρικά δελτία ειδήσεων στην Ελλάδα

Αντώνης Πορίχης

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Δρ. Δέσποινα Χρονάκη

Συνεπιβλέπων καθηγητής: Βασίλειος Βαμβακάς

Πάτρα, Ιούλιος 2024

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή Πορίχη Αντώνη που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



Οι ειδήσεις μεταξύ σοβαρού και αστείου: Τηλεοπτικά και
διαδικτυακά σατιρικά δελτία ειδήσεων στην Ελλάδα

Αντώνης Πορίχης

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Συνεπιβλέπων Καθηγητής:

Δρ. Δέσποινα Χρονάκη

Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ, ΕΚΠΑ

Μέλος ΣΕΠ ΕΑΠ

Βασίλειος Βαμβακάς

Καθηγητής Τμήματος Δημοσιογραφίας

και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, ΑΠΘ

Μέλος ΣΕΠ ΕΑΠ

Πάτρα, Ιούλιος 2024

Ευχαριστίες

Στα παιδιά μου, τον Άγγελο και την Εβελίνα
(*Ναι αγάπες μου, τελείωσε η «μεγάλη εργασία», πλέον θα πηγαίνουμε περισσότερες βόλτες!*)
Μια μεγάλη αγκαλιά στην Αννίτα που με ανέχτηκε όλα αυτά τα χρόνια των σπουδών μου

Θερμές ευχαριστίες οφείλω στην επιβλέπουσα καθηγήτριά μου Δρ. Δέσποινα Χρονάκη, η οποία από πολύ νωρίς με τίμησε με την εμπιστοσύνη της και δέχτηκε να με καθοδηγήσει. Την ευχαριστώ που ήταν πάντα παρούσα όποτε τη χρειάστηκα και με τη δική της επιστημονική οπτική διεύρυνε συνολικά τη δική μου.

Είμαι ιδιαίτερα ευγνώμων στον συνεπιβλέποντα καθηγητή μου Βασίλη Βαμβακά. Το επιστημονικό του έργο πάνω στις ελληνικές σατιρικές εκπομπές αποτέλεσε πολύτιμη πυξίδα για μένα, ενώ οι στοχευμένες του παρατηρήσεις με επανέφεραν άμεσα και με ηρεμία στον σωστό δρόμο, κάθε φορά που αισθανόμουν να τον χάνω.

Αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω τον Διευθυντή του Προγράμματος Χρήστο Φραγκονικολόπουλο και τους καθηγητές μου Περικλή Πολίτη, Ανδρέα Βέγλη και Διονύση Πάνο για την πολύτιμη και γενναιόδωρη βοήθειά τους στις θεματικές ενότητες του μεταπτυχιακού.

Ευχαριστώ θερμά τους Χριστόφορο Ζαραλίκο, Θύμιο Καλαμούκη, Αποστόλη Μπαρμπαγιάννη, Κωνσταντίνο Πουλή, Αριστοτέλη Ρήγα και Χρήστο Κιούση που δέχτηκαν πρόθυμα να απαντήσουν στις ερευνητικές μου ερωτήσεις. Χωρίς την θετική τους διάθεση και συνεργασία, θα ήταν αδύνατο να πραγματοποιηθεί αυτή η διπλωματική εργασία.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες στους συμφοιτητές μου Ηλία Βαγενά, Κατερίνα Κωστοπούλου, Άλκηστη Κοϊνάκη και Κάτια Τσιμπλάκη, που μοιραστήκαμε για καιρό μαζί τα άγχη, τους προβληματισμούς, τα γέλια και τις μικρές -ή μεγάλες- μας νίκες. Οφείλω ακόμη να εκφράσω την ειλικρινή μου ευγνωμοσύνη στην υποψήφια διδάκτωρ και εξαιρετική φίλη Πόπη Αργύρη για την ανεκτίμητη συνεισφορά της.

Τελευταίο στη σειρά αλλά όχι σε σημασία, ένα ευχαριστώ από καρδιάς στους παλιούς και παντοτινά αγαπημένους μου συμφοιτητές Παναγιώτη Σιάνη και Σοφία Τασσοπούλου, οι οποίοι -καθένας με τον τρόπο του- αποτέλεσαν την σπίθα και την έμπνευση για αυτή την προσπάθεια.

Περίληψη

Τα σατιρικά δελτία ειδήσεων συνιστούν ένα υβριδικό είδος ψυχαγωγίας που χρησιμοποιεί το πολιτικό χιούμορ μέσω της δημοσιογραφικής προσέγγισης προκειμένου να αρθρώσει έναν εναλλακτικό και ερμηνευτικό αντιπολιτευτικό λόγο στην κυρίαρχη πολιτική επικοινωνία.

Από τις αρχές του 21^{ου} αιώνα οι σατιρικές δημοσιογραφικές ειδήσεις έχουν απασχολήσει σοβαρά την επιστημονική έρευνα ως υβριδικός τρόπος ενημέρωσης και ψυχαγωγίας. Η προσοχή εστιάστηκε αρχικά στο παράδειγμα των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής (*The Daily Show, The Colbert Report, Last Week Tonight, Full Frontal*). Μόλις τα τελευταία χρόνια το επιστημονικό ενδιαφέρον στρέφεται στην Ευρώπη και στις αντίστοιχες σατιρικές δημοσιογραφικές εκπομπές. Στις ευρωπαϊκές μελέτες επισημαίνεται το γεγονός ότι ενώ στη βιβλιογραφία έχει εξεταστεί εξονυχιστικά τόσο το περιεχόμενο όσο και οι επιδράσεις των σατιρικών δημοσιογραφικών εκπομπών, η παράμετρος της παραγωγής τους έχει παραμείνει σχετικά ανεξερεύνητη.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να καλύψει το ερευνητικό κενό στην υπάρχουσα βιβλιογραφία σχετικά με την παραγωγή σατιρικών δημοσιογραφικών εκπομπών στην Ελλάδα και να εξετάσει τον τρόπο με τον οποίο οι Έλληνες παρουσιαστές σατιρικών δελτίων ειδήσεων διαπραγματεύονται το υβριδικό αυτό είδος ενημερωδιασκέδασης στο πλαίσιο του Μεσογειακού πολωμένου πλουραλιστικού μοντέλου. Βασισμένη σε ποιοτικές ημιδομημένες συνεντεύξεις με έξι παραγωγούς από πέντε σύγχρονες ελληνικές εκπομπές σατιρικών ειδήσεων, η εργασία διερευνά τους τρόπους με τους οποίους οι Έλληνες σατιρικοί κατανοούν την σάτιρα, τις αντιλήψεις τους για την αλληλεπίδραση της με τη δημοσιογραφία καθώς και τα κίνητρα και τις επιδιώξεις που τους καθοδηγούν.

Λέξεις – Κλειδιά

Μελέτη Συνεντεύξεων, Προσανατολισμοί Ρόλων, Σατιρικοί, Δημοσιογραφία, Σάτιρα, Τηλεοπτικές Σατιρικές Ειδήσεις, Ελλάδα.

Straddling the line between serious and funny:
Journalistic news satire on TV and internet in Greece
Antonis Porichis

Abstract

Journalistic news satire is a hybrid entertainment genre that utilizes political humor through a journalistic lens to offer an alternative and interpretive discourse to mainstream political communication.

Since the early 21st century, satirical news has become a significant subject of academic research, recognized as a hybrid form of information and entertainment. Initial attention focused primarily on American examples (*The Daily Show*, *The Colbert Report*, *Last Week Tonight*, *Full Frontal*). However, recent years have seen growing interest in European satirical broadcasts. While existing research has explored the content and effects of these programs, the production aspect remains relatively under-examined.

This study aims to fill the research gap in the existing literature on the production of satirical news programs in Greece. Specifically, we seek to analyze how Greek satirical news anchors navigate this specific genre of infotainment within the context of the Mediterranean polarized pluralist model. Through qualitative semi-structured interviews with six producers from five contemporary Greek satirical news shows, this study explores the satirists' understanding of satire, their perspectives on its relationship to journalism, and the motivations and aspirations behind their work.

Keywords:

Interview Study, Role Orientations, Satirists, Journalism, Satire, Satirical TV News, Greece.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες	iv
Περίληψη.....	v
Abstract	vi
Περιεχόμενα	vii
Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων	viii
Συντομογραφίες & Ακρωνύμια.....	ix
Εισαγωγή.....	1
1. Η σατιρική δημοσιογραφία ως υβριδικό είδος ενημερωδιασκέδασης.....	4
1.1 Επισκόπηση των βασικών εννοιών	4
1.2 Η εξέλιξη από την δημοσιογραφική σάτιρα στην σατιρική δημοσιογραφία στις ΗΠΑ	7
1.2.1 Τα απολιτικά αστεία σε βάρος των πολιτικών (1969- 1992).....	8
1.2.2 Η ακμή των μεταμεσονύκτιων talk -shows (1993-2001).....	9
1.2.3 Ο Stewart και ο Colbert ως πρωτοπόροι της «έξυπνης σάτιρας» (2001-2009) .	10
1.2.4 Η καθιέρωση της σατιρικής δημοσιογραφίας (2009-). Οι περιπτώσεις Bee και Oliver.....	12
1.3 Τηλεοπτικές σατιρικές ειδήσεις: Ο ρόλος και οι στόχοι ενός υβριδικού είδους και των δημιουργών του.....	18
1.3.1 Σάτιρα και δημοσιογραφία: Ομοιότητες, διαφορές και επικαλύψεις	18
1.3.2 Ο ρόλος, τα κίνητρα και οι στόχοι των σατιρικών.....	25
2. Τα ελληνικά σατιρικά δελτία ειδήσεων στην τηλεόραση και το διαδίκτυο	31
2.1 Το Πολωμένο Πλουραλιστικό ελληνικό σύστημα μέσω ενημέρωσης	31
2.2 Σατιρικά δελτία ειδήσεων στην ελληνική ιδιωτική τηλεόραση.....	34
2.2.1 <i>Ψαροκωστούλα, Αγάπη μου</i>	37
2.2.2 <i>Όχι τα Νέα του ANTI</i>	38
2.2.3 Τα σατιρικά δελτία ειδήσεων της Μαλβίνας Κάραλη	39
2.2.4 <i>Οι Διαπλεκόμενοι</i>	41
2.2.5 Η τηλεοπτική <i>Ελληνοφρένεια</i>	44
2.2.6 <i>Συντέλεια και Οτινάται</i> του Μάνου Βουλαρίνου	46
2.2.7 <i>Αλ Τσαντίρι Νιούζ</i>	48
2.2.8 <i>Ράδιο- Αρβύλα - Οι Boomers</i>	51
2.3 Σατιρικά δελτία ειδήσεων στο ελληνικό διαδίκτυο	54
2.3.1 <i>Ανασκόπηση</i> με τον Κωνσταντίνο Πουλή.....	56
2.3.2 <i>Zaraleaks TV</i> με τον Χριστόφορο Ζαραλίκo	60
2.3.3 <i>Έξω από το στόμα του Λάκη</i> με τον Λάκη Λαζόπουλο.....	63
2.3.4 <i>Τα Νέα της Εβδομάδας</i> με τον Βαγγέλη Μουλαρά	67

2.3.5 <i>Είμαι Υπέρ</i> με τον Αριστοτέλη Ρήγα.....	69
3. Η μεθοδολογία της έρευνας	72
3.1 Οδηγός Συνέντευξης	72
3.2 Συνεντεύξεις και συμμετέχοντες.....	74
3.3 Επεξεργασία και ανάλυση εμπειρικού υλικού	76
4. Ευρήματα και αποτελέσματα της έρευνας.....	77
4.1 RQ1: Σάτιρα και δημοσιογραφία: ομοιότητες, διαφορές και αλληλεπίδραση στα ελληνικά σατιρικά δελτία ειδήσεων.....	77
4.2 RQ2: Τα κίνητρα, οι στόχοι και η αυτοαντίληψη του ρόλου των Ελλήνων σατιρικών	87
5. Συζήτηση και συμπεράσματα	94
Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία.....	104
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία.....	106
Διαδικτυακές Πηγές	116
Παράρτημα: Ερωτήσεις συνεντεύξεων.....	121

Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων

Εικόνα 2-1: Ο Τέρενς Κουίκ (δεξιά), κεντρικός παρουσιαστής του δελτίου ειδήσεων του ANT1 μαζί με τον Φέρενς Κουάκ, κεντρικό παρουσιαστή του σατιρικού δελτίου ειδήσεων της <i>Ψαροκωστούλας</i>	37
Εικόνα 2-2: Οι κεντρικοί παρουσιαστές του σατιρικού δελτίου ειδήσεων <i>Όχι τα Νέα του ANT1</i>	39
Εικόνα 2-3: Η Μαλβίνα Κάραλη παρουσιάζει το <i>Μαλβίνα Ρίχτεν</i>	40
Εικόνα 2-4: Συνέντευξη του Υπουργού από το Δημοσιογράφο (πρώτη περίοδος των <i>Διαπλεκόμενων</i>).....	42
Εικόνα 2-5 Συνέντευξη της Υπουργού Όλγας Γεροβασίλη με τον Τσολιά της <i>Ελληνοφρένειας</i>	44
Εικόνα 2-6 Ο Μάνος Βουλαρίνος παρουσιάζει την <i>Συντέλεια</i>	46
Εικόνα 2-7 Ο Λάκης Λαζόπουλος ως Γύφτος - κεντρικός παρουσιαστής του <i>Αλ Τσαντίρι Νιούζ</i> (μεταγενέστερη εμφάνιση στις 21/5/2023).....	49
Εικόνα 2-8 Οι συντελεστές του <i>Ράδιο Αρβύλα</i> (2024)	51
Εικόνα 2-9 Ο Κωνσταντίνος Πουλής παρουσιάζει την <i>Ανασκόπηση</i>	56
Εικόνα 2-10 Ο Χριστόφορος Ζαραλίκος παρουσιάζει το <i>Zaraleaks TV</i>	60
Εικόνα 2-11 Ο Λάκης Λαζόπουλος παρουσιάζει το <i>Έξω από το Στόμα του Λάκη</i>	64
Εικόνα 2-12 Ο Βαγγέλης Μουλαράς παρουσιάζει <i>Τα Νέα της Εβδομάδας</i>	67
Εικόνα 2-13 Ο Αριστοτέλης Ρήγας παρουσιάζει το <i>Είμαι Υπέρ</i>	69

Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

AI	Artificial Intelligence
ANT1	Αντέννα
ΑΠΕ-ΜΠΕ	Αθηναϊκό – Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων
ΔΟΛ	Δημοσιογραφικός Όμιλος Λαμπράκη
EIPT	Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης
FF	Full Frontal
ΗΠΑ	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
ΚΚΕ	Κομμουνιστικό Κόμμα Ελλάδας
ΚΟΚ	Κώδικας Οδικής Κυκλοφορίας
ΜΚΔ	Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
LWT	Last Week Tonight
RSF	Δημοσιογράφοι Χωρίς Σύνορα
SNL	Saturday Night Live
TCR	The Colbert Report
TDS	The Daily Show
TTS	The Tonight Show

Εισαγωγή

Οι τηλεοπτικές ειδήσεις, τα ψυχαγωγικά τηλεοπτικά προγράμματα και η πολιτική γνώρισαν σημαντικές αλλαγές κατά τη διάρκεια των τελευταίων είκοσι πέντε περίπου χρόνων, λόγω κυρίως των τεχνολογικών εξελίξεων και της εμπορευματοποίησης που οδήγησαν στο κυρίαρχο, σε παγκόσμια κλίμακα, φαινόμενο της ενημερωδιασκέδασης. Τα σύνορα μεταξύ της δημοσιογραφίας και της ψυχαγωγίας, μεταξύ των δημοσίων υποθέσεων και της δημοφιλούς κουλτούρας, γίνονται θολά και δυσδιάκριτα και συχνά επικαλύπτονται. Προβεβλημένοι δημοσιογράφοι νοούνται και συμπεριφέρονται ως τηλεοπτικοί αστέρες. Ηθοποιοί, ποδοσφαιριστές και τηλεπερσόνες ασχολούνται με την πολιτική και εκλέγονται σε βουλευτικές έδρες. Πολιτικοί χρησιμοποιούν το χιούμορ προκειμένου να προσεγγίσουν το εκλογικό ακροατήριο. Δημοσιογράφοι υιοθετούν ψυχαγωγικά στοιχεία προκειμένου να κερδίσουν ακροαματικότητα. Κωμικοί μιμούνται τους δημοσιογράφους στις πολιτικές εκπομπές και στα δελτία ειδήσεων. Οι ειδήσεις μετατρέπονται σε θέαμα και οι σατιρικές εκπομπές σε πηγές ενημέρωσης.

Τα δημοσιογραφικά δελτία ειδήσεων συνιστούν την περισσότερο διαδεδομένη μορφή τηλεοπτικού προγράμματος παγκοσμίως. Ταυτόχρονα είναι το τηλεοπτικό είδος το οποίο η πολιτική σάτιρα κατά κόρον μιμείται και υιοθετεί συμβάσεις του, προκειμένου να ασκήσει κριτική τόσο στις σύγχρονες πολιτικές στάσεις και συμπεριφορές όσο και στις δημοσιογραφικές πρακτικές των κυρίαρχων τηλεοπτικών μέσων ενημέρωσης (Baym & Jones, 2012; Brugman et al., 2021). Η παρωδία και η σάτιρα των τηλεοπτικών δελτίων ειδήσεων αποτελεί παγκόσμιο φαινόμενο καίτοι η επιστημονική έρευνα αρχικά επικεντρώθηκε κυρίως στη μελέτη περιπτώσεων σατιρικών δελτίων ειδήσεων από τις ΗΠΑ, ενδεικτικά *The Daily Show* (εφεξής *TDS*), *The Colbert Report* (εφεξής *TCR*), *Full Frontal* (εφεξής *FF*) και *Last Week Tonight* (εφεξής *LWT*). Μόλις τα τελευταία χρόνια το επιστημονικό ενδιαφέρον στρέφεται στην Ευρώπη και στις αντίστοιχες σατιρικές δημοσιογραφικές εκπομπές. Στις ευρωπαϊκές μελέτες επισημαίνεται το γεγονός ότι ενώ στη βιβλιογραφία έχει εξεταστεί εξονυχιστικά τόσο το περιεχόμενο όσο και οι επιδράσεις των

σατιρικών δημοσιογραφικών εκπομπών, η παράμετρος της παραγωγής τους έχει παραμείνει σχετικά ανεξερεύνητη (Koivukoski & Ödmark, 2020).

Η παρούσα εργασία έχει πρωταρχικό στόχο να καλύψει το ερευνητικό κενό στην υπάρχουσα βιβλιογραφία και μέσω της ποιοτικής έρευνας να διερευνήσει το πεδίο της παραγωγής σατιρικών δελτίων ειδήσεων στον ελληνικό χώρο. Για τον σκοπό αυτό διενεργήθηκαν ημιδομημένες ποιοτικές συνεντεύξεις με έξι παρουσιαστές πολιτικής σάτιρας στην Ελλάδα. Ειδικότερα, αναζητήθηκαν απαντήσεις σε δύο ερευνητικά ερωτήματα που αφορούν τον τρόπο με τον οποίο οι Έλληνες σατιρικοί αντιλαμβάνονται έννοιες όπως η σάτιρα, η δημοσιογραφία και οι τηλεοπτικές σατιρικές ειδήσεις αλλά και την κατανόηση των στόχων, των κίνητρων και της αυτοαντίληψης του ρόλου τους. Τα ευρήματα της έρευνας συγκρίνονται κυρίως με αυτά αντίστοιχων ευρωπαϊκών εργασιών (Koivukoski & Ödmark, 2020; Lichtenstein et al., 2021; Ödmark & Harvard, 2021; Ödmark & Nicolaï, 2024; Zaragoza, 2018), προκειμένου να εντοπιστούν ομοιότητες και αποκλίσεις και να διερευνηθεί η ιδιαιτερότητα του ελληνικού πλαισίου σε σχέση με το ευρύτερο ευρωπαϊκό.

Για τους δημιουργούς σάτιρας δεν υφίσταται σαφής ορισμός για την ιδιότητά τους. Ο όρος «κωμικός» είναι ιδιαίτερα ευρύς και όχι ιδιαίτερα στοχευμένος στην σάτιρα. Οι περισσότεροι σατιρικοί δημιουργοί παρουσιάζουν και γράφουν οι ίδιοι τα κείμενά τους. Είναι επαγγελματίες ηθοποιοί, κυρίως όμως αυτοπροσδιορίζονται ως stand-up comedians. Συχνά κάποιοι εξ αυτών σκηνοθετούν οι ίδιοι τις παραστάσεις τους. Για τους λόγους αυτούς στην παρούσα εργασία θα αποκαλούνται γενικευμένα ως σατιρικοί.

Η εργασία δομείται σε πέντε κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο επιχειρείται αρχικά μια αποσαφήνιση των βασικών εννοιών που διατρέχουν την έρευνα, εννοιών όπως το πολιτισμικό χάος, η υβριδικότητα και η ενημερωδιασκέδαση καθώς και το ίδιο το είδος των σατιρικών τηλεοπτικών ειδήσεων. Στη συνέχεια εξετάζεται η εξέλιξη της τηλεοπτικής σατιρικής δημοσιογραφίας τα τελευταία πενήντα πέντε περίπου χρόνια στις ΗΠΑ, εφόσον οι αμερικανικές εκπομπές σατιρικών ειδήσεων ήταν εκείνες που επηρέασαν και αποτέλεσαν το πρότυπο για αντίστοιχες εκπομπές σε πολλές άλλες χώρες ανά τον κόσμο. Ακολουθεί

μια εκτεταμένη ενότητα όπου εξετάζονται οι έννοιες της σάτιρας και της δημοσιογραφίας, ο βαθμός επικάλυψής τους και η θέση της σατιρικής δημοσιογραφίας στο χώρο ανάμεσά τους. Εξετάζονται επίσης ο ρόλος, τα κίνητρα και οι στόχοι των σατιρικών σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, προκειμένου στη συνέχεια να τεθούν τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας εργασίας, εστιασμένα στην ελληνική πραγματικότητα.

Το δεύτερο κεφάλαιο ξεκινά με μια ενότητα αφιερωμένη στην εξέταση του ελληνικού συστήματος μέσων ενημέρωσης, πριν να επιδοθεί σε ένα «ζάπινγκ» στα σατιρικά δελτία ειδήσεων της ελληνικής ιδιωτικής τηλεόρασης από τις αρχές της δεκαετίας του '90 μέχρι σήμερα. Σε αυτό το σημείο κρίνεται απαραίτητο να διευκρινιστεί ότι το βασικό ζητούμενο της εργασίας δεν είναι μια εξαντλητική ανάλυση του περιεχομένου των σατιρικών δελτίων ειδήσεων στην Ελλάδα, αλλά η διερεύνηση των απόψεων των ίδιων των δημιουργών τους για τους στόχους και τους ρόλους τους. Σε μια ξεχωριστή ενότητα εξετάζονται οι αντίστοιχες εκπομπές που τα τελευταία χρόνια έχουν μετακομίσει πλέον από τους τηλεοπτικούς δέκτες στο -ίσως περισσότερο φιλόξενο για τις ίδιες- διαδίκτυο και προβάλλονται μέχρι σήμερα. Ειδικά στην συγκεκριμένη ενότητα επιχειρείται επιπλέον μια σταχυολόγηση αντιπροσωπευτικών παραδειγμάτων από τα χιουμοριστικά κείμενα των διαδικτυακών ελληνικών σατιρικών δημοσιογραφικών εκπομπών, ώστε στο τέλος να συνεκτιμηθούν μαζί με τις απόψεις των δημιουργών τους.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας. Ακολουθεί στο τέταρτο κεφάλαιο η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας, με εκτενή επιλεγμένα αποσπάσματα από τις απαντήσεις των Ελλήνων δημιουργών σατιρικών δελτίων ειδήσεων στις ερευνητικές ερωτήσεις που τους τέθηκαν.

Στο πέμπτο κεφάλαιο συζητούνται τα συμπεράσματα της έρευνας, επισημαίνονται οι περιορισμοί της παρούσας μελέτης και συστήνονται μελλοντικές προοπτικές για την έρευνα στο πεδίο των ελληνικών εκπομπών σάτιρας δημοσιογραφικών ειδήσεων.

1. Η σατιρική δημοσιογραφία ως υβριδικό είδος ενημερωδιασκέδασης

1.1 Επισκόπηση των βασικών εννοιών

Τις τελευταίες δεκαετίες ένας μεγάλος όγκος επιστημονικών ερευνών έχει εστιάσει το ενδιαφέρον του στις τηλεοπτικές σατιρικές ειδήσεις. Οι σατιρικές ειδήσεις γενικότερα, αποτελούν ένα υβριδικό είδος που αναμειγνύει την κωμωδία και τη μυθοπλασία με την πολιτική κριτική και τον ειδησεογραφικό λόγο (Droog et al., 2020; Brugman et al., 2021). Ενώ οι γραπτές σατιρικές ειδήσεις μιμούνται τους τίτλους, την εμφάνιση, τον τρόπο γραφής των σοβαρών δημοσιογραφικών άρθρων, οι τηλεοπτικές σατιρικές ειδήσεις, στις οποίες εστιάζουμε στην παρούσα εργασία, ενσωματώνουν και διακωμωδούν τη δομή, το πλαίσιο και τις συμβάσεις των παραδοσιακών τηλεοπτικών δελτίων ειδήσεων, προκειμένου να αναδείξουν και να στηλιτεύσουν την υποτιθέμενη αντικειμενικότητα και τις πρακτικές αναπαράστασης της πραγματικότητας από τους επαγγελματίες της ενημέρωσης, τις δηλώσεις και τις επιλογές πολιτικών προσώπων, τον τρόπο ζωής των διασημοτήτων ή να ασκήσουν κριτική πάνω σε διάφορα κοινωνικοπολιτικά θέματα (Tsakona, 2024).

Η έννοια του πολιτισμικού χάους (Mcnaair, 2006; Πλειός, 2011: 54) είναι κεντρική στην όλη συζήτηση και περιγράφει μια κατάσταση ιδεολογικής και κοινωνικής ρευστότητας όπου, κυρίως λόγω της τεχνολογικής εξέλιξης και την καθιέρωση των ψηφιακών μέσων, οι ελίτ εμφανίζονται να έχουν χάσει τον πλήρη ιδεολογικό έλεγχο και μεγάλο μέρος από τον κοινωνικό σεβασμό. Το γεγονός αυτό, συγκεκριμένα στον τομέα της ενημέρωσης, σηματοδοτεί το θόλωμα των ορίων μεταξύ ειδήσεων και ψυχαγωγίας, προκαλεί ανταγωνιστικές πιέσεις στα ΜΜΕ και οδηγεί στην επέκταση των δημοσιογραφικών ειδών με την εμφάνιση υβριδικών δημοσιογραφικών μορφών και εκπομπών (Harrington, 2012; Zirugo, 2021).

Η υβριδικότητα είναι μια ακόμη έννοια-κλειδί για την κατανόηση του φαινομένου των τηλεοπτικών σατιρικών δελτίων ειδήσεων. Ο Κοϊνυκοςκι (2022) παρατηρεί ότι η έννοια της υβριδικότητας έχει αποκτήσει μεγάλη σημασία τόσο στον ακαδημαϊκό όσο και στον δημόσιο διάλογο, καθώς περιγράφει ένα ευρύ φάσμα φαινομένων, όπου οι καθιερωμένοι

θεσμοί, οι πρακτικές και το περιεχόμενο υφίστανται μετασχηματισμούς και αναμειγνύονται με νέους τρόπους. Ως προς το περιεχόμενό του, το πολιτικό χιούμορ αναμειγνύει χιουμοριστικά διάφορα πολιτικά στοιχεία, χρησιμοποιώντας τεχνικές όπως η μεταφορά, η υπερβολή και η ειρωνεία σε είδη όπως, μεταξύ άλλων, οι τηλεοπτικές σατιρικές ειδήσεις. Οι πρακτικές, οι ταυτότητες και οι παραδοσιακοί ρόλοι των δημοσιογράφων, των κωμικών και των πολιτικών, γίνονται όλο και πιο ρευστοί. Οι πολιτικοί χρησιμοποιούν το χιούμορ προκειμένου να προσεγγίσουν το κοινό, οι δημοσιογράφοι το ενσωματώνουν στον λόγο τους για να γίνει περισσότερο ελκυστικός και οι κωμικοί το χρησιμοποιούν προκειμένου να επικρίνουν και να κινητοποιήσουν. Τέλος, η επέκταση των ψηφιακών μέσων έχει μεταμορφώσει τη δημόσια σφαίρα, επιτρέποντας μεγαλύτερη συμμετοχή και αλληλεπίδραση μεταξύ των ελίτ και των μη προνομιούχων. Το πολιτικό χιούμορ διαδραματίζει σημαντικό ρόλο σε αυτή την υβριδική δημόσια σφαίρα διαμορφώνοντας διαβουλευτικά την κοινή γνώμη, κατασκευάζοντας συναισθηματικές πολιτικές ταυτότητες και διευκολύνοντας τη δημόσια συζήτηση μέσω των ελεύθερων αλληλεπιδράσεων.

Ο όρος *ενημερωδιασκέδαση* (*infotainment*) είναι ένας νεολογισμός που περιγράφει ένα υβριδικό μείγμα πληροφόρησης (*information*) και ψυχαγωγίας (*entertainment*) και απαντάται τόσο στα ενημερωτικά όσο και στα ψυχαγωγικά προγράμματα (Πλειός, 2017: 53; Thussu, 2007: 7). Έχει παράλληλα χρησιμοποιηθεί και επικριτικά, προκειμένου να περιγράψει την υποβάθμιση της σοβαρής δημοσιογραφίας σε προϊόν ευρείας κατανάλωσης (Jones & Baym, 2010). Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της ενημερωδιασκέδασης είναι η μετεξέλιξη της οργάνωσης των ειδήσεων σε μορφή ιστοριών, οι οποίες έχουν αρχή, μέση και τέλος και φέρουν τα θεμελιώδη χαρακτηριστικά της δραματοποίησης, της προσωποποίησης, της αποσπασματικότητας και της κανονικοποίησης (Πλειός, 2011:173). Όπως επισημαίνει ο Thussu (2007:8) «το φαινόμενο του *infotainment* υποδηλώνει έναν τύπο τηλεοπτικών ειδήσεων όπου το στυλ θριαμβεύει έναντι της ουσίας, ο τρόπος παρουσίασης γίνεται πιο σημαντικός από το περιεχόμενο» και ως όρος θρηνεί την μετατροπή των σοβαρών πηγών πληροφόρησης σε εμπορικά προϊόντα ψυχαγωγίας (Jones & Baym, 2010). Το σύγχρονο εμπορευματοποιημένο επικοινωνιακό σύστημα μέσα στις συνθήκες του πολιτισμικού χάους, η μετατροπή των ειδήσεων ως προϊόν κερδοσκοπικού

χαρακτήρα και η καταναλωτική στάση των θεατών αποτελούν βασικούς λόγους για το γεγονός ότι η ενημερωδιασκέδαση εκλαμβάνεται συχνά ως η βασική στρατηγική όλων των ενημερωτικών εκπομπών (Πλειός, 2017: 55).

Η κάποτε σαφής διάκριση μεταξύ ενημερωτικού και ψυχαγωγικού περιεχομένου στα ΜΜΕ, έχει πλέον θολώσει και αυτό οφείλεται στην ανάμειξη περιεχομένου σε διάφορα κανάλια και μορφές, προκειμένου οι σύγχρονες εταιρείες των μέσων να μεγιστοποιήσουν την οικονομική απόδοση μέσω της κοινής χρήσης πόρων, προσωπικού και προσεγγίσεων περιεχομένου σε είδη που κάποτε θεωρούνταν ασυμβίβαστα (Baym, 2008, McNair, 2006). Η ενημερωδιασκέδαση, με την έννοια της μείξης ενημέρωσης και ψυχαγωγίας, δεν εκδηλώνεται μόνο στα δελτία αλλά και στα ψυχαγωγικά προγράμματα, συνήθως με τον αντίστροφο τρόπο (reality shows, talent shows κ.ο.κ.), τα οποία βασίζονται και συνδέονται με κάποιες μορφές τεκμηριωτικού υλικού των επίκαιρων γεγονότων (Πλειός, 2011: 176).

Μέσα σε αυτό το θολό όσο και χαώδες περιβάλλον όπου όλα συγχέονται και όλα συγχωνεύονται, θεμελιώδεις έννοιες όπως η αλήθεια, μετατρέπονται σε εύθραυστες συναρτήσεις διάφορων παραγόντων και καθίστανται σχετικές και υπό αμφισβήτηση. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την άρση της εμπιστοσύνης στο πολιτικό σύστημα, στους θεσμούς, και στα παραδοσιακά ΜΜΕ, τα οποία χάνουν ολοένα και περισσότερο την αξιοπιστία τους (Βώβου, 2012). Έτσι, ενώ η έντονη δραματοποίηση των ειδήσεων έχει για πρωταρχικό στόχο να τις καταστήσει ελκυστικές ως πηγή εσόδων για τους ενημερωτικούς ομίλους, συχνά οδηγεί μέρος του κοινού στην επιλεκτική ή συνεπή αποφυγή τους επειδή τις αξιολογούν ως επαναλαμβανόμενες, προκατειλημμένες ή υπερβολικά αρνητικές, με αποτέλεσμα να μην τις εμπιστεύονται ή να θεωρούν ότι επηρεάζουν αρνητικά την ψυχική τους υγεία (Palmer & Edgerlyb, 2024). Ο Boukes (2019) επισημαίνει ότι η κατανάλωση προϊόντων ενημερωδιασκέδασης μπορεί να επηρεάσει τις στάσεις, την εμπιστοσύνη και την συμμετοχή των θεατών και διακρίνει πέντε υποείδη στα τηλεοπτικά προγράμματα του είδους: τις μαλακές (απαλές) ειδήσεις (soft news), τις ειδήσεις γνώμης, την πολιτική σάτιρα, τα ψυχαγωγικά talk shows και την πολιτική μυθοπλασία.

Σύμφωνα με τον τρόπο που παρουσιάζεται σε σατιρικές δημοσιογραφικές εκπομπές όπως το *TDS* και το *TCR*, η πολιτική σάτιρα συχνά περιγράφεται με διάφορους όρους, όπως *infotainment*, *soft news*, ακόμα και *fake news*, αν και κανένας από αυτούς δεν είναι απολύτως ακριβής. Για παράδειγμα, ο όρος *ψευδείς ειδήσεις* έχει αποκτήσει αρνητική χροιά μόνο μετά τις αμερικανικές εκλογές του 2016, οπότε ο Donald Trump ξεκίνησε να τον χρησιμοποιεί προκειμένου να κλονίσει την εμπιστοσύνη των πολιτών στις ειδήσεις των κυρίαρχων ΜΜΕ, ειδικά όταν αυτά επέκριναν την προεδρία του (Ross & Rivers, 2018). Ο όρος αναφέρεται κυρίως σε εσκεμμένα παραπλανητικές ιστορίες που διαδίδονται στο διαδίκτυο, όμως η σάτιρα βασίζεται σε πραγματικά γεγονότα και δεν αποσκοπεί στην εξαπάτηση, παρότι μπορεί να χρησιμοποιεί χιούμορ και υπερβολή (Martin et al., 2018). Ο χαρακτηρισμός των τηλεοπτικών σατιρικών ειδήσεων ως *ψευδείς ειδήσεις* συνιστά υπεραπλούστευση, εφόσον ορίζει το είδος μόνο αρνητικά, με βάση αυτό που δεν είναι, δηλαδή εκπομπές της παραδοσιακής δημοσιογραφίας (Fox, 2018). Ο Baym (2005) σε μια προσπάθεια να ορίσει το -τότε- νεοφανές φαινόμενο, τις χαρακτηρίζει ως «πείραμα στη δημοσιογραφία» και εισηγείται τον όρο *διαλογική ολοκλήρωση* (*discursive integration*) προκειμένου να περιγράψει τη σύγχυση των προγραμματικών ειδών, την υιοθέτηση τεχνικών και προθέσεων της ψυχαγωγίας εκ μέρους των μορφών πληροφόρησης και, κυρίως, την υιοθέτηση του επίκεντρου και των μορφών των ειδήσεων από τα ψυχαγωγικά προγράμματα (Jones & Baym, 2010).

1.2 Η εξέλιξη από την δημοσιογραφική σάτιρα στην σατιρική δημοσιογραφία στις ΗΠΑ

Οι σατιρικές εκπομπές ειδήσεων *TDS* με τον Jon Stewart και *TCR* με τον Stephen Colbert, αυτές οι υβριδικές μορφές ενημέρωσης και ψυχαγωγίας «που κατά κάποιο τρόπο εξακολουθούν να λειτουργούν υπό το μανδύα των “πραγματικών ειδήσεων”», αποτελούν μία από τις απαντήσεις στην μεταμοντέρνα παρακμή των παραδοσιακών δελτίων ειδήσεων και της ενημέρωσης για τις δημόσιες υποθέσεις στις ΗΠΑ (Jones & Baym (2010: 280).

Αυτό το νέο είδος ψυχαγωγίας που συνδυάζει τις παραδοσιακές μορφές παρουσίασης των ειδήσεων με την ειρωνεία, την παρωδία και την σάτιρα, θα απασχολήσει τα τελευταία είκοσι πέντε χρόνια τους ακαδημαϊκούς μελετητές και το κοινό (Howley, 2019) αφού αφενός θα ξεπεράσει τα αμερικανικά σύνορα και θα βρει μιμητές σε πολλές άλλες χώρες σε όλο τον κόσμο (Baym & Jones, 2012) και αφετέρου θα εξελιχθεί ως είδος μέσα σε αυτά τα χρόνια και θα πλησιάσει ακόμα περισσότερο την παραδοσιακή τηλεοπτική δημοσιογραφία, με κορυφαίο παράδειγμα την εκπομπή *LWT* με τον John Oliver (Koivukoski & Ödmark, 2020). Η σύγχρονη αυτή σάτιρα των ειδήσεων δεν περιορίζεται στην παρωδία πολιτικών προσώπων, αλλά περιλαμβάνει συνεντεύξεις, κριτική ανάλυση του προγραμματισμού των ειδήσεων και εις βάθος έρευνα για να συγκρίνει τις δηλώσεις των πολιτικών με τις προηγούμενες ενέργειες και θέσεις τους. Η χρήση του χιούμορ επιτρέπει στην ειδησεογραφική σάτιρα να θίγει ευαίσθητα ζητήματα, δοκιμάζοντας τα όρια των κοινωνικών και ηθικών κανόνων, με μια προσέγγιση που αμφισβητεί και ταυτόχρονα ενισχύει τα καθιερωμένα πρότυπα των ειδήσεων (Doona, 2021).

Χωρίς να παραβλέπονται οι επιμέρους ιδιαιτερότητες κάθε χώρας, το γεγονός ότι οι τρεις εμβληματικές εκπομπές από τις ΗΠΑ (*TDS*, *TCR* και *LWT*) αποτέλεσαν το πρότυπο και ενέπνευσαν τη δημιουργία αντίστοιχων εκπομπών σε όλο τον κόσμο (Baym & Jones, 2012), είναι χρήσιμη η παρακολούθηση της εξέλιξης του είδους στην συγκεκριμένη χώρα από τη δεκαετία του 1970 έως την δεκαετία του 2020 και της διαδρομής από τα απολίτικα αστεία στα σατιρικά δελτία ειδήσεων έως την ερευνητική, υπερασπιστική σατιρική δημοσιογραφία των τελευταίων ετών (Baumgartner, 2019).

1.2.1 Τα απολίτικα αστεία σε βάρος των πολιτικών (1969- 1992)

Η τηλεόραση ήταν το κυρίαρχο μέσο πολιτικής σάτιρας στις ΗΠΑ για μια περίοδο είκοσι πέντε περίπου ετών και πέντε διαφορετικών προέδρων, από τον R. Nixon, έως τον G. H. W. Bush. Μέχρι τη δεκαετία του '80 είχε αντικαταστήσει τις εφημερίδες ως την βασική πηγή ενημέρωσης για τους περισσότερους Αμερικανούς. Κατά τη διάρκεια της προεδρίας του R. Nixon (1969-1974), η εμπιστοσύνη του κοινού στην κυβέρνηση κλονίστηκε, μέχρι να

βελτιωθεί στοιχειωδώς κατά την δεκαετία του '80 με το τέλος του Ψυχρού Πολέμου επί προεδρίας R. Reagan (Baumgartner, 2019: 353,357).

Κατά τη διάρκεια αυτής της μακράς περιόδου το πολιτικό χιούμορ στα ελεύθερα τηλεοπτικά κανάλια ήταν σχετικά ήπιο. Εκπομπές όπως το *The Tonight Show* (εφεξής *TTS*) και το *Saturday Night Live* (εφεξής *SNL*) εξάσκησαν την πιο απλοϊκή μορφή πολιτικής σάτιρας της εποχής, που δεν περιείχε δηλώσεις πολιτικών θέσεων και είχε ως κύριο χαρακτηριστικό της τα απολίτικα αστεία για την εξωτερική εμφάνιση ή τις γκάφες μεμονωμένων πολιτικών. Αυτή η μορφή των ανώδυνου πολιτικού χιούμορ κέρδιζε διαρκώς σε δημοτικότητα με την πάροδο του χρόνου. Παράλληλα, η έλευση της καλωδιακής τηλεόρασης έδωσε βήμα σε ένα πιο τολμηρό και πολιτικά φορτισμένο χιούμορ. Η καθιέρωση της βιντεοκασέτας (VCR) την δεκαετία του '80, επηρέασε θετικά την διάδοση της πολιτικής σάτιρας, αφενός μέσω της δυνατότητας να παρακολουθούνται οι σατιρικές εκπομπές πολλές φορές σε δεύτερο χρόνο και αφετέρου μέσω της διανομής μαγνητοσκοπημένων stand-up comedy παραστάσεων σε ένα ευρύ κοινό, τις οποίες ως τότε η λογοκρισία και τα ταμπού των καναλιών δεν επέτρεπαν να μεταδοθούν από τα τηλεοπτικά δίκτυα, εξαιτίας του αιχμηρού έως υβριστικού λόγου τους. Κύριος εκφραστής της σάτιρας της περιόδου αυτής είναι ο Johnny Carson, παρουσιαστής του *TTS* (Baumgartner, 2019: 353-358/2020).

1.2.2 Η ακμή των μεταμεσονύκτιων talk -shows (1993-2001)

Κατά την οκταετή προεδρία του Bill Clinton (1993-2001), τα μεταμεσονύκτια talk show αναδείχθηκαν σε κορυφαίο βήμα για την έκφραση του πολιτικού χιούμορ. Η παραγωγή χιούμορ και σάτιρας ήταν συνεχής, με μεγάλο μέρος τους να στοχεύει τον ίδιο τον Clinton, που θεωρήθηκε ως «θείο δώρο» για τους σατιρικούς της εποχής λόγω των προσωπικών του σκανδάλων που είδαν το φως της δημοσιότητας. Ωστόσο, το χιούμορ αυτό δεν εξέφραζε ακόμα πολιτική άποψη, εφόσον επικεντρωνόταν κυρίως στα προσωπικά χαρακτηριστικά του Clinton και τα σκάνδαλα που τον αφορούσαν, παρά στις πολιτικές του θέσεις. Αυτή η τάση να κυριαρχεί η πολιτική κωμωδία έναντι της πολιτικής σάτιρας, επρόκειτο να

συνεχιστεί και στις περιόδους των επόμενων κυβερνήσεων, μέχρι την εκλογή του Donald Trump. Χαρακτηριστικά της περιόδου είναι η ακόμα μεγαλύτερη επέκταση της καλωδιακής τηλεόρασης, η καθιέρωση της διάδοσης των συσκευών οικιακού video και η θεαματική αύξηση της χρήσης δορυφορικής τηλεόρασης ψηφιακής εκπομπής από την δεκαετία του '90, γεγονός που επιτρέπει στους Αμερικανούς πολίτες την πρόσβαση σε περισσότερα τηλεοπτικά κανάλια. Η συγχώνευση μέρους των κυρίαρχων MME και η δημιουργία ιδιαίτερα μεγάλων ενημερωτικών ομίλων είναι ένα ακόμα χαρακτηριστικό της περιόδου, που θα αλλάξει καθοριστικά το περιβάλλον της ενημέρωσης τα επόμενα χρόνια και θα οδηγήσει, μεταξύ άλλων, στην εμπορευματοποίηση της πολιτικής σάτιρας. Η συγχώνευση των καναλιών Ha! και The Comedy Channel του HBO, δημιουργεί το 1991 το κανάλι Comedy Central και καθιερώνει έναν βασικό πυλώνα για την αμερικανική κωμωδία στην καλωδιακή τηλεόραση, συμπεριλαμβανομένης της σάτιρας και του πολιτικού χιούμορ. Η απόσυρση του Johnny Carson από το προσκήνιο το 1993, προκαλεί ένα ντόμινο αλλαγών στις μεταμεσονύχτιες εκπομπές και οδηγεί σε πειραματισμούς τις διοικήσεις των καναλιών σε νέα μοντέλα πολιτικής συζήτησης μεταξύ διασημοτήτων, ειδικών και διασκεδαστών (Baumgartner, 2019: 419-422).

1.2.3 Ο Stewart και ο Colbert ως πρωτοπόροι της «έξυπνης σάτιρας» (2001-2009)

Κατά τη διάρκεια της προεδρίας του George W. Bush (2001-2009), το πολιτικό χιούμορ γνώρισε άνθηση και διαχωρίστηκε στις μορφές αφενός της απλής κωμωδίας και αφετέρου της περισσότερο σύνθετης σάτιρας. Εκπομπές όπως το *TDS* και το *TCR* γίνονται σύμβολα της «έξυπνης» σάτιρας, με τους παρουσιαστές τους να συγκρίνονται με εμβληματικές μορφές του αμερικανικού χιούμορ. Ταυτόχρονα, η αυξανόμενη πολιτική πόλωση επηρεάζει τους κωμικούς και συντελεί στο να γίνει το δημοφιλές χιούμορ πιο φιλελεύθερο. Παρόλο που οι συντηρητικοί Ρεπουμπλικάνοι κατείχαν την εξουσία, πολλοί σατιρικοί εκφράζουν ανοιχτά -για πρώτη φορά- τις πολιτικές τους απόψεις. Συνολικά, αυτή η περίοδος χαρακτηρίστηκε από μια άνευ προηγουμένου προσφορά πολιτικού χιούμορ με πρόσβαση σε ένα ευρύ κοινό. Οι μεταμεσονύχτιες εκπομπές αποτέλεσαν την αιχμή του δόρατος της τηλεοπτικής σάτιρας, με αρκετά σαρκαστικά σχόλια σχετικά με τον βαθμό ευφύιας του G.

W. Bush. Η εξάπλωση του διαδικτύου και η αύξηση των εξειδικευμένων τηλεοπτικών καναλιών οδήγησαν στον κατακερματισμό του τοπίου των ΜΜΕ, με μηνύματα που απευθύνονται σε ολόένα και πιο εξειδικευμένα κοινά. Η τάση αυτή ενίσχυσε την πολιτική πόλωση στις ΗΠΑ και οδήγησε σε ιδιαίτερη άνθηση το είδος της πολιτικής σάτιρας. Μοναδική εξαίρεση αποτέλεσε η περίοδος μετά την 11^η Σεπτεμβρίου 2001 και το χτύπημα στους Δίδυμους Πύργους, οπότε τα ζητήματα εξωτερικής πολιτικής και εθνικής ασφάλειας κυριάρχησαν στον δημόσιο λόγο και στην θεματολογία των ειδήσεων. Οι σατιρικοί τότε σιώπησαν για λίγο, αμήχανοι και σοκαρισμένοι μπροστά στο μέγεθος της εθνικής τραγωδίας (Baumgartner, 2019: 485-486, 488-289).

Η αδιαμφισβήτητη πρωτοπόρος της εξέλιξης της τηλεοπτικής σάτιρας ειδήσεων ήταν η εκπομπή *TDS*, η οποία, από την ημέρα που ανέλαβε την παρουσίαση της ο Jon Stewart (1999-2015), παρουσιάστηκε ως ένα υβριδικό είδος που υιοθέτησε συμβάσεις από την πολιτική κωμωδία, τις ειδήσεις και την πολιτική γνώμη (Odmark, 2023). Το *TDS* αν και σατιρική εκπομπή που παρωδεί τα δελτία ειδήσεων, άσκησε έντονη πολιτική κριτική, τόσο στους Ρεπουμπλικανούς όσο και στους Δημοκρατικούς, κατακρίνοντας παράλληλα και τα κυρίαρχα ΜΜΕ για ανακριβή ή ελλιπή ρεπορτάζ. Ο Stewart, προκειμένου να τεκμηριώνει όσα σχολίαζε, συχνά χρησιμοποιούσε σε αντιπαράθεση παλαιότερες και πρόσφατες δηλώσεις πολιτικών που αντικρούονταν μεταξύ τους. Πέρα από τη σάτιρα, το *TDS* πρόσφερε παράλληλα ουσιαστική ενημέρωση, τόσο μέσω των ειδήσεων που παρουσίαζε όσο και μέσω των συνεντεύξεων που περιλάμβανε. Στα θέματα που κάλυπτε, όπως για παράδειγμα οι προεδρικές εκλογές ή η υπερθέρμανση του πλανήτη, η εκπομπή αποδείχθηκε εξίσου -ή και περισσότερο- ουσιαστική και ενημερωτική σε σχέση με τα παραδοσιακά δελτία ειδήσεων. Υπό τον Stewart, η εκπομπή κέρδισε συνολικά 23 βραβεία Emmy, δύο βραβεία Peabody για την κάλυψη των εκλογών του 2000 και του 2004, καθώς και ένα θεσμικό βραβείο Peabody το 2015, την τελευταία χρονιά που ο Stewart παρουσίασε την εκπομπή (Fox, 2019: 516).

Το *TCR* ήταν μια σατιρική εκπομπή που παρουσίαζε ο Stephen Colbert και προβλήθηκε στο Comedy Central από το 2005 έως το 2014. Ο Colbert έχοντας ήδη καθιερώσει τον χαρακτήρα του συντηρητικού σχολιαστή από τα χρόνια των εμφανίσεων του στο *TDS*,

συνέχισε να υποδύεται αυτόν τον ρόλο στο *TCR*. Ο χαρακτήρας του Colbert παρουσιαζόταν ως υπερβολικά εγωκεντρικός, δεξιός και ανόητος, που πίστευε ότι ο ίδιος είναι τα νέα, ίσως και σημαντικότερος από αυτά, με στόχο να σατιρίσει τους συντηρητικούς σχολιαστές των ρεπουμπλικανικών τηλεοπτικών καναλιών. Ακόμα και το σκηνικό της εκπομπής ήταν σχεδιασμένο ώστε να ενισχύσει σατιρικά την δεξιά, πατριωτική εικόνα του χαρακτήρα που υποδύονταν ο Colbert, όντας διακοσμημένο με έντονα αμερικανικά χρώματα και σύμβολα, όπως σημαίες, αετούς και την ασπίδα του Captain America. Η εισαγωγή της εκπομπής περιλάμβανε μια ροκ διασκευή του εθνικού ύμνου, με τον Colbert να καρφώνει μια αμερικανική σημαία, πάντα με στόχο να δοθεί έμφαση στον δήθεν πατριωτικό χαρακτήρα της εκπομπής. Πέρα από την παρωδία της αμερικανικής εθνικής υπερηφάνειας, η εκπομπή χρησιμοποιούσε το σκηνικό προκειμένου να τονίσει τον εγωκεντρισμό της σατιρικής περσόνας του Colbert. Το όνομα και η φωτογραφία του ήταν παντού, ενώ το γραφείο του είχε σχήμα "C" από το αρχικό του επιθέτου του. Ακόμη και η είσοδος των καλεσμένων ήταν χιουμοριστική, καθώς ο Colbert συνήθως έτρεχε μεγαλοπρεπώς στο πλατό, ως να ήταν ο ίδιος ο επίσημος καλεσμένος. Η εκπομπή κέρδισε έξι βραβεία Emmy και δύο Peabody (Rossing, 2019: 507-508).

1.2.4 Η καθιέρωση της σατιρικής δημοσιογραφίας (2009-). Οι περιπτώσεις Bee και Oliver

Το πολιτικό χιούμορ στο Διαδίκτυο άκμασε κατά τη διάρκεια της προεδρίας του Barack Obama. Ο Πρόεδρος Obama ως προσωπικότητα απόλαυσε μια σχετική ασυλία στην σατιρική κριτική που δέχτηκε, ειδικά σε σύγκριση με τους προκατόχους του, γεγονός που πιθανότατα οφείλεται αφενός στην αυξανόμενη επικράτηση του φιλελεύθερου χιούμορ στις σατιρικές εκπομπές, όσο και στην έλλειψη προφανών κωμικών χαρακτηριστικών στο παρουσιαστικό του (Baumgartner, 2019: 551,557).

Η προεκλογική εκστρατεία του 2008 χαρακτηρίστηκε από μια σημαντική αύξηση των εμφανίσεων των υποψηφίων στις μεταμεσονύχτιες εκπομπές. Σε σύγκριση με τις συνολικά 29 εμφανίσεις το 2004, το 2008 ο αριθμός αυτός εκτοξεύτηκε στις 95. Αυτή η αύξηση οφείλεται εν μέρει στην απουσία εν ενεργεία προέδρου που διεκδικούσε την επανεκλογή,

με αποτέλεσμα να διαγωνίζεται για δημοσιότητα και αναγνωρισιμότητα ένα μεγάλο πλήθος νέων υποψηφίων και από τα δύο κόμματα. Επιπλέον, οι επισκέψεις σε μεταμεσονύχτιες εκπομπές είχαν καθιερωθεί ως αναπόσπαστο κομμάτι της προεκλογικής στρατηγικής. Οι κορυφαίοι υποψήφιοι Barack Obama και John McCain έκαναν πολλές εμφανίσεις σε αρκετές εκπομπές, συνολικά 13 και 11 αντίστοιχα. Η πρακτική αυτή κορυφώθηκε με τις εμφανίσεις του John McCain και της Sarah Palin στο *SNL* το Σάββατο πριν τις εκλογές (Baumgartner, 2019: 556).

Το πολιτικό χιούμορ στο Διαδίκτυο άκμασε κατά τη διάρκεια της συγκεκριμένης περιόδου. Ανεξάρτητα από την απουσία έντονων προσωπικών σατιρικών επιθέσεων προς το πρόσωπο του Προέδρου Obama, η καθιέρωση του γρήγορου διαδικτύου που σηματοδότησε την άνοδο του *YouTube* και των άλλων ΜΚΔ, σε συνδυασμό με την ευρεία χρήση των κινητών τηλεφώνων, έκαναν το πολιτικό χιούμορ περισσότερο προσιτό και δημοφιλές. Η εξασφάλιση της δυνατότητας απρόσκοπτης προβολής μεγάλων αρχείων στους υπολογιστές και στα κινητά, κυρίως των βίντεο, πρόσφερε στην πολιτική σάτιρα -επαγγελματική και ερασιτεχνική- την ευκαιρία να εξασφαλίσει πρωτόγνωρη πρόσβαση σε μεγάλα τμήματα του πληθυσμού. Το δημοφιλές περιεχόμενο προωθείται ή κοινοποιείται πλέον από τα ΜΚΔ, με αποτέλεσμα τον ταχύτατο πολλαπλασιασμό του (Baumgartner, 2019: 551, 557). Όλες οι μεταμεσονύχτιες τηλεοπτικές εκπομπές φρόντισαν να αποκτήσουν κανάλι στο *YouTube* κυρίως στο χρονικό διάστημα 2013-2015, προκειμένου να γίνουν προσιτές σε περισσότερους ανθρώπους, να εξασφαλίσουν πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα στην τηλεθέαση των προγραμμάτων τους και να προσεγγίσουν κοινό νεότερων ηλικιών (Baumgartner, 2017: 224, 233). Λίγα χρόνια αργότερα η διαδικτυακή οδός θα αποτελέσει ταυτόχρονα μονόδρομο και διέξοδο για πολλούς σατιρικούς καλλιτέχνες που δεν έχουν πρόσβαση στα κυρίαρχα τηλεοπτικά δίκτυα, όπως θα δούμε παρακάτω στην ελληνική περίπτωση των εκπομπών σατιρικών ειδήσεων.

Η χρήση του διαδικτύου οδήγησε στον εκδημοκρατισμό του πολιτικού χιούμορ, επιτρέποντας στους πολίτες να δημιουργούν και να μοιράζονται σατιρικό περιεχόμενο (Baumgartner, 2017: 233; 2019: 551, 555) και περίπου συνέτριψε τα όρια λογοκρισίας που έθεταν τα κυρίαρχα ΜΜΕ στον λόγο της σάτιρας. Σε αυτό το γεγονός οφείλεται και η

συνήθως ιδιαίτερα αθυρόστομη και επιθετική γλώσσα της κριτικής που παρατηρείται σε αρκετές διαδικτυακές σατιρικές εκπομπές, εφόσον το διαδίκτυο έχει γίνει ένα αποσπασματικό, αποδιοργανωτικό, διχαστικό και καταστροφικό για την ευγένεια μέσο (Basu, 2024), που παρέχει σχεδόν απεριόριστες δυνατότητες σε οποιονδήποτε να κάνει χιούμορ για οτιδήποτε, ανεξάρτητα με το πόσο «χονδροειδές ή γκροτέσκο» μπορεί να είναι αυτό το χιούμορ (Freedman, 2009: 165)

Η υποψηφιότητα του Donald Trump για την προεδρία το 2016 έπαιξε σημαντικό ρόλο στην εμφάνιση μιας περισσότερο σατιρικής προσέγγισης στο τηλεοπτικό πολιτικό χιούμορ, εφόσον η προσωπικότητα, η εμφάνιση και το παρελθόν του Trump παρείχαν άφθονο υλικό στους παρουσιαστές των μεταμεσονύκτιων εκπομπών. Η εκλογή του Trump και η ανάληψη των καθηκόντων του το 2017 σηματοδότησε μια νέα εποχή πολιτικής σάτιρας στην τηλεόραση. Οι κωμικοί όχι μόνο ήταν πιο πρόθυμοι πλέον να πάρουν δημόσια πολιτική θέση, αλλά ήταν κάτι που και το ίδιο το κοινό ανέμενε από αυτούς να πράξουν. Η σάτιρα στο εξής θεωρείται ότι παίρνει μια πιο αριστερή ιδεολογική στροφή (Baumgartner, 2020).

Η κατανάλωση τηλεοπτικού περιεχομένου έχει μεταμορφωθεί ριζικά τα τελευταία χρόνια. Πολλοί θεατές εγκαταλείπουν την παραδοσιακή ζωντανή τηλεόραση, επιλέγοντας τις συνδρομητικές τηλεοράσεις και την παρακολούθηση διαδικτυακών πλατφορμών, όπως το *YouTube*. Η στροφή αυτή έχει μεν οδηγήσει σε εκθετική αύξηση των διαθέσιμων επιλογών, έχει όμως ταυτόχρονα επηρεάσει σημαντικά τη δημοτικότητα του πολιτικού χιούμορ, ιδίως στις παραδοσιακές μεταμεσονύκτιες εκπομπές. Οι τηλεθεάσεις των συγκεκριμένων προγραμμάτων μειώνονται σημαντικά, τόσο στα ελεύθερα όσο και στα συνδρομητικά κανάλια, υποδηλώνοντας μια μετατόπιση στις προτιμήσεις των θεατών. Καθώς λιγότεροι άνθρωποι παρακολουθούν την «γραμμική» παραδοσιακή τηλεόραση, είναι φυσικό η τηλεθέαση αυτών των προγραμμάτων να μειώνεται. Παράλληλα η αριστερή ιδεολογική στροφή στο περιεχόμενο των περισσότερων σατιρικών εκπομπών ειδήσεων μπορεί να αποξενώσει ένα τμήμα του κοινού, το οποίο δεν ταυτίζεται πλέον με τον πολιτικό τους προσανατολισμό. Ως αποτέλεσμα, αυτά τα προγράμματα, ενώ εξακολουθούν να προσελκύουν ένα σεβαστό ποσοστό θεατών, δεν έχουν πλέον την ευρεία απήχηση που κάποτε απολάμβαναν (Baumgartner, 2024).

Οι σατιρικοί έχουν αναγνωρίσει αυτή τη μεταβαλλόμενη δυναμική και προσαρμόζονται ανάλογα. Πολλοί κατανοούν ότι το τηλεοπτικό τους περιεχόμενο είναι εξίσου πιθανό να προβληθεί ως ένα σύντομο διαδικτυακό κλιπ και κατασκευάζουν το υλικό τους ανάλογα, προκειμένου να μπορεί να διανεμηθεί και μέσα από τα ΜΚΔ. Αυτή η στροφή προς το διαδικτυακό κοινό μπορεί να επηρεάσει τη φύση του ίδιου του χιουμοριστικού περιεχομένου. Επιπλέον, η μεταστροφή των κοινωνικών κανόνων σχετικά με το τί θεωρείται ως αποδεκτό χιούμορ έχει επίσης επηρεάσει το τοπίο της σάτιρας, τόσο ως προς τη δημιουργία όσο και ως προς την υποδοχή του σατιρικού χιούμορ. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που η αυξημένη ευαισθητοποίηση σε θέματα κοινωνικής δικαιοσύνης (woke κινήματα) συχνά φέρνει τους σατιρικούς αντιμέτωπους με κατηγορίες ότι έχουν ξεπεράσει τα όρια της ευπρέπειας (Baumgartner, 2024).

Η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται από μια στροφή των εκπομπών δημοσιογραφικής σάτιρας, κυρίως σε επίπεδο περιεχομένου, καθώς ξεκινούν να παράγουν το δικό τους τεκμηριωμένο περιεχόμενο με πρωτότυπη δημοσιογραφική έρευνα από τις εσωτερικές τους ομάδες δημοσιογράφων (Koivukoski & Ödmark, 2020). Με κορωνίδες τις εκπομπές *FF* και *LWT*, η μέχρι πρότινος δημοσιογραφική σάτιρα ξεκινά να πλησιάζει ακόμα περισσότερο την περιοχή των παραδοσιακών δημοσιογραφικών ειδήσεων και πλέον χαρακτηρίζεται ως σατιρική δημοσιογραφία (Fox, 2018), σάτιρα υπεράσπισης (advocacy satire) (Waisanen, 2018) και σάτιρα δημοσιογραφικών ειδήσεων (Koivukoski & Ödmark, 2020). Η δημοσιογραφική σάτιρα σατιρίζει μεν τη δημοσιογραφία και παρωδεί τις δημοσιογραφικές πρακτικές (Fox, 2018) αλλά ταυτόχρονα οι ίδιοι οι σατιρικοί ασκούν ερευνητική δημοσιογραφία με σατιρικό ύφος και σαφείς, σοβαρές παροτρύνσεις για δράση (Bode & Becker, 2018; Koivukoski & Ödmark, 2020).

Το *FF* με παρουσιάστρια τη Samantha Bee, είναι η μόνη σύγχρονη σάτιρα ειδήσεων που παρουσιάζεται από γυναίκα. Η εκπομπή αποτελείται από τρία μέρη, το καθένα αφιερωμένο σε επίκαιρα ζητήματα. Σε αντίθεση με άλλες σατιρικές εκπομπές, η παρουσιάστρια παρουσιάζει τα θέματα όρθια. Ξεκινά με μια εισαγωγή στο θέμα και συχνά απευθύνεται σε ανταποκριτές -ή στον ίδιο της τον εαυτό- για περισσότερες πληροφορίες. Τα θέματα

πάντοτε προκύπτουν έπειτα από εις βάθος δημοσιογραφική έρευνα και ανάλυση και παρουσιάζονται με μονολόγους και οπτικά αστεία (Boukes & Quintanilla, 2019:563).

Η Bee εμφανίζεται περισσότερο σοβαρή από τους άντρες συναδέλφους της σατιρικούς, τονίζει τη βαρύτητα των καταστάσεων και αντιμετωπίζει τα θέματα με φεμινιστική οπτική. Τα αστεία της είναι ευφυή, γεμάτα σαρκασμό και οργή για την γελοιότητα της πολιτικής και της αμερικανικής κοινωνίας. Το χιούμορ της είναι κυνικό, με βωμολοχίες και σκληρές προσφωνήσεις για τους πολιτικούς, προκειμένου να εκφράσει την περιφρόνηση για τους ίδιους και τις επιλογές τους. Κάποιες φορές τα σκληρά αστεία στο *FF* ξεπερνούν τα όρια. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση που ένα αστείο της εκπομπής σχετικά με την εμφάνιση ενός συνέδρου θεωρήθηκε προσβλητικό, λόγω άγνοιας για την ανίατη ασθένεια του συγκεκριμένου ατόμου, γεγονός που υποχρέωσε την ομάδα του *FF* να απολογηθεί δημόσια (Boukes & Quintanilla, 2019: 564).

Οι περισσότεροι παρουσιαστές άλλων σατιρικών εκπομπών, όπως ο Jon Stewart συχνά επιμένουν ότι ο στόχος τους είναι απλώς να κάνουν τους ανθρώπους να γελάσουν (Baym, 2005:260), όμως η Bee είναι ξεκάθαρη σχετικά με την πρόθεσή της να ενημερώσει τους πολίτες και να επηρεάσει τη δημόσια γνώμη. Σε αντίθεση με το *TDS*, τα αστεία στο *FF* επικεντρώνονται λιγότερο στη σάτιρα των κυρίαρχων ΜΜΕ και περισσότερο σε πολιτικά ζητήματα. Το *FF* αποφεύγει τις συνεντεύξεις με διασημότητες από τον χώρο του θεάματος, πρακτική μάλλον ασυνήθιστη για τις τηλεοπτικές μεταμεσονύκτιες εκπομπές, αλλά πραγματοποιεί χιουμοριστικές συνεντεύξεις με σοβαρό υπόβαθρο και θέμα και καλεσμένους ισχυρούς πολιτικούς, όπως ο Πρόεδρος Barack Obama. Στο πλαίσιο των σατιρικών τοποθετήσεων της για κάποιο θέμα, η Bee μεριμνά να παρουσιάζει ταυτόχρονα λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με κανονισμούς, στατιστικά στοιχεία και επιχειρήματα, όλα προϊόντα σοβαρής δημοσιογραφικής έρευνας της εκπομπής (Boukes & Quintanilla, 2019: 563, 564).

Ο John Oliver, ένας Άγγλος στο αμερικανικό τηλεοπτικό τοπίο, κατάφερε να εκμεταλλευτεί την ιδιότητά του ως ξένου για να σχολιάσει την αμερικανική πολιτική και κουλτούρα, υποβοηθούμενος από τον σεβασμό που δείχνουν οι Αμερικανοί στην βρετανική προφορά.

Ο Oliver καθιερώθηκε, όπως και η Bee, έχοντας μια δική του ενότητα στο *TDS* της εποχής του Jon Stewart. Στην ενότητα αυτή ο Oliver αυτοπροσδιοριζόμενος ως ξενόφερτος, απέκτησε πρόσβαση και αποδοχή από ομάδες πολιτών με τις οποίες ένας Αμερικανός παρουσιαστής θα μπορούσε να αντιμετωπίσει δυσκολίες, λόγω κοινωνικών, πολιτισμικών ή πολιτικών διαφορών. Ο Oliver ενσωμάτωσε αυτή την ετερότητα στο πρόγραμμά του, παρωδώντας την παραδοσιακή μορφή του τρόπου παρουσίασης των τηλεοπτικών ειδήσεων, προσφέροντας φαινομενικά μια ισορροπημένη παρουσίαση των θεμάτων. Στις συνομιλίες του με υποστηρικτές ή επικριτές, η αλλοδαπή προέλευσή του απέκρυπτε την πραγματική του θέση, επιτρέποντάς του να παρουσιάζει τις όποιες διαφωνίες του ως απλές πολιτισμικές διαφορές (Brody, 2019: 580).

Το *LWT* έκανε πρεμιέρα τον Απρίλιο του 2014, ξεχωρίζοντας από άλλες σατιρικές ειδησεογραφικές εκπομπές λόγω, καταρχάς, της εβδομαδιαίας του μορφής. Αυτή η επιλογή επέτρεψε στον Oliver και την ομάδα του να ξεφύγουν από την πίεση της καθημερινής κάλυψης της επικαιρότητας και να εμβαθύνουν εξαντλητικά σε πιο σύνθετα και συχνά παραμελημένα ζητήματα από τα κυρίαρχα ΜΜΕ. Η εκπομπή, απαλλαγμένη από διαφημιστικές διακοπές και περιορισμούς περιεχομένου λόγω του καναλιού προβολής της, ανέπτυξε ένα μοναδικό στυλ: εμπειριστατωμένες αναλύσεις συγκεκριμένων θεμάτων, παρουσιασμένες με την μορφή μονολόγων, αρκετά διαφοροποιημένων από το σύνθηρες πλαίσιο της παρωδίας των δελτίων ειδήσεων. Ο Oliver, μιλώντας απευθείας στην κάμερα και μπροστά σε ζωντανό κοινό ταυτόχρονα, αναλύει το ιστορικό υπόβαθρο του κάθε θέματος, τον αντίκτυπό του στις ζωές των θεατών και τις πιθανές λύσεις, αξιοποιώντας πρωτογενή δημοσιογραφική έρευνα, με παράλληλη προβολή γραφημάτων και αποσπασμάτων από βίντεο ειδήσεων προκειμένου να υποστηρίξει τα επιχειρήματά του (Brody, 2019: 582-583). Ένα βασικό χαρακτηριστικό αυτών των μονολόγων είναι η συχνή τους κατάληξη σε μια παρότρυνση για δράση (Bode & Becker, 2018). Η πολιτική στάση του Oliver είναι ξεκάθαρα προοδευτική, κάποιοι τον έχουν αποκαλέσει ως «αγαπημένο κοσμοπολίτη της Αριστεράς», ενώ το χιούμορ του χρησιμεύει ως μέσο για να εξερευνήσει την πολυπλοκότητα των θεμάτων μέσω ευφάνταστων και συχνά παράδοξων αναλογιών. Με την πάροδο του χρόνου, ο Oliver έχει εξελίξει το ύφος του από stand-up κωμικός σε

έναν πιο άμεσο και ειλικρινή τρόπο ομιλίας, απαλλαγμένο από τον δήθεν αυθορμητισμό άλλων σατιρικών εκπομπών (Brody, 2019: 582-583).

1.3 Τηλεοπτικές σατιρικές ειδήσεις: Ο ρόλος και οι στόχοι ενός υβριδικού είδους και των δημιουργών του

1.3.1 Σάτιρα και δημοσιογραφία: Ομοιότητες, διαφορές και επικαλύψεις

Η σάτιρα και η δημοσιογραφία αποτελούν δύο μορφές δημόσιου λόγου που φιλοδοξούν μέσω πολιτικών μηνυμάτων να συμβάλουν στην κατανόηση της πραγματικότητας όπως είναι ή όπως θα έπρεπε να είναι. Ενταγμένες στο σύγχρονο μιντιακό περιβάλλον, τόσο η σάτιρα όσο και η δημοσιογραφία μπορούν δυνητικά να έχουν διασκεδαστική λειτουργία, χωρίς απαραίτητα η ψυχαγωγία να αποτελεί το βασικό τους ζητούμενο. Μια πρώτη βασική διάκριση μεταξύ των δύο αυτών μορφών λόγου είναι ότι η σάτιρα ασκεί κυρίως υποκειμενική κριτική ενώ η δημοσιογραφία, θεωρητικά τουλάχιστον, πορεύεται με την ουδετερότητα και την αποστασιοποίηση ως βασικές αρχές της (Peifer & Lee, 2019).

Σε μια προσπάθεια του δύσκολου ορισμού της σάτιρας, ο Caron (2020) διαπιστώνει ότι δεν μπορεί στον 21^ο αιώνα να ερμηνεύεται ακόμα ως λογοτεχνική μορφή και εστιάζει στα τέσσερα ουσιαστικά στοιχεία της που είναι το παιχνίδι, η κριτική, η επιθετικότητα και το γέλιο. Η Ο' Connor (2017: 196) επιλέγει έναν πρακτικό ορισμό, ο οποίος συνδυάζει την κλασική σημασία του όρου και ταυτόχρονα αναγνωρίζει ότι το χιούμορ είναι ένα κοινό αλλά όχι πάντα απαραίτητο χαρακτηριστικό της σάτιρας την οποία περιγράφει ως: «κριτική παρόρμηση που εκδηλώνεται με κάποιο βαθμό υποτίμησης, σχεδόν πάντα μέσω απόπειρας χιούμορ [και ως] τα καλλιτεχνικά αποτελέσματα (συνήθως χιουμοριστικά) της έκφρασης μιας τέτοιας κριτικής παρόρμησης».

Η σάτιρα είναι ένα είδος πολιτικού λόγου που διερευνά κοινωνικά ζητήματα και ασκεί κριτική στις σχέσεις εξουσίας (Holbert, 2013). Επικεντρώνεται σε συγκεκριμένες καταστάσεις και χρονικές περιόδους, χρησιμοποιώντας τεχνικές όπως η ασυνέπεια, η

γελοιοποίηση και η ειρωνεία. Στην πολιτική σφαίρα, η σάτιρα στοχεύει τις αρνητικές πτυχές του συστήματος, όπως η διαφθορά και η ανικανότητα, με απώτερο σκοπό την μεταρρύθμιση. Η κατανόησή της απαιτεί οπωσδήποτε τη γνώση του κοινωνικού και πολιτικού πλαισίου στο οποίο αναφέρεται, εφόσον προκειμένου να κατανοήσουν πλήρως το σατιρικό περιεχόμενο, οι θεατές πρέπει να αξιοποιήσουν τις υπάρχουσες πολιτικές τους γνώσεις. Ο Holbert θεωρεί συνεπώς πιθανότερο να αποτελεί η πολιτική γνώση την προϋπόθεση για την κατανάλωση πολιτικής σάτιρας, αντί να προκύπτει γνώση από την ίδια τη σάτιρα. Οι στόχοι της σάτιρας, όπως για παράδειγμα οι πολιτικοί ταγοί και οι κυβερνητικοί αξιωματούχοι, συχνά την αντιλαμβάνονται ως απειλή για την εξουσία τους, καθώς αφενός εκθέτει τις αρνητικές πτυχές της πολιτικής και αφετέρου προτείνει βελτιώσεις για την ευημερία των πολιτών (Baumgartner, 2020; Feldman, 2024).

Στην ευρύτερη τάση αμφισβήτησης των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης αποδίδουν οι Baym & Jones (2012) την αυξανόμενη δημοτικότητα των τηλεοπτικών σατιρικών ειδήσεων. Η τάση αυτή αντικατοπτρίζει, σύμφωνα με τους συγγραφείς, την αναζήτηση για αλήθεια και νόημα σε μια εποχή που οι άνθρωποι δυσπιστούν όλο και περισσότερο απέναντι στους καθιερωμένους τρόπους πληροφόρησης. Η σάτιρα των ειδήσεων λειτουργεί συχνά ως φύλακας, ελέγχοντας και αποκαλύπτοντας την υπερβολή και τη χειραγώγηση των μέσων ενημέρωσης. Επίσης, μπορεί να αποτελέσει ένα είδος βαρόμετρου που μπορεί να υποδείξει τί απασχολεί την κοινωνία σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο (Kuipers, 2015 όπως αναφέρεται στο Ödmark, 2023).

Ο Frase (2024) επισημάνει ότι σάτιρα έχει μελετηθεί μέσα από διάφορες θεωρητικές προσεγγίσεις και απαριθμεί αρκετές από αυτές. Επισημάνει ότι κάποιοι ορισμοί εστιάζουν στην επιθετική της φύση που καταγγέλλει κοινωνικούς κανόνες και αποκαλύπτει ανοησίες, υποκρισία και διαφθορά. Άλλοι κάνουν διάκριση της συντηρητικής σάτιρας που υποστηρίζει τις κυρίαρχες νόρμες από εκείνη που τις αμφισβητεί και τους επιτίθεται. Κάποιοι θεωρούν τη σάτιρα απάντηση στο κακό ή στον εξτρεμισμό, ενώ άλλοι την βλέπουν ως σύμπτωμα ηθικής κατάρρευσης. Γενικότερα, υποστηρίζεται ότι η σάτιρα πλαισιώνει την κανονιστική μας αντίληψη του κόσμου και μπορεί να έχει πειστική λειτουργία. Στις δημοκρατικές κοινωνίες τίθεται το ερώτημα αν η σάτιρα επηρεάζει τη συμπεριφορά και τα

εκλογικά αποτελέσματα και η επιρροή της είναι ένα θέμα που διχάζει την επιστημονική κοινότητα. Ο Condren (2012:392) εκφράζει τη βεβαιότητα ότι «η σάτιρα μπορεί να δημιουργηθεί και να χρησιμοποιηθεί για καθαρά προπαγανδιστικούς σκοπούς». Οι Tsakona & Popa (2011:2) υποστηρίζουν ότι το πολιτικό χιούμορ προσφέρει απλώς μια κριτική στο status quo και τελικά ανακυκλώνει και ενισχύει κυρίαρχες αξίες και απόψεις για την πολιτική. Ο Griffin (1994) θεωρεί τη σάτιρα ως μια «βαλβίδα ασφαλείας» που επιτρέπει στους μη ελίτ να εκτονώσουν τη δυσαρέσκεία τους χωρίς να καταφύγουν σε εξεγέρσεις. Την άποψη ότι η σάτιρα μπορεί να μεταφράσει την οργή των πολιτών απλά σε σατιρική επίθεση και όχι σε συλλογική δράση, είχε εκφράσει και ο Freud το 1960 (Kilby, 2018). Ο Holm (2023) υποστηρίζει ότι, παρά τη δημοτικότητά της και την ευρεία κατανάλωσή της, η σάτιρα αποτυγχάνει να εκπληρώσει την υπόσχεση της πολιτιστικής πολιτικής και αντί να προκαλεί ουσιαστική αλλαγή, απλώς ενισχύει την υπάρχουσα τάξη πραγμάτων, περιορίζοντας τις δυνατότητες του χιούμορ ως εργαλείο πολιτικής δράσης.

Στην βιβλιογραφία έχει υπογραμμιστεί η ανάγκη να γίνει διάκριση μεταξύ των διαφορετικών τύπων σάτιρας (Brugman et al., 2021). Ως προς τα είδη της ο κυρίαρχος διαχωρισμός γίνεται μεταξύ της Ιουβενάλειας (Juvenalian) ενός είδους επιθετικής, προσβλητικής, σκληρής και διδακτικής σάτιρας και της Ορατιανής (Horatian) μιας περισσότερο ευγενικής και παιγνιώδους σάτιρας (Caron, 2021; Dobmeier et al., 2023; Tesnohlidkova, 2021; Tsakona & Popa, 2011). Η αντίθεση μεταξύ Ιουβενάλειας και Ορατιανής σάτιρας σύμφωνα με τον Bogel (2001: 50) λειτούργησε για να εκτρέψει την προσοχή από την «αναπόδραστη επιθετικότητα» της σάτιρας. Ο Bogel υπογραμμίζει ακόμα το γεγονός ότι ο σατιρικός και ο σατιριζόμενος είναι «ξεκάθαρα πολωμένοι». Άλλοι διακρίνουν τις διαφορές μεταξύ μια πολιτικά παραγωγικής μορφής σάτιρας, η οποία ενσωματώνει πολιτικές πληροφορίες και ενθαρρύνει την κριτική σκέψη έναντι της *ψευδοσάτιρας*, η οποία βασίζεται σε απολιτικά κριτήρια και δυνητικά συμβάλει στον πολιτικό κυνισμό, την δυσπιστία προς τα ΜΜΕ και την αποξένωση από τις πολιτικές διαδικασίες (Baumgartner & Morris, 2006; Fox & Steinberg, 2020; Lichtenstein et al., 2021).

Ο Phiddian (2017) συμπεραίνει ότι σάτιρα έχει τη δύναμη να προκαλέσει κοινωνικές και πολιτικές αλλαγές, αλλά σπάνια με τον τρόπο που φαντάζονται οι δημιουργοί της. Οι

σατιρικοί, συχνά ιδεολογικοί εξτρεμιστές οι ίδιοι, δεν αποτελούν πάντα αξιόπιστους οδηγούς για το τί είναι σωστό ή λάθος. Παρόλα αυτά, η συμβολή τους στον δημόσιο διάλογο είναι ζωτικής σημασίας, εφόσον η έντονη και προκλητική παρουσία τους λειτουργεί ως καταλύτης για την αφύπνιση της κοινωνίας, φέρνοντας στο φως ζητήματα που χρήζουν διερεύνησης και συζήτησης. Η ελευθερία του λόγου και η υγεία ενός δημοκρατικού πολιτεύματος εξαρτώνται από την ύπαρξη χώρου για την έκφραση ακραίων απόψεων. Η απόπειρα καταστολής τους όχι μόνο έχει αποδειχθεί μάταιη, αλλά ιστορικά έχει συνήθως αποτύχει. Η σάτιρα, με την τάση της να δοκιμάζει τα όρια και να προκαλεί, μπορεί να είναι άβολη ή ακόμα και προσβλητική, ωστόσο, όσο ακραία και αν εμφανίζεται, είναι απαραίτητη για την υγεία μιας κοινωνίας. Μέσα από την γελοιοποίηση, η σάτιρα μπορεί να αποκαλύψει τις αδυναμίες και τις αντιφάσεις των παντός είδους εξουσιών, να προκαλέσει την κριτική σκέψη και -κάποιες φορές- να οδηγήσει σε ουσιαστικές αλλαγές.

Αντίστοιχα δύσκολος είναι ο ορισμός της δημοσιογραφίας. Ο McNair (2006) εστιάζει στο παμπάλαιο αίτημα, που χρονολογείται από τον 16^ο αιώνα, να είναι η δημοσιογραφία ταυτόχρονα πάροχος πληροφοριών, πυλώνας της δημόσιας διαβούλευσης και ένα μέσο εκπαίδευσης, διαφωτισμού και διασκέδασης. Αναγνωρίζει όμως ότι «η δημοσιογραφία γεννήθηκε ως εμπόρευμα προς πώληση στην πολιτισμική αγορά». Οι δημοσιογράφοι σύμφωνα με τον Πλειό (2024) ως αφηγητές ιστοριών που «περιγράφουν πραγματικά ή περίπου πραγματικά περιστατικά της επικαιρότητας ή μιας επινοημένης επικαιρότητας» είναι οι «μεγαλύτεροι παραμυθάδες της εποχής μας», οι οποίοι «δεν ζούνε για λένε ιστορίες αλλά λένε ιστορίες για να ζουν ακόμα καλύτερα οι ιδιοκτήτες των Μέσων (...) για τους οποίους εργάζονται».

Οι Kovach & Rosentiel (2021) εστιάζουν στον πρωταρχικό σκοπό της δημοσιογραφίας που είναι η παροχή στους πολίτες των πληροφοριών που χρειάζονται, προκειμένου να είναι ελεύθεροι και αυτοδιοικούμενοι. Οι δέκα αρχές της δημοσιογραφίας, σύμφωνα με τους συγγραφείς, είναι η υποχρέωση προς την αλήθεια, η αφοσίωση στους πολίτες, η πειθαρχία της επαλήθευσης, η διατήρηση της ανεξαρτησίας της, ο έλεγχος της εξουσίας, η παροχή βήματος για δημόσια κριτική, η προσπάθεια για την ανάδειξη του σημαντικού σε ενδιαφέρον και σχετικό, η παρουσίαση των ειδήσεων με τρόπο περιεκτικό και αναλογικό,

η άσκηση του επαγγέλματος σύμφωνα με την προσωπική συνείδηση των δημοσιογράφων και η αναγνώριση του δικαιώματος των πολιτών στις ειδήσεις, πολύ περισσότερο στη σύγχρονη εποχή, καθώς γίνονται οι ίδιοι παραγωγοί και συντάκτες.

Με βάση τις παραπάνω αρχές, διαπιστώνει κανείς ότι οι φιλοδοξίες της σάτιρας είναι παρόμοιες με την θεωρητική αποστολή της δημοσιογραφίας, τόσο ως προς την αποτύπωση και την αφήγηση γεγονότων όσο και ως προς την απεικόνισή τους ως αληθινές ερμηνείες της πραγματικότητας (Nicolai et al., 2022). Πράγματι η σάτιρα παρέχει κοινωνικό σχολιασμό, προκαλεί τις δομές εξουσίας (Gray et al., 2009) και εκπληρώνει επικοινωνιακές λειτουργίες παρόμοιες με αυτές της παραδοσιακής δημοσιογραφίας, όπως η ενημέρωση του κοινού, η αμφισβήτηση της εξουσίας και η εκπροσώπηση των συμφερόντων του κοινού (Lichtenstein et al., 2021). Αν οι παραδοσιακές ειδήσεις παρέχουν ουσιαστικές πληροφορίες, η σάτιρα παρέχει την αναγκαία κριτική. Οι ειδήσεις θεωρητικά αναζητούν «την ειλικρίνεια σχετικά με το τί είναι» ενώ η σάτιρα χρησιμοποιεί την διαστρέβλωση «για να δημιουργήσει αυτό που θα έπρεπε να είναι» (Lehman-Wilzig, 2024).

Είναι ενδιαφέρον το γεγονός ότι ενώ η σάτιρα μπορεί να αποκλίνει από κάποιες παραδοσιακές δημοσιογραφικές αρχές όπως η αντικειμενικότητα, τα τελευταία χρόνια καταγράφεται στην επιστημονική έρευνα ότι και η ίδια η έννοια της αντικειμενικότητας φαίνεται ότι αποκλίνει από τις παραδοσιακές δημοσιογραφικές αρχές, τουλάχιστον ως πρακτική που τείνει προς την ουδετερότητα. Οι Kovach & Rosenstiel στην αναθεωρημένη έκδοση του βιβλίου τους *The Elements of Journalism* (2021) αισθάνονται την ανάγκη να διευκρινίσουν ότι ο όρος αντικειμενικότητα αφορά τη μέθοδο αναφοράς των ειδήσεων και όχι την έλλειψη προκατάληψης από τους δημοσιογράφους, αναγνωρίζοντας ότι οι δημοσιογράφοι δεν θα μπορούσαν ποτέ να είναι αντικειμενικοί.

Πάνω σε αυτό το θέμα είναι χρήσιμη η διευκρίνιση ότι οι παραδοσιακές ειδήσεις στοχεύουν στην ενημέρωση σε αντίθεση με τις ειδήσεις γνώμης που έχουν ως στόχο την πειθώ. Η αρχή της αντικειμενικότητας, ως επαγγελματικός κανόνας και προσδοκία του κοινού (Fox & Steinberg, 2020), αποσκοπεί στην παροχή ουδέτερων και ισορροπημένων πληροφοριών, ώστε οι άνθρωποι να διαμορφώνουν εμπεριστατωμένες απόψεις. Ωστόσο η

συγκεκριμένη τεχνική έχει τους επικριτές της, εφόσον υποστηρίζεται ότι η αντικειμενικότητα είναι ένας στόχος που δεν μπορεί ποτέ να επιτευχθεί και, ως εκ τούτου, δεν πρέπει να επιτευχθεί (Glasser 1988; Hemánus 1976 όπως αναφέρονται στο Landreville, 2015: 561). Η δημοσιογραφία, σύμφωνα με τον McNair (2006), έχει εγκαταλείψει την εποχή της αφελούς φιλοδοξίας για την έννοια της αντικειμενικής αλήθειας και έχει εισέλθει σε μια μεταμοντέρνα (Jones & Baym, 2010) φάση, που χαρακτηρίζεται από την συνειδητοποίηση ότι ένας βαθμός σχετικότητας και υποκειμενικότητας στη δημοσιογραφία είναι αναπόφευκτος, όσο αγαθός και αν είναι οι αρχικές προθέσεις. Ο Holbert (2013) επισημαίνει μια ενδιαφέρουσα σύνδεση μεταξύ της αντικειμενικότητας στη δημοσιογραφία και της πολιτικής σάτιρας: υποστηρίζει ότι η εξίσου κριτική προσέγγιση όλων των σημαντικών πολιτικών προσώπων μέσα από τη σάτιρα, ανεξάρτητα από την πολιτική τους τοποθέτηση, παρουσιάζει ομοιότητες με ορισμένες πτυχές της αντικειμενικότητας.

Η αντικειμενικότητα των ΜΜΕ υποσκάπτεται ως έννοια και από τα συμφέροντα των ιδιοκτητών των ειδησεογραφικών οργανισμών, κυρίως ανδρών επιχειρηματιών με συγκεκριμένες πολιτικές και ιδεολογικές πεποιθήσεις, που φαίνεται ότι μετατρέπουν το περιεχόμενο των ειδήσεων σε εργαλείο προώθησης προσωπικών ατζεντών (McNair, 2006). Η σύγχρονη ανταγωνιστική και εμπορική φύση των ΜΜΕ, δεν επιτρέπει στους δημοσιογράφους τη δυνατότητα της απαραίτητης επαλήθευσης των αναφορών, λόγω των ασφυκτικών προθεσμιών και των περιορισμένων πόρων και ελλοχεύει τον κίνδυνο της υπερβολικής εξάρτησης από κυβερνητικές ή ελίτ πηγές. Το αποτέλεσμα είναι η αυξημένη νομιμοποίηση και σημασία των πηγών αυτών και η δημιουργία ενός περιβάλλοντος που αποτρέπει την ικανότητα των δημοσιογράφων να ασκούν κριτική στους συγκεκριμένους κυβερνητικούς αξιωματούχους. Οι δημοσιογράφοι λειτουργούν ως παθητικοί αποδέκτες πληροφόρησης και ερμηνειών, τις οποίες αναπαράγουν χωρίς να τις σχολιάζουν κριτικά, χωρίς να αμφισβητούν ή να επαληθεύουν την εγκυρότητά τους (Fox & Steinberg, 2020). Αντίθετα, οι σατιρικοί ακριβώς επειδή δεν επαληθεύουν την εγκυρότητα των πληροφοριών τους, έχουν την δυνατότητα να εκφράζουν απόψεις με συναισθηματικούς τρόπους λόγου (Doona, 2021) και μέσω του χιούμορ να συζητούν και να επανερμηνεύουν γεγονότα, να

ανατρέπουν επιχειρήματα (Ödmark, 2021) και να καταλήγουν σε συμπεράσματα, με τρόπο που οι περισσότεροι δημοσιογράφοι περιορίζονται να το κάνουν (Abel & Barthel, 2013).

Οι ειδήσεις γνώμης, σε αντίθεση με τις παραδοσιακές ειδήσεις, είναι διαφανείς ως προς τους στόχους τους, καθώς δεν επιδιώκουν την αντικειμενικότητα και παρουσιάζουν σαφώς διατυπωμένες απόψεις (Landreville, 2015). Επιπλέον στην εποχή της ακμής της ενημερωδιασκέδασης, το χιούμορ και το συναίσθημα αναγνωρίζονται όλο και περισσότερο ως έγκυρες δημοσιογραφικές τεχνικές που μπορούν να ενισχύσουν την επεξεργασία πληροφοριών, να διεγείρουν την ενσυναίσθηση και να ενθαρρύνουν την πολιτική συμμετοχή (Lichtenstein et al., 2021; Wahl-Jorgensen, 2019). Το υβριδικό είδος των σατιρικών ειδήσεων συνδυάζει πολλά από τα παραπάνω στοιχεία και εξισορροπεί τρεις επικοινωνιακές λειτουργίες που αφορούν την παροχή χιούμορ, πληροφοριών και αξιολογικών κρίσεων για πολιτικές, οικονομικές και κοινωνικές υποθέσεις (Droog & Burgers, 2023) αγγίζοντας την περιοχή των ειδήσεων γνώμης.

Στη βιβλιογραφία εξετάζεται εκτενώς η σχέση μεταξύ σάτιρας και δημοσιογραφίας, με εστίαση κυρίως στις δημοσιογραφικές πτυχές της σάτιρας (Fox 2018; Koivukoski & Ödmark, 2020) Για παράδειγμα, μια μελέτη του Zaragoza (2018) σχετικά με την καταλανική σατιρική τηλεοπτική εκπομπή *Polònia* τονίζει ότι τόσο οι σατιρικοί, όσο και οι δημοσιογράφοι, χρησιμοποιούν την επικαιρότητα ως πρώτη ύλη για τη δουλειά τους, με μια βασική διαφορά: οι δημοσιογράφοι αναφέρουν και αναλύουν τα γεγονότα, ενώ οι σατιρικοί τα χρησιμοποιούν για να δημιουργήσουν χιούμορ και να ασκήσουν κριτική. Οι σατιρικοί έχουν αναλάβει έναν ρόλο που ιστορικά κατείχαν οι δημοσιογράφοι και δεν είναι άλλος από την διαμόρφωση της κοινής γνώμης.

Στις επιστημονικές έρευνες υποστηρίζεται ότι η σάτιρα ειδήσεων συχνά μιμείται τη μορφή των παραδοσιακών δελτίων ειδήσεων και μπορεί να έχει φιλοδοξίες που παραπέμπουν σε αντίστοιχες δημοσιογραφικές (Michael, 2017). Ποσοτικές και ποιοτικές αναλύσεις περιεχομένου έχουν δείξει ότι οι κύριες ιστορίες σε σατιρικές εκπομπές ειδήσεων συχνά μοιάζουν με εκείνες που παρουσιάζονται σε παραδοσιακά δελτία ειδήσεων (Baym, 2005; Fox, 2018; Ödmark, 2018), εφόσον δανείζονται τεχνικές και χαρακτηριστικά της

παραγωγής των τηλεοπτικών ειδήσεων, παραστατικές τεχνικές των κεντρικών παρουσιαστών και αποσπάσματα βίντεο από τα ρεπορτάζ των τηλεοπτικών ειδήσεων που έχουν ήδη προβληθεί σε αυτές (Baym, 2005; Fox & Steinberg, 2020).

Η τηλεοπτική σάτιρα των ειδήσεων συχνά αναφέρεται ως η «πέμπτη εξουσία» με την έννοια του ελέγχου της δημοσιογραφίας ως «τέταρτης εξουσίας», εφόσον η τελευταία αποτυγχάνει στα δημοκρατικά της καθήκοντα να καταστήσει υπόλογους τους ισχυρούς και να ενημερώσει σωστά τους πολίτες (Basu, 2018). Υπό το πρίσμα της αντίδρασης -ή του αντίδοτου- στην κυρίαρχη δημοσιογραφική κουλτούρα που σπάνια λείπει την αλήθεια στην εξουσία, οι τηλεοπτικές σατιρικές ειδήσεις χαρακτηρίζονται ως μια μορφή εναλλακτικής δημοσιογραφίας, που εισάγει στην κυρίαρχη πολιτική επικοινωνία μια διαφορετική οπτική και παράλληλα δίνει χώρο και βήμα σε απόψεις που συχνά περιθωριοποιούνται από τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης (Baym, 2009; Howley, 2019). Οι τηλεοπτικές σατιρικές ειδήσεις έχουν επίσης χαρακτηριστεί ως μια μορφή αντιπολιτευτικής δημοσιογραφίας, η οποία χρησιμοποιεί το χιούμορ προκειμένου να προκαλέσει κριτικά και να αρθρώσει αντιπολιτευτικό λόγο στην δημόσια σφαίρα (Baym, 2009). Μπορούν επίσης να αποτελέσουν σημαντική πηγή για την απόκτηση γνώσης για συγκεκριμένα θέματα (Becker & Bode, 2017) και να δώσουν «μνήμη στις ειδήσεις», ως απάντηση στην υπερφόρτωση πληροφοριών της εποχής των γρήγορων ειδήσεων που «αποτελούν βασικό τόπο παραγωγής αμνησίας» (Basu, 2018)

1.3.2 Ο ρόλος, τα κίνητρα και οι στόχοι των σατιρικών

Ενταγμένες στις συνθήκες του πολιτισμικού χάους, οι έννοιες της δημοσιογραφίας και της ψυχαγωγίας επανεξετάζονται διαρκώς. Όσο τα όρια μεταξύ του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και των άλλων παραγωγών περιεχομένου στη δημόσια σφαίρα έχουν γίνει ασαφή και βρίσκονται υπό διαρκή επαναδιαπραγμάτευση (Koivukoski & Ödmark, 2020), άλλο τόσο αυτή η ρευστότητα αγγίζει και το επάγγελμα των σατιρικών, το οποίο ούτως ή άλλως δεν είναι ξεκάθαρα καθορισμένο εφόσον ως όρος-ομπρέλα στερείται ακόμα και ενός ακριβούς ορισμού στην ελληνική γλώσσα.

Η αυξανόμενη πολιτικοποίηση στη θεματολογία της σάτιρας, που αποδίδεται στην αυξανόμενη πόλωση στην πολιτική και τα μέσα ενημέρωσης (Farnsworth & Lichter, 2020) έχει οδηγήσει σε μια μετατόπιση ρόλων για τους κωμικούς, οι οποίοι από σχολιαστές μετατρέπονται σε υπερασπιστές. Αυτή η λεγόμενη *σάτιρα υπεράσπισης* (*advocacy satire*), που υποστηρίζει μειονεκτούντα άτομα και ομάδες και παρακινεί το κοινό να συμμετάσχει (Waisanen, 2018), έχει χαρακτηριστεί και ως «*νέα πολιτική σάτιρα*» (Becker & Bode, 2018). Σε έρευνά τους που περιλαμβάνει συνεντεύξεις σε βάθος με δεκατέσσερις Σουηδούς σατιρικούς, οι Ödmark & Harvard (2021) διέκριναν έξι πιθανούς ρόλους των σατιρικών στον δημόσιο διάλογο:

- Ο *ενημερωτικός* ρόλος: οι σατιρικοί εφιστούν την προσοχή σε θέματα που δεν καλύπτονται από τα παραδοσιακά ΜΜΕ ή αναδεικνύουν θέματα που βρίσκονται ήδη στην επικαιρότητα.
- Ο *διαφωτιστικός* ρόλος: οι σατιρικοί προσφέρουν νέες και απρόσμενες εναλλακτικές οπτικές που απουσιάζουν από τον κυρίαρχο δημόσιο διάλογο.
- Ο *ενωτικός* -ή *διαχωριστικός*- ρόλος: οι σατιρικοί μπορούν να οριοθετήσουν τα κοινωνικά όρια, με τη συμπερίληψη σε μια ομάδα όσων ενώνονται προκειμένου να γελάσουν και τον αποκλεισμό όσων η σάτιρα στοχοποιεί και γελάει σε βάρος τους (Nicolai & Maesele, 2024; Ödmark, 2021).
- Ο *ανακριτικός* ρόλος: οι σατιρικοί αμφισβητούν τις κυρίαρχες ιδέες και εκθέτουν την υποκρισία, ενθαρρύνοντας παράλληλα την κριτική σκέψη.
- Ο *ερμηνευτικός* ρόλος: οι σατιρικοί λειτουργούν επεξηγηματικά για τα θέματα ή το παρασκήνιο της τρέχουσας επικαιρότητας, καταλαμβάνοντας τον χώρο μεταξύ του σοβαρού πολιτικού σχολιασμού και της καθαρής κωμωδίας.
- Ο ρόλος της *επίλυσης προβλημάτων*: οι σατιρικοί παρουσιάζουν λύσεις, συνήθως με χιουμοριστικό ή σαρκαστικό τρόπο, οι οποίες -σοβαρές ή μη- εξυπηρετούν έναν δημοκρατικό σκοπό, τη διαβουλευτική διαδικασία στη δημόσια σφαίρα (Ödmark & Harvard, 2021).

Λίγα χρόνια αργότερα, η Ödmark επανέρχεται με νέα έρευνα σε συνεργασία με τον Nicolaï (2024), προκειμένου αυτή τη φορά να εξερευνήσουν τους δημοσιογραφικούς ρόλους των σατιρικών στις διεθνείς δυτικές μορφές σάτιρας ειδήσεων, μέσω της ανάλυσης περιεχομένου τριών σατιρικών εκπομπών από τις ΗΠΑ, την Σουηδία και την Ολλανδία, αντίστοιχα. Οι ερευνητές εισήγαγαν νέους ρόλους για τους σατιρικούς και διαπίστωσαν ότι περισσότερο σημαντικός είναι αυτός του *κωμικού συνομιλητή* (*comedic interlocutor*) λόγω της συναισθηματικής εμπλοκής των θεατών μέσω της υποκειμενικής αφήγησης των σατιρικών. Η έμφαση των σατιρικών στο χιούμορ και στην επίκληση του συναισθήματος θεωρήθηκε σημαντική και για τους ρόλους του *συνηγόρου του πολίτη* (*advocate*), του *φύλακα πύλης* (*watchdog*) και του *παιδαγωγού του πολίτη* (*civil educator*) που αποδίδουν οι συγγραφείς στους σατιρικούς. Σε όλες τις εκπομπές παρατηρήθηκε μια επικάλυψη μεταξύ των ρόλων του *συνηγόρου του πολίτη* και του *παιδαγωγού του πολίτη*, ενώ πολύ χαμηλά σε σημασία αναδείχθηκαν οι αξίες του *ρεπόρτερ* (*reporter*), εδώ με την έννοια του ουδέτερου δημοσιογράφου, γεγονός που αποδεικνύει την ασυμβατότητα των σατιρικών με την ουδέτερη και αποστασιοποιημένη δημοσιογραφία των παραδοσιακών δελτίων ειδήσεων (Ödmark & Nicolaï, 2024).

Έχει υποστηριχθεί ότι σκοπός της σάτιρας είναι να λέει αλήθεια στην εξουσία (Boler & Turpin, 2008). Σε αυτή την περίπτωση ως αναγκαία προϋπόθεση για την επίτευξη αυτού του σκοπού, δεν μπορεί παρά να περιλαμβάνεται στα χαρακτηριστικά του λόγου των σατιρικών η *παρρησία*. Ο Foucault (2001) διέκρινε πέντε διαστάσεις της *παρρησίας*:

Παρρησία είναι μια λεκτική δραστηριότητα κατά την οποία ο ομιλητής εκφράζει την προσωπική του σχέση με την αλήθεια και διακινδυνεύει τη ζωή του επειδή αναγνωρίζει την αφήγηση της αλήθειας ως καθήκον να βελτιώσει ή να βοηθήσει άλλους ανθρώπους (καθώς και τον εαυτό του). Στην παρρησία ο ομιλητής χρησιμοποιεί την ελευθερία του και επιλέγει την ειλικρίνεια αντί για την πειθώ, την αλήθεια αντί για το ψέμα ή τη σιωπή, τον κίνδυνο του θανάτου αντί για τη ζωή και την ασφάλεια, την κριτική αντί για την κολακεία και το ηθικό καθήκον αντί για το συμφέρον και την ηθική απάθεια. (Foucault, 2001: 19–20).

Ο Rolfe (2017: 61-63) αμφισβητεί την άποψη ότι η φουκωϊκή έννοια της *παρρησίας* μπορεί να εφαρμοστεί στους σύγχρονους σατιρικούς. Επισημαίνει ότι η *παρρησία*, όπως την ορίζει ο Foucault, απαιτεί όχι μόνο την ειλικρινή έκφραση της αλήθειας, αλλά και την ανάληψη προσωπικού κινδύνου. Οι αρχαίοι ρήτορες διακινδύνευαν τη ζωή και την υπόληψή τους, ενώ οι σύγχρονοι σατιρικοί, ιδιαίτερα σε δημοκρατικά καθεστώτα, προστατεύονται από τη νομοθεσία και τις κοινωνικές νόρμες. Επιπλέον, ο Rolfe επισημαίνει τη διαφορά στον στόχο της *παρρησίας* και της *σάτιρας*. Η *παρρησία*, σύμφωνα με τον Foucault, είναι μια ηθική πρακτική που στοχεύει στη βελτίωση του εαυτού και της κοινότητας. Αντίθετα, η σύγχρονη *σάτιρα*, αν και μπορεί να έχει πολιτικό ή κοινωνικό περιεχόμενο, δεν είναι απαραίτητα προσανατολισμένη προς την ηθική βελτίωση. Στόχος της μπορεί να είναι η διασκέδαση, η πρόκληση, ακόμα και η υπονόμηση των κυρίαρχων αξιών. Συνεπώς, σύμφωνα με τον Rolfe, η εφαρμογή της έννοιας της *παρρησίας* στους σύγχρονους σατιρικούς είναι αναχρονιστική και παραπλανητική, καθώς αγνοεί τις θεμελιώδεις διαφορές μεταξύ των δύο εννοιών.

Οι προηγούμενες έρευνες έχουν εξετάσει περιορισμένα τον τρόπο με τον οποίο οι διαφορετικές προσεγγίσεις στη *σάτιρα* αντικατοπτρίζονται στα ατομικά κίνητρα και τους προσανατολισμούς ρόλων των σατιρικών. Ένα γενικό συμπέρασμα είναι ότι οι αντιλήψεις των σατιρικών για το ρόλο τους διαφέρουν ανάλογα με το πολιτικό πλαίσιο και την κουλτούρα των MME (Holm, 2018). Οι πιο πρόσφατες μελέτες που έχουμε εντοπίσει από τον ευρωπαϊκό χώρο έρχονται από τη Σκανδιναβία (Koivukoski & Ödmark, 2020; Ödmark & Harvard, 2021; Ödmark & Nicolai, 2024), τη Γερμανία (Lichtenstein et al., 2021) και την Ισπανία (Zaragoza, 2018). Στις περισσότερες επισημαίνεται ότι οι σατιρικοί ταυτίζονται κυρίως με τον ρόλο του διασκεδαστή και, σε μικρότερο βαθμό, με ρόλους που είναι κοινοί με αυτούς της επαγγελματικής δημοσιογραφίας, όπως η σχολιαστική πολιτική ανάλυση και η διαμόρφωση της κοινής γνώμης (Koivukoski & Ödmark, 2020). Ο ρόλος του διασκεδαστή είναι λιγότερο έντονος στη Γερμανία σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες όπου οι Γερμανοί σατιρικοί αρνούνται να αυτοχαρακτηριστούν κωμικοί επειδή θεωρούν εξευτελιστικό τον όρο (Lichtenstein et al., 2021). Στις ΗΠΑ πολλοί σατιρικοί αυτοχαρακτηρίζονται κυρίως ως κωμικοί και διασκεδαστές (Baym, 2005; Jones & Baym,

2010) και δηλώνουν ότι θεωρούν τη δημιουργία θετικών συναισθηματικών αντιδράσεων ως βασικό ζητούμενο του έργου τους (Burgers & Brugman, 2022).

Οι επαγγελματίες σατιρικοί δραστηριοποιούνται συχνά κοντά στο χώρο της δημοσιογραφίας, δίχως απαραίτητα να είναι -ή να αισθάνονται ότι είναι- αναγνωρισμένοι δημοσιογράφοι. Ο Vos (2018) επιχειρεί να ορίσει τη δημοσιογραφία ως είδος εργασίας και συμπεριλαμβάνει στον ορισμό του δημοσιογραφικού λόγου τις ιδέες, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται σχόλια από δημόσιες φωνές, που χωρίς να ανήκουν στον αυστηρά περιχαρακωμένο δημοσιογραφικό κύκλο, συμβάλλουν σε δημοσιογραφικές δραστηριότητες, όπως η διάδοση πληροφοριών ή η σχολιαστική δημοσιογραφία. Σε αυτό το πλαίσιο ο Paré (2021) υιοθετεί τον όρο *τζοκαλιστής* ή *αστειογράφος* (*jokalist*), που χρησιμοποίησε πρώτος ο Αυστραλός κωμικός Charlie Pickering προκειμένου να περιγράψει τον εαυτό του ως κάποιον που «θολώνει τη γραμμή μεταξύ αναζήτησης και σάτιρας, ρεπορτάζ και σχολιασμού των ειδήσεων» και ασκεί ένα είδος χιουμοριστικής δημοσιογραφίας, που συνδυάζει την κωμωδία με τη δημοσιογραφία προκειμένου να ενημερώσει και να διασκεδάσει το κοινό, ενώ παράλληλα ασκεί κριτική στην κοινωνία και την πολιτική. Τον όρο *χιουμοραλιστής* (*humoralist*) αντιπροτείνουν οι Nicolaï et al. (2022) προκειμένου να περιγράψουν τον ρόλο ενός «δημοσιογραφικού παρεμβολέα» (*journalistic jammer*) που διαταράσσει την παραδοσιακή δημοσιογραφική αφήγηση ή πρακτική και εισάγει νέους χιουμοριστικούς τρόπους σκέψης και αναφοράς για τα γεγονότα.

Κατά καιρούς οι σατιρικοί κεφαλαιοποιούν την δημοτικότητα και την επιτυχία των σατιρικών εκπομπών τους και εισέρχονται στην πολιτική. Στην Ιταλία, την Ισπανία, την Γερμανία και τη Βραζιλία έχουν επίσης ξεπεράσει αυτό το όριο, για παράδειγμα μπαίνοντας στην πολιτική ως υποψήφιοι στις εκλογές. Στην Ιταλία το κόμμα που ιδρύθηκε από τον κωμικό Beppe Grillo κέρδισε το ένα τέταρτο των ψήφων στις ιταλικές εθνικές εκλογές του 2013. Στη Βραζιλία ο κλόουν Tiririca εξελέγη το 2010 στη Γερουσία της χώρας (O' Connor, 2017). Στη Γερμανία το κόμμα Die PARTEI, που ιδρύθηκε από σατιρικούς, συγκέντρωσε στις Ευρωεκλογές το 2014 σχεδόν 900.000 ψήφους και εξέλεξε δύο ευρωβουλευτές, ενώ το 2019 εξασφάλισε το 2,4% των ψήφων υπερτριπλασιάζοντας το ποσοστό του σε σχέση με την προηγούμενη εκλογική αναμέτρηση (Brady, 2019). Ο κωμικός ηθοποιός Volodymyr

Zelensky ο οποίος το 2015 υποδύθηκε τον Πρόεδρο της Ουκρανίας στην κωμική σειρά «Υπηρέτης του Λαού», το 2019 εξελέγη πραγματικά Πρόεδρος της χώρας, όντας επικεφαλής κόμματος με το όνομα που είχε η επιτυχημένη κωμική σειρά.¹

Στην παρούσα εργασία εξετάζουμε συγκεκριμένα την ελληνική περίπτωση της σάτιρας των δημοσιογραφικών ειδήσεων. Προκειμένου να διερευνήσουμε τον τρόπο με τον οποίο οι Έλληνες σατιρικοί αντιλαμβάνονται έννοιες όπως η σάτιρα, η δημοσιογραφία και οι σατιρικές ειδήσεις αλλά και προκειμένου να κατανοήσουμε τους στόχους, τα κίνητρα και την αυτοαντίληψη του ρόλου τους, θέσαμε τα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα:

RQ1: Πώς αντιλαμβάνονται οι Έλληνες σατιρικοί τις έννοιες της σάτιρας και της δημοσιογραφίας και ποιες ομοιότητες, διαφορές ή αλληλεπιδράσεις τους επισημαίνουν στα ελληνικά σατιρικά δελτία ειδήσεων;

RQ2: Ποια κίνητρα καθοδηγούν τους Έλληνες σατιρικούς στο έργο τους και ποιοι είναι οι στόχοι τους;

¹ Associated Press (2019, Αύγουστος 22): Comedian who plays president on TV headed for landslide victory in Ukraine's presidential election. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο:
<https://www.chicagotribune.com/2019/04/21/comedian-who-plays-president-on-tv-headed-for-landslide-victory-in-ukraines-presidential-election/>

2. Τα ελληνικά σατιρικά δελτία ειδήσεων στην τηλεόραση και το διαδίκτυο

2.1 Το Πολωμένο Πλουραλιστικό ελληνικό σύστημα μέσων ενημέρωσης

Στην Ελλάδα η λειτουργία των κυρίαρχων MME περιγράφεται από το λεγόμενο Μεσογειακό ή Πολωμένο Πλουραλιστικό Μοντέλο (Halin & Mancini, 2004) με δύο από τα βασικά χαρακτηριστικά του να είναι οι χαμηλές κυκλοφορίες των εφημερίδων και η υψηλή κατανάλωση τηλεόρασης (Papathanassopoulos et al., 2023). Στην έρευνα Μέσων και Ειδήσεων του Ευρωβαρόμετρου για το 2023 αποτυπώνεται ότι για την πρόσβαση τους στις ειδήσεις το 65% των Ελλήνων επιλέγει την τηλεόραση, το 57% τις ηλεκτρονικές δημοσιογραφικές και ειδησεογραφικές πλατφόρμες και το 55% τα ΜΚΔ. Ο έντυπος τύπος συγκεντρώνει μόλις 14% των θετικών απαντήσεων των ερωτηθέντων. Στην ίδια έρευνα το 55% δηλώνει ότι επιλέγει να παρακολουθήσει τον σχολιασμό της κοινωνικής και πολιτικής επικαιρότητας από influencers και παραγωγούς περιεχομένου στο διαδίκτυο και το 55% επιλέγει το YouTube ως ΜΚΔ, με πρώτο το Facebook και δεύτερο το Whatsapp.²

Άλλα χαρακτηριστικά του Πολωμένου Πλουραλιστικού Μοντέλου είναι η πολιτικοποίηση των MME και η διασύνδεσή τους με πολιτικά κόμματα, ο αυστηρός κυβερνητικός έλεγχος στη δημόσια ραδιοτηλεόραση, η κλιμάκωση της απορρύθμισης των MME και η περιορισμένη ανάπτυξη της δημοσιογραφικής αυτονομίας (Papathanassopoulos et al., 2023). Πριν την απορρύθμιση, το ιδιοκτησιακό καθεστώς των MME στην Ελλάδα ήταν ξεκάθαρα οριοθετημένο. Τα έντυπα MME ελέγχονταν από ιδιώτες, οι οποίοι στη μεγάλη τους πλειοψηφία είχαν μακρά παράδοση και εμπειρία στο χώρο, ενώ τα ηλεκτρονικά MME βρίσκονταν υπό τον έλεγχο του κράτους. Η οριοθέτηση αυτή άρχισε να μεταβάλλεται το 1987 με την ίδρυση της δημοτικής ραδιοφωνίας, η οποία μετεξελίχθηκε σύντομα σε ιδιωτική. Στα τέλη του 1989 εκπέμπουν για πρώτη φορά, με διαφορά λίγων ημερών, τα ιδιωτικά τηλεοπτικά κανάλια MEGA και ANT1 και η αγορά των MME μετατρέπεται μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα από βιοτεχνικού τύπου παραδοσιακή σε μια νεωτερική αγορά

² European Union (2023). Media & News Survey 2023. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3153>

με βιομηχανικές καταβολές. Σε αυτή τη λεγόμενη «χρυσή εποχή» των ιδιωτικών ηλεκτρονικών ΜΜΕ το πρόγραμμα κάθε καναλιού ήταν εύκολα διακριτό και ο κάθε σταθμός χαρακτηριζόταν από τα στοιχεία που απέπνεε το κεντρικό του δελτίο ειδήσεων (Χαιρετάκης, 2012). Μετά την οικονομική κρίση του 2008, νέοι ισχυροί επιχειρηματίες άδραξαν την ευκαιρία να κυριαρχήσουν στην αγορά μέσω της εξαγοράς πτωχευμένων παραδοσιακών εκδοτικών ομίλων, όπως ο Δημοσιογραφικός Οργανισμός Λαμπράκη (ΔΟΛ) και η Πήγασος Εκδοτική του Φώτη Μπόμπολα. Με τον τρόπο αυτό αναπτύχθηκε ένα μοντέλο συγκέντρωσης ιδιοκτησίας που συνδυάζει αθλητικές ομάδες, ναυτιλιακές εταιρείες και αρκετά έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ. Χαρακτηριστικά παραδείγματα του νέου ιδιοκτησιακού τοπίου των ΜΜΕ είναι ο επιχειρηματίας Γιάννης Αλαφούζος, ιδιοκτήτης της ΠΑΕ Παναθηναϊκός και το ραδιοτηλεοπτικού σταθμού ΣΚΑΪ και ο όμιλος *Alter Ego* του εφοπλιστή και ιδιοκτήτη της ΠΑΕ Ολυμπιακός Βαγγέλη Μαρινάκη που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων τους τηλεοπτικούς σταθμούς ΜΕΓΑ και ONE TV, τις εφημερίδες Τα ΝΕΑ και Το ΒΗΜΑ και την ενημερωτική ιστοσελίδα in.gr (Παπαγγελή, 2024). Οι νέοι επιχειρηματίες του τομέα ενημέρωσης εισέρχονται στον τομέα χωρίς πρότερη εμπειρία σε αυτόν, προκειμένου να ασκήσουν επιρροή στο πολιτικό σκηνικό και να προωθήσουν τα συμφέροντά τους σε τομείς που έχουν άμεση εξάρτηση από το κράτος (Papathanassopoulos et al., 2023). Σταδιακά επικρατεί η άκρατη εμπορευματοποίηση του περιεχομένου που μεταδίδεται από τα ΜΜΕ και η μάχη μεταξύ των ιδιοκτητών των καναλιών για την εξασφάλιση εσόδων από διαφημίσεις. Σε αυτό το πλαίσιο παρατηρείται μια αυξανόμενη λογική γενικής δραματοποίησης των εκπομπών και ιδίως των κεντρικών δελτίων ειδήσεων, τα οποία σταδιακά θυσιάζουν οικειοθελώς τον προηγούμενο κομβικό τους χαρακτήρα, με αντάλλαγμα την επίτευξη του στόχου να σαγηνεύσουν όσο το δυνατό περισσότερους τηλεθεατές, προκειμένου να επιτύχουν υψηλότερες ακροαματικότητες (Χαιρετάκης, 2012).

Τα ΜΜΕ βρίσκονται από το 2019 υπό αυστηρότερο κυβερνητικό έλεγχο, τόσο μέσω της ανάληψης της αρμοδιότητας του μοναδικού πρακτορείου ειδήσεων του ΑΠΕ-ΜΠΕ από το Γραφείο του Πρωθυπουργού, όσο και από την υπερβολική εξάρτησή τους από την κρατικές επιδοτήσεις, εξελίξεις που επηρεάζουν ευθέως την πολιτική τους στάση

(Papathanassopoulos et al., 2023). Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η αδιαφανής «Λίστα Πέτσα»,³ η λίστα με τα μέσα ενημέρωσης που έλαβαν κρατική χρηματική αποζημίωση το 2020 για την προώθηση της εκστρατείας ενημέρωσης την περίοδο της επιδημίας του κορωνοϊού. Όπως παρατηρεί -υπό συγκεκριμένη ιδεολογική προοπτική- ο Πλειός (2022) τα μέσα ενημέρωσης λειτουργούν ως οργανισμοί εξασφάλισης κερδών για τους ιδιοκτήτες τους και διασφάλισης της ιδεολογικής ηγεμονίας της άρχουσας τάξης. Πλέον δεν είναι «παρατηρητές των πολιτικών και κοινωνικών εξελίξεων, αν ποτέ ήταν, αλλά σημαντικοί πρωταγωνιστές τους. Ίσως οι πιο σημαντικοί». Καταλήγει δε στο συμπέρασμα ότι τα ΜΜΕ δεν αποτελούν πια την τέταρτη εξουσία που θεωρητικά ελέγχει τις άλλες τρεις αλλά λειτουργούν ως ο κρίκος που τις συνδέει, τις οδηγεί σε σύγκλιση και ενίοτε τις στραγγαλίζει.

Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, οι Έλληνες πολίτες εμφανίζονται το 2024 να έχουν ιδιαίτερα αρνητική άποψη και μειωμένη εμπιστοσύνη απέναντι στα ΜΜΕ (71,4%) και στα πολιτικά κόμματα (71,6%) σύμφωνα με έρευνα του ανεξάρτητου μη κερδοσκοπικού ερευνητικού οργανισμού *διαΝΕΟσις*.⁴ Παράλληλα, σύμφωνα με τα ευρήματα του Τακτικού Ευρωβαρόμετρου (Φθινόπωρο 2023)⁵ το 69% των Ελλήνων δεν εμπιστεύεται την κυβέρνηση και το κοινοβούλιο, ενώ σε έρευνα του Ευρωκοινοβουλίου για την Δημοκρατία το 2023⁶ το 71% δεν είναι ικανοποιημένο από τον τρόπο λειτουργίας της Δημοκρατίας στη χώρα. Η Ελλάδα παρέμεινε το 2023 στην χαμηλότερη θέση της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως προς την ελευθερία του Τύπου. Σύμφωνα με τα στοιχεία της διεθνούς μη κυβερνητικής οργάνωσης RSF, η Ελλάδα συμπεριλαμβάνεται σε μια ομάδα χωρών, των οποίων η κατάσταση της ελευθερίας του τύπου περιγράφεται ως «προβληματική». Η Ελλάδα κατέλαβε την θέση 107 σε σύνολο 180 χωρών παγκοσμίως και απείχε 24 θέσεις από τη

³ Protagon Team (2020, Ιούλιος 6). Αυτή είναι η «λίστα Πέτσα» με τα ΜΜΕ και τα ποσά της καμπάνιας «Μένουμε Σπίτι» *Protagon.gr*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.protagon.gr/epikairoti/afti-einai-i-lista-petsa-me-ta-mesa-kai-ta-posa-tis-kabani-as-menoume-spiti-44342081458>

⁴ διαΝΕΟσις (2024). Τι Πιστεύουν Οι Έλληνες – 2024. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.dianeosis.org/research/ti-pistevoun-oi-ellines-2024/>

⁵ European Union (2023). Standard Eurobarometer 100 - Autumn 2023. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3053>

⁶ European Union (2023). Eurobarometer: Democracy. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2966>

Μάλτα, το προτελευταίο κράτος-μέλος της ΕΕ στη λίστα, η οποία βρισκόταν στην 84η θέση. Η φαινομενική βελτίωση της θέσης της Ελλάδας κατά μία από την θέση 108 που κατείχε το 2022, οφείλεται καθαρά στην υποχώρηση του Τσαντ στην συγκεκριμένη λίστα. Η ποιότητα της ελευθερίας του Τύπου στην Ελλάδα έτος 2023 επιδεινώθηκε ελαφρώς σε σχέση με το 2022, με δείκτη 55,52 στην κλίμακα του 100 αντί για 55,20 αντίστοιχα.⁷ Τέλος, το Ευρωκοινοβούλιο καταδίκασε επίσημα την Ελλάδα για την κατάσταση του κράτος δικαίου και της ελευθερίας του Τύπου στη χώρα με ψήφισμά του στις 7/2/2024.⁸

2.2 Σατιρικά δελτία ειδήσεων στην ελληνική ιδιωτική τηλεόραση

Τα πρώτα σατιρικά δελτία ειδήσεων παρουσιάστηκαν στην ελληνική τηλεόραση από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, ταυτόχρονα με την έναρξη λειτουργίας των ιδιωτικών τηλεοπτικών καναλιών. Στο προηγούμενο πλαίσιο της μονοπωλιακής κρατικής τηλεόρασης, η σάτιρα γενικότερα εμφανιζόταν στους τηλεοπτικούς δέκτες μόνο περιστασιακά και αποκλειστικά μέσω υπαινιγμών σε συγκεκριμένες μυθοπλαστικές εκπομπές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η σατιρική εκπομπή *Εκείνος και εκείνος* (EIPT- Ιούνιος 1972 – Φεβρουάριος 1974) σε σενάριο Κώστα Μουρσελά, με πρωταγωνιστές τους Βασίλη Διαμαντόπουλο και Γιώργο Μιχαλακόπουλο, οι οποίοι υποδύομενοι δύο ρακένδυτους περιθωριακούς ανθρώπους φιλοσοφούσαν και σχολίαζαν με κρυπτικό και υπαινικτικό τρόπο την πολιτική επικαιρότητα της εποχής (Κανέλης, 2023; Τρούσας, 2023).

Η έναρξη λειτουργίας της ιδιωτικής τηλεόρασης στα τέλη του 1989 θα διαμορφώσει ένα διαφορετικό πλαίσιο τηλεοπτικής σάτιρας και κουλτούρας, κύρια χαρακτηριστικά του οποίου είναι η αυτοαναφορικότητα, ο σχολιασμός των διάσημων πρωταγωνιστών των ιδιωτικών καναλιών και η σάτιρα της πολιτικής και δημοσιογραφικής εξουσίας (Κανέλης, 2023). Για πρώτη φορά οι μη δημοσιογραφικοί παράγοντες των κυρίαρχων μέσων

⁷ RSF (2023). Barometer. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://rsf.org/en/index?year=2023>

⁸ Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (2024, Φεβρουάριος 7). Το κράτος δικαίου και η ελευθερία των μέσων ενημέρωσης στην Ελλάδα. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2024-0069_EL.html

ενημέρωσης αναλαμβάνουν την τηλεοπτική πολιτική ψυχαγωγία. Αντιγράφουν και παρωδούν τις καθιερωμένες δημοσιογραφικές πρακτικές και εκφορές λόγου, προκειμένου να σατιρίσουν, να επικρίνουν και να αναδείξουν τις αδυναμίες του πολιτικού και δημοσιογραφικού συστήματος. Αυτό ακριβώς το τηλεοπτικό χιούμορ, σταδιακά θα καταφέρει να αποδημήσει τόσο την ίδια την πολιτική όσο και την μονοπωλιακή διαχείριση του καθεστώτος αλήθειας από τη δημοσιογραφία (Jones, 2010: 63) και να οδηγήσει σε μια ιδεολογική ριζοσπαστικοποίηση που θα γίνει ιδιαίτερα εμφανής στην Ελλάδα από την δεκαετία του 2010. Η πολιτική σάτιρα αποδεικνύεται στην πράξη ένα «θέαμα πολιτικό μεν, αλλά αντιπολιτικό δε», όπως επισημαίνει ο Βαμβακάς στο συνέδριο του Κύκλου Ιδεών «Η Καμπύλη της Μεταπολίτευσης 1974- 2024».⁹

Τα σατιρικά δελτία ειδήσεων αποτέλεσαν σημείο αναφοράς για το ψυχαγωγικό πρόγραμμα της ελληνικής ιδιωτικής τηλεόρασης, ήδη από τις πρώτες ημέρες λειτουργίας της, όμως η ανάπτυξη και η εξέλιξη του συγκεκριμένου είδους συνέβη ουσιαστικά σε τρεις φάσεις.

Η πρώτη φάση (1990–1995) χαρακτηρίστηκε από την καθιέρωση χιουμοριστικών σατιρικών δελτίων ειδήσεων που παρωδούν τους πολιτικούς της εποχής και αναμειγνύουν τους σοβαρούς τρόπους εκφοράς του λόγου των δελτίων ειδήσεων με αντίστοιχους χιουμοριστικούς. Κύριο χαρακτηριστικό αυτής της περιόδου είναι ο σχετικά ανώδυνος παρωδιακός σχολιασμός της δημοσιογραφικής και πολιτικής εξουσίας είτε μέσω της εμφάνισης των πρωταγωνιστών τους ως συμπαθείς κούκλες (puppets) ζώων (*Ψαροκωστούλα Αγάπη μου*) είτε μέσω της παρωδιακής-μιμητικής παρουσιάσής τους από ηθοποιούς (*Όχι τα Νέα του ANTI*, *Οι Διαπλεκόμενοι* και οι διάφορες εκπομπές του Μητσικώστα). Η σάτιρα αυτής της περιόδου είναι ορατιανού τύπου (horatian). Η ορατιανή σάτιρα χαρακτηρίζεται από την καλοήθη και ευγενική οπτική της. Είναι «απαλή» και φιλική σάτιρα, που εστιάζει σε αφηρημένα και γενικότερα ζητήματα, όπως η κριτική των κοινωνικών αξιών, των δημοσίων κακών, των στάσεων ζωής ή των δεσμεύσεων του πολίτη (Moreno, 2022). Αυτό το είδος σάτιρας υλοποιείται πάντα με έμμεση μορφή, συχνά

⁹ Συνέδριο «Η καμπύλη της Μεταπολίτευσης 1974- 2024» (Ημέρα τρίτη)
https://www.youtube.com/live/qPr0c3FonPU?si=w8aUipb_NBZmHCCA

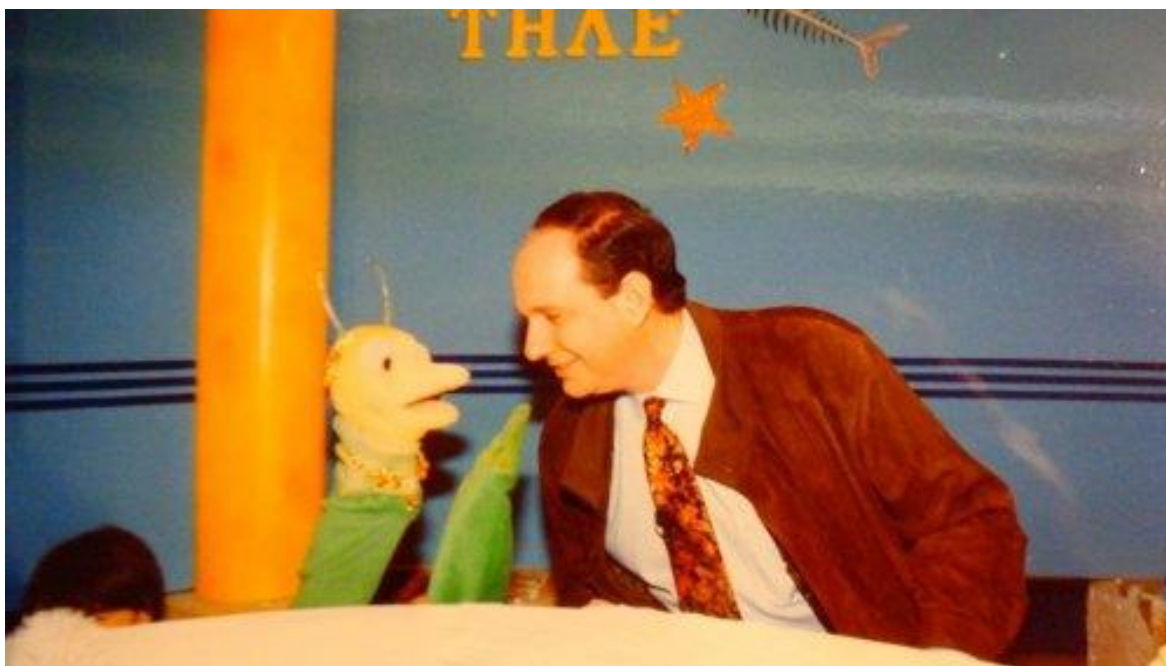
προκειμένου να ξεπεράσει προβλήματα λογοκρισίας ή για να προσφέρει ένα βαθμό επιτήδευσης στην κωμική αντιμετώπιση των θεμάτων. Παιχνιδιάρικη και ανάλαφρη, παρατηρεί με απάθεια την υποκρισία και τη γελοιότητα (Dobmeier et al., 2023; Tesnohlidkova, 2021) και ασκεί προσεκτική κριτική προκειμένου να μην σοκάρει δυσάρεστα το ευρύ κοινό (Dobmeier et al., 2023; Tsakona & Popa, 2011: 9). Το χιούμορ που χρησιμοποιούν οι συγκεκριμένες εκπομπές έχει επομένως κυρίως παιγνιώδη και αναστοχαστική λειτουργία (Βαμβακάς, 2019). Οι εκπομπές αυτής της περιόδου, έστω και σε αυτή την πρώιμη μορφή παρωδιακής κυρίως παρουσίασης, συνέβαλαν καθοριστικά στην αλληλεπίδραση της δημοσιογραφίας με την σάτιρα, που θα παρατηρηθεί ουσιαστικότερη στις επόμενες περιόδους. Παράλληλα, με τις υψηλές θεαματικότητες που παρουσίασαν, θεμελίωσαν τα σατιρικά δελτία ειδήσεων ως υβριδικό τηλεοπτικό είδος κριτικής από τη βιομηχανία του θεάματος των -κοινωνικά και πολιτικά- σημαντικών στόχων (Brugman et al., 2021; Popa, 2013).

Η δεύτερη φάση των σατιρικών δελτίων ειδήσεων στην ελληνική τηλεόραση ξεκινά ουσιαστικά από το 1995 με την εισήγηση του stand-up comedy στο είδος αυτών των εκπομπών από την Μαλβίνα Κάραλη (Βαμβακάς, 2019). Τα σατιρικά δελτία ειδήσεων αντί απλώς να παρωδούν τους πολιτικούς και τους δημοσιογράφους, «εξετάζουν πλέον εξονυχιστικά τον προγραμματισμό των ειδήσεων», παίρνουν συνεντεύξεις από δημόσια πρόσωπα (Doona, 2021: 16) και χρησιμοποιούν καυστικό έως επιθετικό χιούμορ με όλο και περισσότερο ξεκάθαρη διορθωτική ή σοκαριστική λειτουργία (Βαμβακάς, 2019). Είναι η περίοδος που εισάγεται και καθιερώνεται ως είδος η ιουβενάλεια (juvenalian) σάτιρα, περισσότερο ευθεία, δηκτική και έντονη σε τόνο, που μεταξύ άλλων έχει στόχο να πλήξει και να προσβάλει τον σατιριζόμενο στόχο, χρησιμοποιεί συχνά ακραία γλώσσα, προκαλεί οργή και αγανάκτηση, αποπνέει απαισιοδοξία και καταφεύγει σε ηθικές διδασκαλίες. Πρόκειται δε για ένα είδος σάτιρας που περιέχει πολύ περισσότερα στοιχεία κριτικής παρά αυτοκριτικής (Moreno, 2022; Weaver, 1973 όπως αναφέρεται στο Dobmeier, 2023: 7-8).

Η τρίτη φάση των ελληνικών σατιρικών δελτίων ειδήσεων βρίσκεται ως επί το πλείστον εκτός τηλεόρασης, εφόσον -με την εξαίρεση της εκπομπής *Ράδιο Αρβύλα*- η πολιτική σάτιρα σταδιακά εκτοπίζεται από τους τηλεοπτικούς δέκτες και μετακομίζει, κυρίως από το

2020 και εντεύθεν, στο διαδίκτυο και στην πλατφόρμα του *Youtube*. Η Baumgartner (2024) παρατηρεί αφενός ότι λιγότεροι θεατές παρακολουθούν πλέον ζωντανή τηλεόραση, προτιμώντας υπηρεσίες streaming και *YouTube* για το περιεχόμενο που τους ενδιαφέρει και αφετέρου ότι πολλά τηλεοπτικά προγράμματα πολιτικής σάτιρας υιοθετούν μια περισσότερο έντονη αριστερή ιδεολογική κλίση. Η συγκεκριμένη περίοδος και οι περιπτώσεις των ελληνικών διαδικτυακών σατιρικών δελτίων ειδήσεων που την χαρακτηρίζουν εξετάζονται στην ενότητα 2.3.

2.2.1 *Ψαροκωστούλα, Αγάπη μου*



Εικόνα 2-1: Ο Τέρενς Κουίκ (δεξιά), κεντρικός παρουσιαστής του δελτίου ειδήσεων του ANT1 μαζί με τον Φέρενς Κουάκ, κεντρικό παρουσιαστή του σατιρικού δελτίου ειδήσεων της *Ψαροκωστούλας*

Η πρώτη σατιρική εκπομπή της ιδιωτικής τηλεόρασης, που οριακά αφορά τις περιπτώσεις μελέτης της παρούσας εργασίας και περιλαμβάνεται κυρίως λόγω των χαρακτηριστικών αυτοαναφορικότητας και πολιτικής σάτιρας που εμφάνισε, προβλήθηκε από το 1990 έως το 1993 στην τηλεόραση του ANT1. Πρόκειται για την 10λεπτη καθημερινή εκπομπή *Ψαροκωστούλα Αγάπη μου*, μια πολιτική σάτιρα με κούκλες (puppets), η οποία

προβαλλόταν πριν το βραδινό δελτίο ειδήσεων και σχολίαζε την τότε πολιτική και κοινωνική επικαιρότητα. Ανάμεσα στους ήρωες της σειράς ήταν ο βάτραχος Φέρενς Κουάκ και η κάμπια Ξανά Φτούκα, οι οποίοι παρουσίαζαν το σατιρικό δελτίο ειδήσεων της εκπομπής και παρέπεμπαν ευθέως στους τότε παρουσιαστές του κεντρικού δελτίου ειδήσεων του σταθμού Τέρενς Κουίκ και Νανά Δούκα. Όλοι οι πολιτικοί της εποχής πρωταγωνιστούσαν στην *Ψαροκωστούλα* ως κούκλες-ζώα: Κωνσταντίνος Καραμανλής ως λιοντάρι, Κωνσταντίνος Μητσοτάκης ως σκύλος, Λεωνίδας Κύρκος ως σκίουρος, Χαρίλαος Φλωράκης ως αρκούδος, Αθανάσιος Τσαλδάρης ως τσαλαπετεινός κ.ο.κ. με τις φωνές γνωστών Ελλήνων ηθοποιών όπως οι Σταύρος Ξενίδης, Τάσος Κωστής, Σταύρος Μαυρίδης, Μιχάλης Μητρούσης, Κώστας Τριανταφυλλόπουλος, Παύλος Χαϊκάλης κ.α. Τη σκηνοθετική επιμέλεια της εκπομπής είχαν οι Έβη Σοφιανού, Φαίδων Σοφιανός και Πέτρος Δεδεγιάννης και τα κείμενα έγραφαν οι Έβη Σοφιανού και Γιάννης Βαρδάχαλας, πιθανότατα ψευδώνυμο του Γιάννη Καλαμίτση¹⁰.

2.2.2 Όχι τα Νέα του ANTI

Παράλληλα με την *Ψαροκωστούλα* ο ANTI φιλοξένησε για πρώτη φορά στην Ελλάδα, ένα αμιγώς σατιρικό δελτίο ειδήσεων με τίτλο *Όχι τα Νέα του ANTI* (1991-1993). Η παραγωγή και η σκηνοθεσία της εκπομπής ήταν του Νίκου Μαστοράκη. Προβαλλόταν τρεις φορές την εβδομάδα και αποτελούσε διασκευή του βρετανικού *Not the Nine O'Clock News*. Κεντρικοί παρουσιαστές του σατιρικού δελτίου ήταν οι ηθοποιοί Ντάνος Λυγίζος και Ελένη Ράντου. Τον ρόλο των ρεπόρτερ του σατιρικού δελτίου ειδήσεων έπαιζαν οι Πόπη Χατζηδημητρίου και Πέτρος Φιλιππίδης, ενώ στο ρόλο του μετεωρολόγου του δελτίου ήταν ο Γιάννης Καπετάνιος (Δημοκίδης, 2020). Μια συνήθης χιουμοριστική πρακτική της εκπομπής ήταν να επιμελείται βίντεο με αληθινές δηλώσεις πολιτικών, πριν από τις οποίες

¹⁰ Συντελεστές της εκπομπής *Ψαροκωστούλα* *Αγάπη μου*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.greekdubdb.com/title?id=2973>



Εικόνα 2-2: Οι κεντρικοί παρουσιαστές του σατιρικού δελτίου ειδήσεων *Όχι τα Νέα του ANT1*

οι σατιρικοί ρεπόρτερ πρόσθεταν εκ των υστέρων αστείες ερωτήσεις στο πλαίσιο δήθεν ζωντανών συνεντεύξεων. Ομοίως, οι κεντρικοί παρουσιαστές του σατιρικού δελτίου ειδήσεων σχολίαζαν με χιουμοριστικό τρόπο πραγματικά ειδησεογραφικά βίντεο, πάντοτε δανεισμένα από το κεντρικό δελτίο ειδήσεων του ANT1.

2.2.3 Τα σατιρικά δελτία ειδήσεων της Μαλβίνας Κάραλη

Τα καθημερινά σατιρικά δελτία ειδήσεων της Μαλβίνας Κάραλη (*Μαλβίνα Live* στον ΣΚΑΙ από το 1995 έως το 1997), *Μαλβίνα Hostess* στο MEGA από το 1997 έως το 1998 και *Μαλβίνα Ρίχτεν* στο STAR από το 1999 έως το 2000 και *MalviNight* στο Extra το 2001) σηματοδοτούν την εισαγωγή του stand-up comedy στο είδος των σατιρικών δελτίων (Βαμβακάς, 2019). Η Μ. Κάραλη (1952- 2002) ήταν η μόνη γυναίκα και ταυτόχρονα η μόνη επαγγελματίας δημοσιογράφος -πριν καθιερωθεί ως σατιρική παραγωγός- που παρουσίασε ποτέ, έγραψε τα κείμενα και είχε την επιμέλεια των βίντεο σε σατιρικό δελτίο ειδήσεων στην ελληνική τηλεόραση (Κανέλλης, 2023).



Εικόνα 2-3: Η Μαλβίνα Κάραλη παρουσιάζει το *Μαλβίνα Ρίχτεν*

Η εκπομπή *Μαλβίνα Live* ξεκινούσε με ηχητικό σήμα και γραφικά που παρέπεμπαν σε πραγματικό δελτίο ειδήσεων, είχε ως φόντο σε ζωντανή μετάδοση την πραγματική αίθουσα σύνταξης ενώ σε κεντρικό κοντινό πλάνο εμφανιζόταν η ίδια, στα πρότυπα του κεντρικού δελτίου ειδήσεων του σταθμού, προκειμένου να σχολιάσει σατιρικά τα πολιτικά γεγονότα της επικαιρότητας και να προλογίσει τα σατιρικά μονταρισμένα βίντεο της εκπομπής ή να πάρει συνεντεύξεις από δημόσια πρόσωπα, όπως ο ακαδημαϊκός Ρένος Αποστολίδης¹¹ ή η δημοσιογράφος και μετέπειτα βουλευτής Λιάνα Κανέλλη¹². Η Μ. Κάραλη απευθυνόταν στο κοινό της εκπομπής αποκαλώντας το «πολεμόχαρη φυλή». Συχνά ως κεντρική παρουσιάστρια εμφανιζόταν ντυμένη με στολές των σωμάτων ασφαλείας (αστυνομία, στρατός, πολεμικό ναυτικό κ.α.). Την ίδια δομή είχαν και οι μετέπειτα εκπομπές της

¹¹ Συνέντευξη της Μαλβίνας Κάραλη με το Ρένο Αποστολίδη στο σατιρικό δελτίο ειδήσεων *Μαλβίνα Live* https://www.youtube.com/watch?v=ogrcV_b0Y6g&t=2s&ab_channel=nikzogr

¹² Συνέντευξη της Μαλβίνας Κάραλη με τη Λιάνα Κανέλλη στο σατιρικό δελτίο ειδήσεων *Μαλβίνα Live* https://www.youtube.com/watch?v=W6KMQno3Wa4&ab_channel=AdsPast2

Μαλβίνα Hostess και *Μαλβίνα Ρίχτεν* με ελάχιστες διαφοροποιήσεις, όπως για παράδειγμα την καθιέρωση παραδοσιακής μουσικής με κλαρίνο στο ηχητικό σήμα έναρξης στο *Μαλβίνα Ρίχτεν*, αλλαγές στα γραφικά έναρξης, προσαρμογή στο φόντο του κεντρικού δελτίου ειδήσεων των εκάστοτε τηλεοπτικών καναλιών και περιορισμό των συνεντεύξεων στο πλαίσιο των σατιρικών της δελτίων στο MEGA και στο STAR.

Κύριος στόχος των εκπομπών της Μ. Κάραλη ήταν ο τότε Πρωθυπουργός Κώστας Σημίτης, η πολιτική του και η εμφάνισή του. Τον αποκαλούσε «Σημίτη με την ελιά στη μύτη», παρουσίαζε σε ειδική ενότητα της εκπομπής της τα γλωσσικά ολισθήματα (σαρδάμ) του με τίτλο «Ι.Ε.Κ. Τάπερμαν» και χρησιμοποιούσε πληθώρα στερεοτύπων προκειμένου να του επιτεθεί λεκτικά, αθυρόστομα και απολύτως απαξιωτικά - ομολογουμένως πρωτότυπα λόγω του εξαιρετικού χειρισμού των ελληνικών εκ μέρους της. Για πρώτη φορά στην ελληνική τηλεόραση, μέσα από τις εκπομπές της Μ. Κάραλη η βωμολοχία αποενοχοποιείται και ακούγονται στην prime-time ζώνη μεγάλου καναλιού πανελλαδικής εμβέλειας, λέξεις και φράσεις όπως «μαλάκας», «όζω πούστη απ' την παράγκα», «γαμώ την ατυχία μου» κ.ο.κ. Σύμφωνα με τον Κανέλλη (2023: 132) η παρουσιάστρια «επιδόθηκε με μεγάλη επιτυχία σε έναν αντισυστημικό αντιμοντερνισμό (έναν ιδιόμορφο ριζοσπαστισμό) με μεταμοντέρνα υφολογικά χαρακτηριστικά». Παράλληλα, η κρίση των Ιμίων το 1996 θεωρείται από τους Φραγκονικολόπουλο και Πλειό (2011) ως ένα καθοριστικό γεγονός για τη μετάλλαξη της ελληνικής ειδησεογραφίας. Η μετάλλαξη αυτή έθρεψε την εθνικοπατριωτική έξαρση ως μια από τις βασικές ιδεολογικές συνιστώσες των εκπομπών της Μ. Κάραλη (Βαμβακάς, 2019: 150; Κανέλλης, 2023: 132), σε συνδυασμό με την αμφισβήτηση της Δύσης, τον αντιαμερικανισμό και τον αντιευρωπαϊσμό που χαρακτήριζε τη ρητορική της.

2.2.4 Οι Διαπλεκόμενοι

Πολιτική σάτιρα με βασικό στόχο τον Κώστα Σημίτη φιλοξένησε και το κανάλι STAR με το σατιρικό δελτίο *Οι Διαπλεκόμενοι* (1997-2001). Η εκπομπή προβλήθηκε σε τέσσερις περιόδους με συνολικά σαράντα επεισόδια. Διατήρησε τον συγκεκριμένο τίτλο την πρώτη



Εικόνα 2-4: Συνέντευξη του Υπουργού από το Δημοσιογράφο (πρώτη περίοδος των *Διαπλεκόμενων*)

και την τελευταία της περίοδο ενώ στις δύο ενδιάμεσες περιόδους ο τίτλος της ήταν *Διαπλεκόμενοι Α.Ε.*. Παρουσιαστές και σεναριογράφοι ήταν οι Γιώργος Γαλίτης, Γιώργος Λέφας και Πέτρος Φιλιππίδης. Ο τελευταίος είχε αναλάβει παράλληλα και την σκηνοθεσία μαζί με τον Γιάννη Ρεμούνδο. Κεντρική ιδέα των *Διαπλεκόμενων* κατά την πρώτη περίοδο ήταν η συνέντευξη ενός υπουργού (Π. Φιλιππίδης) από έναν δημοσιογράφο (Γ. Γαλίτης)¹³ στο πλαίσιο της εκπομπής του τελευταίου, προκειμένου να συζητήσουν χιουμοριστικά τα πολιτικά και κοινωνικά ζητήματα της επικαιρότητας και να σατιρίσουν τα "διαπλεκόμενα" συμφέροντα. Η εκπομπή ενσωμάτωσε περιοδικά έντονα παρωδιακά στοιχεία¹⁴, τα οποία

¹³ Χαρακτηριστική σκηνή συνέντευξης δημοσιογράφου -υπουργού, εκπομπή *Οι Διαπλεκόμενοι*, 20/5/1997 https://www.youtube.com/watch?v=IP79Xn6vftw&list=PLCg0cLoEdHTwIpykfiecYjVG1hIpbTbzq&index=91&ab_channel=StarTvGreece

¹⁴ Η πολιτική παρωδία χρησιμοποιήθηκε ευρέως τόσο στο μεγαλύτερο μέρος των *Διαπλεκόμενων* όσο και σε άλλες εκπομπές της ελληνικής ιδιωτικής τηλεόρασης. Κύριος εκπρόσωπος του είδους είναι ο Γιώργος Μητσικώστας, ο οποίος μεταμφιέζεται και μιμείται πολιτικούς, δημοσιογράφους και άλλους πρωταγωνιστές της επικαιρότητας στις εκπομπές *Πίτσι-Πίτσι με τον Μήτσι* (MEGA, 1992), *Φτυστούς* (ΣΚΑΪ, 1993-1994), *Σκάι Μήτσι* (ΣΚΑΪ, 1994), *Τρελλάς* (ΣΚΑΪ 1994), *Τάτσι Μήτσι Κώστα* (ANT1, 1996) *Μήτσι Χώστα* (ALTER, 2001-2006), *Κώδικας Ντα Μήτσι* (ALTER, 2006-2007), *Ο Γιώργος σφύριζε* (ALPHA, 2008-2009), *Μητσι Show* (Epsilon, 2013-2015), *The Mitsi Show* (EPT-1, 2017-2018) και *Mitsi Var* (Action-24, 2023-). Παρωδιακά στοιχεία περιλάμβανε και η τηλεοπτική επιθεώρηση *Δέκα Μικροί Μήτσοι* (MEGA, 1992-2003 και ANT1, 2018), η οποία αποδείχθηκε μια εξαιρετικά δημοφιλής απόπειρα σατιρικής περιγραφής της νεοελληνικής πραγματικότητας. Δημιουργός και βασικός πρωταγωνιστής των *Δέκα Μικρών Μήτσων* ήταν ο Λάκης Λαζόπουλος.

πολλαπλασιάστηκαν στις τελευταίες περιόδους της, όταν οι ηθοποιοί υποδύονταν μεταμφιεσμένοι πολλούς χαρακτηριστικούς τύπους Ελλήνων, οι οποίοι σχολίαζαν με σατιρικό τρόπο την επικαιρότητα. Στην εξέλιξη του concept ενσωματώθηκαν παρωδιακές αναφορές στην δομή των δελτίων ειδήσεων, όπως για παράδειγμα η ενότητα της παρωδιακής οικονομικής ενημέρωσης που έκανε ο Γ. Γαλίτης μεταμφιεσμένος ως αρχαίος Σοφοκλής, παραπέμποντας στην οδό Σοφοκλέους, την έδρα του Χρηματιστηρίου και οι παρωδιακές συνεντεύξεις σε τηλεπαράθυρα, στα πρότυπα των καθιερωμένων δελτίων ειδήσεων όπου συνήθως πρωταγωνιστούσε ο χαρακτήρας του αφελούς Κρυωμένου (Π. Φιλιππίδης).

Από τις πλέον χαρακτηριστικές σκηνές των *Διαπλεκόμενων* είναι οι παρωδιακοί διάλογοι στην κρεβατοκάμαρα του πρωθυπουργού Κώστα Σημίτη με τη σύζυγό του Δάφνη. Ο Κ. Σημίτης (Γ. Γαλίτης) ξαπλωμένος στο κρεβάτι και φορώντας πάντα πιζάμες, ένα ναπολεόντειο καπέλο -ως σατιρική μομφή μεγαλομανίας- και τα χαρακτηριστικά του γυαλιά πρεσβυωπίας, εμφανιζόταν άβουλος, αφελής και δέκτης μόνιμα υποτιμητικών σχολίων επί παντός επιστητού από τη δυναμική σύζυγό του Δάφνη (Π. Φιλιππίδης). Κάθε σκετς ξεκινούσε με μουσικό χαλί το χαρακτηριστικό soundtrack από την ταινία «Ο Νονός», δηλωτικό της «διαπλοκής» της κυβέρνησης Σημίτη που αποτελούσε κεντρικό σατιρικό στόχο της ομώνυμης εκπομπής και τελείωνε πάντοτε με την εντολή «κοιμήσου» της Δάφνης προς τον «Κώστα», μια εντολή που είχε πάντα άμεση επίδραση επάνω του. Τα φώτα χαμήλωναν στο πλάνο, ακουγόταν συνήθως μια αγανακτισμένη κατάρα της Δάφνης προς τον Σημίτη, η οποία στη συνέχεια ξεσπούσε με το να τον χτυπάει κοιμισμένο με το περιοδικό που κρατούσε στα χέρια της, μέχρι να πέσουν οι τίτλοι τέλους των *Διαπλεκόμενων*.¹⁵

¹⁵ Εκπομπή *Οι Διαπλεκόμενοι*, Δάφνη και Κώστας (επιλεγμένο σκέτς) <https://youtu.be/YiWe9h-iAVg?si=6FXtAPKQqbfgLIL->

2.2.5 Η τηλεοπτική *Ελληνοφρένεια*



Εικόνα 2-5 Συνέντευξη της Υπουργού Όλγας Γεροβασίλη με τον Τσολιά της *Ελληνοφρένειας*

Ανάμεσα στα είδη των σατιρικών ειδησεογραφικών εκπομπών και της πολιτικής παρωδίας, στάθηκε η τηλεοπτική¹⁶ *Ελληνοφρένεια* (ΣΚΑΙ, 2007-2011 και ALPHA). Η εκπομπή, στην πρώτη της περίοδο με διάρκεια τέσσερις σεζόν, προβαλλόταν τις καθημερινές ημέρες από τις 20:50 έως τις 21:00 πριν από το κεντρικό δελτίο ειδήσεων του ΣΚΑΙ. Είχε ως σήμα της εκπομπής την ανάποδα αναρτημένη ελληνική σημαία, που παραπέμπει σε ένα διεθνές σήμα κινδύνου και την επίκληση βοήθειας σε καταστάσεις εκτάκτου ανάγκης. Σατίριζε την επικαιρότητα με μια ιδιαίτερη δομή, χωρίς παρουσιαστή ή άλλο κεντρικό πρόσωπο, αποκλειστικά με τη χρήση σύντομων μονταρισμένων βίντεο και σατιρικών καρτών.¹⁷ Στην πορεία εντάχθηκε στην εκπομπή ο χαρακτήρας του Τσολιά. Ο Τσολιάς παρουσιάστηκε αρχικά σε αρκετά πρωτόλεια μορφή, κυρίως να περιφέρεται χαμένος στους δρόμους

¹⁶ Η ραδιοφωνική εκδοχή της *Ελληνοφρένειας* προϋπήρχε της τηλεοπτικής ήδη από το 1999. Η ραδιοφωνική εκπομπή συνεχίζεται μέχρι σήμερα με την δομή που έχει πάρει κυρίως από το 2003 και εντεύθεν. Λόγω της μεγάλης επιτυχίας της ραδιοφωνικής εκπομπής προτάθηκε στους συντελεστές της η τηλεοπτική εκδοχή, η οποία, όπως προκύπτει από τη συνέντευξη που μας παραχώρησαν, δεν επιθυμούσαν να αποτελεί αυτούσια τηλεοπτική μεταφορά.

¹⁷ About – TV. *Ellinofrenia.net*. <https://ellinofrenia.net/television/about-tv/124-about-tv.html>

μουγκρίζοντας. Σήμερα αποτελεί το σήμα κατατεθέν της διαδικτυακής σελίδας της *Ελληνοφρένειας* και τον υποδύεται ακόμα ο Αποστόλης Μπαρμπαγιάννης, αποκλειστικά πλέον σε stand-up comedy παραστάσεις.

Η δεύτερη περίοδος της τηλεοπτικής *Ελληνοφρένειας* ξεκίνησε μετά από δύο χρόνια απουσίας από τα τηλεοπτικά πράγματα, τον Σεπτέμβριο του 2013. Η εκπομπή προβλήθηκε πλέον από τον τηλεοπτικό σταθμό ALPHA κάθε Δευτέρα και Τρίτη το βράδυ. Τα κείμενα ανέλαβαν αποκλειστικά οι Θύμιος Καλαμούκης και Αποστόλης Μπαρμπαγιάννης και τη σκηνοθεσία ο Κώστας Γρηγοράκης. Η μορφή της εκπομπής ήταν εμφανώς διαφορετική από εκείνη της πρώτης περιόδου. Περισσότερο πλέον ως πολιτική κωμωδία η *Ελληνοφρένεια* διαδραματιζόταν μέσα στην αίθουσα σύνταξης ενός τηλεοπτικού σταθμού. Εκεί οι χαρακτήρες τριών δημοσιογράφων, τους οποίους υποδύονταν οι ηθοποιοί Λεωνίδας Γιαννακόπουλος, Ανδρέας Τσαντάκης και Ρενάτα Καπετανάκη (την αντικατέστησε από τον δεύτερο κύκλο η Γεωργία Γεωργίου) παρενοχλούνταν από τον νέο χαρακτήρα της εκπομπής τον Μπαλούρδο, έναν αστυνόμο των ΜΑΤ ο οποίος παράλληλα εργαζόταν ως δημοσιογράφος στην αίθουσα σύνταξης και στήριζε με πάθος την εκάστοτε κυβέρνηση, αντιπροσωπεύοντας το συστημικό ένστολο κομμάτι της ελληνικής κοινωνίας. Από την *Ελληνοφρένεια* της περιόδου του ΣΚΑΙ διατηρήθηκαν οι σατιρικές κάρτες σχολιασμού σε μαύρο φόντο και ο χαρακτήρας του Τσολιά, ο οποίος αναλαμβάνοντας πλέον δημοσιογραφικό ρόλο και όντας περισσότερο πολιτικοποιημένος από την πρώτη περίοδο, ζητούσε δηλώσεις από τυχαίους πολίτες στους δρόμους της Αθήνας, έκανε φάρσες σε πολιτικούς και έκανε επιθετικές συνεντεύξεις μαζί τους, συχνά ακόμα και μέσα στα υπουργικά τους γραφεία.¹⁸

¹⁸ Ελληνοφρένεια: Ο τσολιάς συναντάει την Όλγα Γεροβασίλη
https://youtu.be/GLsKLszq_9E?si=Kxg47baUXjqXNX9n

2.2.6 Συντέλεια και Οτινάει του Μάνου Βουλαρίνου



Εικόνα 2-6 Ο Μάνος Βουλαρίνος παρουσιάζει την *Συντέλεια*

Ο Μάνος Βουλαρίνος ήταν ο βασικός παρουσιαστής του σατιρικού δελτίου *Συντέλεια*. Η *Συντέλεια* προβλήθηκε στον ΣΚΑΙ από το 2012 έως το 2013 και είχε ως σήμα μια παραποιημένη πινακίδα αναγγελίας κινδύνου του ΚΟΚ, στο κέντρο της οποίας απεικονιζόταν μια κατσαρίδα. Το σκηνικό παρέπεμπε σε αυτό ενός παραδοσιακού δελτίου ειδήσεων, ο παρουσιαστής εμφανιζόταν με κεντραρισμένα μεσαία και κοντινά πλάνα λήψης και τον σατιρικό τόνο τον έδιναν καταρχάς οι διάσπαρτες λεπτομέρειες στο πλάνο: τα χαρτιά του παρουσιαστή ήταν άτακτα απλωμένα και τσαλακωμένα μπροστά του, η μολυβοθήκη στο αριστερό του χέρι περιείχε καλαμάκια του καφέ, ο τηλεοπτικός δέκτης στην αριστερή πλευρά του πλάνου έδειχνε κυρίως παράσιτα, ενώ τα συνήθη βίντεο-γραφικά πάνω από των ώμο των παρουσιαστών των δελτίων ειδήσεων παρωδούνταν με την παρουσίασή τους ως σελίδες χαρτιού που τις εμφάνιζε ξαφνικά ένα άγνωστο χέρι. Τα παρωδιακά ρεπορτάζ του σατιρικού δελτίου παρουσίαζαν οι Ιουλία Ριζοπούλου και Γιώργος Αγγελόπουλος, ο παρωδιακός πολιτικός συντάκτης ήταν ο Πέτρος Νικολάου ενώ το ρόλο της στερεοτυπικά όμορφης πλην «χαζής» ξανθιάς (Oring, 2008: 195) συνεργάτριας της εκπομπής έπαιζε η Τζένη Μελιτά. Στο σατιρικό δελτίο είχε ενταχθεί και ξεχωριστή

ενότητα με ένα ρεπόρτερ που έκανε φάρσες κυρίως σε πολιτικούς, ρόλο που έπαιζε ο Φάνης Λαμπρόπουλος. Η συγκεκριμένη ενότητα κόπηκε μετά από την άσχημη τροπή που πήρε μια φάρσα στην βουλευτή του ΚΚΕ Λιάνα Κανέλλη, η οποία σε κατάσταση σοκ ξέσπασε σε κλάματα. Ο Μάνος Βουλαρίνος αναγκάστηκε να ζητήσει δημόσια συγγνώμη για το γεγονός.¹⁹ Η εκπομπή κόπηκε λόγω χαμηλής θεαματικότητας.

Ο Μ. Βουλαρίνος επανήλθε το 2015 με την σατιρική εκπομπή *Οτινάι* και συμπαραουσιαστή τον Πέτρο Νικολάου. Η εκπομπή προβαλλόταν από τον ΣΚΑΙ έως το 2017, κάθε Τρίτη μετά τα μεσάνυχτα και μπροστά σε ζωντανό κοινό, στα πρότυπα αντίστοιχων αμερικανικών εκπομπών. Αποτελούσε μεταφορά στην τηλεόραση της καθημερινής ραδιοφωνικής σατιρικής εκπομπής *Ό,τι να' ναι* των Μ. Βουλαρίνου και Π. Νικολάου. Το τηλεοπτικό *Οτινάι* ξέφευγε από τις ευθείες παραπομπές στα δελτία ειδήσεων και είχε ως βασικό στοιχείο ανάπτυξης της θεματολογίας του τους αστεϊσμούς της ανδρικής παρέας, στα πρότυπα του ήδη καθιερωμένου τηλεοπτικά *Ράδιο Αρβύλα* (Βαμβακάς, 2019). Παρά το γεγονός αυτό, η πολιτική σάτιρα αποτελούσε κυρίαρχο στοιχείο της εκπομπής μέσω της προβολής σατιρικών καρτών που είχαν δει το φως της δημοσιότητας στα ΜΚΔ την προηγούμενη εβδομάδα, σατιρικά μονταρισμένων βίντεο καθώς και παρωδιακά σκηνοθετημένων κωμικών αποσπασμάτων, στα οποία πρωταγωνιστούσαν οι συντελεστές της εκπομπής.

Στο δελτίο τύπου της αναγγελίας έναρξης της εκπομπής οι συντελεστές της ανέφεραν ότι θα περιλαμβάνει «πολλά βίντεο, πολλά σχόλια (χωρίς διδακτισμό και κήρυγμα) και πολύ ...κοροϊδία».²⁰ Η διευκρίνιση «χωρίς διδακτισμό και κήρυγμα» κάθε άλλο παρά τυχαία ήταν, εφόσον οι δύο εκπομπές του Μ. Βουλαρίνου ήταν τα δύο κύρια παραδείγματα τηλεοπτικής αντιλαϊκιστικής σάτιρας. Όπως διευκρινίζει τον όρο ο Βαμβακάς (2009: 151, 153) αυτό το είδος σάτιρας αντιμετωπίζει τις παθογένειες του κοινωνικού και πολιτικού συστήματος χωρίς να ασκεί αποκλειστικά κριτική είτε στις πολιτικές ελίτ είτε στους

¹⁹ Η *Συντέλεια* ζητάει συγγνώμη από την Κανέλλη και δηλώνει ότι σταματάει τις φάρσες
<https://www.newsnow.gr.com/article/249444/i-synteleyia-zitaei-sygnomi-apo-tin-kanelli-kai-dilonei-oti-stamataei-tis-farses-vinteo.html>

²⁰ Πρεμιέρα *Οτινάι* <https://www.gossip-tv.gr/media-tv/story/399889/premiera-otinai>

πολίτες, σε αντίθεση με την λαϊκιστική σάτιρα η οποία καταδικάζει απολύτως τους «από πάνω» με στόχο τη δικαίωση του λαού. Μια ανάγνωση της σάτιρας του Βουλαρίνου είναι πώς ήταν η μόνη στην ελληνική ιδιωτική τηλεόραση η οποία έστρεφε τα βέλη της σε σημαντικό βαθμό προς την Αριστερά και τους εκπροσώπους της, αδιαφορούσε για μηνύματα διδακτισμού και ήταν περισσότερο παιγνιώδης και κοροϊδευτική και λιγότερο επιθετική έναντι της ελληνικής πολιτικής και δημοσιογραφικής ελίτ. Ταυτόχρονα το *Οτινάι* χρησιμοποίησε αρκετά συχνά σεξουαλικές νύξεις. Πέρα από την πρώτη σκηνή με τη μπανάνα στους τίτλους εισαγωγής όπου σε rewind βίντεο η μπανάνα διεισδύει πίσω στη φλούδα της μέσα με μια χούφτα, ιδέα η οποία αποτελούσε και το σήμα της εκπομπής (γραφικό με μια μπανάνα μέσα σε παλάμη), τα προσεγμένα σεξουαλικά υπονοούμενα ήταν εμφανή σε όλη τη διάρκεια της εκπομπής. Χαρακτηριστικό παράδειγμα το κλείσιμο της εκπομπής της 26/1/2017: «Φίλες, φίλοι κάπου εδώ πραγματικά τελειώσαμε. Ελπίζουμε να τελειώσατε και εσείς. Σε περίπτωση που δεν τελειώσατε, μην ανησυχείτε καθόλου, θα τελειώσετε σίγουρα με την κυρία Δάρα, η οποία ερμηνεύει μοναδικά, με μοναδικό έντεχνο τρόπο, ένα τραγούδι των Metallica». ²¹

2.2.7 Αλ Τσαντίρι Νιούζ

Ο Λάκης Λαζόπουλος ήταν ήδη ένας δημοφιλής πρωταγωνιστής του θεάτρου και της τηλεόρασης, όταν ξεκίνησε να γράφει και να παρουσιάζει το σατιρικό δελτίο ειδήσεων *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* το 2005 στον Alpha TV. Το οξύμωρο είναι ότι ενώ η αμέσως προηγούμενη τηλεοπτική δουλειά του Λ. Λαζόπουλου *Δέκα Μικροί Μήτσοι* (1992-2003 MEGA) αποτέλεσε μια από τις μεγαλύτερες επιτυχίες της ελληνικής ιδιωτικής τηλεόρασης, το *Αλ Τσαντίρι Νιούζ*, όσο είχε τη μορφή σατιρικού δελτίου ειδήσεων εισέπραξε ιδιαίτερα χαμηλές θεαματικότητες.

Για την πρώτη, όχι επιτυχημένη περίοδο του *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* (Λαζαρίδου, 2008) που είχε τη μορφή σατιρικού δελτίου ειδήσεων και οφείλει να εξετάσει η παρούσα εργασία, δεν

²¹ *Οτινάι*, η εκπομπή της 26/1/2017
https://www.youtube.com/watch?v=eShbBhdcd2Q&ab_channel=SKAI.gr

υπάρχει διαθέσιμο υλικό στο διαδίκτυο, παρά μόνο μια πρόσφατη έκτακτη εμφάνιση του χαρακτήρα, τον οποίο αναβίωσε ο Λ. Λαζόπουλος στις 21/5/2023 στην ειδική εκπομπή του ANT1 για το βράδυ των βουλευτικών εκλογών.²² Από την διαθέσιμη βιβλιογραφία (Κανέλλης, 2023) επιβεβαιώνεται ότι ο κεντρικός παρουσιαστής ήταν ο χαρακτήρας του Γύφτου, δανεισμένος από το πάνθεον των ηρώων των *Δέκα Μικρών Μήτσων*. Ο Λ. Λαζόπουλος, που υποδυόταν τον Γύφτο, ήταν μεταμφιεσμένος με μακιγιάζ και ρούχα που



Εικόνα 2-7 Ο Λάκης Λαζόπουλος ως Γύφτος - κεντρικός παρουσιαστής του *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* (μεταγενέστερη εμφάνιση στις 21/5/2023)

παρέπεμπαν σε τσιγγάνο και υιοθετούσε αντίστοιχη εκφορά λόγου όσο σχολίαζε τα θέματα προς συζήτηση. Στην ροή του σχολιασμού παρεμβάλλονταν μονταρισμένα βίντεο από ειδήσεις, τηλεοπτικές εκπομπές και το *YouTube*, τα οποία απεικόνιζαν με σατιρικό τρόπο επιλεγμένες στιγμές προσώπων από την πολιτική και τον τηλεοπτικό κόσμο, στα πρότυπα

²² Live με το "εκλογικό κέντρο"... Τσαντίρι (εκπομπή 21/5/2023) <https://youtu.be/kqCPT-jjzcQ?si=o9A37w8De-2YVRJ0>

της εκπομπής *ΟΛΑ* του Θέμου Αναστασιάδη.²³ Μια συνήθης τεχνική της εκπομπής ήταν η επανάληψη με τροποποίηση (travestissement) επιλεγμένων τηλεοπτικών αποσπασμάτων από το *YouTube* και τα ρεπορτάζ των ειδήσεων και την εισαγωγή των προσώπων των σατιριζόμενων στόχων σε άσχετο περιβάλλον ή οπτικοακουστικό κείμενο με τη διαδικασία του φωτομοντάζ (Βώβου, 2012).

Η εκπομπή δεν είχε αρχικά την ακροαματικότητα που θα επιθυμούσαν ο Λ. Λαζόπουλος και ο σταθμός, όμως η σάτιρα που ασκούσε στα τηλεοπτικά πρόσωπα βρήκε σταδιακά απήχηση σε ένα κοινό που δεν ενδιαφερόταν για την πολιτική, κυρίως μέσω της ανακύκλωσης επιλεγμένων βίντεο του *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* στο διαδίκτυο και σε μεσημεριανές τηλεοπτικές εκπομπές ψυχαγωγίας και lifestyle της εποχής (Βαμβακάς, 2023: 124). Η τεράστια δημοφιλία της εκπομπής *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* προέκυψε από το 2010 έως το 2015 όταν ο Λ. Λαζόπουλος εγκατέλειψε το concept του σατιρικού δελτίου ειδήσεων και υιοθέτησε τη μορφή του stand-up comedy μπροστά σε ζωντανό κοινό. Ήταν η εποχή της οικονομικής κρίσης, της απότομης πολιτικοποίησης του κοινού λόγω της χρεοκοπίας και των μνημονίων, αυτών που ο Λ. Λαζόπουλος χαρακτήριζε ως «μοντέρνα Κατοχή» και της διδακτικής έως προπαγανδιστικής σάτιρας που άσκησε εκείνο το διάστημα ο ίδιος, κύρια χαρακτηριστικά της οποίας ήταν οι εξάρσεις εθνικισμού και συνωμοσιολογίας (Κανέλλης, 2023). Το *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* σταμάτησε τις εκπομπές στον Alpha τον Ιούνιο του 2016. Είχαν προηγηθεί οι εξελίξεις με το Δημοψήφισμα του Ιουλίου του 2015 και η καταγγελτική σάτιρα δεν έβρισκε πλέον πρόσφορο υλικό και έδαφος. Το 2019 ο Λ. Λαζόπουλος επιχείρησε χωρίς μεγάλη επιτυχία να επαναφέρει το *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* στο κανάλι Open (δώδεκα επεισόδια) ενώ το 2021 δύο νέα επεισόδια της εκπομπής προβλήθηκαν μέσω του διαδικτύου. Το 2024 το *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* μετά την κατά καιρούς τηλεοπτική, διαδικτυακή και μέσω βιντεοκασετών προβολή του, ολοκλήρωσε τις πιθανές εκδοχές παρουσίας και

²³ Η εκπομπή *ΟΛΑ* με το Θέμο Αναστασιάδη προβλήθηκε στον τηλεοπτικό σταθμό Alpha και από τα μέσα του 2006 έως το 2017 από τον ANT1. Κύριο concept της εκπομπής ήταν η παρουσίαση σατιρικών επεξεργασμένων χιουμοριστικών βίντεο με υλικό από τις τηλεοπτικές εκπομπές. Παρά το γεγονός ότι η τηλεοπτική σάτιρα του *ΟΛΑ* εμφανίζει σαφώς τα χαρακτηριστικά της αυτοαναφορικότητας και του σχολιασμού των διάσημων πρωταγωνιστών των ιδιωτικών καναλιών, δεν εκλαμβάνεται ως σατιρικό δελτίο ειδήσεων και δεν ξεετάζεται ξεχωριστά στην παρούσα εργασία, εφόσον δεν καταπιάνεται με την πολιτική σάτιρα και δεν δανείζεται συμβάσεις και τεχνικές από τα παραδοσιακά τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων.

απόπειρας επανόδου στην επικαιρότητα με τη μορφή μιας καθαρά θεατρικής παράστασης (*Christmas Theater*, 28/5/2024).

2.2.8 Ράδιο- Αρβύλα - Οι Boomers



Εικόνα 2-8 Οι συντελεστές του *Ράδιο Αρβύλα* (2024)

Η μακροβιότερη σατιρική εκπομπή της ελληνικής τηλεόρασης και η μοναδική που συνεχίζει να προβάλλεται ως σήμερα, ολοκλήρωσε τον Απρίλιο του 2024 (25/4/2024)²⁴ δεκαεπτά (17) σεζόν στον αέρα. Πρόκειται για την καθημερινή (Δευτέρα έως Πέμπτη) τηλεοπτική σάτιρα *Ράδιο Αρβύλα* (ANT1 από το 2008 έως το 2018, ΣΚΑΪ το 2019, *YouTube* το 2020, *Open* το 2021, ANT1 (2021 κ.έ.). Από τις 8/2/2024 και κάποιες ακανόνιστες ημέρες της εβδομάδας η εκπομπή άλλαξε ελαφρά μορφή και παρουσιάστηκε ως *Οι Boomers*, η οποία αποτελεί όπως λένε οι ίδιοι «ένα παρακλάδι του *Ράδιο Αρβύλα*, μια εκπομπή by *Radio Arvyla*».²⁵ Νωρίτερα, από το 1997 έως το 2006, οι βασικοί

²⁴ Ράδιο Αρβύλα | Φινάλε Σεζόν <https://youtu.be/m8SblBV0vkU?si=8ysSZuJu4ZuNzen8>

²⁵ The Boomers, πρεμιέρα εκπομπής 8/2/2024 <https://youtu.be/sOW4edMVRs?si=TEvUPj-VgAIENT0C>

πρωταγωνιστές του *Ράδιο Αρβύλα* είχαν μια ακόμη μακρά πορεία στα τηλεοπτικά πράγματα αρχικά με την εβδομαδιαία τηλεοπτική σειρά *AMAN* (MEGA το 1997, ANT1 από το 1998 έως το 2006 που μετονομάστηκε σε *AMAN Τα Καθάρματα* από το 2000 έως 2006).

Ηγετική μορφή όλων των εκπομπών είναι διαχρονικά ο Αντώνης Κανάκης, ο οποίος πέρα από κεντρικός παρουσιαστής έχει αναλάβει την σκηνοθεσία, την αρχισυνταξία και διεύθυνση παραγωγής του *Ράδιο Αρβύλα*. Στη σύγχρονη εκδοχή της εκπομπής στο πλευρό του είναι συμπαρουσιαστές οι Γιάννης Σερβετάς και Χρήστος Κιούσης, ενώ σημαντικό ρόλο στα παρωδιακά βίντεο της εκπομπής παίζουν ο floor manager Κώστας Κωστόπουλος γνωστός ως «Κωστάκης» και ο κάμεραμαν Στάθης Ροσσόλυμος, γνωστός και ως «Πασοκτστής». Μέχρι τον Δεκέμβριο του 2021 στο πάνελ των παρουσιαστών συμμετείχε ο Στάθης Παναγιωτόπουλος, ο οποίος κατηγορήθηκε για σεξουαλικά εγκλήματα. Παρά το γεγονός ότι αποπέμφθηκε άμεσα από την εκπομπή, η συγκεκριμένη αποκάλυψη έπληξε σοβαρά τον πυρήνα της ηθικολογικής σάτιρας και του διορθωτικού χιούμορ που χρησιμοποιεί συχνά η εκπομπή (Βαμβακάς, 2023: 125).

Το *Ράδιο Αρβύλα* ξεκινά πάντα με το μουσικό κομμάτι «Sugar baby love» του συγκροτήματος *The Rubettes* και πέρα από τον σατιρικό σχολιασμό της επικαιρότητας στο στούντιο, περιλαμβάνει ενότητες όπως το «Τοπ Επικαιρότητας», όπου παρουσιάζονται βίντεο δανεισμένα από τα δελτία ειδήσεων και άλλες τηλεοπτικές εκπομπές είτε περικομμένα είτε αλλαγμένα ως προς τον ήχο τους με την προσθήκη παραποιημένων διαλόγων από τους συντελεστές της εκπομπής (Βώβου, 2012). Συχνά στο αρχικό βίντεο αντιπαρατίθεται ένα αντίστοιχο σκηνοθετημένο, δραματοποιημένο από τους συντελεστές της εκπομπής, το οποίο μιμείται παρωδιακά το αρχικό. Σε αυτά τα βίντεο οι μεταμφιέσεις σπανίως ενδιαφέρονται να παραπέμπουν σε μορφική ομοιότητα με τα πρόσωπα που σατιρίζονται (Κανέλλης, 2023). Στο πλαίσιο των *Boomers* εντάχθηκε στην εκπομπή η περισσότερο «δημοσιογραφική» ενότητα «Ο Πασοκτστής στους δρόμους», όπου ο Στ. Ροσσόλυμος κάνει ρεπορτάζ και ζητάει δηλώσεις από τυχαίους πολίτες στους δρόμους της Θεσσαλονίκης για διαφορετικό σατιρικό θέμα κάθε φορά (λ.χ. «τί τραγούδι θα αφιερώνατε στον Πρωθυπουργό» ή «τί γνώμη έχετε για την κατάργηση του θεσμού του γάμου μεταξύ ετεροφύλων»). Ως προς τις δημοσιογραφικές πτυχές του *Ράδιο Αρβύλα*, αξίζει να σημειωθεί

ότι με αφορμή την τραγωδία με το πολύνεκρο σιδηροδρομικό δυστύχημα στα Τέμπη, η εκπομπή επεδίωξε συνέντευξη για το θέμα με τον Πρωθυπουργό Κυριάκο Μητσοτάκη, αίτημα που δεν ικανοποιήθηκε, παρά το θετικό κλίμα που υπήρξε στην αρχική επικοινωνία με το Γραφείο Τύπου.²⁶

Ο Βαμβακάς (2023: 125) περιγράφει το χιούμορ του *Ράδιο Αρβύλα* κυρίως ως ανεκδοτολογικό και βλέπει ως βασικό καμβά ανάπτυξης της εκπομπής την «πλάκα» και τον «χαβαλέ» μεταξύ των μελών μιας ανδρικής παρέας. Η εκπομπή διακωμωδεί πολιτικά και άλλα πρόσωπα της επικαιρότητας, παθογένειες της ελληνικής κοινωνίας και κακές δημοσιογραφικές πρακτικές με χιούμορ «γκροτέσκο, ακραίο, συχνά αθυρόστομο και, πάντως, μακριά από τους κανόνες της πολιτικής ορθότητας» (Κανέλλης, 2023: 135). Στα χρόνια της οικονομικής κρίσης και μέχρι το 2015 το *Ράδιο Αρβύλα* συμβαδίζει με την εθνικολαϊκιστική επιχειρηματολογία της αντιμνημονιακής σάτιρας του *Αλ Τσαντίρι*, χωρίς να καταφύγει πάντως σε ανάλογες εξάρσεις εθνικισμού και συνωμοσιολογίας. Στη συνέχεια υιοθετεί περισσότερο αντιλαϊκιστικό χιούμορ προκειμένου να σατιρίσει την κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ- ΑΝΕΛ, αποδεικνύοντας ότι δεν εστιάζει την κριτική που ασκεί προς μια συγκεκριμένη ιδεολογική κατεύθυνση (Βαμβακάς, 2009).

Άλλο ένα χαρακτηριστικό στοιχείο του *Ράδιο Αρβύλα* είναι η προσωρινή εγκατάλειψη της χιουμοριστικής διάθεσης που χαρακτηρίζει την εκπομπή, κάθε φορά που επιδιώκει να προσεγγίσει έκτακτα δραματικά θέματα της επικαιρότητας. Σε περιπτώσεις γεγονότων όπως οι δολοφονημένοι της Μαρφίν (5/5/2010)²⁷, η σύλληψη του συνεργάτη της εκπομπής Στ. Παναγιωτόπουλου για διάθεση εκδικητικού πορνογραφικού υλικού (13/12/2021)²⁸ και το σιδηροδρομικό δυστύχημα των Τεμπών (6/3/2023),²⁹ αφιερώθηκαν ακόμα και

²⁶ Ράδιο Αρβύλα | Η απάντηση Μητσοτάκη στην πρόσκληση - πρόκληση του
https://youtu.be/Ic3nIMPzj7g?si=JeTYrO0SMO_p_4Jn

²⁷ *Ράδιο Αρβύλα* για τα γεγονότα της Μαρφίν (εκπομπή 5/5/2010) <https://youtu.be/bfOrqD9-ZZU?si=DktxiediiQGqWn2d>

²⁸ *Ράδιο Αρβύλα* για Στάθη Παναγιωτόπουλο (εκπομπή 13/12/2021)
<https://youtu.be/EEnfRnQpB9U?si=NGSFCufy-MiRdCM4>

²⁹ *Ράδιο Αρβύλα* για το σιδηροδρομικό δυστύχημα των Τεμπών (εκπομπή 6/3/2023)
https://youtu.be/ZsE3GVGxjYc?si=6lBeyr2Bkw26_McA

ολόκληρες εκπομπές προκειμένου οι συντελεστές να εκφράσουν σε απολύτως σοβαρό τόνο τις απόψεις τους, κυρίως μέσω των τοποθετήσεων του Α. Κανάκη (Βαμβακάς, 2023)

2.3 Σατιρικά δελτία ειδήσεων στο ελληνικό διαδίκτυο

Η ραγδαία ψηφιοποίηση και η άνοδος των ΜΚΔ στο διαδίκτυο οδηγούν την επιστημονική έρευνα στη διάκριση μεταξύ οριζόντιων και κάθετων μέσων ενημέρωσης. Ως κάθετα ορίζονται τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης που στοχεύουν ακόμη στο ευρύ κοινό, ενώ ως οριζόντια ορίζονται τα μοντέρνα εναλλακτικά μέσα ενημέρωσης που χτίζουν μια κοινότητα γύρω από το περιεχόμενο που παράγουν. Τα κάθετα μέσα εξακολουθούν να είναι σημαντικά για τη διαμόρφωση της ατζέντας γενικών θεμάτων του κοινού ενώ τα οριζόντια μέσα παρέχουν την ατζέντα της κοινότητας. Οι σατιρικοί που συμμετέχουν στο δημόσιο διάλογο θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι είναι φορείς στα οριζόντια μέσα ενημέρωσης, σχολιάζοντας και επαναπλαισιώνοντας τις ειδήσεις των κάθετων μέσων, με στόχευση ιδιαίτερα στις νεότερες γενιές, για τις οποίες τα οριζόντια μέσα όπως τα podcast, έχουν αναδειχθεί ως ένα σημαντικό μέσο ενημέρωσης χάρη στις πρόσφατες τεχνολογικές εξελίξεις (Ödmark, 2018).

Μέσα στο αυτό το μεταμοντέρνο περιβάλλον του πολιτισμικού χάους (Mcnair, 2006; Πλειός, 2011) και μέσα σε κλίμα δυσπιστίας προς την πολιτική και τη δημοσιογραφία, αναπτύσσεται κυρίως στο διαδίκτυο - με εξαίρεση το *Ράδιο Αρβύλα*- η τρίτη και πιο πρόσφατη περίοδος της δημοσιογραφικής πολιτικής σάτιρας. Συγκεκριμένα στην πλατφόρμα του *YouTube*, προβάλλονται πέντε σατιρικά δελτία ειδήσεων τα τελευταία χρόνια. Η πρώτη διαδικτυακή εκπομπή (*Ανασκόπηση*) ξεκίνησε να προβάλλεται το 2014 και η κορύφωση παρατηρείται το 2020, με την ταυτόχρονη έναρξη τριών ακόμα εκπομπών σατιρικών ειδήσεων. Το υλικό των δύο από αυτά τα σατιρικά δελτία παρουσιάζεται ταυτόχρονα με τη μορφή podcast, είτε αυτούσιο (*Εξω από το Στόμα του Λάκη*) είτε ένα μέρος τους (*Είμαι Υπέρ*). Τρία σατιρικά δημοσιογραφικά δελτία είναι καθαρά θεματικά, με διαφορετικό θέμα κάθε εβδομάδα (*Ανασκόπηση*, *Είμαι Υπέρ* και *Τα Νέα της Εβδομάδας*)

ενώ τα άλλα δύο έχουν ένα κεντρικό θέμα ως τίτλο αλλά παράλληλα σχολιάζουν περισσότερα θέματα επικαιρότητας σε κάθε επεισόδιο (*Έξω από το Στόμα του Λάκη, Zaraleaks TV*). Τα τέσσερα από αυτά τα δελτία παρουσιάζονται και γράφονται από κωμικούς ηθοποιούς με εμπειρία στην stand-up κωμωδία (*Έξω από το Στόμα του Λάκη, Zaraleaks TV, Είμαι Υπέρ, Τα Νέα της Εβδομάδας*) ενώ ο παρουσιαστής της *Ανασκόπησης* συνδυάζει ταυτόχρονα τις ιδιότητες του εκδότη, του δημοσιογράφου, του συγγραφέα και του ηθοποιού.

Η λογική του υβριδικού συνδυασμού του stand-up comedy με «δημοσιογραφικούς» τρόπους παρουσίασης, συμβατούς με την στερεοτυπική εικόνα μέρους του κοινού για τα επίκαιρα γεγονότα (Πλειός, 2021: 398) κυριαρχεί στα σύγχρονα ελληνικά διαδικτυακά σατιρικά δελτία ειδήσεων. Ανάμεσα στα άλλα χαρακτηριστικά των σατιρικών δημοσιογραφικών εκπομπών, ο Zaragoza (2018) υπογραμμίζει ότι έχουν πλήρη επίγνωση του μέσου που τις φιλοξενεί και ότι οικειοποιούνται τα οπτικοακουστικά μέσα που θεωρούν απαραίτητα προκειμένου να πουν τις ιστορίες τους. Επισημαίνει επίσης το γεγονός ότι οι εκπομπές αυτού του είδους έχουν συνήθως ως παρουσιαστές κάποιους δημοφιλείς κωμικούς με μεγάλη απήχηση στο κοινό. Στην Ελλάδα αυτή η θεωρία επιβεβαιώνεται από το γεγονός ότι οι παρουσιαστές είναι ήδη καθιερωμένοι και δημοφιλείς ηθοποιοί και stand-up κωμικοί (Ζαραλίκος, Λαζόπουλος, Ρήγας) ή φιλόδοξοι stand-up κωμικοί (Μουλαράς), οι οποίοι -μηδενός εξαιρουμένου- διαφημίζουν παράλληλα τις ζωντανές τους θεατρικές stand-up παραστάσεις μέσα από τις διαδικτυακές τους σατιρικές εκπομπές.

Η επιρροή του *LWT* είναι εμφανής κυρίως στην *Ανασκόπηση*, η οποία συχνά διεξάγει δημοσιογραφική έρευνα για να πλαισιώσει τον σχολιασμό των θεμάτων που επιλέγει να σατιρίσει. Επίσης, στα πρότυπα του *LWT*, η επιλογή του περιεχομένου της *Ανασκόπησης* συχνά παρακάμπτει τη συνήθη πρακτική των άλλων εκπομπών πολιτικής σάτιρας, οι οποίες επικεντρώνονται στα έντονα πολωμένα θέματα, καλύπτουν κυρίως ιστορίες που εμφανίζονται τακτικά στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης και σπάνια αφιερώνουν περισσότερα από λίγα λεπτά σε οποιοδήποτε θέμα συζητούν (Jennings et al., 2018).

2.3.1 Ανασκόπηση με τον Κωνσταντίνο Πουλή



Εικόνα 2-9 Ο Κωνσταντίνος Πουλής παρουσιάζει την *Ανασκόπηση*

Η *Ανασκόπηση* είναι ένα εβδομαδιαίο διαδικτυακό σατιρικό δελτίο ειδήσεων με παρουσιαστή τον Κωνσταντίνο Πουλή. Προβάλλεται για δέκατη σεζόν μέσα από το *ThePressProject* και το *YouTube*. Το *ThePressProject* είναι ένα ανεξάρτητο ενημερωτικό μέσο που ιδρύθηκε το 2010, διαθέτει ειδησεογραφικό ιστότοπο και παράγει παράλληλα ραδιοφωνικό και τηλεοπτικό πρόγραμμα. Ο Κωνσταντίνος Πουλής είναι δημοσιογράφος, συγγραφέας, μεταφραστής, ηθοποιός και εκδότης του *ThePressProject* από το 2017, μετά το θάνατο του ιδρυτή και πρώτου εκδότη του μέσου Κώστα Εφήμερου.

Ως πρότυπο η *Ανασκόπηση* έχει το σατιρικό δελτίο *LWT* του John Oliver, με το οποίο συμβαδίζει σε αρκετά σημεία: κάθε εκπομπή είναι θεματική, προβάλλεται μια φορά την εβδομάδα, διαρκεί συνήθως περίπου 30 λεπτά και προϋποθέτει σοβαρή δημοσιογραφική εργασία για την επεξεργασία των θεμάτων (Bode & Becker, 2018). Η *Ανασκόπηση* επιχειρεί μέσα από τη σάτιρα να προκαλέσει αλλαγές ή να κινητοποιήσει τους θεατές της να αναλάβουν δράση για αλλαγές, με την έννοια του σατιρακτιβισμού (satiractivism). Ο σατιρακτιβισμός, όπως τον ορίζει ο Caron (2016: 163), εμφανίζεται ως παραστατικές

εκφράσεις στις οποίες το αστείο υλικό μιας stand-up παράστασης, ενός θεατρικού παιχνιδιού ή μιας φανταστικής αφήγησης δεν υπονοεί απλώς μια υπόσχεση για πολιτική μεταρρύθμιση, αλλά σε ένα ορισμένο επίπεδο προφανώς εκτελεί αυτή την αλλαγή. Έτσι, ο σατιρακτιβισμός συγχωνεύει τον κωμικό και τον πολιτικό λόγο με έναν μεταμοντέρνο τρόπο (Jones & Baym, 2010), που αναπαράγει τη διαλογική ενσωμάτωση (discursive integration), όρο που πρώτος ο Baym (2005) χρησιμοποίησε προκειμένου να περιγράψει τον υβριδικό συνδυασμό ψυχαγωγίας με την πολιτική ανάλυση και συζήτηση των σημαντικών δημόσιων θέματα στα σατιρικά δελτία ειδήσεων.

Η εκπομπή ξεκινά με ηχητικό σήμα που παραπέμπει σε παραδοσιακό δελτίο ειδήσεων και οπτική εναλλαγή εικόνων, κυρίως χιουμοριστικών, που δείχνουν μεταξύ άλλων τον ίδιο τον Κ. Πουλή να κραδαίνει σφυροδρέπανο ή να έχει τοποθετημένα πλαστικά παπάκια μπροστά του ενώ κάθεται κουστουμαρισμένος στην καρέκλα του παρουσιαστή του δελτίου. Το μόνιμο σκηνικό της εκπομπής είναι ένα πλάνο της Αθήνας στην πλάτη του Κ. Πουλή και μια κούπα με το διακριτικό σήμα του *ThePressProject* μπροστά του. Η δυαδική αντίθεση ανάμεσα στις καθιερωμένες συμβάσεις του παραδοσιακού δελτίου ειδήσεων και μιας σατιρικής εκπομπής (Baym, 2015) είναι εμφανής και χρησιμοποιείται καθ' όλη τη διάρκεια της *Ανασκόπησης*. Κατά τη διάρκεια του δελτίου εμφανίζεται ένα παράθυρο με γραφικά πάνω από τον δεξί ώμο του παρουσιαστή, ενώ τα βίντεο αφορούν αληθινές συνεντεύξεις από δημοσιογράφους του *ThePressProject*, ρεπορτάζ από ξένες πηγές ή και παρωδιακά ρεπορτάζ από σατιρικούς συνεργάτες με τους οποίους συνεργάζεται περιστασιακά η *Ανασκόπηση*, όπως η κωμικός Έρα Κατσούδα.

Η *Ανασκόπηση*, όπως και το *LWT*, επιλέγει συχνά θέματα που ήδη υποστηρίζονται από κοινωνικά κινήματα (Michaud Wild, 2019) και λαμβάνουν ελάχιστη προσοχή στον παραδοσιακό τύπο (Jennings et al., 2018). Η εκπομπή έχει ασχοληθεί με μια μεγάλη ποικιλία πολιτικών και κοινωνικών θεμάτων, που κυμαίνονται από τη λειτουργία απογευματινών ιατρείων στα δημόσια νοσοκομεία και τα αυξημένα τιμολόγια της ΔΕΗ έως το Παλαιστινιακό, τις ΛΟΑΤΚΙ κοινότητες, τις γυναικοκτονίες και το Προσφυγικό. Δεν λείπουν κάποιες θεματικές εκπομπές με περισσότερο ανάλαφρα θέματα και διάθεση, όπως αυτές που αφιερώθηκαν στα κουνούπια, στον ρομπότ - Κασσελάκη, στον μουσικό

διαγωνισμό της Eurovision ή στις ανιαρές χριστουγεννιάτικες ευχές των πολιτικών αρχηγών.

Το ύφος του Κ. Πουλή είναι κατά κανόνα ψύχραιμο και δημοσιογραφικό ενώ ο σατιρικός λόγος του χαρακτηρίζεται από λεπτή ειρωνεία, χωρίς αυτό να αποκλείει τη σποραδική χρήση βωμολοχίας, για κωμικούς κυρίως σκοπούς. Ο Κ. Πουλής αποφεύγει τη χρήση προσβλητικών προσωπικών χαρακτηρισμών προκειμένου να στοχοποιήσει πολιτικούς των μεγάλων κοινοβουλευτικών κομμάτων, δεν δείχνει όμως αναστολή να αφήσει συχνά στην άκρη το σοβαρό δημοσιογραφικό λόγο και να ασκήσει το σατιρικό «δικαίωμα στην προσβολή» (Winston, 2012 όπως αναφέρεται στο Georgalidou, 2024) με τη χρήση υβριστικών λέξεων ή σεξουαλικών νύξεων.

Το παράδειγμα 1 είναι χαρακτηριστικό του τρόπου που ο Κ. Πουλής χρησιμοποιεί την ειρωνεία στην περίπτωση των πλημμυρών στη Θεσσαλία το 2023 ενώ στο παράδειγμα 2 ανατρέπει την συνήθη δημοσιογραφική εκφορά του λόγου του και χρησιμοποιεί υβριστικές λέξεις και σεξουαλικές νύξεις, ενώ περιγράφει σατιρικά τη στάση σώματος και τις κινήσεις των χεριών του Κυριάκου Μητσοτάκη κατά τη διάρκεια του βίντεο με τις Χριστουγεννιάτικες ευχές του το 2017, στο πλαίσιο της *ασυμφωνίας* του χιούμορ, της ανατροπής των προσδοκιών των θεατών και του χάσματος μεταξύ εμφάνισης και ουσίας (Gasteratou & Tsakona, 2023: 472; Popa, 2013: 375; Tsakona & Popa: 3):

Παράδειγμα 1: Πολιτική σάτιρα του Κωνσταντίνου Πουλή (*Ανασκόπηση*, 16/9/2023, 01:34 - 02:21).³⁰

Θα αφήσουμε λοιπόν στην άκρη το πώς περάσαμε το καλοκαίρι και θα πούμε τα νέα μας σχετικά με τις πλημμύρες, που είναι απλώς η πιο πρόσφατη από τις καταστροφές που μας έχουν βρει. Από όσα έχουν συμβεί τις τελευταίες μέρες, η Εθνική Οδός ευτυχώς λειτούργησε κανονικά. Απλώς όχι με αυτοκίνητο. [Παρεμβάλλεται βίντεο-ντοκουμέντο που δείχνει βάρκες να διασχίζουν την πλημμυρισμένη Εθνική Οδό]. Οπότε τί γίνεται σε αυτή την περίπτωση: Περνάει ο άλλος με το γρι-γρι στο Στεφανοβίκειο πάνω από τα διόδια, περνάει πάνω από

³⁰ Εμφανίστηκε στις 16 Σεπτεμβρίου 2023. 62.669 προβολές, 121 σχόλια, κυρίως θετικά
<https://youtu.be/vBEhmRLbe1A?si=Y571yVSgO1t83uIg>

τη μπάρα, είναι ένα μέτρο πιο κάτω η μπάρα. Ε, σ' αυτό δεν πρέπει να παρέμβει το κράτος; Να αποζημιώσει άμεσα τον εργολάβο, που βλέπει όλους αυτούς με τα βαρκάκια, την ομάδα των «δεν πληρώνω», να περνάνε ανέμελοι από τα διόδια του και έχουνε κάνει την Θεσσαλία Ανάφη;

Παράδειγμα 2: Πολιτική σάτιρα του Κωνσταντίνου Πουλή (*Ανασκόπηση*, 7/2/2017, 02:50 - 03:36).³¹

Προσέξτε τώρα, ότι του χου'νε πει να κουνάει τα χέρια του αλλά δεν ξέρει πώς. Οπότε έχουνε φέρει επικοινωνιολόγο από την Αμερική. Προσέξτε λίγο. Εδώ. Ξεκούραση. Ξεκούραση. Τρόμπα. Ξεκούραση. Στα αρχίδια μου όλα. Στα αρχίδια μου. Ξεκούραση ή και προσευχή λέγεται αυτή η στάση. Εδώ, τρόμπα. Στα αρχίδια μου. Προσευχή. Έλα Κυριάκο, πολύ ωραία, πολύ ωραία Κυριάκο. Πάλι δυναμισμός, τρόμπα. Ξεκούραση, στα αρχίδια μου, στα αρχίδια μου, ξεκούραση. Πολύ ωραία! Χαρισματικός ομιλητής. Κάνει ακόμα και τον Σημίτη να φαίνεται ότι κούναγε καλύτερα τα χέρια του.

Λόγω της δομής, της πρωτότυπης δημοσιογραφικής εργασίας και της θεματολογίας της εκπομπής, θα λέγαμε ότι η *Ανασκόπηση* είναι διαχρονικά στην Ελλάδα ό,τι πιο κοντινό στον ακριβή ορισμό της σάτιρας δημοσιογραφικών ειδήσεων, όπως περιγράφεται στη διεθνή βιβλιογραφία (Koivukoski & Ödmark, 2020). Ανταποκρίνεται δε σε μεγάλο βαθμό στις δέκα βασικές αρχές της καλής δημοσιογραφίας, που μεταξύ άλλων είναι η ανεξαρτησία, η έρευνα, ο έλεγχος της εξουσίας, η επαλήθευση και η παρουσίαση του σημαντικού με τρόπο που το καθιστά ενδιαφέρον (Baym, 2005; Kovach & Rosentiel, 2021).

³¹ Εμφανίστηκε στις 7 Φεβρουαρίου 2017. 6.393 προβολές, 8 σχόλια, τα 2 αρνητικά για τη διάρκεια του intro <https://youtu.be/5QdHUENCN8o?si=813pio3u68sZeLJr>

2.3.2 Zaraleaks TV με τον Χριστόφορο Ζαραλίκo



Εικόνα 2-10 Ο Χριστόφορος Ζαραλίκος παρουσιάζει το Zaraleaks TV

Το Zaraleaks TV είναι ένα ιδιαίτερα δημοφιλές σατιρικό δελτίο ειδήσεων στο ελληνικό διαδίκτυο, εφόσον σημειώνει πάνω από 100.000 προβολές από την πρώτη μέρα της εμφάνισης κάθε νέου επεισοδίου του. Ο παρουσιαστής του ηθοποιός Χριστόφορος Ζαραλίκος στην συνέντευξη που μας παραχώρησε (5/4/2024), ουσιαστικά αρνείται τον τίτλο του σατιρικού δελτίου ειδήσεων για την εκπομπή, την οποία χαρακτηρίζει ως «κανάλι» και αποδίδει την δημιουργία της αφενός στην επίμονη παρότρυνση του συνεργάτη του Πιτσιρίκου, ο οποίος γράφει μαζί με τον ίδιο τα κείμενα και αφετέρου στην ανάγκη του να βρει διέξοδο έκφρασης την περίοδο της καραντίνας λόγω του κορωνοϊού, όταν είχε απαγορευτεί η διεξαγωγή των stand-up ζωντανών παραστάσεων του. Το Zaraleaks TV παρ' όλα αυτά δεν παύει να παραπέμπει αρκετά στη λογική του LWT του John Oliver. Η εκπομπή είναι εβδομαδιαία, έχει κεντρικό παρουσιαστή και ένα διαφορετικό κεντρικό θέμα κάθε φορά, όπως φαίνεται στον τίτλο κάθε βίντεο. Η ύπαρξη κεντρικού θέματος δεν εμποδίζει τον Χ. Ζαραλίκo να επεκτείνεται και σε άλλα θέματα της επικαιρότητας σε κάθε επεισόδιο.

Στο logo της εκπομπής και στη θέση του τέταρτου γράμματος ξεχωρίζει το κόκκινο αστέρι, σύμβολο του Κομμουνιστικού Κόμματος, ενώ ο τίτλος *Zaraleaks* παραπέμπει στα *WikiLeaks*, τον διεθνή ενημερωτικό οργανισμό που δημοσιοποιεί έγγραφα από διαρροές. Κάθε επεισόδιο ξεκινάει με τη μουσική από το *Wipe Out* του Gary Hoey. Ο παρουσιαστής κάθεται σε ένα στούντιο με γραφείο παρουσιαστή, πίσω του υπάρχει οθόνη προβολής με σταθερό φόντο ένα πλάνο της νυχτερινής Αθήνας. Στο γραφείο υπάρχει μόνιμα ένα μεγάλο σταθερό μικρόφωνο μπροστά από τον παρουσιαστή, ο οποίος κάθε εβδομάδα φοράει διαφορετικό t-shirt με τυπωμένο σατιρικό μήνυμα, το οποίο συνήθως ταυτίζεται με το κεντρικό θέμα του επεισοδίου. Η εκπομπή ξεκινάει πάντα με την προσφώνηση «μανάρια μου» στους θεατές. Αν το επεισόδιο παρουσιαστεί ημέρα Τρίτη είναι «η μέρα του Προφήτη», ενώ αν «ανέβει» στο διαδίκτυο Τετάρτη είναι η «μέρα του Αντάρτη». Προφήτης και Αντάρτης είναι οι πάγιοι αυτοχαρακτηρισμοί του παρουσιαστή, οι οποίοι πέρα από την προφανή ρίμα, φαίνεται ότι υποδηλώνουν την ικανότητα που αποδίδει στον εαυτό του ο Χρ. Ζαραλίκος να προβλέπει τους παρασκηνιακούς στόχους των εξουσιών και την ιδεολογική του τοποθέτηση να προβάλλει αντίσταση σε αυτές. Στόχος της σάτιρας του *Zaraleaks TV* είναι η πολιτική εξουσία και τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης. Μέσα από την εκπομπή ο Χρ. Ζαραλίκος ζήτησε συνεντεύξεις από όλους τους πολιτικούς αρχηγούς κατά την προεκλογική περίοδο των εθνικών εκλογών του 2023. Ανταποκρίθηκαν θετικά ο επικεφαλής του ΜΕΡΑ25 Γιάννης Βαρουφάκης³² και ο Γενικός Γραμματεάς του ΚΚΕ Δημήτρης Κουτσούμπας,³³ ενδεχομένως όχι τυχαία εφόσον -ως αριστεροί ηγέτες- δεν αποτελούν συχνό σατιρικό στόχο του *Zaraleaks TV*. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν και μαγνητοσκοπήθηκαν στην σκηνή του θεάτρου Τζένη Καρέζη μπροστά σε ζωντανό κοινό, στα πρότυπα του *TDS* και άλλων σατιρικών εκπομπών στις ΗΠΑ (Day, 2009: 90).

Η σάτιρα του *Zaraleaks TV* ασκεί στο έπακρο το δικαίωμα στην προσβολή (Georgalidou, 2024) μέσω της χρήσης ακραίας αθυροστομίας και του δικαιώματος της ελευθερίας του

³² Συνέντευξη με Γιάννη Βαρουφάκη. Εμφανίστηκε στις 30 Απριλίου 2023. 348.917 προβολές, πάνω από 1.700 σχόλια, κυρίως θετικά <https://youtu.be/TPyXIU-GdM?si=iqMtAwEYWBj-vbIrl>

³³ Συνέντευξη με Δημήτρη Κουτσούμπα. Εμφανίστηκε στις 13 Μαΐου 2023. 315.936 προβολές, πάνω από 1.500 σχόλια, κυρίως θετικά https://youtu.be/nWb6LUWaTLs?si=uLcXfd_IG5Y2fTBt

λόγου του θεατρικού stand-up comedy (Nicolai & Maesele, 2024). Ο Χρ. Ζαραλίκος, στο πλαίσιο της σάτιράς του, αναφέρεται τακτικά σε πολιτικούς, επιχειρηματίες και δημοσιογράφους με προσβλητικούς, άσεμνους έως και λεκτικά βίαιους όρους και φράσεις. Χαρακτηριστικά αναφέρεται συστηματικά στον υπουργό Άδωνι Γεωργιάδη ως «αρσενική Εύα Μπράουν» στοχοποιώντας το πολιτικό του παρελθόν ως μέλος ακροδεξιού κόμματος, ενώ έχει χαρακτηρίσει τον τέως Έλληνα πρωθυπουργό Αλέξη Τσίπρα ως το «καυλάκι της καρδιάς μας» και τον νυν Έλληνα πρωθυπουργό Κυριάκο Μητσοτάκη ως «το ζαβό της οικογένειας» (Georgalidou, 2024) και ως «Θεό της κωμωδίας», ενώ αναφέρεται συχνά στην Πρόεδρο της Δημοκρατίας Κατερίνα Σακελλαροπούλου ως «ακριβή γλάστρα». Αποκαλεί επίσης τους δημοσιογράφους με τον χαρακτηρισμό «ΑΡΔάκια» ή «Άλφα-Ρο-Δέλτα-Πετσάκια» εκ του συνθήματος «Αλήτες, Ρουφιάνοι Δημοσιογράφοι» και την «Λίστα Πέτσα», ενώ τον τηλεοπτικό σταθμό ΣΚΑΙ τον αποκαλεί σταθερά «Βόθρο». Περιοδικά, εντάσσεται στην εκπομπή μια παρωδιακή ενότητα με τίτλο «Preza News στο Preza Channel», όπου κεντρικός παρουσιαστής ειδήσεων είναι ο Χατζής Νικολάου, τον οποίο υποδύεται ο ίδιος ο Χρ. Ζαραλίκος, με ευθεία αναφορά στον προβεβλημένο δημοσιογράφο Νίκο Χατζηνικολάου και το MEGA Channel του μιντιακού ομίλου του εφοπλιστή Βαγγέλη Μαρινάκη.

Χαρακτηριστικό της αθυροστομίας και της ιδεολογικής τοποθέτησης του Χρ. Ζαραλίκου, ο οποίος εκφράζει πάγια επιθετικό χιούμορ εναντίον του καπιταλισμού ενώ ταυτόχρονα αντιμετωπίζει σατιρικά με συμπάθεια τον Γενικό Γραμματέα του ΚΚΕ Δημήτρη Κουτσούμπα, είναι το παράδειγμα 3 από την εκπομπή στις 12 Μαρτίου 2024, όταν σχολίασε τις αντιδράσεις που προκάλεσε η δήλωση του τελευταίου μέσα στη Βουλή και αντιτέθηκε στην «επιβολή διδάκτρων που οδηγούν ακόμα και σε αυτή τη σαπίλα, νέες κοπέλες, φοιτήτριες, να οδηγούνται να αναζητούν “sugar daddies” για να χορηγήσουν τις σπουδές τους, με γνωστά ανταλλάγματα φυσικά» (Κεφαλής, 2024):

Παράδειγμα 3: Πολιτική σάτιρα του Χριστόφορου Ζαραλίκου (*Zaraleaks TV*, 12/3/2024, 13:00 - 13:43).³⁴

Αυτό ξεσήκωσε μεγάλο... Δεν τα σηκώνουμε αυτά εμείς εδώ. Αααα, όλα κι όλα παιδιά εδώ... Ξεσήκωσε δύο ειδών θύελλες. Η μία θύελλα ήταν των δικαιωματιστών, οι οποίοι λένε «σεξιστικό αυτό που είπε ο Κουτσούμπας» Γιατί ήταν σεξιστικό; Γιατί αναφέρθηκε μόνο σε φοιτήτριες. Α, παιδιά, όλα κι όλα! Εδώ έχουν δίκιο οι δικαιωματιστές. Στον καπιταλισμό γαμιόμαστε όλοι, όλες, όλα. Όχι μόνο οι γυναίκες! Απ, ωπ... Εγώ συμφωνώ, θα γίνω και εγώ εδώ δικαιωματιστής. Κύριε Κουτσούμπα μου, στον καπιταλισμό είμαστε όλοι πουτάνες, πουτάνηδες και πουτανάκια. Όλοι, όλες, όλα. Είναι σεξιστικό να κάνετε διακρίσεις, όταν εκδιδόμεστε για να τα φέρουμε εις πέρας. Όπως λεν και στις ειδήσεις.

2.3.3 Έξω από το στόμα του Λάκη με τον Λάκη Λαζόπουλο

Η σατιρική εκπομπή *Έξω από το Στόμα του Λάκη* μεταδίδεται από τον Δεκέμβριο του 2022 μια φορά την εβδομάδα μέσα από την ειδησεογραφική σελίδα Newsbreak.gr και το κανάλι του οργανισμού στο *YouTube*. Παράλληλα ανεβαίνει ως podcast στις πλατφόρμες Spotify, Apple Podcasts και Google Podcasts. Κειμενογράφος και παρουσιαστής είναι ο Λάκης Λαζόπουλος, ο οποίος μετά τη διακοπή της μετάδοσης του τηλεοπτικού *Αλ Τσαντίρι Νιούζ*, έχει επιλέξει το διαδίκτυο ως μέσο για την προβολή των σατιρικών του εκπομπών αρχικά με την προβολή δύο επεισοδίων του *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* το 2021 και στη συνέχεια με το σατιρικό οπτικοποιημένο podcast *Στο Στόμα του Λάκη*, στην ειδησεογραφική σελίδα News24/7 από το Δεκέμβριο του 2021 έως τον Ιούνιο του 2022, το οποίο αποτέλεσε πρόδρομο του *Έξω από το Στόμα του Λάκη*.

³⁴ Εμφανίστηκε στις 12 Μαρτίου 2024. 160.312 προβολές, 605 σχόλια, κυρίως θετικά
<https://youtu.be/boMa1EO7sdQ?si=0Ic1rlqwTe8ziyhY>



Εικόνα 2-11 Ο Λάκης Λαζόπουλος παρουσιάζει το Έξω από το Στόμα του Λάκη

Η υβριδικότητα του σατιρικού δελτίου *Έξω από το Στόμα του Λάκη* αντανακλάται στην μορφή του, που ενσωματώνει την δομή ενός τηλεοπτικού σατιρικού δελτίου ειδήσεων ταυτόχρονα με τη λογική μιας ραδιοφωνικής εκπομπής, εφόσον μεταδίδεται τελικά και ως οπτικό βίντεο και ως podcast. Στην οπτικοποιημένη εκδοχή που εξετάζει η παρούσα εργασία, η εκπομπή ξεκινάει χωρίς τίτλους και σήμα έναρξης, ο Λ. Λαζόπουλος φοράει ακουστικά και μιλάει μπροστά σε ραδιοφωνικό μικρόφωνο. Παράλληλα χειρίζεται την κονσόλα του ήχου μόνος του και επιλέγει τα μουσικά και άλλα ηχητικά αποσπάσματα που ακούγονται κατά τη διάρκεια της εκπομπής. Πάνω από τον ώμο του ή κάτω δεξιά στην οθόνη εμφανίζεται συχνά ένα παράθυρο με γραφικά που παραπέμπουν σε παλαιού τύπου τηλεοπτική συσκευή. Στην «οθόνη» της προβάλλονται αποσπάσματα από βίντεο με δηλώσεις πολιτικών ή ρεπορτάζ δανεισμένα από τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων και το διαδίκτυο, τα οποία σχολιάζει παράλληλα ο Λ. Λαζόπουλος, συχνά με χειρονομίες, γκριμάτσες, επιφωνήματα και ατάκες. Μετά την τεκμηρίωση από τα ηχητικά ή οπτικά αποσπάσματα που προβάλλονται, ακολουθεί η δομημένη σατιρική τοποθέτηση του για τα δρώμενα.

Η σάτιρα του Λ. Λαζόπουλου παραμένει, όπως και στο παρελθόν, κυρίως καταγγελτική και διδακτική (Βαμβακάς, 2019). Απευθύνεται συχνά σε προσωπικό τόνο σε πολιτικά πρόσωπα απαιτώντας εξηγήσεις ή καταγγέλλοντας επιλογές τους. Μιλάει εκ μέρους του λαού με φράσεις όπως «ο λαός απαιτεί ξήλωμα εδώ και τώρα». Εμφανίζεται αγανακτισμένος με την κυβέρνηση και τις παντός είδους εξουσίες. Σε αυτό το πλαίσιο χρησιμοποιεί συχνά βωμολοχικές φράσεις ή λέξεις όπως «μαλακίες», «τί σκατά κάνετε» και εκφράζει, όχι σπάνια, την αποδοκιμασία ή την οργή του για κάποια αιτίαση μέσω χειρονομιών με σεξουαλικές νύξεις.

Μια διαφορά που μπορεί να εντοπιστεί σε σχέση με το παρελθόν είναι ότι πλέον τα σατιρικά βέλη του Λ. Λαζόπουλου στρέφονται κατά στόχων από όλα τα κόμματα, ιδίως του ΣΥΡΙΖΑ και του νέου του Προέδρου Στέφανου Κασσελάκη, τον οποίο συχνά αποκαλεί με τους χαρακτηρισμούς «τουρίστας» «American dream» και του αποδίδει μια δημόσια περσόνα που θυμίζει στον χαρακτήρα τη «Θεία από το Σικάγο»³⁵ λόγω της ξαφνικής ανάμειξής του στα πολιτικά πράγματα ενώ διέμενε στις ΗΠΑ. Αλλά και για το κόμμα της Νέας Αριστεράς είχε ανάλογο δηκτικό σχόλιο με σεξουαλικές νύξεις: «Ποια είναι διαφορά σας με την υπόλοιπη Αριστερά; Την παίζετε με το αριστερό ενώ ο Κασσελάκης την παίζει με το δεξιό;» (09:00-09:05).³⁶

Μια σταθερά της σατιρικής στόχευσης του Λ. Λαζόπουλου είναι οι σκληρές σατιρικές επιθέσεις στα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης και τους προβεβλημένους δημοσιογράφους που εργάζονται σε αυτά. Αποκαλεί «Σαχλιάγκα» τον δημοσιογράφο Γιώργο Λιάγκα και συλλήβδην «τομάρια» και «τομάροποιημένα καθικοτόμαρα» τον Άρη Πορτοσάλτε και άλλους κορυφαίους δημοσιογράφους του ΣΚΑΙ. Ειδικά στον συγκεκριμένο τηλεοπτικό σταθμό καταλογίζει απροκάλυπτη στήριξη στην συντηρητική κυβέρνηση της Νέας Δημοκρατίας:

³⁵ Λαζόπουλος για Κασσελάκη: «Είναι τουρίστας, περιμένει στην ουρά»

<https://www.tovima.gr/2024/05/26/celebrities/lazopoulos-gia-kasselaki-einai-touristas-perimenei-stin-oura/>

³⁶ Εμφανίστηκε στις 4 Απριλίου 2024. 138.882 προβολές, 803 σχόλια, κυρίως θετικά

<https://youtu.be/Lwghbr5pWAI?si=z-wZKY8V-2cKaE2l>

Παράδειγμα 4: Πολιτική σάτιρα του Λάκη Λαζόπουλου (*Εξω από το Στόμα του Λάκη*, 4/4/2024, 10:50 – 11:13)³⁷

Σεις [κύριε Πορτοσάλτε] είστε ο εκπρόσωπος του χυδαιότερου κυβερνητισμού, σεις είστε ο υποτακτικότερος των υποτακτικών, ο μίστερ-ρεντίκολο των μέσων μαζικής προπαγάνδας, με τον καινούριο απόφοιτο της σχολής ΣΚΑΙ, τον καινούριο νεοδημοκράτη σας τον κύριο Αυτιά, ο οποίος κάθεται στις εκπομπές και αυτοδιαφημίζεται μη και δεν τον ψηφίσουν οι γέροι άνθρωποι και δεν βγει στην Ευρωβουλή.

Ο Γιώργος Αυτιάς διαχρονικά αποτελεί σατιρικό στόχο του Λ. Λαζόπουλου (Κανέλλης, 2023) και το παράδειγμα 5 είναι χαρακτηριστικό της σατιρικής εικόνας που συντηρεί ο Λ. Λαζόπουλος για εκείνον:

Παράδειγμα 5: Πολιτική σάτιρα του Λάκη Λαζόπουλου (*Εξω από το Στόμα του Λάκη*, 18/4/2024, 05:40- 06:08).³⁸

Πόσα χιλιόμετρα γλείψιμο κάνει η γλώσσα του Αυτιά για να γίνει ευρωβουλευτής. Θέλω να τον συμπονέσουμε, όλοι μαζί να τον συμπονέσουμε. Δεν ήταν εύκολος δρόμος. Α! Να τα λέμε. Σηκωνόταν χαράματα, χαράματα 3 η ώρα, 4 η ώρα για να στηρίξει την κυβέρνηση. Και τα βασικότερο; Δεν προχώρησε καθόλου σαν άνθρωπος. Άφησε πίσω την δική του, δηλαδή, την καριέρα του. Έμεινε σε αυτά που θυμόταν από τη Χούντα: Πατρίς – θρησκεία- οικογένεια. “Πάμε, πάμε, πάμε”! Η νυφίτσα. “Πάμε”! [μιμείται τη φωνή του δικτάτορα (1967 – 1973) Γεώργιου Παπαδόπουλου].

Ο διδακτισμός ως βασικό στοιχείο της σάτιρας του Λ. Λαζόπουλου έχει ήδη επικριθεί σε επιστημονικές εργασίες (Βαμβακάς 2009, Κανέλλης, 2023) κυρίως για την περίοδο του τηλεοπτικού *Αλ Τσαντίρι Νιούζ*. Στο πλαίσιο της εκπομπής *Εξω από το Στόμα του Λάκη* ο

³⁷ Εμφανίστηκε στις 4 Απριλίου 2024. 138.882 προβολές, 803 σχόλια, κυρίως θετικά <https://youtu.be/Lwghbr5pWAI?si=z-wZKY8V-2cKaE2l>

³⁸ Εμφανίστηκε στις 18 Απριλίου 2024. 237.986 προβολές, 741 σχόλια, κυρίως θετικά https://youtu.be/DjhxZlCwCD4?si=cEt_sZJ4NeNBQtDj

Λ. Λαζόπουλος δείχνει να φιλοδοξεί να προχωρήσει ένα βήμα μπροστά προς αυτό που οι Crittenden et al. (2011) και η Ödmark (2018) χαρακτηρίζουν λειτουργία του σατιρικού ως ηγέτη της κοινής γνώμης, γεγονός που ουσιαστικά τον απομακρύνει από τον κύριο σατιρικό σκοπό: τη χρήση του χιούμορ ως εποικοδομητική κριτική. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που μέσα από την εκπομπή *Έξω από το Στόμα του Λάκη* και με ένα στοιχειώδες εύρημα ως προσχηματική αφορμή, ο Λ. Λαζόπουλος επιχειρήσει να επηρεάσει το κοινό που είναι συνδεδεμένο μαζί του και πρότείνει ονόματα συγκεκριμένων υποψηφίων από κάθε κόμμα. προκειμένου να υπερψηφιστούν στις Ευρωεκλογές του Ιουνίου 2024 (27:53-29:59).³⁹

2.3.4 Τα Νέα της Εβδομάδας με τον Βαγγέλη Μουλαρά



Εικόνα 2-12 Ο Βαγγέλης Μουλαράς παρουσιάζει *Τα Νέα της Εβδομάδας*

³⁹ Εμφανίστηκε στις 18 Απριλίου 2024. 237.986 προβολές, 741 σχόλια, κυρίως θετικά
https://youtu.be/DjhxZlCwCD4?si=cEt_sZJ4NeNBQtDj

Το σατιρικό δελτίο ειδήσεων *Τα Νέα της Εβδομάδας* ξεκίνησε όπως και το *Zaraleaks TV*, την περίοδο της καραντίνας, λόγω της απαγόρευσης διεξαγωγής θεατρικών παραστάσεων που προβάλλεται στο *YouTube* από το 2020. Τα κείμενα και την παρουσίαση ανήκουν στον stand-up κωμικό Βαγγέλη Μουλαρά. Η εκπομπή μιμείται τα παραδοσιακά δελτία ειδήσεων και ξεκινά με ηχητικό σήμα και γραφικά που παραπέμπουν σε δημοσιογραφικό δελτίο ενώ ο παρουσιαστής κάθεται σε δημοσιογραφικό γραφείο, έχει πλάνο έναν ψηφιακό χάρτη της υψηλίου και είναι ντυμένος με κουστούμι και γραβάτα. Τα ρεπορτάζ, που παρεμβάλλονται στο λόγο του και στηρίζουν τον σχολιασμό του, είναι δανεισμένα από τα δελτία ειδήσεων των καθιερωμένων τηλεοπτικών καναλιών πανελλαδικής εμβέλειας και προβάλλονται αυτούσια, χωρίς σατιρική επεξεργασία. Στα *Νέα της Εβδομάδας* δεν χρησιμοποιούνται παρωδιακά σκετς και η σάτιρα ασκείται μόνο μέσα από το σχολιασμό του Β. Μουλαρά. Ο παρουσιαστής αποφεύγει την βωμολοχία ως μέσο πρόκλησης του γέλιου και χρησιμοποιεί κυρίως την ειρωνεία προκειμένου να πετύχει την σατιρική ανατροπή όσων επιδιώκει να επισημάνει. Χαρακτηριστικό της σατιρικής τεχνικής του Β. Μουλαρά είναι το παράδειγμα 6. Σε αυτό το παράδειγμα και με αφορμή τη γυναικοκτονία της Κυριακής Γρίβα στους Αγίους Αναργύρους την 1/4/2024 έξω από το Αστυνομικό Τμήμα, ο παρουσιαστής του σατιρικού δελτίου σχολιάζει τις εξηγήσεις της Αστυνομίας για την φερόμενη ολιγωρία των εμπλεκόμενων Αστυνομικών:

Παράδειγμα 6: Πολιτική σάτιρα του Βαγγέλη Μουλαρά (*Τα Νέα της Εβδομάδας*, 9/4/2024, 06:38 - 07:07).⁴⁰

Αυτό ακριβώς. Η Κυριακή δεν είναι εδώ για να μας πει τη δική της εκδοχή, Οπότε πρέπει να πιστέψουμε όσα λένε οι εμπλεκόμενοι αστυνομικοί. Ότι δεν εξέφρασε ξεκάθαρα το πόσο φοβάται και ότι ήθελε η ίδια να καλέσει την Άμεση Δράση. Που συνάδουν αυτά μεταξύ τους, έτσι; Δεν φοβόταν και τόσο, αλλά ήθελε η ίδια να πάρει το 100. Λογικά ήθελε η ίδια να μιλήσει με κέντρο, για να εξηγήσει και σε αυτούς το πόσο λίγο φοβάται για τη ζωή της και το

⁴⁰ Εμφανίστηκε στις 9 Απριλίου 2024. 12.449 προβολές, 69 σχόλια, κυρίως θετικά
<https://youtu.be/TyMFju1rW4?si=3IR8y3oQV0LyBjGA>

πόσο ασήμαντη είναι η περίπτωση της. Ή... Ή δεν έκανε κανείς τη δουλειά του. Ούτε στο Τμήμα, ούτε στο τηλέφωνο.

2.3.5 *Είμαι Υπέρ* με τον Αριστοτέλη Ρήγα



Εικόνα 2-13 Ο Αριστοτέλης Ρήγας παρουσιάζει το *Είμαι Υπέρ*

Η τρίτη εκπομπή σατιρικών ειδήσεων που ξεκίνησε την περίοδο της καραντίνας στο ελληνικό διαδίκτυο είναι το *Είμαι Υπέρ* και μετράει ήδη πάνω από 120 επεισόδια. Παρουσιαστής είναι ο stand-up κωμικός Αριστοτέλης Ρήγας, ο οποίος γράφει παράλληλα τα κείμενα. Το *Είμαι Υπέρ* δεν είναι ακριβώς σατιρικό δελτίο ειδήσεων. Θα μπορούσε περισσότερο να χαρακτηριστεί ως ένα οπτικοποιημένο podcast και ταυτόχρονα μια εκπομπή γνώμης πάνω σε θέματα της επικαιρότητας. Η εκπομπή είναι θεματική και το concept της είναι ο σχολιασμός ενός μείζονος πολιτικού ή κοινωνικού θέματος κάθε εβδομάδα, με το εύρημα ότι ο παρουσιαστής ξεκινά με την ειρωνική δήλωση «είμαι υπέρ» πάνω σε κάποιο γεγονός με το οποίο προδήλως διαφωνεί, ούτως ώστε να το παρουσιάσει, να το σατιρίσει και να ασκήσει κριτική. Ο Α. Ρήγας δεν χρησιμοποιεί τίτλους έναρξης (intro) και το σκηνικό είναι αυτό ενός απλού στούντιο ηχογράφησης. Το μόνο δημοσιογραφικό στοιχείο, σύμφωνα με όσα δήλωσε ο ίδιος στη συνέντευξη που μας έδωσε

στο πλαίσιο της έρευνας (12-4-2024), είναι η σχολαστική διασταύρωση των στοιχείων κάθε θέματος με το οποίο καταπιάνεται.

Η ροή του λόγου του Α. Ρήγα είναι γρήγορη, μιλά επί 10 λεπτά σχεδόν απνευστί. Στην ταχύτητα της εκφοράς του λόγου του Α. Ρήγα βοηθάει το σφιχτό μοντάζ που χρησιμοποιείται ανάμεσα στις προτάσεις του. Ο παρουσιαστής δεν χρησιμοποιεί ακραία φρασσεολογία και στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στην σατιρική λογική της ανατροπής, επιλέγοντας να δείχνει αφελής προκειμένου να αποδείξει τον παραλογισμό των αντίθετων επιχειρημάτων μέσω του παραλογισμού του δικού του αρχικού επιχειρήματος ότι «είναι υπέρ» (Herron, 2016 όπως αναφέρεται στο Park-Ozee, 2019). Ιδιαίτερα συχνή είναι η χρήση λογοπαιγνίων, χαρακτηριστική της σάτιρας του Α. Ρήγα και γνωστή ήδη από τις stand-up κωμικές παραστάσεις του. Στο πλαίσιο της εκπομπής του πήρε συνέντευξη από τον βουλευτή του κόμματος ΜέΡΑ25 Κλέωνα Γρηγοριάδη, με αφορμή τη διεξαγωγή των εθνικών βουλευτικών εκλογών του 2023.⁴¹

Στο παράδειγμα 7 ο Α. Ρήγας σατιρίζει θεολογικά ζητήματα:

Παράδειγμα 7: Πολιτική σάτιρα του Αριστοτέλη Ρήγα (*Είμαι Υπέρ*, 21-5-2024, 04:22 - 05:03).⁴²

Και είχαν οι άνθρωποι τώρα έναν τέτοιο Θεό εκεί πέρα και μετά βγήκε ένας άλλος, ο οποίος είναι ο... εντάξει υπάρχει οικογενειοκρατία, έτσι ξεκάθαρα, δηλαδή δεν ξεκίνησε από το μηδέν, ήταν αυτοδημιούργητος και αυτός, εννοείται. Ξεκίνησε ως γιος του πατέρα του. Και ο οποίος ξεκίνησε ταπεινά, με 12 followers μόνο είχε στο Instagram και τώρα έχει ολόκληρες εκτάσεις, έχει κράτη, έχει λίμνες, έχει βουνά, έχει κάμπους, έχει μισθολόγιο από τον κρατικό προϋπολογισμό. Κάντε υπομονή να παράγετε περιεχόμενο που σας ενδιαφέρει και θα' ρθούνε και οι followers, αυτό είναι το νόημα. Τον οποίο τον είδανε αυτοί εκεί πέρα και του κάνανε block. Για τρεις μέρες. Μετά αυτός

⁴¹ Συνέντευξη με τον Κλέωνα Γρηγοριάδη. Εμφανίστηκε στις 7 Μαΐου 2023. 44.921 προβολές, 260 σχόλια, κυρίως θετικά <https://youtu.be/igLmDbBa6Ho?si=K9M2nk5tLlb35lmZ>.

⁴² Εμφανίστηκε στις 17 Απριλίου 2024. 21.277 προβολές, 143 σχόλια, κυρίως θετικά <https://youtu.be/MhwqxmKw4AI?si=2QxGPdteREONF8uk>

έκανε unblock. Βγήκε κι ανελήφθηκε κι αυτός στο cloud, πήγε στον
επουράνιο server και θα επιστρέψει -με δικηγόρους- και θα πει παιδιά τώρα
θα τα λύσουμε όλα. Αυτό που έκανες εσύ πριν 5.000 χρόνια, νομίζεις το
ξέχασα; Όχι βέβαια! Εσύ θα πας στην κόλαση. Ο επόμενος...

3. Η μεθοδολογία της έρευνας

Προκειμένου να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας εργασίας επιλέχθηκε ως μέθοδος η διεξαγωγή ποιοτικής έρευνας μέσω ημιδομημένων συνεντεύξεων με Έλληνες σατιρικούς παραγωγούς. Η έρευνά μας επικεντρώθηκε στο νόημα που έχουν οι έννοιες της σάτιρας και της δημοσιογραφίας για τους ερωτώμενους και διερεύνει τις προσωπικές τους αντιλήψεις, απόψεις και αξίες πάνω σε αυτά τα θέματα αλλά και τα κίνητρα τους ως παραγωγούς σατιρικών δελτίων ειδήσεων (Ισαρη & Πούρκος, 2015: 99; Robson, 2010: 322). Στόχος ήταν να συγκρίνουμε τις απαντήσεις αυτές με τις αποκρίσεις ξένων σατιρικών σε αντίστοιχα ερωτήματα που τέθηκαν από ερευνητές της διεθνούς βιβλιογραφίας. Η ποιοτική μέθοδος κρίθηκε ως η πλέον πρόσφορη για έναν ακόμη λόγο: πρόκειται για μια μέθοδο που χρησιμοποιείται ευρέως στην κοινωνική έρευνα ενώ οι ημιδομημένες συνεντεύξεις παρέχουν την ευχέρεια στον ερευνητή να αλλάξει την διάταξη ή την διατύπωση των προκαθορισμένων ερωτήσεων, προκειμένου να δοθούν εξηγήσεις ή αν κάποια από αυτές κριθεί ως ακατάλληλη για συγκεκριμένο ερωτώμενο (Robson, 2010: 321). Με δεδομένο ότι απευθυνθήκαμε σε σατιρικούς παραγωγούς από διαφορετικά μέσα (τηλεόραση, ραδιόφωνο και διαδίκτυο) η ευελιξία αυτή αποδείχθηκε εξαιρετικά χρήσιμη.

3.1 Οδηγός Συνέντευξης

Η συνέντευξη χωρίστηκε σε τρία βασικά σκέλη. Το πρώτο σκέλος ξεκινούσε με τις ερωτήσεις έναρξης και συνεχιζόταν με τις εισαγωγικές ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις αυτές είχαν ως στόχο καταρχάς την εξοικείωση μεταξύ των συνομιλητών και στη συνέχεια την εισαγωγή στο γενικό θέμα της συζήτησης (Ισαρη & Πούρκος, 2015:105). Το συγκεκριμένο σκέλος της συνέντευξης διερευνούσε την ως τώρα επαγγελματική σταδιοδρομία του εκάστοτε σατιρικού παραγωγού, τη μορφή της υπό συζήτηση σατιρικής εκπομπής, το format της, τα πρότυπα εκπομπών που την ενέπνευσαν.

Το δεύτερο σκέλος περιλάμβανε ένα ευρύ σύνολο ερωτήσεων που είχαν ως στόχο να διερευνήσουν τον τρόπο με τον οποίο οι Έλληνες σατιρικοί κατανοούν τη σάτιρα, πώς

αυτοχαρακτηρίζονται και πώς αντιλαμβάνονται το υβριδικό είδος των σατιρικών δημοσιογραφικών εκπομπών. Εξετάστηκαν οι αντιλήψεις των ερωτώμενων για την ύπαρξη και το βαθμό αλληλεπίδρασης της σάτιρας με τη δημοσιογραφία. Τέθηκαν ερωτήματα σχετικά με τις δημοσιογραφικές δεξιότητες και πρακτικές που απαιτούνται από τους ίδιους και τις συντακτικές τους ομάδες και την διαδικασία επιλογής των υπό συζήτηση θεμάτων στις εκπομπές τους. Ερωτήθηκαν αν συνδέουν τη δουλειά τους με την έννοια της αντικειμενικότητας, αν έχουν ζητήσει ή πραγματοποιήσει συνεντεύξεις με πολιτικούς και σε περίπτωση θετικής απάντησης τον τρόπο με τον οποίο τους αντιμετώπισαν. Τέλος, με αφορμή την ανάλυση της έννοιας της *παρρησίας* των σατιρικών από τον Foucault (2001) και συγκεκριμένα την επισήμανση εκ μέρους του των διαστάσεων του κινδύνου και του καθήκοντος, ρωτήθηκαν οι Έλληνες σατιρικοί αν έχουν υποστεί λογοκρισία και απειλές με αφορμή την επιτέλεση του έργου τους. Προκειμένου να σχηματιστεί μια πιο ολοκληρωμένη άποψη για το θέμα, συμπεριλήφθηκε στα ευρήματα η σχετική απάντηση δημοφιλούς Έλληνα σατιρικού από πρόσφατη δευτερεύουσα συνέντευξη του σε τηλεοπτικό κανάλι, εφόσον δεν κατέστη δυνατή η πραγματοποίηση ερευνητικής συνέντευξης μαζί του.

Το τρίτο σκέλος ερωτήσεων, το οποίο μπορεί να χαρακτηριστεί εν μέρει ως συμπερασματικό καίτοι περιλάμβανε ερωτήσεις-κλειδιά για το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα (Ισαρη & Πούρκος, 2015:105), επιχειρούσε να διερευνήσει τις αξίες, τους στόχους, τα όρια και τα κίνητρα που καθοδηγούν τους Έλληνες παραγωγούς σατιρικών εκπομπών. Μεταξύ άλλων ζητήθηκε η άποψή τους πάνω στα συμπεράσματα από τη διεθνή επιστημονική βιβλιογραφία για το βαθμό που οι σατιρικοί διεκδικούν το ρόλο των ηγετών της κοινής γνώμης (Crittenden et al., 2011; Ödmark, 2018). Ερωτήθηκαν ακόμα αν πιστεύουν ότι διαδραματίζουν κάποιο ρόλο στα ελληνικά πολιτικά και δημοσιογραφικά πράγματα και αν θεωρούν ότι υπάρχει στην Ελλάδα σήμερα κάποιο πολιτικό ή δημοσιογραφικό έλλειμμα, το οποίο οι ίδιοι και η εκπομπή τους καλύπτουν σε κάποιο βαθμό.

3.2 Συνεντεύξεις και συμμετέχοντες

Για την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης έρευνας πραγματοποιήθηκαν πέντε συνεντεύξεις με συνολικά έξι παρουσιαστές σατιρικών δελτίων ειδήσεων στην Ελλάδα. Όλοι τους είναι ταυτόχρονα και συγγραφείς των σατιρικών κειμένων ή τουλάχιστον έχουν κεντρικό ρόλο στις συντακτικές ομάδες των εκπομπών τους.

Σκοπός του γράφοντος ήταν αρχικά η πραγματοποίηση ποιοτικών ημιδομημένων συνεντεύξεων εις βάθος με όλους τους παρουσιαστές και παραγωγούς πολιτικών σατιρικών εκπομπών στην Ελλάδα τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, ανεξάρτητα αν παρουσιάζουν αμιγώς σατιρικά δελτία ειδήσεων, εφόσον σε αυτή την περίπτωση το δείγμα απαντήσεων θα ήταν προδήλως μικρό. Επιδιώξαμε επίσης να συμπεριληφθούν στις συνεντεύξεις σατιρικοί και των δύο φύλων καθώς και όλων των ιδεολογικών πεποιθήσεων. Προκειμένου να είναι επιλέξιμες περιπτώσεις για την συγκριμένη έρευνα, οι υπό μελέτη σατιρικοί έπρεπε να συμμετέχουν σε εκπομπές πολιτικής και κοινωνικής σάτιρας, που μεταδίδονται σε μορφή βίντεο ή ήχου για περισσότερες από μία σεζόν. Για το λόγο αυτό επικοινωνήσαμε με προσωπικό μήνυμα μέσω της πλατφόρμας κοινωνικής δικτύωσης X (πρώην *Twitter*) με τον Χριστόφορο Ζαραλίκου του διαδικτυακού *Zaraleaks TV*, τους Θύμιο Καλαμούκη και Αποστόλη Μπαρμπαγιάννη από την ραδιοφωνική (και πρώην τηλεοπτική) *Ελληνοφρένεια* και τον Αριστοτέλη Ρήγα του διαδικτυακού *Είμαι Υπέρ*. Μέσω προσωπικού μηνύματος στο *Instagram* ζητήθηκε συνέντευξη από τον Λάκη Λαζόπουλο του διαδικτυακού *Έξω από το στόμα του Λάκη* και του πρώην τηλεοπτικού *Αλ Τσαντίρι Νιούζ* και από τον Κωνσταντίνο Πουλή της διαδικτυακής *Ανασκόπησης*. Ομοίως μέσω προσωπικού μηνύματος στο *Facebook* έγινε προσπάθεια προσέγγισης με τους Αντώνη Κανάκη, Γιάννη Σερβετά και Χρήστο Κιούση από την τηλεοπτική *Ράδιο Αρβύλα*, τον Μάνο Βουλαρίνο του ραδιοφωνικού και πρώην τηλεοπτικού *Ό,τι να'ναι*, τον Βαγγέλη Μουλαρά από το διαδικτυακό *Τα νέα της εβδομάδας* και τη Νεφέλη Μεγκ από την επίσης διαδικτυακή σατιρική *Μπούκλα*, στο πλαίσιο της οποίας έχει πραγματοποιήσει προεκλογική συνέντευξη με τον Πρωθυπουργό Κ. Μητσοτάκη. Οι απόπειρες προσέγγισης διήρκησαν από τον Μάρτιο του 2024 έως τον Μάιο του 2024.

Ανταποκρίθηκαν θετικά αμέσως και ιδιαίτερα θερμά οι Θ. Καλαμούκης, Απ. Μπαρμπαγιάννης, Χρ. Ζαραλίκος, Κ. Πουλής και Αρ. Ρήγας. Μερικές εβδομάδες αργότερα -λόγω εργασιακού φόρτου- ανταποκρίθηκε θετικά ο Χρ. Κιούσης. Με τους πρώτους τέσσερις πραγματοποιήθηκαν δια ζώσης συνεντεύξεις τον Απρίλιο του 2024. Συγκεκριμένα με τους Θ. Καλαμούκη και Απ. Μπαρμπαγιάννη στα γραφεία των *Παραπολιτικών* στις 4 Απριλίου 2024, με τον Χρ. Ζαραλίκο στο θέατρο *Τζένη Καρέζη* στις 5 Απριλίου 2024 και με τον Κ. Πουλή στα γραφεία του *The Press Project* στις 8 Απριλίου 2024. Με τον Αρ. Ρήγα η συνέντευξη πραγματοποιήθηκε μέσω βιντεοκλήσης στις 12 Απριλίου 2024 λόγω ανειλημμένων υποχρεώσεων που δεν επέτρεψαν τη δια ζώσης συνάντηση. Τέλος, λόγω της μεγάλης χιλιομετρικής απόστασης με τη Θεσσαλονίκη όπου δραστηριοποιείται, ο Χρ. Κιούσης απάντησε μέσω email την 1 Μαΐου 2024 στις αντίστοιχες ερωτήσεις που του απεστάλησαν. Ο Λ. Λαζόπουλος αποκρίθηκε με θετική διάθεση στην πρόσκληση, όμως τελικά στάθηκε αδύνατο να πραγματοποιηθεί η συνέντευξη -με οποιονδήποτε τρόπο- λόγω φόρτου εργασίας του. Οι υπόλοιποι σατιρικοί δεν απάντησαν στα μηνύματα. Για το λόγο αυτό, απολύτως στοχευμένα και μόνο όπου κρίθηκε απολύτως απαραίτητο, αναζητήθηκαν σε δευτερεύουσες συνεντεύξεις κάποιες -σχετικές με τα ερευνητικά ερωτήματα- απαντήσεις των σατιρικών που δεν ανταποκρίθηκαν, προκειμένου να συνεκτιμηθούν στα συμπεράσματα της παρούσας εργασίας.

Από τον αριθμό των σατιρικών εκπομπών που εκπροσωπούνται στην έρευνα και είναι εννέα, εξασφαλίσαμε συνέντευξη από εκπροσώπους πέντε εξ αυτών, ενώ από τους συνολικά δώδεκα σατιρικούς παραγωγούς με τους οποίους επιχειρήσαμε να επικοινωνήσουμε, ανταποκρίθηκαν θετικά οι έξι. Στο δείγμα δεν περιλαμβάνεται γυναίκα, γεγονός που αντικατοπτρίζει το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό ανδρών σατιρικών δημιουργών στην Ελλάδα.

Όλοι οι συμμετέχοντες συμφώνησαν να αναφερθούν άμεσα και να χρησιμοποιηθούν επακριβώς τα λόγια τους ως μέρος αυτής της διπλωματικής εργασίας. Όλες οι προσωπικές συνεντεύξεις είχαν διάρκεια περίπου μισής ώρας η κάθε μία.

3.3 Επεξεργασία και ανάλυση εμπειρικού υλικού

Προκειμένου να αποδοθεί νόημα και να απαντηθούν τα κεντρικά ερωτήματα της έρευνας εφαρμόστηκε η μέθοδος της θεματικής ανάλυσης. Στόχος της συγκεκριμένης μεθόδου είναι η αναγνώριση, η οργάνωση και η καταγραφή επαναλαμβανόμενων μοτίβων νοήματος στα δεδομένα, προκειμένου να γίνουν κατανοητές κοινές ερμηνείες, με ειδικότερη εστίαση σε εκείνες που σχετίζονται με τα ερευνητικά ερωτήματα (Τσιώλης, 2018).

Το υλικό που προέκυψε από τις ηχογραφήσεις των συνεντεύξεων μεταφέρθηκε σε γραπτό κείμενο. Η διαδικασία της μετεγγραφής (transcription) πραγματοποιήθηκε μέσω της online AI υπηρεσίας TurboScribe. Ακολούθησε σχολαστικός έλεγχος, σύγκριση και διόρθωση λέξη προς λέξη των κειμένων που προέκυψαν, ώστε να αποτυπώνονται πιστά και με απόλυτη ακρίβεια οι ηχητικά καταγεγραμμένες συνομιλίες. Η θεματική ανάλυση που επιλέχθηκε για την παρούσα εργασία εστιάζει στο περιεχόμενο των λεχθέντων. Για το λόγο αυτό χρησιμοποιήθηκε ένα απλό σύστημα σημειογραφίας προκειμένου να αποτυπωθεί πιστά ο προφορικός λόγος και κάποιες χαρακτηριστικές παραγλωσσικές εκδηλώσεις όπως το γέλιο, οι μεγάλες παύσεις και ο εμφατικός τονισμός.

Ακολούθησε η προσεκτική ανάγνωση των κειμένων των συνεντεύξεων προκειμένου να εντοπιστούν τα αποσπάσματα εκείνα που είναι σχετικά με τα ερευνητικά ερωτήματα. Αυτά τα αποσπάσματα επικολλήθηκαν σε συγκεκριμένες στήλες ενός πίνακα συγκεκριμένα για κάθε ερώτημα. Η αναζήτηση σχετικών αποσπασμάτων έλαβε χώρα σε όλο το εύρος του κειμένου των απαντήσεων, ανεξάρτητα από την βασική ερώτηση που είχε προηγηθεί κάθε φορά.

4. Ευρήματα και αποτελέσματα της έρευνας

4.1 RQ1: Σάτιρα και δημοσιογραφία: ομοιότητες, διαφορές και αλληλεπίδραση στα ελληνικά σατιρικά δελτία ειδήσεων

Το πρώτο σκέλος του RQ1 είχε ως έναν από τους στόχους του, να διερευνήσει το πώς κατανοούν οι Έλληνες σατιρικοί την έννοια και το ρόλο της σάτιρας. Οι συνεντευξιαζόμενοι συμφώνησαν σε μεγάλο βαθμό ότι η σάτιρα είναι αποκαλυπτική, επικριτική, επιθετική, ψυχαγωγική (Caron, 2020), τάσσεται πάντα υπέρ των αδυνάτων (Becker & Bode, 2018; Waisanen, 2018) και στοχεύει τους «από πάνω» (Βαμβακάς, 2019): «Σάτιρα σημαίνει το ξεβράκωμα των εξουσιών. Η αποκάλυψη της υποκρισίας τους ή της τυπικότητας που έχουν. Πάντα από την πλευρά του να ωφελούνται οι περισσότεροι. Οι αδικημένοι, οι κατατρεγμένοι. Αυτό είναι σάτιρα. Όλα τα άλλα είναι ανέκδοτα» (Θύμιος Καλαμούκης, 12/4/2024). Στο ίδιο μήκος κύματος ήταν και άλλοι σατιρικοί:

Όταν αστειεύσαι με κάτι και παίρνεις τη μεριά του ισχυρού ή του καταπιεστή ή του δυνατού, αυτό λέγεται bullying, δεν λέγεται κωμωδία. Όταν το κάνεις από την αντίθετη πλευρά και παίρνεις τη πλευρά του ασθενή, του καταπιεσμένου και του περιθωριοποιημένου, αυτού που υφίσταται την βία, αυτό λέγεται σάτιρα (Αριστοτέλης Ρήγας, 12/4/2024).

Οι Έλληνες σατιρικοί υπογράμμισαν ιδιαίτερα και επίμονα τη λειτουργία της σάτιρας να δίνει φωνή στους αδύναμους και στους περιθωριοποιημένους, ένα εύρημα που συμφωνεί με την γερμανική περίπτωση (Lichtenstein et al., 2021) και επιβεβαιώνει τα ακαδημαϊκά συμπεράσματα γύρω από την σάτιρα υπεράσπισης (advocacy satire) ή «νέα πολιτική σάτιρα», που υποστηρίζει μειονεκτούντα άτομα και ομάδες (Becker & Bode, 2018; Waisanen, 2018):

(...) είναι ένας διάυλος έκφρασης της γνώμης του κόσμου ή της δικιάς μας γνώμης αλλά που ταυτίζεται ή συστρατεύεται κόσμος από δίπλα, οι ακροατές (...) που παίρνουν και έχουν ένα γαμώτο, ένα τέτοιο, που δεν θα ακουστούν πουθενά αλλού. Δεν θα παίζει σε ένα mainstream δελτίο ή σε μια mainstream

εκπομπή ενός καναλιού. Μόνο κάτι μεσάνυχτα να ακούσεις κάτι, σε κάτι ραδιόφωνα μέχρι τα ξημερώματα» (Θύμιος Καλαμούκης και Αποστόλης Μπαρμπαγιάννης, 4/4/2024).

Ως προς τα όρια της σάτιρας, τα ευρήματά μας συμπίπτουν με αυτά των Lichtenstein et al. (2021) στην έρευνα των οποίων οι Γερμανοί ερωτηθέντες σατιρικοί αναγνωρίζουν ορισμένα ηθικά πρότυπα στη σάτιρα και αντιτίθενται στην κριτική χωρίς λόγο και στη διαμάχη εναντίον των πιο αδύναμων ανθρώπων. Οι Έλληνες συνεντευξιαζόμενοι τόνισαν ότι δεν πρέπει να συνιστούν αντικείμενο σατιρικού σχολιασμού τα προσωπικά χαρακτηριστικά των ανθρώπων, τα οποία όμως έσπευσαν να διαχωρίσουν από τις επιλογές τους:

Δεν θα κρίνουμε τον Πάγκαλο επειδή είναι χοντρός. Θα κρίνουμε τον Πάγκαλο με βάση αυτά που έλεγε πολιτικά. Αν είναι χοντρή η πολιτική του ή η συμπεριφορά του. Ούτε θα εξαιρέσουμε κάποιον επειδή είναι χοντρός ή επειδή είναι κουτσός. Ενώ, ξέρω ‘γω, μπορεί να έχει υπάρξει υπουργός Παιδείας και να έχει καταστρέψει την Παιδεία. Το θέμα μας όμως δεν θα είναι το ότι είναι κουτσός. Το θέμα μας είναι πάλι η πολιτική κριτική. Η σάτιρα εξ ορισμού έτσι κι αλλιώς είναι αντιρατσιστική. Οπότε, ρατσισμός είναι να αφήσεις αυτόν απ' έξω και να τον περιθωριοποιήσεις, επειδή έχει αυτό το πρόβλημα και να τον αφήσεις στα μαλακά επειδή έχει αυτό το πρόβλημα, αφήνοντας στην άκρη το έργο του. Εμείς παραμένουμε κολλημένοι, ας πούμε, στο τί κακό και πώς επηρέασε αυτό το τόπο. Άσχετα με το τί ιδιαίτερο θα έχει (Αποστόλης Μπαρμπαγιάννης, 4/4/2024).

Στο ευρύτερο πλαίσιο των ορίων της σάτιρας, μπορεί να ενταχθεί η ένταση των λεκτικών σατιρικών επιθέσεων. Η επιθετικότητα του λόγου της σάτιρας στην Ελλάδα (Georgalidou, 2024) και ειδικά στις διαδικτυακές σατιρικές εκπομπές (Freedman, 2009: 165) ήταν ένα ακόμα στοιχείο που επιβεβαιώθηκε μέσα από τις συνεντεύξεις. Σε αντίθεση με τα ευρήματα ανάλογων ερευνών (Koivukoski & Ödmark, 2020; Lichtenstein et al., 2021; Nicolaï et al., 2022) που διαπιστώνουν ότι οι σατιρικοί στην Κεντρική και Βόρεια Ευρώπη θεωρούν ότι

η κριτική δεν πρέπει απαραίτητα να μεταφερθεί με επιθετικό τρόπο, ο Χριστόφορος Ζαραλίκος ήταν και στις απαντήσεις του όσο οξύς, λεκτικά βίαιος και αθυρόστομος εμφανίζεται στις εκπομπές του:

Σάτιρα σημαίνει ότι αν ο μπαμπάς σου γίνει πρωθυπουργός θα του γαμήσεις τη μανούλα. Αυτό σημαίνει σάτιρα. Σάτιρα σημαίνει ότι ο λεφτάς, ο μάγκας, ο οποίος αν περάσει το κόκκινο και πατήσει τέσσερις πεζούς και δεν τον αγγίζει τίποτα, η σάτιρα όχι μόνο τον αγγίζει, του βγάζει τα άντερα από μέσα έξω, με κάθε τρόπο (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5/4/2024).

Ρωτήσαμε ακόμα τους Έλληνες σατιρικούς παραγωγούς αν θεωρούν ότι η σάτιρα πρέπει να είναι πάντα αστεία. Οι περισσότεροι ερωτώμενοι δεν θεωρούν την πρόκληση γέλιου ως απαραίτητη προϋπόθεση της σάτιρας και επισήμαναν περιπτώσεις που σχολιάζουν τραγικά γεγονότα, τα οποία δεν γίνεται να είναι αστεία ή να παρουσιάζονται με χιουμοριστικό τρόπο, επιβεβαιώνοντας την Ο' Connor (2017: 196) που αναγνωρίζει το χιούμορ ως κοινό αλλά όχι πάντα απαραίτητο στοιχείο της σάτιρας:

(...) δεν έχουμε κάποιο άγχος να υπηρετήσουμε το αστείο, ντε και καλά για ένα σατιρικό. Εννοώ και μόνο που καυτηριάζει (...) ένα τραγικό γεγονός, δεν είναι να γελάσεις μόνο. (...) έχουμε θυσιάσει πολλά πράγματα, προκειμένου να συνεχίσουν να είναι σατιρικά και να μην βγάζουν γέλιο. Με ρίσκο να χαλάσει το κλίμα ή να αφήσει μια επίγευση πίκρας (Αποστόλης Μπαρμπαγιάννης, 4/4/2024).

Άλλος σατιρικός απορρίπτει εντελώς την αστεία πλευρά της σάτιρας: «Αστεία εγώ δεν μου αρέσει να είναι. Δεν θέλω να είναι. Μου αρέσει να είναι καυστική, ισοπεδωτική, υπερβολική πολλές φορές. Να γκρεμίζει καταστάσεις. Έτσι τη θέλω. Σκληρή. Καυτερή. Κοφτερή» (Θύμιος Καλαμούκης, 4/4/2024).

Μια ενδιαφέρουσα οπτική για το ρόλο του γέλιου στη σάτιρα διακρίναμε σε άλλη απάντηση των ερωτώμενων, που επιβεβαιώνει την απομυθοποιητική και αναστοχαστική λειτουργία του χιούμορ στην αντιλαϊκιστική σατιρική τάση που ασκεί κριτική τόσο στους «από πάνω» όσο και στους «από κάτω» (Βαμβακάς, 2019):

Το αστείο είναι ένας τρόπος για να μην σε σκοτώσει το κοινό σου. Γιατί έτσι κι αλλιώς η εξουσία θέλει να σε σκοτώσει. Δεδομένα. Θέλει να σε εξαφανίσει. Αλλά επειδή το μεγαλύτερο μέρος της σάτιρας αφορά το κοινό (...) γιατί στην πραγματικότητα του ρίχνεις ένα καθρέφτη στην μούρη και του λες, φίλε για σένα μιλάω. Δηλαδή εδώ που ήρθες θα κλάζουμε τους κακούς που είναι από πάνω, αλλά θα κλάζουμε και τους ηλίθιους, οι οποίοι με τον τρόπο ζωής τους στηρίζουν τους κακούς και τους κάνουν μεγάλους και σπουδαίους και σημαντικούς. Ενώ δεν είναι. Εκεί λοιπόν αν δεν πεις αστεία, τη γάμησες (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5/4/2024).

Στο πλαίσιο του RQ1 διερευνήσαμε τις αντιλήψεις των σατιρικών για τη σχέση μεταξύ της σάτιρας και της δημοσιογραφίας και τον βαθμό που πιστεύουν ότι η σάτιρα την υποκαθιστά ή την συμπληρώνει στις κοινωνικές δημοσιογραφικές λειτουργίες. Ως πρώτο δεδομένο των συνεντεύξεων εξάγεται ότι όλοι οι ερωτηθέντες Έλληνες σατιρικοί επιβεβαίωσαν ότι χρησιμοποιούν τη δημοσιογραφική εργασία των ΜΜΕ ως βάση για τη δική τους δουλειά και βασίζονταν σε μεγάλο βαθμό σε δευτερογενείς δημοσιογραφικές πηγές: «Οι πηγές της ενημέρωσής μας είναι πολυσυλλεκτικές: όλα τα οπτικοακουστικά Μέσα, το διαδίκτυο, ο έντυπος Τύπος, τα Social Media και τα Τοπικά Μέσα. Ό,τι μας ανάβει μια σατιρική λάμπα, το χρησιμοποιούμε». (Χρήστος Κιούσης, 1/5/2024). Το συμπέρασμα αυτό είναι όμοιο και στην έρευνα των Lichtenstein et al. (2021) και ήταν μάλλον αναμενόμενο.

Η ασάφεια των ορίων μεταξύ δημοσιογραφίας και σατιρικής δημοσιογραφίας αλλά ταυτόχρονα η δυσκολία του αυτοπροσδιορισμού ως προς τον τίτλο του επαγγέλματος που κάνουν οι σατιρικοί, έγινε φανερή κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων:

(...) τώρα, δομή. Η δομή ήταν λίγο... τίποτα πρωτότυπο. Το κάνουν οι Αμερικάνοι, που είναι πολύ μπροστά σε αυτά, κάπου 60-70 χρόνια, δεν ξέρω πόσα χρόνια το κάνουν πια. Κάτι σαν σατιρικό δελτίο, δηλαδή. Η επικαιρότητα της εβδομάδας ή των ημερών. Ελεύθερα. Όπως θα τα' λεγε ένας, που είναι comedian ας πούμε. Που comedian είναι και η σωστή λέξη. Στην Ελλάδα, δυστυχώς, λέμε κωμικός και οι άνθρωποι άλλο

καταλαβαίνουν. Δηλαδή, πραγματικά δεν καταλαβαίνει, σου λέει κωμικός είναι ο Αυλωνίτης, τί μου λες εσύ.... ξέρεις (γελάει). Λίγο μπερδεμα όλο αυτό. Οπότε αυτό. Αυτή είναι η δομή. Στην πορεία, δυστυχώς, η εκπομπή μου θεωρήθηκε και δημοσιογραφική. Δυστυχώς για τους δημοσιογράφους, δηλαδή και για την πραγματικότητα. Γιατί εγώ δεν είχα τέτοια πρόθεση. Εγώ δεν είμαι δημοσιογράφος. Δεν θέλω να γίνω δημοσιογράφος. Απ' την άλλη, είμαι ένας άνθρωπος αξιοπρεπής. Οπότε δεν μπορώ να λέω ψέματα. Επίσης δεν μπορώ να το βουλώσω αν κάτι συμβαίνει και το βλέπω εγώ, το βλέπουν όλοι και κανείς δεν μιλάει για αυτό. Οπότε, λίγο το ένα λίγο το άλλο, έχω καταλάβει και το καταλαβαίνω από τους άλλους δηλαδή, ότι η εκπομπή αυτή έχει γίνει και δημοσιογραφική (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5/4/2024).

Ένα ενδιαφέρον στοιχείο που εξάγεται από τις απαντήσεις είναι η δυσπιστία των Ελλήνων σατιρικών σχετικά με το βαθμό της αξιοπιστίας των ειδήσεων στα ελληνικά ΜΜΕ, μια εδραιωμένη πεποίθηση η οποία είναι εμφανής στις απαντήσεις τους σε όλες τις ερευνητικές ερωτήσεις που δέχτηκαν και αγγίζουν θέματα της ελληνικής δημοσιογραφίας. Στην έρευνα των Lichtenstein et al. (2021) η πλειονότητα των ερωτηθέντων Γερμανών σατιρικών σχηματίζει μια ιδιαίτερα θετική εικόνα για τη δημοσιογραφία των μέσων ενημέρωσης και πιο συγκεκριμένα θεωρούν τις δημοσιογραφικές πληροφορίες έγκυρες, αξιόπιστες και χωρίς προκαταλήψεις. Στην Ελλάδα οι απαντήσεις των σατιρικών για το επίπεδο της ελληνικής δημοσιογραφίας δηλώνουν ακριβώς το αντίθετο:

Εδώ και πολλά χρόνια, να το προσδιορίσω δηλαδή από το '08, '09, '10 και μετά, μην εμπιστεύεσαι δημοσιογράφο για τίποτα. Στην Ελλάδα. Δεν υπάρχει δημοσιογράφος. Κανείς. Εκατό τοις εκατό, ο οποίος να δουλεύει σε μεγάλο ραδιόφωνο, τηλεόραση, site, εφημερίδα κλπ, ο οποίος να δημοσιογραφεί. Κανείς. Ούτε ένας. Ούτε μία. Κανείς! (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5/4/2024).

Την απογοήτευσή τους για την κατάσταση της δημοσιογραφίας στην Ελλάδα και την αξιοπιστία της, λόγω κυρίως της επικράτησης των στρατηγικών δραματοποίησης της ενημερωδιασκέδασης, του θολώματος των ορίων μεταξύ ενημέρωσης και ψυχαγωγίας και

του θριάμβου του στυλ έναντι της ουσίας (Βώβου, 2012; McNair, 2006; Thussu, 2007) εξέφρασαν και άλλοι συνεντευξιαζόμενοι:

Σε πολλές περιπτώσεις, η ίδια η δημοσιογραφία είναι σάτιρα. Δηλαδή η εκπομπή του Ευαγγελάτου, όλα αυτά τα γραφικά, είναι σατιρική εκπομπή. Θέλω να πω ότι πρέπει να ορίσουμε τί είναι δημοσιογραφία, πώς πρέπει να γίνεται, πώς γίνεται στην Ελλάδα, τί είναι σάτιρα, πώς πρέπει να γίνεται, πώς γίνεται στην Ελλάδα. Ο Αυτιάς νομίζω το πρωί έτσι όπως συμπεριφέρεται και... εγώ γελάω με αυτή την εκπομπή. Αν προσπεράσω όλα τα αηδιαστικά που εκπέμπονται, τα σάλια προς όλους. Είναι... δεν είναι ενημερωτική εκπομπή αυτό που κάνει ο Αυτιάς. Είναι ένα σόου κακό, σατιρικό, κάλτ τελείως, βλαχόμπαρόκ, χριστιανοταλιμπανίστικο, χουντοθείστικο (...) πατριδοκαπηλικό (Θύμιος Καλαμούκης και Αποστόλης Μπαρμπαγιάννης, 4/4/2024).

Η παραπάνω θέση απαντούσε σε άλλη ερευνητική ερώτηση αλλά καλύπτει σε ένα μεγάλο μέρος της την αντίληψη των Ελλήνων σατιρικών για τη σχέση σάτιρας και δημοσιογραφίας. Το γεγονός ότι οι Έλληνες σατιρικοί θεωρούν ότι η σάτιρα επιτελεί δημοσιογραφικούς σκοπούς, επειδή υποκαθιστά την ελληνική δημοσιογραφία που έχει ακολουθήσει τις επιταγές της ενημερωδιασκέδασης (Πλειός, 2011/2017; Thussu, 2007), επανέρχεται διαρκώς στις απαντήσεις:

Η σάτιρα στηρίζεται στην αλήθεια. Μόνο τότε είναι σημαντική. Αλλιώς είναι αστειάκια. Και επειδή στηρίζεται στην αλήθεια, ναι, είναι δημοσιογραφική. Βέβαια, αυτό ακούγεται παράδοξα σε μια εποχή, όπου η δημοσιογραφία δεν έχει καμία σχέση με την αλήθεια. Η δημοσιογραφία είναι θέαμα. Αλλά γι' αυτό δεν φταίμε εμείς οι κωμικοί, φταίνε οι δημοσιογράφοι, οπότε να παν να γαμηθούν, στα αρχίδια μας (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5/4/2024)

Σύμφωνα με προγενέστερη έρευνα για τη σάτιρα ειδήσεων (Michael, 2017), οι περισσότεροι ερωτηθέντες διαπίστωσαν μια τάση προς την εντατικοποίηση των δημοσιογραφικών ικανοτήτων και πρακτικών στο πλαίσιο των σατιρικών εκπομπών. Στην

Ελλάδα επιβεβαιώνεται ότι συντακτική ομάδα των περισσότερων εκπομπών σάτιρας δημοσιογραφικών ειδήσεων περιλαμβάνει δημοσιογράφους οι οποίοι πλαισιώνουν τους σατιρικούς παραγωγούς. Η *Ανασκόπηση*, η *Ελληνοφρένεια* και το *Ράδιο Αρβύλα*, σύμφωνα με τις απαντήσεις των δημιουργών τους, έχουν προσλάβει δημοσιογράφους στις συντακτικές τους ομάδες:

Δημοσιογραφικό [υπόβαθρο] θέλουμε (...) για να επιλέγουν με δημοσιογραφικά κριτήρια τα θέματα της μέρας και πάνω εκεί να προτείνουν και οι ίδιοι και όλοι μαζί πώς θα κανιβαλίσουμε τα δημοσιογραφικά θέματα της μέρας. Αλλά πρώτα πρέπει να τα συλλέξουμε. Και εκεί θέλει δημοσιογραφικό κριτήριο. Με σατιρική ματιά. Ταυτόχρονα. (Θύμιος Καλαμούκης, 4/4/2024).

Στις υπόλοιπες εκπομπές οι παρουσιαστές επιμελούνται κυρίως οι ίδιοι το υλικό τους. Στην ερώτηση από ποιο είδος μέσων αντλεί την πληροφόρησή του προκειμένου να προετοιμάσει την εκπομπή του, ένας συνεντευξιαζόμενος επιβεβαίωσε εμμέσως τα επιστημονικά συμπεράσματα για την επιλεκτική ή συνεπή αποφυγή των ειδήσεων ως αρνητικών για ψυχική υγεία (Palmer & Edgerlyb, 2024):

Από μεγάλα ΜΜΕ, κυρίως ραδιόφωνα, όχι τη τηλεόραση. Την τηλεόραση, πραγματικά δεν μπορώ. Δεν μπορώ να δω ειδήσεις, ειδησεογραφική εκπομπή στη τηλεόραση, κάτι τέτοιο, παραπάνω από μία φορά το μήνα και αυτό για 15 λεπτά. Απλά δεν μπορώ. Δηλαδή νομίζω ότι θα πάθω κάτι πολύ άσχημο. Οπότε διαλέγω το ραδιόφωνο ή τα site. Τα φίρμες site ας πούμε. Εντάξει; (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5/4/2024).

Στο πλαίσιο της αναζήτησης απαντήσεων σχετικά με τις πιθανές ομοιότητες ή διαφορές της σάτιρας με τη δημοσιογραφία, ρωτήσαμε τους σατιρικούς παραγωγούς για τη σχέση τους με την αντικειμενικότητα, μια έννοια η οποία για αρκετό καιρό θεωρήθηκε θεμελιώδης για την καλή δημοσιογραφία (Fox & Steinberg, 2020). Οι περισσότεροι Έλληνες σατιρικοί δήλωσαν ευθέως ότι είναι υποκειμενική η θέασή τους στα πράγματα:

Δεν διασταυρώνομαι πουθενά με την έννοια της αντικειμενικότητας. Δηλαδή πιστεύω ότι η κάψα για την αντικειμενικότητα είναι αυτό που θυμάται η εξουσία κάθε φορά που της ασκούμε κριτική. Κανείς δεν είναι αντικειμενικός. Απλώς όταν η δική μας η πλευρά ασκεί κριτική θυμούνται οι απέναντι να λένε έχετε χάσει την αντικειμενικότητά σας. Στην πραγματικότητα ποτέ και κανείς δεν είναι, τουλάχιστον όσοι ασκούμε κριτική στην εξουσία το λέμε: δεν είμαστε αντικειμενικοί, είμαστε λυσσασμένοι (Κωνσταντίνος Πουλής, 8/4/2024).

Η απόρριψη της αντικειμενικότητας στη σάτιρα και οι θεμελιώδεις διαφορές της με την παραδοσιακή έννοια της δημοσιογραφίας (Lehman-Wilzig, 2024) εντοπίστηκαν και σε άλλες απαντήσεις Ελλήνων σατιρικών:

Η σάτιρα είναι οπτική θέαση των πραγμάτων και καταγραφή και παράθεση στη πορεία. Δεν είναι σαν τη δημοσιογραφία που έχει ως πούμε σαν άγχος ότι θα πρέπει να είναι αντικειμενική, πρώτα να είναι η είδηση, να είναι σε κάποια στεγανά και τέτοια και τα λοιπά. Εμείς ούτε άγχος έχουμε να είμαστε αντικειμενικοί, είμαστε κυρίως υποκειμενικοί, ούτε ντε και καλά, ως πούμε, να βγάλουμε είδηση (Αποστόλης Μπαρμπαγιάννης, 4-4-2024)

Υπήρξε βέβαια και μια διαφορετική οπτική της έννοιας της αντικειμενικότητας, ως τήρηση ίσων αποστάσεων και έμφαση στην ουδετερότητα (Fox & Steinberg, 2020; Holbert, 2013) από έναν συνεντευξιαζόμενο, ίσως επειδή ο ίδιος έχει εργαστεί ως δημοσιογράφος σε μεγάλα ΜΜΕ: «Αν η σάτιρα δεν είναι αντικειμενική, δεν είναι σάτιρα. Τόσο απλά. Επαληθεύουμε την αντικειμενικότητα μας με το να έχουμε υβριστές από όλα τα μήκη και πλάτη των πολιτικών παρατάξεων, άρα είμαστε σε καλό δρόμο ίσων αποστάσεων» και παράλληλα εστίασε στην αντιπολιτευτική της μορφή: «Η σάτιρα είναι εξ ορισμού αντιπολιτευτική, αφού κατά κύριο λόγο στοχεύει τους κατέχοντες την εξουσία. Για αυτό και είναι σταθερά κριτική απέναντι στην εξουσία ανεξαρτήτως κομματικής και ιδεολογικής προέλευσης κάθε κυβερνώντος» (Χρήστος Κιούσης, 1/5/2024).

Με βάση τις απαντήσεις των συνεντευξιαζόμενων που διαπιστώνουν πρόβλημα αξιοπιστίας της δημοσιογραφίας στην Ελλάδα, ρωτήσαμε τους σατιρικούς αν θεωρούν ότι η σάτιρα μπορεί να αποτελεί μια μορφή εναλλακτικής δημοσιογραφίας (Howley, 2019):

Το εναλλακτικό νομίζω είναι... ναι. Μου έχουν πει και πολλοί ακροατές όλα αυτά τα χρόνια, ότι ενημερωνόμαστε από εσάς, που μας τα δίνετε φιλτραρισμένα. Δεν βάζουμε κάτω και λέμε την πρώτη, τη δεύτερη, την τρίτη είδηση της μέρας. Διαλέγουμε την πρώτη, την πέμπτη, την όγδοη είδηση και πάνω σε αυτήν χτίζουμε. Είναι μια μορφή ενημέρωσης. Εναλλακτική ναι. Όχι πλήρης, αλλά δεν μας νοιάζει να είναι πλήρης. Δεν μας ενδιαφέρει (Θύμιος Καλαμούκης, 4/4/2024).

Το συμπέρασμα δεν ήταν ομόφωνο πάντως, εφόσον άλλος ερωτώμενος επέμεινε στην ανάγκη της λειτουργίας της δημοσιογραφίας με την παραδοσιακή της αξιόπιστη έννοια:

Όχι. Ο όρος εναλλακτική δημοσιογραφία είναι ακόμα πιο προσβλητικός για τους δημοσιογράφους. Γιατί να έχεις εναλλακτική δημοσιογραφία; Δημοσιογραφία, κάν' τη δουλειά σου. Δηλαδή, τι είναι αυτό. Είναι σαν τον εναλλακτικό τρόπο ζωής (...) Είναι εντελώς ηλίθιο. Μα είναι ηλίθια όλα αυτά. Και είναι και στημένα και απορώ πως δεν τα βλέπει ο καθένας. Γιατί να είναι εναλλακτικό; Κάν' τη δουλειά σου ρε φίλε [γέλια] (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5/4/2024).

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μια ολοένα αυξανόμενη τάση των σατιρικών να πραγματοποιούν συνεντεύξεις με πολιτικά πρόσωπα στο πλαίσιο των εκπομπών τους (Baumgartner, 2019: 556). Η συγκεκριμένη πρακτική συνιστά μέρος της λειτουργίας της σάτιρας είτε ως εναλλακτική (Howley, 2019) είτε ως αντιπολιτευτική δημοσιογραφία (Baym, 2009) και για το λόγο αυτό ρωτήσαμε συγκεκριμένα τους σατιρικούς που το επιχείρησαν. Οι Αριστοτέλης Ρήγας και Χριστόφορος Ζαραλίκος ομολόγησαν ότι δεν ήταν επιτυχημένες οι απόπειρές τους. Ο Αριστοτέλης Ρήγας δήλωσε (12/4/2024) ότι απέτυχε «παταγωδώς» λόγω της «ογκώδους απειρίας» του και δεν φάνηκε πρόθυμος να το επιχειρήσει εκ νέου. Ο Χριστόφορος Ζαραλίκος (5/4/2024) μίλησε για σχετική επιτυχία:

«Είχα άγχος. Δεν ήμουν 100% Ζαραλίκος, γιατί δεν το είχα ξανακάνει η ζωή μου. Μπορώ να πω ότι με τον Βαρουφάκη ήμουν, ξέρω γώ, 70% Ζαραλίκος και με τον Κουτσούμπα ήμουν 75% Ζαραλίκος. Αν συνεχίζαμε κι άλλες, θα έφτανα στο 100%». Αντίθετα, επιτυχημένες θεωρούν τις συνεντεύξεις που πήραν από πολιτικούς οι συντελεστές της *Ελληνοφρόνειας*, επισημαίνοντας πάντως ότι το εγχείρημα υποβαθμίστηκε σε σημασία λόγω του γεγονότος ότι απέναντι από τους πολιτικούς κάθισε ο Αποστόλης Μπαρμπαγιάννης μεταμφιεσμένος ως Τσολιάς:

Σατιρικά [το χειριστήκαμε]...Κανονικά δηλαδή. (...) Και με ένα αίσθημα αποδόμησης γενικώς της όποιας, έτσι, φαιδρής εικόνας έχει χτίσει κάποιος στα Μέσα, που πάει και που ξέρει ότι θα πάει σε ένα προστατευμένο περιβάλλον και θα τον γλείψουν. Εδώ ποιος έρχονταν ήξερε- ή αν δεν το ήξερε το μάθαινε- ότι δεν έρχεται σε κάποιον που τον εκτιμάει και θα τον κοιτάει σαν θεό. Και θα του κάνει κανονικές ερωτήσεις (...) «στριμωχτικά». Όπως πρέπει να πηγαίνει. Δηλαδή, με απλούς κανόνες, κάνεις την δεύτερη και τρίτη ερώτηση, αμφισβητείς επί τόπου αυτά που σου λέει ο πολιτικός, ειρωνεύοντάς τον, υπερβάλλοντας ή με λεκτικά πειράγματα... όπως πρέπει να είναι οι συνεντεύξεις. Άκρως δημοσιογραφικά δηλαδή. (...) Γιατί κανείς δεν αμφισβητεί στην Ελλάδα αυτό που του λέει ο πολιτικός απέναντί. Οι εννιά στους δέκα δεν το αμφισβητούν. Συνεχίζουν, το δέχονται και ούτε κάνουν καν follow ερώτηση και πάει παραπέρα. Και μου λες εσύ μετά να βρούμε διαφορές σάτιρας- δημοσιογραφίας. Ναι, η σάτιρα είναι πιο δημοσιογραφική. Τελικά. Έτσι όπως γίνεται (γέλιο) Είναι και πιο ενημερωτική και πιο δημοσιογραφική. (...) Στρεβλό είναι αυτό. Αλλά έτσι είναι... Στρεβλό. Στρεβλότατο!» (Θύμιος Καλαμούκης και Αποστόλης Μπαρμπαγιάννης, 4/4/2024).

Ως προς τα πρότυπά τους για τη μορφή των εκπομπών ο Κωνσταντίνος Πουλής απάντησε ότι η *Ανασκόπηση* έχει ως πρότυπο το *LWT* του John Oliver:

Λοιπόν, δεν κρύβουμε ποιο είναι το πρότυπο της *Ανασκόπησης*, έτσι κι αλλιώς δεν κρύβεται. Αυτό που έγινε είναι ότι όταν είχε ξεκινήσει το *The Press Project* εγώ ήμουν φίλος με τον Εφήμερο, ήξερε ότι ασχολούμαι με το θέατρο και ότι γράφω, αρθρογραφούσα σποραδικά, περιστασιακά, για πολιτικά θέματα. Οπότε όταν άρχισα να γράφω κείμενα στο *Press*, ο Εφήμερος μου λέει, θέλω να δεις αυτήν την εκπομπή και θέλω να κάνουμε κάτι τέτοιο για την Ελλάδα. Δηλαδή σαν το *Last Week Tonight* του John Oliver. Οπότε... είχε πολύ πλάκα ότι όταν ξεκινήσαμε να το κάνουμε, γράφει κάποιος στα σχόλια από κάτω “σιγά, μια φτηνή απομίμηση του *Last Week Tonight*” και του γράφει ο Εφήμερος από κάτω “δεν έχεις ιδέα πόσο φτηνή, περίπου 100.000 δολάρια πιο φτηνή για κάθε επεισόδιο από το *Last Week Tonight*.” Αλλά αυτό στην πραγματικότητα είναι (Κωνσταντίνος Πουλής, 8/4/2024).

Το *LWT* είναι η εκπομπή είναι αυτή που ξεχωρίζει από τις αντίστοιχες στο εξωτερικό και ο Χριστόφορος Ζαραλίκος «χωρίς να είναι φανατικός» επειδή δεν γνωρίζει καλά τις ιδιαίτερες πολιτικές συνθήκες και το γενικότερο πλαίσιο πάνω στο οποίο βασίζονται και σχολιάζουν (Holbert, 2013). Ο Χρήστος Κιούσης (1-5-2024) μας είπε ότι παρά το γεγονός ότι το *Ράδιο Αρβύλα* δεν έχει κάποιο συγκεκριμένο πρότυπο ή έμπνευση προς αντιγραφή όμως έχει «πολύ δυνατές προσλαμβάνουσες από τον Χάρρυ Κλυνν, αγαπημένο σατιρικό καλλιτέχνη της νιότης μας, που με τους δίσκους του έλεγε πολλά περισσότερα για την πολιτική και την κοινωνική πραγματικότητα, απ’ ό,τι όλες οι εφημερίδες της εποχής.»

4.2 RQ2: Τα κίνητρα, οι στόχοι και η αυτοαντίληψη του ρόλου των Ελλήνων σατιρικών

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα αφορά τα κίνητρα, τους προσανατολισμούς ρόλων και τον αυτοπροσδιορισμό των ίδιων των σατιρικών. Σε αντίθεση με τα ευρήματα των Lichtenstein et al. (2021) όπου επισημαίνεται ότι οι Γερμανοί σατιρικοί αρνούνται να

αυτοχαρακτηριστούν κωμικοί επειδή θεωρούν εξευτελιστικό τον όρο, οι περισσότεροι Έλληνες συνάδελφοί τους όχι μόνο αποδέχονται με υπερηφάνεια το γεγονός ότι είναι ηθοποιοί ή/και stand up κωμικοί αλλά φροντίζουν να διαφημίζουν τις επόμενες θεατρικές παραστάσεις τους κατά τη διάρκεια των σατιρικών τους δελτίων ειδήσεων (Ζαραλίκος, Λαζόπουλος, Μουλαράς, Μπαρμπαγιάννης, Ρήγας):

Εγώ είμαι ηθοποιός. Και παραμένω ηθοποιός και στην εκπομπή. Η εκπομπή είναι κείμενο. Δηλαδή το αν κάποιος ας πούμε θεωρεί αυτά που λέω εγώ είναι σοφίες, αλήθεια, αστεία, αιχμηρή σάτιρα, αιχμηρό σχόλιο ή είδηση ή πραγματικότητα, είναι δικό του θέμα. Εμένα η σχέση μου με αυτό δεν αλλάζει (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5-4-2024).

Σε μεγάλο ποσοστό συνεπείς με ευρήματα από προηγούμενες μελέτες (Koivukoski & Ödmark 2020; Lichtenstein et al., 2021), οι συνεντευξιαζόμενοι δεν διεκδικούν κάποια ιδιαίτερη βαρύτητα και σημασία για το ρόλο τους (Baym, 2005) και δήλωσαν ότι ο πρωταρχικός στόχος είναι αυτός της «(...) έκφρασης. Δηλαδή, πώς να σου πω, ο στόχος είναι να εκφράσω την γνώμη μου, για κάτι το οποίο δεν την έχει ζητήσει και κανείς η αλήθεια είναι [γέλια]. Ούτε με πληρώνει κανείς να το κάνω» (Αριστοτέλης Ρήγας, 14-4-2024). Παράλληλα με την ανάγκη της προσωπικής έκφρασης, η ενημέρωση και η ψυχαγωγία (Burgers & Brugman, 2022) αναφέρθηκαν επίσης ως βασικοί στόχοι των σατιρικών: «(...) με στόχο και να ενημερώσουμε και να ψυχαγωγήσουμε αλλά το κυριότερο να επικοινωνήσουμε με ειλικρίνεια τη δική μας ματιά στα πράγματα» (Χρήστος Κιούσης, 1/5/2024). Ο ίδιος συνεντευξιαζόμενος παρουσίασε την οπτική μιας παρεϊστικής προσέγγισης στο εγχείρημα, επιβεβαιώνοντας την σχετική διαπίστωση του Βαμβακά (2019/2023): «Η ανάγκη για τη δημιουργία των εκπομπών μας ήταν περισσότερο δική μας πηγαία ανάγκη για επικοινωνία με τους τηλεθεατές, τους οποίους αντιλαμβανόμαστε ως ευρύτερη παρέα μας» (Χρήστος Κιούσης, 1/5/2024). Η παρεϊστική προσέγγιση επανέρχεται και σε άλλες απαντήσεις:

Αν λοιπόν δεν έκανα *YouTube* θα είχα μια τέτοια συνήθεια με πέντε κολλητούς, το ίδιο. Θα τους έκανα ένα *Zaraleaks*. Δηλαδή η συμμετοχή μου

στην παρέα θα ήταν ένα *Zaraleaks*. «Ρε μαλάκες, το μάθατε αυτό ρε; τί γελοίο είναι εκείνο, τί πλάκα αυτό, τί μαλάκας είναι αυτός». Το ίδιο πράγμα θα έκανα (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5/4/2024).

Συνεπείς με την απενοχοποιητική στρατηγική του Stewart, σύμφωνα με την οποία οι σατιρικοί δεν αναγνωρίζουν ότι έχουν πολιτική επιρροή (Baym, 2005) προκειμένου να διασφαλίσουν την κωμική τους απόσταση και ελευθερία (Josl, 2024), αρκετοί συνεντευξιαζόμενοι δηλώνουν ότι είναι απλά κωμικοί που κάνουν μια σατιρική εκπομπή προκειμένου να εκφραστούν. Οι τρεις από τους πέντε⁴³ σατιρικούς των οποίων τα σατιρικά δελτία εξετάσαμε στην παρούσα εργασία, επισημαίνουν ότι ο βασικός λόγος που ξεκίνησαν τις εκπομπές τους ήταν η απαγόρευση διεξαγωγής θεατρικών παραστάσεων εξαιτίας της επιβολής περιοριστικών μέτρων για την προστασία από τον κορωνοϊό το 2020: «Ήμασταν στην καραντίνα, δεν είχα παραστάσεις και ήθελα να κάνω κάτι για να νιώσω κάπως δημιουργικός εν πάση περιπτώσει και σκέφτηκα να κάνω αυτό» (Αριστοτέλης Ρήγας, 12/4/2024).

Σχετικά με τους σκοπούς της σατιρικής εκπομπής του, εντελώς διαφορετική ήταν η οπτική του μοναδικού σατιρικού της έρευνας, ο οποίος διατηρεί ταυτόχρονα τις ιδιότητες και του εκδότη/ δημοσιογράφου και του ηθοποιού: «η *Ανασκόπηση* έχει ένα κομμάτι που είναι караγκιοζλίκι και σαχλαμάρα, έχει ένα κομμάτι που είναι μια ειλικρινής αγωνία για τον κόσμο γύρω μας» (Κωνσταντίνος Πουλής, 8/4/2024).

Προκειμένου να διερευνηθεί εξαντλητικά και να απαντηθεί επαρκώς το ερευνητικό ερώτημα για τις επιδιώξεις των σατιρικών, επιμείναμε με νέες ερωτήσεις και μεταξύ άλλων θέσαμε υπόψη των σατιρικών την επιστημονική άποψη ότι οι σατιρικοί φιλοδοξούν να λειτουργήσουν ως «ηγέτες της κοινής γνώμης» (Crittenden et al. 2011; Ödmark, 2018). Οι απαντήσεις τους ήταν κάθετα αρνητικές έως οργισμένες με την προοπτική και τον

⁴³ Οι κ.κ. Χριστόφορος Ζαραλίκος και Αριστοτέλης Ρήγας δήλωσαν στις συνεντεύξεις που παραχώρησαν στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας ότι ξεκίνησαν τις διαδικτυακές σατιρικές τους εκπομπές κατά τη διάρκεια της καραντίνας. Ο Βαγγέλης Μουλαράς είχε δηλώσει το ίδιο σε δευτερεύουσα συνέντευξή του σε ενημερωτική ιστοσελίδα στις 23-10-2020: <https://sociall.gr/politismos/theatro/vaggelis-moularas-pos-itan-i-proti-fora-pano-sti-skini/>

συγκεκριμένο όρο. Ένας συνεντευξιαζόμενος συνδύασε τον χαρακτηρισμό του ηγέτη της κοινής γνώμης με την προπαγανδιστική σάτιρα του *Αλ Τσαντίρι Νιουζ* (Βαμβακάς, 2019/2023; Κανέλλης 2023), την εκλογή του Zelensky στην Προεδρία της Ουκρανίας και τις πολιτικές φιλοδοξίες των Ελλήνων δημόσιων επικοινωνιολόγων:

Διαφωνώ (...) Ναι, το έκανε ο Λαζόπουλος αυτό. Μην με συγκρίνετε με τον Λαζόπουλο, με προσβάλλετε. Ούτε για πλάκα. Με προσβάλλετε θανάσιμα, δηλαδή. Γιατί ναι, το έκανε. Μπορεί να το πει κάποιος αυτό για τον Ζελένσκι. Έλεος. Γιατί με προσβάλλετε έτσι, τί σας έκανα (...) Τι εννοείτε διεκδικούμε, δηλαδή; Πώς τον διεκδικούμε; Εμένα μου πρήξανε τα παπάρια να πούμε, ότι θα κατέβω σε εκλογές με τον ΣΥΡΙΖΑ, με τον αυτόν, με τον άλλον. Δεν κατέβηκα. Θες να με ρωτήσεις αν είχα προτάσεις; Ναι, είχα. Δεν τις συζητήσα ποτέ. Δεν με ενδιαφέρει. Θεωρώ αναξιοπρεπές να γίνεται κάποιος βουλευτής, ακόμα και για το κόμμα που εγώ ψηφίζω (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5/4/2024).

Απορριπτική του όρου «ηγέτες της κοινής γνώμης» και καταδικαστική για τις πολιτικές φιλοδοξίες πολλών Ελλήνων δημοσιογράφων, είναι η απάντηση ενός άλλου ερωτώμενου σατιρικού:

Δεν διεκδικούμε ρόλο opinion leaders, μας αρκεί η ελευθερία του λόγου μας και η αυτονομία στη δημιουργία και στην έκφραση. Προφανώς υπάρχει κοινό που συμφωνεί ή διαφωνεί μαζί μας συνολικά ή κατ' αποκοπή και αυτό είναι απολύτως λογικό. Ίσως οι ακαδημαϊκοί θα ήταν πιο χρήσιμο να ασχοληθούν με το πώς και πότε ακριβώς η δημοσιογραφία έγινε ένας προθάλαμος για την είσοδο στον πολιτικό στίβο και γιατί δεν απασχολεί κανέναν η απόλυτη αυτή αντίφαση ρόλων (Χρήστος Κιούσης, 1/5/2024).

Άλλες απαντήσεις ήταν λιγότερο οξείες αλλά πάντως απορριπτικές:

Εντάξει μωρέ τώρα.... δεν καταλαβαίνω καθόλου τι σημαίνει αυτό. (...) το να το περιγράψει με όρους μιας τέτοιας φιλοδοξίας, ότι το κάνουμε για να γίνουμε ηγέτες, τώρα ξέρω εγώ μου φαίνεται... Δεν θα το συμμαριζόμουν

καθόλου. Δηλαδή δεν θα περιέγραφα ποτέ με αυτή τη γλώσσα τον εαυτό μου
ότι επιδιώκω να γίνω, επιδιώκω να ηγηθώ ας πούμε (Κωνσταντίνος Πουλής,
8/4/2024).

Σε όλες τις συνεντεύξεις οι ερωτώμενοι δήλωσαν πολιτικοποιημένοι και ταυτίστηκαν σε
μεγάλο βαθμό στην εναντίωσή τους στην ακροδεξιά ρητορική και ιδεολογία:

Αποκλείονται οι δεξιές ρατσιστικές απόψεις. Ακόμη και οι φιλοναζιστικές ή
φιλοακροδεξιές του τύπου και οι 300 της Βουλής είναι λαμόγια. Κόβονται
αυτά, δεν παίζουν, δεν είναι και οι 300 ίδιοι. Είναι και άδικο προς τα λαμόγια
[χαμογελάει] και προς τους άλλους όλο αυτό. Τέτοιες απόψεις δεν έχουμε
εμείς, άρα δεν παίζουν κιόλας. Κόβονται. Λογοκρισία. Αυτούς τους κόβουμε.
Όλους! (Θύμιος Καλαμούκης, 4/4/2024).

Τέλος, ρωτήσαμε τους σατιρικούς για τον ρόλο που θεωρούν ότι έχουν -ή φιλοδοξούν να
έχουν- στην δημόσια σφαίρα. Οι περισσότερες απαντήσεις τους έρχονται σε σύγκρουση με
αυτές που έδωσαν σχετικά με το λόγο που ξεκίνησαν τις εκπομπές τους και έδειξαν ότι οι
σατιρικοί πιστεύουν ότι έχουν σημαντικό ρόλο στη δημόσια συζήτηση: «η εκπομπή
διαδραματίζει σημαντικό κοινωνικό ρόλο λόγω της ειλικρινούς σχέσης που έχει αναπτύξει
με τους τηλεθεατές, οι οποίοι μας δίνουν εδώ και 16 χρόνια σταθερά την πρωτιά στις
τηλεθεάσεις αλλά το σημαντικότερο στην αποδοχή τους» (Χρήστος Κιούσης, 1/5/2024).

Επίσης οι Έλληνες σατιρικοί δείχνουν να θεωρούν ότι εκφράζουν μια σημαντική μερίδα
των πολιτών και εργάζονται για λογαριασμό τους (Jones, 2010:238):

Είμαι ένας χρήσιμος άνθρωπος που βοηθάει άλλους ανθρώπους γύρω του,
καταρχάς να μην νιώθουνε μόνοι. Μην νιώθουνε μόνοι στις σκέψεις τους,
δηλαδή όταν κάτι βλέπουν ότι είναι θεόστραβο και πουθενά δεν το ακούνε,
να μην νιώθουν ότι είναι παλαβοί και μόνο αυτοί το βλέπουνε θεόστραβο.
Είναι θεόστραβο, φίλε, και πρέπει να το γκρεμίσουμε. Αυτό με ενδιαφέρει
πάρα πολύ να το κάνω (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5/4/2024).

Στις ερευνητικές ερωτήσεις τέθηκε το θέμα της *παρρησίας* και των διαστάσεών της, όπως τις αναλύει ο Foucault (2001). Διερευνήθηκε η άποψη των Ελλήνων σατιρικών συγκεκριμένα για τις διαστάσεις του κινδύνου και του καθήκοντος, οι οποίες επιβεβαιώθηκαν εμμέσως αλλά ακέραια, τόσο στις συνεντεύξεις της εργασίας όσο και σε μια δευτερεύουσα συνέντευξη που έδωσε ο σατιρικός Λάκης Λαζόπουλος στο τηλεοπτικό κανάλι της *Ναυτεμπορικής*. Στο απόσπασμα που παρατίθεται ο σατιρικός απαντάει σε ερώτηση του δημοσιογράφου Λάμπη Ταγματάρχη για το αν έχει υποστεί στην καριέρα του λογοκρισία και αν του έχουν πει πλαγίως ή ευθέως «αυτό να μην το πει»:

Και ευθέως μου το' χουν πει . Και ευθέως και με απειλή και με όπλο (...) Με περιμέναν έξω από το σπίτι [κάνει την κίνηση ότι κάποιος τον σημαδεύει κατά μέτωπο με πιστόλι] Με σημαδέψανε (...) Θέλω να πω μπορεί να περάσεις τα πάντα. Το θέμα είναι, τί ψυχολογία μπορεί να έχει ένας, όταν την επόμενη μέρα βγαίνει και την προηγούμενη μέρα τον έχεις σημαδέψει με ένα όπλο. (...) Εκείνη τη στιγμή παίρνεις μια απόφαση (...). Δεν είναι ότι θέλω να γίνω ήρωας, ούτε θά' θελα να γίνω μάρτυρας, τίποτα από όλα αυτά δεν με ενδιαφέρει. Αλλά αυτό που με νοιάζει είναι ότι έχω ΕΝΑ δικαίωμα: στη ζωή αυτή έρχομαι να καταθέσω την σκέψη μου. Δεν θα' θελα να μου βάζεις συνέχεια εμπόδια για αυτό. Δεν μ' αρέσει καθόλου. Σιχαίνομαι αυτούς τους ανθρώπους που είναι στην εξουσία και το πρώτο πράγμα που τους αρέσει, και τρελαίνονται, είναι να κλείνουν τα στόματα των άλλων (Λ. Λαζόπουλος, 4/2/2024, απόσπασμα από τηλεοπτική συνέντευξη: 20:54- 22:40)⁴⁴

Στο ίδιο μήκος κύματος και εξίσου αποφασισμένος να συνεχίσει το καθήκον του να λέει την αλήθεια στην εξουσία (Boler & Turpin, 2008) με *παρρησία*, παρά τους κινδύνους ακόμα και κατά της ζωής του (Foucault, 2001) είναι άλλος Έλληνας σατιρικός στην απάντηση που μας έδωσε και έρχεται σε πλήρη αντίθεση με την επιχειρηματολογία του Rolfe (2017: 61-63) για

⁴⁴ Συνέντευξη του Λάκη Λαζόπουλου στο κανάλι της *Ναυτεμπορικής* (4/2/2024)
<https://youtu.be/IB14zOEzkeg?si=q2Jyww3ALS-flpl>

τις συνθήκες προστασίας και ασφάλειας των σατιρικών στα σύγχρονα δημοκρατικά περιβάλλοντα:

Τι να σου πω, απειλές, δεν θα βρεις δουλειά, θα σε θάψουμε κοντέ..... Όλη μου ζωή είναι έτσι. Εγώ όλη μου τη ζωή έτσι την έχω περάσει. Δεν αλλάζει. Όταν η σάτιρα στηρίζεται στη βάση, στην αλήθεια, πάντα αντιμετωπίζεις αυτό, πάντα. Δεν υπάρχει περίπτωση (...) Κατάλαβες; Αλλά δεν μας νοιάζει, γιατί έτσι παίζουμε εμείς, έτσι παίζει το σύστημα, εντάξει; Εμείς πάντα ξέρουμε ότι δεν είναι φιλικό παιχνίδι. Αυτή είναι η άποψη μας. Δεν υπάρχει φιλικό παιχνίδι στον καπιταλισμό. Στον καπιταλισμό κατεβαίνεις να παίζεις τελικό Champions League. Θα σπάσουνε πόδια. Γιατί αυτό σημαίνει τελικός. Όποιος κατεβαίνει λοιπόν για φιλικό, για να κερδίσει επειδή έχει δίκιο, απλώς θα σπάσουν και τα δύο τα πόδια και θα είναι ένας κακομοίρης που θα λέει τί κακό έπαθα. Εμείς δεν παίζουμε έτσι λοιπόν. Και αυτή είναι και η απάντηση στις συχνές ερωτήσεις «φοβάστε, φοβάστε, φοβάστε;» Ναι και...; Και τι; Να φοβάστε κι εσείς παιδιά. Εμείς φοβόμαστε και την κάνουμε τη δουλειά μας. Για φοβηθείτε κι εσείς λίγο, επειδή εμείς την κάνουμε τη δουλειά μας (Χριστόφορος Ζαραλίκος, 5/4/2024).

5. Συζήτηση και συμπεράσματα

Το ένα σκέλος του πρώτου ερευνητικού ερωτήματος (RQ1) είχε στόχο να διερευνήσει το πώς κατανοούν οι Έλληνες σατιρικοί την έννοια και το ρόλο της σάτιρας. Οι απόψεις των Ελλήνων σατιρικών συγκρίνονται με ευρήματα από προηγούμενες μελέτες, κυρίως με τη γερμανική (Lichtenstein et al., 2021), την ισπανική (Zaragoza, 2018) και την σκανδιναβική περίπτωση (Koivukoski & Ödmark, 2020; Ödmark & Harvard, 2021; Ödmark & Nicolai, 2024), προκειμένου να εντοπιστούν ομοιότητες και διαφορές με εστίαση στον ευρωπαϊκό χώρο.

Οι Έλληνες σατιρικοί, όπως προκύπτει από τις συνεντεύξεις που διεξήχθησαν, συμφωνούν σε μεγάλο βαθμό με τους Γερμανούς και τους Σκανδιναβούς ομολόγους τους ότι η σάτιρα έχει αποκαλυπτικό, επικριτικό, επιθετικό και ψυχαγωγικό χαρακτήρα, ενώ ταυτόχρονα υποστηρίζει τους αδύναμους και τους περιθωριοποιημένους (Caron, 2020; Becker & Bode, 2018; Waisanen, 2018). Η λειτουργία της σάτιρας να δίνει φωνή σε αυτές τις ομάδες επιβεβαιώνεται και στη γερμανική περίπτωση (Lichtenstein et al., 2021) και υποστηρίζει την έννοια της σάτιρας υπεράσπισης (advocacy satire) ή «νέας πολιτικής σάτιρας» (Becker & Bode, 2018; Waisanen, 2018). Η ελληνική σάτιρα δημοσιογραφικών ειδήσεων, που εξετάζεται συγκεκριμένα στην παρούσα εργασία και ειδικά η διαδικτυακή που διεξάγεται στον παρόντα χρόνο είναι κυρίως αριστερής ιδεολογικής κατεύθυνσης (Baumgartner, 2020/2024) και στο μεγαλύτερο ποσοστό της ιουβενάλειου τύπου: επιθετική, προσβλητική, σκληρή και διδακτική (Caron, 2021; Dobmeier et al., 2023; Tesnohlikova, 2021; Tsakona & Popa, 2011). Το χιούμορ εδώ έχει κυρίως απομυθοποιητική και διορθωτική λειτουργία και επιρρίπτει ευθύνες στους «από πάνω», ξεχωρίζοντας την κοινωνία στον απλό λαό και την διεφθαρμένη ελίτ. Πρόκειται για την λαϊκίστικη τάση του δημοφιλούς χιούμορ, όπως την επισημαίνει ο Βαμβακάς (2019).

Όσον αφορά τα όρια της σάτιρας, πολλοί Έλληνες σατιρικοί, όπως και οι Γερμανοί ομολόγοί τους (Lichtenstein et al., 2021), αναγνωρίζουν ορισμένα ηθικά πρότυπα και αντιτίθενται στην αδικαιολόγητη κριτική και στις επιθέσεις κατά των πιο ευάλωτων. Ενώ τα προσωπικά χαρακτηριστικά θεωρούνται εκτός ορίων, οι επιλογές των ανθρώπων

αποτελούν θεμιτό στόχο για τη σάτιρα. Ωστόσο, ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της ελληνικής σάτιρας, που επιβεβαιώθηκε και από τις συνεντεύξεις, είναι η επιθετικότητα του λόγου της (Bogel, 2001), που φτάνει σε ακραία προσβλητικές έως φραστικά βίαιες χιουμοριστικές εκφάνσεις, ειδικά στις διαδικτυακές σατιρικές εκπομπές (Βαμβακάς, 2019; Georgalidou, 2024; Freedman, 2009: 165). Η διαπίστωση αυτή έρχεται σε αντίθεση με τις απόψεις σατιρικών στην Κεντρική και Βόρεια Ευρώπη, οι οποίοι πιστεύουν ότι η κριτική δεν χρειάζεται να είναι επιθετική (Koivukoski & Ödmark, 2020; Lichtenstein et al., 2021; Nicolaï et al., 2022). Μερικοί Έλληνες σατιρικοί μάλιστα χρησιμοποιούν ακραίο λεξιλόγιο και δεν θεωρούν την πρόκληση του γέλιου ως αναγκαία προϋπόθεση της σάτιρας (Ο' Connor, 2017). Ενδεχομένως η αθυροστομία στις ελληνικές σατιρικές ειδήσεις προκύπτει από την κύρια ενασχόληση των περισσότερων Ελλήνων σατιρικών με τις stand-up παραστάσεις, που έχουν ταυτιστεί και διεθνώς για την προάσπιση της ελευθερίας του λόγου και την ενσωμάτωση του άσεμνου στις κωμικές ρουτίνες του είδους (Nicolaï & Maesele, 2024). Τα σύγχρονα ελληνικά διαδικτυακά σατιρικά δελτία ειδήσεων άλλωστε χαρακτηρίζονται από τον υβριδικό συνδυασμό stand-up comedy και «δημοσιογραφικών» τρόπων παρουσίασης (Βαμβακάς, 2023) που συνάδουν με τις στερεοτυπικές αντιλήψεις μέρους του κοινού για τις τηλεοπτικές ειδήσεις (Πλειός, 2021: 398).

Η παρούσα εργασία εξέτασε επίσης την αλληλεπίδραση μεταξύ σάτιρας και δημοσιογραφίας. Οι Έλληνες σατιρικοί χρησιμοποιούν τη δημοσιογραφική εργασία ως βάση για τη δουλειά τους, στηριζόμενοι σε μεγάλο βαθμό σε δευτερογενείς πηγές, όπως και οι Γερμανοί ομόλογοί τους (Lichtenstein et al., 2021). Ωστόσο, εκφράζουν έντονη δυσπιστία για την αξιοπιστία των δημοσιογραφικών αναφορών στα ελληνικά ΜΜΕ, σε αντίθεση με τους Γερμανούς σατιρικούς που έχουν θετική εικόνα για τη δημοσιογραφία στη χώρα τους (Lichtenstein et al., 2021). Οι Έλληνες σατιρικοί πιστεύουν ότι η σάτιρα επιτελεί δημοσιογραφικούς σκοπούς, υποκαθιστώντας την ελληνική δημοσιογραφία που κατά τη γνώμη τους τείνει σε υπερβολικό βαθμό προς την ενημερωδιασκέδαση, ειδικά με την δραματοποίηση και την χρήση οπτικών εφέ που έχουν υιοθετήσει οι τηλεοπτικές ειδήσεις, με αποτέλεσμα το στυλ να υπερέχει της ουσίας και ο τρόπος παρουσίασης να θεωρείται σημαντικότερος από το δημοσιογραφικό περιεχόμενο (Πλειός, 2011/2017; Thussu, 2007).

Σε κάποιες απαντήσεις των Ελλήνων σατιρικών επιβεβαιώθηκαν εμμέσως τα επιστημονικά συμπεράσματα για την επιλεκτική ή συνεπή αποφυγή των ειδήσεων από τους πολίτες επειδή συχνά τις θεωρούν αρνητικές για ψυχική τους υγεία (Palmer & Edgerlyb, 2024).

Η έρευνα αποκάλυψε μια ασάφεια στα όρια μεταξύ δημοσιογραφίας και σατιρικής δημοσιογραφίας. Οι Έλληνες σατιρικοί δυσκολεύονται να αυτοπροσδιοριστούν επαγγελματικά στο πλαίσιο των εκπομπών τους, σε αντίστοιχο βαθμό με τους Σκανδιναβούς συναδέλφους τους οι οποίοι, ομοίως, δεν αποκαλούν δημοσιογραφία αυτό που κάνουν και εκφράζονται με αμφιθυμία για τον τίτλο της δουλειάς τους (Koivukoski & Ödmark, 2020). Πολλές σατιρικές εκπομπές στην Ελλάδα απασχολούν δημοσιογράφους στις συντακτικές τους ομάδες, γεγονός που επιβεβαιώνει την τάση ενσωμάτωσης δημοσιογραφικών δεξιοτήτων και πρακτικών στη σάτιρα (Michael, 2017). Τα συντακτικά επιτελεία, όπου υπάρχουν, αποτελούνται τόσο από άτομα με αμιγές δημοσιογραφικό υπόβαθρο, όσο και από άτομα με ικανότητες κωμικής συγγραφής, που μαζί συνιστούν ένα εργασιακό περιβάλλον με ανταλλαγές δεξιοτήτων, όπως συμβαίνει και στην σκανδιναβική περίπτωση (Koivukoski & Ödmark, 2020). Στην ελληνική περίπτωση είναι συχνό το φαινόμενο ο -κυρίως stand-up κωμικός- παρουσιαστής των σατιρικών ειδήσεων να αναλαμβάνει ταυτόχρονα την αλίευση δευτερογενούς δημοσιογραφικού υλικού, την συγγραφή των κειμένων και την παρουσίαση του σατιρικού δελτίου, επιβεβαιώνοντας παράλληλα την επισήμανση του Josl (2024:202) ότι οι stand-up κωμικοί όχι μόνο υποδύονται τον εαυτό τους αλλά είναι ταυτόχρονα και οι συγγραφείς του περιεχομένου της παράστασης, με αποτέλεσμα το κοινό να αντιλαμβάνεται de facto τις stand-up παραστάσεις ως αυτοαναφορικές.

Αρκετοί Έλληνες σατιρικοί, όπως και οι Σκανδιναβοί ομότελοί τους (Koivukoski & Ödmark, 2020) έχουν επηρεαστεί από την τάση του πιο ουσιαστικού χιούμορ και του σχολιασμού των ειδήσεων που υιοθετεί ο John Oliver στο *LWT*. Ο χαμηλός προϋπολογισμός και η απουσία δημοσιογραφικής επάρκειας είναι δύο από τους λόγους που οι περισσότερες ελληνικές σατιρικές εκπομπές δεν έχουν να παρουσιάσουν πρωτότυπη δημοσιογραφική έρευνα και περιορίζονται στον σχολιασμό βίντεο και εικόνων δανεισμένων από τα παραδοσιακά δελτία ειδήσεων ή το διαδίκτυο. Σε ανάλογο

συμπέρασμα, σχετικά με την έλλειψη πόρων για την διεξαγωγή ερευνητικής δημοσιογραφίας στις σκανδιναβικές σατιρικές ειδήσεις, έχει καταλήξει και η έρευνα των Koivukoski & Ödmark (2020). Περιστασιακή εξαίρεση στο ελληνικό παράδειγμα αποτελεί το τηλεοπτικό *Ράδιο Αρβύλα* που πραγματοποιεί συχνά πρωτότυπο ρεπορτάζ δρόμου, με τον κάμεραμαν της εκπομπής πάντως στον ρόλο του ρεπόρτερ. Εξαίρεση αποτελεί και η ερευνητική διαδικτυακή *Ανασκόπηση*, η επιλογή του περιεχομένου της οποίας συχνά παρακάμπτει τη συνήθη πρακτική των άλλων εκπομπών πολιτικής σάτιρας, καλύπτει ιστορίες που εμφανίζονται σπάνια στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (Jennings et al., 2018) και επιχειρεί, με την έννοια του σατιρακτιβισμού (Caron 2016: 163), να κινητοποιήσει τους θεατές της να αναλάβουν δράση για αλλαγές στα πρότυπα του *LWT*.

Από τις απαντήσεις τους, εξάγεται το συμπέρασμα ότι οι περισσότεροι Έλληνες σατιρικοί απορρίπτουν την έννοια της αντικειμενικότητας, θεωρώντας τη δουλειά τους υποκειμενική, σε αντίθεση με την παραδοσιακή έννοια της αντικειμενικής δημοσιογραφίας (Lehman-Wilzig, 2024). Κάποιοι, ωστόσο, δίνουν άλλη διάσταση στον όρο, όπως κάνουν αντίστοιχα οι Σκανδιναβοί συνάδελφοί τους (Koivukoski & Ödmark, 2020) και υποστηρίζουν ότι η σάτιρά τους υιοθετεί μια πιο ισορροπημένη προσέγγιση, τηρώντας ίσες αποστάσεις από τις διαφορετικές απόψεις (Fox & Steinberg, 2020; Holbert, 2013).

Στις συνεντεύξεις επισημάνθηκε ότι ορισμένοι Έλληνες σατιρικοί βλέπουν τη σάτιρα ως μια μορφή εναλλακτικής δημοσιογραφίας (Howley, 2019). Παρ' όλο που η συνέντευξη πολιτικών προσώπων από σατιρικούς παραγωγούς αποτελεί μια γενικευμένη τάση στην σατιρική δημοσιογραφία, ειδικά στις ΗΠΑ (Baumgartner, 2019: 556), οι περισσότεροι Έλληνες σατιρικοί δεν επιχειρούν συχνά συνεντεύξεις με πολιτικούς ή δεν το έπραξαν με επιτυχία όποτε το επιχείρησαν, με εξαίρεση την περίπτωση της *Ελληνοφρένειας*. Οι συντελεστές της συγκεκριμένης εκπομπής θεωρούν τις συνεντεύξεις που πραγματοποίησαν με πολιτικά πρόσωπα απολύτως επιτυχημένες δημοσιογραφικά, αν και η παρωδιακή εμφάνιση του σατιρικού συνεντευκτή υποβάθμισε την σοβαρότητα και την αποτελεσματικότητα του εγχειρήματος.

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα (RQ2) εξέτασε τα κίνητρα και τον αυτοπροσδιορισμό των Ελλήνων σατιρικών. Σε αντίθεση με τους Γερμανούς συναδέλφους τους που απορρίπτουν ως εξευτελιστικό τον όρο «κωμικός» (Lichtenstein et al., 2021), οι Έλληνες σατιρικοί αποδέχονται, προτάσσουν και διαφημίζουν την ιδιότητά τους ως ηθοποιοί και stand-up κωμικοί. Εκτός από την προσωπική έκφραση, αναφέρουν την ενημέρωση και την ψυχαγωγία ως βασικούς τους στόχους (Burgers & Brugman, 2022), υιοθετώντας συχνά μια παρεϊστική προσέγγιση (Βαμβακάς, 2019/2023).

Σε συμφωνία με τα ευρήματα άλλων ερευνών (Baym, 2005; Koivukoski & Ödmark, 2020; Lichtenstein et al., 2021) και προκειμένου να διασφαλίσουν την κωμική τους απόσταση και ελευθερία (Josl, 2024), οι Έλληνες σατιρικοί αποφεύγουν να παρουσιαστούν ως ασκούντες πολιτική επιρροή και ισχυρίζονται ότι είναι απλώς κωμικοί που επιδιώκουν να εκφραστούν. Ωστόσο, τα ευρήματα από τις απαντήσεις τους σε άλλες ερωτήσεις δείχνουν ότι πιστεύουν πως κατέχουν σημαντικό ρόλο στη δημόσια συζήτηση και εκφράζουν τις αγωνίες και τους προβληματισμούς των πολιτών. Παράλληλα, οι περισσότεροι Έλληνες σατιρικοί απορρίπτουν κατηγορηματικά οποιαδήποτε φιλοδοξία να αναλάβουν ρόλο ηγετών της κοινής γνώμης (Crittenden et al., 2011; Ödmark, 2018) και κάποιοι στις απαντήσεις τους άδραξαν την ευκαιρία να κατακρίνουν ανάλογες απόπειρες που θεωρούν ότι έκαναν συνάδελφοί τους, τόσο στον ελληνικό χώρο όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Στην Ελλάδα δεν έχει παρατηρηθεί το φαινόμενο να επιδιώκουν οι σύγχρονοι σατιρικοί να εμπλακούν ενεργά με την πολιτική, όπως συμβαίνει στην Ουκρανία με την περίπτωση Zelensky, στην Γερμανία με το σατιρικό κόμμα Die PARTEI (Brady, 2019) ή την Ιταλία με τον Beppe Grillo (O' Connor, 2017). Στο παρελθόν μόνο ένας Έλληνας σατιρικός έχει εμπλακεί ενεργά με την πολιτική. Πρόκειται για τον Χάρρυ Κλιν ο οποίος έθεσε υποψηφιότητα για τη θέση του Δημάρχου Καλαμαριάς (2006 και 2010), χωρίς να καταφέρει να εκλεγεί.⁴⁵ Αντίθετα, δημοφιλείς Έλληνες κωμικοί που δεν έχουν ασχοληθεί με την σάτιρα, κεφαλαιοποίησαν την αναγνωρισιμότητά τους και εξελέγησαν βουλευτές. Ενδεικτικά

⁴⁵ Όταν ο Χάρρυ Κλιν ήταν υποψήφιος δήμαρχος Καλαμαριάς Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.aftodioikisi.gr/koinonia/otan-o-charry-klin-itan-ypopsifios-dimarchos-kalamarias/>

αναφέρονται ο Γιώργος Πάντζας, ο Κώστας Καρράς, η Ελένη Γερασιμίδου, ο Παύλος Χαϊκαλής⁴⁶ και ο Κλέων Γρηγοριάδης.⁴⁷

Σύμφωνα με τον Zaragoza (2018), οι σατιρικές δημοσιογραφικές εκπομπές έχουν πλήρη επίγνωση του μέσου που τις φιλοξενεί, οικειοποιούνται τα απαραίτητα οπτικοακουστικά μέσα για την αφήγηση των ιστοριών τους και συχνά παρουσιάζονται από δημοφιλείς κωμικούς. Στην Ελλάδα, οι παρουσιαστές τέτοιων εκπομπών είναι κυρίως καταξιωμένοι ή ανερχόμενοι ηθοποιοί και stand-up κωμικοί οι οποίοι, μεταξύ των άλλων, αξιοποιούν τις διαδικτυακές εκπομπές για την προώθηση των ζωντανών θεατρικών τους παραστάσεων. Πέρα από την εκμετάλλευση των ΜΚΔ και του *Youtube* για την πραγματοποίηση διαδικτυακών εκπομπών σατιρικής ειδησεογραφίας, οι Έλληνες σατιρικοί, όπως και οι Σκανδιναβοί συνάδελφοί τους, έχουν εκμεταλλευθεί τελευταία όλες τις δυνατότητες που τους παρέχουν οι πρόσφατες τεχνολογικές εξελίξεις και έχουν επεκταθεί σε οριζόντια μέσα όπως τα podcast, προκειμένου να προσεγγίσουν κοινά νεότερων ηλικιών (Koivukoski & Ödmark, 2020; Ödmark, 2018).

Οι Έλληνες σατιρικοί υιοθετούν σχεδόν ομόφωνα τον ενημερωτικό, τον διαφωτιστικό, τον ανακριτικό και τον ερμηνευτικό ρόλο που διακρίνουν οι Ödmark & Harvard (2021) για τους σατιρικούς. Όλοι τους συμφωνούν -έμμεσα ή άμεσα- ότι οφείλουν να εκθέτουν την υποκρισία των εξουσιών, να αμφισβητούν τις κυρίαρχες ιδέες, να αναδεικνύουν το παρασκήνιο της τρέχουσας επικαιρότητας, να ανοίγουν τα μάτια του κόσμου «για να βλέπει και πίσω από τις γραμμές», να ενθαρρύνουν την κριτική σκέψη και να εφιστούν την προσοχή των θεατών τους σε θέματα που δεν καλύπτονται από τα παραδοσιακά ΜΜΕ. Αντίθετα, ο ρόλος των επίλυσης των προβλημάτων και ο ενωτικός ή διαχωριστικός ρόλος δεν φάνηκαν να υποστηρίζονται ικανοποιητικά από τους Έλληνες σατιρικούς στις συνεντεύξεις, εφόσον διατυπώνουν σοβαρές επιφυλάξεις σχετικά με την επιρροή τους στις πολιτικές αποφάσεις και την δημόσια σφαίρα γενικότερα, απορρίπτουν την έννοια του σατιρικού ως ηγέτη της κοινής γνώμης και δεν εκφράζουν ως στόχους τους το να φέρνουν

⁴⁶ Ποιοι ηθοποιοί έγιναν υπουργοί και βουλευτές από το 1952 μέχρι το 2012 <https://www.catisart.gr/boulh/>

⁴⁷ Ποιοι ηθοποιοί, τραγουδιστές και δημοσιογράφοι μπαίνουν στην Βουλή <https://www.fortunegreece.com/article/pii-ithopii-tragoudistes-ke-dimosiografi-benoun-stin-vouli/>

κοντά τους ανθρώπους, να γεφυρώνουν διαφορές μεταξύ αντίπαλων ομάδων και να μην συμβάλλουν στην πόλωση, το αντίθετο μάλλον. Το τελευταίο αυτό χαρακτηριστικό αποτελεί την βασική διαφορά που εντοπίζεται σε σύγκριση με τις αντίστοιχες απαντήσεις των Σουηδών σατιρικών (Ödmark & Harvard, 2021) οι οποίοι απευθύνονται στους πολίτες μιας χώρας που ανήκει στο σκανδιναβικό δημοκρατικό – κορπορατιστικό σύστημα μέσων ενημέρωσης (Hallin & Mancini, 2004) που, ανάμεσα στα άλλα, υποδηλώνει την ύπαρξη υψηλότερου βαθμού συναινέσεων στην κοινωνία. Σε ό,τι αφορά τους υπόλοιπους ρόλους που προαναφέρθηκαν (Ödmark & Harvard, 2021), οι αντιλήψεις Ελλήνων και Σουηδών σατιρικών φαίνεται ότι συμπίπτουν σε μεγάλο ποσοστό.

Σχεδόν απόλυτη ταύτιση παρατηρείται στις απαντήσεις των Ελλήνων σατιρικών με τα συμπεράσματα της έρευνας που πραγματοποίησαν οι Ödmark & Nicolaï (2024) σχετικά με τους δημοσιογραφικούς ρόλους των σατιρικών στις διεθνείς δυτικές μορφές σάτιρας ειδήσεων. Στα συμπεράσματα της έρευνας και στις απαντήσεις των Ελλήνων σατιρικών φαίνεται ότι είναι περισσότερο σημαντικός ο ρόλος του κωμικού συνομιλητή (comedic interlocutor), επειδή η σάτιρα ειδήσεων είναι άμεσα συνδεδεμένη με την υποκειμενική και συναισθηματικά φορτισμένη ρητορική των παρουσιαστών. Η χρήση του χιούμορ και η επίκληση του συναισθήματος θεωρήθηκε σημαντική και για τους ρόλους του συνηγόρου του πολίτη (advocate) και του φύλακα πύλης (watchdog). Ο ρόλος ειδικά του φύλακα πύλης που ελέγχει και αποκαλύπτει την υπερβολή και τη χειραγωγή των μέσων ενημέρωσης (Baym & Jones, 2012), τον οποίο αποδίδουν οι Ödmark & Nicolaï (2024) στους σατιρικούς, αντιστοιχεί με όσα απαντούν οι Έλληνες δημιουργοί σάτιρας. Ταύτιση παρατηρείται στην ιδιαίτερα χαμηλή σημασία που αποδίδεται -τόσο στα συμπεράσματα της ως άνω έρευνας όσο και στις συνεντεύξεις των Ελλήνων σατιρικών- στο ρόλο του ρεπόρτερ (reporter) με την έννοια του ουδέτερου δημοσιογράφου, γεγονός που αποδεικνύει την ασυμβατότητα όλων των υπό εξέταση σατιρικών με την θεωρία της ουδέτερης και αποστασιοποιημένης δημοσιογραφίας των παραδοσιακών δελτίων ειδήσεων (Ödmark & Nicolaï, 2024). Από τις απαντήσεις δεν αποδείχθηκε ότι είναι εξίσου σημαντικοί οι ρόλοι του συνηγόρου και του παιδαγωγού του πολίτη (civil educator) για τους Έλληνες σατιρικούς, σε σύγκριση με τους ομολόγους τους των αντίστοιχων δυτικών εκπομπών.

Στην παρούσα εργασία ερευνήθηκε ακόμα η έννοια της *παρρησίας* των κωμικών, όπως την αναλύει ο Foucault (2001). Οι Έλληνες σατιρικοί αποκάλυψαν έχουν αντιμετωπίσει απειλές ακόμα και κατά της ζωής τους, πιέσεις και λογοκρισία, αλλά δηλώνουν αποφασισμένοι να συνεχίσουν να υπερασπίζονται το δικαίωμά τους να λένε ελεύθερα τη γνώμη τους και την αλήθεια στην εξουσία (Boler & Turpin, 2008; Tesnohlikova, 2021). Τάσσονται υπέρ των αδυνάτων και περιθωριοποιημένων και τοποθετούνται με μεγάλο ποσοστό στον αριστερό και προοδευτικό πολιτικό χώρο (Baumgartner, 2024) ενώ παράλληλα αντιτίθενται σταθερά στην ακροδεξιά ρητορική και ιδεολογία. Σατιρικοί τους στόχοι είναι οι κάθε είδους εξουσίες «είτε είναι η πολιτική εξουσία, είτε η οικονομική, είτε η τηλεοπτική εξουσία, η δημοσιογραφική εξουσία» και σκοπός τους είναι η σάτιρά τους «να μπορεί κάθε μέρα να ξεβρακώσει το ψέμα, την υποκρισία που εκπέμπεται από τις εξουσίες. Να ξύσουμε και λίγο το μυαλό του ακροατή. Να το πάμε παραπέρα. Να βλέπει και λίγο το “πίσω από τις γραμμές”» (Θύμιος Καλαμούκης, 4/4/2024).

Η παρούσα εργασία, παρά την εις βάθος διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο οι Έλληνες σατιρικοί αντιλαμβάνονται και διαπραγματεύονται το υβριδικό είδος των σατιρικών δελτίων ειδήσεων, εντοπίζει ορισμένους περιορισμούς που χρήζουν αναφοράς.

Η έρευνα βασίστηκε αποκλειστικά σε συνεντεύξεις με τους κεντρικούς παρουσιαστές των σατιρικών εκπομπών, οι οποίοι συνήθως είναι και οι βασικοί δημιουργοί τους. Από το δείγμα απουσιάζει η γυναικεία οπτική καθώς και η γνώμη σατιρικών του αντιλαϊκιστικού (Βαμβακάς, 2019) ή του συντηρητικού είδους σάτιρας, εφόσον όσοι ανταποκρίθηκαν στο αίτημα για διεξαγωγή ποιοτικής συνέντευξης είναι άνδρες και κατατάσσονται στον αριστερό και προοδευτικό πολιτικό χώρο. Επιπλέον, παρά το γεγονός ότι οι συνεντεύξεις αυτές προσφέρουν πολύτιμες πληροφορίες για τις προσωπικές αντιλήψεις και τα κίνητρα των σατιρικών, η έρευνα θα μπορούσε να επεκταθεί και σε άλλους συντελεστές των εκπομπών, όπως οι σεναριογράφοι, οι σκηνοθέτες ή οι τεχνικοί. Οι απόψεις αυτών των ατόμων θα μπορούσαν να εμπλουτίσουν την έρευνα, προσφέροντας μια περισσότερο ολοκληρωμένη εικόνα για τη διαδικασία παραγωγής και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι υπόλοιποι συντελεστές των σατιρικών εκπομπών.

Η ανάλυση των συνεντεύξεων επικεντρώθηκε στις αντιλήψεις των Ελλήνων σατιρικών για τη δημοσιογραφία και την σάτιρα, χωρίς να εμβαθύνει στις συγκεκριμένες τεχνικές και πρακτικές που χρησιμοποιούν στις εκπομπές τους. Η περισσότερο λεπτομερής ανάλυση του περιεχομένου των εκπομπών θα μπορούσε να αποκαλύψει συγκεκριμένα μοτίβα και στρατηγικές που χρησιμοποιούν οι σατιρικοί προκειμένου να ασκήσουν κριτική, να ψυχαγωγήσουν και να ενημερώσουν το κοινό τους. Επιπλέον, η εξέταση των τεχνικών παραγωγής, όπως η επιλογή των θεμάτων, η χρήση του μοντάζ και οι τροποποιήσεις του οπτικοακουστικού κειμένου, θα μπορούσε να αναδείξει τον τρόπο με τον οποίο οι ελληνικές σατιρικές εκπομπές διαμορφώνουν το μήνυμά τους και επηρεάζουν την αντίληψη του κοινού.

Τέλος, η παρούσα έρευνα δεν εξέτασε την επίδραση των σατιρικών δελτίων ειδήσεων στο ευρύ κοινό, μια ανάλυση που θα μπορούσε να προσφέρει μια πιο ολοκληρωμένη κατανόηση της απήχυσής τους στην ελληνική κοινωνία. Η διερεύνηση των αντιδράσεων και των ερμηνειών του κοινού απέναντι στη σάτιρα θα μπορούσε να αποκαλύψει τον τρόπο με τον οποίο οι τηλεθεατές κατανοούν και αξιολογούν το σατιρικό περιεχόμενο. Επιπλέον, η εξέταση του βαθμού στον οποίο η σάτιρα επιδρά στην πολιτική γνώση, στις στάσεις και στην συμπεριφορά των πολιτών, θα μπορούσε να φωτίσει τον ρόλο της σάτιρας στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και την ενίσχυση -ή την εξασθένηση- της δημοκρατικής συμμετοχής στην Ελλάδα.

Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να εξετάσουν την έννοια της ελευθερίας του λόγου στην σύγχρονη ελληνική δημόσια σφαίρα. Θα ήταν επίσης χρήσιμο να εξεταστούν οι αντιδράσεις του κοινού στην συχνά προσβλητική, άσεμνη έως και λεκτικά βίαιη φρασεολογία των Ελλήνων σατιρικών. Αξίζει επίσης να εξεταστεί αν και σε ποιο βαθμό ασκείται η λογοκρισία που καταγγέλλουν οι σατιρικοί, τόσο στην παραδοσιακή τηλεόραση όσο και στο διαδίκτυο (π.χ. οι αποκλεισμοί από τις «τάσεις» του *YouTube* μέσω αλγορίθμων), από ποιους ασκείται και τί σκοπούς εξυπηρετεί. Η σταδιακή εξάλειψη των σατιρικών δελτίων ειδήσεων από την ελληνική τηλεόραση, παρά το γεγονός ότι η σάτιρα θεωρείται ένα ιδιαίτερα δημοφιλές είδος λαϊκής κουλτούρας, που επί χρόνια αποτέλεσε σημαντική πηγή διαφημιστικών εσόδων για τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς, είναι

ένα ακόμα θέμα άξιο διερεύνησης. Τέλος, μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να εξετάσουν τη διαχρονική -με ελάχιστες εξαιρέσεις - απουσία γυναικών σατιρικών στον ελληνικό χώρο και τους κοινωνικούς, πολιτισμικούς ή άλλους παράγοντες που μπορεί να συμβάλλουν σε αυτό το γεγονός. Η διερεύνηση όλων αυτών των θεμάτων θα δώσει πολύτιμες απαντήσεις και θα συμβάλει σημαντικά στην κατανόηση του ρόλου και της εξέλιξης της σάτιρας στην ελληνική κοινωνία.

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

- Βαμβακάς, Β. (2019). Παλιές και νέες πολιτικές εκφάνσεις του δημοφιλούς χιούμορ στην Ελλάδα της κρίσης. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 38, 140–178. <https://doi.org/10.12681/sas.15447>
- Βαμβακάς, Β. (2023). *Το Εκκρεμές | Πολιτική, κουλτούρα και κοινωνία στην Ελλάδα των συνεχών κρίσεων*. Brainfood.
- Βώβου, Ι. (2012). Κρίση και στα ΜΜΕ: Η τηλεοπτική «κουλτούρα της κρίσης». Στο Γ. Πλειός (επ.), *Η Κρίση και τα ΜΜΕ* (Κεφ. 8). Παπαζήσης
- Τσαρη, Φ. & Πουρκός, Μ. (2015). *Ποιοτική Μεθοδολογία Έρευνας / Εφαρμογές στην Ψυχολογία και στην Εκπαίδευση*. Εκδόσεις Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα
- Κανέλης, Η. (2023). «Έξω πούστη απ' την παράγκα». Η τηλεοπτική σάτιρα ως προκεχωρημένο φυλάκιο του εθνικολαϊκισμού. Στο Β. Βαμβακάς & Γ. Πασχαλίδης (Επιμ.), *Το Κουτί: Εικόνες της Σύγχρονης Ελλάδας στην Ιδιωτική Τηλεόραση* (σσ. 126 – 138). Brainfood.
- Πλειός, Γ. (2011), *Η Κοινωνία της Ενημέρωσης. Ειδήσεις και Νεωτερικότητα*. Καστανιώτης
- Πλειός Γ. (2017). Ενημέρωση και θέαμα σε εκλογικά έτη: η στάση της κρατικής και της ιδιωτικής τηλεόρασης. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 23(1), 53–87. <https://doi.org/10.12681/hpsa.14732>
- Πλειός, Γ. (2021). *Παραποιημένες Ειδήσεις (Fake News)| Ο μετασχηματισμός της προπαγάνδας στην κοινωνία της ενημέρωσης*. Gutenberg
- Πλειός, Γ. (2022). Πρόλογος. Στο Α. Χατζηστεφάνου, *Προπαγάνδα και Παραπληροφόρηση| Πώς τις εντοπίζουμε*. Τόπος
- Robson, C. (2010). Η έρευνα του πραγματικού κόσμου. (Β. Νταλάκου, & Κ. Βασιλικού, Μεταφρ.). Gutenberg.
- Τσιώλης, Γ. (2018). Η θεματική ανάλυση ποιοτικών δεδομένων. Στο Γ. Ζαϊμάκης (επιμ.), *Ερευνητικές διαδρομές στις Κοινωνικές Επιστήμες. Θεωρητικές-Μεθοδολογικές Συμβολές και Μελέτες Περίπτωσης*. Εκδόσεις Πανεπιστήμιο Κρήτης

- Φραγκονικολόπουλος, Χ., & Πλειός, Γ. (2011). *Τα Εθνικά θέματα στη δίνη των ΜΜΕ*. Σιδέρης
- Χαιρετάκης, Μ. (2012). Η κρίση των ΜΜΕ και τα ΜΜΕ της κρίσης. Στο Γ. Πλειός (επ.), *Η Κρίση και τα ΜΜΕ* (Κεφ. 2). Παπαζήσης

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Abel, A. D., & Barthel, M. (2012). Appropriation of Mainstream News: How *Saturday Night Live* Changed the Political Discussion. *Critical Studies in Media Communication*, 30(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/15295036.2012.701011>
- Basu, L. (2018). News satire: Giving the news a memory. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 16(1), 241-255. <https://doi.org/10.31269/triplec.v16i1.647>
- Basu, S. (2024). 'Laughing at us': humour, humiliation, and Trump's public. *The European Journal of Humour Research*, 12(1), 15–40. <https://doi.org/10.7592/EJHR.2024.12.1.833>
- Baumgartner, J., & Morris, J. S. (2006). The Daily Show Effect: Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth. *American Politics Research*, 34(3), 341-367. <https://doi.org/10.1177/1532673X05280074>
- Baumgartner, J. C. (2017). Late Night Talk Moves Online: Political Humor, YouTube, and the 2016 Presidential Election. In J. C. Baumgartner & T. Towner (Eds.) *The Internet and the 2016 Presidential Campaign* (pp. 245–263). Lexington Books.
- Baumgartner, J. C. (Ed.). (2019). *American Political Humor Masters of Satire and Their Impact on US Policy and Culture [volume 2]*. Bloomsbury Publishing USA.
- Baumgartner, J. C. (2020). Is it funny if no one is watching? Public response to late-night political satire. *Comedy Studies*, 12(1), 15-28. <https://doi.org/10.1080/2040610X.2020.1850101>
- Baumgartner, J. C. (2024). A new age of political humor. *The Communication Review*, 1–3. <https://doi.org/10.1080/10714421.2024.2359800>
- Baym, G. (2005). The Daily Show: Discursive integration and the reinvention of political journalism. *Political communication*, 22(3), 259-276. <https://doi.org/10.1080/10584600591006492>

- Baym, G. (2007). Crafting new communicative models in the televisual sphere: Political interviews on The Daily Show. *The Communication Review*, 10(2), 93-115.
<https://doi.org/10.1080/10714420701350379>
- Baym, G. (2008). Infotainment. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication* (pp. 2276-2280). <https://doi.org/10.1080/10714420701350379>
- Baym, G. (2009). Stephen Colbert's Parody of the Postmodern. In J. Gray, J. Jones & E. Thompson (Ed.), *Satire TV: Politics and Comedy in the Post-Network Era* (pp. 124-144). New York, USA: New York University Press.
<https://doi.org/10.18574/nyu/9780814733097.003.0009>
- Baym, G. (2010). *From Cronkite to Colbert: The Evolution of Broadcast News*. Boulder, CO: Paradigm Publishers
- Baym, G., & Jones, J. P. (2012). News parody in global perspective: Politics, power, and resistance. In G. Baym & J.P. Jones (Eds.), *News Parody and Political Satire Across the Globe* (pp. 1-12). Routledge.
- Becker, A. B., & Bode, L. (2017). Satire as a source for learning? The differential impact of news versus satire exposure on net neutrality knowledge gain. *Information, Communication & Society*, 21(4), 612-625.
<https://doi.org/10.1080/1369118x.2017.1301517>
- Bode, L. and Becker, A.B. (2018), Go Fix It: Comedy as an Agent of Political Activation. *Social Science Quarterly*, 99: 1572-1584. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12521>
- Bogel, F. V. (2001). A Theory of Satiric Rhetoric. In F.V. Bogel, *The difference satire makes: Rhetoric and reading from Jonson to Byron* (pp. 41-83). Cornell University Press.
- Boler, M., & Turpin, S. (2008). The Daily Show and Crossfire: Satire and sincerity as truth to power. In M. Boler (Ed.), *Digital media and democracy: Tactics in hard times*. Mit Press.
- Boukes, M. (2019). Infotainment. In T.P. Vos, F. Hanusch, D. Dimitrakopoulou, M. Geertsema-Sligh & A. Sehl (eds.), *International Encyclopedia of Journalism Studies*. Wiley-Blackwell.

- Boukes, M., & Quintanilla, E., (2019). Samantha Bee (1969–). In J. C. Baumgartner (Ed.). *American Political Humor Masters of Satire and Their Impact on US Policy and Culture [volume 2]* (pp. 561-565). Bloomsbury Publishing USA.
- Brady, K. (2019). Die Partei: Putting parody into EU politics, DW, 6-7-2019. Available from: <https://www.dw.com/en/germanys-die-partei-takes-satire-to-the-european-parliament/a-49098596>
- Brody, I., (2019). John Oliver (1977–). In J. C. Baumgartner (Ed.). *American Political Humor Masters of Satire and Their Impact on US Policy and Culture [volume 2]* (pp. 579-583). Bloomsbury Publishing USA.
- Brugman, B. C., Burgers, C., Beukeboom, C. J., & Konijn, E. A. (2021). From the daily show to last week tonight: A quantitative analysis of discursive integration in satirical television news. *Journalism Studies*, 22(9), 1181–1199.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1929416>
- Caron, J. E. (2016). The Quantum Paradox of Truthiness: Satire, Activism, and the Postmodern Condition. *Studies in American Humor*, 2(2), 153–181.
<https://doi.org/10.5325/studamerhumor.2.2.0153>
- Caron, J. E. (2020). Satire and the problem of comic laughter. *Comedy Studies*, 11(2), 171–182. <https://doi.org/10.1080/2040610X.2020.1729485>
- Caron, J. E. (2021). *Satire as the Comic Public Sphere: Postmodern “Truthiness” and Civic Engagement*. Penn State University Press. <https://doi.org/10.1515/9780271090351>
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Condren, C. (2012). Satire and definition. *Humor*, 25(4), 375-399.
<https://doi.org/10.1515/humor-2012-0019>
- Day, A. (2009). And Now... the News?: Mimesis and the Real in The Daily Show. In J. Gray, J. Jones & E. Thompson (Eds.), *Satire TV: Politics and Comedy in the Post-Network Era* (pp. (85-103). New York University Press.
<https://doi.org/10.18574/nyu/9780814733097.003.0007>

- Dobmeier, C. M., Brooks, J. J., Walter, N., & Holbert, R. L. (2023). From Punchlines to Punches: A Meta-Analysis of the Persuasive Effects of Horatian and Juvenalian Political Satires. *Journalism & Mass Communication Quarterly*.
<https://doi.org/10.1177/10776990231202698>
- Doona, J. (2021). News satire engagement as a transgressive space for genre work. *International Journal of Cultural Studies*, 24(1), 15-33.
<https://doi.org/10.1177/1367877919892279>
- Droog, E., Burgers, C., & Steen, G. J. (2020). How satirists alternate between discursive modes: An introduction of the humoristic metaphors in satirical news (HMSN) typology. *International Journal of Communication*, 14, 22. Available from:
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13963>
- Droog, E., & Burgers, C. (2023). Metaphorical Humor in Satirical News Shows: A Content Analysis. *Metaphor and Symbol*, 38(3), 275-290.
<https://doi.org/10.1080/10926488.2022.2160252>
- Feldman, O. (2024). Humor and Politics: A Conceptual Introduction. In O. Feldman, (Ed.). *Political Humor Worldwide: The Cultural Context of Political Comedy, Satire, and Parody* (pp. 49-66). Springer Nature Singapore.
https://doi.org/10.1007/978-981-99-8490-9_1
- Fraser, M. (2024). Caricatures, Canards, and Guignols: Satirical Journalism in France from the French Revolution to Fifth Republic. *Journalism and Media* 5: 123–134.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia5010009>
- Foucault, M. (2001). “Fearless Speech.” In J. Pearson (ed.) *Semiotext(e)/Foreign Agents*. Los Angeles, LA: Zone Books.
- Fox, J. (2018). “Journalist or Jokester?” In J. Baumgartner & A. Becker (Eds.) *Political Humor in a Changing Media Landscape: A New Generation of Research*, (pp.29–44). Lexington Books.
- Fox, J. (2019). The Daily Show (1996–). In J. C. Baumgartner (Ed.). *American Political Humor Masters of Satire and Their Impact on US Policy and Culture [volume 2]* (pp. 515-518). Bloomsbury Publishing USA.

- Fox, J. R., & Steinberg, E. (2020). News you can't use: Jon Stewart's Daily Show media critiques. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(1), 235-256.
<https://doi.org/10.1177/1077699019851228>
- Freedman, L. (2009). *The Offensive Art: Political Satire and Its Censorship Around the World from Beerbohm to Borat*. Bloomsbury Academic.
- Gasteratou, S., & Tsakona, V. (2023). Deconstructing imagined identities and imagined communities through humor: Evidence from adult L2 learners' humorous narratives. *Pragmatics and Society*, 14(3), 461-483.
<https://doi.org/10.1075/ps.20079.gas>
- Georgalidou, M. (2024). Humorous Genres and Modes in Greek Political Discourse. In O. Feldman, (Ed.). *Political Humor Worldwide: The Cultural Context of Political Comedy, Satire, and Parody* (pp. 49-66). Springer Nature Singapore.
https://doi.org/10.1007/978-981-99-8490-9_3
- Gray, J., Jones, J. P., & Thompson, E. (2009). *Satire TV: Politics and comedy in the postnetwork era*. NYU Press.
- Griffin, D. H. (1994). *Satire: A critical reintroduction*. University Press of Kentucky.
- Hallin D. & Mancini P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Harrington, S. (2012). The uses of satire: Unorthodox news, cultural chaos and the interrogation of power. *Journalism*, 13(1), 38-52.
<https://doi.org/10.1177/1464884911400847>
- Holbert, R. L. (2013). Breaking boundaries| Developing a normative approach to political satire: An empirical perspective. *International journal of communication*, 7, 19.
Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1933>
- Holm, N. (2018). The Political (Un)Consciousness of Contemporary American Satire. *Journal of American Studies*, 52(3), 642-651.
<https://doi.org/10.1017/S0021875818000920>
- Holm, N. (2023). The limits of satire, or the reification of cultural politics. *Thesis Eleven*, 174(1), 81-97. <https://doi.org/10.1177/07255136231154266>

- Howley, K. (2019). Satirical news as alternative journalism. In J D. Atkinson & L.J. Kenix (Eds), *Alternative media meets mainstream politics: Activist nation rising* (p.p.123-142). Rowman & Littlefield.
- Jennings, F. J., Bramlett, J. C., & Warner, B. R. (2018). Comedic Cognition: The Impact of Elaboration on Political Comedy Effects. *Western Journal of Communication*, 83(3), 365–382. <https://doi.org/10.1080/10570314.2018.1541476>
- Jones, J. P., & Baym, G. (2010). A Dialogue on Satire News and the Crisis of Truth in Postmodern Political Television. *Journal of Communication Inquiry*, 34(3), 278-294. <https://doi.org/10.1177/0196859910373654>
- Jones, J. P. (2010). *Entertaining politics: Satiric television and political engagement* (2nd ed.). London: Rowan & Littlefield.
- Josl, J. (2024). Amoralism and jokes. *The European Journal of Humour Research*, 12(2), 197–205. <https://doi.org/10.7592/EJHR.2024.12.2.902>
- Kilby, A. (2018). Provoking the Citizen. *Journalism Studies*, 19(13), 1934-1944. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2018.1495573>
- Koivukoski, J. & Ödmark, S. (2020) Producing Journalistic News Satire: How Nordic Satirists Negotiate a Hybrid Genre, *Journalism Studies*, 21:6, 731-747. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1720522>
- Koivukoski, J. (2022). *Political Humor in the Hybrid Media Environment: Studies on Journalistic Satire and Amusing Advocacy* (PhD thesis). Available from: <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/72b6aa6a-c23f-4835-ad19-4af63d3cbe78/content>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2021). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect* (4th ed). Three Rivers Press.
- Landreville, K. (2015). Satire as uncertain territory: Uncertainty expression in discussion about political satire, opinion, and news. *HUMOR*, 28(4), 559-582. <https://doi.org/10.1515/humor-2015-0105>
- Lehman-Wilzig, S. (2024). Political Humor: Theoretical Questions, Methodological Suggestions. In O. Feldman, (Ed.), *Political Humor Worldwide: The Cultural*

- Context of Political Comedy, Satire, and Parody* (pp. 239-248). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-8490-9_13
- Lichtenstein, D., Nitsch, C., & Wagner, A. J. (2021). Jokers or journalists? A study of satirists' motivations, role orientations, and understanding of satire. *Journalism Studies*, 22(13), (pp.1756-1774). <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1952476>
- Martin, A., Kaye, B. K., & Harmon, M. D. (2018). Silly meets serious: discursive integration and the Stewart/Colbert era. *Comedy Studies*, 9(2), 120–137. <https://doi.org/10.1080/2040610X.2018.1494355>
- McNair, B. (2006). What is journalism?. In H. de Burgh (ed.), *Making Journalists. Diverse models, global issues*, 38 (pp. 25-43). Routledge.
- Michael, H. (2017). Ein mediengattungstheoretischer Modellentwurf zur Beobachtung der Entgrenzung journalistischer Formate am Beispiel von „fake news shows“. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65(2), 385-405. Retrieved from: <https://scholar.archive.org/work/iky4b3wotrthbuefce23cxliq/access/wayback/http://www.nomos-elibrary.de/10.5771/1615-634X-2017-2-385.pdf>
- Michaud Wild, N. (2019). “The mittens of disapproval are on”: John Oliver’s Last Week Tonight as neoliberal critique. *Communication, Culture & Critique*, 12(3), 340-358. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcz021>
- Moreno, C. (2022). Efectos de la sátira política a través de programas de infoentretenimiento televisivo en España. ¿Es humor solo para reír o hay algo más en juego?. *Papeles de Identidad*, vol. 2022/2, paper 272, 1-22. <https://doi.org/10.1387/pceic.22763>
- Nicolaï, J., Maesele, P., & Boukes, M. (2022). The “humoralist” as journalistic jammer: Zondag met Lubach and the discursive construction of investigative comedy. *Journalism Studies*, 23(16), 2057-2077. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2138948>
- Nicolaï, J., & Maesele, P. (2024). Stand-up in the age of outrage: how comedians negotiate the repoliticisation of humor. *The European Journal of Humour Research*, 12(1), 56-72. <https://doi.org/10.7592/EJHR.2024.12.1.826>

- O'Connor, A. (2017). The Effects of Satire: Exploring Its Impact on Political Candidate Evaluation. In: J. Milner Davis, (ed), *Satire and Politics. Palgrave Studies in Comedy*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56774-7_7
- Ödmark, S. (2018). Making news funny: Differences in news framing between journalists and comedians. *Journalism*, 22(6), 1540-1557.
<https://doi.org/10.1177/1464884918820432>
- Ödmark, S., & Harvard, J. (2021). The democratic roles of satirists. *Popular Communication*, 19(4), 281-294. <https://doi.org/10.1080/15405702.2021.1929995>
- Ödmark, S. (2021). De-contextualisation fuels controversy: the double-edged sword of humour in a hybrid media environment. *The European Journal of Humour Research*, 9(3), 49-64. Retrieved from: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=990229>
- Ödmark, S. (2023). Moral Judgment and Social Critique in Journalistic News Satire. *Journalism and Media*, 4(4), 1169-1181.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia4040074>
- Ödmark, S., & Nicolaï, J. (2024). Between Headlines and Punchlines: Journalistic Role Performance in Western News Satire. *Journalism Practice*, 1-20.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2311308>
- Oring, E. (2008). Humor in anthropology and folklore. In: V. Raskin (Ed.), *The primer of Humor research* (pp. 183–210). Mouton de Gruyter.
<https://doi.org/10.1515/9783110198492.183>
- Palmer, R., & Edgerly, S. (2024). How Journalists Perceive News Avoidance: Reactions and Solutions to the Missing Audience as Boundary Work. *Journalism Studies*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2345672>
- Papathanassopoulos, S., Giannouli, I., & Archontaki, I. (2023). The Media in Southern Europe: Continuities, Changes and Challenges. In S. Papathanassopoulos & A. Miconi (Eds.), *The Media Systems in Europe: Continuities and Discontinuities* (pp. 133-162). Springer International Publishing. Retrieved from: <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/76228>

- Paré, C. (2021). Last Week Tonight as Philosophy: The Importance of Jokalism. In: *The Palgrave Handbook of Popular Culture as Philosophy*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-97134-6_39-1
- Park-Ozee, D. (2019). Satire: An explication. *HUMOR*, 32(4), 585-604. <https://doi.org/10.1515/humor-2018-0009>
- Peifer, J., & Lee, T. (2019). Satire and journalism. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.871>
- Phiddian, R. (2017). Have They no Shame? Observations on the Effects of Satire. In: J. Milner Davis, (Ed), *Satire and Politics. Palgrave Studies in Comedy*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56774-7_9
- Popa, D. E. (2013). Televised political satire. In M. Dynel (Ed.), *Developments in linguistic humour theory* (pp. 367-392). John Benjamins.
- Rolfe, M. (2017). The Populist Elements of Australian Political Satire and the Debt to the Americans and the Augustans. In: J. Milner Davis, (ed), *Satire and Politics. Palgrave Studies in Comedy*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56774-7_2
- Ross, A. S., & Rivers, D. J. (2018). Discursive Deflection: Accusation of “Fake News” and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump. *Social Media + Society*, 4(2). <https://doi.org/10.1177/2056305118776010>
- Rossing, J.P., (2019). The Colbert Report (2005–2014). In J. C. Baumgartner (Ed.). *American Political Humor Masters of Satire and Their Impact on US Policy and Culture [volume 2]* (pp. 507-511). Bloomsbury Publishing USA.
- Tesnohlídková, O. (2021). Humor and satire in politics: Introducing cultural sociology to the field. *Sociology Compass*, 15(1), e12842. <https://doi.org/10.1111/soc4.12842>
- Thussu, D.K., (2007). *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. SAGE Publications.
- Tsakona, V., & Popa, D. (2011). Humour in politics and the politics of humour. In V. Tsakona & D. E. Popa (Eds.), *Studies in political humour: In between political critique and public entertainment* (pp.1–30). John Benjamins.

- Tsakona, V. (2024). Liquid racism in Greek online satirical news. *The European Journal of Humour Research*, 12(1), 135-156. <https://doi.org/10.7592/EJHR.2024.12.1.825>
- Vos, T. (2018). 1. Journalism. In T. Vos (Ed.), *Journalism* (pp. 1-18). Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9781501500084-001>
- Wahl-Jorgensen, K. (2019). Questioning the Ideal of the Public Sphere: The Emotional Turn. *Social Media + Society*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2056305119852175>
- Waisanen, D. J. (2009). A Citizen's Guides to Democracy Inaction: Jon Stewart and Stephen Colbert's Comic Rhetorical Criticism. *Southern Communication Journal*, 74(2), 119–140. <https://doi.org/10.1080/10417940802428212>
- Waisanen, D. J. (2018). The rise of advocacy satire. In J.C. Baumgartner & A.B. Becker (Eds.) *Political humor in a changing media landscape: A new generation of research*, (pp. 11-28). Lexington Books.
- Zaragoza, M. D. (2018). Debats entorn de la funció social de la telesàtira política. La perspectiva de l'equip de producció de Polònia (TV3). *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, 47-66, Retrieved from:
<https://revistes.iec.cat/index.php/TC/article/view/144663>
- Zirugo, D. (2021). Subverting journalistic routines: When political satire intervenes to challenge public broadcasting national discourses. *African Journalism Studies*, 42(4), 121-136. <https://doi.org/10.1080/23743670.2021.2005110>

Διαδικτυακές Πηγές

- Aftodioikisi (2018, Μάιος 18). Όταν ο Χάρρυ Κλιν ήταν υποψήφιος δήμαρχος Καλαμαριάς, Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.aftodioikisi.gr/koinonia/otan-o-charry-klin-itan-ypopsifios-dimarchos-kalamarias/>
- ANT1 TV (2023, Μάιος 21) Live με το "εκλογικό κέντρο"... Τσαντίρι [Video]. YouTube. <https://youtu.be/kqCPt-jjzcQ?si=o9A37w8De-2YVRJ0>
- Ανασκόπηση (2023, Σεπτέμβριος 16). ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ S10E01: ΠΛΗΜΜΥΡΕΣ [Video]. ThePressProject. <https://youtu.be/vBEhmRLbe1A?si=Y571yVSgO1t83uIg>
- Ανασκόπηση (2017, Φεβρουάριος 7). ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ EXTRA: ΕΥΧΕΣ [Video]. ThePressProject. <https://youtu.be/5QdHUENCN8o?si=813pio3u68sZeLJr>
- Associated Press. (2019, Αύγουστος 22). Comedian who plays president on TV headed for landslide victory in Ukraine's presidential election. *Chicago Tribune*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.chicagotribune.com/2019/04/21/comedian-who-plays-president-on-tv-headed-for-landslide-victory-in-ukraines-presidential-election/>
- Cat is Art (2015, Ιανουάριος 17). Ποιοι ηθοποιοί έγιναν υπουργοί και βουλευτές από το 1952 μέχρι το 2012. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.catisart.gr/boulh/>
- Δημοκίδης, Α. (2020, Αύγουστος 8). Μικροπράγματα / Όχι τα νέα του ANT1, Lifo,. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://mikropragmata.lifo.gr/aksechasta/ochi-ta-nea-tou-ant1/>
- διαΝΕΟσις (2024). Τι Πιστεύουν Οι Έλληνες – 2024. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.dianeosis.org/research/ti-pisteoun-oi-ellines-2024/>
- European Union (2023). Standard Eurobarometer 100 - Autumn 2023. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3053>
- European Union (2023). Eurobarometer: Democracy. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2966>

- European Union (2023). Media & News Survey 2023. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3153>
- Είμαι Υπέρ (2023, Μάιος 7). Συνέντευξη με τον Κλέωνα Γρηγοριάδη [Video]. *Aristotelis Rigas*. <https://youtu.be/igLmDbBa6Ho?si=K9M2nk5tLlb35lmZ>
- Είμαι Υπέρ (2024, Απρίλιος 17). ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΓΙΑ IPAN ΚΤΛ - Αριστοτέλης Ρήγας ΕΙΜΑΙ ΥΠΕΡ #124 [Video]. *Aristotelis Rigas*. <https://youtu.be/MhwqxmKw4AI?si=2QxGPdtcREONF8uk>
- Ελληνοφρένεια (2015, Απρίλιος 24). About – TV. *Ellinofreneia.net*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://ellinofreneianet.gr/television/about-tv/124-about-tv.html>
- Ελληνοφρένεια (2017, Νοέμβριος 20) Ο τσολιάς συναντάει την Όλγα Γεροβασίλη [Video]. YouTube. https://youtu.be/GLsKLSzq_9E?si=Kxg47baUXjqXNX9n
- Έξω από το στόμα του Λάκη (2024, Απρίλιος 4). Λάκης Λαζόπουλος: Ελλάδα ώρα μηδέν! (επεισόδιο 22) [Video]. *Newsbreak*. <https://youtu.be/Lwghbr5pWAI?si=9d13fhCxOiodjYP>
- Έξω από το στόμα του Λάκη (2024, Απρίλιος 18). Λάκης Λαζόπουλος: Το λάθος του Θεού! (επεισόδιο 24) [Video]. *Newsbreak*. <https://youtu.be/DjhxZlCwCD4?si=QWUdP6kBH7WwuErD>
- Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (2024, Φεβρουάριος 7). Το κράτος δικαίου και η ελευθερία των μέσων ενημέρωσης στην Ελλάδα. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2024-0069_EL.html
- Fortune Greece (2019, Ιούλιος 8). Ποιοι ηθοποιοί, τραγουδιστές και δημοσιογράφοι μπαίνουν στην Βουλή Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.fortunegreece.com/article/pii-ithopii-tragoudistes-ke-dimosiografi-benoun-stin-vouli/>
- Gossip-tv Team (2015, Οκτώβριος 7) Πρεμιέρα... «οτινάναι». *Gossip-tv.gr*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.gossip-tv.gr/media-tv/story/399889/premiera-otinanai>
- Greek Dub DB (n.d.). Ψαροκωστούλα, Αγάπη Μου. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.greekdubdb.com/title?id=2973>

- Η Ναυτεμπορική (2024, Φεβρουάριος 4). Ο ηθοποιός, συγγραφέας και σκηνοθέτης Λάκης Λαζόπουλος, στον Λάμπη Ταγματάρχη. [Video]. YouTube <https://youtu.be/IB14zOEzkeg?si=q2Jyww3ALS-f1p1>
- Κεφαλής, Χ. (2024, Μάρτιος 12). Οι sugar daddies και ο κ. Κουτσούμπας, *Efsyn*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο https://www.efsyn.gr/stiles/apopseis/425763_oi-sugar-daddies-kai-o-k-koytsoympas
- Λαζαρίδου, Α. (2008, Νοέμβριος 25). Ένας «γύφτος» στο σαλόνι της AGB, *ΤΟ ΒΗΜΑ*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.tovima.gr/2008/11/25/archive/enas-gyftos-sto-saloni-tis-agb/>
- Μουλαράς, Β. (2024, Απρίλιος 9). Γυναικοκτονία | Τα νέα της Εβδομάδας, [Video]. YouTube. <https://youtu.be/TyMFjiu1rW4?si=3IR8y3oQV0LyBjGA>
- Newsnowgr.com (2012, Οκτώβριος 26). Η *Συντέλεια* ζητάει συγνώμη από την Κανέλλη και δηλώνει ότι σταματάει τις φάρσες. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.newsnowgr.com/article/249444/i-synteleia-zitaei-sygnomi-apo-tin-kanelli-kai-dilonei-oti-stamataei-tis-farses-vinteo.html>
- Protagon Team (2020, Ιούλιος 6). Αυτή είναι η «λίστα Πέτσα» με τα ΜΜΕ και τα ποσά της καμπάνιας «Μένουμε Σπίτι» *Protagon.gr*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.protagon.gr/epikairotita/afti-einai-i-lista-petsa-me-ta-mesa-kai-ta-posa-tis-kabani-as-menoume-spiti-44342081458>
- Παπαγγελή, Η. (2024, Ιανουάριος 29). Ο έλεγχος των ελληνικών ΜΜΕ και η διαπλοκή στην τέταρτη εξουσία, *Solomon*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://wearesolomon.com/el/mag/format-el/reportaz/o-elegxos-ton-ellinikon-mme-kai-i-diaploki-stin-tetarti-eksousia/>
- Πλειός, Γ. (2024, Απρίλιος 16). Μοντέρνοι παραμυθάδες – Μόνο που τα σύγχρονα παραμύθια δεν είναι αθώα, *Dnews*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.dnews.gr/eidhseis/opinion/468512/giorgos-pleios-monternoi-paramythades-mono-pou-ta-sygxrona-paramythia-den-einai-athoa>

- Radio Arvyla (2024, Φεβρουάριος 8). Εκπομπή *Οι BOOMERS*, πρεμιέρα [Video]. YouTube. <https://youtu.be/sOW4edMVrEs?si=TEvUPj-VgAIENT0C>
- Radio Arvyla (2024, Απρίλιος 22). Η απάντηση Μητσοτάκη στην πρόσκληση - πρόκληση του Ράδιο Αρβύλα, [Video]. YouTube. <https://youtu.be/Ic3nIMPzj7g?si=F4K1EaxmZPg5ZgCb>
- Radio Arvyla (2024, Απρίλιος 26). Φινάλε σεζόν, 26/4/2024 [Video]. YouTube. <https://youtu.be/m8SblBVovkU?si=8ysSZuJu4ZuNzen8>
- RSF (2023). Barometer. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://rsf.org/en/index?year=2023>
- Skai.gr (2017, Ιανουάριος 27). *Οτινάει*, η εκπομπή της 26-1-2017. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=eShbBhdcd2Q&ab_channel=SKAI.gr
- SOCIALL.GR (2020, Οκτώβριος 8). Βαγγέλη Μουλαρά, πώς ήταν η πρώτη φορά πάνω στη σκηνή; *Sociall.gr*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://sociall.gr/politismos/theatro/vaggelis-moularas-pos-itan-i-proti-fora-pano-sti-skini/>
- Star TV (2012). *Οι Διαπλεκόμενοι*, επεισόδιο της 15/5/1997. [Video]. YouTube. https://youtu.be/IP79Xn6vftw?si=1oyy_nTOvOUTF--H
- Star TV (2012). *Οι Διαπλεκόμενοι*, Δάφνη και Κώστας (επιλεγμένο σκετς) [Video]. YouTube. <https://youtu.be/YiWe9h-iAVg?si=6FXtAPKOqbfgLIL->
- Συνέδριο «Η καμπύλη της Μεταπολίτευσης 1974-2024» (Ημέρα τρίτη), 24/5/2024 [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/live/qPr0c3FonPU?si=w8aUipb_NBZmHCCA
- Tovima.gr (2024, Μάιος 26) Λαζόπουλος για Κασσελάκη: «Είναι τουρίστας, περιμένει στην ουρά». *ΤΟ ΒΗΜΑ*. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.tovima.gr/2024/05/26/celebrities/lazopoulos-gia-kasselaki-einai-touristas-perimenei-stin-oura/>
- Τρούσας, Φ. (2023. Δεκέμβριος 16). Απώλειες / Ο Γιώργος Μιχαλακόπουλος στη θρυλική τηλεοπτική σειρά «Εκείνος και... Εκείνος» μαζί με τον Βασίλη Διαμαντόπουλο,

Lifo, 16. Διαθέσιμο στον διαδικτυακό τόπο <https://www.lifo.gr/prosopa/apolies/o-giorgos-mihalakopoylos-sti-thryliki-tileoptiki-seira-ekeinos-kai-ekeinos-mazi-me>

Zaraleaks TV (2023, Απρίλιος 30). Συνέντευξη με Γιάννη Βαρουφάκη [Video]. YouTube 30/4/2023. <https://youtu.be/TPyXIU-GdM?si=iqMtAwEYWBj-vbIr>

Zaraleaks TV (2023, Μάιος 13). Συνέντευξη με Δημήτρη Κουτσούμπα [Video]. YouTube 13/5/2023. https://youtu.be/nWb6LUWaTLs?si=uLcXfd_IG5Y2fTBt

Zaraleaks TV (2024, Μάρτιος 13). CVC ΠΙΑΤΕΛΑ ΚΑΙ ΦΟΥΣΤΑΝΕΛΑ [Video]. YouTube. <https://youtu.be/boMa1EO7sdQ?si=0Ic1r1qwTe8ziyhY>

Παράρτημα: Ερωτήσεις συνεντεύξεων

Q1: Για αρχή θα ήθελα να μου πείτε λίγα λόγια για την επαγγελματική σας σταδιοδρομία και την εκπομπή σας.

Q2: Στο πλαίσιο της εκπομπής σας πώς αυτοπροσδιορίζεστε;

(δημοσιογράφος, σατιρικός δημοσιογράφος, σατιρικός παραγωγός, κωμικός, ηθοποιός, διασκεδαστής, παρουσιαστής, άλλο;)

Q3: Γιατί επιλέξατε να παρουσιάσετε μια σατιρική εκπομπή πολιτικού και κοινωνικού περιεχομένου; Ποιος είναι ο πρωταρχικός σας στόχος;

(Προκειμένου να ενημερώσετε, να ψυχαγωγήσετε, να επηρεάσετε τους θεατές;)

Q4: Τί σημαίνει η σάτιρα για εσάς;

Q5: Η πολιτική σάτιρα μπορεί ή πρέπει να είναι απαραίτητα αστεία;

(Η σάτιρα θεωρούνταν ανέκαθεν ένα είδος δημοφιλούς κουλτούρας. Έτσι ως κείμενο σκληρού -ενίοτε- χιούμορ δεχόταν πολύ αυστηρή κριτική όπως λ.χ. ότι δεν είναι σοβαρό είδος, ότι δεν προσφέρει κάτι πέρα από ψυχαγωγία, ότι δε μπορεί να το βλέπει κάποιος από την πολιτική ή δημοσιογραφική του φύση. Ποια είναι η γνώμη σας;)

Q6: Γιατί επιλέξατε για την εκπομπή σας ένα format που παραπέμπει αρκετά σε δημοσιογραφική εκπομπή;

Q7: Από που εμπνευστήκατε, ποια είναι το πρότυπά σας;

Q8: Πιστεύετε ότι μπορεί η σάτιρα να έχει δημοσιογραφική πτυχή και λειτουργία; Αν ναι, σε ποιο βαθμό και με ποιο τρόπο;

(Μοιάζει με την ερευνητική ή την κριτική-σχολιαστική δημοσιογραφία;)

Q9: Μπορεί να θεωρηθεί με κάποιο τρόπο η εκπομπή σας ως δημοσιογραφική παρέμβαση; (Η ίσως εναλλακτική πηγή ειδήσεων δηλ. Μια μορφή εναλλακτικής δημοσιογραφίας; ή αντιπολιτευτικές ειδήσεις ενδεχομένως;)

Q10: Μπορεί η σάτιρα να υποκαταστήσει ή να συμπληρώσει τη δημοσιογραφία; Σε ποιο βαθμό;

Q11: Ποιες είναι κατά τη γνώμη σας οι ομοιότητες και ποιες οι διαφορές μεταξύ ειδησεογραφικής σάτιρας και ενός δελτίου της επαγγελματικής δημοσιογραφίας ειδήσεων;

Q12: Χρειάζονται δημοσιογραφικές δεξιότητες για την παραγωγή μιας ειδησεογραφικής σατιρικής εκπομπής;

Q13: Η συντακτική σας ομάδα αποτελείται από άτομα με δημοσιογραφικό ή με αμιγώς κωμικό υπόβαθρο και δεξιότητες;

Q14: Με ποια διαδικασία εργάζεστε; Με ποια διαδικασία επιλέγετε τα θέματα που παρουσιάζετε κάθε φορά που έχετε μια εκπομπή; Από πού αντλείτε τις πληροφορίες σας (διαδίκτυο, ειδησεογραφικοί οργανισμοί κ.λπ.);

Q15: Τι είναι αυτό που οδηγεί την εκπομπή σας;

(Εννοώ, όταν παίρνετε αποφάσεις για το ποια θέματα να συζητήσετε και πώς, αυτό σχετίζεται με τις προσωπικές σας αντιλήψεις, αξίες, πολιτικές πεποιθήσεις και ιδεολογίες; Ή ασχολείστε περισσότερο με ό,τι είναι ψηλά στην ατζέντα των ειδήσεων;)

Q16: Σε ποιο βαθμό ασχολείστε με θέματα που σας ζητούν να συζητήσετε οι θεατές της εκπομπής πχ στα social;

Q17: Όταν ασκείτε σάτιρα υπάρχουν κάποια όρια που θεωρείτε ότι δεν πρέπει να περνάτε; Αν ναι σε ποιους τομείς;

Q18: Υπάρχουν θέματα που δεν σας αφορούν στην εκπομπή;

Q19: Στο πλαίσιο της εκπομπής σας έχετε πάρει συνεντεύξεις από πολιτικούς;

Αν όχι, γιατί όχι;

Αν ναι, πώς το χειριστήκατε; Χιουμοριστικά, ειρωνικά, επιθετικά ή καθαρά δημοσιογραφικά;

Q20: Πώς συνδέετε τη δουλειά σας με την έννοια της αντικειμενικότητας;

Q21: Ποιος θεωρείτε ότι είναι ο ρόλος σας ή ο χώρος που κινείστε μέσα στη δημόσια σφαίρα (σε σχέση πχ με τα πολιτικά πράγματα, τη δημοσιογραφία, μεγάλα κοινωνικά θέματα κλπ).

(Πιστεύετε ότι διαδραματίζετε κάποιο ρόλο στα ελληνικά πολιτικά και δημοσιογραφικά πράγματα; Με άλλα λόγια, θεωρείτε ότι υπάρχει πολιτικό και δημοσιογραφικό έλλειμμα το οποίο εσείς και η εκπομπή σας καλύπτει σε κάποιο βαθμό;)

Q22: Γιατί επιλέξατε το διαδίκτυο ως εναλλακτικό μέσο προβολής της εκπομπής σας;

Q23: Πιστεύετε ότι το διαδίκτυο δίνει περισσότερο χώρο για διαδραστικότητα με τα ακροατήρια σας;

Q24: Σε κάποιες ακαδημαϊκές εργασίες υποστηρίζεται η θέση ότι οι πολιτικοί σατιρικοί διεκδικούν το ρόλο των ηγετών της κοινής γνώμης. Ποιες είναι οι σκέψεις σας για μια τέτοια θέση;

Q25: Ποια πιστεύετε ότι είναι τα ακροατήρια σας, αν σας ζητούσα να κάνετε μια εκτίμηση για το προφίλ τους; Έχετε εικόνα από την παρακολούθηση μετρήσεων ή της διαδραστικότητας στα κοινωνικά δίκτυα;

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.