

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΙΣΤΟΡΙΑΣ, ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ
ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑΣ

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

**«Στριμάροντας στο πολυχρονικό παρόν: ψηφιακός χρόνος, οικονομία της
προσοχής και καπιταλισμός της πλατφόρμας στο παράδειγμα της Netflix»**

Πασχούλης Καλλιόλιας Νικόλαος

ΒΟΛΟΣ 2025

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΙΣΤΟΡΙΑΣ, ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ
ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑΣ

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

**«Στριμάροντας στο πολυχρονικό παρόν: ψηφιακός χρόνος, οικονομία της
προσοχής και καπιταλισμός της πλατφόρμας στο παράδειγμα της Netflix»**

Πασχούλης Καλλιόλιας Νικόλαος

Τριμελής Συμβουλευτική Επιτροπή

Επίκουρος Καθηγητής Μήτσος Μπιλάλης (Επιβλέπων)

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Δέσποινα Καταπότη (Μέλος)

Καθηγητής Γιάννης Παπαθεοδώρου (Μέλος)

**Η έγκριση διδακτορικής διατριβής από το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας δε δηλώνει
αποδοχή των γνώμών του συγγραφέα.**

ΒΟΛΟΣ 2025

Copyright © 2025 Νικόλαος Πασχούλης Καλλιόλιας

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διατριβής, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διατριβής για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς το συγγραφέα.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες	6
Εισαγωγή/Trailer	
Η πλατφόρμα ως πεδίο έρευνας	9
Πεδίο εγγραφής της μελέτης και πώς τοποθετείται η έρευνα σε αυτό	12
Γραφή	18
Διάρθρωση	23
Ερωτήματα	26
Μεθοδολογία	28
Σεζόν 1: Η ιστορία της Netflix	
Επεισόδιο 1: Γράφοντας τηλεοπτική ιστορία	33
Επεισόδιο 2: Μύθοι και Θρύλοι	46
Επεισόδιο 3: Habemus Netflix: Μια back end εταιρική ιστορία	50
Επεισόδιο 4: Habemus Netflix: μια front end εταιρική ιστορία	58
Επεισόδιο 5: Το δικό μας το DVD σε άλλους νοικιάστηκε	63
Επεισόδιο 6: Αλγοριθμικά Χρόνια: Από το “Cinematch” στο «Βραβείο Netflix»	69
Επεισόδιο 7: Αγώνες Χρόνου (Μέρος 1ο)	77
Επεισόδιο 8: Αγώνες Χρόνου (Μέρος 2ο)	83
Επεισόδιο 9: Η απεργία του 2007 ως προπομπός του στρίμινγκ	90
Επεισόδιο 10: Ο κυρίαρχος του παιχνιδιού: Το στρίμινγκ ως νέα μηχανική χρόνου	93
Επεισόδιο 11: Δεδομένα και Πλατφόρμες	101
Επεισόδιο 12: Ταγκάρισμα και Εξατομίκευση	106
Επεισόδιο 13: Οι ρίζες και τα όρια του μπίντζινγκ	114
Επεισόδιο 14: Αλληλουχίες στιγμιαίων παρόντων	124
Σεζόν 2: Η οικονομία της προσοχής στην ψηφιακή πλατφόρμα Netflix	
Επεισόδιο 1: Ανακεφαλαίωση (Previously on Netflix)	131
Επεισόδιο 2: Το πρόβλημα του είδους (genre) στο Midnight Mass του Mike Flanagan	135
Επεισόδιο 3: Ομάδες ποπ κουλτούρας στο ελληνικό Facebook και το	

BINTEO ΚΛΑΜΠ ως μελέτη περίπτωσης	141
Επεισόδιο 4: Προσεγγίζοντας μεθοδολογικά την πλατφόρμα: ψηφιακή ιστορία, ψηφιακή εθνογραφία και παρατηρητική συμμετοχή μέσω της αφήγησης	148
Επεισόδιο 5: Γεννηθήτω «BINTEO ΚΛΑΜΠ»: Η μορφή και τα χαρακτηριστικά μιας ψηφιακής κοινότητας	161
Επεισόδιο 6: Το «BINTEO ΚΛΑΜΠ» ως ψηφιακό σώμα εγγραφής χρόνου	173
Επεισόδιο 7: Μονολογώντας μέχρι Θανάτου	183
Επεισόδιο 8: Μονολογικές Μεταπλάσεις	192
Επεισόδιο 9: Γενεαλογίες της Προσοχής	203
Επεισόδιο 10: «Μόνοι μαζί»: θεωρητικές προσεγγίσεις και ψηφιακά παραδείγματα για την παραγωγή αξίας στην οικονομία της προσοχής	207
Επεισόδιο 11: “Are you still watching?”: Η Netflix και η αλγοριθμοποίηση της προσοχής	218
Στα παρασκήνια/ Επιλογικοί αναστοχασμοί	225
Credits/ Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία	228
Credits/ Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία	242

Ευχαριστίες

Οι πρώτες ευχαριστίες ανήκουν δικαιωματικά στους καθηγητές μου. Πρώτα απ' όλα θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Μήτσο Μπιλάλη, επιβλέπων της παρούσας διδακτορικής διατριβής. Η βοήθεια του στο κομμάτι των διορθώσεων, της κατεύθυνσης που πήρε αυτή η δουλειά καθώς και η γενικότερη καθοδήγηση που παρείχε ήταν απαραίτητες. Αυτή όμως είναι η ελάχιστη ευχαριστία που του οφείλω. Ακόμα μεγαλύτερης σημασίας είναι το ευχαριστώ σχετικά με την συνολική επιρροή του προς εμένα. Ο Μήτσος ήταν ο άνθρωπος που κατόρθωσε από την πρώτη μας κιόλας συνάντηση να μου «ανοίξει» το μυαλό σε νέα μονοπάτια, ωθώντας με να σκέφτομαι μη αναμενόμενα. Με έμαθε να παραμένω ταπεινός αναζητώντας νέες ερευνητικές προκλήσεις, μου έδωσε ευκαιρίες να δοκιμάσω τις αντοχές των βιβλιογραφικών αναζητήσεων μου στην πράξη. Από εκείνον κρατάω την καλύτερη συμβουλή για τους ζόρικούς καιρούς όπου το άγχος κυριεύει τον άνθρωπο: «ό,τι και να κάνεις, κάντο με κέφι». Επιπροσθέτως, οφείλω ένα μεγάλο ευχαριστώ και στα υπόλοιπα δυο μέλη της συμβουλευτικής επιτροπής. Οι γόνιμες παρατηρήσεις τους συνέβαλαν στο επιθυμητό τελικό αποτέλεσμα.

Μεταξύ των καθηγητών του τμήματος ΙΑΚΑ, επιθυμώ να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την Ρίτσα Δέλτσου, τον Πολυμέρη Βόγλη και την Ιωάννα Λαλιώτου που με κατεύθυναν μέσω γόνιμων συζητήσεων. Χρωστάω ένα ειδικό ευχαριστώ στην πρώτη μου δασκάλα, την καθηγήτρια Πηνελόπη Παπαηλία. Η Πηνελόπη με βοήθησε με πολλαπλούς τρόπους σε όλη την διάρκεια παραμονής μου στο τμήμα ΙΑΚΑ του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Επειδή η βοήθεια και τον ενδιαφέρον της δεν μπορούν να «μετρηθούν» επακριβώς, θα αναφέρω ένα παράδειγμα που δεν θα ξεχάσω ποτέ και πιστεύω ότι είναι αντιπροσωπευτικό. Όταν φοιτούσα στο διεπιστημονικό μεταπτυχιακό του ΙΑΚΑ το 2017 έγραψα την πρώτη μου εργασία στο τμήμα για το σεμινάριο της. Η εργασία μου ήταν σε αρκετά κακό επίπεδο, πράγμα που η ίδια μου επεσήμανε με σαφήνεια («Νίκο εδώ κάνουμε ανθρωπολογία, δεν γράφουμε ποίηση»). Εκεί που ένας άλλος καθηγητής θα με έστελνε να την ξαναγράψω, η Πηνελόπη έκατσε και μου έδειξε πώς γράφουμε ακαδημαϊκά, τί πρέπει να αποφύγουμε και πώς να βελτιωθούμε. Γιατί, το να πεις σε κάποιον «δεν βλέπεται αυτό που έγραψες» δεν λέει απολύτως τίποτα αν δεν έχεις διάθεση να τον βοηθήσεις ώστε να το κάνει να βλέπεται.

Το δεύτερο κομμάτι ευχαριστιών αφορά στους φίλους και τις φίλες που με στήριξαν στο συγκεκριμένο ακαδημαϊκό ταξίδι. Αρχικά ευχαριστώ τον κόσμο από το πανεπιστήμιο όπως τον Γιώργο Κίσσα, τον Πέτρο Πετρίδη, τον Λέανδρο Κυριακόπουλο, τη Νάνσυ Κατράκη, τον Λάμπρο Γκόντα, τον Τριαντάφυλλο Χατζηδήμου και τον George Mantzios. Ας μου επιτραπεί να ευχαριστήσω λίγο περισσότερο τον Παντελή Προμπονά που βοήθησε ποικιλοτρόπως και καθ' όλη την διάρκεια του ταξιδιού, ιδιαίτερα στις σκοτεινές στιγμές της διαδρομής. Από κοντά και ο αδερφικός μου φίλος Κώστας Φιλιππάκης, χωρίς τις διορθώσεις και το feedback του οποίου δεν θα πετύχαινα αυτό το αποτέλεσμα.. Πολλά ευχαριστώ στους κουμπάρους μου Γιώργο Καλόγηρο και Σοφία Χάντε που ήταν δίπλα μου από την αρχή ως το τέλος της διαδρομής. Το τελευταίο ευχαριστώ που είναι και το πιο μεγάλο (μη νιώθετε άσχημα οι από πάνω, ας προσπαθούσατε περισσότερο -sorry not sorry-) ανήκει στη σύντροφο μου Μαρία Λαγού (και τον σκύλο της, Άρη “Lilakie”) που με στήριξε με όλους τους πιθανούς τρόπους ώστε να μην σταματήσω να παλεύω και με έπιασε από το χέρι όταν το σκοτάδι με τύλιγε και μου έλεγε να συνεχίσω και ότι θα τα καταφέρω. Και τα κατάφερα και τα κατάφερε και εκείνη. Κομμάτι του μεγάλου ευχαριστώ είναι και οι κουμπάροι μου Νίκος Κίσσας και Ειρήνη Παυλιδάκη. Δεν υπάρχουν λόγια για να ευχαριστήσω αυτά τα παιδιά. Από την ψυχολογική στήριξη, στις συζητήσεις για το περιεχόμενο της διατριβής. Από τα ταξίδια τους Αθήνα-Βόλο για να με ακούσουν στις ημερίδες του τμήματος, μέχρι την βοήθεια τους όταν ήμουν έτοιμος να τα παρατήσω. Σε κάθε στροφή και κάθε εμπόδιο που αντιμετώπισα στο συγκεκριμένο ακαδημαϊκό ταξίδι ήταν εκεί με ειλικρίνεια, ανιδιοτέλεια και γνήσια αγάπη προς εμένα.

Το τρίτο και τελευταίο κομμάτι ευχαριστιών αφορά στην οικογένεια μου. Ευχαριστώ τον παππού και την γιαγιά που μοιράζονταν το άγχος μου να τελειώσω την διατριβή. [Συνήθως οι παππούδες και οι γιαγιάδες ρωτάνε πότε θα δουν εγγονάκι – στην περίπτωση μου ρωτούσαν πότε θα δουν κεφαλαιάκι]. Ευχαριστώ την θεία και τα ξαδέρφια μου στην Κέρκυρα που πάντα με είχαν στο μυαλό τους και ένιωθα την δύναμη που μου έστελναν. Ευχαριστώ τη μαμά που αγωνίστηκε χρόνια για να φτάσω ως εδώ και δεν έχασε ούτε ένα δευτερόλεπτο την πίστη της σε μένα. Ευχαριστώ την αδερφή μου που ήταν και είναι πάντα δίπλα μου σε κάθε βήμα, σε κάθε επιτυχία και πολύ περισσότερο σε κάθε αποτυχία. Έτσι μπορώ να πέφτω και να ξανασηκώνομαι πιο ανώδυνα. Τέλος, επειδή τα ευχαριστώ σε αυτή την διατριβή είναι ιεραρχικά, το πιο μεγάλο το φυλάω για τον μπαμπά μου. Όχι επειδή με σπούδασε, με στήριξε, με ώθησε

να πάω πιο ψηλά και ήταν πάντα εκεί. Αλλά επειδή έκανε όλα αυτά δίχως να καταλαβαίνει ακριβώς με τί ασχολούμαι. Το ότι επέλεξε να με εμπιστευτεί, να είναι δίπλα μου αρωγός στο ταξίδι μου στο ελληνικό δημόσιο πανεπιστήμιο δίχως να έχει πλήρη εικόνα του τί κάνω εκεί μέσα, στο τέλος της ημέρας είναι για μένα το μεγαλύτερο καύσιμο.

Εισαγωγή/Trailer

Η πλατφόρμα ως πεδίο έρευνας

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται άνθηση και πολλαπλασιασμός των ψηφιακών πλατφορμών. Οι τεχνολογικές εξελίξεις, οι αλλαγές στις εργασιακές συνθήκες καθώς και η πανδημία της Covid-19 αποτελούν τους βασικούς παράγοντες εδραίωσης των πλατφορμών στο ψηφιακό πεδίο. Πλέον οι ψηφιακές πλατφόρμες αντιπροσωπεύουν ένα αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των ανθρώπων. Εκείνοι στις περισσότερες περιπτώσεις είναι εξοικειωμένοι με αυτές και τις χρησιμοποιούν σε διαφορετικές περιστάσεις. Ο διαρκώς αυξανόμενος αριθμός χρηστών σε συνδυασμό με την εντατική χρήση από πλευράς τους οδηγούν στο «φαινόμενο δικτύου» (network effect). «Όσο περισσότεροι είναι οι χρήστες μιας πλατφόρμας τόσο πιο πολύτιμη γίνεται αυτή για οποιονδήποτε άλλον» (Srnicek, 2024: 60). Η πλατφόρμα επιτείνει το άγχος αδυναμίας συμμετοχής του υποκειμένου και λαμβάνει την διάσταση του επείγοντος. Οφείλουμε να είμαστε κι εμείς κομμάτι της.

Οι ψηφιακές πλατφόρμες αντιπροσωπεύουν «ψηφιακές υποδομές που δίνουν τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης μεταξύ δύο ή περισσότερων ομάδων» (Srnicek, 2024: 58). Οι ψηφιακές πλατφόρμες χωρίζονται σε διαφορετικές κατηγορίες. Άλλες αφορούν στην ικανοποίηση αναγκών εργασίας, άλλες στοχεύουν στην εξυπηρέτηση της επικοινωνίας και άλλες αντιπροσωπεύουν το πεδίο της ψυχαγωγίας. Στην έρευνά μας θα ασχοληθούμε αποκλειστικά με τις πλατφόρμες ψυχαγωγίας. Η διασκέδαση στην μετά-Covid εποχή έχει μετατοπιστεί εν πολλοίς στο ψηφιακό πεδίο. Η κρίση των αιθουσών κινηματογράφου, οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν τα παραδοσιακά κινηματογραφικά στούντιο σε συνδυασμό με την έκρηξη των ψηφιακών πλατφορμών όπως οι Netflix, Amazon Prime Video, AppleTV, HBO MAX κ.α. οδηγούν σε ένα παρόν οικιακής ψυχαγωγίας άμεσα εξαρτημένο από τις δυνατότητες των πλατφορμών. Ολοένα και περισσότερος κόσμος αντικαθιστά την επίσκεψη στον κινηματογράφο με την παρακολούθηση ταινιών στην τηλεόραση μέσω μιας πλατφόρμας. Η οικιακή ψυχαγωγία καθίσταται ιδιαίτερα δημοφιλής στις μέρες μας. Αυτό δεν είναι αποκλειστικό φαινόμενο των αμερικανικών ψυχαγωγικών συνηθειών. Στην Ευρώπη παρατηρείται ανάλογη έμφαση στις ψηφιακές πλατφόρμες. Κατ' επέκταση η Ελλάδα

είναι μια χώρα όπου δεν εξαιρείται από τα παραπάνω. Οι ψηφιακές πλατφόρμες οικιακής ψυχαγωγίας κατέχουν ένα ισχυρό αποτύπωμα στην ελληνική ψυχαγωγία.

Από την μία οι δημοφιλείς ψηφιακές πλατφόρμες που επεκτείνονται σε παγκόσμιο επίπεδο, είναι διαθέσιμες στην χώρα μας. Κάποιες όπως η Netflix είναι διαθέσιμες με άμεσο τρόπο. Ο χρήστης δημιουργεί έναν λογαριασμό μέσω του διαδικτύου, πληρώνει το απαιτούμενο μηνιαίο ποσό και απολαμβάνει το περιεχόμενο της πλατφόρμας ψηφιακά σε οποιαδήποτε συσκευή αναπαραγωγής επιθυμεί. Άλλες πλατφόρμες όπως η HBO MAX είναι διαθέσιμες με έμμεσο τρόπο. Τα δικαιώματα της πλατφόρμας στην Ελλάδα ανήκουν στην εταιρεία τηλεπικοινωνίας Vodafone. Ο μόνος (νόμιμος) τρόπος για να παρακολουθήσει κανείς HBO MAX στην Ελλάδα είναι να αποκτήσει συνδρομή στο Vodafone Tv.

Από την άλλη, παρατηρείται μια εγχώρια άνθηση του φαινομένου των ψηφιακών πλατφορμών οικιακής ψυχαγωγίας. Το παράδειγμα του Cinobo¹ είναι χαρακτηριστικό. Δημιουργήθηκε τον Μάρτιο του 2020 με γνώμονα το ερώτημα «πώς θα μπορούσε η ενθουσιώδης αγάπη για το σινεμά να μετατραπεί σε μία streaming πλατφόρμα²». Επιπροσθέτως, το Ertflix, η ψηφιακή πλατφόρμα της ΕΡΤ συμπληρώνει πέντε χρόνια διαδικτυακής παρουσίας. Σε αντίθεση με το Cinobo, το Ertflix είναι διαθέσιμο δωρεάν. Μέσω αυτού μπορεί κανείς να παρακολουθήσει την ζωντανή ροή των καναλιών της ΕΡΤ καθώς και ταινίες ή σειρές που βρίσκονται για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα στην πλατφόρμα.

Η εδραίωση της ψηφιακής πλατφόρμας σε παγκόσμιο και τοπικό επίπεδο είναι μια βασική ψηφίδα στο μωσαϊκό της διδακτορικής διατριβής μας. Η πλατφόρμα θα αποτελέσει κομβική έννοια της συγκεκριμένης έρευνας. Πιο συγκεκριμένα, θα μας απασχολήσει το παράδειγμα δυο πλατφορμών: Netflix και Facebook. Η καθεμιά έχει το δικό της κεφάλαιο³, σε καθένα από τα οποία η προσέγγιση διαφέρει. Η εστίαση στην περίπτωση της Netflix είναι ισχυρότερη απ' ό,τι στην αντίστοιχη της Facebook. Μαθαίνουμε την εταιρική ιστορία της Netflix, εντοπίζουμε τις μεταβάσεις στην αλλαγή του χαρακτήρα της, επικεντρωνόμαστε στις αλγοριθμικές μεταβολές και δίνουμε βάση σε μια εφ' όλης της ύλης παρουσίαση της. Δεν συμβαίνει το ίδιο με την Facebook, την

¹ Cinobo σημαίνει Cinema No Borders. <https://cinobo.com/about> (τελευταία πρόσβαση 10/06/2025).

² <https://cinobo.com/about> (τελευταία πρόσβαση 10/06/2025).

³ Η εναλλακτικά, την δική της σεζόν. Η διάρθρωση της διδακτορικής διατριβής με όρους τηλεοπτικής σειράς εξηγείται σε επόμενο κομμάτι της εισαγωγής/του τρέιλερ.

οποία αντιμετωπίζουμε ως μια δυναμική πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης που φιλοξενεί κοινότητες με ισχυρό αποτύπωμα στον ψηφιακό χώρο.

Η έρευνα μας έχει ως κεντρική στοχοθεσία την ενασχόληση με τις προσλήψεις του χρόνου στην πλατφόρμα. Η εκκίνηση, το ερέθισμα, η σπίθα είναι το περιεχόμενο της Netflix και ιδιαίτερα οι σειρές του Mike Flanagan. Ο θεατής/χρήστης των συγκεκριμένων σειρών κατέχει μια ξεχωριστή αντίληψη σχετικά με τον χρόνο των διαδικασιών στο ψηφιακό πλαίσιο που δημιουργείται από την αλληλεπίδραση με την πλατφόρμα. Η έκφραση του βιώματος του χρόνου συντελείται στην κοινότητα της Facebook. Ο χρήστης πρώτα θα παρακολουθήσει την σειρά στη Netflix και ύστερα θα μεταφερθεί στη Facebook όπου θα σχολιάσει για την πρώτη στην κοινότητα ποπ κουλτούρας της οποίας είναι μέλος. Η εξιστόρηση της αντίληψης για τον χρόνο που γεννούν οι λειτουργίες μιας πλατφόρμας μεταφέρεται και κοινωνείται σε μια άλλη. Η πλατφορμική διαδρομή είναι μιας κατεύθυνσης: από τη Netflix στην Facebook. Γι' αυτό τον λόγο, παρόλο που η δράση είναι διαπλατφορμική, η έμφαση δίνεται στη Netflix. Το πεδίο που διαμορφώνεται η αντίληψη για το χρόνο είναι η Netflix. Το πεδίο έκφρασης της αντίληψης είναι η Facebook.

Έχοντας ήδη δώσει μια πρώτη εικόνα για το πεδίο έρευνας, θα επιχειρήσουμε να συζητήσουμε το δυσκολότερο κομμάτι που αντιμετωπίσαμε. Σε ποια επιστημονική περιοχή εγγράφεται αυτή η μελέτη; Τι είδους αναλυτικά εργαλεία χρησιμοποιεί ώστε να προσεγγίσει τις αισθήσεις χρόνου στη γέννηση της πλατφόρμας;

Πεδίο εγγραφής της μελέτης και πώς τοποθετείται η έρευνα σε αυτό

Η συγκεκριμένη έρευνα εγγράφεται στον διεπιστημονικό χώρο της ψηφιακής ιστορίας, των σπουδών των νέων μέσων και της ψηφιακής ανθρωπολογίας. Επιχειρεί να εμβαθύνει στην μελέτη της ψηφιακής πλατφόρμας αντλώντας στοιχεία από τις παραπάνω ακαδημαϊκές πειθαρχίες. Συχνά, τα προαναφερθέντα στοιχεία διαπλέκονται. Για να φέρουμε σε πέρας το παραπάνω, επιχειρήσαμε να ακολουθήσουμε μια βασική υπόθεση εργασίας: ο τρόπος για να μελετήσει κανείς την πλατφόρμα περνά μέσα από τις έννοιες του χρόνου και της προσοχής. Η μελέτη μας εγγράφεται στον άξονα της οικονομίας της προσοχής και των θεωριών για το χρόνο στο ψηφιακό. Αφήνοντας το κομμάτι της προσοχής για την δεύτερη σεζόν της διδακτορικής διατριβής μας, προχωράμε σε απαραίτητες διευκρινήσεις και πλαισιώσεις σχετικά με την έννοια του χρόνου στο ψηφιακό. Σε ποιο χρόνο αναφερόμαστε;

Πριν εστιάσουμε σε μια ανάλυση για το χρόνο στο ψηφιακό θα προβούμε σε μια επισκόπηση που αφορά στην οπτική της ιστοριογραφίας πάνω στο ζήτημα του χρόνου. Εξάλλου, είναι διαδεδομένο από τους ιστορικούς ότι ο χρόνος αποτελεί το πιο βασικό και αναγκαίο συστατικό της ιστοριογραφίας. Ο Μαρκ Μπλοχ αποκαλεί την ιστορία ως την «επιστήμη των ανθρώπων στον χρόνο» (Bloch, 1992). Στο ίδιο μήκος κύματος ο Ζακ Λε Γκοφ χαρακτηρίζει τον χρόνο ως το «θεμελιώδες υλικό» των ιστορικών (Le Goff, 1992). Η βαρύτητα του χρόνου είναι πρόδηλη στις ιστοριογραφικές αναζητήσεις. Θεωρείται υπό μία έννοια ως κινητήρια δύναμη για την παραγωγή νοήματος στο πλαίσιο παρόντος-παρελθόντος-μέλλοντος. Η οπτική για το χρόνο που γειώνεται στο προαναφερθέν τρίπτυχο δίνει ιδιαίτερη έμφαση στο μέλλον. Δεν εστιάζει αποκλειστικά στο μέλλον. Περισσότερο το τοποθετεί στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Άλλωστε ιστοριογραφικά έχουν δειχθεί διαφορετικοί τρόποι συναρμογής παρόντος-παρελθόντος-μέλλοντος στη διάρκεια των τελευταίων δύο αιώνων. Η προσήλωση μάλιστα στο μέλλον δεν αποδίδεται αποκλειστικά στη νεωτερικότητα. Για παράδειγμα, η κυριαρχία της εσχατολογικής προσέγγισης της Ιστορίας από την ύστερη αρχαιότητα έως και τον 18ο τουλάχιστον αιώνα μαρτυρά κάτι τέτοιο. Συμπερασματικά, η στοχοθεσία ενός σεβαστού τμήματος της ιστοριογραφικής παραγωγής τους τελευταίους δυο αιώνες έχει στο επίκεντρο το μέλλον. Το μέλλον αποτελεί το κεντρικό αναλυτικό εργαλείο προσέγγισης της ιστορικής εμπειρίας. Παράλληλα, η έμφαση στο

μέλλον παρατηρείται και στον ευρύτερο χώρο των ανθρωπιστικών επιστημών που ασχολούνται με τον χρόνο. Για παράδειγμα, η Barbara Adam στην επανέκδοση “Time and Social Theory” (2013) προβαίνει σε μια κοινωνιολογική ανάλυση διαφορετικών αντιλήψεων για το χρόνο (γραμμικός, κυκλικός, συμπιεσμένος) και πώς σχετίζονται με τη νεωτερικότητα, τον καπιταλισμό και την τεχνολογία. Επιπροσθέτως, η κοινωνιολόγος της επιστήμης Helga Nowotny στην επανέκδοση “Time: The Modern and Postmodern Experience” (2018) εξετάζει τον υποκειμενικό και αντικειμενικό χρόνο στις σύγχρονες νεωτερικές κοινωνίες, ιδιαίτερα το πώς οι τεχνολογικές εξελίξεις αναδιαμορφώνουν την χρονική εμπειρία.

Επιστρέφοντας στο κομμάτι της ιστοριογραφικής παραγωγής θα διαπιστώσουμε ότι τις τελευταίες δεκαετίες η πρωτοκαθεδρία του μέλλοντος στην προσέγγιση της ιστορικής εμπειρίας τίθεται υπό αμφισβήτηση. Για την ακρίβεια σημειώνεται μια μετάβαση από το μέλλον ως κέντρο αφήγησης και ενδιαφέροντος, στο παρόν. Η στροφή στην προτεραιότητα του παρόντος ξεκινά από τις αρχές του 20ου αιώνα και αποκτά μεγαλύτερη ένταση τις τελευταίες δεκαετίες. «Ο προσανατολισμός έχει μετατοπιστεί κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών, με το μέλλον να εγκαταλείπει σαφώς τη θέση του ως κύριου εργαλείου ερμηνείας της ιστορικής εμπειρίας και να δίνει τη θέση του σε ένα καθεστώς προσανατολισμένο στο παρόν, το οποίο ο Hartog ονομάζει «παροντισμό»» (Tamm & Olivier, 2019: 1). Πριν επικεντρώσουμε την προσοχή μας στον Hartog ας αναρωτηθούμε σχετικά με την προαναφερθείσα μετατόπιση. Για ποιο λόγο το παρόν αποκτά κεντρικό ρόλο στην ανάλυση, αφήνοντας σε δεύτερη μοίρα το μέλλον και το παρελθόν; «Η επιστημονικότητα έγινε μια νέα πηγή κύρους για τα μεγάλα ιδεολογικά και πολιτικά προγράμματα του 20^{ου} αι., στα οποία η κοινωνία εκλαμβάνονταν ως ένας μηχανισμός που μπορούσε να ρυθμιστεί “επιστημονικά”. Αυτή η αντίληψη εγκαθίδρυσε την κυριαρχία του παρόντος πάνω στο παρελθόν. Οι αξίες, οι προσδοκίες και οι προτεραιότητες του παρόντος, πραγματικές ή υποτιθέμενες, κυριάρχησαν σε ό,τι εθεωρείτο κατάλοιπο και ιστόρηση του παρελθόντος που έπρεπε να παραμεριστεί» (Λιάκος, 2007:202). Η ιστοριογραφική παραγωγή έχει ως προτεραιότητα την πραγματικότητα του παρόντος στην οποία το παρελθόν υπάρχει ως κομμάτι και το μέλλον ως υπόσχεση. Με αυτόν τον τρόπο χάνουν έδαφος οι μέχρι πρότινος επικρατούσες θεωρήσεις περί γραμμικής αντίληψης του χρόνου. Οι πολλαπλοί χρόνοι διαδέχονται ο ένας τον άλλον, δημιουργώντας ένα πλέγμα μεταβάσεων και αλληλουχιών.

Επιπροσθέτως, η βασική αλλαγή στο σκεπτικό που κυριαρχούσε για χρόνια σχετικά με το παρόν είναι ότι παύει να αντιμετωπίζεται ως το Καθαρήριο, ως ένας ενδιάμεσος χώρος που αντικατοπτρίζει την προσωρινότητα. «Το παρόν έχει πάψει να θεωρείται ως μια μεταβατική κατάσταση από αυτό που υπήρξε σε αυτό που δεν υπήρξε ακόμη. Το παρελθόν και το μέλλον δεν υπάρχουν ως ξεχωριστές κατηγορίες, αλλά είναι πάντα προβολές συγκεκριμένων παρόντων, υπάρχουν ως εμμενείς τρόποι του ίδιου του παρόντος» (Tamm & Olivier, 2019: 2). Για να φτάσουμε σε αυτό το σημείο χρειάστηκε η ιστοριογραφία να έρθει αντιμέτωπη με τα αυτονόητα. «Ο Koselleck, αρκετοί ιστορικοί - ιδιαίτερα οι Lucian Hölscher, François Hartog και Peter Fritzsche - έχουν αρχίσει να ιστορικοποιούν χρονικές αντιλήψεις που προηγουμένως θεωρούνταν δεδομένες» (Bevernage & Lorenz, 2013: 8).

Ένας από εκείνους που αναμετρήθηκαν με τα αυτονόητα ήταν ο François Hartog. Στο έργο του «Καθεστώτα Ιστορικότητας: παροντισμός και εμπειρίες του χρόνου» (2014) επιχειρεί να συζητήσει μορφές χρονικής εμπειρίας και να εστιάσει στην αντίληψη του ανθρώπου για την θέση του μέσα στο χρόνο και τους τρόπους με τους οποίους η συγκεκριμένη αντίληψη μεταβάλλεται. Τον ενδιαφέρουν οι αισθήσεις του ανθρώπου που γειώνονται στο τρίπτυχο παρόν-παρελθόν-μέλλον. Μέσω της παραδοχής για αυτό που αναφέρει ως «κρίση του παρόντος» ο Hartog συζητά την εμπειρία του χρόνου μέσα από «καθεστώτα ιστορικότητας» και προχωρά σε μια ιστορικοποίηση του ίδιου του χρόνου. Για τον συγγραφέα η επικράτηση του διευρυμένου παρόντος σε βάρος του παρελθόντος και του μέλλοντος είναι εκείνο που θα ονομάσει ως «παροντισμός». Κοντολογίς, υποστηρίζει ότι δύσκολα ο άνθρωπος φαντάζεται οποιοδήποτε μέλλον επειδή έχει εξαλειφθεί από το φαντασιακό του η ιδέα της προοπτικής. Για τον Hartog το παρόν είναι ο μοναδικός ορίζοντας.

Σε συνομιλία με τον Hartog βρίσκεται η Aleida Assmann με το έργο “Is time out of joint?: On the rise and fall of the modern time regime” (2020). Εκεί αποπειράται να συζητήσει την πτώση του «καθεστώτος χρόνου της νεωτερικότητας». Η θεωρητικός της πολιτισμικής μνήμης βάζει στο επίκεντρο του έργου της την σχέση του ανθρώπου με το παρελθόν και το μέλλον, κινείται από τη νοσταλγία για το παλιό στο άγχος για το καινούριο και αναρωτιέται σχετικά με τους τρόπους διαφυγής από το αδιέξοδο του σύγχρονου καθεστώτος χρονικότητας.

Τι συμβαίνει όταν η συζήτηση για το χρόνο μετατοπίζεται στο ψηφιακό πεδίο; Ένας βιβλιογραφικός άξονας που ξεφεύγει από τα σαφή όρια της ιστοριογραφικής παραγωγής επιχειρεί να αναρωτηθεί σχετικά με τον χρόνο στο πλαίσιο φυσικού-ψηφιακού χώρου. Επί παραδείγματι, το άρθρο του Kingsley Dennis “Time in the age of complexity” (2007) εξετάζει τις σχέσεις φυσικού και πραγματικού χώρου μέσω των θεωριών για την εντατικοποίηση του χρόνου. Στο ίδιο πνεύμα διερώτησης βρίσκεται το άρθρο του κοινωνικού ανθρωπολόγου Michel S. Laguerre “Virtual Time: The Processuality of the Cyberweek” (2005). Εκεί εστιάζει στη σύγκριση φυσικού και ψηφιακού χρόνου, δίνοντας έμφαση στην αλληλεπίδραση των διαφορετικών μορφών χρόνου μέσω της κατάργησης των συμβατικών ορίων που υπάρχουν μεταξύ τους. Νωρίτερα, ο Sean Cubitt στο “Cybertime: Ontologies of digital perception” (2000) στρέφει την συζήτηση από τον χώρο ως μέσο στην ψηφιακή κουλτούρα, στον χρόνο. Υποστηρίζει ότι η χρονικότητα έχει γίνει πρώτη ύλη για την ψηφιακή παραγωγή και τονίζει την δυνατότητα της να ωθεί σε νέα ανοίγματα δημιουργικότητας στα νέα μέσα. Την ίδια χρονιά η ιστοριογραφική παραγωγή βάζει το λιθαράκι της στην συζήτηση για τον χρόνο μέσω μιας αναστοχαστικής οπτικής. Το παράδειγμα του έργου του Dipesh Chakrabarty “Provincializing Europe : Postcolonial Thought and Historical Difference” (2000) εκκινεί από τις μετααποικιακές σπουδές καθώς και τις subaltern studies. Στον πυρήνα του καταπιάνεται με το τί σημαίνει το να λογίζεται η Ευρώπη ως τόπος γέννησης της νεωτερικότητας και κατ’ επέκταση αφετηρία μετάβασης του καπιταλισμού στον τρίτο κόσμο. Σε ένα δεύτερο επίπεδο επικεντρώνεται στην έννοια του Δυτικού χρόνου (western time) ως φαντασική νόηση για τον ιστορικό χρόνο. Ο Ινδός ιστορικός υποστηρίζει ότι διαφορετικές κοινωνίες βιώνουν τον χρόνο διαφορετικά και ότι η γραμμική, προοδευτική άποψη του χρόνου που συχνά συνδέεται με τη δυτική νεωτερικότητα δεν είναι καθολικά εφαρμόσιμη. Κατά συνέπεια, καλεί τον αναγνώστη να ξανασκεφτεί την θέση του στον κόσμο και την σχέση του με τον χρόνο. Τέλος η ιστορικός Lisa Gitelman στο “Always already new: Media, history, and the data of culture” (2008) εκκινεί από την οπτική του Ιστορικού Υλισμού για να συζητήσει τον ψηφιακό χρόνο και την επαναλαμβανόμενη παρουσία του στις πλατφόρμες των μέσων.

Στη συνέχεια, ο διάλογος που επιχειρούμε με τις κριτικές ψηφιακές σπουδές και την ψηφιακή ιστορία/ψηφιακή ανθρωπολογία θα εστιάσει σε έργα που έχουν μεγαλύτερη χρονική εγγύτητα με το σήμερα. Αρχικά η Sarah Sharma στο έργο της “In the

meantime: Temporality and cultural politics” (2014) πραγματοποιεί μια εθνογραφική και θεωρητική έρευνα των πολιτικών του χρόνου στο ψηφιακό και την οικονομία των υπηρεσιών (service economy). Επίσης εστιάζει στην ασύγχρονη εργασία και το φαινόμενο «εκτός χρόνου» (“off time”). Ύστερα, η Judy Wajcman στο “Pressed for time: The acceleration of life in digital capitalism” (2020) ασκεί κριτική στο αφήγημα της τεχνολογικής εξέλιξης και αντ’ αυτού εξερευνά πώς ο ψηφιακός χρόνος διαμορφώνεται ξανά, όχι απλά επιταχύνεται. Επίσης, ο Mark Hansen στο “Feed-forward: On the future of twenty-first-century media” (2015) ασχολείται με την προσωρινότητα και τον τρόπο όπου τα σύγχρονα μέσα λειτουργούν προληπτικά για το μέλλον. Στη συνέχεια οι Plantin, Lagoze, Edwards, Sandvig στο άρθρο “Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook” (2018) σκέφτονται το χρόνο στο επίπεδο της υποδομής και της πλατφόρμας. Στην ίδια γραμμή, η Tiziana Terranova στο “Network culture: politics for the information age” (2004) παρουσιάζει, μεταξύ άλλων, την ιδέα του «μαλακού χρόνου» (“soft time”) στις κουλτούρες του διαδικτύου. Τέλος, ο Jonathan Crary στο “24/7: Late capitalism and the ends of sleep” (2013) επιχειρεί να ανιχνεύσει τα όρια του ιδιωτικού χρόνου και τον αντίκτυπο του ύστερου καπιταλισμού στη διαδικασία του ύπνου. Υποστηρίζει ότι ο ύπνος είναι μη παραγωγικός χρόνος τον οποίο ο καπιταλισμός επιχειρεί να ελέγξει και προσπαθεί να συζητήσει τρόπους διαφύλαξης εκ μέρους της κοινωνίας αυτής της ιδιωτικής και ευάλωτης κατάστασης.

Τα παραπάνω διαμορφώνουν ένα ευρύ διεπιστημονικό πεδίο στο οποίο ο χρόνος τοποθετείται στο κέντρο του ενδιαφέροντος. Η παρούσα διδακτορική διατριβή στοχεύει σε πρώτο επίπεδο να εγκαθιδρύσει ένα διάλογο με τις κριτικές ψηφιακές σπουδές και σε δεύτερο επίπεδο να τοποθετήσει το δικό της λιθαράκι στο να ενταθούν τέτοιου είδους έρευνες στην Ελλάδα. Η οπτική που θα ακολουθήσουμε συνομιλεί με τον «παροντισμό» του Hartog με την βασική υποσημείωση ότι η έμφαση που θα δώσουμε δεν αφορά τόσο σε ένα διευρυμένο παρόν που καλύπτει τα πάντα αλλά περισσότερο σε αλληλουχίες στιγμών που δημιουργούν ένα πολυχρονικό παρόν.

Η βασική υπόθεση εργασίας της συγκεκριμένης έρευνας είναι ότι οι αισθήσεις για τον χρόνο στην πλατφόρμα γεννιούνται από την συνύπαρξη διαφορετικών χρόνων και στιγμών. Ο φιλόσοφος Brian Massumi στο “Parables for the virtual: Movement, affect, sensation” (2021) αναφέρεται στην πολυχρονικότητα ως μια μη γραμμική, πολλαπλή εμπειρία του χρόνου που είναι βιωματική, καταργεί το τρίπτυχο παρελθόν-παρόν-

μέλλον και αποτελείται από ετερόκλητα χρονικά επίπεδα. Η πολυχρονικότητα σύμφωνα με τον Massumi δεν αφορά αποκλειστικά πολλούς χρόνους αλλά αντικατοπτρίζει πολλαπλές διάρκειες, μοτίβα, ρυθμούς και δυνατότητες.

Η ιστορικός Victoria Fareld επιχειρεί να συνδέσει την πολυχρονικότητα με το παρόν. «Πλαισιώνοντας το παρόν ως πολυχρονικό (και όχι ομόχρονο), μπορούμε να ξεκινήσουμε να εξετάζουμε την έννοια της πολυχρονικότητας ως δομικού χαρακτηριστικού της ιστοριογραφίας» (Fareld, 2022: 32). Η Fareld απορρίπτοντας την γραμμικότητα του χρόνου, εισάγει την ιδέα της πολλαπλής συνύπαρξης παρελθόντων στο παρόν. Τα παρελθοντικά βιώματα και οι μνήμες αναβιώνουν στο παρόν και δημιουργούν μια κοινωνική κατασκευή του χρόνου αποτελούμενη από συγχρονικές ιστορίες και όχι ομόχρονες. Οι χρόνοι είναι πολλαπλοί και όχι όμοιοι.

Σε παρόμοιο μήκος κύματος βρίσκεται ο ανθρωπογεωγράφος Nigel Thrift στο έργο του “Non-representational theory: Space, politics, affect” (2008). Η διαφορά έγκειται στο ότι δεν αναφέρεται ρητά στον όρο «πολυχρονικό» αν και τον υπονοεί. Για τον Thrift ο χρόνος δεν αποτελεί μια αφηρημένη έννοια. Τουναντίον αντιπροσωπεύει κάτι πρακτικό και καθορίσιμο. Οι πρακτικές, οι σχέσεις και τα δίκτυα κοινωνικών δομών δημιουργούν ένα διαδραστικό/πολυδιάστατο χρόνο στο παρόν. Και σε αυτή την περίπτωση η συγκρότηση του χρόνου αφορά συνάψεις, συζεύξεις και ενώσεις βιωμάτων, αισθήσεων και καθημερινών πρακτικών. Στο έργο του ο χρόνος παύει να εκφέρεται στον ενικό αριθμό.

Η πολυχρονικότητα θα μας απασχολήσει ως ένα εκ των βασικών χαρακτηριστικών της ψηφιακής πλατφόρμας. Το παρόν της ψηφιακής πλατφόρμας είναι πολυχρονικό. Όπως θα δούμε στο κύριο κομμάτι της έρευνας, οι πολλαπλές αισθήσεις χρόνου που παράγονται αλληλεπιδρούν διαπλασματικά με διαφορετικές διάρκειες και εντάσεις. Ο χρήστης που παρακολούθησε μια σειρά στη Netflix και μεταφέρθηκε στη Facebook για να την σχολιάσει διαφέρει από τους υπόλοιπους που ακολούθησαν την ίδια διαδικασία. Η διαφορά έγκειται στον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεται και προσλαμβάνει το χρόνο. Ομοίως, η Netflix είναι δείγμα εταιρείας που διαφέρει σε σχέση με άλλες πλατφόρμες και πρωτοπορεί. Η καινοτομία εντοπίζεται στο ότι επιχειρεί να τιθασεύσει τον χρόνο δημιουργώντας ένα ψηφιδωτό αλγοριθμικής πολυχρονικότητας. Στη συνέχεια της έρευνας θα ξετυλίξουμε με λεπτομέρεια και παραδείγματα τα πολυχρονικά παρόντα των ψηφιακών πλατφορμών.

Γραφή

Η γραφή της συγκεκριμένης διδακτορικής διατριβής χαρακτηρίζεται από υβριδικότητα. Αντανakλά τα ετερόκλητα πεδία, τις προσλαμβάνουσες του ερευνητή, παντρεύει την ακαδημαϊκότητα με το ποπ, επιχειρεί κάτι που ήταν βασικό για αυτή την δουλειά αλλά στην πορεία ξεχάστηκε: να διανοίξει ένα πεδίο συνάντησης αναγνωστών εντός και εκτός ακαδημίας. Το κυρίαρχο μέλημα είναι να αποτελεί κομμάτι της εγχώριας ακαδημαϊκής συζήτησης φέρνοντας στο προσκήνιο ένα διάλογο σχετικά με την πλατφόρμα που υπολείπεται σε ένταση και συχνότητα στην χώρα μας. Σε δεύτερο επίπεδο στοχεύει στο να ξεπεράσει τα σύνορα της ακαδημίας και να είναι σε θέση να διαβαστεί από ανθρώπους που δεν έχουν σχέση με τις ψηφιακές ανθρωπιστικές επιστήμες. Μια διατριβή που έχει στον πυρήνα της το ποπ, έχει σαν χρέος της το να μπορεί να απευθυνθεί σε αυτό. Ο κόσμος που ασχολείται με την ποπ κουλτούρα, τα μέλη των ψηφιακών κοινοτήτων του διαδικτύου, οι συνδρομητές της Netflix που συμμετέχουν ενεργά σε συζητήσεις για το περιεχόμενο της πλατφόρμας είναι κομμάτι της διδακτορικής διατριβής μας με ενεργητικό πρόσημο. Επιθυμούμε να αποφύγουμε την παθητικού τύπου οπτική σύμφωνα με την οποία τα παραπάνω άτομα «μελετήθηκαν». Το μέλος του BINTEO ΚΛΑΜΠ που σχολιάζει τις σειρές του Flanagan αποτελεί κομμάτι της έρευνας που στο τέλος θα είναι σε θέση να διαβάσει τα αποτελέσματα αυτής και να αναστοχαστεί. Επιπροσθέτως, το εγχείρημα μας ενθαρρύνει την αλληλεπίδραση των χώρων γνώσης και ενδιαφέροντος εντός και εκτός πανεπιστημίου. Η ακαδημία ενδέχεται να είναι σε αρκετές περιπτώσεις ένας περικλειστος χώρος γνώσης και έρευνας που δύσκολα επιχειρεί ανοίγματα σε ανοίκειους χώρους. Τουναντίον, τα τελευταία χρόνια το πεδίο της ποπ κουλτούρας παρουσιάζει συχνότερη αλληλεπίδραση με τον ακαδημαϊκό χώρο. Μια εξαίρεση στα ανοίγματα εκ μέρους της ακαδημίας και ταυτόχρονα ένα πρόσφατο χαρακτηριστικό παράδειγμα γόνιμης αλληλεπίδρασης ετερόκλητων χώρων είναι ο συλλογικός τόμος «Black Mirror: ο μαύρος καθρέφτης της ψηφιακότητας» (2022) σε επιμέλεια της Δέσποινας Καταπότη. Εδώ επιχειρείται μια προσέγγιση των πτυχών του φαινομένου της ψηφιακότητας μέσω της δημοφιλούς βρετανικής σειράς. Τα άτομα που γράφουν στον τόμο προέρχονται από τον ακαδημαϊκό, τον δημοσιογραφικό και τον καλλιτεχνικό χώρο. Στο ίδιο μήκος κύματος η διδακτορική διατριβή μας επιχειρεί να δομήσει συνάψεις μεταξύ ατόμων, κοινοτήτων, πεδίων και χώρων που βρίσκονται

εγγύτερα από όσο ενδέχεται να πιστεύουν. Γι' αυτό τον λόγο ο χαρακτήρας της γραφής είναι υβριδικός ενώ την ίδια στιγμή λειτουργεί συγκολλητικά, επιχειρώντας να συνενώσει διαφορετικούς χώρους.

Θα μπορούσε να γίνει διαφορετικά; Το παραπάνω ερώτημα ταλανίζει για καιρό τον γράφοντα. Αν υποθέσουμε ότι αφαιρούνταν από την εξίσωση το ποπ χαρακτηριστικό και η στοχοθεσία συνένωσης ετερόκλητων πεδίων, κατά πόσο θα παρατηρούσαμε σημαντικές αλλαγές στον τρόπο γραφής; Η ειλικρινής απάντηση είναι ότι οι διαφορές που θα εντόπιζε το προσεκτικό μάτι του αναγνώστη θα ήταν ελάχιστες. Επεξηγηματικά, η γραφή έχει αυτό το ύφος επειδή επιχειρεί να δημιουργήσει έναν τόπο συνάντησης αναγνωστών εντός και εκτός ακαδημαϊκού πλαισίου. Δεν είναι, ωστόσο, μονάχα αυτό. Η γραφή δημιουργήθηκε από το ύφος των πεδίων και όπως προαναφέραμε, από τις προσλαμβάνουσες του ερευνητή. Άρα, δεν έχει μόνο αυτή την μορφή εξαιτίας της στόχευσης για σύναψη υβριδικών πεδίων αλλά επειδή τα ίδια τα πεδία την συνδιαμόρφωσαν. Στην περίπτωση μου, ακόμα και αν δεν είχα ως στόχο να απευθυνθώ σε άτομα εκτός ακαδημίας, το ποπ στοιχείο θα ήταν ευδιάκριτο στην γραφή. Αυτό συμβαίνει για δυο λόγους. Σε πρώτο επίπεδο η ταυτότητα του υποψηφίου διδάκτορα είναι διττή. Είμαι ακαδημαϊκός ερευνητής και φαν της ποπ κουλτούρας, της οποίας καταναλώνω τα προϊόντα με αδηφάγα διάθεση. Επεξηγώ στην δεύτερη σεζόν⁴ της διδακτορικής διατριβής την σχέση μου με το ποπ, τις ψηφιακές κοινότητες γύρω από την ποπ κουλτούρα όπου είμαι μέλος και τους τρόπους με τους οποίους τα παραπάνω επηρεάζουν την έρευνα. Η ταυτότητα του γράφοντα ήταν για καιρό η κερκόπορτα της συγκεκριμένης έρευνας. Πως θα μελετήσω όλα αυτά από τη στιγμή που συμμετέχω; Πως θα γράψω για μια κοινότητα της οποίας είμαι ενεργό μέλος; Τι ύφος πρέπει να έχει το κείμενο; Αν μεθοδολογικά βρήκα την απάντηση μέσω της επιστήμης της ψηφιακής ανθρωπολογίας και της παρατηρητικής συμμετοχής, στο επίπεδο της γραφής η ξεκάθαρη απάντηση αγνοείται. Εκεί δεν είναι απολύτως σαφής ο τρόπος ανάπτυξης του γραπτού κειμένου. Τι συνιστά δημιουργία ακαδημαϊκού κειμένου και τι ποπ κειμένου; Ποια είναι τα όρια του ενός και ποια του άλλου; Σε ποιο βαθμό μπορούν να αλληλεπιδράσουν και πως πετυχαίνει κανείς την επιθυμητή

⁴ Στο επόμενο κομμάτι της εισαγωγής που αναφερόμαστε στη διάρθρωση της διδακτορικής διατριβής, αναλύουμε την απόφαση να μετατοπιστούμε από κεφάλαια και υποκεφάλαια σε σεζόν και επεισόδια.

ισορροπία⁵; Τέτοιου είδους ερωτήματα με βασάνιζαν για καιρό. Περίπου στον τρίτο χρόνο εκπόνησης της διδακτορικής διατριβής αποφάσισα να αναμετρηθώ μια και καλή με αυτά. Για να έχει νόημα μια τέτοια πάλη γύρω από την γραφή και να έχει η ίδια η γραφή νόημα στο τέλος, έπρεπε να σκύψω πάνω από το πρόβλημα ταυτότητας.

Το βασικό αγκάθι στην εργασία μου ήταν η διττή ταυτότητα που προανάφερα. Ο ακαδημαϊκός ερευνητής που ταυτόχρονα είναι μέλος της ψηφιακής κοινότητας για την ποπ κουλτούρα και φαν των τηλεοπτικών σειρών που συζητούνται. Ποιος μελετά, ποιος αναλύει, ποιος θέτει ερωτήματα, ποιος γράφει και ποιος συμπεραίνει; Γράφει ο ποπ εαυτός ή ο ακαδημαϊκός; Που μπαίνουν τα όρια ανάμεσα στην δουλειά και την ψυχαγωγία; Πότε θέτω ερωτήματα στο BINTEO ΚΛΑΜΠ ώστε να πάρω απαντήσεις για την έρευνα μου και πότε σχολιάζω για λόγους διασκέδασης και ψηφιακής αλληλεπίδρασης; Πότε θα κατορθώσω να διαχωρίσω τους χρόνους εργασίας από τους χρόνους ψυχαγωγίας; [Η σιγουριά του γράφοντα είναι παροιμιώδης. Θεωρεί ότι κάποια στιγμή θα εντοπίσει με βεβαιότητα τα διαφορετικά κανάλια χρόνων]. Θα μπορέσω να διαχωρίσω τους χρόνους εργασίας και τους χρόνους ψυχαγωγίας; [Τώρα κάπως το έσωσε. Το βασικό ερώτημα έγκειται στο *αν* θα συμβεί το παραπάνω και όχι στο *πότε*]. Σε αυτό το σημείο ενδέχεται να απορήσει κανείς: «σοβαρέψου, διδακτορικό κάνεις, η αποστολή σου είναι μια αξιολογή πρωτότυπη έρευνα. Φτάνει με το ποπ λες και είναι επιστήμη. Το ποπ, οι δυο εαυτοί, σνιφ, κλαψ, λυγμ. Μας ζάλισες. Σε λίγο θα μας πεις ότι είσαι ευάλωτος επειδή έχεις μπλέξει το ακαδημαϊκό με το ποπ!». Εκ πρώτης όψεως θα έχει δίκιο να υποθέσει κανείς ότι τα παραπάνω ίσως είναι στη σφαίρα της υπερβολής. Αν δούμε το ζήτημα σε βάθος, μια προσέγγιση σαν την προαναφερθείσα ενδέχεται να υποτιμά αρκετά την ποπ διάσταση. Επιπροσθέτως, και αυτός είναι ο δεύτερος λόγος που το ποπ θα υπήρχε έτσι κι αλλιώς στην γραφή, η σχέση του γράφοντα με το ποπ εντοπίζεται πολλά χρόνια πριν. Κανείς δεν συναντιέται με το ποπ απλά επειδή είναι μέλος μιας κοινότητας. Το ποπ είναι ένα ταυτοτικό στοιχείο που ενσταλάζεται στη γραφή και στην πορεία του χρόνου διαπλάθεται.

Η πρώτη μου επαφή με το ποπ στη γραφή εντοπίζεται στα σχολικά έτη όπου μαζί με φίλους επιχειρούσαμε να γράψουμε τα πρώτα μας μυθιστορήματα. Στη συνέχεια, από την πρώτη στιγμή των φοιτητικών χρόνων ενδιαφέρθηκα έντονα για την τηλεοπτική

⁵ Ισορροπία στη γραφή σημαίνει το να δημιουργηθεί ένα αμιγώς ακαδημαϊκό κείμενο που θα περιλαμβάνει ποπ πινελιές οι οποίες θα βοηθήσουν τον μη εξοικειωμένο με τις θεματικές ακροατή να συνεχίσει την ανάγνωση.

και κινηματογραφική κριτική. Με ενθουσίαζε η παραγωγή κειμένων για τα μέσα αυτά και οι προτάσεις στους αναγνώστες για το αν μια ταινία ή σειρά είναι άξια του χρόνου τους. Η επιθυμία πήρε σάρκα και οστά μέσω του Artcore Magazine, ενός διαδικτυακού περιοδικού για την Τέχνη. Εκεί έγραφα κείμενα από το 2013 έως το 2017 όντας υπεύθυνος για τις στήλες του κινηματογράφου και της τηλεόρασης⁶. Τα χρόνια που έγραφα στο Artcore Magazine συνέπεσαν με το φινάλε των προπτυχιακών σπουδών μου στο τμήμα Φιλολογίας του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων. Τότε παρατήρησα για πρώτη φορά τις μεταβολές στο ζήτημα της γραφής. Από την μια έγραφα τις πρώτες μου εργασίες στην σχολή και προσπάθησα να κατανοήσω την βαρύτητα της ακαδημαϊκής γραφής. Από την άλλη έστελνα ένα κείμενο την εβδομάδα στο περιοδικό με αποτέλεσμα να εξασκώ αρκετά την ποπ γραφή που ταιριάζει σε μαζικό κοινό. Η διαδικασία αυτή με βοήθησε να αντιληφθώ κάτι πολύ σημαντικό: πάντα πρέπει να γνωρίζεις κανείς για τί είδους αναγνωστικό κοινό γράφει. Είναι άλλο το ακαδημαϊκό κοινό και η δημιουργία μιας εργασίας που μέρος της θα διαβαστεί στο αμφιθέατρο και θα κριθεί από συναδέλφους και άλλο το κείμενο για το καινούριο επεισόδιο μιας τηλεοπτικής σειράς που θα διαβαστεί από φαν της ποπ κουλτούρας στο διαδίκτυο. Μέσω της διδακτορικής διατριβής μου επιχείρησα να αποδομήσω το προαναφερθέν δίπολο. Σε αυτό το σημείο συνάντησα μια μεγάλη πρόκληση. Δυσκολευόμουν για καιρό να ορίσω για ποιο κοινό γράφω. Ο αρχικός διαχωρισμός σε ακαδημαϊκό και ποπ διογκώθηκε με αποτέλεσμα κάθε κατηγορία να παρουσιάζει περαιτέρω διακλαδώσεις. Για ποιο ακαδημαϊκό κοινό γράφω; Τον ιστορικό που ασχολείται με την ψηφιακή ιστορία; Τους ιστορικούς γενικότερα; Για τους ανθρωπολόγους του ψηφιακού; Ή εκείνους που ειδικεύονται στην επιτόπια έρευνα και το κομμάτι των συνεντεύξεων; Μήπως για τους ανθρωπολόγους της πολυθρόνας, του καναπέ ή άλλων επίπλων; Τα κομμάτια του κειμένου που δίνουν βάση στο οικονομικό ή το ψυχολογικό στοιχείο πως θα αντιμετωπιστούν από αναγνώστες που ειδικεύονται σε αυτά; Οι επιστήμονες των νέων μέσων και οι θεωρητικοί της πλατφόρμας τι εντύπωση θα έχουν για αυτή την έρευνα; Σχετικά με το κομμάτι του ποπ και του ανοίγματος της συζήτησης σε χώρους εκτός ακαδημίας, οι προβληματισμοί είναι παρόμοιας φύσης. Γράφω για τους ανθρώπους των κοινοτήτων που ασχολούνται με τα προϊόντα της ποπ κουλτούρας; Για

⁶Η στήλη για τον κινηματογράφο με τίτλο *In a Cinemanner of Speaking* <https://www.artcoremagazine.gr/category/allai-texnai/in-a-cinemanner-of-speaking/page/21/> και η στήλη για την τηλεόραση με το όνομα *Serial Killers* <https://www.artcoremagazine.gr/category/allai-texnai/serial-killers/> (τελευταία πρόσβαση 17/06/2025).

φίλους που με βοήθησαν στην έρευνα και κινούνται σε παρόμοιους χώρους; Για τους γονείς μου που στηρίζουν όλα αυτά τα χρόνια την παρουσία μου στο πλαίσιο της δημόσιας εκπαίδευσης σε πείσμα των δύσκολων καιρών; Η απάντηση για όλα τα ερωτήματα είναι ότι γράφω με τρόπο που ενδέχεται να δύναται να διαβαστεί απ' όλους αλλά δεν γράφω για αυτούς.

Γράφω από την πρώτη μέχρι την τελευταία λέξη για εμένα. Γράφω για ένα νέο ερευνητή με τις ιδιότητες του ιστορικού/ανθρωπολόγου/φιλόλογου που βρίσκεται από το 2007 μέχρι το 2025 στους διαδρόμους των ελληνικών πανεπιστημίων, δίνοντας περισσότερα από όσα μπορούσε και παίρνοντας λιγότερα από όσα φανταζόταν. Γράφω για εμένα επειδή πιστεύω σε αυτή την έρευνα. Θεωρώ ότι αν παρακολουθήσουμε ιστορικά την πορεία των ψηφιακών πλατφορμών θα είμαστε σε θέση να αξιολογήσουμε ορθότερα το πολυχρονικό παρόν μας. Γράφω για το «παιδί» που πιστεύει ότι η ποπ κουλτούρα είναι παραπάνω από φαινόμενο διασκέδασης και ποιότητας. Γράφω για όλες τις δημιουργίες που σημάδεψαν θεατές και δημιούργησαν κοινούς τόπους εμπειριών και δίκτυα συναναστροφών. Γράφω επειδή πιστεύω σε μια ακαδημία που ανοίγει την συζήτηση στον δημόσιο χώρο, μακριά από κλειστές αίθουσες. Επιχείρησα να παντρέψω το ακαδημαϊκό με το ποπ, να παρουσιάσω ένα τρόπο γραφής που τονίζει την ανάγκη διεπαφής ετερόκλητων χώρων. Γνωρίζοντας ότι είναι μια επιλογή που κρύβει παγίδες, επέλεξα να ακολουθήσω ένα δρόμο που ταυτοτικά με έχει διαμορφώσει έχοντας ως κύριο μέλημα της δουλειάς μου την παραγωγή νοήματος σε πεδία που βρίσκονται πιο κοντά από όσο ενδέχεται να πιστεύει κανείς.

Διάρθρωση

Η συγκεκριμένη διδακτορική διατριβή διαρθρώνεται κατ' εικόνα και καθ' ομοίωση τηλεοπτικής σειράς. Το πρώτο κομμάτι της είναι το «τρέιλερ»⁷ ή αλλιώς η εισαγωγή. Πρόκειται για το εναρκτήριο κομμάτι όπου παρουσιάζονται τα συστατικά στοιχεία της διδακτορικής διατριβής, δίνεται το πλαίσιο έρευνας, το πού εντάσσεται η μελέτη, η μεθοδολογία που ακολουθεί ο ερευνητής και τα ερωτήματα που προκύπτουν. Ο βασικός ρόλος του τρέιλερ είναι διττός: Αφενός παρουσιάζεται η κατάσταση του πεδίου στο οποίο εγγράφεται η έρευνα και κατ' επέκταση τονίζεται η συμβολή της σε αυτό. Τι καινούριο φιλοδοξεί να φέρει αυτή η διδακτορική διατριβή στις συζητήσεις που διανοίγονται στις σπουδές της ψηφιακής ιστορίας, των ψηφιακών μέσων και της πλατφόρμας; Αφετέρου, παρουσιάζονται η δομή, τα περιεχόμενα, τα ερωτήματα και η στοχοθεσία της έρευνας.

Το επόμενο κομμάτι της διδακτορικής διατριβής μας είναι το πρώτο κεφάλαιο το οποίο ονομάζουμε «Σεζόν 1». Στην πρώτη σεζόν καταπιανόμαστε με την εταιρική ιστορία της Netflix από το ιδρυτικό έτος μέχρι σήμερα. Ο αναγνώστης θα έρθει σε επαφή με μια άγνωστη στο ευρύ κοινό «ιστορία χρόνου» που οδήγησε μια εταιρεία διαδικτυακής ενοικίασης DVD να μετατραπεί σε στρίμινγκ κολοσσό. Η πρώτη σεζόν αποτελείται από 14 επεισόδια. Το καθένα πραγματεύεται μια ξεχωριστή στιγμή της γενεαλογίας της Netflix. Κάποια επεισόδια συνδέονται μεταξύ τους ενώ άλλα όχι. Ο αναγνώστης θα αποκτήσει πλήρη εικόνα της ιστορίας της πλατφόρμας αν τα διαβάσει όλα. Δεν προτείνεται αλλά δεν είναι και απαγορευτικό για κάποιον να ασχοληθεί μόνο με κάποιο συγκεκριμένο επεισόδιο. Η δομή της σεζόν ενθαρρύνει την αυτοτέλεια των επεισοδίων που μέσω της συνένωσης φανερώνουν την μεγάλη εικόνα και το βασικό επιχείρημα. Η πρώτη σεζόν μιμείται δομικά της σειρές αστυνομικού τύπου των αρχών της δεκαετίας του 2000 όπου τα επεισόδια ήταν αυτοτελή αλλά ταυτόχρονα περιείχαν λεπτομέρειες και πληροφορίες που κινούσαν την βασική πλοκή.

Στη συνέχεια ο αναγνώστης θα συναντήσει την «Σεζόν 2» που αποτελείται από 11 επεισόδια. Στην δεύτερη σεζόν το κέντρο βάρους μετατίθεται από την ιστορία της

⁷ Πρόκειται για μια επιλεγμένη ομάδα σκηνών που προβάλλονται για να διαφημίσουν μια ταινία. Ανακτήθηκε από <https://www.merriam-webster.com/dictionary/trailer> (τελευταία πρόσβαση 17/06/2025).

πλατφόρμας Netflix στις προσλήψεις χρόνου από τα μέλη ψηφιακών κοινοτήτων που σχετίζονται με διάφορες εκφάνσεις της ποπ κουλτούρας. Σε αυτή τη σεζόν καταπιανόμαστε με την σύνδεση ανάμεσα στην πλατφόρμα και στις αισθήσεις χρόνου που παράγονται στους χρήστες από την αλληλεπίδραση με αυτή. Το πεδίο έρευνας μετατοπίζεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα στην πλατφόρμα Facebook. Εκεί, ο χρήστης της Facebook, ως μέλος της κοινότητας «BINTEO ΚΛΑΜΠ» σχολιάζει και δημοσιεύει σχετικά με σειρές της Netflix, αλληλεπιδρώντας με άλλους χρήστες. Η έρευνα μας έχει ως φίλτρο οτιδήποτε σχετικό με αισθήσεις και προσλήψεις χρόνου και προσοχής. Παρομοίως με την «Σεζόν 1», τα επεισόδια της δεύτερης σεζόν παρουσιάζουν αυτόνομη διάσταση και δύναται να αντιμετωπιστούν από τον αναγνώστη με αυτοτέλεια. Παρόλα αυτά, για την πληρέστερη κατανόηση του αφηγήματος/επιχειρήματος, συστήνουμε την ολοκληρωμένη ανάγνωση.

Το επόμενο στάδιο είναι το «Στα παρασκήνια»⁸ όπου επί της ουσίας παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας. Επιλέξαμε τον τίτλο «στα παρασκήνια» καθώς μετά την ολοκλήρωση των δύο σεζόν, αισθανθήκαμε την ανάγκη να «ξαναμπούμε» στο πεδίο και να αντλήσουμε τα συμπεράσματα που δεν είναι εκ πρώτης όψεως εντοπίσιμα. Ήταν αναγκαίο να ξαναδιαβάσουμε κομμάτια της εργασίας, να επισκεφθούμε ξανά τις συνεντεύξεις, να ζυγίσουμε εκ νέου τα επιμέρους στοιχεία που αποτελούν το υλικό και να αναστοχαστούμε σχετικά με την πορεία του επιχειρήματος και των υποθέσεων εργασίας.

Το τελευταίο κομμάτι στη διάρθρωση της διδακτορικής διατριβής μας είναι τα credits. Με τον όρο credits⁹ αντανakλάται η βιβλιογραφία που παρουσιάζεται συγκεντρωτικά στο τέλος. Όπως μια τηλεοπτική σειρά τελειώνει και εμφανίζονται στην οθόνη οι συντελεστές δημιουργίας της, έτσι και στην παρούσα έρευνα παραθέτουμε στο τελευταίο τμήμα της όλες τις βιβλιογραφικές αναφορές στις οποίες στηρίχτηκε η μελέτη μας.

Πρέπει οπωσδήποτε να αναφέρουμε ότι εκτός του ζητήματος της διάρθρωσης, η διδακτορική διατριβή μας περιέχει διάσπαρτα στοιχεία τηλεοπτικών τεχνικών εντός της. Για παράδειγμα, υπάρχει επεισόδιο όπου συνδέει το παρελθόν της αφήγησης με το παρόν και έχει τον τίτλο «στα προηγούμενα»¹⁰. Εκεί επιχειρούμε μια υπενθύμιση στον

⁸ Από το αγγλικό “Behind the Scenes”.

⁹ Αναφερόμαστε στους τίτλους τέλους.

¹⁰ Από το αγγλικό “Previously”.

αναγνώστη σχετικά με ένα ζήτημα όπως ακριβώς κάνει ένα επεισόδιο πριν ξεκινήσει ώστε να βοηθήσει τον θεατή να πιάσει το νήμα μιας παρελθοντικής αφήγησης. Επιπροσθέτως, χρησιμοποιούμε την τεχνική του intermission που δανειζόμαστε από το θέατρο και την τηλεόραση και αφορά σε ένα μικρό διάλειμμα που ξεκουράζει τον θεατή/αναγνώστη. Σε άλλα σημεία του κειμένου εντοπίζονται όροι όπως το spoiler ή το jump scare. Αυτά τα μικρά παραδείγματα-δάνεια από το τηλεοπτικό τοπίο τονίζουν την ταυτότητα του κειμένου και του δίνουν τον δικό του χαρακτήρα. Οι τηλεοπτικές τεχνικές όπως το «στα προηγούμενα» ή το intermission λειτουργούν με πρακτικό τρόπο στο κείμενο κατορθώνοντας να επιτείνουν το αίσθημα στη πολυχρονικότητας. Μπολιάζουν την αφήγηση με ρυθμούς και διάρκειες διαφορετικών χρόνων που τέμνονται και συνυπάρχουν.

Η επιλογή μιας βασικής διάρθρωσης και των επιμέρους στοιχείων εντός του κειμένου που αντανakλούν τηλεοπτική σειρά δεν είναι προϊόν ευφάνταστης πρακτικής, «τρολιάς», «καγκουριάς» ή φτηνού εντυπωσιασμού. Αρχικά, όπως προαναφέραμε, η επιλογή μιας τέτοιας διάρθρωσης εντείνει τον χαρακτήρα μιας πολυχρονικής αφήγησης. Η πολυχρονικότητα εκτός από υπόθεση εργασίας, κεντρική θεωρητική ιδέα και συμπέρασμα, μπορεί να είναι τροπικότητα στην αφήγηση ενός κειμένου. Έτσι η αφήγηση γίνεται έμπρακτα μη γραμμική και εντός της δοκιμάζονται οι αντοχές της συνύπαρξης διαφορετικής έντασης διαρκειών και στιγμών. Σε δεύτερο επίπεδο, η επιλογή μιας «τηλεοπτικής» διάρθρωσης υποδηλώνει τρόπους ανάγνωσης και κατανόησης του περιεχομένου. Υπάρχουν διαφορετικοί τρόποι να διαβαστεί η συγκεκριμένη έρευνα και ο καθένας είναι σε θέση να επιλέξει τον ταιριαστό για εκείνον τρόπο. Ομοίως υπάρχουν διαφορετικοί τρόποι στο πώς παρακολουθούμε τηλεόραση. Σε δεύτερο επίπεδο, το κείμενο αποκτά έναν χαρακτήρα μιας έρευνας με αρχή μέση και τέλος, της οποίας τα επιμέρους στοιχεία που αντανakλούν ετερόκλητες ακαδημαϊκές πειθαρχίες είναι σε θέση να υποδηλώσουν αυτονομία και μπορούν να σταθούν μόνα τους. Παραφράζοντας το παραπάνω, όταν ενωθούν τα αυτοτελή στοιχεία της έρευνας τότε θα αποκαλυφθεί μια αφήγηση που εντοπίζει τις αισθήσεις και προσλήψεις χρόνου στο ψηφιακό παρόν της πλατφόρμας. Τέλος, η επιλογή μιας τηλεοπτικής φόρμας στην αφήγηση ενέχει ένα σχόλιο πάνω στην ίδια την γραφή. Υπό μία έννοια είναι σαν να δοκιμάζονται τα όρια της ακαδημαϊκής γραφής όταν εκείνη υπόκειται πρόσμιξη με το ποπ στοιχείο. Σε αυτό το σημείο προκύπτουν κάποια βασικά ερωτήματα με τα οποία θα κλείσει η παρούσα εισαγωγή.

Ερωτήματα

Επί της αρχής, μας είναι αμήχανο να δημιουργήσουμε μια υποενότητα στο τρέιλερ/εισαγωγή με τον τίτλο «ερωτήματα» όπου θα επιχειρήσουμε να στοιβάξουμε τα ερωτήματα που αφορούν την συγκεκριμένη έρευνα στο σύνολο της. Η αμηχανία πηγάζει από το γεγονός ότι πέρα από τα εναρκτήρια ερωτήματα που έθεσαν την έρευνα σε κίνηση, στην πορεία τα ερωτήματα που προέκυψαν βρίσκονται σε συνεχή αλληλεπίδραση με τα ευρήματα. Εάν κάτι περιέχει, τελικά, η συγκεκριμένη έρευνα είναι περισσότερο ερωτήματα παρά απαντήσεις. Το τρέιλερ/εισαγωγή βρίθει ερωτημάτων σε κάθε υποενότητα. Αυτό συμβαίνει επειδή η τακτική που ακολουθούμε είναι να αμφισβητούμε οτιδήποτε γράφουμε, να παρατηρούμε με κριτικό μάτι την πορεία της αφήγησης και να αναστοχαζόμαστε αδιαλείπτως. Γι' αυτό τον λόγο, μας είναι ανοίκειο να δημιουργήσουμε ένα κείμενο αυστηρών ορίων που θα αποτελείται από ερωτήματα-ευρήματα-βιβλιογραφία. Επιλέγουμε να ρωτάμε σε κάθε στροφή της μελέτης κάτι καινούριο και να επαναλαμβάνουμε την διαδικασία ώστε το ένα ερώτημα να γεννήσει δυο καινούρια και όλο αυτό να καταλήξει σε μια Λερναία Ύδρα αγωνιών που διαπλέκονται με τα ερευνητικά επιχειρήματα. Η τακτική του να διατρέχουν τα ερωτήματα όλο το εύρος της εργασίας μας βοηθάει σε πρώτο επίπεδο την αφηγηματικότητα. Ο αναγνώστης είναι διαρκώς σε θέση να αντιλαμβάνεται την πορεία των ερευνητικών αγωνιών και την συζήτηση που διανοίγεται. Σε δεύτερο επίπεδο, η έρευνα έχει έναν πιο ολοκληρωμένο χαρακτήρα τονίζοντας την βαρύτητα του να λαμβάνει υπόψη τον παράγοντα του επείγοντος. Η εμφάνιση νέων ερωτημάτων και προβληματισμών φανερώνει την δυναμική διάσταση του ψηφιακού πεδίου που προσεγγίζεται από διαφορετικές πλευρές. Ας φανταστεί ο αναγνώστης μια έρευνα που θα τοποθετούσε σε αρχική θέση τα ερωτήματα και θα είχε ως αποκλειστικό μέλημα να τα απαντήσει. Υπάρχει κάτι το μεμπτό σε αυτό; Κατηγορηματικά όχι. Ας φανταστούμε τώρα μια έρευνα που χρησιμοποιεί τα εναρκτήρια ερωτήματα ώστε να παράξει κι άλλα και να επιχειρήσει μια εις βάθος διεπιστημονική προσέγγιση ενός πεδίου σε διαρκή κινητικότητα. Από την στιγμή που το πεδίο είναι ασταθές και συχνά μετασχηματιστικό τότε τα ερωτήματα δεν μπορούν να μένουν ίδια. Παρόλα αυτά, στο συγκεκριμένο υποκεφάλαιο/κομμάτι του τρέιλερ θα συνοψίσουμε κάποια κομβικά ερωτήματα τα οποία βοήθησαν την έρευνα μας να τεθεί σε κίνηση.

Το κομβικά ερωτήματα της διδακτορικής διατριβής δημιουργήθηκαν στο ξεκίνημα της διαδικασίας και με την πάροδο των χρόνων πλήθαιναν. Για κάποια βρέθηκαν απαντήσεις. Άλλα γέννησαν περισσότερα ερωτήματα. Η βασική αφετηριακή στόχευση περιστρέφεται γύρω από το χρόνο στην ψηφιακή πλατφόρμα. Τι μορφή έχει ο χρόνος σε ένα περιβάλλον που ωθεί την θραυσματικότητα; Είναι ένας ή πολλοί χρόνοι που διαπλέκονται με αποτέλεσμα να μην γίνονται εύκολα προσδιορίσιμοι; Τι είδους προσλήψεις παρατηρούνται από τον χρήστη της πλατφόρμας; Η προσπάθεια να αντιληφθούμε για ποιο χρόνο μιλάμε είναι κομβική. Είναι διαφορετική η έννοια του χρόνου για τον εταιρικό κόσμο και ξεχωριστή η αίσθηση του χρήστη της πλατφόρμας για αυτόν. Άρα, μέσω της έρευνας επιχειρούμε να εντοπίσουμε πρακτικά τις σύγχρονες οπτικές για τον χρόνο στο πολυχρονικό παρόν. Για να διευκολυνθεί το έργο μας, στη «Σεζόν 2» στρεφόμαστε σε μια άμεσα συνυφασμένη έννοια με τον χρόνο, την προσοχή (attention). Μέσω της προσοχής επιχειρούμε να αναρωτηθούμε πάνω στα όρια της αλληλεπίδρασης του σύγχρονου υποκειμένου με την πλατφόρμα. Τι σημαίνει για τον χρήστη της πλατφόρμας η συνεχόμενη παρακολούθηση όγκου επεισοδίων μιας σειράς; Για ποιο λόγο ασχολείται με οικιακές εργασίες ενώ στην τηλεόραση προβάλλονται επεισόδια του “Friends” δίχως να παρακολουθεί;

Τα παραπάνω ερωτήματα δεν αφορούν αποκλειστικά την τηλεόραση ή την πλατφόρμα. Οι πρακτικές με τις οποίες ο χρήστης της πλατφόρμας συμφιλώνεται με την καθημερινότητα του, αντανakλούν συμπεριφορές, μοτίβα, επιλογές στο πεδίο του κοινωνικού. Για την παρούσα έρευνα, ο τρόπος με τον οποίο ο χρήστης αντιλαμβάνεται τον χρόνο στην πλατφόρμα υποδηλώνει ένα εργαλείο κατανόησης των κινήσεων του σύγχρονου ανθρώπου στο πολυχρονικό παρόν. Για να αναρωτηθούμε σχετικά με ζητήματα χρόνου στην πλατφόρμα πρέπει σε πρώτο επίπεδο να κατανοήσουμε την ίδια την πλατφόρμα. Γι’ αυτό το λόγο η «Σεζόν 1» είναι αφιερωμένη στην εταιρική ιστορία της πλατφόρμας Netflix. Τι είδους μεταβάσεις χρειάστηκε να σημειωθούν ώστε να μετατραπεί σε στρίμινγκ κολοσσό; Τι ρόλο παίζει το αποτύπωμα του χρόνου στις αλλαγές κατεύθυνσης της εταιρείας; Για ποιο λόγο δημιούργησε ένα διαγωνισμό με τεράστιο χρηματικό έπαθλο ώστε να βελτιώσει τον αλγόριθμο της και τελικά δεν τον χρησιμοποιήσει;

Μεθοδολογία

Το πεδίο στο οποίο εγγράφεται η μελέτη χαρακτηρίζεται από διεπιστημονικότητα. Ομοίως, η μεθοδολογική προσέγγιση επιδίωξε την σύγκλιση εργαλείων από διαφορετικές επιστήμες. Αποτέλεσμα των ετερόκλητων προσμίξεων στο κομμάτι της έρευνας είναι η διεύρυνση της μεθοδολογικής ανασφάλειας. Πως θα χρησιμοποιηθούν τα εργαλεία της ψηφιακής ιστορίας σε συνάρτηση με την ψηφιακή παρατηρητική συμμετοχή; Πως θα αποτυπωθεί η γενεαλογία της πλατφόρμας και τι είδους βοήθεια μπορεί να αντλήσει κανείς από τις θεωρίες για τα νέα μέσα; Πως επιτυγχάνεται η ισορροπία ανάμεσα στην αρχειακή έρευνα και την ψηφιακή αποδελτίωση;

Το πρώτο μέλημα αυτής της έρευνας είναι η πλαισίωση. «Μια βασική υπόθεση στους τομείς των ιστορικών σπουδών είναι ότι η ιστορική κατανόηση απαιτεί την τοποθέτηση σε ένα πλαίσιο. Αν θέλουμε να κατανοήσουμε κάτι ιστορικά, πρέπει να το εξετάσουμε στο πλαίσιο αυτό» (Fareld, 2022: 25). Είτε αναφερόμαστε στην τηλεόραση, είτε σε ψηφιακές κοινότητες, είτε σε προϊόντα της πλατφόρμας, σε όλες τις περιπτώσεις παραθέτουμε το πλαίσιο ύπαρξης και λειτουργίας των πραγμάτων. Δεν είναι εφικτό να αντιληφθούμε την επαναστατική μετάβαση από την «ροή» (“flow”) του Raymond Williams στην «τηλεόραση μετά το δίκτυο» της Amanda Lotz αν δεν ιστορικοποιήσουμε. Πιάνοντας το νήμα από εκεί που το άφησαν οι μεταποικιακές σπουδές, αφηγούμαστε διαφορετικές ιστορίες (τηλεόρασης, πλατφορμών, διαδικτύου, εννοιών όπως η προσοχή ή το μπίντзинγκ) με γνώμονα το πνεύμα της εποχής, τις κοινωνικές μεταβολές που συντελούνται και την αλληλεπίδραση συνθηκών και μεταβάσεων. Για να απαντήσουμε σε κομβικά ερωτήματα σχετικά με την εταιρική αντίληψη της Netflix για το ανθρώπινο όριο της προσοχής, είναι απαραίτητο να γνωρίζουμε την ιστορία της πλατφόρμας και τους μετασχηματισμούς που συνέβησαν στον αλγόριθμό της. Πως προσεγγίζουμε την πλατφόρμα;

Με εφόδια την ιστορικοποίηση και πλαισίωση, επιχειρούμε μια βιβλιογραφική και αρχειακή έρευνα που να «ακουμπάει» στην ιστορία. Από το είδος (genre¹¹) των γκουρού της τεχνολογίας, ξεχωρίσαμε τους δυο ιδρυτές της Netflix. Αποδελτιώσαμε

¹¹ Άλλο ένα παράδειγμα κομβικής έννοιας για την συγκεκριμένη έρευνα. Αν δεν είχαμε εντοπίσει την γενεαλογία της, θα αγνοούσαμε την πορεία της στο χρόνο μέχρι να φτάσει να θεωρείται σήμερα ως αυστηρά οριοθετημένη έννοια.

τις αυτοβιογραφίες τους και συλλέξαμε πληροφορίες που δεν θα ήμασταν σε θέση να εντοπίσουμε αλλού. Το κομμάτι των αυτοβιογραφιών τους που δίνει έμφαση στον αυτοδημιούργητο χαρακτήρα, την ξεχωριστή ιδέα που αλλάζει τον κόσμο και την πίστη στην ευφυή μονάδα που ξεχωρίζει από το μέτριο σύνολο, δεν ενδιέφερε την συγκεκριμένη έρευνα. Εν αντιθέσει, η διαδικασία της αποδελτίωσης των βιβλίων των ιδρυτών της Netflix εστίασε σε λεπτομέρειες γύρω από γεγονότα που διαμόρφωσαν τις λειτουργίες και τους στόχους της εταιρείας μέσα στα χρόνια.

Η επόμενη μεθοδολογική επιλογή σχετικά με την πλατφόρμα αφορά στην γενεαλογία της. Εκτός από τα βιβλία των ιδρυτών, αποδελτίωσαμε δημόσιες δηλώσεις στελεχών της σε διεθνή μέσα μαζικής ενημέρωσης ή ιστοσελίδες. Παράλληλα στραφήκαμε στην βιβλιογραφία που αφορά τη Netflix με στόχο να διασταυρώσουμε ημερομηνίες γεγονότων, να επικεντρωθούμε στη σημασία των αλλαγών στη δομή της πλατφόρμας και να συγκρίνουμε διαφορετικές οπτικές για αυτήν. Η φράση «βιβλιογραφία για Netflix» είναι κάτι απροσδιόριστο, ασαφές και αόριστο. Η δημοφιλής πλατφόρμα έχει απασχολήσει δημοσιογράφους, κοινωνιολόγους, ψυχολόγους, ιστορικούς, επιστήμονες των νέων μέσων, ανθρωπολόγους, οικονομολόγους και άλλους. Συνεπώς, για να δημιουργηθεί η «βιβλιογραφία για Netflix», ένα σώμα κειμένων δηλαδή που θα πλαισιώσουν την έρευνας μας και θα χρησιμεύσουν ως αναλυτικά εργαλεία, είναι απαραίτητο να ξεσκαρτάρουμε τις «βιβλιογραφίες για Netflix». Φάκελοι με έργα που δεν είναι σχετικά με αυτό που μελετάμε, φάκελοι με κείμενα λίγο σχετικά, υποφάκελοι με άρθρα που έχουν μεγαλύτερη συνάφεια... Ένας κυκεώνας χαοτικής βιβλιογραφίας για τη Netflix που χρειάστηκε να περάσουν χρόνια ώστε να τακτοποιηθεί με γνώμονα τη συνάφεια σχετικά με την έρευνα μας. Αυτή η διαδικασία βιβλιογραφικής οριοθέτησης με έμαθε κάτι σημαντικό: την διαφορά ανάμεσα στο ανάγνωσμα που είναι απολαυστικό και σε εκείνο που είναι χρήσιμο. Συνήθως το απολαυστικό δεν είναι χρήσιμο για την έρευνα και το χρήσιμο δεν είναι απολαυστικό.

Αφήνοντας στην άκρη τις γενεαλογίες, το επόμενο βήμα στην μεθοδολογία που αφορά στην πλατφόρμα αφορά στο πρακτικό επίπεδο της παρακολούθησης. Παρατηρήσαμε την πλατφόρμα και σημειώσαμε αλλαγές στη δομή, τις επιλογές που προσφέρει και τις λειτουργίες της. Δεν χρειάστηκε να δημιουργήσουμε λογαριασμό στη Netflix καθώς ήμασταν συνδρομητές πριν ξεκινήσουμε την συγκεκριμένη διδακτορική διατριβή. Η παρατήρηση της πλατφόρμας αποτυπώνεται έμπρακτα μέσω των παραδειγμάτων που θα συναντήσει ο αναγνώστης στην πορεία του κειμένου. Αντλήσαμε στιγμιότυπα

οθόνης (screenshots) από τον λογαριασμό μας και εστιάσαμε στην ανάλυση των περιγραφών που η ίδια η Netflix τοποθετεί με την μορφή λεζάντας στο περιεχόμενο της. Για κάποιες υποθέσεις εργασίας ήταν αναγκαίο να στραφούμε στο Κέντρο Βοήθειας της Netflix απ' όπου αντλήσαμε χρήσιμα στιγμιότυπα οθόνης σχετικές με λειτουργίες της. Κοντολογίς, σημαντικό κομμάτι της έρευνας είναι η παρατήρηση του δικού μας, «ελληνικού Netflix»¹².

Η διεπιστημονικότητα του πεδίου που εγγράφεται η διδακτορική διατριβή μας υπαγορεύει το πέρασμα από την γενεαλογία της πλατφόρμας στο παρόν μιας άλλης πλατφόρμας. Μεταβαίνοντας στο δεύτερο κεφάλαιο, συναντάμε τις προσλήψεις χρόνου από τα μέλη της ψηφιακής κοινότητας «BINTEO ΚΛΑΜΠ» της Facebook που σχολιάζει σχετικά με σειρές της Netflix. Εκεί μελετήσαμε την εν λόγω κοινότητα της οποίας είμαστε μέλη χρησιμοποιώντας μεθόδους από την ακαδημαϊκή πειθαρχία της ανθρωπολογίας. Αντιστρέφοντας την μέθοδο της συμμετοχικής παρατήρησης σε παρατηρητική συμμετοχή, επιλέξαμε να ερευνήσουμε ψηφιακά την κοινότητα «BINTEO ΚΛΑΜΠ» της Facebook. Μέσω της εμπλοκής και συμμετοχής μας, επικεντρωθήκαμε σε δημοσιεύσεις και σχόλια μελών της ομάδας σχετικά με σειρές της Netflix. Αποφύγαμε σχόλια που ενδιαφέρονται για ποιοτική αποτίμηση των σειρών που μας απασχολούν. Εστιάσαμε σε εκείνα που αφορούν ζητήματα προσοχής, χρόνου και είδους. Για παράδειγμα, για ποιο λόγο είναι αναγκαίο για ένα χρήστη να εκφράσει την αγανάκτηση του για μια σειρά που ενώ επί της αρχής διαφημίζεται ως τρόμου, στη συνέχεια αποκαλύπτεται ότι είναι κοινωνικό δράμα; Επιπροσθέτως, τι είδους προσλήψεις σχετικά με τον χρόνο στην πλατφόρμα έχει το μέλος της ομάδας που εξηγεί αναλυτικά την αντίθεση του με τους αργούς ρυθμούς της σειράς με αποτέλεσμα να επιδίδεται σε οικιακές εργασίες ως αντίδοτο στην τηλεοπτική βραδύτητα; Σε αρκετά παραδείγματα συμμετέχουμε κι εμείς με σχόλια ή αντιδράσεις, λαμβάνοντας ενεργό ρόλο στην έρευνα. Σε άλλες περιπτώσεις κρίνουμε ορθό να αποφύγουμε την άμεση συμμετοχή και παρακολουθούμε το νήμα του διαλόγου. Η αποτύπωση των παραπάνω ερευνητικών ενεργειών πραγματοποιείται μέσω στιγμιότυπων οθόνης. Συλλέγουμε τα στιγμιότυπα οθόνης και τα μορφοποιούμε ώστε να μην είναι ορατή η φωτογραφία και το όνομα του χρήστη. Ύστερα λαμβάνουν την θέση τους στο κείμενο.

¹² Η υπηρεσία Netflix διαφέρει από χώρα σε χώρα από την άποψη του περιεχομένου. Ο συνδρομητής στο Λονδίνο απολαμβάνει διαφορετικό περιεχόμενο από εκείνον στο Ξυλόκαστρο Κορινθίας.

Το τελευταίο κομμάτι έρευνας κινείται γύρω από τις συνεντεύξεις. Πραγματοποιήσαμε ημιδομημένες συνεντεύξεις με τους υπεύθυνους της κοινότητας «BINTEO ΚΛΑΜΠ» Αλέξανδρο Παπαγεωργίου (Αλεξάντερ Πλατς), Ελένη Πέππα και Κοσμά Ιωαννίδη Λεμονίδη. Μέσω των συνεντεύξεων επιχειρήσαμε να «τραβήξουμε την κουρτίνα» πίσω από την ομάδα. Λάβαμε πληροφορίες σχετικά με την ίδρυση και την μετέπειτα λειτουργία της κοινότητας. Σχολιάσαμε τα αρνητικά και τα θετικά που προκύπτουν σε συνδυασμό με τις συμπεριφορές των μελών στον συγκεκριμένο χώρο. Αναρωτηθήκαμε σχετικά με τον αντίκτυπο της κοινότητας σε ένα ευρύτερο πλαίσιο ποπ κουλτούρας. Ο βασικός στόχος της διενέργειας συνεντεύξεων ήταν να αποκτήσουμε μια σαφή εικόνα για το «BINTEO ΚΛΑΜΠ» πριν προχωρήσουμε στα στιγμιότυπα οθόνης και την ανάλυση του λόγου των μελών. Γι' αυτό και χρονικά το κομμάτι των συνεντεύξεων προηγείται εκείνου της έρευνας στην κοινότητα. Κινηθήκαμε στην ίδια λογική που αντιμετωπίσαμε την πλατφόρμα Netflix: πρώτα πρέπει να αποσαφηνίσουμε τον χώρο που συμβαίνουν οι εξελίξεις και ύστερα να εστιάσουμε στον εταιρικό χρόνο της πλατφόρμας ή τις προσλήψεις χρόνου στο ψηφιακό πεδίο από τα μέλη μιας ομάδας.

Ως τελευταία μεθοδολογική επιλογή αφήνουμε το ζήτημα των τηλεοπτικών σειρών που επιλέξαμε. Υπενθυμίζουμε ότι στην παρούσα έρευνα μας απασχολούν τηλεοπτικές σειρές παραγωγής Netflix που ανοίγουν ζητήματα γύρω από την αντίληψη για τον χρόνο στο ψηφιακό και σχολιάζονται από συνδρομητές της στρίμινγκ πλατφόρμας που ταυτόχρονα αποτελούν μέλη κοινότητας για την ποπ κουλτούρα στη Facebook. Οι τηλεοπτικές σειρές που επιλέξαμε προέρχονται από το σύμπαν του Mike Flanagan και έχουν τους τίτλους «Μεταμεσονύκτια Λειτουργία» (“Midnight Mass”) και «Η Πτώση του Οίκου των Άσερ» (“The Fall of the House of Usher”). Γιατί επιλέξαμε αυτές τις σειρές από όλο το περιεχόμενο της Netflix; Επειδή δημιουργούν μια αντιθετική τομή σε σχέση με τις παραδοσιακές λειτουργίες της πλατφόρμας. Οι σειρές του Flanagan έρχονται σε ρήξη με την αναμενόμενη αλγοριθμική στοχοθεσία της Netflix περί δημιουργίας περιεχομένου συμβατού με τα γούστα του συνδρομητή. Για την εταιρεία οι σειρές παραγωγής οφείλουν να έχουν γρήγορο ρυθμό, να δημιουργούν αίσθημα συνεχόμενης κατανάλωσης των επεισοδίων, να δίνουν στον χρήστη των αίσθηση ότι μέσω του στρίμινγκ ο χρόνος πλάθεται και παραμορφώνεται από τις επιλογές του ιδίου. Όπως θα δούμε και στη συνέχεια, οι δημιουργίες του Flanagan έχουν διαφορετικό σκοπό και δεν αποτελούν ένα τυπικό προϊόν της πλατφόρμας για μαζική κατανάλωση. Κι αυτό αποτελεί ένα διαβατήριο ώστε να τις επιλέξουμε για σχολιασμό στη

συγκεκριμένη έρευνα. Ποια είναι τα όρια της πλατφόρμας; Τι χωράει και τι περισσεύει;
Πως γίνεται πλήθος κόσμου να μιλάει για σειρές που φαινομενικά δεν έχουν θέση σε
ένα ψηφιακό οικοδόμημα ιλιγγιώδους ταχύτητας;

Σεζόν 1

Η ιστορία της Netflix

Επεισόδιο 1

Γράφοντας τηλεοπτική ιστορία

«Είχαμε ογδόντα χρόνια γραμμικής τηλεόρασης και ήταν καταπληκτικά και στις μέρες της η συσκευή φαξ ήταν καταπληκτική. Τα επόμενα είκοσι χρόνια θα είναι αυτός ο μετασχηματισμός από γραμμική τηλεόραση σε διαδικτυακή τηλεόραση.»

- Reed Hastings, CEO της Netflix (19 Απριλίου, 2015), σε συνέντευξη στους New York Times¹³

«Η ιδέα της τηλεόρασης υπήρχε πολύ πριν την πραγμάτωση της ως τεχνολογία» (Edgerton, 2007: xi). Με άλλα λόγια, «η τηλεόραση ήταν όνειρο πολύ πριν γίνει πραγματικότητα» (Moran, 2013: 14). Η εκπομπή εικόνων και ήχων σε μεγάλες αποστάσεις εντοπίζεται ως απατηλός πόθος τον 19^ο αιώνα και συγκεκριμένα το 1844 όταν η πρώτη γραμμή τηλεγράφου εγκαινίασε μια νέα μορφή επικοινωνίας. «Στα τέλη του δέκατου ένατου αιώνα, νέες εφευρέσεις όπως ο τηλεγράφος, το τηλέφωνο και ο φωνογράφος είχαν μια σχεδόν μυστικιστική αύρα. Η λαϊκή φαντασία τις συνέδεσε με εκείνες τις άλλες όψιμες βικτωριανές εμμονές, την μελαγχολία και την τηλεπάθεια, γιατί και εκείνες φαινόταν να εκπληρώνουν την επιθυμία για μια αγγελική κοινωνία, σπάζοντας την οδυνηρή απόσταση μεταξύ του εαυτού και του άλλου» (Moran, 2013: 15). Τον 19^ο αιώνα μπήκαν οι σπερματικές βάσεις για τη δημιουργία ενός μέσου που θα κατόρθωνε να υπερκεράσει τους δισεπίλυτους τοπικούς περιορισμούς. Το πρωταρχικό μέλημα της συγκεκριμένης εφεύρεσης ήταν να επαναδιαπραγματευτεί τις εγκαθιδρυμένες αντιλήψεις για τις αποστάσεις και να επαναχαράξει τα χωρικά όρια μέσω της ανανοηματοδότησης της ανθρώπινης εγγύτητας. Ο Moran¹⁴ σημειώνει με

¹³<https://www.nytimes.com/2015/04/20/business/media/netflix-is-betting-its-future-on-exclusive-programming.html> (τελευταία πρόσβαση 22/01/2025).

¹⁴ Καθηγητής πολιτισμικής ιστορίας στο πανεπιστήμιο John Moores του Λίβερπουλ. Στο βιβλίο του *Armchair Nation: An intimate history of Britain in front of the TV* εστιάζει στην κοινωνική ιστορία της

βεβαιότητα ότι «η τηλεόραση προοριζόταν να υπερνικήσει την απόσταση» (2013: 14). Η σύνδεση της τηλεόρασης με τον τηλεγράφο εντοπίζεται στη γέννησή τους από το ίδιο φαντασιακό καλούπι που υπαγορεύει την επαναδιαπραγμάτευση του υλικού στοιχείου. Ο ιστορικός του πολιτισμού Jeffrey Sconce επιχειρεί στο έργο του *Haunted Media: Electronic Presence from Telegraphy to Television* να πραγματευθεί τις ιστορικές συνθήκες ανάδυσης της παρουσίας των ηλεκτρονικών μέσων στην αμερικανική κουλτούρα τον περασμένο ενάμιση αιώνα. Εκεί σημειώνει σχετικά με την υλικότητα των μέσων: «αυτά τα μέσα (τηλέγραφος, ράδιο, τηλεόραση, ηλεκτρονικός υπολογιστής) επιτρέπουν μια ασυνήθιστη μορφή εξαϋλώσης, δίνοντας στο επικοινωνούν υποκείμενο την ικανότητα, πραγματική ή φανταστική, να εγκαταλείψει το σώμα και να μεταφέρει την συνείδησή του σε έναν μακρινό προορισμό» (Sconce, 2000: 8-9). Οι δουλειές των Moran και Sconce λογίζονται από τους μελετητές του εν λόγω μέσου ως μια ιστορική παρακαταθήκη που δέσμευσε την πορεία προς την τηλεόραση ως συγκεκριμένη τεχνομορφή, ήδη πριν την γέννησή της. Είναι περισσότερο μια απαγκίστρωση από ένα συγκεκριμένο περιβάλλον και τις δεδομένες εντός του υλικότητες, προκειμένου να ανοίξει τον ορίζοντα αυτού του περιβάλλοντος και να περιβάλλει εντός του ακόμα περισσότερες υλικότητες. Πολιτισμικές και ιστορικές προϋποθέσεις πρωτοσχεδίασαν την ανάδυση της συγκεκριμένης τεχνολογίας, αρκετές δεκαετίες πριν την τεχνική της μορφοποίηση. Το συγκεκριμένο μέσο έχει στοιχεία που υπερβαίνουν μια συμβατική χρήση για λόγους ψυχαγωγίας. Η τηλεόραση εγγράφηκε σε μια γενεαλογία μέσων του 19^{ου} αιώνα που περιπλέκονταν ανάμεσα στην επιστήμη και στον μύθο. Ο πρωταρχικός της ρόλος ήταν να εξυπηρετήσει την φαντασιακή εμμονή της μεταφοράς εικόνων και αισθήσεων σε τόπους μακρινούς. Η τηλεόραση διαχώρισε εαυτήν από το εγγύς περιβάλλον ώστε να φέρει σε επαφή σώματα που βρέθηκαν μακριά με έναν τρόπο επιστημονικό και συνάμα μυστικιστικό. Επιχείρησε να μειώσει τις αποστάσεις και να ενώσει σημεία στον χάρτη. Η τηλεόραση ως όνειρο και εφεύρεση λειτούργησε συγκολλητικά καταργώντας τις αποστάσεις μεταξύ των ανθρώπων. Αν ο χώρος ήταν το ένα σημείο αλλαγής τότε μπορούμε με βεβαιότητα να δηλώσουμε ότι το δεύτερο ήταν ο χρόνος. Για τον Jonathan Crary (2013) η τηλεόραση συνιστούσε το πανταχού παρόν αντίδοτο στο σοκ των ριζικών διαταραχών. Αντιπροσώπευε την ομογενοποίηση και αναδιοργάνωση του

βρετανικής τηλεόρασης και ασχολείται με τους τρόπους με τους οποίους οι τηλεοπτικές συνήθειες διαμορφώνουν την ταυτότητα του ανθρώπου.

ανθρώπινου χρόνου και δραστηριότητας. Ο άνθρωπος άλλαξε τις συνήθειες και τους ρυθμούς της καθημερινότητας από την στιγμή που το συγκεκριμένο μέσο εισέβαλε όλο και περισσότερο στην ζωή του.

Στις πρώτες δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα η αύρα του μυστικισμού σταδιακά υποχωρεί. Η τηλεόραση από όνειρο/φαντασίωση/μυθολογία αποκτά μια ενδυναμωμένη επιστημονική ταυτότητα και λογίζεται περισσότερο ως εφεύρεση. Στις 7 Σεπτεμβρίου του 1927 παρουσιάζεται στο Σαν Φρανσίσκο η πρώτη ηλεκτρονική τηλεόραση και από τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και μετά εισέρχεται στις ζωές των ανθρώπων της Αμερικής και της Μεγάλης Βρετανίας μέσω της πρώτης μαζικής παραγωγής. Η λειτουργία της βασίζεται σε ηλεκτρονικά σήματα, ραδιοκύματα και υπέρυθρες ακτίνες για την παραγωγή και μετάδοση εικόνας και ήχου. Η εξάπλωση της συντελείται με αστραπιαίους ρυθμούς. «Καμία τεχνολογία πριν από την τηλεόραση δεν ενσωματώθηκε γρηγορότερα στην αμερικανική ζωή. Η τηλεόραση χρειάστηκε μόνο δέκα χρόνια για να διεισδύσει σε τριάντα πέντε εκατομμύρια νοικοκυριά, ενώ το τηλέφωνο χρειάστηκε ογδόντα χρόνια, το αυτοκίνητο χρειάστηκε πενήντα, και ακόμη και το ραδιόφωνο χρειάστηκε είκοσι πέντε» (Edgerton, 2007: xi).

Στη συνέχεια, οι δεκαετίες 1950 και 1960 σηματοδότησαν την σταδιακή εγκαθίδρυση της τηλεοπτικής βιομηχανίας στην Αμερική. Κατά την πρώτη πενταετία των 50ς σημειώθηκαν τεκτονικές αλλαγές στο αμερικάνικο τηλεοπτικό τοπίο (μετεγκατάσταση του κέντρου από την Ν. Υόρκη στην Δυτική Ακτή, έναρξη νέων formats, π.χ. σήριαλ, αλλαγή της έννοιας του τηλεοπτικού χρόνου) (Williams, 1994). Στη διάρκεια του δεύτερου μισού του εικοστού αιώνα, η τηλεόραση αναδείχθηκε σε μία από τις πιο δυναμικές μορφές της βιομηχανίας του θεάματος. Συγκεκριμένα, η εισαγωγή της έγχρωμης τηλεόρασης στη δεκαετία του 1970 και η οριστικοποίηση των πρωτοκόλλων μετάδοσης, όπου σχετικά νωρίς επικρατούν τα Pal και Secam, δημιούργησαν μια συνθήκη κυριαρχίας της τηλεόρασης και εξάπλωσής της στα νοικοκυριά της αμερικανικής επικράτειας. Επιπροσθέτως, οι τεχνολογικές μεταβολές που συντελέστηκαν την δεκαετία του 1990 ώθησαν στη δημιουργία ενός νέου τύπου τηλεόρασης που μετέφερε το περιεχόμενο της όχι μέσω τηλεοπτικών σημάτων ή καλωδίων αλλά μέσω του διαδικτύου. Ο νέος αυτός τύπος προσέφερε ευελιξία, δυνατότητες για εξατομικευμένες εμπειρίες παρακολούθησης και ονομάστηκε

διαδικτυακή τηλεόραση (IPTV¹⁵). Εμφανίστηκε για πρώτη φορά στις αρχές της δεκαετίας του 2000. Αν και η έννοια της μετάδοσης τηλεοπτικού περιεχομένου μέσω διαδικτύου είχε εξερευνηθεί ήδη από τη δεκαετία του 1990 (Waterman, 2001), οι πρώτες εμπορικές υπηρεσίες IPTV ξεκίνησαν να αναπτύσσονται και να προσφέρονται στις αρχές του 2000.

Η τηλεόραση ως μέσο υφίστατο διαφορετικές περιοδολογήσεις αναλόγως την σκοπιά του εκάστοτε μελετητή, ημερομηνίες-σταθμούς, χαρακτηρίστηκε από μεταβάσεις, αλλαγές στη μορφή και το περιεχόμενο, μεταβολές στους τρόπους θέασης και τις συνήθειες των ανθρώπων που σχετίστηκαν μαζί της με παραγωγικό είτε καταναλωτικό πρόσημο. Αρκετοί στοχαστές επιχείρησαν να γράψουν για τα παραπάνω στο παρελθόν, εστιάζοντας στον χρόνο των πραγμάτων μέσω ερευνητικών και αναστοχαστικών εγχειρημάτων που είχαν ως αντικείμενό τους την τηλεόραση. Μελετητές από τον χώρο της ιστορίας, της ψυχολογίας, της κοινωνιολογίας και ευρύτερα των ανθρωπιστικών επιστημών ασχολήθηκαν επισταμένα με τη μορφή του μέσου της τηλεόρασης, τις αλλαγές που παρατηρούνται στην αλληλεπίδραση με το κοινωνικό στοιχείο και τον αντίκτυπό της στον θεατή. Αυτοί οι ιστορικοί και μελετητές της τηλεόρασης έχουν διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην κατανόηση της τηλεόρασης ως κοινωνικού και πολιτιστικού φαινομένου. Θα αναφερθούμε σε κάποια σημαντικά έργα που κινούνται σε αυτή την κατεύθυνση, δίχως να έχουμε την πρόθεση παρουσίας μιας αναλυτικής ιστορίας της τηλεόρασης. Υπενθυμίζουμε ότι ο στόχος της συγκεκριμένης διδακτορικής διατριβής είναι η *de profundis* ανάλυση του χρόνου και της προσοχής στο ψηφιακό πεδίο της πλατφόρμας.

Αρχικά, ο Marshall McLuhan μελέτησε την επίδραση των MME στην κοινωνία. Η συγγραφική παραγωγή του περιλαμβάνει μια γκάμα έργων σχετικά με τα μέσα επικοινωνίας, των οποίων κομμάτι αποτέλεσε και η τηλεόραση. Συγκεκριμένα, στην επανέκδοση του κλασικού έργου του *Understanding media: The extensions of man* (McLuhan, 1994), θεωρεί ότι το μέσο έχει μεγαλύτερο κοινωνικό αντίκτυπο από το περιεχόμενο που μεταδίδεται. Ο θεωρητικός Raymond Williams σχολίασε με κριτική διάθεση τον McLuhan και την σχέση της τεχνολογίας με την κοινωνία, τονίζοντας την

¹⁵ Η IPTV (Internet Protocol Television) είναι μια τεχνολογία που επιτρέπει τη μετάδοση τηλεοπτικού περιεχομένου μέσω του διαδικτύου. Αυτή είναι η βασική της διαφορά σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα μετάδοσης όπως είναι οι δορυφορικές ή καλωδιακές συνδέσεις. Αντί να επιστρατεύονται τηλεοπτικά σήματα που μεταδίδονται μέσω αέρα ή καλωδίων, η IPTV μεταφέρει το περιεχόμενο μέσω του Πρωτοκόλλου Διαδικτύου (IP), δηλαδή μέσω μιας σύνδεσης δεδομένων μέσω του διαδικτύου.

επικράτηση του κοινωνικού στοιχείου που επηρεάζεται από τον ανθρώπινο παράγοντα έναντι του τεχνολογικού. Στην επανέκδοση του έργου του *Television: Technology and Cultural Form* (Silverstone, Williams 2004), εξετάζονται οι τρόποι με τους οποίους η τηλεόραση ως πολιτιστικό μέσο επηρεάζει το πολιτικοκοινωνικό γίγνεσθαι. Η αλληλεπίδραση του τεχνολογικού και του κοινωνικού παράγοντα διαμορφώνει ένα ορισμένο συλλογικό φαντασιακό για την πραγματικότητα που η τηλεόραση παράγει. Επιπροσθέτως, η Amanda Lotz ασχολήθηκε ενδελεχώς στην έρευνα της με την θεωρητική και ψηφιακή διάσταση της τηλεόρασης. Εστιάζει στο πλατφορμικό πλαίσιο της τηλεόρασης, το στρίμινγκ (streaming) και την επιρροή του διαδικτύου στη φυσιογνωμία του μέσου. Στο έργο της *The Television Will Be Revolutionized* (2007), εξετάζει πώς οι νέες τεχνολογίες και οι πλατφόρμες όπως η Netflix έχουν επηρεάσει τον τρόπο παραγωγής και κατανάλωσης τηλεοπτικού περιεχομένου, δημιουργώντας νέες μορφές ψυχαγωγίας και αντίληψης της τηλεόρασης. Στη συνέχεια του κεφαλαίου θα αναφερθούμε διεξοδικότερα στον τριμερή διαχωρισμό που προτείνει για μια συνολικότερη κατανόηση του τηλεοπτικού φαινομένου. Επίσης, άξιες αναφοράς είναι η Susan Douglas και οι μελέτες της που συνέδεσαν την τηλεόραση με κοινωνικά ζητήματα και την έμφυλη διάσταση. Στο έργο της *Where the Girls Are: Growing Up Female with the Mass Media* (1995), αναλύει τον τρόπο που το περιεχόμενο της τηλεόρασης έχει διαμορφώσει μια νέα πραγματικότητα στην αναπαράσταση της γυναίκας στη μικρή οθόνη. Στη συνέχεια, η περίπτωση του John Fiske¹⁶ είναι σημαντική στην ανάπτυξη της πολιτισμικής ανάλυσης των MME και της τηλεόρασης. Στην δεύτερη έκδοση (αναθεωρημένη) του έργου του *Η ανατομία του τηλεοπτικού λόγου* (2005), η τηλεόραση αναλύεται ως ένα μέσο που είναι ανοιχτό στην πολιτισμική ερμηνεία και διαμορφώνει έμπρακτα το πεδίο του κοινωνικού. Δίνει έμφαση στην ανάλυση του στοιχείου της αναπαράστασης που δεν γίνεται εύκολα ορατό από τον θεατή. Τέλος, ο Derek Kompare¹⁷ εστιάζει στην έννοια του rerun¹⁸ (2006) και αναρωτιέται σχετικά με τους λόγους σύμφωνα με τους οποίους η τηλεόραση έχει βασιστεί στο παρόν της σε μεγάλο μέρος των παρελθοντικών κειμένων της.

¹⁶Καθηγητής στο τμήμα σπουδών Επικοινωνίας του Πανεπιστημίου του Wisconsin-Madison.

¹⁷Καθηγητής στο Τμήμα Τεχνών, Κινηματογράφου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και Αναπληρωτής Κοσμήτορας στο Meadows School of the Arts.

¹⁸Η επαναπροβολή ενός τηλεοπτικού προγράμματος ή μιας ταινίας.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/rerun> (τελευταία πρόσβαση 25/02/2025).

Καταπιάνεται με την ιστορία των reruns στην αμερικανική τηλεόραση και τους τρόπους με τους οποίους διαμορφώνουν την εμπειρία του θεατή.

Όπως προαναφέραμε, στόχος του εν λόγω κεφαλαίου δεν είναι να παρουσιάσουμε με λεπτομέρεια την ιστορία της τηλεόρασης ούτε να προβούμε σε μια σταχυολόγηση των πιο επιδραστικών μελετών σχετικά με το συγκεκριμένο μέσο. Περισσότερο ενδιαφερόμαστε να επικεντρώσουμε την συζήτηση στην σημερινή μορφή της τηλεόρασης που καθορίζεται από την ψηφιακή συνθήκη και ταυτόχρονα την διαμορφώνει παρά να επιχειρήσουμε μια αυστηρή περιοδολόγηση των μεταβάσεων της τηλεοπτικής ιστορίας. Θεωρούμε διόλου αμελητέα την πρόκληση της συγγραφής μιας ιστορίας του παρόντος/πρόσφατου παρελθόντος που περιλαμβάνει τις ψηφιακές πλατφόρμες (με έμφαση στο παράδειγμα της Netflix) και τον αντίκτυπο τους στο πεδίο του κοινωνικού.

Ξαναδιαβάζοντας τις προηγούμενες σελίδες αντιλαμβανόμαστε ότι η λέξη που εμφανίζεται συχνότερα στο κείμενο είναι η «τηλεόραση»¹⁹. Ενώ ο όρος στην κοινή του χρήση φαντάζει μάλλον δεδομένος και αντιστοιχεί σε μια πολύ συγκεκριμένη τεχνολογική μορφή, στο επίπεδο των ερμηνευτικών προσεγγίσεων δεν είναι σε καμία περίπτωση αυτονόητος. Ο Fiske χρησιμοποιεί τον όρο «με την έννοια του φορέα/υποκινητή σημασιών και απολαύσεων μέσα στην κοινωνία» (2005: 11). Ακόμη, φέρνει στο προσκήνιο τον αντίκτυπο της τηλεόρασης στο κοινωνικό πεδίο και τονίζει το ειδικό βάρος της αλληλεπίδρασης θεατών και μέσου στην ανάπτυξη κοινωνικών δυναμικών και νοήματος. «Αν και ο όρος “τηλεόραση” έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως για να αναφέρεται σε μια μοναδική τεχνολογία -ένα κουτί με οθόνη- το φάσμα των εμπειριών έκανε για πολύ καιρό το αντικείμενο μελέτης αρκετά αβέβαιο» (Lotz, 2007: 29). Ορμώμενος από την πρόσφατη βιβλιογραφία θα επιχειρήσω να αναστοχαστώ πάνω στον όρο τηλεόραση σε δύο επίπεδα. Το πρώτο επίπεδο αφορά στην τηλεόραση ως συσκευή και το δεύτερο στην τηλεόραση ως σύνολο πρακτικών. Υποστηρίζω ότι η τηλεόραση εμπεριέχει μια υβριδικότητα και θα ήταν σοβαρό ατόπημα να θεωρήσει κανείς ότι πρόκειται περί δεδομένης έννοιας. Η προσπάθεια προσέγγισης του όρου δεν εμπνέεται από την πρόθεση ακριβούς ορισμού και σαφούς εννοιολόγησης. Κεντρική ιδέα είναι η καταγραφή του υβριδικού εύρους του. Πώς θα μπορούσαμε λοιπόν να σκεφτούμε την τηλεόραση, στα ερευνητικά συμφραζόμενα της παρούσας μελέτης;

¹⁹ Η λέξη τηλεόραση εμφανίζεται 44 φορές μέχρι το συγκεκριμένο σημείο του κειμένου.

Η έννοια της τηλεόρασης μετασχηματίζεται ανάλογα με την εποχή, τις κοινωνικές και ιστορικές συνθήκες. «Η τηλεόραση είναι και μια συσκευή και ένας αγωγός για ηλεκτρονικά σήματα, και ένα έπιπλο σε ένα δωμάτιο και ένα παράθυρο σε μια εικόνα αλλού, και ένα εμπόρευμα και ένας τρόπος για το πώς βλέπουμε τα εμπορεύματα» (McCarthy, 2001: 93). Η Anna McCarthy²⁰ επιχειρεί στο έργο της “Ambient Television: Visual Culture and Public Space” να αναλύσει τον αντίκτυπο της τηλεόρασης σε δημόσιους χώρους και κοινότητες. Την ενδιαφέρει η τηλεόραση ως περίπλοκη συσκευή που έχει υβριδικό χαρακτήρα και επιρροή που ξεπερνά τους τέσσερις τοίχους της οικίας. Για την McCarthy σημασία έχουν οι κοινωνικοπολιτικές και τεχνολογικές συνθήκες κατά τις οποίες η τηλεόραση κερδίζει έδαφος στη δημόσια σφαίρα και η εκκίνηση θεώρησης του μέσου ως μη δεδομένο, ως κάτι που ξεπερνά το καταφύγιο της ιδιωτικότητας. Ακολουθώντας την συγκεκριμένη γραμμή σκέψης, ας αναλογιστούμε πάνω στην διάσταση της υβριδικότητας του μέσου. Πως θα αντιδρούσαμε στην θεώρηση ότι εν έτει 2025 τηλεοπτική θέαση αποτελεί το να παρακολουθεί κανείς μία ταινία στο κινητό του; Θα μας προκαλούσε έκπληξη η αντίληψη ότι το κινητό τηλέφωνο είναι σε θέση να λογίζεται ως τηλεόραση; Ο Bruce Rosenblum, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Αμερικανικής Τηλεοπτικής Ακαδημίας από το 2012 έως το 2016, αναφέρει ότι είτε είναι σε tablet, κινητό τηλέφωνο ή τηλεόραση επίπεδης οθόνης, «είναι όλα τηλεόραση» (Levin, 2013). Οι τεχνολογικές εξελίξεις και οι πολλαπλές δυνατότητες των μέσων δημιουργούν νέους διαύλους διεπαφής μεταξύ τους εντείνοντας τις αυστηρές οριοθετήσεις προγενέστερων προσλήψεων. Όπως σημειώνει η Anne Friedberg, «η κινηματογραφική οθόνη, η οθόνη της οικιακής τηλεόρασης και η οθόνη του υπολογιστή διατηρούν τις ξεχωριστές τοποθεσίες τους, ωστόσο οι τύποι εικόνων που βλέπετε σε καθεμία από αυτές χάνουν την ιδιαιτερότητα που είναι γειωμένη στο μέσο» (2000: 439). Για την Αμερικανίδα ιστορικό και θεωρητικό του οπτικού πολιτισμού, τα βασικά χαρακτηριστικά με τα οποία αναγνωρίζει κανείς ένα μέσο αλλοιώνονται σε σημείο να διαρραγεί ένα κομβικό ταυτοτικό κομμάτι τους. Τα μέσα γίνονται μη αναγνωρίσιμα. Ο Henry Jenkins επικυρώνει την υβριδικότητα των μέσων ως εξής: «Επειδή τα ψηφιακά μέσα δυνητικά ενσωματώνουν όλα τα προηγούμενα μέσα, δεν έχει πια νόημα να σκεφτόμαστε με όρους μεσο-κεντρικότητας (medium-specific terms)» (1999: 250). Η τηλεόραση ως

²⁰ Αναπληρώτρια καθηγήτρια στο τμήμα Κινηματογραφικών Σπουδών στο Πανεπιστήμιο της Νέας Υόρκης.

μέσο, συσκευή και ιδέα είναι κάτι μη δεδομένο. Αν συμφωνήσουμε με τον Gitlin ότι «η αβεβαιότητα είναι η μόνιμη προϋπόθεση της βιομηχανίας του σόου» (1983: 14), τότε η αμηχανία των τεχνολογικών εξελίξεων και η αναδυόμενη γνώση πρακτικών προσιδιάζουν σε μια παροντική αποσύνδεση από αυτονόητες λειτουργίες σχετικά με την τηλεόραση. Η σύγχρονη αμηχανία σχετικά με τον ακριβή προσδιορισμό της τηλεόρασης ως συσκευής είναι πρόδηλη. Αν ένα τάμπλετ μπορεί να θεωρηθεί τηλεόραση, τότε οποιαδήποτε συσκευή παρέχει εικόνα και ήχο είναι σε θέση να λογίζεται ως τηλεόραση. Ένα κινητό τηλέφωνο, ένας προτζέκτορας, ένα έξυπνο ρολόι (smartwatch), το τάμπλετ, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής είναι μερικά παραδείγματα συσκευών που δυνητικά εξισώνονται με την παραδοσιακή έννοια της τηλεόρασης ως του «κουτιού με οθόνη».

Επιπρόσθετα, στη συζήτηση σχετικά με το τί θα μπορούσε να θεωρηθεί τηλεόραση έρχεται να προστεθεί ένα σύνολο πρακτικών γύρω από την συσκευή που παίζουν κομβικότερο ρόλο στην όποια ταυτότητα της. «Η τηλεόραση δεν είναι μόνο μια μηχανή, αλλά και το σύνολο συμπεριφορών και πρακτικών που συνδέονται με την χρήση αυτής» (Lotz, 2007: 29). Η τηλεόραση αποκτά διαφορετικά νοήματα και χαρακτηριστικά όταν εντάσσεται στο αντίστοιχο τεχνολογικό, χρονικό, κοινωνικοπολιτικό πλαίσιο. «Η τηλεόραση δεν ήταν ποτέ ένα σταθερό αντικείμενο που ορίζεται εύκολα, αλλά κατασκευάζεται ενεργά μέσω κοινωνικών πρακτικών, χώρων, περιεχομένου, βιομηχανίας ή τεχνολογικών λόγων (discourses)» (Jenner, 2018: 7). Η προαναφερθείσα αμηχανία κατά την προσπάθεια προσδιορισμού δεν αποτελεί αποκλειστικό γνώρισμα της βιομηχανίας του θεάματος. Για αυτόν ακριβώς το λόγο, ωστόσο, είναι πολύ δύσκολο να οριστεί επακριβώς η έννοια της τηλεόρασης, αφενός επειδή ο «ορισμός μιας τεχνολογικής αναπαράστασης εξαρτάται τόσο ιστορικά όσο και κοινωνικά» (Altman, 2004), αφετέρου επειδή η μορφή και οι λειτουργίες της απέχουν από τη σταθερότητα στο πέρασμα του χρόνου. Η Lotz υποστηρίζει ότι η τηλεόραση είναι κάτι παραπάνω από μια απλή τεχνολογία κατασκευασμένη από συγκεκριμένα υλικά. Αποτελεί εφεύρεση που παράγει νόημα μέσω διαφόρων παραμέτρων όπως ο χρόνος, ο τόπος, η συχνότητα χρήσης και οι συνθήκες θέασης. «Η τηλεόραση είναι κάτι περισσότερο από μια απλή τεχνολογία - περισσότερο από ένα συνδυασμό καλωδίων, μετάλλου και γυαλιού. Διαθέτει μια ουσία που είναι συνδεδεμένη στο συγκεκριμένο, στο πώς χρησιμοποιείται πιο συχνά, στο πού βρίσκεται, στο ποια είναι η ροή και πώς την χρησιμοποιούν οι περισσότεροι...» (Lotz, 2007: 29).

Η διόλου αμελητέα διάσταση που προσθέτει η Lotz στις μελέτες για την τηλεόραση είναι η προσπάθεια του να ξανασκεφτούμε την δεδομένη συσκευή με γνώμονα το ιστορικό και τεχνολογικό πλαίσιο, τον χωροχρονικό παράγοντα και τις συχνότητες χρήσης από τον θεατή. Οι παράμετροι που τοποθετεί στη συζήτηση η Lotz, αποτελούν επί της ουσίας κριτήρια περιοδολόγησης του τηλεοπτικού φαινομένου.

Οι περισσότεροι θεωρητικοί που ασχολήθηκαν με την μελέτη της τηλεόρασης αποδείχθηκαν διστακτικοί μπροστά σε ένα αυστηρό πλέγμα χρονικών οριοθετήσεων. Γι' αυτό τον λόγο οι περιοδολογήσεις τους διαφέρουν, όπως επίσης και τα στάδια της τηλεοπτικής ιστορίας, καθώς και οι μεταβατικές φάσεις της τηλεόρασης. Η Roberta Pearson²¹ αναφερόμενη αποκλειστικά στην περίπτωση των Η.Π.Α. επιχειρεί έναν διαχωρισμό τριών σταδίων της τηλεόρασης.

«Στις Ηνωμένες Πολιτείες, το TVI, που χρονολογείται από τα μέσα της δεκαετίας του 1950 έως τις αρχές της δεκαετίας του 1980, είναι η εποχή της σπανιότητας καναλιών, του μαζικού κοινού και της ηγεμονικότητας τριών δικτύων. Το TVII, που χρονολογείται περίπου από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 έως τα τέλη της δεκαετίας του 1990, είναι η εποχή επέκτασης καναλιών/δικτύων, ποιοτικής τηλεόρασης και στρατηγικών επωνυμίας δικτύου. Το TVIII, που χρονολογείται από τα τέλη της δεκαετίας του 1990 έως σήμερα, είναι η εποχή των πολλαπλασιαζόμενων πλατφορμών ψηφιακής διανομής, περαιτέρω κατακερματισμού του κοινού» (Pearson, 2011: 107).

Με έναν παρόμοιο τρόπο η Amanda Lotz²² επιχειρεί έναν τριμερή διαχωρισμό των σταδίων της τηλεόρασης. Στην παρούσα εργασία θα προχωρήσουμε στην ανάλυσή μας ακολουθώντας το μοντέλο της Lotz επειδή δίνει παραπάνω έμφαση στην αλληλεπίδραση του μέσου με το υποκείμενο.²³ Η Lotz (2007) υποστηρίζει ότι η ιστορία της τηλεόρασης μπορεί να χαρτογραφηθεί σε τρεις διαφορετικές φάσεις, την «εποχή του δικτύου», την «μετάβαση των πολλών καναλιών» και την «εποχή μετά το δίκτυο». Η «εποχή του δικτύου» (network era, 1952 – μέσα δεκαετίας 1980) χαρακτηρίζεται από το σετ τηλεόρασης ως μη φορητή συσκευή όπου η κεραία ήταν προαιρετική. Τα κυρίαρχα δίκτυα της εποχής ήταν τα NBC, CBS, ABC. Οι οικονομικές σχέσεις που αναπτύσσονταν καθιερώνονταν στο μοντέλο συνεργασίας εταιριών παραγωγής και δικτύων. Ακολούθως, η δεύτερη φάση της τηλεόρασης (multi-channel transition, μέσα

²¹Καθηγήτρια Κινηματογράφου και Τηλεόρασης στο Πανεπιστήμιο του Nottingham του Ηνωμένου Βασιλείου.

²²Καθηγήτρια στο Κέντρο Ερευνών Ψηφιακών Μέσων του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου του Κουίνσλαντ.

²³Η αλληλεπίδραση της τηλεόρασης με το υποκείμενο αποτελεί κεντρικό σημείο ανάλυσης του επόμενου επεισοδίου της διδακτορικής διατριβής μας.

δεκαετίας 1980 – μέσα δεκαετίας 2000) αντανακλά την μετάβαση από τα τρία κυρίαρχα δίκτυα σε επιλογή καναλιών μέσω του τηλεχειριστηρίου. Κατά την περίοδο αυτή αναπτύσσονται νέες τεχνολογικές δυνατότητες (λχ. τηλεκοντρόλ, recorder βιντεοκασέτας), στις οποίες συγκαταλέγονται/χάρη και στην επίδραση παραγόντων όπως τα αναλογικά συστήματα, η εισαγωγή καναλιών με συνδρομή (subscription), η ανάδυση της καλωδιακής τηλεόρασης, κτλ. Έτσι μεταβαίνουμε σε μια εποχή αυξημένων ελευθεριών για τον θεατή. Η τρίτη φάση της τηλεόρασης (post-network, μέσα δεκαετίας 2000 – σήμερα) χαρακτηρίζεται από την ψηφιακή στροφή του μέσου. Εφεξής το διαδίκτυο αποτελεί συστατικό στοιχείο της διανομής τηλεοπτικού περιεχομένου, οι συσκευές γίνονται σταδιακά φορητές, η χρηματοδότηση τηλεοπτικών εκπομπών αυξάνεται, οι διαφημιστικές επιλογές αποκτούν μεγαλύτερο εύρος και ο θεατής λαμβάνει περισσότερο έλεγχο στον τρόπο με τον οποίο αλληλοεπιδρά με την τηλεόραση. Επίσης, κερδίζει σημαντικές ελευθερίες στη διαμόρφωση της τηλεοπτικής εμπειρίας του με αποτέλεσμα να μετατρέπεται από παθητικό θεατή σε δυναμικό χρήστη που κατέχει ενεργό ρόλο στην διαδικασία. Το τρίτο στάδιο της τηλεόρασης αντικατοπτρίζει ένα δρών υποκείμενο με δημιουργική εμπλοκή/συνεισφορά/συμβολή στην εμπειρία της θέασης και σηματοδοτεί την μετάβαση από την γραμμική τηλεόραση στη διαδικτυακή. Στο συγκεκριμένο επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μας, θα δοθεί έμφαση στο τρίτο στάδιο.

Ο παραπάνω διαχωρισμός των φάσεων της τηλεόρασης λαμβάνει στα σοβαρά υπόψη τον θεατή/χρήστη²⁴, τις επιλογές που έχει, τις δυνατότητες που του παρέχονται και τα όρια εμπλοκής του με το μέσο. Γι' αυτόν τον λόγο επιμένουμε στο μοντέλο των σταδίων που προτείνει η Lotz. Η έμφαση στον θεατή/χρήστη αποτελεί προτεραιότητα για την συγκεκριμένη διδακτορική διατριβή.

«Εδώ, [ο όρος] 'μετά το δίκτυο' αναγνωρίζει το διάλειμμα από μια κυρίαρχη εμπειρία της εποχής του δικτύου, στην οποία οι χρήστες δεν είχαν πολύ έλεγχο για το πότε και πού θα μπορούσαν να δουν και να επιλέξουν μεταξύ μιας περιορισμένης επιλογής εξωτερικά καθορισμένων γραμμικών επιλογών προβολής» (Lotz, 2007: 15).

Ο διαχωρισμός αφορά στις δυνατότητες που παρέχονται στον χρήστη και στον βαθμό εμπλοκής του με την διαδικασία της θέασης. Το τρίτο στάδιο της τηλεόρασης

²⁴Η έννοια του «θεατή/χρήστη» αποτελεί αναφορά στον όρο viewer του Dan Harries. Πρόκειται για ένα αμάλγαμα των όρων “viewer” και “user”. Αναφερόμαστε αναλυτικά στην συγκεκριμένη έννοια στο επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μας.

αντικατοπτρίζει ένα δρων υποκείμενο με ενεργό ρόλο στη διαδικασία της θέασης και σηματοδοτεί την μετάβαση από την γραμμική τηλεόραση στη διαδικτυακή. Επί της ουσίας η Lotz αναφέρεται στο στάδιο της τηλεόρασης που απομακρύνεται από την έννοια της «ροής» (flow) του Raymond Williams και εισέρχεται στην κατ' επιλογή θέαση που προϋποθέτει την ύπαρξη του διαδικτύου.

Ο συγκεκριμένος θεωρητικός του πολιτισμού, συγγραφέας και κριτικός λογοτεχνίας αποτελεί πολέμιο του τεχνολογικού ντετερμινισμού. Ο Williams χρησιμοποίησε την ιδέα της ροής (flow) (Silverstone, Williams 2004, επανέκδοση) για να εστιάσει στον ενεργό ρόλο του θεατή στην αλληλουχία που δημιουργείται από την εναλλαγή τηλεοπτικών επεισοδίων και διαφημίσεων την εποχή πριν την αλληλεπίδραση διαδικτύου και τηλεόρασης. Για τον Williams το περιεχόμενο της τηλεόρασης οργανώνεται και παρουσιάζεται ως σταθερή ροή προγραμματισμού μιας συνθήκης που δημιουργεί στον θεατή την αίσθηση της αμετάβλητης, αδιασάλευτης, συνεχούς, αδιαμεσολάβητης, αδιάλειπτης εμπειρίας. Η ροή καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο ο θεατής καταναλώνει το περιεχόμενο της τηλεόρασης συνολικά και όχι μεμονωμένα. Ο θεατής αποκτά μια ορισμένη αντίληψη για την ψυχαγωγία, την πολιτική ή τα κοινωνικά ζητήματα επηρεασμένος όχι από ένα μεμονωμένο πρόγραμμα αλλά από την ανάμιξη του τηλεοπτικού περιεχομένου (επεισόδια - εκπομπές - ειδήσεις - διαφημίσεις) ως αφηγηματικού εργαλείου συνοχής και πλήρωσης. Επιπροσθέτως, ως παράγοντας που καθορίζει τις εξελίξεις, αποκτά μια ορισμένη αντίληψη για το ίδιο το μέσο και σε κάποιο βαθμό το διαμορφώνει. Η τηλεόραση μέσω του αφηγηματικού μοντέλου της ροής τον ωθεί σε αποκλειστική παρακολούθηση του περιεχομένου ενός καναλιού. «Η έννοια της ροής του Williams λειτουργεί όχι ως μια τεχνολογική μεταφορά αλλά περισσότερο ως ένας τρόπος όπου το πρόγραμμα της τηλεόρασης σχεδιάζεται ώστε να αιχμαλωτίσει την προσοχή του κοινού. Η ροή ενός προγράμματος επιχειρεί να αποτρέψει με κάθε κόστος την αλλαγή καναλιών (channel surfing)» (Thibault, 2015). Σχετικά με ζητήματα αλλαγών των τηλεοπτικών προγραμμάτων και συνηθειών θεατών, ο ιστορικός της τηλεόρασης Joe Moran βάζει μια διάσταση άξια αναφοράς.

«Ιστορικά, τα πιο θορυβώδη παράπονα από τους τηλεθεατές δεν αφορούσαν το σεξ, τη βία ή την κακή γλώσσα, αλλά για το πότε η τηλεόραση σταματά χωρίς προφανή λόγο ή όταν τα αγαπημένα τους προγράμματα ακυρώνονται ή αναβάλλονται. Αυτό που οι τηλεθεατές φαίνεται να απαιτούν περισσότερο από την τηλεόραση είναι να συνεχίζει, σαν ένα ρεύμα που ρέει συνεχώς (ever-flowing stream)» (Moran, 2013: 369).

Το παράπονο του θεατή ιστορικά επαφίεται στην ακύρωση του αγαπημένου του προγράμματος καθώς έτσι καταστρατηγείται η αίσθηση της ροής που έχει αναπτύξει για το μέσο. Ο θεατής είναι αντίθετος στις διακοπές, τις παύσεις και τις αλλαγές. Η ροή περιεχομένου της τηλεόρασης οφείλει να κυλά συνεχώς σαν ρυάκι που δεν στερεύει ποτέ από νερό. Υπενθυμίζω ότι στην δεύτερη φάση της τηλεόρασης βρισκόμαστε ακόμα στην προ-δικτυακή συνθήκη. Με γνώμονα την θεώρηση της ροής ως αφηγηματικού μοντέλου αρμονικών εναλλαγών μεταξύ προγράμματος και διαφημίσεων, η υπόθεση ότι ο θεατής θα παραπονιόταν ακόμα και στην περίπτωση που του έκοβαν τις διαφημίσεις αποτελεί ένα αρκετά πιθανό σενάριο. Οι διαφημίσεις ενδέχεται να ξενίζουν τους θεατές σε μια σύγχρονη συζήτηση για την τηλεόραση. Ενταγμένες στο σχήμα της ροής του Williams, αποτελούν καίριο συστατικό διαμόρφωσης της τηλεοπτικής πραγματικότητας στον ίδιο βαθμό που αποτελεί κομβικό στοιχείο και μια εκπομπή. Άρα, η έννοια της ροής αναφέρεται όχι μόνο στο σύνολο της τηλεοπτικής εμπειρίας σε σχέση με άλλα μέσα, αλλά επιχειρεί να αναστοχαστεί πάνω στις δυνατότητες του ίδιου του μέσου σε σχέση με τον θεατή. Για τον Williams ο τελευταίος αποτελεί ένα δυναμικό ον που χαρακτηρίζεται από αυτενέργεια και επηρεάζει σημαντικά το τεχνολογικό μέσο. Ο θεατής δεν εντάσσεται σε ένα αυστηρά παθητικό μοντέλο που τον καθιστά έρμαιο των τεχνολογικών εξελίξεων.

Το τρίτο στάδιο του σχήματος της Lotz απομακρύνεται από τη συνθήκη ροής του Williams και αντανakλά την εποχή της τηλεόρασης που κυριαρχεί το διαδίκτυο και ο θεατής κατέχει σημαντικές ελευθερίες στους τρόπους, τόπους, χρόνους θέασης. Κορύφωση του τρίτου σταδίου αποτελούν δύο έννοιες αλληλένδετες που κατέχουν κεντρικό ρόλο στην ανάλυσή μου. Η πρώτη είναι η έννοια του στρίμινγκ (streaming) που θα συζητηθεί στο επεισόδιο 10 της συγκεκριμένης σεζόν. Η δεύτερη έννοια δεν είναι άλλη από εκείνη της πλατφόρμας (platform), η οποία θα μπει στο μικροσκόπιο της ανάλυσής μου στο επεισόδιο 11.

Στις προαναφερθείσες ενότητες της διατριβής, θα επιχειρήσω να συζητήσω τις έννοιες πλατφόρμα και στρίμινγκ ως έννοιες γειωμένες στην ψηφιακή πραγματικότητα του παραδείγματος της Netflix. Στόχος μου είναι να παρακολουθήσουμε την ιστορικότητα των εννοιών μέσα από την αφήγηση της εταιρικής ιστορίας της Netflix. Η ιδέα για μια τέτοιου είδους προσέγγιση συντονίζεται με την έννοια της «εξαρτημένης τροχιάς» (path dependency). Σύμφωνα με τον Ηλία Κατσούλη (2019) «στην ακαδημαϊκή

βιβλιογραφία [...] η ευρεία εκδοχή της εξαρτημένης τροχιάς παραπέμπει στην αιτιώδη σημασία που αποκτούν για την εξέλιξη προηγούμενα στάδια σε μια χρονική αλληλουχία.» Στην προσπάθεια ανάλυσης των εννοιών πλατφόρμα και στρίμινγκ σε συνάρτηση με τη Netflix, δεν είναι αρκετό να συζητηθούν ως έννοιες που «απλά είναι εκεί», ως έννοιες των οποίων η παρουσία σημειώνεται σε μια ορισμένη χρονική στιγμή. Αντιθέτως, οφείλουν να ιδωθούν ως έννοιες ιστορικοποιημένες που διαμόρφωσαν την σύγχρονη φυσιογνωμία της Netflix. Οφείλουμε να μην λησμονούμε ότι οι έννοιες κλειδιά για την σύγχρονη ιστορία της Netflix «πλατφόρμα» και «στρίμινγκ», δημιουργήθηκαν από την αιτιώδη σημασία προηγούμενων σταδίων. Η Netflix δεν ήταν πάντα πλατφόρμα ούτε παρείχε από την πρώτη μέρα λειτουργίας της υπηρεσίες στρίμινγκ. Γι' αυτόν τον λόγο, αρχής γενομένης από το επόμενο επεισόδιο της πρώτης σεζόν της διδακτορικής διατριβής μας, θα επιχειρήσουμε να ξετυλίξουμε το κουβάρι της αφήγησης της εταιρικής ιστορίας της Netflix.

Επεισόδιο 2

Μύθοι και Θρύλοι

«Ο μύθος δεν είναι ούτε ψέμα ούτε ομολογία. Είναι ένα σημείο καμπής.»

- Barthes, R. (2013). *Mythologies: The complete edition, in a new translation*. Hill and Wang.

Μια συνηθισμένη συζήτηση στον δημόσιο λόγο που αφορά τη Netflix έχει ως κεντρικό στόχο το σύγχρονο προφίλ της πλατφόρμας. Θέματα που παρουσιάζουν ενδιαφέρον σε σχέση με την σημερινή φυσιογνωμία της είναι το οικονομικό σκέλος και το αν η εταιρεία έχει κέρδη, οι αμφιλεγόμενες αποφάσεις της σχετικά με την αύξηση των τιμών των πακέτων συνδρομής, ακόμα και το ίδιο το περιεχόμενο της με αξιολογικούς όρους του πεδίου της δημοφιλούς κουλτούρας (pop culture)²⁵. Ένας διαφορετικός άξονας διαλόγου αφορά τις ποιοτικές αρετές του περιεχομένου της πλατφόρμας, την ανταλλαγή απόψεων των συνδρομητών σχετικά με διάφορες σειρές που παρακολούθησαν ή, συνολικότερα, τις αισθητικές διαστάσεις. Λιγότερο συχνό στη σύγχρονη συζήτηση για τη Netflix είναι το κομμάτι της ιστορίας της πλατφόρμας. Ο περισσότερος κόσμος που πληρώνει και χρησιμοποιεί τη Netflix (τουλάχιστον στην Ελλάδα) αγνοεί την πορεία της εταιρείας μέσα στο χρόνο. Πότε ξεκίνησε και κάτω από ποιες συνθήκες; Ποιοι ήταν οι στόχοι της εταιρείας και τι είδους προβλήματα αντιμετώπισε στην εκκίνηση του επιχειρηματικού της ταξιδιού; Πώς μεταλλάχτηκε στην πορεία ώστε να καταλήξει σε αυτό που γνωρίζουμε σήμερα; Σε αυτό το σημείο ενδέχεται να αναρωτηθεί κανείς αν είναι απαραίτητο να γνωρίζει την ιστορία μιας πλατφόρμας ώστε να είναι σε θέση να την χρησιμοποιήσει. Κατηγορηματικά όχι. Συχνά ωστόσο, ασκείται δριμυεία κριτική σχετικά με το χαμηλό ποιοτικό επίπεδο του περιεχομένου της πλατφόρμας, με το ότι «Δεν βγαίνουν σειρές όπως παλιά» και ούτω καθεξής. Ποιο είναι, όμως, αυτό το «παλιά»;

²⁵Ένα πρόσφατο παράδειγμα αφορά την εμπλοκή της TN στην παραγωγή τηλεοπτικών εφέ στη συγκεκριμένη πλατφόρμα, μετά τις δηλώσεις του συνδιευθύνοντα συμβούλου της Netflix Ted Sarandos ότι χρησιμοποιήθηκαν AI εφέ στη σειρά επιστημονικής φαντασίας *The Eternauts*. <https://www.lifo.gr/now/media/o-epikefalis-toy-netflix-epibebaionei-efe-tehneitis-noimosynis-hrisimopoiithikan-gia-proti> (τελευταία πρόσβαση 23/07/2025).

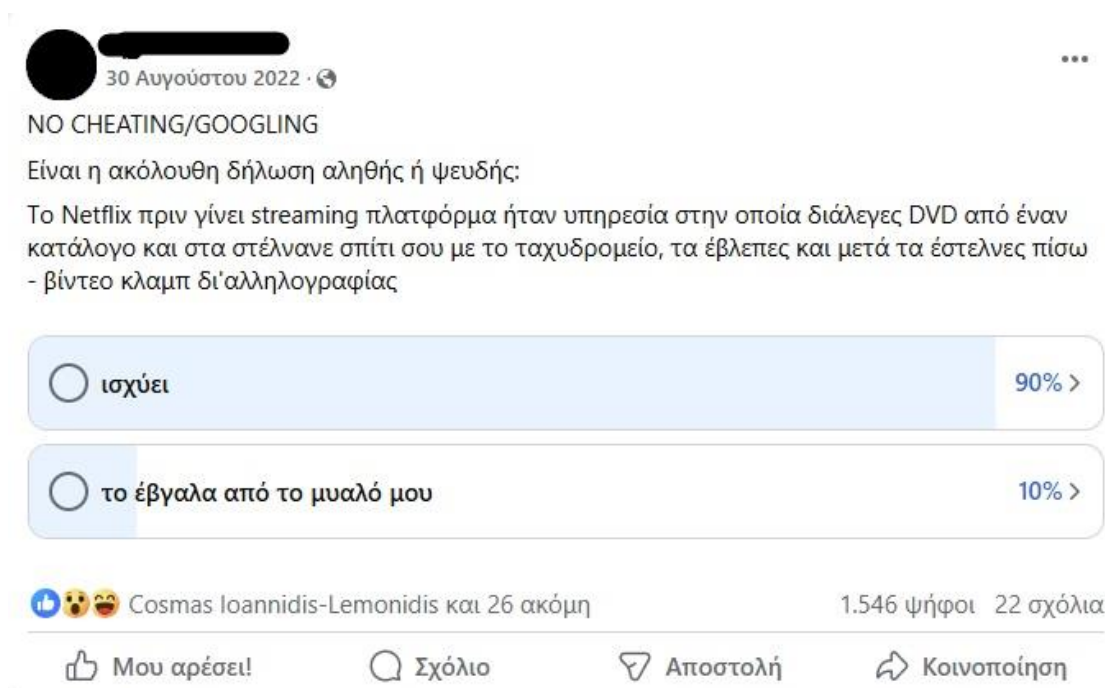
Ο πιο συχνά διαδεδομένος μύθος σχετικά με την ίδρυση της Netflix εδράζεται στην απελευθέρωση από τα δεσμά των επιπρόσθετων χρεώσεων του DVD²⁶. Όταν ένας πελάτης κάποιου Video club καθυστερούσε να επιστρέψει μια ταινία, ήταν υποχρεωμένος να πληρώσει παραπάνω χρήματα. Ο μύθος θέλει τον Reed Hastings, έναν εκ των δυο ιδρυτών της Netflix να πληρώνει 40 δολάρια επειδή καθυστέρησε να επιστρέψει το DVD του “Apollo 13” στο Video club “Blockbuster”. Εξαιτίας της συγκεκριμένης δυσάρεστης εμπειρίας αναλογίστηκε τί θα συνέβαινε αν δεν ήταν υποχρεωμένος να καταβάλλει το ποσό για τα τέλη καθυστέρησης. Κάπως έτσι γεννήθηκε η ιδέα για την δημιουργία της Netflix. Ο έτερος ιδρυτής της Netflix Marc Randolph, έχει αναφέρει ότι η εταιρεία δεν γεννήθηκε σε μια στιγμή και ότι υπήρχαν πολλές κακές ιδέες πριν καταλήξουν σε μια καλή ιδέα που μελλοντικά πήρε σάρκα και οστά (2019). Ο Randolph απομυθοποίησε πλήρως το φαντασιακό των μεγάλων ιδεών που έρχονται ξαφνικά σε ανύποπτο χρόνο. Ορισμένες φορές τα πράγματα έχουν απλές εξηγήσεις. «Ηθελα να ξεκινήσω την δική μου επιχείρηση και να πουλάω πράγματα στο διαδίκτυο. Αυτό ήταν» (Randolph, 2019). Αυτό είναι ένα τυπικό παράδειγμα σχετικά με τους ιδρυτικούς μύθους των πλατφορμών.

Μπορεί η πλειοψηφία των συζητήσεων για τη Netflix να χαρακτηρίζεται από άγνοια σχετικά με το παρελθόν της πλατφόρμας, παρόλα αυτά υπάρχει ένα κομμάτι που αναφέρει συχνά ότι η πρωταρχική λειτουργία της εταιρείας αφορούσε την διαδικτυακή ενοικίαση DVD. Υπάρχουν πολλά σχόλια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή σε διαδικτυακές ομάδες δημοφιλούς κουλτούρας που αναφέρουν ότι η Netflix ξεκίνησε ως διαδικτυακό κατάστημα ενοικίασης DVD. Ακόμα και βίντεο στο YouTube που ασχολούνται με τη Netflix έχοντας μια χιουμοριστική ή αναλυτική διάθεση, συζητούν επιδερμικά την εποχή που η Netflix χαρακτηριζόταν από την ενοικίαση DVD²⁷. Κανείς δεν συζητάει παραπάνω ή έστω με λεπτομερή διάθεση τα γεγονότα που διαμόρφωσαν τα νηπιακά έτη της συγκεκριμένης εταιρείας. Ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα ενασχόλησης στο γκρουπ «BINTEO ΚΛΑΜΠ²⁸» του Facebook σχετικά με τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της Netflix είναι το ακόλουθο:

²⁶ Ψηφιακός Δίσκος Βίντεο (Digital Video Disc ή Digital Versatile Disc).

²⁷ https://www.youtube.com/watch?v=D16XM6_UBX4 Βίντεο της σειράς «Μια Ψύχραιμη Κριτική» του Luben TV σε κείμενο, παρουσίαση του Αλέξανδρου Παπαγεωργίου και editing, animation, graphics του Σταύρου Βήκα. Το συγκεκριμένο επεισόδιο ασχολείται αποκλειστικά με την περίπτωση του στρίμινγκ και το παράδειγμα της Netflix.

²⁸ Η συγκεκριμένη διαδικτυακή κοινότητα αποτελεί το πεδίο έρευνας μας και θα παρουσιαστεί αναλυτικά στο επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μας.



Εικόνα 1. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ «BINTEO ΚΛΑΜΠ» του Facebook. Στο συγκεκριμένο παράδειγμα κάποιο μέλος της ψηφιακής κοινότητας πραγματοποίησε το 2022 μια δημοσκόπηση με κεντρικό ερώτημα το αν είναι αληθές ότι η Netflix στο ξεκίνημα της πραγματοποιούσε ενοικίαση DVD δι' αλληλογραφίας (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Από το σύνολο των 1.546 ψήφων, το 90 τοις εκατό γνωρίζει ότι η Netflix στα πρώτα χρόνια ζωής της αποτελούσε εταιρεία ενοικίασης DVD. Μόλις ένα 10 τοις εκατό αγνοεί αυτή την πληροφορία. Σημαντικότερο από τα αποτελέσματα της δημοσκόπησης είναι το ίδιο το ερώτημα. Για να το θέσουμε διαφορετικά, οι προβολείς πέφτουν στην αρχική δήλωση που συνοδεύεται από το δίλημμα αλήθειας ή ψεύδους. Μια λογική υπόθεση εκ μέρους του ερευνητή είναι ότι για τον δημιουργό της δημοσκόπησης το παρελθόν της εταιρείας «αγγίζει» τα όρια του ψέματος, του μη πραγματικού, του αδιανόητου. Η αληθής δήλωση για την ιστορία της Netflix τίθεται υπό διαπραγμάτευση από μια δημοσκόπηση που λογίζει το παρελθόν της εταιρείας τόσο αταίριαστο σε σχέση με το παρόν της, που χρήζει επικύρωσης ως πραγματικότητα. Επί της ουσίας, παρόλο που ο δημιουργός της παραπάνω δημοσκόπησης γνωρίζει τα γεγονότα, επιχειρεί να πληροφορηθεί πόσοι ακόμα τα γνωρίζουν και αφήνει να εννοηθεί ότι ακόμα και η γνώση του παρελθόντος της εταιρείας δεν παύει να αποτελεί κομμάτι ενός μυστηριακού ψηφιδωτού. Η δημοσκόπηση βγάζει ως αποτέλεσμα την παράδοξη αλήθεια, την οποία ο δημιουργός επιθυμεί να τονίσει. Ή, για να το εκφράσω με

μεγαλύτερη σαφήνεια, η δημοσκόπηση παρουσιάζει *μία* από τις αλήθειες για τη Netflix.

Μια διαφορετική αλήθεια είναι ότι η Netflix, τα πρώτα χρόνια δραστηριοποίησής της στο χώρο της ψυχαγωγίας, αδυνατεί να *νοικιάσει* DVD σε μεγάλη μερίδα πελατών και στηρίζεται για την επιβίωση της στην *πώληση* DVD. Με τη συγγραφή της παρούσας διδακτορικής διατριβής στοχεύουμε στην παρουσίαση μη αυτονόητων πλευρών της ιστορίας της Netflix, αρχής γενομένης από την εποχή της ενασχόλησής της με το DVD. Βασικό μέλημα της συγκεκριμένης ιστορικής έρευνας είναι η ιστορικοποίηση της Netflix, ως απόπειρα κατανόησης των φαινομένων στο πλαίσιο της εποχής τους, ως διερεύνηση της τομής και της συνέχειάς τους στον ιστορικό χρόνο. Ο Αντώνης Λιάκος αναφέρει σε συνέντευξη στην Έλενα Χουζούρη με αφορμή το πρόσφατο βιβλίο του *Ο ελληνικός 20ός αιώνας*:

«Η σαγήνη του εικοστού αιώνα ήταν μεγάλη για δύο λόγους. Πρώτον έχει ζητήματα ανοιχτά, τα οποία τα κουβεντιάζουμε ως ζώσα πραγματικότητα. Η ιστορικοποίησή τους επομένως είναι πρόκληση. Ιστορικοποίηση δεν σημαίνει εξιστόρηση, δηλαδή καταγραφή. Σημαίνει να τα αντιμετωπίσεις ως μια ιστορική περίοδο, με τον ίδιο τρόπο που βλέπουμε τον μεσαίωνα ή την αρχαιότητα, να τα περάσεις δηλαδή μέσα από την προβληματική της ιστορικής απόστασης.»²⁹

Παρομοίως, σκοπεύουμε να αφηγηθούμε μια εταιρική ιστορία που έχει ανοιχτά ζητήματα και προκλήσεις, ιδιαίτερα όσο πλησιάζουμε στο παρόν της ψηφιακής πλατφόρμας. Είναι κομβικό να παρακολουθήσουμε τις μεταβάσεις στην ιστορία της Netflix ως παράγωγα χρόνου και μέσω της ιστορικοποίησης να αντιμετωπίσουμε τις μεταβάσεις αυτές ως ένθετες ιστορικές περιόδους που τέμνουν και αρθρώνουν μια μεγαλύτερη ιστορία της εταιρείας.

²⁹<https://bookpress.gr/sinenteuxeis/sinomilies/11286-antonis-liakos-elena-houzouri> (πρόσβαση 24/11/2024).

(τελευταία

Επεισόδιο 3

Habemus Netflix: Μια back end εταιρική ιστορία

«Αλλά ένας φίλος μου είπε για μια νέα εφεύρεση που ονομάζεται DVD, η οποία θα ερχόταν το φθινόπωρο. “Είναι σαν τα CD, αλλά περιέχουν μια ταινία”, είπε.»

- Reed Hastings, ιδρυτής και διευθύνων σύμβουλος της Netflix στο Hastings, R., Meyer, E. (2021). *Χωρίς κανόνες-NETFLIX: Μια δημιουργική επανάσταση*.

Εκδόσεις Ψυχογιός. Αθήνα. Σελ.32

Σε προηγούμενο επεισόδιο της συγκεκριμένης σεζόν υιοθετήσαμε τον διαχωρισμό της Amanda Lotz σχετικά με τα στάδια της τηλεόρασης. Αντλώντας ξανά από το έργο της Αμερικανοαυστραλής θεωρητικού της τηλεόρασης, θα χρησιμοποιήσουμε το τριμερές σχήμα της περί διαχωρισμού της ιστορίας της Netflix. Για την Lotz (2022), το πρώτο στάδιο της Netflix ονομάζεται Netflix 1.0 και αφορά στην περίοδο 1997-2007 όταν η επιχείρηση δραστηριοποιούνταν στο πεδίο της διαδικτυακής πώλησης και ενοικίασης DVD. Το δεύτερο στάδιο έχει τον τίτλο Netflix 2.0 και αντανάκλα την μετάβαση της εταιρείας από διαδικτυακό κατάστημα ενοικίασης DVD σε πλατφόρμα στρίμινγκ, καλύπτοντας τα έτη 2007-2011. Το τελευταίο στάδιο ξεκινά το 2011 και συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Το Netflix 3.0 στάδιο χαρακτηρίζεται από αυτό που η Lotz αναφέρει ως “commissioning” (2022), την διαδικασία δηλαδή σύμφωνα με την οποία η πλατφόρμα ρίχνει το βάρος στην ανάθεση τίτλων και την δημιουργία πρωτότυπου περιεχομένου. Επιπροσθέτως, το τρίτο στάδιο είναι εκείνο κατά το οποίο η Netflix επεκτείνεται στον υπόλοιπο κόσμο, εγκαθιδρύοντας μια ταυτότητα παγκόσμιας υπηρεσίας. Ο τριμερής διαχωρισμός είναι απαραίτητος καθώς τονίζει τα βασικά χαρακτηριστικά της εταιρείας ανά περίοδο, δίνοντας έμφαση στη διαφορετική δομή και ταυτότητα της Netflix στις διάφορες φάσεις της εξέλιξής της.

Με γνώμονα την κατά Λιάκο ιστοριοποίηση ως ιστοριογραφικό εργαλείο, επιχειρούμε να χωρίσουμε την πρώτη περίοδο της Netflix (Netflix 1.0) σε δύο υποπεριόδους, δύο ξεχωριστές μικρότερες ιστορικές περιόδους μέσα σε μια μεγαλύτερη. Αποκαλούμε την πρώτη “back end” και τοποθετούμε την εκκίνησή της στο έτος ίδρυσης της εταιρείας (1997). Η επόμενη, η “front end” εποχή, ξεκινά από τη

στιγμή που η Netflix κυκλοφορεί για πρώτη φορά στην αγορά (1998). Δανειζόμαστε τους όρους back και front end από το λεξιλόγιο των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των σπουδών προγραμματισμού.

Το front end και το back end είναι όροι που χρησιμοποιούνται στον προγραμματισμό για να διαχωρίζουν δύο βασικά μέρη κάθε εφαρμογής/λογισμικού/ιστοσελίδας. Το front end αφορά στην διεπαφή του χρήστη ή αλλιώς το «μπροστά» κομμάτι. Λογίζεται ως πρόσοψη, ως ένα πρόσθιο και ορατό μέρος. Πρόκειται για τα μέρη που εκείνος βλέπει και με τα οποία αλληλεπιδρά όπως ένα κουμπί, ένα παράθυρο, ένα γραφικό στοιχείο. Αντιθέτως, το back end είναι ο «βαρύς κώδικας» ή αλλιώς το «πίσω» κομμάτι. Συνιστά μία πίσω όψη, άδηλη και αφανή. Παίρνει δεδομένα από τον χρήστη και εκτελεί εντολές ώστε να παραμένει σε λειτουργία η εφαρμογή ή το λογισμικό. Συνάγεται ότι front είναι αυτό που βλέπει ο χρήστης και είναι σε θέση αλληλεπίδρασης μαζί του. Απεναντίας, back είναι ο κώδικας που εκτελεί τις λειτουργίες και τον οποίο αδυνατεί να εντοπίσει ο χρήστης. Με βάση αυτό τον διαχωρισμό, χωρίζονται και οι προγραμματιστές. Υπάρχει ο front end developer και ο back end developer³⁰. Ο back end developer είναι υπεύθυνος για τη δημιουργία και τη συντήρηση ενός ιστοτόπου ή μιας εφαρμογής από την πλευρά του διακομιστή (server-side). Εστιάζει και εργάζεται πάνω στις βάσεις δεδομένων και στη γενικότερη αρχιτεκτονική μιας ιστοσελίδας ή μιας εφαρμογής. Αντιθέτως, ο front end developer είναι υπεύθυνος για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των οπτικών και διαδραστικών στοιχείων μιας ιστοσελίδας ή μιας εφαρμογής, με τα οποία αλληλεπιδρά άμεσα ο χρήστης (client-side). Συμπερασματικά, ο διαχωρισμός μεταξύ back end και front end έχει ως κεντρική προβληματική την θέση του χρήστη και εναλλακτικά θα μπορούσε να ονομαστεί “server-side” – “client-side”. Πρόκειται επί της ουσίας για δυο διαφορετικές οπτικές. Η μια επικεντρώνεται στην πλευρά των διακομιστών και η άλλη δίνει έμφαση στην αλληλεπίδραση με τον χρήστη.

Η πρώτη ιστορική περίοδος της Netflix αφορά τους ιδρυτές της εταιρείας και την σύνθεση της πρώτης ολιγομελούς ομάδας το 1997. Κύριο μέλημά τους ήταν η σύσταση της εταιρείας και η μετέπειτα επιβίωση της. Σε αυτό το κομμάτι της αφήγησης θα παρατηρήσουμε το χτίσιμο της εταιρείας προτού βγει στην αγορά καθώς και τους πρώτους στόχους, τις βασικές λειτουργίες, την πρωταρχική δομή της. Πρόκειται για την ‘back end’ εταιρική ιστορία, την αφήγηση από την πλευρά του διακομιστή (server-

³⁰ Πληροφορίες σχετικά με τον ρόλο των front end και back end developers ανακτήθηκαν από <https://bigblue.academy/gr/front-end-vs-back-end-developer> (τελευταία πρόσβαση 25/02/2025).

side). Από το 1998 που η εταιρεία βγαίνει στην κυκλοφορία μπαίνει στην εξίσωση ο πελάτης, ο οποίος παραγγέλλει DVD μέσω email. Η συμμετοχή του στη διαδικασία ωθεί την εταιρεία σε αλλαγές, επιβεβαίωση υποθέσεων, εμφάνιση προβλημάτων που δεν είχαν προβλεφθεί. Ονομάζουμε την δεύτερη ιστορική περίοδο της Netflix ως front end εταιρική ιστορία ή αλλιώς το σημείο αλληλεπίδρασης με τον πελάτη (client-side). Συνεχίζοντας στη γραμμή της αναλογίας με τις σπουδές προγραμματισμού, ο βασικός παράγοντας που στέκεται ως αδιαμφισβήτητο κριτήριο διαχωρισμού της συγκεκριμένης εταιρικής ιστορίας είναι ο χρήστης. Η εμπλοκή του χρήστη τέμνει την “μεγάλη ιστορία” των πρώτων χρόνων ζωής της πλατφόρμας σε δυο μικρότερες ιστορίες διαφορετικής οπτικής και δυναμικής. Εν τούτοις, οι ιστορίες που θα αφηγηθούμε, είτε κρυφές είτε φανερές, έχουν στο εσωτερικό τους ένα νήμα, έναν κοινό ιστό που τις συνδέει. Παρουσιάζουν ένα κοινό χαρακτηριστικό που διαπερνά και ενώνει τα επιμέρους ανόμοια στοιχεία. Πρόκειται για την συγκολλητική ουσία των back και front end ιστοριών που θα ξετυλιχτούν στα επόμενα επεισόδια και δεν είναι άλλη από το DVD.

Η Netflix ιδρύθηκε στις 29 Αυγούστου 1997 στο Scotts Valley της California από τους Reed Hastings και Marc Randolph. Αρχικά αποτελούσε εταιρεία διαδικτυακής πώλησης και ενοικίασης DVD. Ο πελάτης έστελνε την παραγγελία του στην εταιρεία μέσω email και την παραλάμβανε με το συμβατικό ταχυδρομείο. Το DVD έμπαινε στον χαρακτηριστικό φάκελο και κατόπιν πραγματοποιούνταν η κατ' οίκον παράδοση:



Εικόνα 2. Παράδοση ταινίας δι' αλληλογραφίας από τη Netflix. <https://about.netflix.com/el/leadership> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Το κομβικό εναρκτήριο ερώτημα είναι για ποιο λόγο η εταιρεία ασχολήθηκε έντονα κατά τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της με το DVD, ιδιαίτερα σε μια περίοδο που στην Αμερική παρουσίαζε ελάχιστη δημοφιλία.

Την άνοιξη του 1997 (ένα χρόνο περίπου προτού η Netflix βγει επίσημα στην κυκλοφορία) υπήρχαν διάφορες ιδέες για το περιεχόμενο της εταιρείας. Οι ιδρυτές, έχοντας στο νου τους το παράδειγμα της Amazon που δραστηριοποιούνταν στις διαδικτυακές αγορές, ξεκίνησαν την διαδικασία εύρεσης της κατάλληλης ιδέας για πώληση ή ενοικίαση πραγμάτων στο διαδίκτυο. Η πρώτη ιδέα κινούνταν γύρω από τις βιντεοκασέτες. «Σκεφτόμουν κασέτες VHS³¹. Είναι κάπως μικρές. Οι άνθρωποι δεν θέλουν απαραιτήτως να κατέχουν κάτι αφού το έχουν παρακολουθήσει μία ή δύο φορές» (Randolph, 2019: 26). Η ιδέα για τις βιντεοκασέτες πετάχτηκε στον κάλαθο

³¹ Συντόμευση για το “Video Home System”, συσκευή εγγραφής και αναπαραγωγής περιεχομένου βίντεο σε κασέτα που βασίζεται σε μαγνητική ταινία.

των αχρήστων σχετικά γρήγορα. Μια βιντεοκασέτα έχει μεγάλο μέγεθος και πιάνει αρκετό χώρο κατά την αποστολή. Επίσης, υπάρχει ο κίνδυνος να καταστραφεί στη μεταφορά. Ίσως θα αναρωτηθεί εύλογα ο αναγνώστης ότι παρόμοιος κίνδυνος ελλοχεύει και στην περίπτωση του DVD. Εκείνη τη στιγμή όμως δεν είχε περάσει καν από την σκέψη τους η αγορά των DVD. Αυτό το γεγονός έχει σαφή εξήγηση. Ο λόγος που δεν υπήρχε ούτε σαν σενάριο η ενασχόληση με το DVD είναι επειδή δεν υπήρχε η συγκεκριμένη τεχνολογία στις ΗΠΑ. Η μοναδική χώρα στην οποία απαντάται το DVD-player πριν το 1997 είναι η Ιαπωνία. Συγκεκριμένα, το Νοέμβριο του 1996 η Toshiba παρουσίασε την πρώτη συσκευή αναπαραγωγής DVD στον κόσμο, το SD-3000, ως αποτέλεσμα των εξελίξεων που ξεκίνησαν το 1994.



Εικόνα 3. SD-3000, η πρώτη συσκευή αναπαραγωγής DVD στον κόσμο. Η εικόνα ανακτήθηκε από την επίσημη ιστοσελίδα της Toshiba <https://toshiba-mirai-kagakukan.jp/en/history/ichigoki/products.htm?morebox=y1996dvd-more#y1996dvd> (τελευταία πρόσβαση 25/09/2025).

Το ορόσημο για τις Η.Π.Α. είναι η πρώτη μέρα του Μαρτίου του 1997 όπου τα πρώτα DVD-player πωλούνται στη χώρα. Ακολούθως, στις 19 Μαρτίου του 1997 τα πρώτα DVD εμφανίζονται στην αγορά. Πολύ γρήγορα άρχισαν να δημιουργούνται οι συνθήκες άνθησης μιας νέας αγοράς στον χώρο της ψυχαγωγίας.

Η έλευση των DVD διαφημίζεται σε τεχνολογικά περιοδικά και απαντά το ενδιαφέρον του Randolph. Εκείνος επιχειρεί να πείσει τον Hastings σε θεωρητικό επίπεδο, σταχυολογώντας τα θετικά της ενασχόλησης με το DVD σε σχέση με την

βιντεοκασέτα. Το DVD έχει μέγεθος δίσκου (compact disc-sized). Άρα είναι μικρότερο και ελαφρύτερο από την βιντεοκασέτα. Τι σημαίνει αυτό πρακτικά; Χωράει σε ταχυδρομικό φάκελο αποστολής με ένα γραμματόσημο των 32 σεντ του δολαρίου (Randolph, 2019: 31). Κάνοντας συγκρίσεις με την αγορά των βιντεοκασετών, ο Randolph αντιλαμβάνεται ότι τα DVD μέσω ταχυδρομείου (DVD by mail) θα μπορούσαν να αποδειχτούν κερδοφόρα. Η θεωρητική παράθεση επιχειρημάτων δεν στέκεται αρκετή για να προχωρήσει η ιδέα. Γι' αυτό τον λόγο ο Randolph πείθει τον Hastings να κάνουν ένα πρακτικό πείραμα. Στέλνουν ένα CD με τις κορυφαίες επιτυχίες της Patsy Cline³² από το ταχυδρομείο της Santa Cruz στο σπίτι του Hastings ώστε να ελέγξουν τις πιθανότητες φθοράς ή καταστροφής κατά τη διαδρομή. «Όταν αυτό το CD έφτασε με ασφάλεια, νομίζω ότι ο Reed Hastings και εγώ ξέραμε ότι είχαμε βρει την ιδέα μας» (Randolph, 2019: 36).



Εικόνα 4. Ο Mark Randolph στέκεται έξω από το ταχυδρομείο της Santa Cruz όπου το 1997 έστειλε το CD της Patsy Cline στο σπίτι του Reed Hastings. Ανακτήθηκε από <https://www.abc.net.au/news/2023-09-30/netflix-shutters-dvd-delivery-marc-randolph/102902864> (τελευταία πρόσβαση 20/09/2025).

³² Θρυλική Αμερικανίδα τραγουδίστρια της country και πρώτη γυναίκα που εισήχθη στο Country Music Hall of Fame. <https://www.countrymusichalloffame.org/hall-of-fame/patsy-cline> (τελευταία πρόσβαση 02/02/2025).

Το βιβλίο του Mark Randolph (2019) αποτελεί επί της ουσίας μια συλλογή απομνημονευμάτων (memoir) του ιδίου, τα οποία εκτείνονται χρονικά από το έτος ίδρυσης της εταιρείας μέχρι την αποχώρησή του από αυτή το 2003. Η ιστορία με την δοκιμή της ταχυδρομικής αποστολής του CD στο σπίτι του Hastings περιγράφεται γλαφυρά από τον συγγραφέα και αποτελεί ένα μικρό κρίκο σε μια αλυσίδα γεγονότων που ώθησαν τους ιδρυτές προς την κατεύθυνση του DVD. Με το πέρας της επιτυχίας του τεστ ο Randolph θυμάται την κρίσιμη επισήμανση του Hastings: «Μου είχε θυμίσει πολλές φορές ότι κανείς μας δεν είχε δει ποτέ DVD» (2019: 34). Δύο άνθρωποι που σπαταλάνε χρόνο, χρήμα³³ και ιδέες για να μπουν πρώτοι στην αγορά ενοικίασης DVD, δεν έχουν δει ποτέ DVD. Δεν γνωρίζουν πώς είναι η συγκεκριμένη τεχνολογία, τί είδους εμπειρίες προσφέρει και με ποιους τρόπους θα επιχειρήσει να διαμορφώσει εκ νέου τις συνθήκες ψυχαγωγίας των ανθρώπων στις Η.Π.Α. Οι ιδρυτές της Netflix ρισκάρουν ακριβώς επειδή πιστεύουν ότι η τεχνολογία που έρχεται θα υπερσχύσει της βιντεοκασέτας και, κατ' επέκταση, έπρεπε πάση θυσία να βρίσκονται στην αφετηρία ώστε να προλάβουν τις εξελίξεις.

Γιατί εκτός από το DVD δίνουν έμφαση στην αγορά/ενοικίασή του μέσω του διαδικτύου; Για ποιο λόγο δεν ξεκινούν μια εταιρεία σύστασης video club; Η απάντηση και στα δυο ερωτήματα είναι κοινή και δίνεται διά στόματος Randolph: ««Η επιτυχία του Jeff Bezos στην Amazon μας είχε δείξει ότι δεν ήταν απλώς το πιο ισχυρό υλικό ή το πιο καινοτόμο λογισμικό που θα οδηγούσε σε μελλοντική πρόοδο -ήταν το ίδιο το διαδίκτυο» (2019: 42). Έχει σημασία ο ακριβής προσδιορισμός του περιεχομένου αλλά ακόμα πιο κομβικό είναι το μέσο διάθεσής τους. Η οπτική των ιδρυτών της Netflix φανερώνει ότι ακόμα πιο σημαντικό από το αν το προϊόν θα είναι βιντεοκασέτα ή DVD, είναι η γείωσή του στο περιβάλλον του διαδικτύου.

«Στόχος μας ήταν να έχουμε την πληρέστερη συλλογή DVD στον κόσμο» (Randolph, 2019: 78). Για να πετύχουν κάτι τέτοιο χρειάζονται σε πρώτο επίπεδο υποδομές και προσωπικό. Η back end εταιρική ιστορία της Netflix οικοδομείται με πιο εντατικούς ρυθμούς. Έξι μήνες προτού βγει η Netflix σε κυκλοφορία φτιάχνουν το γραφείο τους την ομάδα που θα απαρτίζει το εγχείρημα, καθορίζουν μισθούς και τακτοποιούν τα οικονομικά δεδομένα της εταιρείας. Δίνουν ξεχωριστή βάση στην συσκευασία αποστολής του DVD. «Ήταν το πρώτο φυσικό σημείο επικοινωνίας που θα είχαμε με

³³ Ο Randolph διαχωρίζει ξεκάθαρα την σπατάλη του ιδίου σε σχέση με τα έξοδα του Hastings. «Το ρίσκο μου ήταν ο χρόνος μου. Το δικό του ήταν τα χρήματα του» (Randolph, 2019: 39).

τους χρήστες μας» (Randolph, 2019: 79). Η πρώτη εντύπωση είναι εξαιρετικά σημαντική και το ψυχαγωγικό κομμάτι δεν αποτελεί εξαίρεση. Ο πελάτης κρατά στα χέρια του τον ταχυδρομικό φάκελο που συμβολίζει την πρώτη φυσική επαφή μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή. Έπρεπε να δοθεί έμφαση σε λεπτομέρειες όπως τα υλικά κατασκευής του φακέλου, το χρώμα, το μέγεθος. Η εταιρεία όφειλε να διαφυλάξει ότι δεν θα υπήρχαν ζημιές ή φθορές στον φάκελο. Επίσης, το DVD θα έπρεπε να χωράει μέσα σε αυτόν και ταυτόχρονα η συσκευασία να μην πιάνει πολύ χώρο. Για να συμβούν όλα αυτά και να φτάσει άθικτο το DVD στο σπίτι του πελάτη, εκείνος έπρεπε να το παραγγείλει από την ιστοσελίδα της Netflix.

Ο Randolph υπενθυμίζει στους αναγνώστες ότι το 1997, για να δημιουργήσει κανείς μια ιστοσελίδα (website), ήταν υποχρεωμένος όχι μόνο να αγοράσει χώρο για τους διακομιστές (servers) αλλά έπρεπε να τους κατασκευάσει κιόλας και να γράψει τον κώδικα λειτουργίας τους (2019: 80). Αναγκαστικά η ομάδα τους πληθαίνει. Προσλαμβάνουν μηχανικούς ηλεκτρονικών υπολογιστών και προγραμματιστές ώστε να χτίσουν από την αρχή το ψηφιακό οικοδόμημα. Η πρόοδος συνεχίζεται σε όλα τα μέτωπα. Η εταιρεία βρίσκεται σε πολύ καλό επίπεδο ώστε να θεωρείται έτοιμη για την κυκλοφορία στην αγορά εξαιρουμένου ενός βασικού στοιχείου. Δεν είχε όνομα. Για την ακρίβεια είχε ένα Beta όνομα, δηλαδή έναν τίτλο εργασίας που χρησιμοποιείται για να δοκιμαστεί η ιστοσελίδα. Το Beta όνομα έχει προσωρινό χαρακτήρα ενώ ακόμα η σελίδα της εταιρείας βρίσκεται υπό διαμόρφωση. Το Beta όνομα ήταν Kibble³⁴. Τα υποψήφια ονόματα της εταιρείας σύμφωνα με τον Randolph ήταν τα “TakeOne, TakeTwo, SceneOne, SceneTwo, Flix.com, Fastforward, NowShowing, Directpix, Videopix, E-Flix.com, NetFlix, CinemaCenter, WebFlix, CinemaDirect, NetPix” και ενώ αρχικά το όνομα “NetFlix” δεν άρεσε σε κανέναν, αποφάσισαν τελικά να προχωρήσουν με αυτό (2019: 99).

«Στις 14 Απριλίου του 1998, έξι μήνες αφότου γράφτηκε η πρώτη γραμμή κώδικα, ήταν έτοιμοι.» (Keating, 2013: 32). Η front end περίοδος της Netflix ξεκινά.

³⁴ Η λέξη σημαίνει κροκέτα και αναφέρεται στο φαγητό των κατοικίδιων ζώων. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/kibble> (τελευταία πρόσβαση 22/02/2025)

Επεισόδιο 4

Habemus Netflix: μια front end εταιρική ιστορία

«Με το λανσάρισμα σήμερα το πρωί του πρώτου καταστήματος διαδικτυακής ενοικίασης DVD, κάθε κάτοχος DVD -όπου κι αν μένει, ασχέτως του πόσο μακριά μένει από ένα κατάστημα ενοικίασης βίντεο- έχει τώρα εγγυημένη πρόσβαση σε κάθε διαθέσιμο τίτλο DVD για αγορά ή ενοικίαση. Η Netflix καθιστά απίστευτα εύκολη την ενοικίαση ενός DVD. Δεν οδηγείτε. Δεν αναζητάτε θέση για πάρκινγκ. Δεν περιμένετε στην ουρά. Σας το κάνουμε εύκολο να το επιστρέψετε. Και είμαστε ανοιχτά 7 ημέρες την εβδομάδα, 24 ώρες την ημέρα.»

- Mark Randolph προς τους δημοσιογράφους που έγραφαν για τη νέα startup “NetFlix”, 14 Απριλίου 1998 (2019: 109).

Η Netflix βρίσκεται σε κυκλοφορία στην αγορά με τον εντυπωσιακό για την εποχή αριθμό των σχεδόν χιλίων DVD στον κατάλόγό της (inventory). Οι πελάτες ξεκινούν τις επισκέψεις στην ιστοσελίδα από την πρώτη μέρα. Το πρώτο μεγάλο πρόβλημα δεν αργεί να κάνει την εμφάνισή του. Οι διακομιστές (servers) «κρασάρουν»³⁵. Την πρώτη μέρα λειτουργίας της Netflix οι διακομιστές είναι δυο. Μετά το πρώτο κρασάρισμα εκείνης της μέρας οι υπεύθυνοι καλούνται να αντιμετωπίσουν την έκτακτη κρίση. Κινούνται ταχύτατα και αυξάνουν τον αριθμό των διακομιστών σε οχτώ. Προσωρινή ανακούφιση. Στον αντίποδα, η επισκεψιμότητα στην ιστοσελίδα έχει αυξητική τάση. Οι διακομιστές κρασάρουν για ακόμα μια φορά. Το πρώτο μεγάλο πρόβλημα στην front end περίοδο της Netflix δημιουργείται από την αλληλεπίδραση με τον πελάτη και δεν είναι άλλο από την διαχείριση των δεδομένων. Οι διακομιστές αδυνατούν να «σηκώσουν το βάρος» των δεδομένων εξαιτίας της μεγάλης επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας με αποτέλεσμα να τίθενται εκτός λειτουργίας. Οχτώ εβδομάδες μετά την κυκλοφορία της Netflix στην αγορά το βασικό πρόβλημα είναι η διαχείριση του συνόλου των δεδομένων. Οι υπεύθυνοι επιχειρούν να δώσουν λύση αυξάνοντας

³⁵ Στην διαδικτυακή αργκό το ρήμα «κρασάρω» προέρχεται από την αγγλική λέξη crash και αναφέρεται σε συσκευή ή πρόγραμμα που παύει να λειτουργεί.

περισσότερο τον αριθμό των διακομιστών. Εικοσιτέσσερις διακομιστές αναλύουν έναν τεράστιο για την εποχή όγκο δεδομένων στην προσπάθεια τους να κρατήσουν την εταιρεία σε λειτουργικά επίπεδα και αποθηκεύουν τα στοιχεία ανά κατηγορία σε σκληρό δίσκο. Το αποτέλεσμα σύμφωνα με τον Randolph είναι ότι αποκτούν γνώση σχεδόν για όλα:

«Κάθε πελάτη. Κάθε παραγγελία. Κάθε αποστολή ενός DVD. Η αποθήκη δεδομένων μας γνωρίζει πού μένει κάθε πελάτης, πώς και πότε εντάχθηκαν, πόσες φορές έχουν νοικιάσει από εμάς και για πόσο καιρό κατά προσέγγιση κρατούν τους δίσκους. Ξέρει ακριβώς τι ώρα κάποιος επισκέφτηκε την τοποθεσία, από πού ήρθε και τι έκανε όταν έφτασε εκεί. Ξέρει ποιες ταινίες είδε και ποιες επέλεξε να βάλει στο καλάθι του. Ξέρει αν ολοκλήρωσε την αγορά (checkout) — και αν δεν το έκανε, ξέρει πού τα παράτησε. Ξέρει ποιος μας επισκέπτεται για πρώτη φορά και ποιός είναι επαναλαμβανόμενος πελάτης. Ένας σκληρός δίσκος ξέρει σχεδόν τα πάντα» (2019: 124).

Ήδη από την πρώτη χρονιά επίσημης λειτουργίας της, η Netflix αντιλαμβάνεται πόσο κομβικό ρόλο πρόκειται να παίζει η διαχείριση των δεδομένων. Σε πρώτο επίπεδο η συλλογή, ταξινόμηση και αποθήκευση των δεδομένων είναι κρίσιμη για την επιβίωση της εταιρείας. Σε δεύτερο επίπεδο αποτελεί ένα προοίμιο της αλγοριθμικής ανάπτυξης στην οποία θα βασιστεί η Netflix τα επόμενα χρόνια και θα ανθίσει ολοκληρωτικά την περίοδο του στρίμινγκ (streaming). Θα αναφερθώ αναλυτικά στο ζήτημα των δεδομένων (data) στο επεισόδιο 11 της τρέχουσας σεζόν.

Το δεύτερο μεγάλο πρόβλημα για τη Netflix μετά το ζήτημα της διαχείρισης των δεδομένων είναι η δυσαναλογία ανάμεσα στα κέρδη από τις πωλήσεις DVD και σε εκείνα που προέρχονται από τις ενοικιάσεις. Η εταιρεία έχει έσοδα «\$93,000 από πωλήσεις DVD, ενώ από ενοικιάσεις μόλις \$1,000. [...] Οι πελάτες πληρώνουν \$25 για ένα DVD αλλά μόνο \$4 για μια ενοικίαση.» (Randolph, 2019: 125). Για ποιο λόγο αυτό λογίζεται ως πρόβλημα; Επειδή το DVD συμβαίνει να νοικιάζεται πολλές φορές, ενώ μπορεί να πουληθεί μόνο μία. Παρόλο που τα 25 δολάρια από την πώληση ενός DVD ακούγονται πιο ελκυστικά σε σχέση με τα 4 δολάρια της ενοικίασης, μακροπρόθεσμα η πώληση αποδεικνύεται λιγότερο κερδοφόρα. Το κέρδος της εταιρείας είναι μικρότερο από τις πωλήσεις που έχουν τελεσίδικο χαρακτήρα. Το ιδανικό σενάριο για τη Netflix είναι να νοικιάζει συνεχώς τα DVD από τον κατάλόγό της, ώστε να τα παρακολουθούν όσο περισσότεροι άνθρωποι γίνεται. Το κέρδος σε βάθος χρόνου έγκειται σε ένα ισχυρό δίκτυο ενοικίασης DVD. Συμπληρωματικά, ένα επιμέρους πρόβλημα που προκύπτει σε αυτό το σημείο σχετίζεται αποκλειστικά με το ζήτημα των ενοικιάσεων. «Όταν κατορθώνουμε να πείσουμε κάποιον να νοικιάσει ένα DVD από

εμάς, σχεδόν ποτέ δεν επιστρέφει για δεύτερο» (Randolph, 2019: 125). Η μειοψηφία που προτιμά να νοικιάζει DVD από τη Netflix δεν είναι σταθερή. Οι αριθμοί των εσόδων αφορούν κάθε φορά διαφορετικούς ανθρώπους. Ο πελάτης νοικιάζει μια φορά και δεν επιστρέφει να νοικιάσει ξανά κάποιο DVD. Άρα, αυτό που λείπει από την εταιρεία είναι οι σταθεροί πελάτες. Εκείνοι που θα στηρίζουν με περιοδικότητα και συχνότητα το εγχείρημα της ενοικίασης. Πώς λύνονται αυτά τα προβλήματα;

Σχετικά με το πρόβλημα του μικρού αριθμού ενοικιάσεων, η εταιρεία σπεύδει να εφαρμόσει ταχύτατα ένα πλάνο επίλυσης. Παρατηρούν ότι δεν είναι οι μοναδικοί που στοχεύουν σε αυξήσεις εσόδων. Όπως η Netflix επιθυμεί περισσότερες ενοικιάσεις, έτσι και οι εταιρείες πώλησης DVD-player θέλουν με τη σειρά τους να αυξήσουν τα έσοδα. Γιατί επομένως να μην πετύχουν τον ίδιο σκοπό τη στιγμή που βοηθούν η μία την άλλη; Έχουν στο μυαλό τους ένα μοντέλο παράλληλης διαφήμισης/ταυτόχρονης προώθησης. Ο Randolph συναντά τον Steve Nickerson της Toshiba και βάζουν σε λειτουργία το εξής πλάνο:

«Σε κάθε DVD-player που πουλούσε η Toshiba, θα μας επέτρεπαν να συμπεριλάβουμε ένα μικρό διαφημιστικό φυλλάδιο, που προσφέρει τρεις δωρεάν ενοικιάσεις DVD μέσω του ιστοτόπου μας. Ό,τι χρειαζόταν ένας πελάτης να κάνει θα ήταν να επισκεφτεί τη Netflix.com και να εισαγάγει τον σειριακό αριθμό του DVD player του και έτσι θα είχε τρεις δωρεάν ενοικιάσεις DVD» (Randolph, 2019: 133).

Με αυτό τον τρόπο η Netflix ευελπιστούσε να αυξήσει τις ενοικιάσεις και η Toshiba να πείσει τους τυχόν διστακτικούς πελάτες ότι θα έβρισκαν προϊόν να βάλουν στο μηχάνημα. Πρόκειται για μια νέου τύπου μορφή ψυχαγωγίας που, όπως και με την περίπτωση του VHS, απαιτούνται δυο παράμετροι σε ταυτοχρονία για να δουλέψει: συσκευή αναπαραγωγής και προϊόν ταιριαστό με την συσκευή. Οι προσπάθειες της Netflix τονώνουν μεσοπρόθεσμα τα έσοδα αλλά δεν κατορθώνουν να λύσουν το πρόβλημα. Ο πελάτης συνεχίζει να προτιμά την αγορά DVD. Οι ενοικιάσεις αντιστοιχούν στο 3% των κερδών.

Συγκεφαλαιώνοντας, η front end ιστορία της Netflix αφορά την προσπάθεια μετάβασης από μια εταιρεία που στηρίζει την επιβίωσή της σε πωλήσεις DVD σε μια εταιρεία που θα μακροημερεύσει εξαιτίας του ισχυρού συστήματος ενοικίασης που διαθέτει. Αυτή η μετάβαση είναι κατάδηλα δύσκολο να συμβεί. Οτιδήποτε κι αν δοκιμάζουν οι υπεύθυνοι της Netflix, αδυνατεί να βελτιώσει επί μονίμου βάσεως τα χαμηλά νούμερα ενοικιάσεων DVD. Προσφορές, πακέτα ευκαιριών, δωρεάν διάθεση ταινιών για διαφημιστικούς λόγους και συμφωνίες με εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον

χώρο είναι μερικές από τις αποτυχημένες τακτικές. Η εμφατική αδυναμία να στρέψουν το ενδιαφέρον των πελατών στην ενοικίαση οδηγεί σε πρωτοφανείς κινήσεις. «Όταν προσπαθείς να φτιάξεις ένα προϊόν, μερικές φορές δεν έχει σημασία πόσες προωθήσεις (promotions) εκτελείς ή πόσες προσφορές διαθέτεις. Μερικές φορές, χρειάζεται απλώς να τραβήξεις την προσοχή» (Randolph, 2019: 165). Δεν υπήρχε καταλληλότερη χρονική στιγμή να τραβήξουν την προσοχή από το σεξουαλικό σκάνδαλο Clinton – Lewinsky.

Το Lewinskygate³⁶ αφορά στην σεξουαλική σχέση του 42ου Προέδρου των Η.Π.Α. Bill Clinton με την ασκούμενη στον Λευκό Οίκο Monica Lewinsky. Η σεξουαλική σχέση τους που ξεκίνησε το 1995 και κράτησε 18 μήνες συντάραξε την αμερικανική κοινή γνώμη και άφησε ανεξίτηλα σημάδια στο πολιτικό γίγνεσθαι της χώρας, καταλήγοντας σε πρόταση μομφής του Κογκρέσου προς τον Πρόεδρο η οποία επικυρώθηκε από την Γερουσία. Κατά τη διάρκεια που το συγκεκριμένο σκάνδαλο απασχολεί έντονα την κοινή γνώμη, η υπόθεση παίρνει μια νέα τροπή στις 17 Αυγούστου 1998. Για πρώτη φορά στην πολιτική ιστορία των Η.Π.Α. ένας εν ενεργεία Πρόεδρος καταθέτει στο Γραφείο του Ανεξάρτητου Συμβούλου (Office of Independent Counsel). Η κατάθεση του Clinton ήταν μυστική. Παρόλα αυτά, η συνεδρία είχε βιντεοσκοπηθεί. Στις 18 Σεπτεμβρίου του 1998 η ελεγχόμενη από τους Ρεπουμπλικάνους Επιτροπή Δικαιοσύνης της Βουλής (House Judiciary Committee) ανακοινώνει ότι για λόγους διαφάνειας, η κατάθεση του Προέδρου από τις 18 Αυγούστου θα δημοσιοποιηθεί σε όλα τα μεγάλα τηλεοπτικά δίκτυα (Randolph, 2019: 166). Η κατάθεση θα γινόταν διαθέσιμη στο κοινό τρεις ημέρες αργότερα: στις 9:00 π.μ., Δευτέρα 21 Σεπτεμβρίου. Μια χρυσή ευκαιρία παρουσιάστηκε στη Netflix ώστε να τραβήξει την προσοχή μιας ολόκληρης χώρας πάνω της. Η ιδέα ήταν να φτιάξουν ένα αντίγραφο της μετάδοσης της κατάθεσης του Clinton σε DVD και να το στείλουν στους ενδιαφερόμενους που θα το έβαζαν στο καλάθι της παραγγελίας στη συμβολική τιμή των δύο σεντ του δολαρίου. Ο Randolph αναφέρει χαρακτηριστικά:

«Το Κογκρέσο κυκλοφόρησε αυτό το υλικό με την πρόθεση να γίνει διαθέσιμο στο ευρύτερο δυνατό κοινό. Προσφέροντας την πλήρη κατάθεση του Clinton σε DVD μόνο για \$,02, πιστεύουμε ότι καθιστούμε εφικτό για σχεδόν κάθε κάτοχο συσκευής DVD να αξιολογήσει εύκολα το υλικό και να

³⁶ Η κατάληξη -gate στην ονομασία του σκανδάλου παραπέμπει στο σκάνδαλο “Watergate” που συντάραξε τις Η.Π.Α. το 1972 και αφορά στην τοποθέτηση κοριών στα γραφεία των Δημοκρατικών στην Ουάσινγκτον με εμπλοκή της κυβέρνησης Nixon. Το σκάνδαλο Clinton – Lewinsky εναλλακτικά ονομάζεται “Monicagate”, “Tailgate”, “Sexgate” ή “Zippergate”.

σχηματίσει τη δική του γνώμη. Επιπλέον, πιστεύουμε ότι η δυνατότητα του DVD να επιτρέπει στον χρήστη να μεταπηδά εύκολα από θέμα σε θέμα κάνει το DVD ως μορφή, μοναδικά κατάλληλο για την αξιολόγηση υλικού όπως αυτό» (2019: 169-170).

Αποτέλεσμα της κίνησης ήταν σχεδόν 5.000 νέοι πελάτες για τη Netflix με συνολικό κόστος μικρότερο από 5.000\$ και δημοσιογραφική κάλυψη στις μεγάλης εμβέλειας αμερικανικές εφημερίδες. Η Netflix κατάφερε να στρέψει την προσοχή πάνω της αλλά δεν κατόρθωσε να στρέψει την προσοχή εκεί που πραγματικά επιθυμούσε: στην ενοικίαση DVD. Ακόμα και μετά το τρικ με το σχεδόν δωρεάν DVD της κατάθεσης του Προέδρου των Η.Π.Α. οι ενοικιάσεις DVD παρέμειναν σε χαμηλά επίπεδα. Η λύση, ωστόσο, βρισκόταν μπροστά στα μάτια τους, μη ορατή τη δεδομένη χρονική στιγμή. Χρειάστηκε να περάσει ενάμιση χρόνος από την κυκλοφορία της εταιρείας στην αγορά ώστε να επιβεβαιωθεί στην πράξη ότι η Netflix ήταν το συνώνυμο της ενοικίασης DVD μέσω του διαδικτύου.

Επεισόδιο 5

Το δικό μας το DVD σε άλλους νοικιάστηκε³⁷

«Είχαμε ένα νέο γραφείο, γεμάτο με νέα πρόσωπα. Είχαμε όμως το ίδιο παλιό πρόβλημα: Κανείς δεν ήθελε να νοικιάσει DVD από εμάς.»

- Randolph, M. (2019). *That will never work: The birth of Netflix and the amazing life of an idea*. Hachette UK. Σελ. 201

Το καλοκαίρι του 1999 ο Marc Randolph είδε μπροστά στα μάτια του την λύση στο πρόβλημα των ενοικιάσεων DVD. Παρατήρησε το καθημερινό που θεωρείται δεδομένο. Το σύνθημα που, γειωμένο στο κατάλληλο πλαίσιο, έχει τη δυνατότητα να σηματοδοτήσει κάτι αξιοσημείωτο και συνάμα λυτρωτικό. Επισκεπτόμενος την αποθήκη της εταιρείας στο Σαν Χοσέ, έδωσε βάση στις στοίβες με τα αποθηκευμένα DVD. Η Netflix χρησιμοποιούσε τέτοιους χώρους για λόγους αποθήκευσης και φύλαξης του υλικού διανομής. Από εκεί ξεκινούσε μια παραγγελία ώστε να φτάσει στο σπίτι του πελάτη. Ο Randolph κοιτώντας προσεκτικά την αποθήκη σκέφτηκε ότι «τα DVD βρίσκονται εκεί τζάμπα, χωρίς λόγο, ενώ θα μπορούσαν να βρίσκονται σε κάποιο ράφι κάποιου σπιτιού που έχουν ενοικιαστεί» (2019: 203). Η ιδέα του είναι να κρατήσει ο πελάτης το DVD για όσο θέλει, καταργώντας τις χρεώσεις καθυστέρησης (late fees).

«Τώρα θα μπορείτε να αφήσετε αυτόν τον δίσκο να καθίσει πάνω στην τηλεόραση όσο χρειάζεται. Και όταν χτυπήσει η διάθεση ότι ήρθε η ώρα να παρακολουθήσετε μια ταινία, θα είναι στιγμαία. Ακόμη πιο γρήγορα από την οδήγηση σε ένα Blockbuster³⁸. Και αν είχατε ένα σωρό ταινίες να κάθονται εκεί, θα μπορούσατε να επιλέξετε τι θα παρακολουθήσετε με βάση τη διάθεσή σας.»

Η βασική ιδέα ενός εκ των ιδρυτών της Netflix για να δοθεί λύση στο ζήτημα του χαμηλού αριθμού ενοικιάσεων είναι να «σπάσει» ο χρόνος. Το αυστηρό μοντέλο της ενοικίασης υπαγορεύει απόλυτη συμμόρφωση με τους χρόνους της διαδικασίας.

³⁷ Ο τίτλος του συγκεκριμένου επεισοδίου αναφέρεται στον διάσημο στίχο «Το δικό μας το σπίτι σε άλλους νοικιάστηκε» της λαϊκής επιτυχίας «Νοικιάστηκε» της Κατερίνας Λιόλιου. <https://www.youtube.com/watch?v=kWpWP89bJEg> (τελευταία πρόσβαση 06/02/2025).

³⁸ Αλυσίδα καταστημάτων ενοικίασης DVD σε φυσικό χώρο, άμεσα ανταγωνιστική προς τη Netflix. Ιδρύθηκε το 1985 και γιγαντώθηκε την δεκαετία του 1990. Η πτωτική της πορεία ξεκίνησε στα μέσα της δεκαετίας του 2000. Χρεώκοπησε το 2010 επηρεασμένη από την οικονομική κρίση και τον ανταγωνισμό με τη Netflix. Υπάρχει ένα βιβλιογραφικό κομμάτι που ασχολείται εκτενώς με τις σχέσεις Blockbuster – Netflix. Στην παρούσα διδακτορική διατριβή θα αφήσουμε σκόπιμα εκτός το κομμάτι του ανταγωνισμού μεταξύ των εταιρειών.

Παραγγελία μέσω διαδικτύου – παραλαβή DVD - προβολή ταινίας – επιστροφή. Οποιαδήποτε καθυστέρηση επιβαρύνει οικονομικά τον πελάτη. Η θεωρητική πρόταση του Randolph έγκειται στο «άπλωμα» των χρόνων της διαδικασίας ώστε να εξυπηρετηθεί η δυνατότητα της στιγμιαίας εκμετάλλευσης της επιθυμίας. «Θρυμματίζοντας» τα συμπαγή χρονικά όρια, η Netflix ανακατατάσσει την ανθρώπινη αντίληψη για τον χρόνο σε συνάρτηση με την επιθυμία. Ο πελάτης γνωρίζει ότι έχει στην κατοχή του κάτι που μπορεί να απολαύσει την καταλληλότερη στιγμή για αυτόν δίχως εξωγενείς παράγοντες τήρησης κανόνων. Ποια ακριβώς είναι η κατάλληλη στιγμή; Η ακαθόριστη, ανεξήγητη, μη αναμενόμενη στιγμιαία επιθυμία. Όλες οι στιγμές είναι η κατάλληλη στιγμή και συνάμα καμία. Η πλήρως υποκειμενική συνθήκη επιλογής που διαφέρει από άνθρωπο σε άνθρωπο. Αναμφίλεκτα, η παράδοση αλλά απόλυτα αναγκαία απόφαση της εταιρείας να «απλωθεί» ο χρόνος έχει ως στόχο την προσφορά στιγμών. Με αυτό τον τρόπο ο πελάτης γνωρίζει ότι η διάνοιξη των χρονικών ορίων υποβοηθά τη διάρκεια της επιθυμίας. Ο πελάτης θα νοικιάσει πιο εύκολα ένα DVD αν του δοθεί ένα ευρύ χρονικό περιθώριο για θέαση και επιστροφή του υλικού. Όπως επίσης, θα νοικιάσει ευκολότερα ένα DVD που θα του προσφέρει την επιλογή της θέασης ανάλογα με την διάθεσή του κατά το «διεσταλμένο» χρονικό παράθυρο.

Από την άλλη μεριά, οι χρεώσεις καθυστέρησης (late fees) ενέχουν έναν τιμωρητικό χαρακτήρα, μια διάθεση επιβολής ποινής. Η ποινή αφορά στη μη συμμόρφωση με τους χρόνους της διαδικασίας. Ο πελάτης δεν είναι ευθυγραμμισμένος με τις χρονικές επιταγές της εταιρείας και γι' αυτό τον λόγο θα επιβαρυνθεί οικονομικά παραπάνω του αναμενομένου. Κατά συνέπεια, η ιδέα «απλώματος» του χρόνου είναι θεωρητικά ελκυστική για τη Netflix για δυο λόγους. Από τη μία πλευρά η θέαση αποκτά πιο εύελκτο χαρακτήρα. Ο πελάτης θα παρακολουθήσει την ταινία που νοίκιασε τη στιγμή που θα το επιθυμεί περισσότερο, βασιζόμενος στην στιγμιαία διάθεσή του και δίχως να ταλαιπωρείται από την αίσθηση του επείγοντος. Από την άλλη, νιώθει ότι δεν τιμωρείται από τις καθυστερημένες χρεώσεις και ότι λαμβάνει υπηρεσίες από μια εταιρεία με φιλικό προς εκείνον πρόσωπο. Το τελευταίο πράγμα που μένει να συμβεί είναι η δοκιμή στο πεδίο. Η ιδέα πρέπει να περάσει από την θεωρία στην πράξη.

Η λύση στο πρόβλημα των ενοικιάσεων θα επιτευχθεί πρακτικά μέσω του τριμερούς σχήματος που η ομάδα της Netflix ανέπτυξε το καλοκαίρι του 1999:

- Οικιακή Βιβλιοθήκη Ενοικίασης (Home Rental Library)
- Σειριακή Διανομή (Serialized Delivery)
- Συνδρομή (Subscription)

Η Οικιακή Βιβλιοθήκη Ενοικίασης έχει ως βασικό στόχο την εξάλειψη των χρεώσεων καθυστέρησης. «Σχεδιάσαμε μια μορφή που επέτρεπε στους χρήστες να νοικιάζουν τέσσερα DVD κάθε φορά για 15,99 \$ το μήνα και να τα κρατήσουν όσο θέλουν. Μόλις επέστρεφαν ένα από τα DVD, μπορούσαν να επιστρέψουν στον ιστότοπο και να νοικιάσουν άλλο» (Randolph, 2019: 203). Η Σειριακή Διανομή επιχειρεί να καταπολεμήσει το φαινόμενο της ενοικίασης κάποιου DVD από τον πελάτη, ο οποίος δεν επιστρέφει μελλοντικά για να επαναλάβει την διαδικασία. Η Σειριακή Διανομή ωθεί τον κάθε πελάτη να δημιουργήσει λίστα ταινιών ώστε όταν επιστρέφει μία να του στέλνει η εταιρεία αυτόματα την επόμενη ταινία της λίστας. Με αυτό τον τρόπο θα αντιμετωπίζονταν τυχόν καθυστερήσεις στη διανομή ή το να μην ξέρει ακριβώς τί θέλει ο πελάτης (Randolph, 2019: 203-204). Τέλος, η Συνδρομή παρέχει περισσότερη ελευθερία και χρονική ευελιξία στον πελάτη να παρακολουθήσει το DVD την στιγμή που εκείνος επιθυμεί, αποφεύγοντας τις οικονομικές επιβαρύνσεις από ενδεχόμενη καθυστέρηση επιστροφής του προϊόντος. Σε αυτό το σημείο πέφτει για πρώτη φορά ως πρόταση στο τραπέζι η μηνιαία συνδρομή (Randolph, 2019: 204).

Αρχικά, το τριμερές σχήμα λύσης στο ζήτημα των ενοικιάσεων DVD δεν ήταν ενιαίο. Κάθε μέρος του σχήματος είχε μια αυτόνομη διάσταση. Οι υπεύθυνοι της Netflix συζητούσαν για το ποια λύση εκ των τριών έπρεπε να μπει σε προτεραιότητα εις βάρος των εναπομεινσών δύο. Επιμερίζοντας, το αρχικό πλάνο ήταν να δοκιμάσουν την κάθε λύση ξεχωριστά αλλά, εξαιτίας έλλειψης χρόνου³⁹ την συγκεκριμένη χρονική περίοδο, αποφάσισαν να δοκιμάσουν όλες τις ενδεχόμενες λύσεις ταυτόχρονα. Στις 17 Σεπτεμβρίου 1999, το συνδυαστικό σχέδιο έκανε το ντεμπούτο του δοκιμαστικά στον ιστότοπο της Netflix, προσφέροντας στους πελάτες την ευκαιρία να διαλέξουν και να λάβουν τέσσερις ταινίες (Οικιακή Βιβλιοθήκη Ενοικίασης) για 15,95\$ το μήνα (Συνδρομή). Από αυτές είχαν την δυνατότητα να αποστείλουν μια πίσω και να λάβουν την επόμενη που είχαν στην λίστα τους (Σειριακή Διανομή). Το σχέδιο λειτούργησε

³⁹ Η απόφαση της δοκιμής των τριών λύσεων ταυτόχρονα έγκειται σε δυο φόβους που διακατείχαν τη Netflix την δεδομένη χρονική περίοδο. Αφενός ήταν ενήμερη για το πλάνο επέκτασης των ανταγωνιστών της όπως η Amazon και αφετέρου ανησυχούσαν ότι τυχόν καθυστερήσεις θα επιβάρυναν την οικονομική «αιμορραγία» της εταιρείας στα τέλη του 1999.

και ονομάστηκε «πρόγραμμα Μαρκί» (“Marquee plan”). Ο Reed Hastings αναφέρει σχετικά με την επιτυχία του προγράμματος:

«Το πρόγραμμα Μαρκί της Netflix.com φέρνει πίσω τη χαρά στην ενοικίαση ταινιών. Χωρίς ημερομηνίες λήξης, οι πελάτες μας μπορούν να στοκάρουν ενοικιαζόμενες ταινίες και να κρατούν πάντα μερικές πάνω στην τηλεόρασή τους, έτοιμοι για παρορμητική προβολή» (Keating, 2013: 59).

Για ακόμα μια φορά τα επίσημα χείλη της Netflix δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην υπό κατασκευή διαπραγμάτευση του χρόνου. Η «παρορμητική προβολή» του Hastings είναι όμοια με το «χτύπημα της διάθεσης» του Randolph. Οι ιδρυτές της εταιρείας σμιλεύουν ένα νέο καλούπι χρόνου όπου ο θεατής έχει την απαραίτητη ελευθερία ώστε να επιλέξει εκείνος με βάση την επιθυμία και την διάθεσή του, την κατάλληλη χρονική στιγμή για να απολαύσει το προϊόν που παρήγγειλε. Πρόκειται για ένα ορόσημο στην ιστορία της αμερικανικής τηλεόρασης και της ψυχαγωγίας εν γένει καθώς δημιουργεί νέες πρακτικές θέασης. Η αντίληψη του συνδρομητή⁴⁰ για τον χρόνο μεταβάλλεται ριζικά. Η αίσθηση του επείγοντος μπαίνει σε χειμερία νάρκη, αναμένοντας την επανεμφάνισή της σε επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μας όπου θα καταπιαστούμε με την σύγχρονη φυσιογνωμία της Netflix. Η ενοικίαση DVD στα τέλη του εικοστού αιώνα αντικατοπτρίζει μια διαδικασία «απλωμένου» χρόνου όπου κυριαρχούν οι ελευθερίες του συνδρομητή και η εκπλήρωση της στιγμιαίας επιθυμίας. Η Netflix εγκαινιάζει ένα μοντέλο προσφοράς που υπαγορεύει αύξηση χρονικών ορίων δυνατοτήτων και πολλαπλασιασμό αισθήσεων εκπλήρωσης στιγμιαίας επιθυμίας. Για πρώτη φορά στην ιστορία της τηλεοπτικής ψυχαγωγίας το ζητούμενο είναι η προσφορά χρόνου ώστε να «ικανοποιηθεί» η στιγμή. Όσο μάλιστα η αφήγηση της ιστορίας της Netflix πλησιάζει στο πολυχρονικό παρόν της ψηφιακότητας, θα διαπιστώσουμε ότι η ικανοποίηση της στιγμής αποτελεί την κεντρική στοχοθεσία της πλατφόρμας.

Ο Mason (2002) υπογραμμίζει ότι σε πρώτο επίπεδο η Netflix διατήρησε το παραδοσιακό μοντέλο πληρωμής ανά ενοικίαση παράλληλα με το νέο πρόγραμμα συνδρομής που αφορούσε μηνιαίες ενοικιάσεις. Ο επισκέπτης της ιστοσελίδας είχε την δυνατότητα να επιλέξει το μοντέλο που ταίριαζε περισσότερο στις ανάγκες του. Αξιολογώντας όμως την επιτυχία του προγράμματος Μαρκί, «μέχρι τον Φεβρουάριο

⁴⁰ Από αυτό το σημείο της διδακτορικής διατριβής μας και στο εξής θα μετατοπιστούμε από τον όρο «πελάτης» σε «συνδρομητή». Η Netflix πετυχαίνει στα τέλη του 1999 μέσω του προγράμματος συνδρομής να γίνει συνώνυμο των ενοικιάσεων DVD. Ο κατάλληλος όρος για να περιγράψουμε τους ανθρώπους που πληρώνουν ώστε να απολαμβάνουν το προϊόν της εταιρείας είναι εκείνος του «συνδρομητή».

του 2000 είχαμε εγκαταλείψει τις à la carte ενοικιάσεις και μεταπηδήσαμε εξ ολοκλήρου στη συνδρομητική υπηρεσία, η οποία πλέον κοστίζει 19,99\$ το μήνα. Η Netflix ήταν το Marquee και το Marquee ήταν η Netflix» (Randolph, 2019: 213). Η επιτυχία του προγράμματος Μαρκί ωθεί την εταιρεία σε αύξηση του καταλόγου DVD⁴¹ και υιοθέτηση του συνδρομητικού πλάνου ως το μοναδικό και ενδεδειγμένο πρόγραμμα ψυχαγωγίας για κατανάλωση.



Εικόνα 5. Η μορφή της ιστοσελίδας της Netflix το 1999. Ο επισκέπτης μπορεί να διακρίνει την ειδοποίηση στο πάνω μέρος της φωτογραφίας «Πάνω από 2,600 DVD προς ενοικίαση!» <https://gibsonbiddle.medium.com/a-brief-history-of-netflix-personalization-1f2deb010a1> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Η αρχή του 21^{ου} αιώνα σηματοδοτεί την τελική φάση της front end ιστορίας της Netflix. Εκείνη παύει να θεωρείται απλά ένα διαδικτυακό κατάστημα ενοικίασης DVD. Μετατρέπεται σε μια εταιρεία που στοχεύει στο να διανοίξει νέα κανάλια χρόνου για τον συνδρομητή, μέσω των οποίων δημιουργεί ισχυρές συνδέσεις μεταξύ εκείνου και του περιεχομένου που διαθέτει. Η επιτυχία του προγράμματος κάνει φανερό το εξής: «Όσο περισσότερο η Netflix θα μπορούσε να προβλέπει τις απαιτήσεις των καταναλωτών, τόσο καλύτερα θα μπορούσε να διαχειριστεί τον κατάλογο απογραφής (inventory)» (Keating, 2013: 61). Με άλλα λόγια, οι δυνατότητες πρόβλεψης σχετικά με τις επιθυμίες των καταναλωτών θα λειτουργούσαν υπέρ του ήδη πετυχημένου προγράμματος συνδρομής. Τον Ιανουάριο του 2000 η Netflix βάζει σε λειτουργία το

⁴¹ Στα τέλη του 1999 ο συνολικός αριθμός DVD που κατείχε η Netflix ανερχόταν στα 2.600.

σύστημα προτάσεων (recommendation system) με το όνομα Cinematch. Η αλγοριθμική περίοδος της εταιρείας ξεκινά.

Επεισόδιο 6

Αλγοριθμικά Χρόνια: Από το “Cinematch” στο «Βραβείο Netflix»

«Οι αλγόριθμοι καθοδηγούν ολόκληρο τον ιστότοπό μας - δεν υπάρχει ούτε μια ίντσα μη υπολογισμένου χώρου σύνταξης.»

- Ted Sarandos (διευθύνων σύμβουλος της Netflix) στο Curtin et al., 2014:

144

Η παραπάνω δημοφιλής δήλωση του Sarandos είναι δυνατόν να εκληφθεί ως spoiler⁴² επειδή αποκαλύπτει τον καταληκτικό αντίκτυπο του αλγορίθμου στην ιστορία της εταιρείας. Η χρήση του αλγορίθμου κρίνεται πετυχημένη και η ύπαρξή του αναγκαία για τον τρόπο με τον οποίο η Netflix λειτουργεί εύρυθμα. Λογίζεται ως απαραίτητο συστατικό που διασφαλίζει έλεγχο του περιεχομένου και εποπτεία της συμπεριφοράς των χρηστών. Σε βάθος χρόνου ο αλγόριθμος της εταιρείας πέρασε από διάφορα στάδια στα οποία συστάθηκε, μορφοποιήθηκε, μεταλλάχθηκε, βελτιστοποιήθηκε, οριστικοποιήθηκε. Στο συγκεκριμένο επεισόδιο θα παρακολουθήσουμε τα τεκταινόμενα που οδήγησαν σε αυτή την κατάληξη. Θα επιχειρήσουμε να αφηγηθούμε την ιστορία ενός αλγοριθμικού ταξιδιού που ξεκινά από την περίοδο που η εταιρεία δραστηριοποιούνταν στον τομέα της διαδικτυακής ενοικίασης DVD και εκτείνεται μέχρι τα έτη της ψηφιακής μετάβασης όπου κυριαρχεί η πρακτική του στρίμινγκ. Βρισκόμαστε στην ιστορική περίοδο Netflix 1.0. Το έτος 2000 σηματοδοτεί την μετάβαση από την υποπερίοδο front end στην υποπερίοδο που κυριαρχεί ο αλγόριθμος. Η αλγοριθμική υποπερίοδος ξεκινά το 2000 και διαρκεί μέχρι τις αρχές του 2007, οπότε και ολοκληρώνεται η Netflix 1.0. Στις 16 Ιανουαρίου 2007 η εταιρεία στρέφεται στο στρίμινγκ, εγκαινιάζοντας την περίοδο Netflix 2.0⁴³.

⁴² Ως spoiler ορίζεται συνήθως μια παρατήρηση ή μια πληροφορία που αποκαλύπτει σημαντικά στοιχεία της πλοκής μιας ταινίας (για παράδειγμα το τέλος ή μια σημαντική ανατροπή της πλοκής), «χαλάζοντας» (“spoiling”) την έκπληξη και «κλέβοντας» από τον θεατή την αγωνία και την απόλαυση της ταινίας. Ανακτήσαμε την σημασία της λέξης από το Κέντρο Βοήθειας του IMDb (Internet Movie Database) https://help.imdb.com/article/imdb/discover-watch/what-are-spoilers/GPQ3YAE3ZPWBVR3V?ref=helpms_helpart_inline# (τελευταία πρόσβαση 25/02/2025).

⁴³ Το χάρισμα των περιόδων της ιστορίας της εταιρείας και ο περαιτέρω διαχωρισμός σε υποπεριόδους έχει ως στόχο την βαθύτερη κατανόηση των επιμέρους στοιχείων που διαμορφώνουν το κάθε στάδιο και να βοηθήσει τον αναγνώστη να παρακολουθήσει τις εξελίξεις. Παρόλα αυτά, κρούουμε τον κώδωνα της θεώρησης των διαχωρισμών ως αμετάκλητων, άκαμπτων ορίων. Οι περίοδοι της εταιρείας παρουσιάζουν

Υπάρχουν πολλοί τρόποι να οριστεί ο αλγόριθμος. Αυτό εξαρτάται από την επιστημονική πειθαρχία (discipline) από την οποία επιχειρεί κανείς να προσεγγίσει τον όρο. Επιστήμες όπως η Θεωρητική Πληροφορική (Cormen, Leiserson, Rivest & Stein, 2009) ή η Εφαρμοσμένη Πληροφορική (Skiena, 2020) αντιμετωπίζουν διαφορετικά τον αλγόριθμο απ' ό,τι τα πεδία της Τεχνητής Νοημοσύνης (Russell & Norvig, 2021) ή της Εξόρυξης Δεδομένων (Aggarwal, 2015). Σε γενικές γραμμές ο αλγόριθμος αποτελεί μια αυστηρή ακολουθία πεπερασμένων εντολών που συντελούνται με σαφήνεια ώστε να ξεπεραστεί ένα πρόβλημα. Σε άλλες περιπτώσεις ενδέχεται να μην απαιτείται η επίλυση ενός προβλήματος αλλά η τελεσφόρηση και επίτευξη ενός στόχου που έχει τεθεί. Στην έρευνά μας λογίζεται ως ένα σύστημα λογικών σχέσεων και πεπερασμένων ενεργειών που επιχειρεί να μεταφράσει την επιθυμία και το γούστο του θεατή σε μαθηματικά δομημένη φόρμουλα. Συμπληρωματικά, αλγοριθμική περίοδο ονομάζουμε την στροφή της Netflix στην εντατική αλγοριθμική παραγωγή και λειτουργία με στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση των συνδρομητών της.

Αναμφισβήτητα, η επιτυχία του προγράμματος Μαρκί ώθησε τα στελέχη της Netflix στο να τοποθετήσουν την ανάπτυξη του αλγορίθμου σε περίοπτη θέση της ατζέντας τους. Συγκεκριμένα, το κομμάτι του προγράμματος Μαρκί που ονομάζεται Σειριακή Διανομή (Serialized Delivery) ήταν εκείνο που τους ώθησε σε μια τέτοια κατεύθυνση. Η έμφαση στη δημιουργία λίστας από τον πελάτη ώστε να επιστρέφει ένα DVD και να παραλαμβάνει το επόμενο, αύξησε την ανάγκη για ένα σύστημα προτάσεων. Για ποιο λόγο συνέβη αυτό; Επειδή ο πελάτης έπρεπε να γνωρίζει από πριν ποιο DVD θα είναι το επόμενο στην λίστα παραγγελίας. Εκεί εισέρχεται η Netflix και μεταστρέφει πλήρως την λογική του «να γνωρίζει ο πελάτης από πριν» σε «να του υποδείξουμε εμείς αυτό που θέλουμε να γνωρίζει από πριν». Η κομβική παρέμβαση της εταιρείας στην επιθυμία του πελάτη μέσω του αλγοριθμικού συστήματος θα άλλαζε την σύγχρονη ιστορία της.

Τον Φεβρουάριο του 2000 η Netflix λανσάρει το Cinematch, «έναν ευρύτερο αλγόριθμο που έκανε προτάσεις ταινιών ζυγίζοντας έναν αριθμό παραγόντων όπως λέξη-κλειδί, αριθμός αντιγράφων, αριθμός αντιγράφων σε απόθεμα, κόστος ανά δίσκο» (Randolph, 2019: 222). Πώς λειτουργεί το Cinematch; Το συγκεκριμένο σετ αλγορίθμων στηρίζεται αρχικά σε σημαντικό βαθμό στις βαθμολογίες των πελατών.

κοινά στοιχεία, επικοινωνούν, επηρεάζουν η μια την άλλη. Δεν στέκουν αποκομμένες. Για παράδειγμα, η διαδοχή της αλγοριθμικής υποπεριόδου από εκείνη του στρίμινγκ δεν σημαίνει ότι ο αλγόριθμος σταματά να υπάρχει ή να επηρεάζει τα πράγματα. Απλώς η έμφαση δίνεται αλλού.

Μια απαραίτητη προϋπόθεση για την ορθή λειτουργία ενός αλγορίθμου είναι η λήψη δεδομένων. Όσο περισσότερες πληροφορίες έχει ένας αλγόριθμος τόσο πιο χρήσιμος μπορεί να είναι για το επίπεδο αποτελεσμάτων μιας εργασίας.

«Το Cinematch δημιουργούσε ομάδες πελατών, αποτελούμενες από άτομα που είχαν βαθμολογήσει παρόμοιες ταινίες. Το Cinematch σημείωσε την επικάλυψη στα γούστα ορισμένων συνδρομητών μέσω ενός συστήματος αξιολόγησης πέντε αστερών και στη συνέχεια παρουσίαζε ταινίες με υψηλή βαθμολογία από μέλη μιας ομάδας σε άλλους στην ίδια ομάδα που προηγουμένως δεν είχαν νοικιάσει ή βαθμολογήσει στη Netflix» (Keating, 2013: 61-62).

Η Keating δίνει έμφαση στην ταχύτητα με την οποία βαθμολογούνταν οι ταινίες. Η γρήγορη βαθμολόγηση πληθώρας ταινιών από τους συνδρομητές δημιουργεί μια συνθήκη εντατικής αλγοριθμικής ανάλυσης που βελτιώνει το ίδιο το Cinematch:

«Στην αρχή το Cinematch ταξινομούσε και παρουσίαζε λίστες με τίτλους ταινιών που οι χρήστες ήταν πιθανό να βαθμολογήσουν υψηλά, με βάση το πώς είχαν βαθμολογήσει άλλες ταινίες στο παρελθόν, μαζί με θεματικές λίστες που είχαν δημιουργηθεί από τους συντάκτες περιεχομένου της Netflix. Όσο περισσότερες ταινίες αξιολογούσαν οι συνδρομητές τόσο πιο ακριβές γινόταν το σύστημα. [...] Μαζί με το λογισμικό που δημιουργήθηκε από την Amazon, το Cinematch αντιπροσώπευε το καλύτερο σύστημα συλλογικού φιλτραρίσματος στον κόσμο» (Keating, 2013: 186).

Η Netflix γιγαντωνόταν συνεχώς. Το αποτέλεσμα της αλγοριθμικής λογικής με την οποία κινούταν η εταιρεία ήταν να σημειώσει τη χρονιά 2000 εντυπωσιακή αύξηση στα προς ενοικίαση προϊόντα της. «Τώρα κατέχουμε 5.800 διαφορετικούς τίτλους DVD, αποστέλλουμε περισσότερους από 800.000 δίσκους το μήνα και η αποθήκη μας είναι γεμάτη με περισσότερους από ένα εκατομμύριο δίσκους» (Randolph, 2019: 224). Κατ' αναλογία με την πρώτη μέρα κυκλοφορίας της Netflix στην αγορά, οι εντυπωσιακές επιδόσεις δημιουργούν νέα προβλήματα. Κατά τον ίδιο τρόπο που οι διακομιστές δεν ήταν αρκετοί για να σηκώσουν το βάρος της παρθενικής επίσκεψης μεγάλου αριθμού ατόμων στην ιστοσελίδα της εταιρείας, οι νέες ταχύτητες που οφείλονται στον αλγόριθμο εν έτει 2000 οδηγούν σε καθυστερήσεις παράδοσης ταινιών στο δίκτυο διανομής. Ο σκόπελος που έπρεπε να ξεπεραστεί ήταν η αναμόρφωση του δικτύου διανομής DVD σε κάτι πιο γρήγορο, πιο άμεσο και πιο ευθυγραμμισμένο με τις αυξημένες απαιτήσεις των συνδρομητών. Οι τελευταίοι, δημιουργώντας λίστες μέσω της βοήθειας του αλγορίθμου, ανέμεναν την ταχύτερη παράδοση του νέου DVD όταν επέστρεφαν εκείνο που είχαν παρακολουθήσει. Άρα, απαιτούνταν βελτίωση του κομματιού της Σειριακής Διανομής (Serialized Delivery) του προγράμματος Μαρτί.

Η λύση δόθηκε από τον Tom Dillon, προγραμματιστή της Netflix με ειδίκευση στη διαχείριση αποθηκών (warehouse management). Ο Dillon σκέφτηκε ότι η εξασφάλιση ταχύτητας στο δίκτυο διανομής και η απαλοιφή των καθυστερήσεων θα μπορούσε να επιτευχθεί αν οι συνδρομητές έπαιναν να στέλνουν το DVD που παρακολούθησαν πίσω στην αποθήκη της εταιρείας και αντ' αυτού το έστελναν κατευθείαν στον επόμενο πελάτη που το είχε παραγγείλει μέσω της λίστας του. Ο Dillon μελέτησε τους ταχυδρομικούς κώδικες των Η.Π.Α. και δημιούργησε ένα σύνθετο πρόγραμμα συνάφειας ανάμεσα στις διευθύνσεις των συνδρομητών της εταιρείας και στα κέντρα διανομής Netflix (Keating, 2013: 56-57). Έτσι η εταιρεία αγόρασε ακίνητα και δημιούργησε 35 κέντρα εξυπηρέτησης σε όλη τη χώρα (Randolph, 2019).

«Πελάτες έστελναν ταχυδρομικά τα DVD που παρακολουθούσαν στο ταχυδρομείο που βρίσκεται πιο κοντά στα κέντρα διανομής της περιοχής. Στις 9:00 κάθε πρωί, ένας τοπικός υπάλληλος έπαιρνε το μέηλ και για τις επόμενες τρεις ώρες, αυτός ο υπάλληλος (και τέσσερις ή πέντε άλλοι) θα χρησιμοποιούσαν ένα κοπτικό για να ανοίξουν τους φακέλους, να αφαιρέσουν τους δίσκους και να σαρώσουν κάθε DVD σε ένα πρόγραμμα καταλόγου απογραφής της Netflix. Τα DVD θα πήγαιναν προσωρινά σε τακτοποιημένους σωρούς στο τραπέζι. Οι εργαζόμενοι θα διαβίβαζαν όλα αυτά τα δεδομένα στα κεντρικά γραφεία στο Los Gatos, και ενώ έκαναν τα μεσημεριανά τους διαλείμματα, οι διακομιστές μας θα ταίριαζαν όλα τα DVD που είχαν έρθει με όλες τις ταινίες που ήθελαν οι επόμενοι πελάτες. Μετά το μεσημεριανό γεύμα, οι υπάλληλοι σάρωναν ξανά κάθε δίσκο, αλλά αυτή τη φορά, το σύστημα εμφάνιζε μια ταχυδρομική ετικέτα που φέρει τη διεύθυνση του πελάτη που ήθελε τον δίσκο στη συνέχεια» (Randolph, 2019: 261-262).

Μέσω των κέντρων διανομής η Netflix κατόρθωσε να παρακάμψει τις διαδρομές από και προς την κεντρική αποθήκη της εταιρείας και να επιταχύνει την ροή του δικτύου διανομής DVD. Η ιδέα του Dillon έβαλε σε τάξη ένα δίκτυο που «υπέφερε» από χρόνους παράδοσης και γεωγραφικές ασυνέχειες. Ως αποτέλεσμα, η γιγάντωση της Netflix συνεχίζεται με αμείωτους ρυθμούς. Συνεπώς, τι συμβαίνει κάθε φορά που η εταιρεία προοδεύει; Η απάντηση έχει τις ρίζες της στο κινηματογραφικό/τηλεοπτικό λεξιλόγιο και δεν είναι άλλη από την επανεμφάνιση του κλισέ⁴⁴: ένα νέο πρόβλημα εμφανίζεται.

⁴⁴ *Cliche* ή *cliché* είναι λέξη του 19^{ου} αιώνα δανεική στην αγγλική γλώσσα από τα γαλλικά. Αναφέρεται σε μια ρήση ή έκφραση που έχει χρησιμοποιηθεί υπερβολικά σε σημείο να γίνει βαρετή, μη πρωτότυπη και αδιάφορη. Η σημασία της ανακτήθηκε από <https://www.vocabulary.com/dictionary/cliche> (τελευταία πρόσβαση 22/11/2024). Στο λεξιλόγιο του κινηματογράφου και της τηλεόρασης η λέξη αντικατοπτρίζει μια σκηνή ή στοιχείο της πλοκής που είναι προβλέψιμο και κατ' επανάληψη χρησιμοποιημένο ώστε να δημιουργεί συναισθήματα αδιαφορίας και βαρεμάρας.

Το νέο πρόβλημα που δημιουργήθηκε από τις πρωτοφανείς ταχύτητες της αλγοριθμικής αναβάθμισης της Netflix τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του 2000 εντοπίστηκε στη συγκέντρωση και ανάλυση των δεδομένων. Η επέκταση της εταιρείας υπήρξε αλματώδης, καθώς απέκτησε περισσότερη φήμη, προσωπικό, έσοδα και αξία. Τον Μάρτιο του 2003 ανακοινώνει ένα εκατομμύριο συνδρομητές. Ομοίως χρειάζεται περισσότερο χώρο στον κατάλόγό της (inventory) και έναν εξελιγμένο αλγόριθμο που να είναι σε θέση να διαχειριστεί έναν μεγάλο όγκο δεδομένων. Η ραγδαία επέκταση του καταλόγου της εταιρείας φανερώνει μια έλλειψη αλγοριθμικών συνάψεων μεταξύ ταινιών, είδους (genre), ηθοποιών, πλοκής. Η Keating εξηγεί με ένα σαφές παράδειγμα την παραπάνω αναντιστοιχία:

«Το *Pretty Woman* είναι τόσο διαφορετικό από το, ας πούμε, *American Zigolo*. Και οι δύο είναι ταινίες για την πορνεία, διαδραματίζονται σε μεγάλη πόλη των ΗΠΑ και έχουν ως πρωταγωνιστή τον Ρίτσαρντ Γκιρ, αλλά είναι απίθανο να απευθύνονται στο ίδιο κοινό» (2012: 191).

Το Cinematch στη συγκεκριμένη αλγοριθμική περίοδο της Netflix πιάνει ένα όριο που δεν μπορεί να ξεπεράσει. Αδυνατεί να διαχειριστεί τον αυξανόμενο όγκο των δεδομένων και να προτείνει ταινίες σε συνδρομητές εντοπίζοντας τις γκρίζες ζώνες ανάμεσα στο είδος της ταινίας και στην αντίληψη του χρήστη για την ταινία. Αδυνατεί να λειτουργήσει σε επαναληπτικές συνθήκες συνεχούς ανταλλαγής δεδομένων και πληροφοριών.

«Η παραγωγή εξελιγμένων προτάσεων παράγει μεγαλύτερη ικανοποίηση πελατών που με την σειρά της παράγει περισσότερα δεδομένα πελατών, τα οποία με τη σειρά τους παράγουν πιο εξελιγμένες προτάσεις και ούτω καθεξής, με αποτέλεσμα -θεωρητικά- έναν κλειστό εμπορικό βρόχο στον οποίο η κουλτούρα προσαρμόζεται, περισσότερο από ότι αντιπαρατίθεται, με τους χρήστες της» (Hallinan & Striphas, 2016: 6).

Η επαναληπτικότητα της κινητικότητας των δεδομένων δημιουργεί βρόχους προσαρμογής. Τα εταιρικά αλγοριθμικά εργαλεία «εκπαιδεύονται» στον εντοπισμό συναφειών στις συμπεριφορές των χρηστών και εκείνοι με την σειρά τους «εκπαιδεύονται» στη χρήση των εταιρικών αλγοριθμικών εργαλείων. Συμπερασματικά, εκείνο που απαιτείται από την εταιρεία είναι ένα πετυχημένο μοντέλο για εξόρυξη δεδομένων (data mining) που θα οδηγήσει σε εξελιγμένες προτάσεις. «Η εξόρυξη δεδομένων είναι η διαδικασία εύρεσης προγνωστικών ή ουσιαστικών μοτίβων σε τεράστια σύνολα δεδομένων» (Keating, 2013: 189). Γι' αυτό το λόγο η Netflix θα επιχειρήσει να βελτιώσει τον αλγόριθμο της ως προς την εξόρυξη

δεδομένων και εξελιγμένων προτάσεων, βάζοντας σε εφαρμογή ένα πρωτοφανές σχέδιο με την ονομασία «Βραβείο Netflix» (“Netflix Prize”).

Στις 6 Οκτωβρίου του 2006 η Netflix εγκαινιάζει ένα διαγωνισμό με τίτλο «Βραβείο Netflix» (Netflix Prize) όπου προσφέρει το βραβείο ενός εκατομμυρίου δολαρίων σε όποιον μπορούσε να βελτιώσει τον αλγόριθμο προτάσεων της, Cinematch, κατά 10% (Koren & Bell & Volinsky 2009, Hallinan & Striphas 2016, Finn 2017, Gerrish 2018). Η συμμετοχή ξεπέρασε κάθε προηγούμενο. «Περισσότερες από σαράντα χιλιάδες ομάδες από 186 χώρες εγγράφηκαν στο διαγωνισμό του ενός εκατομμυρίου δολαρίων τα επόμενα τρία χρόνια, προσελκυσμένες από το μεγαλύτερο σύνολο δεδομένων που κυκλοφόρησε ποτέ και την ανοιχτή και γενικά φιλική φύση του διαγωνισμού» (Keating, 2013: 188). Οι συμμετέχοντες δεν προέρχονταν αυστηρά από τον χώρο της τεχνολογίας. «Το κυνηγητό για τα ένα εκατομμύριο δολάρια δεν έθελε μόνο την ελίτ της εξόρυξης δεδομένων, αλλά και από τη μηχανική γλώσσα (machine language) και μαθηματικές κοινότητες, καθώς και λαμπρούς ερασιτέχνες από την ανάπτυξη λογισμικού, ακόμα και από την ψυχολογία» (Keating, 2013: 190). Ετερόκλητες ομάδες ανθρώπων πήραν μέρος στο «Βραβείο Netflix» ώστε να βελτιώσουν τον αλγόριθμο της εταιρείας ο οποίος χρονολογούταν από το 2000 και, παρόλο που αποτέλεσε μια αξιοσημείωτη τεχνολογική οντότητα, υστερούσε σε διάφορα ζητήματα. Ο διαγωνισμός μπήκε σε ισχύ ώστε να βελτιωθεί το υπάρχον αλγοριθμικό σύστημα και αποτέλεσε κομβικό σημείο στην αλγοριθμική περίοδο της εταιρείας επειδή φανέρωσε ότι η ίδια η εταιρική ιστορία της Netflix είναι επί της ουσίας μια ιστορία χρόνου. Το «Βραβείο Netflix» αποτέλεσε ένα αντιπροσωπευτικό παράδειγμα αγώνα κόντρα στο χρόνο όπου διαφορετικές ομάδες έγραφαν κώδικες, συγχώνευαν δεδομένα, κατέθεταν paper με τα αποτελέσματά τους σε συγκεκριμένες προθεσμίες με στόχο να κερδίσουν τον διαγωνισμό. Πρόκειται για ένα εταιρικό κυνήγι του χρόνου μέσα σε μια ευρύτερη συνθήκη διεκδίκησης πολλαπλών χρόνων (θέασης, διανομής, κατανάλωσης). Λογίζεται ως ένας σημαντικός κρίκος στην αφηγηματική αλυσίδα της ιστορίας της Netflix και γι’ αυτόν το λόγο θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στη διαγωνιστική συνθήκη.

Πριν το «Βραβείο Netflix» ο αλγόριθμος της εταιρείας χρησιμοποιούσε τις βαθμολογίες και το ιστορικό των χρηστών ώστε να εντοπίσει μοτίβα γούστου και προτιμήσεων. Με βάση αυτές τις πληροφορίες προχωρούσε στις αντίστοιχες προτάσεις προς τους συνδρομητές του. Οι Hallinan και Striphas, αφού ανέτρεξαν στους κανόνες του διαγωνισμού, εξηγούν:

«Η Netflix παρείχε στους διαγωνιζόμενους πρόσβαση σε δύο σύνολα δεδομένων. Ένα σετ εκπαίδευσης που αποτελείται από περίπου 100 εκατομμύρια αξιολογήσεις χρηστών, με ημερομηνία αλλά ανώνυμα, 17.700 ταινίες / τηλεοπτικά προγράμματα και ένα προκριματικό σετ με αριθμούς αναγνώρισης χρηστών, τα στοιχεία που είχαν βαθμολογήσει, και τις ημερομηνίες που είχαν βαθμολογήσει συγκεκριμένα στοιχεία, αλλά καμία πραγματική βαθμολογία. Ο στόχος του διαγωνισμού ήταν να δημιουργήσει έναν αλγόριθμο ικανό να προβλέψει πώς οι χρήστες στο σετ προκριματικών βαθμολόγησαν ένα συγκεκριμένο στοιχείο, βάσει των προτύπων που συνήχθησαν από το σετ εκπαίδευσης» (Hallinan & Striphas, 2016: 2).

Το σετ εκπαίδευσης που αποτελούταν από 100 εκατομμύρια αξιολογήσεις χρηστών αφορούσε τη χρονική περίοδο 1998 – 2005. Επίσης, το ήδη υπάρχον σύστημα αξιολόγησης της Netflix που στόχευε στο να σταθεί αρωγός στη διαδικασία επιλογής περιεχομένου από τον πελάτη ήταν το σύστημα αξιολόγησης των πέντε αστεριών. Ο μηχανικός λογισμικού Sean Gerrish αποκαλύπτει χρήσιμες λεπτομέρειες σχετικά με άγνωστες πτυχές του διαγωνισμού:

«Οι διαγωνιζόμενοι έπρεπε να προβλέψουν πόσα αστέρια έχουν βάλει συγκεκριμένοι πελάτες σε συγκεκριμένες ταινίες σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Η Netflix θα αξιολογούσε τις επιδόσεις της ομάδας σε ένα δικό της μυστικό σετ δεδομένων (dataset) που οι διαγωνιζόμενοι δεν έβλεπαν. Όταν μια ομάδα κατέθετε κάποιες προβλέψεις στη Netflix, η Netflix μετρούσε την απόδοση της ομάδας στο μυστικό σετ δεδομένων και ανέβαζε το σκορ σε ένα δημόσιο πίνακα ανακοινώσεων που έβλεπαν οι ομάδες και οι δημοσιογράφοι. Τεχνικά ήταν εφικτό για μια ομάδα να ξεπεράσει τα ratings με το να καταθέτει πολλές προβλέψεις ώστε να αξιολογηθούν στο σετ δεδομένων αλλά η Netflix ήταν έξυπνη και είχε φτιάξει ακόμα ένα μυστικό σετ δεδομένων που δεν εμφανιζόταν στους διαγωνιζόμενους και ο στόχος ήταν να αποκαλυφθεί στο τέλος του διαγωνισμού όταν και θα αξιολογούσε τους υποψήφιους» (Gerrish, 2018: 63).

Σετ δεδομένων μέσα σε σετ δεδομένων, αποτελέσματα κρυφά και αποτελέσματα φανερά, αξιολογήσεις δυο ταχυτήτων. Γίνεται αντιληπτό ότι ο διαγωνισμός περιέχει ένα πέπλο μυστηρίου, μια αδιόρατη αύρα απαγορευμένου. Μοιάζει σαν να αποτελεί μια ματριόσκα επτασφράγιστων μυστικών και κωδίκων ικανών να μεταμορφώσουν πλήρως το πρόσωπο της βιομηχανίας του θεάματος. Σε αυτό το σημείο θα αναλογιστεί κανείς ότι είναι λογικό να δοθεί τέτοια προσοχή στη λειτουργία του διαγωνισμού καθότι διακυβεύεται ένα τεράστιο χρηματικό έπαθλο. Επιπροσθέτως, πέρα από τα τελικά κέρδη για τον νικητή του διαγωνισμού, η Netflix πρόσφερε 50.000\$ στην ομάδα που θα σημείωνε τη μεγαλύτερη πρόοδο μέσα σε μια χρονιά με την προϋπόθεση ότι η νικήτρια ομάδα θα έδινε στη δημοσιότητα τις λεπτομέρειες του αλγοριθμικού μοντέλου της. Άρα, είναι σε θέση να υποθέσει κανείς ότι το ρίσκο που πήρε η εταιρεία είναι

μεγάλο. Ο διευθύνων σύμβουλος Reed Hastings φαίνεται να διαφωνεί με μια τέτοιου είδους θεώρηση. Υποστηρίζει ότι στην ουσία το έπαθλο που προσφέρει η εταιρεία θα υπερκεραστεί σε βάθος χρόνου από τα οφέλη του αρτιότερου συστήματος προτάσεων περιεχομένου (Gerrish, 2018). Η Netflix ποντάρει αρκετά στον διαγωνισμό και γι' αυτό το λόγο έχει δημιουργήσει κανόνες και συνθήκες αυστηρού ελέγχου με κύριο μέλημα την μακροπρόθεσμη αλγοριθμική εξέλιξη και όχι τα μεσοπρόθεσμα οικονομικά οφέλη. Το «Βραβείο Netflix» ξεκινά.

Επεισόδιο 7

Αγώνες Χρόνου (Μέρος 1^ο)

«Το προϊόν που πάντα ήθελα να φτιάξω είναι ένας κωδικός Google που θα μαντέψει τι προσπαθώ να πληκτρολογήσω.»

- Erik Schmidt, πρώην διευθύνων σύμβουλος της Google (2001-2011), στο Pariser, E. (2011). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. Penguin.

Την πρώτη εβδομάδα του διαγωνισμού κάποιες ομάδες ξεπέρασαν τη μηχανή της Netflix κατά 1%. Η ομάδα τριών ατόμων της Bellkor είχε προβάδισμα από την αρχή (Gerrish, 2018). Ας εστιάσουμε λίγο παραπάνω στην ομάδα Bellkor ώστε να κατανοήσουμε σε μεγαλύτερο βαθμό τον τρόπο με τον οποίο δούλευαν οι ομάδες. Πως βελτιώνει κανείς επί της ουσίας ένα ήδη υπάρχον αλγοριθμικό σύστημα προτάσεων; Η Bellkor παρατήρησε κάποια βασικά προβλήματα που έστεκαν εμπόδιο στο εγχείρημα της και κατ' επέκταση των υπολοίπων ομάδων. Αρχικά, αδυνατούσαν να συγκεντρώσουν ικανοποιητικό αριθμό δεδομένων επειδή οι χρήστες της Netflix δεν βαθμολογούσαν πολλές ταινίες. Υπενθυμίζουμε ότι από το 2001 ως το 2006 ο βασικότερος τρόπος κατανόησης των προτιμήσεων των συνδρομητών για την εταιρεία ήταν η αξιολόγηση ταινιών στο σύστημα των πέντε αστεριών. «Για την ομάδα Bellkor λειτούργησε το “E.T. Effect”, η μέτρηση δηλαδή της δημοφιλίας μιας ταινίας ανεξάρτητα του ποιος τη βαθμολογούσε» (Gerrish, 2018: 64). Στη συνέχεια, όφειλαν να λάβουν υπόψη τους χρήστες που βαθμολογούσαν με κριτήρια που απείχαν από το υποκειμενικό στοιχείο. Υπήρχαν εκείνοι που έβαζαν 1 αστέρι σε όλες τις ταινίες που έβλεπαν. Η μυστήρια αυτή συνήθεια μέρους των χρηστών αλλοιώνει τα δεδομένα προς συλλογή και χρειάζεται να περάσει από φίλτρο. Αυτό ονομάζεται “Scrooge effect”. Η Bellkor μπροστά σε αυτά τα προβλήματα απαντά με τη δημιουργία ενός συστήματος προτάσεων που σταχυολογείται από «την ένωση του E.T. Effect, του Scrooge Effect και μιας γενικότερης προτίμησης που αφορούσε το μέσο όρο βαθμολογίας της ταινίας από όλο το εύρος ταινιών και πελατών. Αυτό έγινε ένα μοντέλο που τους έδειξε το

ειδικό βάρος/συντελεστή μιας ταινίας, του πελάτη και της σχέσης τους» (Gerrish, 2018: 65). Ποιο πρόβλημα προέκυψε όμως από αυτό το μοντέλο;

Με γνώμονα αυτή τη μέθοδο, το σύστημα προτάσεων θα προτείνει συνεχώς τα ίδια πράγματα στους χρήστες. Συνεπώς, παρατηρείται απουσία εξατομίκευσης. Το μεγάλο στοίχημα της Bellkor που στη μεγάλη εικόνα αντανακλά το δύσκολο παζλ για την ίδια τη Netflix είναι ένα άρτιο και οργανωμένο σύστημα εξατομικευμένων προτάσεων. Στις μέρες μας, η εξατομίκευση αποτελεί το Ιερό Δισκοπότηρο της Netflix. Στο επεισόδιο 12 της πρώτης σεζόν της διδακτορικής διατριβής μας θα εστιάσουμε αναλυτικά σε αυτή την έννοια. Ας επιμείνουμε, ωστόσο, λίγο περισσότερο στην περιγραφή της συνθήκης όπου η απουσία της εξατομίκευσης αποτελεί δισεπίλυτο γρίφο για την εταιρεία.

Σε αυτό το σημείο εισέρχεται στη συζήτηση το “Terminator effect” ή όπως το περιγράφει ο Gerrish με ένα παράδειγμα «το γεγονός ότι σε ορισμένους χρήστες της Netflix —αλλά όχι σε όλους— αρέσουν οι ταινίες επιστημονικής φαντασίας και δράσης, και ότι σε άλλους χρήστες αρέσουν οι παιδικές ταινίες, σε ορισμένους χρήστες αρέσουν και τα δύο και σε κάποιους δεν αρέσει κανένα» (2018: 66). Το αντίδοτο στο “Terminator effect” είναι η παραγοντοποίηση πινάκων (matrix factorization)⁴⁵ που χρησιμοποιήθηκε κατά κόρον από τις ομάδες του διαγωνισμού. Με μια σύντομη εξήγηση, η συγκεκριμένη μαθηματική μέθοδος αποτελείται από έναν πίνακα που οριζόντια εδράζονται διαφορετικοί χρήστες και κάθετα ετερόκλητα είδη ταινιών. Τα κενά που υπάρχουν στο κέντρο του πίνακα συμπληρώνονται από δεδομένα σχετικά με τις προτιμήσεις των χρηστών ανάλογα το είδος της ταινίας. Ύστερα, μέσω υπολογισμών, συμπληρώνεται ο πίνακας και φαίνεται πιο ξεκάθαρα η προτίμηση του καθενός. Η παραγοντοποίηση πινάκων αποτέλεσε μια μέθοδο που χρησιμοποιήθηκε από τις ομάδες του διαγωνισμού ώστε να γίνουν κατανοητές εις βάθος οι προτιμήσεις των χρηστών σχετικά με το είδος της ταινίας και κατ’ επέκταση στις επιλογές που κάνουν και τις συγκρίσεις που προκύπτουν σε δεύτερο χρόνο μεταξύ των επιλογών αυτών.

Επιστρέφοντας στον διαγωνιστικό χάρτη κατά τον πρώτο χρόνο του διαγωνισμού, παρατηρούμε ότι ξεκινά ο αγώνας δρόμου κόντρα στο χρόνο από τις ομάδες. Οι κορυφαίες ομάδες είχαν ξεπεράσει με την δουλειά τους τον αλγόριθμο της Netflix κατά

⁴⁵ Βλέπε ένα βοηθητικό βίντεο κατανόησης του φαινομένου matrix factorization.
https://www.youtube.com/watch?v=ZspR5PZemcs&t=330s&ab_channel=Serrano.Academy
(τελευταία πρόσβαση 25/02/2025).

8%. Οι ομάδες που είχαν κερδίσει έδαφος ήταν η Bellkor, η ομάδα του Πανεπιστημίου του Τορόντο, η Dinosaur Planet και η Gravity. Στις 21 Οκτωβρίου 2007 οι ομάδες Dinosaur Planet και Gravity σχηματίζουν συμμαχία και ενώνουν τα μοντέλα τους ξεπερνώντας στην πρώτη θέση την ομάδα Bellkor. Η τελευταία είχε μόλις μία μέρα στη διάθεση της για να ανακτήσει την πρωτιά και να κερδίσει το ετήσιο βραβείο προόδου των 50.000\$ (Gerrish, 2018).

«Η συγχώνευση των Dinosaur Planet – Gravity δημιούργησε την ομάδα “When Gravity and Dinosaurs Unite” που βρέθηκε μια μέρα πριν τη λήξη του πρώτου χρόνου στην κορυφή του διαγωνισμού. Η Bellkor δουλεύει σαν τρελή την τελευταία μέρα, καταθέτει τα βελτιωμένα αποτελέσματά της (8.43% πάνω από το Cinematch και 0.5 πάνω από τους ανταγωνιστές της) και κατορθώνει να κερδίσει την πρώτη θέση και τα 50.000\$. Σύμφωνα με τον κανονισμό της Netflix οι νικητές κάθε έτους όφειλαν να δημοσιοποιούν τον αλγόριθμο τους. Άρα, τα μυστικά της Bellkor ήταν διαθέσιμα στους ανταγωνιστές. Το εντυπωσιακό είναι ότι η Bellkor από αυτό το σημείο και μετά ζορίστηκε πάρα πολύ στο να σημειώσει περαιτέρω πρόοδο. Έχοντας σημειώσει κατά τον πρώτο χρόνο πρόοδο της τάξεως του 0.16% ανά εβδομάδα με κατεύθυνση το στόχο του διαγωνισμού για 10%, στο δεύτερο χρόνο η πρόοδος έπεσε δραματικά στο 0.02%!» (Gerrish 2018: 74).

Συνεπώς, παρατηρούμε ότι τον πρώτο χρόνο η Bellkor κάνει θαύματα. Λαμβάνει υπόψη το “Scrooge effect” (περιγράφει την τάση των χρηστών να βαθμολογούν χαμηλά ή ψηλά) σε συνδυασμό με το “E.T. effect” (εξηγεί το κατά πόσο οι ταινίες είναι καλές ή κακές ανάλογα με το ποιος τις βαθμολογεί) και χρησιμοποιεί την μέθοδο της παραγοντοποίησης πινάκων (matrix factorization) για να περιορίσει το “Terminator effect” που συνοψίζεται στις μοναδικές προτιμήσεις των χρηστών.

Τον δεύτερο χρόνο όχι μόνο η Bellkor αλλά όλες οι ομάδες αντιμετώπισαν ένα μεγάλο πρόβλημα που ο Gerrish ονομάζει ως “The Napoleon Dynamite Problem”. Διευκρινιστικά, οι ομάδες που έπαιρναν μέρος στο διαγωνισμό αδυνατούσαν να προβλέψουν την επίδραση της ταινίας του 2004 “Napoleon Dynamite” σε διαφορετικούς χρήστες. Πρόκειται για μια εξαιρετικά παράδοξη ταινία που δεν υπάγεται ακριβώς σε κάποιο είδος (genre) και οι πάνω από δυο εκατομμύρια βαθμολογίες που έχει στην πλατφόρμα κυμαίνονται από 1 έως 5 αστέρια. Το πρόβλημα που δημιουργεί αυτή η ταινία στο να προβλέψει το σύστημα σε ποιον θα αρέσει και σε ποιον όχι, αντανακλά στη βασική αδυναμία οποιουδήποτε συστήματος προτάσεων: «οι εξατομικευμένες προτάσεις μπορούν να λειτουργήσουν μόνο εάν υπάρχει πλεόνασμα στις προτιμήσεις των χρηστών» (Gerrish 2018: 75). Οι ομάδες προσεγγίζουν το πρόβλημα με στόχευση στο να εντοπίσουν κοινά χαρακτηριστικά μεταξύ των χρηστών

που βαθμολογούν τις ταινίες και σε δεύτερο επίπεδο να ανιχνεύσουν ποιες ταινίες βαθμολογούν. Αυτό θα βοηθήσει στον εντοπισμό του είδους (genre) που τους ενδιαφέρει.

Επιχειρούμε μια σύντομη παύση στην αφήγηση του «Βραβείου Netflix» ώστε να αναλύσουμε με λεπτομέρεια το ζήτημα του είδους, καθώς δεν θα μας απασχολήσει μόνο σε αυτή τη σεζόν αλλά αποτελεί βασική έννοια και για την επόμενη⁴⁶.

«Genre είναι μια γαλλική λέξη που σημαίνει «τύπος» ή «είδος». Ως εκ τούτου, έπαιξε σημαντικό ρόλο στη μελέτη της λογοτεχνίας, το θέατρο, τον κινηματογράφο, την τηλεόραση και άλλες μορφές τέχνης και μέσων ενημέρωσης. [...] Καθένα από αυτά τα πεδία μπορούν να ομαδοποιηθούν σε κατηγορίες και κάθε κατηγορία ή κλάση χαρακτηρίζεται από ένα συγκεκριμένο σύνολο συμβάσεων, χαρακτηριστικά και κανόνες» (Creeber, Miller, Tulloch, 2015: 3).

Το είδος αποτελεί ένα τεράστιο πεδίο ενασχόλησης για διάφορες επιστήμες που σχετίζονται με την τέχνη, την αναπαράσταση, την μαζική κουλτούρα και τις ψηφιακές σπουδές. Η συζήτηση για το είδος ανάγεται στις τελευταίες δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα, με ιδιαίτερη έμφαση στην δεκαετία του 1980. Αρχικά, «το είδος αποτελεί μια πολιτισμική πρακτική που επιχειρεί να δομήσει με κάποια τάξη το ευρύ φάσμα των κειμένων και των σημασιών που διακινούνται στην κουλτούρα μας προς ευκολία τόσο των παραγωγών όσο και των διαφόρων κατηγοριών κοινού» (Fiske, 2005: 167). Το είδος για τον Fiske έχει στον πυρήνα του την δυνατότητα ταξινόμησης και το πλεονέκτημα της τακτοποίησης ετερόκλητων κειμένων σε κατηγορίες. Το είδος επί της ουσίας αποτελεί μια πυξίδα προσανατολισμού. «Τα είδη δεν πρέπει να θεωρούνται ως μορφές κειμενικής κωδικοποίησης, αλλά ως συστήματα προσανατολισμών, προσδοκιών και συμβάσεων που διακινούνται μεταξύ βιομηχανίας, κειμένου και υποκειμένου» (Neale, 1981: 6). Το είδος είναι ένα μέσο συνεννόησης, ένας δείκτης συνάντησης θεατών και βιομηχανιών, μια κοινή γλώσσα επικοινωνίας. Η αναδρομή στο παρελθόν της συζήτησης για το είδος έχει ισχυρό αντίκτυπο σε σύγχρονες αγωνίες. Για παράδειγμα, μια παρέα ανθρώπων επιθυμεί να παρακολουθήσει μια ταινία. Κάποιο άτομο ενδέχεται να δηλώσει την απέχθειά του για το είδος του τρόμου. Οι υπόλοιποι οφείλουν να έχουν παρόμοια αντίληψη για το τί θεωρείται τρόμος ώστε να αποκλειστεί από την διαδικασία επιλογής. Το είδος έρχεται δυναμικά στον διάλογο ως μέσο σύγκλισης και παραγωγής κοινών νοημάτων μέσω μιας ταξινόμησης του υλικού. «Το

⁴⁶ Σε ένα κομμάτι της δεύτερης σεζόν της διδακτορικής διατριβής μας θα επιχειρήσουμε να προσεγγίσουμε το ζήτημα του είδους στην τηλεοπτική σειρά “Midnight Mass” της Netflix ως παράγοντα σύγχυσης για τους θεατές.

είδος απλώς μας επιτρέπει να οργανώσουμε το υλικό σε μικρότερες κατηγορίες» (Creeber, Miller, Tulloch, 2015: 1).

Αντιπαραβάλλοντας, το είδος δεν αποτελεί πανάκεια ακριβώς επειδή είναι ασταθές. Πράγματι αποτελεί μέσο συνεννόησης. Αναμφίλεκτα έχει προσανατολιστικό χαρακτήρα και ταξινομητική διάσταση. Όμως, όντας ρευστό και ακαθόριστο δεν λύνει όλα τα προβλήματα που προκύπτουν από τα προϊόντα της μαζικής κουλτούρας και της βιομηχανίας του θεάματος. Το είδος είναι ακαθόριστο επειδή διακατέχεται από προσωρινότητα. Είναι ένα «μεταβαλλόμενο σύνολο χαρακτηριστικών το οποίο τροποποιείται κάθε φορά που παράγεται ένα νέο παράδειγμα» (Fiske, 2005: 170). Οι κοινωνικές συνθήκες που επηρεάζουν τους θεατές, οι οικονομικές δεσμεύσεις των εταιριών ενασχόλησης με το θέαμα στον οικιακό χώρο, οι σχέσεις μεταξύ τους, η διαμόρφωση της κινηματογραφικής και τηλεοπτικής παραγωγής ανάλογα με την χρονική περίοδο, οι ανάγκες και οι προσδοκίες που αλλάζουν με το πέρασμα του χρόνου είναι μόνο μερικοί παράγοντες που καθιστούν το είδος κάτι αέναα μεταβαλλόμενο και δυναμικά ακαθόριστο. Μια ταινία που θεωρείται κωμωδία το 1990 δεν θεωρείται το ίδιο το 2025. Μια ταινία που θεωρείται κωμωδία το 1990 ενδέχεται να μην θεωρείται κωμωδία το 1990 απ' όλους όσοι την παρακολούθησαν. Το είδος δεν δεσμεύεται εύκολα ούτε προσδιορίζεται με ακρίβεια. Λειτουργεί πετυχημένα σε ένα ορισμένο πλαίσιο μιας δεδομένης εποχής. «Τα διάφορα είδη έχουν ευρεία απήχηση όταν οι συμβάσεις τους έχουν στενή σχέση με την κυρίαρχη ιδεολογία της εκάστοτε εποχής» (Fiske, 2005: 171). Το είδος είναι άμεσα συνδεδεμένο με την εποχή, επηρεάζεται από εκείνη και την επηρεάζει. Η παραπάνω ανάλυση φωτίζει την έννοια του είδους ως έναν υβριδικό όρο που εξυπηρετεί την ανάγκη που αναφέρει ο Fiske: «Από τη μια, τυποποίηση και αναγνώριση και, από την άλλη, διαφοροποίηση του προϊόντος» (Fiske, 2005: 173).

Λαμβάνοντας υπόψη την σχετική βιβλιογραφία, προσεγγίζω το είδος ως κάτι μη αυτονόητο και ακαθόριστο. Το είδος είναι κάτι που εξυπηρετεί ως ένα βαθμό αλλά σε κάθε εποχή έχει ένα ορισμένο όριο που αδυνατεί να υπερβεί. Επιστρέφοντας στα τεκταινόμενα του διαγωνισμού, οι έρευνες που σχετίζονται με την ψηφιακή πλατφόρμα της Netflix δείχνουν ότι το είδος έχει διαφορετική σημασία για τους χρήστες, ακόμα και αν πρόκειται για την ίδια ταινία. Ένα φιλμ, που για κάποιον χρήστη αποτελεί κωμωδία, λογίζεται ως ταινία τρόμου από έναν άλλο. Αυτό δημιουργεί σημαντικά

εμπόδια σε μια μηχανή προτάσεων ταινιών, όπως φάνηκε και από το παράδειγμα του “Napoleon Dynamite”. Πώς αντιμετώπισαν οι ομάδες αυτόν το σκόπελο;

Στο δεύτερο χρόνο του διαγωνισμού οι ομάδες αντιλαμβάνονται ότι ο παράγοντας που διαμορφώνει τις έρευνές τους είναι ο χρόνος. Ξεκινούν να δίνουν βάση στη χρονική στιγμή που οι χρήστες βαθμολογούν τις ταινίες. «Αν πεις σε έναν άνθρωπο να βαθμολογήσει μια ταινία τώρα και ξανά την ίδια ύστερα από έναν μήνα, η βαθμολογία θα έχει αλλάξει κατά 0.4%» (Gerrish 2018: 77). Σε αυτό παίζει ρόλο αφενός η διάθεση του χρήστη τη δεδομένη χρονική στιγμή και αφετέρου η δημοφιλία της ταινίας. «Η ομάδα Bellkor έδωσε βάση στο να παρατηρήσει τις αλλαγές στις βαθμολογίες με το πέρασμα του χρόνου. Αυτό που έκαναν ήταν να τροποποιήσουν το μέτρημα της δημοφιλίας μιας ταινίας και, αντί μιας φοράς σε όλο το χρόνο, το έκαναν συχνότερα σε εύρος 10 εβδομάδων» (Gerrish 2018: 77). Οι ομάδες φτάνουν στο συμπέρασμα ότι οι χρήστες βαθμολογούν τις ταινίες «μη συμμετρικά» (Gerrish 2018: 77). Σε αυτό το σημείο τα περιθώρια του διαγωνισμού αρχίζουν να στενεύουν. Βρισκόμαστε στο δεύτερο χρόνο και τα αποτελέσματα των ομάδων δεν είναι ικανά να ξεπεράσουν την 8.43% βελτίωση της προηγούμενης χρονιάς κατά 1%.

«Η Bellkor και η BigChaos που ήταν οι δυο πρώτες ομάδες σύμφωνα με τους ρυθμούς προόδου τους θα χρειάζονταν πάνω από μήνα ώστε να πιάσουν το στόχο του 9.43%. Οπότε τι έκαναν; Συγχωνεύτηκαν, μετονομάστηκαν σε Bellkor in BigChaos και ξεπέρασαν το ποσοστό του αλγορίθμου Cinematch της Netflix κατά 9.44%, ποσοστό αρκετό ώστε να κερδίσουν το έπαθλο των 50.000\$ της δεύτερης χρονιάς» (Gerrish 2018: 80).

Η συγχώνευση έφερνε προσωρινά κέρδη. Παρόλα αυτά οι ομάδες γνώριζαν ότι το πραγματικά δύσκολο κομμάτι του «Βραβείου Netflix» επρόκειτο να ξεκινήσει από εδώ και στο εξής. Είχαν μόλις έναν χρόνο μπροστά τους για να ξεπεράσουν το 10% του αλγορίθμου Cinematch. Θα τα κατάφερναν; Η ιστορία του τελευταίου χρόνου του διαγωνισμού θα δείξει ότι αυτό ήταν ένα από τα δυσκολότερα εγχειρήματα. Ο αγώνας κόντρα στο χρόνο πλησίαζε στην κορύφωσή του.

Επεισόδιο 8

Αγώνες Χρόνου (Μέρος 2^ο)

«Η Netflix δεν ήταν μόνο μια υπηρεσία παράδοσης ταινιών... ήταν ένας φίλος με τον οποίο μοιράστηκαν τα πιο βαθιά τους μυστικά για το τι τους χαροποίησε πραγματικά και κάποιος που εμπιστεύονταν να τους προσφέρει ακόμα καλύτερη εμπειρία την επόμενη φορά που θα συναντηθούν. Το να σκεφτούμε ότι όλα ήταν απλώς ένα μάτσο αλγορίθμων ήταν πολύ σπαρακτικό για να το αντέξουμε.»

- Keating, G. (2013). *Netflixed: The epic battle for America's eyeballs*. Penguin.

Σελ.36

Ο τελευταίος χρόνος του διαγωνισμού χαρακτηρίζεται από στασιμότητα εκ μέρους των ομάδων σε επίπεδο βελτίωσης των επιθυμητών αλγοριθμικών ποσοστών. Τα μοντέλα που είχαν αναπτύξει οι ομάδες είχαν ένα σαφές όριο και λειτουργούσαν μέχρι ένα συγκεκριμένο σημείο. Το αλγοριθμικό μονοπάτι που είχαν χαράξει δεν έμοιαζε ικανό να τις οδηγήσει μέχρι το τέλος της διαδρομής. Όμως, τι συμβαίνει όταν ένα αλγοριθμικό μοντέλο έχει συγκεκριμένο όριο; Πώς το βελτιώνει κανείς; Η απάντηση είναι ότι δεν το βελτιώνει. Ή ορθότερα, η βελτίωση είναι εφικτή αλλά στη συγκεκριμένη συγκυρία δεν υπάρχει ο απαιτούμενος χρόνος για να συμβεί κάτι τέτοιο. Αυτό το γεγονός έγινε αντιληπτό από τις ομάδες από την πρώτη στιγμή του τελευταίου έτους του διαγωνισμού. Οδηγήθηκαν στο συμπέρασμα ότι ο μόνος τρόπος για να κερδίσουν τον διαγωνισμό με τα επιθυμητά ποσοστά ήταν να βελτιώσουν όχι το αλγοριθμικό μοντέλο τους, αλλά την ίδια τους τη σύσταση. Με λίγα λόγια, ο στόχος του να ξεπεράσουν κατά 10% τον αλγόριθμο Cinematch μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω της συγχώνευσης. Για να κερδίσουν έπρεπε να συνενώσουν τις μεθοδολογίες τους. Γι' αυτό και οι ομάδες ξεκινούν να ψάχνουν για συμμάχους.

«Η Bellkor in BigChaos αντιλήφθηκε ότι η ανταγωνίστρια ομάδα Pragmatic Theory αποτελούσε στόχο άλλης ομάδας για συγχώνευση. Αυτό τους τρόμαξε καθώς υπήρχε περίπτωση να χάσουν τα πρωτεία. Ταυτόχρονα η ομάδα When Gravity and Dinosaurs Unite τα παίζει όλα για όλα και δημιουργεί μια νέα ομάδα που την ονομάζει Grand Prize Team. Σε αυτή κάνει ανοιχτό κάλεσμα προς όλες τις ομάδες να συμμετέχουν με ανταμοιβή μερίδιο από το μεγάλο βραβείο του ενός εκατομμυρίου. Η Bellkor τρόμαξε στο σενάριο του να πάει με την παραπάνω ομάδα η Pragmatic Theory. Έτσι κάνει την αποφασιστική

κίνηση και παίρνει την Pragmatic Theory με το μέρος της πριν προλάβει η αντίπαλη ομάδα (Grand Prize Team) να κάνει το ίδιο» (Gerrish 2018: 84).

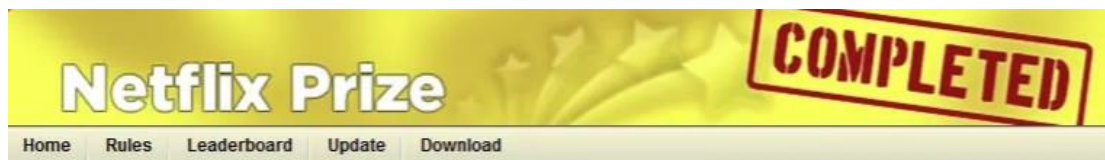
Η νέα ομάδα που δημιουργείται είναι η Bellkor's Pragmatic Chaos. Τα συγχωνευμένα αποτελέσματα των ερευνών τους την καθιστούν νικήτρια ομάδα του διαγωνισμού Netflix με ποσοστό 10.05%. Αυτό είναι το τέλος του διαγωνισμού. Ή μήπως όχι; Μήπως υπάρχει “plot twist”⁴⁷;

«Σύμφωνα με τους κανονισμούς της Netflix, όταν μια ομάδα ξεπερνούσε το φράγμα του 10%, αυτόματα θα δινόταν μια προθεσμία 30 ημερών όπου θα αποφασίζονταν ο τελικός νικητής με βάση το χαμηλότερο ποσοστό λάθους στο διπλό μυστικό σετ δεδομένων που είχε δημιουργήσει από την αρχή η Netflix και οι ομάδες αγνοούσαν» (Gerrish 2018: 85).

Εδώ φανερώνεται η χρησιμότητα των μυστικών σετ που αναφέραμε στο ξεκίνημα του διαγωνισμού. Όπως γίνεται αντιληπτό, το τελικό στάδιο του διαγωνισμού ξεκινά και οι συγχωνεύσεις παίρνουν φωτιά. Ο Gerrish εστιάζει λεπτομερώς στις τελευταίες δραματικές στιγμές του «Βραβείου Netflix»:

«Η Grand Prize Team δημιούργησε ένα τεράστιο κονσόρτσιουμ 30 ομάδων που το ονόμασε The Ensemble. Το ερώτημα για αυτή την ομάδα ήταν το εξής: δημοσιεύουν το μοντέλο τους μια και καλή στο τέλος ώστε να μην μπορεί να δει η Bellkor τα δεδομένα τους ή δημοσιεύουν από νωρίς με συχνότητα ώστε να αποφύγουν κάποιο μεγάλο λάθος της τελευταίας στιγμής; Αποφασίζουν να κάνουν το πρώτο. Ως αποτέλεσμα, δημοσιεύουν για πρώτη φορά μια μέρα πριν τη λήξη της 30 ημερών προθεσμίας. Πιάνουν 10.09% ξεπερνώντας ίσα ίσα το αποτέλεσμα της Bellkor που μέχρι στιγμής ήταν στο 10.08%. 24 λεπτά πριν τη λήξη της προθεσμίας καταθέτει η Bellkor και πιάνει το 10.09%. 4 λεπτά πριν τη λήξη της προθεσμίας καταθέτει ξανά η Ensemble και πιάνει το 10.10%. Ο διαγωνισμός τελειώνει και η Netflix οφείλει να τσεκάρει τα μοντέλα στο διπλό μυστικό σετ δεδομένων. Στον έλεγχο του διπλού μυστικού σετ δεδομένων οι δύο ομάδες έρχονται ισοπαλία και ο μόνος τρόπος να κριθεί ο νικητής είναι χρονικά: Βάσει του ποια ομάδα κατέθεσε νωρίτερα τα αποτελέσματα της. Η Bellkor's Pragmatic Chaos κατέθεσε 20 λεπτά νωρίτερα από την Ensemble και κερδίζει τον τριετή διαγωνισμό παίρνοντας το έπαθλο του ενός εκατομμυρίου (Gerrish, 2018: 86).

⁴⁷ Ο όρος plot twist αναφέρεται σε μια απροσδόκητη εξέλιξη της πλοκής σε ένα βιβλίο, μια ταινία ή ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα. Χαρακτηρίζεται από το στοιχείο της ανατροπής και της μη αναμενόμενης πορείας των γεγονότων.



Leaderboard

Showing Test Score. [Click here to show quiz score](#)

Display top leaders.

Rank	Team Name	Best Test Score	% Improvement	Best Submit Time
Grand Prize - RMSE = 0.8567 - Winning Team: BellKor's Pragmatic Chaos				
1	BellKor's Pragmatic Chaos	0.8567	10.06	2009-07-26 18:18:28
2	The Ensemble	0.8567	10.06	2009-07-26 18:38:22
3	Grand Prize Team	0.8582	9.90	2009-07-10 21:24:40
4	Opera Solutions and Vandelay United	0.8588	9.84	2009-07-10 01:12:31
5	Vandelay Industries I	0.8591	9.81	2009-07-10 00:32:20
6	PragmaticTheory	0.8594	9.77	2009-06-24 12:06:56
7	BellKor in BigChaos	0.8601	9.70	2009-05-13 08:14:09
8	Dace	0.8612	9.59	2009-07-24 17:18:43

Εικόνα 6. Πίνακας τελικής κατάταξης «Βραβείου Netflix». Η ισοπαλία των δυο πρώτων ομάδων προέρχεται από τον έλεγχο του διπλού μυστικού σετ δεδομένων της Netflix. Νικήτρια ομάδα ανακηρύσσεται εκείνη που κατέθεσε χρονικά πρώτη τα αποτελέσματά της. Ανακτήθηκε από <https://netflixtechblog.com/netflix-recommendations-beyond-the-5-stars-part-1-55838468f429> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Το παραπάνω απόσπασμα από το βιβλίο του Gerrish “How smart machines think” θα μπορούσε να αποτελεί σελίδα σεναρίου από σειρά παραγωγής Netflix που θα καταπιανόταν με μια ιστορία χρόνου από το παρελθόν της Netflix και θα παρακολουθούσαν οι συνδρομητές στη Netflix. Αντ’ αυτού πρόκειται για τις τελευταίες χιτσκοκικές και γκρανγκινολικές στιγμές ενός διαγωνισμού που κρίθηκε την τελευταία στιγμή από τον κομβικό παράγοντα νίκης, που δεν είναι άλλος από την συγχώνευση μεθοδολογιών. Οι ομάδες που έφτασαν μέχρι το τέλος της διαδρομής πορεύτηκαν συνεργατικά και υπό τις συνθήκες συνεχών συνενώσεων και προσμίξεων των ευρημάτων τους. Καμία δεν βελτίωσε το υπάρχον αλγοριθμικό σύστημα χρησιμοποιώντας αυστηρά δικά της εργαλεία. Οι ομάδες κατανόησαν ότι ο μόνος τρόπος επίτευξης του ζητουμένου και οριστικής επικράτησης έναντι των υπολοίπων ήταν η συγκέντρωση όσων περισσότερων μεθοδολογιών γίνεται κάτω από ένα σύστημα.



Εικόνα 7. Η νικήτρια ομάδα του «Βραβείου Netflix» παραλαμβάνει το έπαθλο του ενός εκατομμυρίου δολαρίων στις 21/09/2009. Ανακτήθηκε από <https://www.vox.com/2015/1/8/11557606/what-the-million-dollar-netflix-prize-taught-me-about-marketing> (τελευταία πρόσβαση 23/09/2025).

Το αξιοσημείωτο στοιχείο είναι ότι ο νικητήριος αλγόριθμος του διαγωνισμού δεν χρησιμοποιήθηκε ποτέ από την εταιρεία.

«Ωστόσο, παρά τις σημαντικές εταιρικές επενδύσεις στο διαγωνισμό, αποδεικνύεται ότι η Netflix δεν λειτούργησε ποτέ πλήρως τον αλγόριθμο που κέρδισε. Η απόφαση οφείλεται εν μέρει στο κόστος που σχετίζεται με τη χρήση ενός τόσο επαχθούς αλγορίθμου για την επεξεργασία εμπορικών δεδομένων, αλλά ίσως το πιο σημαντικό, φαίνεται να συνδέεται με το γεγονός ότι, περίπου στα μισά του διαγωνισμού, η Netflix άλλαξε» (Amatriain & Basilico, 2012).

Τι σημαίνει «άλλαξε»; Η διάρκεια του διαγωνισμού συμπίπτει με την μετάβαση της Netflix από διαδικτυακό κατάστημα ενοικίασης DVD σε στρίμινγκ πλατφόρμα. Η Netflix βγάζει σε κυκλοφορία στην ιστοσελίδα της την δυνατότητα του στρίμινγκ στις 16 Ιανουαρίου 2007. Η επιλογή ενοικίασης DVD παραμένει. Το στρίμινγκ έρχεται να προστεθεί ως εναλλακτικό σενάριο στο υπάρχον σύστημα. Οι μελλοντικές βλέψεις της εταιρείας έχουν στόχο την σταδιακή απαγκίστρωση από το DVD και την ενασχόληση σε ολοκληρωτικό βαθμό με το στρίμινγκ.



Εικόνα 8. Η ιστοσελίδα της Netflix το 2007 κατά την μετάβαση στο στρίμινγκ. Ανακτήθηκε από <https://gibsonbiddle.medium.com/a-brief-history-of-netflix-personalization-1f2debf010a1> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2024).

Συνεπώς, το ερώτημα που προκύπτει είναι αν το «Βραβείο Netflix» πέτυχε. Η μη χρήση του αλγορίθμου που βελτίωσε το υπάρχον σύστημα δημιουργεί ερωτήματα και αμφιβολίες. Αρκετός κόσμος θεωρεί τον διαγωνισμό ως φιάσκο. Το άρθρο του Forbes στις 16 Απριλίου 2012 με τίτλο “What the Failed \$1M Netflix Prize Says About Business Advice” κινείται με αιχμηρό τρόπο σε αυτή τη γραμμή.⁴⁸

Μήπως όμως τα πράγματα δεν είναι ακριβώς έτσι; Διερευνώντας τον αντίκτυπο του διαγωνισμού σε συνάρτηση με την επέκταση στα εδάφη του στρίμινγκ θα διαπιστώσουμε ότι η θεώρηση του «Βραβείου Netflix» ως τεχνολογικής αποτυχίας μόνο ως βιαστική, παραπλανητική και αβάσιμη μπορεί να κριθεί. «Την πρώτη χρονιά του διαγωνισμού, το 2006 και το 2007, οι τεχνικές εξελίξεις που έγιναν από εμάς και τις άλλες μεγάλες ομάδες νομίζω ότι ήταν πραγματικά σημαντικές στον τομέα των συστημάτων προτάσεων», αναφέρει ο Volinsky της νικήτριας ομάδας στον Dan Jackson⁴⁹. Πιστεύει ότι η ιδέα ότι η Netflix δεν χρησιμοποίησε τα αποτελέσματα είναι μια εσφαλμένη αντίληψη. «Τους δώσαμε τον κωδικό μας. Σίγουρα εφάρμοσαν και

⁴⁸ <https://www.forbes.com/sites/ryanholiday/2012/04/16/what-the-failed-1m-netflix-prize-tells-us-about-business-advice/#63d7dbc273c9> (τελευταία πρόσβαση 02/02/2025)

⁴⁹ <https://www.thrillist.com/entertainment/nation/the-netflix-prize> (τελευταία πρόσβαση 02/02/2025)

χρησιμοποίησαν αυτές τις ανακαλύψεις που κάναμε τον πρώτο χρόνο».⁵⁰ Έτσι συνάγεται ότι η εταιρεία άντλησε τα στοιχεία που θεωρούσε σημαντικά δίχως να χρησιμοποιήσει ευθέως τον νικητήριο αλγόριθμο. Η αιτία βρίσκεται στην μετάβαση στο στρίμινγκ και την συνειδητοποίηση των στελεχών της Netflix ότι το αλγοριθμικό ενδιαφέρον ξεφεύγει από την αξιολόγηση ταινιών και μεταφέρεται σε αυτό που θα συζητήσουμε εκτενώς στο επεισόδιο 13 της τρέχουσας σεζόν της διδακτορικής διατριβής μας: την έννοια του μπίντζινγκ (binging).

Για ποιο λόγο παρακολουθήσαμε με λεπτομέρεια την ιστορία του συγκεκριμένου διαγωνισμού της Netflix; Ο επιτακτικός σε χρόνους και έντονος σε εξελίξεις διαγωνισμός έδωσε στην εταιρεία να καταλάβει ότι σημασία δεν έχουν μόνο οι βαθμολογίες των χρηστών και τα αναβαθμισμένα αλγοριθμικά συστήματα που στοχεύουν στην ανάλυση των βαθμολογιών (ratings). Η εισαγωγή του στρίμινγκ στις αρχές του 2007 έδωσε στην εταιρεία πιο ακριβείς πληροφορίες σχετικά με την πραγματική συμπεριφορά των θεατών. Το σύστημα προτάσεων αφορούσε λιγότερο την αξιολόγηση και περισσότερο το τί καταναλώνεται πραγματικά. Δεν έχει σημασία αν ο συνδρομητής βαθμολογεί με πέντε αστέρια μια αναγνωρισμένη από τους κριτικούς δραματική σειρά, από την στιγμή που ξοδεύει όλο τον χρόνο του μπιντζάροντας το “The Office”. Γι’ αυτό και ενώ ο διαγωνισμός έτρεχε, η Netflix προχωρά εν έτη 2007 στη μετάβαση στο στρίμινγκ.

«Η άμεση ικανοποίηση του στρίμινγκ δημιουργεί ένα διαφορετικό είδος σχέσης αξιολόγησης — όχι την αξιολόγηση μιας ταινίας που παρακολούθησα την περασμένη εβδομάδα ή πριν από δέκα χρόνια, αλλά αυτή τη στιγμή. Η Netflix δεν κατασκευάζει πλέον ένα μοντέλο αφηρημένων σχέσεων μεταξύ ταινιών με βάση αξιολογήσεις, αλλά ένα μοντέλο ζωντανής συμπεριφοράς χρηστών στις διάφορες εφαρμογές τους» (Finn 2017: 91).

Η «ζωντανή συμπεριφορά χρηστών» στην οποία αναφέρεται ο Ed Finn⁵¹ άπτεται της αμεσότητας της εμπλοκής του συνδρομητή με το ψηφιακό περιβάλλον. Το κομμάτι των δυνατοτήτων που προσφέρονται στο χρήστη από την στρίμινγκ μετάβαση και ο βαθμός αναδιαμόρφωσης των πρακτικών της τηλεοπτικής εμπειρίας θα συζητηθεί εκτενώς σε επόμενο επεισόδιο. Στο αμέσως επόμενο επεισόδιο θα εξετάσω έναν όχι τόσο εμφανή παράγοντα που έπαιξε ρόλο στην απόφαση της εταιρείας για μετατόπιση στο

⁵⁰ <https://www.thrillist.com/entertainment/nation/the-netflix-prize> (τελευταία πρόσβαση 15/09/2025)

⁵¹ Καθηγητής στο School of Arts, Media and Engineering του Πανεπιστημίου της Arizona.

στρίμινγκ, ενώ ο διαγωνισμός βρισκόταν σε εξέλιξη. Πρόκειται για την απεργία των σεναριογράφων στις Η.Π.Α. το 2007.

Επεισόδιο 9

Η απεργία του 2007 ως προπομπός του στρίμινγκ

«Η απεργία ήταν η στιγμή που το Χόλιγουντ αντιμετώπισε για πρώτη φορά το χαοτικό ψηφιακό μέλλον του.»

- Meg James, (10 April 2023). Tensions from the last writers' strike cast a shadow over current labor fight στους Los Angeles Times σχετικά με την απεργία των σεναριογράφων το 2007.
<https://www.latimes.com/entertainment-arts/business/story/2023-04-10/la-et-ct-2007-hollywood-writers-strike-lessons> (τελευταία πρόσβαση 11/09/2025)

Από τις 5 Νοεμβρίου του 2007 έως τις 12 Φεβρουαρίου του 2008, δώδεκα χιλιάδες σεναριογράφοι ταινιών και τηλεόρασης των αμερικανικών εργατικών συνδικάτων Writers Guild of America East (WGAE) και Writers Guild of America West (WGAW) έκαναν απεργία (Handel, 2011). Η απεργία έλαβε χώρα εξαιτίας της ασυμφωνίας μεταξύ των σεναριογράφων και της AMPTP (Alliance of Motion Picture and Television Producers), της εμπορικής ένωσης που αντιπροσώπευε τους 397 Αμερικανούς παραγωγούς ταινιών και τηλεοπτικών σειρών⁵². «Είναι ενδιαφέρον ότι τα δικαιώματα διαμεσολάβησης ήταν το βασικό σημείο διαφωνίας μεταξύ των δικτύων και των σεναριογράφων κατά τη διάρκεια της απεργίας, με τους τελευταίους να επιχειρηματολογούν για μερίδιο στα έσοδα που αποκτώνται μέσω νέων συστημάτων παράδοσης» (Curtin, 2009: 10). Στόχος της απεργίας ήταν να επιτευχθεί συμφωνία ώστε να αυξηθεί το μερίδιο των εσόδων για τους σεναριογράφους.

Λίγους μήνες νωρίτερα, τον Ιανουάριο του 2007 η Netflix ξεκινά την ψηφιακή μετάβαση και ενασχόληση με το στρίμινγκ με απώτερο στόχο την σταδιακή απεμπλοκή από την διαδικτυακή ενοικίαση DVD. Τα δύο αυτά γεγονότα της απεργίας των σεναριογράφων και της εκκίνησης του στρίμινγκ απέχουν λίγους μήνες μεταξύ τους και συνδέονται, αλληλοτροφοδοτούνται και αλληλοσυμπληρώνονται. Αντιλαμβανόμαστε την απεργία ως μία από τις βασικές αιτίες της ταχύτατης εδραίωσης πρακτικών στρίμινγκ εκ μέρους της Netflix. Τοποθετούμε τα δυο αυτά γεγονότα σε ένα

⁵² <https://www.amptp.org/aboutus.html> (τελευταία πρόσβαση 25/02/2025).

χάρτη σημαντικών τεχνολογικών, οικονομικών, κοινωνικών και τηλεοπτικών εξελίξεων, ως πυλώνες μιας νέας υπό διαμόρφωση εποχής. «Ο Curtin (2009) θεωρεί την απεργία των σεναριογράφων της περιόδου 2007–2008 ως σημείο καμπής για την τηλεοπτική βιομηχανία όπου η παρακολούθηση τηλεόρασης παρέμενε υψηλή, αλλά γινόταν μέσω λιγότερο παραδοσιακών κυκλωμάτων, συμπεριλαμβανομένης της Netflix. Πιστεύει ότι αυτή είναι η αρχή της ‘εποχής του μάτριξ’ της τηλεόρασης, η οποία απορρίπτει γραμμικούς τρόπους σκέψης για την τηλεόραση και είναι υπέρ ενός μοντέλου με πολλαπλούς ιστότοπους για διαδραστικότητα και ψηφιακή παραγωγή» (Burroughs, 2018: 4).

Η τηλεόραση ξεκινά την σταδιακή μετάβασή της στον ψηφιακό κόσμο του στρίμινγκ ευαγγελιζόμενη πολύπλοκες διεργασίες, συστήματα και μεθόδους. Απομακρύνεται από ένα παραδοσιακό μοντέλο γραμμικής μορφής όπου η παρακολούθηση γινόταν με πρόγραμμα και σε συγκεκριμένη συσκευή. Πρόκειται για αυτό που ο Henry Jenkins (2013) περιγράφει ως μετατόπιση από ένα «μοντέλο που βασίζεται σε ραντεβού» (δηλαδή, η «προγραμματισμένη ροή»/”flow” του Raymond Williams, 2004) σε ένα «μοντέλο που βασίζεται σε ενεργή συμμετοχή» στο οποίο οι χρήστες δεν εξαρτώνται πλέον από ένα αυστηρό χρονοδιάγραμμα που σχεδιάζεται από τα δίκτυα. Στο κρίσιμο τετράμηνο της απεργιακής κινητοποίησης όπου η τηλεοπτική και κινηματογραφική παραγωγή της Αμερικής «ψυχορραγεί», η Netflix αντιλαμβάνεται τη χρυσή ευκαιρία που παρουσιάζεται. Σε πρώτο στάδιο εδραίωση του στρίμινγκ και σε δεύτερο επίπεδο αυτονομία παραγωγής μέσω δημιουργίας πρωτότυπου περιεχομένου. Εξάλλου, αυτά παραμένουν ως τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά της φυσιογνωμίας της πλατφόρμας εν έτει 2025. Η υπόθεση εργασίας μας είναι ότι η Netflix δεν έβαλε ποτέ καθ’ ολοκληρίαν σε εφαρμογή τον νικητήριο αλγόριθμο του διαγωνισμού επειδή το απεργιακό συμβάν λειτούργησε ως επιβεβαιωτικός παράγοντας για ένα μέλλον της βιομηχανίας του θεάματος που θα βασιζόταν στην κυκλοφορία του περιεχομένου μέσω του διαδικτύου. Η Netflix χρησιμοποίησε αλγοριθμικά δεδομένα των ομάδων από το «Βραβείο Netflix» που είναι πιο κοντά στο μέλλον της εταιρείας (μπίντζινγκ και στρίμινγκ) παρά στο παρελθόν (DVD και βαθμολόγηση ταινιών). Η ταυτόχρονη με το «Βραβείο Netflix» εμφάνιση της απεργίας δεν αποκάλυψε το δυσεύρετο μονοπάτι του στρίμινγκ. Περισσότερο επιβεβαίωσε ότι η εταιρεία είχε ήδη ξεκινήσει να βαδίζει προς αυτή την κατεύθυνση. Κοντολογίς, η απεργιακή κινητοποίηση των σεναριογράφων το 2007 είχε επιβεβαιωτικό χαρακτήρα της στρίμινγκ μετάβασης που συντελούταν. Η απεργία

επικυρώνει την εταιρική στροφή στην άμεση εξάρτηση από το διαδίκτυο, ενώ σταδιακά αφαιρείται από το περιεχόμενο η διάθεση προϊόντος μέσω φυσικών μέσων.

Ας επιχειρήσουμε να αναλογιστούμε την κατάσταση της βιομηχανίας του θεάματος εν έτει 2007. Η παραγωγή ταινιών παγώνει, τα στούντιο παύουν την χρηματοδότηση, τα δίκτυα διανομής DVD βρίσκονται σε τέλμα. Ο απεργιακός κλοιός των σεναριογράφων στις Η.Π.Α. του 2007 έχει αρκετές αναλογίες με την πανδημική κατάσταση της COVID-19. Το απεργιακό 4μηνο του 2007-2008 αποτελεί μια συνθήκη που μοιάζει αρκετά με εκείνη της μετέπειτα πανδημίας υπό την έννοια της παύσης χρόνων παραγωγής. Σηματοδοτεί μια συνθήκη παράλυσης για την τέχνη, τη δημιουργία, τη διανομή, τις συνθήκες κινηματογραφικής και τηλεοπτικής παραγωγής. Φανερώνει μια πρόγνωση ενός κόσμου όπου για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα καταστρατηγούνται συνήθειες, ελευθερίες και διαθεσιμότητες. Η Netflix άδραξε την ευκαιρία ώστε να αντεπιτεθεί και να καθίσει στο θρόνο της βιομηχανίας της ψυχαγωγίας, ποντάροντας στην αυτονομία των υπηρεσιών της και τη χρονική ταχύτητα με την οποία δίνει πρόσβαση στο περιεχόμενό της. Στον κόσμο μιας δημιουργικής βιομηχανίας που μαστίζεται από συνθήκες εξαίρεσης, η εταιρεία αντιλήφθηκε ότι θα επιβιώσει το μοντέλο που βασίζεται στην αυτάρκεια και τον έλεγχο του χρόνου. Το βάρος που επέλεξε να ρίξει στο στρίμινγκ, την αυτονομία, τις υπηρεσίες και την εξατομίκευση δικαιολογεί απόλυτα την κυριαρχία της πλατφόρμας σε έναν κόσμο απεργιακής αμηχανίας αρχικά και επιδημιολογικού κινδύνου εν συνεχεία. Η απεργία των σεναριογράφων σε συνδυασμό με το «Βραβείο Netflix» καθόρισαν την μετάβαση της εταιρείας από τα αλγοριθμικά χρόνια στην εκκίνηση και εγκαθίδρυση του στρίμινγκ.

Επεισόδιο 10

Ο κυρίαρχος του παιχνιδιού: Το στρίμινγκ ως νέα μηχανική χρόνου

«Η ανάπτυξη της ευρυζωνικής τεχνολογίας DSL στις αρχές της δεκαετίας του 2000 καθιστούσε εφικτό το στρίμινγκ περιεχομένου στο διαδίκτυο. Ξέραμε ότι ήταν θέμα χρόνου να αρχίσει το στρίμινγκ να ανταγωνίζεται τα φυσικά μέσα και θέλαμε να τοποθετηθούμε στην κατάλληλη θέση για να εκμεταλλευτούμε τις τεχνολογικές αλλαγές.»

Randolph, M. (2019). *That will never work: The birth of Netflix and the amazing life of an idea*. Hachette UK. Σελ.263

Μπορεί η απεργία των σεναριογράφων και το «Βραβείο Netflix» να επιτάχυναν τις διαδικασίες μετάβασης της Netflix στο στρίμινγκ, αλλά η αρχική ιδέα για κινήσεις προς αυτή την κατεύθυνση είχε έρθει πολύ νωρίτερα. Ο Marc Randolph αναφέρει ότι ήδη από το 2000 τα στελέχη της εταιρείας γνώριζαν ότι το στρίμινγκ θα αποτελεί ισχυρό μελλοντικό «παίκτη» στη σκακιέρα της βιομηχανίας της οικιακής ψυχαγωγίας. Ο εγγύς ανταγωνισμός και η διαφαινόμενη επικράτηση του στρίμινγκ ως της κυρίαρχης πρακτικής διασκέδασης στο σπίτι, δεν άφηναν πολλά περιθώρια αμφιβολιών στους ιδρυτές της Netflix. Η επιχείρησή τους έπρεπε να κάνει το βήμα προς την κατεύθυνση που θα εξασφάλιζε μελλοντική κυριαρχία στο πεδίο.

Teaser⁵³ επεισοδίου: η αφηγηματική εξέλιξη του επεισοδίου αντανakλά πλήρως τα δυο σκέλη της εναρκτήριας δήλωσης του Randolph. Αρχικά, θα ορίσουμε το στρίμινγκ και θα το περιγράψουμε στο γενικότερο πλαίσιο της ψηφιακότητας. Ακολούθως, θα εστιάσουμε στο στρίμινγκ στην περίπτωση της Netflix, τονίζοντας τις διαφορές μεταξύ ψηφιακού διαμοιρασμού περιεχομένου και διανομής μέσω φυσικών μέσων. Τι πλεονεκτήματα παρέχει η πρακτική του στρίμινγκ για την εταιρεία σε σχέση με το δίκτυο DVD;

⁵³ «Μια διαφημιστική ή προωθητική συσκευή που προορίζεται να προκαλέσει ενδιαφέρον ή περιέργεια ιδιαίτερα για κάτι που ακολουθεί.» Ανακτήθηκε από <https://www.merriam-webster.com/dictionary/teaser> (τελευταία πρόσβαση 10/02/2025). Η έννοια του teaser στο πεδίο του κινηματογράφου και της τηλεόρασης αναφέρεται σε ένα κλιπ ή βίντεο μικρής διάρκειας που στοχεύει στο να προκαλέσει ή αναζωογονήσει το ενδιαφέρον του θεατή για κάποια επερχόμενη κυκλοφορία.

Η εποχή μετά το δίκτυο⁵⁴ σηματοδοτεί την ταχεία άνοδο του στρίμινγκ (streaming) που μεταφράζεται στον διαμοιρασμό του τηλεοπτικού περιεχομένου ψηφιακά μέσω του διαδικτύου. Ο Burroughs (2013) εξηγεί: «το στρίμινγκ εκτός από πρακτική του κοινού (το ρήμα «στριμάρω» αντανακλά τη διαδικασία σύμφωνα με την οποία ο θεατής παρακολουθεί το περιεχόμενο της πλατφόρμας ψηφιακά) είναι ένα αυξανόμενο κομμάτι των βιομηχανιών των μέσων ψυχαγωγίας. Εταιρείες όπως η Netflix αντιπροσωπεύουν την ανάπτυξη και την ωριμότητα των διαδικτυακών εταιρειών πολυμέσων». Το στρίμινγκ με άλλα λόγια βρίσκεται στην καρδιά της σύγχρονης «βιομηχανίας ψηφιακών μέσων» (Allen-Robertson, 2013). Το στρίμινγκ ως πρακτική είναι πάνω απ' όλα στον πυρήνα της μια διαδικασία χρόνου. «Τεχνικά, όταν στριμάρετε βίντεο, τα καρέ αποθηκεύονται στην προσωρινή μνήμη για μια μικροστιγμή του χρόνου. Αυτό σημαίνει ότι δημιουργείτε τεχνικά ένα αντίγραφο, αν και μόνο για λίγο. Είναι πολύ εφήμερο, είναι το πιο εφήμερο αρχείο ή σύντομη μνήμη, αλλά τεχνικά, εξακολουθεί να είναι αντίγραφο» (Thibault, 2015: 228). Το παραπάνω απόσπασμα από την συζήτηση μεταξύ Ernst⁵⁵ και Thibault⁵⁶ έχει στο επίκεντρο την προβληματική που προκύπτει από την στροφή στο ψηφιακό. Συγκεκριμένα στοχάζονται γύρω από την πιθανότητα το στρίμινγκ να δημιουργεί ζητήματα πνευματικών δικαιωμάτων. Ξεκινώντας από αυτό το θεωρητικό ερώτημα, αναπτύσσουν ένα διάλογο που λογαριάζει το στρίμινγκ ως πρακτική στενά συνυφασμένη με τη διαχείριση του χρόνου. Επίσης, για τον Dino Ge Zhang «ψηφιακό στρίμινγκ σημαίνει να παρακολουθείς τον φάκελο τη στιγμή που κατεβαίνει (buffering⁵⁷)» (Ge Zhang, 2020: 228). Η διαδικασία του στρίμινγκ αφορά την στιγμιαία παρακολούθηση βίντεο μέσω του διαδικτύου. Η περίπτωση που μας ενδιαφέρει στην παρούσα έρευνα είναι το στρίμινγκ σε συνάρτηση με το τηλεοπτικό πλαίσιο. Μας απασχολεί ο θεατής που στριμάρει το περιεχόμενο της πλατφόρμας Netflix ως μια πτυχή οικιακής ψυχαγωγίας.

⁵⁴ Το τρίτο στάδιο στο σχήμα διαχωρισμού των περιόδων της τηλεόρασης, σύμφωνα με την Amanda Lotz.

⁵⁵ Ο Wolfgang Ernst είναι καθηγητής Θεωρίας των Μέσων στο Πανεπιστήμιο Humboldt του Βερολίνου και ειδικεύεται στο πεδίο της Αρχαιολογίας των Μέσων.

⁵⁶ Ο Ghislain Thibault είναι καθηγητής στο τμήμα Επικοινωνίας του Πανεπιστημίου Wilfrid Laurier του Καναδά.

⁵⁷ «Στον ήχο ή βίντεο που στριμάρεται από το Διαδίκτυο, η αποθήκευση στην προσωρινή μνήμη αναφέρεται στη λήψη ενός συγκεκριμένου όγκου δεδομένων πριν από την έναρξη της αναπαραγωγής της μουσικής ή της ταινίας. Η παροχή εκ των προτέρων δειγμάτων ήχου ή καρέ βίντεο στη μνήμη RAM αποτρέπει τη διακοπή εάν υπάρχουν στιγμιαίες καθυστερήσεις στη μετάδοση κατά την αναπαραγωγή του υλικού.» Αντλούμε την σημασία του buffering από το <https://www.pcmag.com/encyclopedia/term/buffering> (τελευταία πρόσβαση 10/02/2025).

Με αυτό τον τρόπο αναδύεται μια νέα μορφή ψυχαγωγίας η οποία διαπραγματεύεται τις τεχνολογικές αναπαραστάσεις στο ιστορικό και κοινωνικό παρόν, σηματοδοτώντας μια «εποχή αφθονίας που καθοδηγείται από τους χρήστες» (Malone, 2016). Η εμφάνιση και η άνοδος του στρίμινγκ σηματοδοτούν τη μετάβαση από τον τύπο της γραμμικής τηλεόρασης σε μια τηλεόραση νέας μορφής και ταχυτήτων. Θα μπορούσε να υποθέσει κανείς ότι η πρακτική του στρίμινγκ ως σήμα κατατεθέν μιας βιομηχανίας που διαμορφώνει ένα νέο πολιτισμικό πλαίσιο γεννήθηκε επειδή υπάρχει μια βιομηχανία που γνωρίζει και καθορίζει τους κανόνες του παιχνιδιού. Ο Havens (2008), για παράδειγμα, αναπτύσσει τη θεωρία του σχετικά με τη «βιομηχανική γνώση» (industry lore), την οποία ορίζει ως «τη συμβατική γνώση μεταξύ των εμπιστευτικών μέσων της βιομηχανίας σχετικά με το τι είδους κουλτούρα των μέσων είναι και δεν είναι δυνατή, και τι κοινό θα προσελκύσει και δεν θα προσελκύσει αυτή η κουλτούρα». Το στρίμινγκ δύναται να ενταχθεί στο σχήμα που παρουσιάζει ο Havens καθώς πρόκειται για εργαλείο της ψηφιακότητας που είναι σε θέση να προσελκύει ετερόκλητα κοινά και να φέρνει σε επαφή διαφορετικού είδους μέσα. Το στρίμινγκ αποτελεί γνώρισμα της βιομηχανίας. Δεν ισχύει το ίδιο και για τη Netflix: «η Netflix παραμένει αποκομμένη από την βιομηχανία των μέσων ενημέρωσης και της ψυχαγωγίας, ένας μεσάζων που πέτυχε ακριβώς λόγω της αδυναμίας των μεγάλων εταιρειών να διαπραγματευτούν τη μετάβαση από το DVD στο ψηφιακό κατά παραγγελία» (McDonald, 2018: 204 στο McDonald & Smith, 2018). Ο McDonald⁵⁸ θεωρεί την περίπτωση της Netflix ως την εξαίρεση στον κανόνα. Μέσω της επιτυχημένης μετάβασης στο στρίμινγκ ξανάγραψε τους κανόνες της βιομηχανίας και προσέφερε πρωτοφανείς ελευθερίες στους χρήστες. Επίσης, κατόρθωσε να δημιουργήσει ένα μοντέλο που έπεισε τον πελάτη ότι δεν είναι αναγκαία η κατοχή του υλικού ώστε να καταναλωθεί.

«Μια μεγάλη αλλαγή είναι ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν με το περιεχόμενο... Οι άνθρωποι ξεπερνούν την ιδέα της ιδιοκτησίας. Έχει να κάνει περισσότερο με την πρόσβαση σε περιεχόμενο. Οι άνθρωποι σπάζουν τη συναισθηματική λαβή του 'πρέπει να το κατέχω αν το καταναλώσω.' Μόλις αλλάξει αυτό, αλλάζουν πολλά και συμβαίνει αρκετά γρήγορα» (Block, 2013).⁵⁹

Η στρίμινγκ κατανάλωση περιεχομένου επιχειρεί να διακόψει την συναισθηματική σύνδεση του πελάτη με το υλικό και να του δώσει να καταλάβει ότι είναι σε θέση να

⁵⁸ Καθηγητής στο Τμήμα Σπουδών Επικοινωνίας στο Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνια των Η.Π.Α.

⁵⁹ <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/media-execs-divided-netflixs-house-418357/> (τελευταία πρόσβαση 20/02/2025).

καταναλώνει όσο περιεχόμενο επιθυμεί, δίχως απαραίτητα αυτό να έχει περιέλθει στην κατοχή του. Η απαγκίστρωση του στρίμινγκ από την ιδέα της ιδιοκτησίας δημιουργεί νέες πρακτικές κατανάλωσης μεγαλύτερων ταχυτήτων, υψηλότερων εντάσεων και ισχυρών επιθυμιών.

Πριν όμως οι πρακτικές του στρίμινγκ μαζικοποιηθούν και αποτελέσουν συστατικό στοιχείο μιας βιομηχανίας που ενισχύει τη διακοπή της συμβατικής τηλεοπτικής προβολής, χρειάστηκε να δημιουργηθούν σε μια συγκεκριμένη συνθήκη και με έναν ορισμένο τρόπο. Η εγκαθίδρυση του στρίμινγκ εφάπτεται με την ιστορία της Netflix και σε μεγάλο βαθμό «χρωστά» ένα κομμάτι της γιγάντωσής του στη συγκεκριμένη ψηφιακή πλατφόρμα. «Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου (2007-2008), το υψηλής ταχύτητας ή ευρυζωνικό ίντερνετ έγινε ολοένα και περισσότερο προσβάσιμο σε συνδυασμό με άλλες τεχνολογίες επικοινωνίας και με υπηρεσίες που παρέχονται από εταιρείες καλωδιακής τηλεόρασης, δορυφόρους μετάδοσης και ασύρματα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας» (McDonald & Smith-Rowsey, 2018: εισαγωγή, 2). Οι συνθήκες ευνοούν την ψηφιακή μετάβαση. Από αυτό το χρονικό σημείο και μετά, η Netflix γίνεται συνώνυμο του στρίμινγκ. Για να κατανοήσουμε το στρίμινγκ οφείλουμε να εστιάσουμε στη Netflix. Για να αντιληφθούμε τη φυσιγνωμία της Netflix από το 2007 και εξής, πρέπει να επιστρέψουμε στο στρίμινγκ. Η παραπάνω αλληλεξάρτηση οδηγεί στην καίρια αφήγηση μιας ψηφιακής ιστορίας που είναι κοινή ενώ ταυτόχρονα παρουσιάζει διαφορετικές πτυχές και αποκλίσεις.

Τα τεχνολογικά άλματα δεν αποτελούν αιτίες μετατροπής της Netflix σε ψηφιακό οικοσύστημα. Περισσότερο βοήθησαν την εταιρεία να πραγματοποιήσει γρηγορότερα τις αλλαγές που από το 2000 είχε στα σκαριά. Επιπροσθέτως, δεν ήταν οι μοναδικές συνθήκες που έστρωσαν το έδαφος του μετασχηματισμού. Σημαντικό κομμάτι στην ψηφιακή μετάβαση είναι η εξασφάλιση εκ μέρους της Netflix αδειών προβολής ταινιών και σειρών. Ένα απαραίτητο στοιχείο νομιμότητας για την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης είναι η τακτοποίηση των ζητημάτων που σχετίζονται με τα δικαιώματα προβολής περιεχομένου. Είναι όχι μόνο ανέφικτο αλλά και παράνομο να ξεκινήσει μια εταιρεία μέσω του στρίμινγκ να προβάλλει όποια ταινία ή σειρά επιθυμεί. Γι' αυτόν το λόγο οι κινήσεις οφείλουν να συμβούν αστραπιαία. Επιχειρεί να ξεκινήσει τις επαφές με τους αρμόδιους συνομιλητές ώστε να εξασφαλίσει τις κατάλληλες άδειες προβολής περιεχομένου. «Η εταιρεία διαθέτει 800 εκατομμύρια δολάρια για πενταετή σύμβαση αδειοδότησης για νέες εκδόσεις και τίτλους βιβλιοθήκης που ανήκουν στην EPIX, μια

υπηρεσία συνδρομητικής τηλεόρασης που ανήκει στις Paramount Pictures, Lionsgate και Metro-Goldwyn-Mayer» (Keating, 2013: 240). Αυτό πρακτικά σηματοδοτεί την γιγάντωση της Netflix από το 2007 στο 2012 σε επίπεδο καταλόγου και περιεχομένου προς διάθεση στους συνδρομητές. «Η υπηρεσία στρίμινγκ της έχει αυξηθεί από χίλιους τίτλους κατά την κυκλοφορία της τον Ιανουάριο του 2007 σε σαράντα πέντε χιλιάδες που μπορούν να στριμαριστούν σε περισσότερες από επτακόσιες συσκευές» (Keating, 2013: 257).

«Μετά την κυκλοφορία της επιλογής ‘Παρακολουθήστε αμέσως’ το 2007, η Netflix ξεκίνησε μια περίοδο σημαντικής μετάβασης. Η Netflix μετατόπισε την εστίασή της στο στρίμινγκ - εισάγοντας ένα ξεχωριστό σχέδιο αποκλειστικού στρίμινγκ το 2010, το οποίο μέχρι το τέλος του 2012 είχε ξεπεράσει την επιλογή DVD-by-mail σε συνολικό αριθμό συνδρομητών» (McDonald & Smith-Rowsey, εισαγωγή, 2018: 7). Όπως σημειώσαμε παραπάνω, οι τεχνολογικές εξελίξεις στάθηκαν ευνοϊκές προς τη Netflix και εκείνη με την σειρά της δεν άργησε να τις εκμεταλλευτεί. Η μετάβαση στο στρίμινγκ συνέπεσε με «συνδέσεις διαδικτύου υψηλής ταχύτητας που ξεπέρασαν το 50 τοις εκατό στις Ηνωμένες Πολιτείες το 2008 και το 70 τοις εκατό το 2013» (McDonald & Smith-Rowsey, 2018: εισαγωγή, 2). Η εταιρεία χρησιμοποιεί στο έπακρο τα αγαθά της τεχνολογικής προόδου ώστε να ενισχύσει την ψηφιακή μεταστροφή που επιχειρεί. «Στις αρχές του 2008, η Netflix ανακοίνωσε την πρώτη συνεργασία ηλεκτρονικών ειδών ευρείας κατανάλωσης ενσωματώνοντας το λογισμικό στρίμινγκ σε έναν αποκωδικοποιητή της LG Electronics. Ο στόχος ήταν να φέρει ένα ομαλό σήμα στρίμινγκ κατευθείαν από το διαδίκτυο στις τηλεοράσεις μεγάλης οθόνης των χρηστών για μια εμπειρία που ήταν τόσο καλή όσο η καλωδιακή ή η δορυφορική» (Keating, 2013: 223-224). Η ταχύτατη μετάβαση που συντελείται αποφέρει το 2009 στη Netflix περίπου 3 εκατομμύρια συνδρομητές (Hayes & Chmielewski, 2022).

Από την άλλη, σε αντίθεση με αυτό που ίσως θα ανέμενε κανείς, η εταιρεία δεν απαγκιστρώθηκε ολοκληρωτικά από τη διανομή DVD. Σαφέστατα έριξε το βάρος στο στρίμινγκ αλλά συνέχισε να εξυπηρετεί πάνω από 5 εκατομμύρια πελάτες με την αποστολή DVD κατ’ οικον. Το 2012 οι μηχανικοί της Netflix Xavier Amatriain και Justin Basilico έγραψαν μια ανάρτηση ιστολογίου με τίτλο «Προτάσεις Netflix: Πέρα

από τα Πέντε Αστέρια»⁶⁰, εστιάζοντας στις διαφορές ανάμεσα στον ψηφιακό διαμοιρασμό περιεχομένου μέσω του στρίμινγκ και του δικτύου διανομής DVD:

«Το στρίμινγκ δεν άλλαξε μόνο τον τρόπο αλληλεπίδρασης των μελών μας με την υπηρεσία, αλλά και τον τύπο των δεδομένων που είναι διαθέσιμα για χρήση στους αλγόριθμους μας. Για τα DVD, στόχος μας είναι να βοηθήσουμε τους ανθρώπους να γεμίσουν την ουρά με τίτλους που θα λάβουν ταχυδρομικά τις επόμενες ημέρες και εβδομάδες. Η επιλογή απέχει χρονικά από την προβολή, οι άνθρωποι επιλέγουν προσεκτικά επειδή η ανταλλαγή ενός DVD με ένα άλλο διαρκεί περισσότερο από μία ημέρα και δεν λαμβάνουμε σχόλια κατά την προβολή. Για το στρίμινγκ, τα μέλη αναζητούν κάτι υπέροχο να παρακολουθήσουν αυτήν τη στιγμή. Μπορούν να δοκιμάσουν μερικά βίντεο πριν καταλήξουν σε ένα, μπορούν να καταναλώσουν πολλά σε μία περίοδο σύνδεσης και μπορούμε να παρατηρήσουμε στατιστικά στοιχεία προβολής, όπως αν ένα βίντεο παρακολουθήθηκε πλήρως ή μόνο εν μέρει» (Amatriain & Basilico, 2012).

Η ανάρτησή τους περιλαμβάνει δύο διαφορετικά δίκτυα διανομής περιεχομένου. Όπως δείξαμε παραπάνω, προτού γίνουν οι απαραίτητες βελτιώσεις, το δίκτυο του DVD έπασχε από ασυγχρονία. Η χρονική απόκλιση της επιλογής ταινίας σε σχέση με την παράδοση στον φυσικό χώρο κυμαινόταν στο διάστημα μίας ή περισσότερων ημερών. Αντιθέτως, το στρίμινγκ δεν παρουσιάζει χρονική απόκλιση στη στιγμή επιλογής ταινίας και παρακολούθησης αυτής. Το στρίμινγκ δημιουργεί συνθήκες για την ενοποίηση επιμέρους χρονικών στιγμών. Ο συνδρομητής που θα αποφασίσει να δει την ταινία “Jurassic Park” θα κάνει κλικ πάνω στο εικονίδιο της στην ιστοσελίδα και η ταινία θα ξεκινήσει σε δευτερόλεπτα. Η στιγμή της προσωπικής απόφασης του υποκειμένου και της έναρξης θέασης είναι οριακά αδιαχώριστες. Το στρίμινγκ είναι σε θέση να «σμιλέψει» συγχρονίες, ταυτοχρονίες και οριακές καταστάσεις συναρμογής στιγμών. Συμπληρωματικά, η δεύτερη διαφορά ανάμεσα στα δίκτυα εντοπίζεται στο κομμάτι της διαχείρισης δεδομένων. Ο διευθύνων σύμβουλος της Netflix το πάει ακόμα παραπέρα:

«Αυτά μας λένε τα δεδομένα από την επιχείρηση DVD μας: Γνωρίζουμε τι σας στείλαμε και ξέρουμε πότε τα επιστρέψατε. Δεν έχω ιδέα αν το παρακολουθήσατε. Δεν έχω ιδέα αν το είδατε 20 φορές. Με το στρίμινγκ, έχουμε πληροφορίες για κάθε δευτερόλεπτο της εμπειρίας προβολής. Ξέρω τι έχετε δοκιμάσει και τι έχετε απενεργοποιήσει. Ξέρω σε ποιο σημείο το κλείσατε. Είναι πολύ εξελιγμένο» (Ted Sarandos στο Curtin, Holt & Sanson, 2014:136).

⁶⁰ <https://netflixtechblog.com/netflix-recommendations-beyond-the-5-stars-part-1-55838468f429> (τελευταία πρόσβαση 25/02/2025).

Τα δεδομένα από την DVD περίοδο της εταιρείας αντιπροσωπεύουν μια στοχοθεσία εκ μέρους της που δίνει έμφαση στο προτιμώμενο από τον θεατή είδος ταινιών, στη βαθμολόγηση μέσω αστεριών και στις λίστες αγαπημένων ταινιών. Γενικά η προσέγγιση στα χρόνια του DVD αφορούσε δύο επίπεδα. Αφενός, ένα αξιολογικό πλαίσιο όπου το περιεχόμενο βαθμολογείται και αφετέρου, την ισχυρή απαίτηση για ενέργεια του συνδρομητή. Η στρίμινγκ εποχή της Netflix ενδιαφέρεται για διαφορετικού τύπου δεδομένα. Ο Sarandos επιβεβαιώνει την εκτίμηση των μηχανικών της Netflix σχετικά με την στοχοπροσήλωση ότι έχει μεταφερθεί από το αξιολογικό κομμάτι σε ζητήματα χρόνου. Ο νέος τύπος δεδομένων που ενδιαφέρει την εταιρεία έχει να κάνει με τους χρόνους αναζήτησης μιας ταινίας, θέασής της, ενδεχόμενης επαναπροβολής της και ούτω καθεξής. Η υιοθέτηση του στρίμινγκ από το 2007 και εξής, δημιουργεί μια νέα μηχανική του χρόνου όπου το σύστημα προτάσεων ταινιών βασίζεται στη μέτρηση στιγμών, διαρκειών, παύσεων και της διάρκειας παύσεων. Με αυτό τον τρόπο παρέχονται νέες δυνατότητες στη Netflix να ελέγξει και να βελτιώσει το περιεχόμενο με το οποίο αλληλεπιδρά ο χρήστης. Ο αλγοριθμικός μηχανισμός είναι αναλυτικός και παρέχει λεπτομερείς πληροφορίες που ρίχνουν φως σε χρονικά επίπεδα τα οποία στην εποχή του DVD βρίσκονταν στο σκοτάδι. Για παράδειγμα, η στιγμή που ο θεατής θα πατήσει για οποιοδήποτε λόγο παύση σε ένα επεισόδιο, με πρόθεση να συνεχίσει αργότερα τη θέαση, σηματοδοτεί ένα διαφορετικό χρονικό πλαίσιο τόσο για εκείνον όσο και για την ψηφιακή πλατφόρμα. «Κάθε φορά που σταματάτε, επαναφέρετε ή επαναλαμβάνετε οποιοδήποτε μέρος του στρίμινγκ περιεχομένου, η Netflix καταγράφει αυτήν τη δραστηριότητα ως αυτό που ονομάζεται ‘συμβάν’» (Burroughs 2018: 11). Οι μικροενέργειες χρονικών παρεμβάσεων στο ψηφιακό περιβάλλον της πλατφόρμας μεταφράζονται σε συμβάντα της αλγοριθμικής γλώσσας. Το πάτημα της επιλογής «παύση στο επεισόδιο» εκ μέρους του θεατή ενδέχεται να σηματοδοτεί διαφορετικά τεκταινόμενα. Από το ότι πρέπει να μιλήσει στο τηλέφωνο ή το ότι ετοιμάζει φαγητό μέχρι το να βαρέθηκε το επεισόδιο και να αμφιταλαντεύεται για το αν θα το συνεχίσει ή θα το σταματήσει. Τη στιγμή της ιδιωτικής παύσης του χρόνου ο αλγόριθμος δουλεύει πυρετωδώς. Συλλέγει δεδομένα, μετρά τον χρόνο της παύσης, προσπαθεί να αναγνώσει τα διαφορετικά σενάρια για τους λόγους πίσω από την παύση.

Κοντολογίς, η συνθήκη αδράνειας του θεατή πυροδοτεί μια κατάσταση εντατικής αλγοριθμικής διαπραγμάτευσης σχετικά με τη διακοπή της ροής περιεχομένου. Η νέα

αλγοριθμική δυνατότητα του να «αφουγκραστεί» η εταιρεία τις προτιμήσεις των πελατών της ακόμα και την ίδια στιγμή που παρακολουθούν το περιεχόμενο της φανερώνει ένα νέο καθεστώς χρονικότητας: το «αλγοριθμικό τώρα». Ο αλγόριθμος του στρίμινγκ οικοσυστήματος είναι το όχημα με το οποίο η Netflix επιχειρεί να εισαγάγει μια νέα μηχανική του χρόνου δίχως καθυστερήσεις και σκοτεινές πτυχές αλλά με έμφαση στις διάρκειες των ενεργειών και στην ανάλυση στιγμών.

Στο τελευταίο επεισόδιο της πρώτης σεζόν της διδακτορικής διατριβής μας θα επιστρέψουμε στη συζήτηση σχετικά με το αλγοριθμικό τώρα και θα αναλύσουμε την λογική της Netflix πίσω από την προσπάθεια της να «μαθηματικοποιήσει το γούστο» (Alexander, 2016). Το συγκεκριμένο εγχείρημα εντατικοποιείται από το 2013, την χρονιά παραγωγής πρωτότυπου περιεχομένου και εκτείνεται ως τις μέρες μας. Παραμένοντας χρονικά στην στρίμινγκ μετάβαση του 2007 και με ορίζοντα έκτασης το 2013, στο αμέσως επόμενο επεισόδιο θα αναλύσω την ιστορική περίοδο της Netflix που σηματοδοτεί την μετατροπή της σε ψηφιακή πλατφόρμα. Οποιαδήποτε συζήτηση περί ψηφιακής πλατφόρμας οφείλει να λαμβάνει σοβαρά υπόψη μια αλληλένδετη με εκείνη έννοια που την επηρεάζει άμεσα και την διαμορφώνει. Πρόκειται για τον όρο Μεγάλα Δεδομένα (Big Data).

Επεισόδιο 11

Δεδομένα και Πλατφόρμες

«Ω, Κυβερνήσεις του Βιομηχανικού Κόσμου, ω εξαντλημένοι γίγαντες από σάρκα και ατσάλι, εγώ έρχομαι από τον Κυβερνοχώρο, την νέα εστία του Νου. Εκ μέρους του Μέλλοντος, ζητώ από εσάς του παρελθόντος, να μας αφήσετε ήσυχους. Δεν είστε ευπρόσδεκτοι ανάμεσα μας. Δεν έχετε καμία κυριαρχία στα μέρη που εμείς μαζευόμαστε.»

- John Perry Barlow, (1996). “*A Declaration of the Independence of Cyberspace*”. Electronic Frontier Foundation. <https://www EFF.org/cyberspace-independence#main-content> (τελευταία πρόσβαση 22/09/2025).

«Σύνολα δεδομένων των οποίων το μέγεθος υπερβαίνει τις δυνατότητες των συνήθως χρησιμοποιούμενων εργαλείων λογισμικού για τη σύλληψη, διαχείριση και επεξεργασία των δεδομένων μέσα σε ένα ανεκτό χρονικό διάστημα» (Manovich, 2012: 1). Η περιγραφή του Manovich για τον όρο Μεγάλα Δεδομένα (Big Data) προέρχεται από το πεδίο της πληροφορικής και των επαγγελματιών που ασχολούνται με τα υπολογιστικά συστήματα. Ο όρος άπτεται του μεγέθους των δεδομένων που τα καθιστά μη διαχειρίσιμα. Συμπληρωματικά, η ποικιλία των δεδομένων καθώς και η ταχύτητα δημιουργίας τους αποτελούν εξίσου σημαντικές παραμέτρους προσδιορισμού. Συνδυαστικά, το τριμερές σχήμα μεγέθους (volume), ποικιλίας (variety) και ταχύτητας (velocity) αποτελεί αυτό που ονομάζεται ως “3 V’s”⁶¹, δηλαδή τα κύρια χαρακτηριστικά των Μεγάλων Δεδομένων. Στις μέρες μας, η διαχείριση των Μεγάλων Δεδομένων αποτελεί συνήθη πρακτική εκ μέρους των BigTech⁶². Εταιρείες-κολοσσοί στο πεδίο των επικοινωνιών, της διασκέδασης και της τεχνολογίας γιγαντώθηκαν όταν ανέπτυξαν επαρκείς τρόπους διαχείρισης των Μεγάλων Δεδομένων.

Διερευνώντας το εγγύς παρελθόν, διαπιστώνουμε ότι τα δεδομένα δεν ήταν πάντα «μεγάλα» μήτε και οι εταιρείες ήταν εξ αρχής «μεγάλες». Ο επιθετικός προσδιορισμός

⁶¹Βλέπε την ιστοσελίδα <https://www.techtarget.com/whatis/definition/3Vs> (τελευταία πρόσβαση 10/02/2025).

⁶² Ισχυρές εταιρείες όπως οι Facebook/Meta, Alibaba, Amazon, Apple, Microsoft, Tencent, Google/Alphabet.

«μεγάλα» που χαρακτηρίζει τη σύγχρονη μορφή δεδομένων και εταιρειών θα μπει προσωρινά στον πάγο για χάρη της ιστορίας δεδομένων από την οποία ξεπήδησαν οι πλατφόρμες. Η υπόθεση εργασίας μας είναι ότι η διαχείριση των δεδομένων αποτέλεσε τον ακρογωνιαίο λίθο για την γιγάντωση αυτού που σήμερα αποκαλείται συλλήβδην ως ψηφιακή οικονομία. «Στη διάρκεια της δεκαετίας του 1990 εκτυλίχθηκε μια τεχνολογική επανάσταση, όταν το χρηματοπιστωτικό σύστημα προκάλεσε μια φούσκα στη νεαρή βιομηχανία του Διαδικτύου, που οδήγησε σε μεγάλες επενδύσεις στις υποδομές δικτύου» (Srnicek, 2024: 49). Το ταχύτατα ανερχόμενο πεδίο της ψηφιακότητας αποτελεί την βάση των επιχειρήσεων. Εκείνες επενδύουν στα εργαλεία και τους μηχανισμούς του διαδικτύου για την ανάπτυξή τους, δημιουργώντας αυτό που θα ονομαστεί ως «ψηφιακή οικονομία». «Η ψηφιακή οικονομία αναφέρεται στις εταιρείες των οποίων το επιχειρηματικό μοντέλο βασίζεται όλο και περισσότερο στην τεχνολογία της πληροφορίας, τα δεδομένα και το διαδίκτυο» (Srnicek, 2024: 21). Η ψηφιακή στροφή που συνεχίστηκε κατά τις πρώτες δεκαετίες του 21^{ου} αιώνα έφερε ένα στοιχείο που ο εταιρικός κόσμος δεν είχε αντικρύσει ξανά: «ανεπανάληπτη ποσότητα δεδομένων προς χρήση» (Srnicek, 2024: 55). Η εταιρική αμχανία ήταν πρόδηλη. Αν ο καπιταλισμός κατανοεί «τα δεδομένα ως μέσο διατήρησης της οικονομικής ανάπτυξης και ζωτικότητας» (Srnicek, 2024: 22), τότε η αδυναμία ελέγχου και διαχείρισης αυτών δημιουργεί ένα σοβαρό πρόβλημα. Το ζήτημα που προκύπτει από την αδυναμία διαχείρισης δεδομένων δύναται να θέσει εν αμφιβόλω την ίδια την ύπαρξη των επιχειρήσεων.

Αναφερόμενος στον 21^ο αιώνα ο συγκεκριμένος συγγραφέας αναφέρει ότι «από εκεί που αντιπροσώπευαν μια δευτερεύουσα πλευρά των επιχειρήσεων, τα δεδομένα βαθμιαία έγιναν ένας θεμελιώδους σημασίας πόρος» (Srnicek, 2024: 56). Παρομοιάζοντας τα δεδομένα με το πετρέλαιο, ο Srnicek ισχυρίζεται ότι οφείλουν «να εξαχθούν, να διωλιστούν και να χρησιμοποιηθούν καταλλήλως» (Srnicek, 2024: 54). Γίνεται αντιληπτό ότι τα δεδομένα αντιμετωπίζονται ως πρώτη ύλη που χρήζει της αρμόζουσας διαχείρισης.

«Πριν χρησιμοποιηθούν τα δεδομένα πρέπει να χωριστούν σε κατηγορίες, να οργανωθούν και να ταξινομηθούν. Προϋποτίθεται η δημιουργία αλγορίθμων ώστε το σύστημα να μάθει να λειτουργεί μέσω της χειρωνακτικής εισαγωγής των παραμέτρων. Άρα η συλλογή δεδομένων χρειάζεται μια τεράστια υποδομή για να υποστηριχθεί το παραπάνω μοντέλο» (Srnicek, 2024: 54).

Η διαδικασία συγκέντρωσης και χρήσης των δεδομένων είναι σύνθετη και απαιτεί την δημιουργία κατάλληλων υποδομών. Για παράδειγμα, ένας τύπος τέτοιας υποδομής που πληροί τις προϋποθέσεις για την διαχείριση δεδομένων είναι το εργοστάσιο. Ούτε αυτό όμως είναι σε θέση να καλύψει πλήρως τις ανάγκες που προκύπτουν. «Η μέθοδός τους ήταν η παραγωγή ενός προϊόντος σε ένα εργοστάσιο όπου το μεγαλύτερο μέρος της πληροφορίας χανόταν και στη συνέχεια, το πουλούσαν χωρίς να μαθαίνουν ποτέ κάτι για τον καταναλωτή ή για τη χρήση του προϊόντος» (Srnicek, 2024: 57).

Η αδυναμία εποπτείας, συγκέντρωσης και διαχείρισης των δεδομένων είναι ο βασικός λόγος μετάβασης από φυσικές υποδομές σε ψηφιακές. Για τον ίδιο λόγο συντελέστηκε η ταχύτατη μετάβαση της Netflix από υπηρεσία διαδικτυακής ενοικίασης DVD σε στρίμινγκ πλατφόρμα. Από αυτή την άποψη, η προαναφερθείσα δήλωση του Sarandos, σχετικά με την έλλειψη δεδομένων στην DVD περίοδο της εταιρείας σε σχέση με εκείνη του στρίμινγκ, είναι διαφωτιστική. Η ενοικίαση DVD συνιστά μια μη υπολογίσιμη διαδικασία. Αντιθέτως, ο τρόπος για την επίτευξη της λεπτομερούς συλλογής και επεξεργασίας των δεδομένων είναι η μετατροπή της Netflix σε ψηφιακή πλατφόρμα. Ομοίως, για τον Srnicek η απάντηση στο πρόβλημα της αδυναμίας διαχείρισης δεδομένων είναι η πλατφόρμα. Μέσω των πλατφορμών, τεράστιος όγκος δεδομένων υφίστανται καταγραφή, εξαγωγή, ανάλυση, χρήση, μονοπώληση (Srnicek, 2024: 58). Τι είναι όμως η ψηφιακή πλατφόρμα;

«Οι ψηφιακές πλατφόρμες είναι τεχνολογίες που λειτουργούν ως βάση πάνω στην οποία αναπτύσσονται άλλες εφαρμογές, διαδικασίες ή τεχνολογίες. Δεν πρόκειται για ιστοσελίδες αλλά για υποδομές. Συστήματα που απαιτούν συνεχή ενασχόληση» (Metahaven, 2018: 10). Συμπληρωματικά, αποτελούν «ψηφιακές υποδομές που δίνουν τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης μεταξύ δύο ή περισσότερων ομάδων. Ως εκ τούτου τοποθετούνται ως μεσάζοντες που φέρνουν σε επαφή διαφορετικούς χρήστες: πελάτες, διαφημιστές, παρόχους υπηρεσιών, παραγωγούς, προμηθευτές ακόμη και φυσικά αντικείμενα» (Srnicek, 2024: 58). Η βασική λειτουργία της πλατφόρμας είναι ότι επέχει ρόλο μεσάζοντα. Βρίσκεται σε έναν ενδιάμεσο χώρο αλληλεπιδράσεων υπηρετώντας ένα συγκολλητικό καθήκον και στοχεύοντας στο να φέρει σε επαφή τα επιμέρους στοιχεία μιας συνθήκης. Σε αυτό συνίσταται ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα της και ταυτόχρονα η καινοτομία της. «Αντί για την ανάγκη δημιουργίας μιας αγοράς από την αρχή, μια πλατφόρμα παρέχει τη βασική υποδομή για τη μεσολάβηση μεταξύ διαφορετικών ομάδων» (Srnicek, 2024: 59). Κοντολογίς, η πλατφόρμα λογίζεται ως

υποδομή η οποία περικλείει διαφορετικά μοντέλα που έχει φέρει σε αλληλεπίδραση και έτσι αποτελεί την ενδεδειγμένη λύση στο πρόβλημα διαχείρισης των δεδομένων.

Αναφορικά με την περίπτωση της Netflix, η μετάβαση στο στρίμινγκ το 2007 διανοίγει ένα νέο ταυτοτικό πεδίο. Η Netflix λογίζεται ως ψηφιακή πλατφόρμα μέσω της οποίας ο συνδρομητής είναι σε θέση για ένα συγκεκριμένο χρηματικό ποσό ανά μήνα να απολαμβάνει το περιεχόμενο στην οικιακή συσκευή του μέσω του διαδικτύου. Συγκεκριμένα, η Netflix αποτελεί πλατφόρμα διαδικτυακής τηλεόρασης που ορίζεται σύμφωνα με την Lotz ως “SVOD”⁶³, web tv, streaming, internet television. Το κοινό στοιχείο των παραπάνω όρων είναι ότι υποδηλώνουν βίντεο που έχει διαμοιραστεί μέσω του διαδικτύου (Lotz, 2022: 1). Η Netflix απαιτεί διαδίκτυο, συνδρομή και προσφέρει περιεχόμενο κατά παραγγελία (on demand). Τα χαρακτηριστικά της πλατφόρμας είναι η πρόσβαση κατά παραγγελία, η απευθείας χρηματοδότηση από τον συνδρομητή και το πολυεθνικό εύρος⁶⁴ (Lotz, 2022: 4). Αναλογιζόμενος το κομμάτι της απευθείας χρηματοδότησης από τον συνδρομητή, οφείλω να αναφέρω την πρόκληση για έναν ιστορικό της συγγραφής μιας ιστορίας του παρόντος/πρόσφατου παρελθόντος. Όταν πραγματοποιήθηκε η έρευνα σχετικά με τα χαρακτηριστικά της πλατφόρμας καθώς και η βιβλιογραφική επισκόπηση, η εταιρεία δεν είχε προσθέσει ακόμα τις διαφημίσεις. Το Νοέμβριο του 2022 η Netflix παρέχει για πρώτη φορά στους συνδρομητές ένα πρόγραμμα σε χαμηλή τιμή που περιλαμβάνει διαφημίσεις. Άρα, τα έσοδα της εταιρείας παύουν να προέρχονται αποκλειστικά από τους συνδρομητές. Κατά συνέπεια, το συνεχώς μεταβαλλόμενο πεδίο της ψηφιακής πλατφόρμας απαιτεί περιοδική εξέταση ώστε να εντοπιστούν οι αλλαγές που συντελούνται.

Στο χρονικό σημείο της ιστορίας όπου εγκαθιδρύεται το στρίμινγκ ξεκινά η “Netflix 2.0” περίοδος η οποία εκτείνεται μέχρι το έτος 2013. Πλέον η Netflix έχοντας την εμπειρία του «Βραβείου Netflix», της απεργίας των σεναριογράφων καθώς και την διαμόρφωση των κατάλληλων υποδομών για την απαραίτητη διαχείριση των

⁶³ Ο όρος “SVOD” αναφέρεται στο συνδρομητικά χρηματοδοτούμενο βίντεο κατά παραγγελία (subscriber-funded video on demand).

⁶⁴ Το 2010 η Netflix επεκτείνεται στον Καναδά. Το 2011 καταφτάνει στην Λατινική Αμερική και την Καραϊβική. Το 2012 τα μέλη φτάνουν τα 25 εκατομμύρια και η εξάπλωση περιλαμβάνει το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ιρλανδία και τις Νορδικές Χώρες. Το 2014 τα μέλη ξεπερνούν τα 50 εκατομμύρια και επεκτείνονται στην Αυστρία, το Βέλγιο, τη Γαλλία, τη Γερμανία, το Λουξεμβούργο και την Ελβετία. Το 2015 εγκαθιδρύεται στην Αυστραλία, την Κούβα, την Ιταλία, την Ιαπωνία, την Ισπανία και τη Νέα Ζηλανδία. Το 2016 η Netflix έχει επεκταθεί σε 130 νέες χώρες, παρέχοντας την υπηρεσία (σε μέλη) σε περισσότερες από 190 χώρες και 21 γλώσσες παγκοσμίως. Οι πληροφορίες ανακτήθηκαν από <https://about.netflix.com/el/leadership> (τελευταία πρόσβαση 25/02/2025).

δεδομένων, επιχειρεί να τοποθετήσει στο επίκεντρο της φιλοσοφίας της την έννοια της εξατομίκευσης. Όπως θα παρακολουθήσουμε στο επόμενο επεισόδιο, ο ένας από τους δυο τρόπους για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο είναι η ριζική αναδιαμόρφωση του αλγοριθμικού μοντέλου της. Ο δεύτερος αφορά στη δημιουργία και διάθεση πρωτότυπου περιεχομένου και θα αναλυθεί στο επεισόδιο 13 καθώς αφορά τη Netflix 3.0 περίοδο της πλατφόρμας.

Επεισόδιο 12

Ταγκάρισμα και Εξατομίκευση

«Οι χρονικές και χωρικές διαστάσεις της καθημερινής ζωής είναι πολύπλοκα διασυνδεδεμένες με τις ψηφιακές οθόνες. Ο χρόνος και ο χώρος θρυμματίζονται και εκτοπίζονται, καθώς τα άτομα είναι όλο και λιγότερο καθηλωμένα ή δεμένα σε κάποιο είδος κοινής υλικής πραγματικότητας.»

- Soukup, C. (2017). *Exploring Screen Culture Via Apple's Mobile Devices: Life Through the Looking Glass*. Lexington Books. Σελ.22

Το αλγοριθμικό μοντέλο δίνει βαρύτητα σε διαφορετικούς στόχους. Η συσσωρευμένη παρελθοντική εμπειρία της Netflix φανέρωσε την ανάγκη απαγκίστρωσης από την διαδικασία βαθμολόγησης του περιεχομένου εκ μέρους των συνδρομητών. Η νέα αλγοριθμική λογική υπαγορεύει την εστίαση στην ανάλυση μοτίβων προβολής. Ο Josh Lowensohn αναφέρει τα λόγια του Tod Yellin στο άρθρο του “The Science Behind Netflix’s First Major Redesign in Four Years”⁶⁵ για λογαριασμό του The Verge στις 22 Μαΐου του 2015:

«Το μεγαλύτερο μέρος της εξατομίκευσής μας αυτή τη στιγμή βασίζεται στο τί παρακολουθούν πραγματικά [οι χρήστες] και όχι σε εκείνο που λένε ότι τους αρέσει... Καθώς μπορείτε να δώσετε πέντε αστέρια στο “An Inconvenient Truth” επειδή αλλάζει τον κόσμο, αλλά μπορείτε να παρακολουθήσετε το Paul Blart: Mall Cop 2 τρεις φορές σε λίγα χρόνια... Οπότε αυτό που πραγματικά θέλετε και αυτό που λέτε ότι θέλετε είναι πολύ διαφορετικά» (Lowensohn, 2015).

Η μηχανική του αλγορίθμου επιχειρεί να αποκωδικοποιήσει την επιθυμία με όρους προβολής και επαναπροβολής περιεχομένου, αποσυνδέοντάς την από αξιολογικές προεκτάσεις. Περισσότερη σημασία από το αν βαθμολόγησε ένας συνδρομητής μια ταινία με πέντε αστέρια, έχει το αν παρακολούθησε μια ταινία πέντε φορές σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Η νέα αλγοριθμική πραγματικότητα της πλατφόρμας διαχειρίζεται μοτίβα προβολής παρά κατηγοριοποιήσεις με βάση τις βαθμολογίες. Πως επιτυγχάνεται κάτι τέτοιο;

⁶⁵ <https://www.theverge.com/2015/5/22/8642359/the-science-behind-the-new-netflix-design> (τελευταία πρόσβαση 18/02/2025).

Ο Todd Yellin, ο υπεύθυνος περιεχομένου της Netflix (VP of Product, Netflix) είναι ο άνθρωπος που εισήγαγε μια νέα, διαφορετική φιλοσοφία προτάσεων, ένα ολοκαίνουριο αλγοριθμικό σύστημα για τη στρίμινγκ εποχή της εταιρείας. Η ιδέα του Yellin ονομάστηκε “Netflix Quantum Theory” και χαρακτηρίστηκε από την εισαγωγή των μικροετικετών (microtags):

«Η εταιρεία αποφάσισε ότι οι ταινίες και οι τηλεοπτικές εκπομπές θα μπορούσαν να μετρηθούν απευθείας, με την παροχή αρκετών ανθρώπινων taggers και ενός καλά συντονισμένου οδηγού τριάντα έξι σελίδων για τη μέτρηση περίπου 1.000 κβάντων ή μικροετικετών, όπως προτιμά να τις αποκαλεί ο Yellin, που τοποθετούν τα έργα σε ένα συστημικό τοπίο των προσδοκιών του είδους. Παρακολουθώντας δεκάδες μεταβλητές σε κάθε ταινία ή εκπομπή, συμπεριλαμβανομένων του επιπέδου βωμολοχίας, της δύναμης των γυναικείων χαρακτήρων και της ασάφειας ή της βεβαιότητας του αποτελέσματος, η Netflix συγκρότησε ένα εξελιγμένο αλγοριθμικό μοντέλο για την περιγραφή των πολιτισμικών σχέσεων μεταξύ μεμονωμένων κινηματογραφικών και τηλεοπτικών έργων, ένα μοντέλο που αγκαλιάζει πλήρως το χάσμα μεταξύ υπολογισμού και πολιτισμού» (Finn, 2017: 92).

Αυτό που έκανε επί της ουσίας ο Yellin είναι ότι απομακρύνθηκε από την αυστηρή προσκόλληση σε προγενέστερες αλγοριθμικές απόπειρες, τα δεδομένα του «Βραβείου Netflix», τις μετρήσεις, τις προβλέψεις και δημιούργησε σχεδόν από το μηδέν ένα νέο σύστημα προτάσεων που ξεφεύγει από τις στενές έννοιες του είδους (genre) και των κατηγοριών.

Ο Alexis Madrigal στο άρθρο του “*How Netflix Reverse-Engineered Hollywood*”⁶⁶ στο The Atlantic στις 2 Ιανουαρίου 2014 εξηγεί τον ρόλο των taggers:

«Χρησιμοποιώντας μεγάλες ομάδες ανθρώπων που είναι ειδικά εκπαιδευμένοι στο να παρακολουθούν ταινίες, η Netflix αποδόμησε το Χόλυγουντ. Πλήρωναν ανθρώπους για να βλέπουν ταινίες και να τις ταγκάρουν (tag) με όλα τα είδη μεταδεδομένων. Αυτή η διαδικασία είναι τόσο περίπλοκη και ακριβής που οι taggers λαμβάνουν ένα εκπαιδευτικό έγγραφο 36 σελίδων που τους διδάσκει πώς να βαθμολογούν ταινίες σχετικά με το σεξουαλικό τους περιεχόμενο, τα επίπεδα αιματοχυσίας (goriness), τα επίπεδα ρομαντισμού και ακόμη αφηγηματικά στοιχεία όπως η οριστικότητα της πλοκής. Αποθηκεύουν δεκάδες διαφορετικά χαρακτηριστικά μιας ταινίας. Αξιολογούν ακόμη και την ηθική κατάσταση των χαρακτήρων. Όταν αυτές οι ετικέτες συνδυάζονται με τις συνήθειες προβολής εκατομμυρίων χρηστών, τότε μετατρέπονται στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Netflix» (Madrigal, 2014).

Επεξηγηματικά, εισήγαγε μια νέα, φιλοσοφικά ρευστή μηχανική προτάσεων ταινιών που εντάσσεται σε ένα δομημένο μαθηματικό/αλγοριθμικό πλαίσιο όπου για παράδειγμα «πολύπλοκες πολιτιστικές έννοιες όπως η ελαφρότητα ή το σκοτάδι του

⁶⁶ <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverse-engineered-hollywood/282679/> (τελευταία πρόσβαση 18/02/2025).

χιούμορ μιας ταινίας μπορούν να ποσοτικοποιηθούν» (Finn, 2017: 93). Ο Yellin επί της ουσίας επικέντρωσε το ενδιαφέρον του στο περιεχόμενο της Netflix ξεχωριστά και το ανέλυσε σε δεδομένα. Όπως είδαμε παραπάνω, δεν πρόκειται για μοναχική εργασία αλλά για συλλογικό εγχείρημα. Από το 2007 ξεκίνησε την συγκρότηση μιας ομάδας μέσω της πρόσληψης ανθρώπων για να φέρει εις πέρας το έργο. Εκείνοι ονομάζονται taggers. Οι taggers είναι μια ομάδα ανθρώπων που η δουλειά τους είναι να παρακολουθούν το περιεχόμενο της Netflix και να «ταγκάρουν» κάθε ταινία και επεισόδιο με τα σχετικά μεταδεδομένα (microdata) ή όπως αναφέρει η Alexander⁶⁷ (2016) «να βαθμολογούν τα επίπεδα ρομαντισμού, γκρίνιας, ιδιορρυθμίας και ακόμη και την ανάλυση της πλοκής». Ο Greg Harty που είναι επιφορτισμένος επαγγελματικά με το καθήκον του ταγκαρίσματος εξηγεί: «Ξέρω ότι αυτό δεν είναι πραγματική δουλειά. Αλλά είμαι περήφανος για αυτό και είμαι περήφανος για την ποιότητα. Έχω υπόψη μου ότι δουλεύω και δεν χαλαρώνω. Η νοοτροπία μου είναι ότι εξακολουθεί να είναι δουλειά και είμαι σε ένα γραφείο»⁶⁸. Οι ίδιοι οι taggers αντιλαμβάνονται την παραδοξότητα του εγχειρήματος. Αναμφίλεκτα, η δουλειά τους δεν αποτελεί το σύνθηες παράδειγμα εργασίας, παραμένει όμως δουλειά. Επομένως, η παραδοξότητα δεν έγκειται τόσο στη μυστήρια φύση της εργασίας τους όσο σε εκείνο που απαιτείται από εκείνους. Η συνεισφορά τους έγκειται στο να τοποθετούν ευρύτερης φύσεως κατηγορίες στο περιεχόμενο που παρακολουθούν. Δεν ψάχνουν να ονοματίσουν μια ταινία με την ταμπέλα του τρόμου ή της κωμωδίας αλλά «αναλύουν κάθε προϊόν στη βιβλιοθήκη της Netflix σε μια τεράστια σειρά από ετικέτες που σχετίζονται όχι μόνο με την πλοκή, τις τοποθεσίες ή τους ηθοποιούς αλλά και με πολύ ευρύτερες φιλοσοφικές κατηγορίες όπως «τόνος», «ηθική» ή «συναισθηματική επίδραση. Αργότερα, αυτά τα εναλλακτικά είδη (“altgenres”,⁶⁹ όπως τα αποκαλεί η Netflix) αντιπαρατίθενται με τις συνήθειες προβολής των χρηστών με τρόπο που δίνει στους συνδρομητές της Netflix την παράξενη αίσθηση ότι η υπηρεσία στρίμινγκ είναι, στην πραγματικότητα, ένας μάντης» (Alexander, 2016: 80).

Στην ίδια κατεύθυνση, η πλατφόρμα κυκλοφορεί το 2009 τις «Προτιμήσεις Γούστου» (“Taste Preferences”). Πρόκειται επί της ουσίας για ένα σύνθετο σύνολο ερωτήσεων,

⁶⁷ Η Neta Alexander είναι καθηγήτρια κινηματογράφου και media studies στο πανεπιστήμιο Colgate της Νέας Υόρκης.

⁶⁸ <https://www.nbcnews.com/money/netflix-tagger-shares-what-its-have-internets-dream-job-1D79900963> (τελευταία πρόσβαση 18/02/2025).

⁶⁹ Σύμφωνα με τον δημοσιογράφο Alexis Madrigal ο συνολικός αριθμός των altgenres ανέρχεται στα 76.897.

μέσω των οποίων ζητά από το χρήστη να παρέχει ενεργά στην υπηρεσία περισσότερες πληροφορίες, όπως η κατάλληλη διάθεση ή ο συναισθηματικός τόνος του συνδρομητή την ώρα που επιλέγει τον τίτλο προς θέαση (Alexander, 2016). Η εστίαση του ενδιαφέροντος μεταφέρεται από κάτι συγκεκριμένο, όπως η ειδολογική προτίμηση, σε πιο αφηρημένες καταστάσεις όπως η διάθεση ενός ανθρώπου. Ο Yellin συμπληρώνει: «διαθέτουμε πολλές δυνατότητες για να ευχαριστούμε τα μέλη μας με έναν πιο εξατομικευμένο ιστότοπό που δίνει έμφαση στην ανακάλυψη ταινιών... Τα χαρακτηριστικά περιλαμβάνουν προτιμήσεις γούστου, περισσότερες εξατομικευμένες αρχικές σελίδες και προσαρμοσμένη περιήγηση»⁷⁰.

Το εγχείρημα του Yellin ονομάζεται από τη Neta Alexander (2016) ως «μαθηματοποίηση του γούστου» (“mathematization of taste”). Η τελευταία θέτει το κρίσιμο ερώτημα στο κείμενο της: «Μπορεί μια αφηρημένη κατηγορία όπως το γούστο να μεταφραστεί σε μια εμπειρική, μαθηματικά βασισμένη φόρμουλα;» (Alexander, 2016: 82). Το γούστο εντοπίζεται, αναλύεται, μεταφράζεται και ποσοτικοποιείται. Η Netflix σταματά την συλλογή πληροφοριών για το αν σε μια ομάδα συνδρομητών αρέσουν οι ταινίες δράσης. Αντ’ αυτού, επιχειρεί εφεξής να συλλέγει δεδομένα για το αν τη στιγμή της προβολής ο συνδρομητής βρίσκεται σε διάθεση παρακολούθησης μιας ταινίας δράσης. Αυτή η διαφορά είναι κομβική επειδή σχηματοποιεί εκ νέου τους στόχους της εταιρείας. Η Netflix δεν ενδιαφέρεται για το τί μας αρέσει να βλέπουμε. Νοιάζεται για το τί επιθυμούμε να δούμε «εκείνη την στιγμή». Θέλει να μάθει «τη φάση» στην οποία βρισκόμαστε κατά τη διαδικασία επιλογής περιεχομένου. Με άλλα λόγια, η πλατφόρμα επιχειρεί να αποκωδικοποιήσει την προτίμηση της στιγμής. Η έμφαση στον στιγμιαίο χρονικό παράγοντα σε συνδυασμό με την αφηρημένη διάσταση της επιθυμίας λειτουργεί ως όχημα προς την επιτυχία της εξατομικευμένης εμπειρίας. Η δουλειά των taggers σε συνδυασμό με την κατεύθυνση μαθηματοποίησης του γούστου αποτελεί εξέχουσα συνθήκη στη Netflix 2.0 περίοδο της πλατφόρμας επειδή αποτελεί ουσιαστικά το κατώφλι της εξατομίκευσης.

«Η επωνυμία μας είναι η εξατομίκευση... Δεν θέλουμε κάποια σειρά να καθορίζει τη Netflix»⁷¹ αναφέρει ο διευθύνων σύμβουλος της Netflix, Ted Sarandos (Sepinwall, 2016). Παρακολουθήσαμε τον τρόπο με τον οποίο η νέα αλγοριθμική λογική της

⁷⁰ <http://blog.netflix.com/2009/03/netflix-launches-new-personalization.html> (τελευταία πρόσβαση 18/02/2025)

⁷¹ <https://uproxx.com/sepinwall/ted-talk-state-of-the-netflix-union-discussion-with-chief-content-officer-ted-sarandos/> (τελευταία πρόσβαση 18/02/2025).

πλατφόρμας οδηγεί στο μονοπάτι της εξατομίκευσης. Ο όρος εξατομίκευση (personalization) μεταφράζεται για μια πλατφόρμα όπως η Netflix σε παραγωγή περιεχομένου που ικανοποιεί την προσωπική προτίμηση του συνδρομητή σε μια δεδομένη χρονική στιγμή. Ο πελάτης νιώθει ότι το περιεχόμενο της πλατφόρμας αφορά αποκλειστικά τις ανάγκες και τις επιθυμίες του. Πληρώνει χρήματα για συνδρομή σε ένα ψηφιακό οικοσύστημα φτιαγμένο με γνώμονα τις προτιμήσεις του.

«Η Netflix θεωρεί τη χρήση συστημάτων εξόρυξης δεδομένων (data mining systems) ως ωφέλιμη για τον καταναλωτή και προτείνει ότι τέτοια συστήματα επιτρέπουν στην εταιρεία να κατανοεί καλύτερα και να ανταποκρίνεται στα γούστα του κοινού μέσω του συστήματος προτάσεων της. Αυτό αναπαριστά μια αλλαγή στη μέτρηση του κοινού και μια ερμηνεία από την έννοια της αποπροσωποποιημένης μάζας στο προσωποποιημένο, το εξατομικευμένο και το αυτόνομο» (Arnold, 2016: 49).

Η στόχευση στο προσωποποιημένο ενέχει μια παρανόηση. Η παγίδα είναι η θεώρηση εκ μέρους του συνδρομητή ότι η πλατφόρμα προτείνει περιεχόμενο στον κάθε πελάτη της ξεχωριστά⁷². Το πραγματικό γεγονός είναι ότι η εξατομίκευση αφορά ομάδες χρηστών και όχι μεμονωμένους πελάτες. Επομένως παρατηρείται ένα πέρασμα από την εξατομίκευση στην συλλογική εξατομίκευση (collective personalization). Η Lotz ονομάζει αυτές τις ομάδες «Κοινότητες Γούστου» (“Taste Communities”) (2022: 126) που βασίζονται σε «Συμπλέγματα Γούστου» (“Taste Clusters”) (2022: 124). Το «Σύμπλεγμα Γούστου» αφορά «εναλλακτικά σχήματα ταξινόμησης τίτλων που πηγάζουν από την τηλεθέαση και όχι από τα χαρακτηριστικά της πλοκής» (Lotz, 2022: 125). Κατά αυτόν τον τρόπο οι συνδρομητές της πλατφόρμας χωρίζονται σε ομάδες με βάση κοινά χαρακτηριστικά στις προτιμήσεις τους. Άρα, η πλατφόρμα δημιουργεί συγκεκριμένα κοινά. Δεν είναι το σύνολο των συνδρομητών της πλατφόρμας ένα ενιαίο κοινό με κοινά γνωρίσματα και παρόμοια χαρακτηριστικά. Ούτε οι βιομηχανίες των μέσων είναι απλώς παραγωγοί περιεχομένου· είναι ταυτόχρονα παραγωγοί κοινού (Napoli, 2003). Ο τρόπος με τον οποίο γίνεται η αλγοριθμική επεξεργασία του περιεχομένου από τη Netflix, καθορίζει την διαμόρφωση των εκάστοτε ομάδων και κοινών. Η πλατφόρμα παράγει τα ετερόκλητα κοινά ανάλογα με τις προτιμήσεις τους σε ένα ορισμένο χρονικό διάστημα. Ο Frey, μελετητής του κινηματογράφου και των μέσων ενημέρωσης, γράφει το “Netflix recommends: algorithms, film choice, and the history of taste” (2021) όπου μελετά τα αλγοριθμικά συστήματα της Netflix και τις

⁷² Αυτό που περιγράφει ο συγγραφέας ως παγίδα αποτελεί την ρεαλιστική και πετυχημένη λειτουργία ενός αλγορίθμου. Το αλγοριθμικό σύστημα προτείνει με τέτοια ακρίβεια περιεχόμενο που ο χρήστης έχει την εντύπωση ότι το περιεχόμενο δημιουργείται αποκλειστικά για εκείνον.

δυνατότητες εξατομίκευσης που παράγουν. Μετά από ενδελεχή έρευνα, ισχυρίζεται ότι τα συστήματα αυτά δεν είναι τόσο επαναστατικά όσο ενδέχεται να νομίζει ο κόσμος και αναλύει με κριτική ματιά την αλληλεπίδραση γούστου-προτίμησης-πρότασης μέσα από το αλγοριθμικό πρίσμα. Σε κάθε περίπτωση και ξέχωρα από την κριτική που έχει ασκηθεί στο αλγοριθμικό μοντέλο της εταιρείας, η ιδέα για την τοποθέτηση των πελατών σε ομάδες και κατ' επέκταση στη δημιουργία κοινών δεν αποτελεί πρωταρχικό δημιούργημα της Netflix. Η πρακτική της συλλογικής εξατομίκευσης που χαρακτηρίζει τον αλγόριθμο Cinematch βελτιώθηκε με τα χρόνια. Το αλγοριθμικό σετ τοποθετούσε με μεγαλύτερη ακρίβεια συνδρομητές στις ομάδες, διαθέτοντας δυναμική ποικιλία κριτηρίων και προϋποθέσεων. Ως αποτέλεσμα, η συλλογική εξατομίκευση «μπολιάστηκε» όλο και περισσότερο με τα χαρακτηριστικά της ορθής πρόγνωσης. Ο αλγόριθμος όφειλε να δημιουργήσει συνθήκες εξατομικευμένης εμπειρίας στους χρήστες των ομάδων κατέχοντας έναν προγνωστικό ρόλο, προτείνοντάς τους δηλαδή το περιεχόμενο που επιθυμούν την δεδομένη χρονική στιγμή. Αυτή η πρακτική ονομάζεται προγνωστική εξατομίκευση και έχει τις ρίζες της σε διαφορετική εταιρεία-κολοσσό. «Η Netflix δεν επινόησε την αλγοριθμική λογική της προγνωστικής εξατομίκευσης (predictive personalization)» (Alexander, 2016: 87). Οι ρίζες της ιδέας ανήκουν στην Amazon. Το 1994 ξεκινά την εφαρμογή προτάσεων σε προσωπικά προφίλ μέσω της διαχείρισης δεδομένων. Η Alexander αναφέρει χαρακτηριστικά:

«Στη βιογραφία του, ο Bezos θυμάται ότι το αρχικό όραμα ήταν να μεταφέρει τη διαδικτυακή πώληση βιβλίων “πίσω στις μέρες του μικρού βιβλιοπώλη που σε γνώριζε πολύ καλά και έλεγε πράγματα όπως, ‘Ξέρω ότι σου αρέσει ο John Irving και μάνταψε, ορίστε αυτός ο νέος συγγραφέας, νομίζω ότι μοιάζει πολύ με τον John Irving’” (Alexander, 2016: 87).

Στη συγκεκριμένη φράση του Bezos συμπυκνώνεται η διάσταση της προγνωστικής εξατομίκευσης. Όπως ο βιβλιοπώλης είναι βέβαιος για τις προτιμήσεις του αναγνώστη και επιχειρεί να προτείνει κάποιον παρεμφερή συγγραφέα, έτσι και ο αλγόριθμος της πλατφόρμας γνωρίζει την στιγμιαία επιθυμία του χρήστη και διαμορφώνει ένα σύστημα προτάσεων που να ταιριάζει σε μοτίβα θέασης.

Μια γενικότερη κριτική που έχει ασκηθεί από την Sarah Arnold (2016) προς την προγνωστική εξατομίκευση στοχεύει στην ανάδειξη της αύξησης της αλγοριθμικής πρόβλεψης σε βάρος της ανθρώπινης αυτενέργειας. Η Arnold αντλεί από την Antoinette Rouvroy για να στηρίξει το επιχείρημά της, κάνοντας ειδική αναφορά στον συμπεριφορισμό δεδομένων (data behaviorism). Επεξηγηματικά, η έμφαση δίνεται

στην συλλογή δεδομένων δίχως να ληφθεί στα σοβαρά υπόψη η ψυχολογική κατάσταση του υποκειμένου ή η συμπεριφορά του.

«Η 'λειτουργικότητα σε πραγματικό χρόνο' των συσκευών που λειτουργούν σε τέτοιες αλγοριθμικές λογικές γλιτώνουν τους ανθρώπινους φορείς από το βάρος και την ευθύνη να μεταγράψουν, να ερμηνεύσουν και να αξιολογήσουν τα γεγονότα του κόσμου τους. Τους γλιτώνει από τις διαδικασίες παραγωγής νοήματος της μεταγραφής ή αναπαράστασης, σύμβασης και συμβολισμού» (Rountrou, 2013: 143).

Η αλγοριθμική λειτουργία αλλοιώνει την υποκειμενική εμπλοκή του χρήστη στη διαδικασία προτίμησης αλλά δεν είναι η μοναδική. Η διάσταση του επιπέδου αυτενέργειας του χρήστη πλήττεται και από τους χρόνους της πλατφόρμας.

«Ο χρόνος της πλατφόρμας είναι διάτρητος από διακοπές και διαχωρισμούς. Οι πλατφόρμες ευνοούν συγκεκριμένα σήματα έναντι άλλων, στην προσπάθειά τους να προσελκύσουν τους χρήστες και να καθορίσουν τι είναι 'σχετικό' γι' αυτούς. Μακροπρόθεσμα, αυτές οι προτιμήσεις δομούν τις συνήθειες προτίμησης της χρήστριας, με τρόπους που έχουν αποκληθεί φιλτραρισμένες φούσκες (filter bubbles)» (Metahaven, 2018: 121-122).

Ο συγκεκριμένος όρος ανήκει στον Eli Pariser και αντιπροσωπεύει έναν αυτοματοποιημένο μηχανισμό ιεράρχησης της πληροφορίας που παρουσιάζει στους χρήστες πληροφορίες που είναι σχετικές με αυτούς και σχετικές για αυτούς. Σε ένα γενικότερο επίπεδο ενασχόλησης με το ψηφιακό πεδίο, η φιλτραρισμένη φούσκα κρύβει κινδύνους. Ο βασικότερος από αυτούς είναι η διαμόρφωση ενός ορισμένου ψηφιακού πεδίου ενημέρωσης, αλληλεπίδρασης, συμμετοχής που αποκλείει μια σφαιρική αντίληψη των πραγμάτων. Η συνθήκη της φιλτραρισμένης φούσκας ευνοεί την θραυσματικότητα, την έκθεση σε πληροφορίες και ερεθίσματα που ταιριάζουν με τις απόψεις και τις επιθυμίες του χρήστη, αφήνοντας εκτός εμβέλειας την επαφή με το διαφορετικό. Στην περίπτωση του αλγορίθμου της Netflix, το παράδοξο της επιτυχίας του αλγορίθμου που προτείνει περιεχόμενο σε πλήρη συναρμογή με την επιθυμία του χρήστη, διαμορφώνει μια συνθήκη μείωσης των πιθανοτήτων εξεύρεσης μη αναμενόμενων προτάσεων.

Η Netflix 2.0 περίοδος σηματοδοτεί την σχηματοποίηση της εταιρείας ως στρίμινγκ πλατφόρμας. Η Netflix οικοδομεί τον χαρακτήρα της πάνω στην έννοια της εξατομίκευσης. Δημιουργεί ένα ψηφιακό οικοδόμημα με συγκεκριμένη δομή και φιλοσοφία σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρει. Εκείνο που απασχολεί την εταιρεία είναι η δημιουργία μιας συγκεκριμένης ταυτότητας που θα εντυπώνεται

περισσότερο στις υπηρεσίες της και λιγότερο στο περιεχόμενο. Το περιεχόμενο είναι ένα κομμάτι του ψηφιδωτού. Η ολοκληρωμένη εικόνα είναι η προσφερόμενη εξατομικευμένη υπηρεσία. Ας το διατυπώσουμε διαφορετικά: η Netflix δεν αρκείται στο να προσθέτει συνδρομητές στο ενεργητικό της επειδή εκείνοι επιθυμούν να παρακολουθήσουν κάποια συγκεκριμένη σειρά ή ένα ορισμένο είδος ταινιών. Η Netflix επιθυμεί να αποκτά συνδρομητές που κατανοούν το πνεύμα των υπηρεσιών της και τη φιλοσοφία των δυνατοτήτων της. Προσβλέπει σε πελάτες που απολαμβάνουν να βρίσκονται στο συγκεκριμένο ψηφιακό οικοσύστημα και να χρησιμοποιούν τις δυναμικές λειτουργίες του. Το περιεχόμενο μπαίνει σε δεύτερη μοίρα για χάρη της ίδιας της υπηρεσίας και για την τόνωση της ιδέας της εξατομίκευσης. «Αυτή η διάκριση μεταξύ της κατοχής μιας επωνυμίας (branding) βάσει προγράμματος και μιας επωνυμίας που βασίζεται σε υπηρεσίες είναι σημαντική για την κατανόηση του μετασχηματισμού της επωνυμίας καναλιών στην εποχή της μη γραμμικής τηλεόρασης στρίμινγκ» (Johnson, 2011). Η φυσιογνωμία της εταιρείας αλλάζει δραστικά.

«Δεν σχετιζόταν πλέον με την απλή ενοικίαση βίντεο—μια κάπως χαμηλή και θυγατρική επιχείρηση λιανικής—αλλά αντίθετα άρχισε να καθιερώνεται πληρέστερα ως μια ξεχωριστή υπηρεσία ψυχαγωγίας. Ως μέρος αυτής της μετάβασης, η εστίασή της μετατοπίστηκε από τις ταινίες στη χορήγηση αδειών για τα δικαιώματα τηλεοπτικών προγραμμάτων —που μέχρι το τέλος του 2011 αντιπροσώπευε περίπου το 60 τοις εκατό του περιεχομένου που στριμαρίστηκε από συνδρομητές της Netflix— και στη συνέχεια στη χρηματοδότηση και παραγωγή των δικών της πρωτότυπων σειρών» (McDonald & Smith-Rowsey, 2018: introduction).

Το επόμενο στάδιο στην ιστορία της πλατφόρμας είναι εκείνο που θα την καθιερώσει ως συνώνυμο της διαδικτυακής τηλεόρασης. Η εποχή Netflix 3.0 ξεκινά.

Επεισόδιο 13

Οι ρίζες και τα όρια του μπίντζινγκ

«Στόχος μας είναι να απενεργοποιήσουμε ένα τμήμα της Αμερικής για μια ολόκληρη ημέρα.»

– Beau Willimon, δημιουργός του House of Cards στο Brian Stelter, “*New Way to Deliver a Drama: All 13 Episodes at Once*”, The New York Times, 31 Ιανουαρίου, 2013. <https://www.nytimes.com/2013/02/01/business/media/netflix-to-deliver-all-13-episodes-of-house-of-cards-on-one-day.html> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Είναι ένα πράγμα για μια εταιρεία να εξασφαλίζει δικαιώματα ταινιών και σειρών ώστε να τις διαθέτει στο κοινό της διαδικτυακά και άλλο η παραγωγή πρωτότυπου περιεχομένου. Το βασικό χαρακτηριστικό της Netflix 3.0 περιόδου της πλατφόρμας που ξεκινά το 2013 είναι αυτό που αναφέρει η Lotz ως “commissioning” (2022), η ανάθεση τίτλων δηλαδή στο πνεύμα της πρωτότυπης δημιουργίας περιεχομένου. Η Netflix πρέπει να ξεκινήσει την κατασκευή και διάθεση των σειρών της. Για την Amanda Lotz, κομβική χρονική στιγμή επίτευξης του πρωτότυπου περιεχομένου είναι το 2012. Την συγκεκριμένη χρονιά εμφανίζεται το πρώτο “Netflix original”⁷³. Η εταιρεία αποκτά αποκλειστική διεθνή άδεια δικαιωμάτων για την σειρά Lilyhammer εκτελώντας χρέη συμπαραγωγής. Στις 6 Φεβρουαρίου 2012 η Netflix καθιστά διαθέσιμα και τα 8 επεισόδια της νορβηγικής σειράς Lilyhammer, η οποία διαφημίστηκε ως «η πρώτη φορά που η Netflix προσφέρει αποκλειστικό περιεχόμενο»⁷⁴. Αποτελεί συμπαραγωγή του νορβηγικού δικτύου NRK1 με τη Netflix. Παρόλο που για ορισμένους το Lilyhammer δεν θεωρείται η πρώτη μπίντζαμπλ σειρά της πλατφόρμας καθώς δεν αποτελεί μια αυτόνομη, δίχως συνεργασίες παραγωγή, δεν μπορεί να ειπωθεί το ίδιο και για το House of Cards.

⁷³ Με τον όρο “Netflix original” αναφερόμαστε στο πρωτότυπο περιεχόμενο της πλατφόρμας που «παράγεται από την ίδια τη Netflix ή που αυτή κατέχει τα δικαιώματα παραγωγής και διανομής.» https://netflix.fandom.com/wiki/Netflix_Original (τελευταία πρόσβαση 20/02/2025).

⁷⁴ <https://www.rollingstone.com/music/music-news/how-lilyhammer-changed-the-tv-world-203682/> (τελευταία πρόσβαση 20/02/2025).

Η πρώτη σειρά παραγωγής Netflix κυκλοφορεί ολόκληρη την πρώτη σεζόν της 1 Φεβρουαρίου του 2013 και αλλάζει για πάντα τον τρόπο με τον οποίο παρακολουθούμε τηλεόραση. Η χρήση των λέξεων εκ μέρους του γράφοντα δεν περιέχει την παραμικρή υπόνοια υπερβολής. Το House of Cards αναδιαμόρφωσε τον τρόπο με τον οποίο βλέπουμε τηλεόραση εξαιτίας της απόφασης της Netflix να διαθέσει όλα τα επεισόδια σε κυκλοφορία την ίδια στιγμή. Ο συνδρομητής της πλατφόρμας ήταν σε θέση των πρώτη μέρα του Φεβρουαρίου 2013 να παρακολουθήσει, αν επιθυμούσε κάτι τέτοιο, ολόκληρη την σεζόν. Πρόκειται για μια πρωτοφανή τομή στην τηλεοπτική ιστορία καθώς σε αντίθεση με το Lilyhammer, το House of Cards αποτελεί εξ ολοκλήρου αποκλειστική παραγωγή της Netflix. «Λιγότερο από ένα μήνα μετά την κυκλοφορία του, το House of Cards έγινε η σειρά με τις περισσότερες προβολές στη Netflix. Τον ίδιο μήνα, η Netflix ανέφερε υψηλότερη από την αναμενόμενη αύξηση των συνδρομητών στις Ηνωμένες Πολιτείες και σε νέες διεθνείς αγορές» (Keating, 2013: 263). Ο David Fincher, ένας εκ των δημιουργών του House of Cards και από τους σημαντικότερους σύγχρονους κινηματογραφικούς σκηνοθέτες, αναφέρει σχετικά με την πρεμιέρα της σειράς:

«Ο κόσμος των 7:30 τα βράδια της Τρίτης είναι νεκρός. Ένας πάσσαλος έχει περάσει από την καρδιά του, το κεφάλι του έχει κοπεί και το στόμα του έχει γεμίσει με σκόρδο. Το αιχμαλωτισμένο κοινό δεν υπάρχει πια. Εάν δώσετε στους ανθρώπους την ευκαιρία να τα καταναλώσουν (mainline) όλα σε μια μέρα, υπάρχει λόγος να πιστεύουμε ότι θα το κάνουν» (Abele, 2013).

Η μέχρι τούδε διαδοχικότητα/περιοδικότητα της τηλεοπτικής εμπειρίας δέχεται ένα καίριο πλήγμα. Το προϊόν διατίθεται στο κοινό με ένα νέο αφηγηματικό τρόπο που δίνει έμφαση στην άμεση, μη διακοπτόμενη κατανάλωση και προσφέρει στιγμιαία απόλαυση. Το House of Cards έρχεται να «θρυμματίσει» την για δεκαετίες εγκαθιδρυμένη έννοια της σειριακότητας (seriality). «Ένα σίριαλ είναι, εξ ορισμού, μια συνεχιζόμενη αφήγηση που κυκλοφορεί σε διαδοχικά μέρη» (Hayward, 1997: 3). Η Netflix κυκλοφορεί το 2013 περιεχόμενο που η ίδια δημιούργησε και παρήγαγε αφαιρώντας από την εξίσωση την ανάγκη χρονικού συντονισμού με το τηλεοπτικό περιεχόμενο. Η εταιρεία ποντάρει στην στιγμιαία κατανάλωση ολόκληρου του περιεχομένου με έμφαση την διάθεση του χρήστη.

Επιστρέφοντας στην δήλωση του Fincher, παρουσιάζει ενδιαφέρον η χρήση του ρήματος mainline από τον σκηνοθέτη. Μία από τις σημασίες του ρήματος είναι «κάνω

ενδοφλέβια χρήση ναρκωτικών»⁷⁵. Ο Fincher ηθελήμένα ή άθελά του τοποθετεί την τηλεοπτική σειρά στο κάδρο του επιβλαβούς, την ντύνει με τον μανδύα του εθισμού. Αυτό συνδέεται άμεσα με μια πρακτική που αποτελεί σήμα κατατεθέν της Netflix και ονομάζεται μπίντζινγκ ή «μπιντζάρισμα» ή αλλιώς binge-watching.

Binge-watching είναι η πρακτική θέασης σύμφωνα με την οποία ο θεατής παρακολουθεί συνεχόμενα έναν αριθμό επεισοδίων μιας τηλεοπτικής σειράς. Μια συνηθισμένη ονομασία για αυτό, η οποία προέρχεται από το λεξιλόγιο της μαζικής κουλτούρας είναι η λέξη «μαραθώνιος». Είναι δεδομένη η διάσταση της υπερβολής στην συγκεκριμένη διαδικασία. Το ερώτημα που προκύπτει έχει να κάνει με τον ακριβή αριθμό. Μετά από πόσα επεισόδια που έχει παρακολουθήσει κανείς, θεωρείται ότι μπιντζάρει; «Σε μια μελέτη της Harris Interactive, που διεξήχθη για λογαριασμό της Netflix, η εταιρεία συνόψισε: η πλειοψηφία (73%) όρισε την υπερβολική παρακολούθηση (binge-watching) ως παρακολούθηση μεταξύ 2-6 επεισοδίων της ίδιας τηλεοπτικής εκπομπής σε μία φορά» (Jenner, 2015: 4).

Ετυμολογικά ο όρος παραπέμπει στον 19^ο αιώνα οπότε και πρωτοεμφανίστηκε - "Leicestershire Words, Phrases and Proverbs" (Λονδίνο, 1848) ⁷⁶ -, χρησιμοποιούμενος σε εκφάνσεις υπερβολικής συμπεριφοράς.

«Ο όρος binge υποδηλώνει αυτοτραυματική συμπεριφορά, που σχετίζεται ακόμη και με ασθένειες όπως ο αλκοολισμός και η βουλιμία. Binge είναι η υπερβολική συμπεριφορά που αποκλίνει από τον κανόνα» (Jenner 2015: 3).

Η έννοια του binge είναι ταυτισμένη με την υπερβολή και έχουν ενδιαφέρον οι γλωσσικές συμπαραδηλώσεις στο πέρασμα των αιώνων. Από τον 19^ο αιώνα, οπότε και είναι άμεσα συνυφασμένη με την υπερβολική κατανάλωση ποτού ή φαγητού, μεταβαίνουμε στον 21^ο αιώνα, όπου ένας γνωστός σκηνοθέτης αναφέρεται στην πρακτική συνεχόμενης παρακολούθησης τηλεοπτικών σειρών με όρους υπερβολής και αφήνοντας να εννοηθεί ότι ο θεατής προξενεί βλάβη στον ίδιο του τον εαυτό. Για να κατανοήσουμε βαθύτερα το binge οφείλουμε να στραφούμε σε διαφορετικές επιστήμες που έχουν ασχοληθεί με την έννοια εκτός του ψηφιακού τηλεοπτικού πλαισίου.

⁷⁵ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/mainline> (τελευταία πρόσβαση 25/02/2025).

⁷⁶ <https://www.etymonline.com/word/binge> (τελευταία πρόσβαση 20/02/2025).

Ακολουθεί ένα intermission⁷⁷ στο οποίο θα επικεντρωθούμε στην έννοια του binge από την σκοπιά των επιστημών της ψυχικής υγείας.

Στις επιστήμες της ψυχικής υγείας και ειδικότερα στην ψυχιατρική, την κλινική ψυχολογία και ψυχοθεραπεία, καθώς και στην έρευνα των παραπάνω, γίνεται συχνά χρήση της έννοιας του «binge» ως συμπτώματος ή κριτηρίου για τον προσδιορισμό μίας διαγνωστικής κατηγορίας. Επίσης, όπως θα φανεί και παρακάτω, ο όρος αυτός χρησιμοποιείται περιγραφικά, προκειμένου να προσδιορίσει προβληματικά μοτίβα συμπεριφοράς κατανάλωσης. Σε αυτές τις περιπτώσεις λοιπόν στοιχειοθετεί άλλοτε ψυχοπαθολογία και άλλοτε προβληματικές μορφές συμπεριφοράς.

Αν θέλαμε να προχωρήσουμε σε μία πολύ σύντομη ανασκόπηση της έννοιας της επεισοδιακής χρήσης (binge) στα διαγνωστικά εγχειρίδια, θα εντοπίζαμε πως στην 4^η έκδοση του Διαγνωστικού και Στατιστικού Εγχειριδίου Ψυχικών Διαταραχών (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders – DSM) (American Psychiatric Association, 1994) εισάγεται ως διαταραχή που χρήζει περαιτέρω έρευνας και μελέτης η Διαταραχή Υπερφαγίας (Binge Eating Disorder)⁷⁸, η οποία έως τότε υπαγόταν στις διαταραχές πρόσληψης τροφής μη προσδιοριζόμενες αλλιώς. Μέχρι τότε το binge χρησιμοποιούνταν ως διαγνωστικό κριτήριο στην Ψυχογενή Βουλιμία, ορίζοντας τα επανειλημμένα επεισόδια υπερφαγίας (Myers & Wiman, 2013). Στο DSM 5 (American Psychiatric Association, 2000) προτείνεται για πρώτη φορά ως ξεχωριστή διαγνωστική κατηγορία, ανήκουσα στις διαταραχές πρόσληψης τροφής, η Διαταραχή Υπερφαγίας (Binge Eating Disorder). Στο διάστημα μεταξύ των διαφορετικών αναθεωρήσεων⁷⁹ του

⁷⁷ Ο όρος αναφέρεται στη διακοπή/το διάλειμμα στην τέχνη. Ούτως ειπείν σε θεατρικές παραστάσεις, ταινίες, όπερα. Το βασικό στοιχείο του intermission είναι ότι δεν σταματά η δράση αλλά συνεχίζεται παρασκηνακά. Στο κείμενο, από τη στιγμή που απουσιάζουν τα παρασκήνια, χρησιμοποιώ τον όρο με παρενθετική σημασία. Λειτουργεί ως παύση από την κεντρική θεματική του επεισοδίου που αφορά την έννοια του binge στη Netflix 3.0 περίοδο της πλατφόρμας. Το θεματικό διάλειμμα μας μεταφέρει στο πεδίο της ψυχολογίας όπου επιχειρούμε να ιστοριοποιήσουμε τον όρο binge.

⁷⁸ Στην βιβλιογραφία συναντάται, τακτικά, και ο όρος «Διαταραχή Επεισοδιακής Υπερφαγίας». Ωστόσο, εδώ χρησιμοποιείται ο όρος «Διαταραχή Υπερφαγίας», σύμφωνα με την ελληνική μετάφραση του Γκοτζαμάνη για το DSM – 5 (Γκοτζαμάνης, 2015).

⁷⁹ Το Διαγνωστικό και Στατιστικό Εγχειρίδιο Ψυχικών Διαταραχών είναι ένα ταξινομητικό εργαλείο, στο οποίο ορίζονται κατηγορίες ψυχικών διαταραχών, τα διαγνωστικά κριτήρια αυτών, καθώς και ο επιπολασμός τους και οι παράγοντες κινδύνου. Έχουν υπάρξει έως σήμερα πέντε διαφορετικές εκδόσεις, καθώς και αναθεωρήσεις αυτών. Μεταξύ των διαφορετικών εκδόσεων και αναθεωρήσεων υπάρχουν αλλαγές σε κάποια διαγνωστικά κριτήρια (για παράδειγμα, στο κριτήριο του χρόνου), ενώ κάποιες διαγνωστικές κατηγορίες αφαιρούνται ή προστίθενται. Το DSM της Αμερικανικής Ψυχιατρικής Ένωσης και το ICD του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας είναι τα πιο ευρέως χρησιμοποιούμενα διαγνωστικά εργαλεία μεταξύ των ψυχιάτρων, ψυχολόγων, ψυχοθεραπευτών και άλλων ειδικών ψυχικής υγείας. Ωστόσο, υπάρχουν πολλές κριτικές προσεγγίσεις στην κλινική χρησιμότητα, την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των προσδιοριζόμενων διαταραχών και των κριτηρίων αυτών. Ακόμη, υπάρχει επιστημονικός αντίλογος σε σχέση με την χρήση του εγχειριδίου σε διαφορετικά κοινωνικά και πολιτισμικά συγκείμενα.

εγχειριδίου υπήρχε ερευνητική διαφωνία σε σχέση με την εγκυρότητα και την κλινική χρησιμότητα της ύπαρξης ξεχωριστής διαταραχής συσχετιζόμενης με τα επαναλαμβανόμενα υπερφαγικά επεισόδια (“binge eating episodes”), τα οποία δεν ακολουθούνται από αντισταθμιστικές συμπεριφορές κάθαρσης (όπως στη βουλιμία). Για παράδειγμα, υπήρχαν ερωτήματα σε σχέση με την έγκυρη αξιολόγηση του σημείου έναρξης και λήξης των υπερφαγικών επεισοδίων, καθώς και για την ίδια την μέθοδο αξιολόγησής τους (Dingemans, Bruna & van Furth, 2002). Παράλληλα, η εγκυρότητα της Διαταραχής Υπερφαγίας ως ξεχωριστής κλινικής ενότητας αμφισβητούνταν λόγω και της ύπαρξης κάποιων κοινών διαγνωστικών κριτηρίων και χαρακτηριστικών με την ψυχογενή ανορεξία και την ψυχογενή βουλιμία. Έχει υποστηριχθεί, βέβαια, πως τα υπερφαγικά επεισόδια και τα μοτίβα πρόσληψης της τροφής διαφέρουν στις διαφορετικές διαγνωστικές κατηγορίες (Dingemans, Bruna & van Furth, ό.π.; Wilfley, Terence & Agras, 2003). Ωστόσο, η εγκυρότητα της Διαταραχής Υπερφαγίας ως αυτόνομης διαγνωστικής κατηγορίας θεωρείται πλέον τεκμηριωμένη και χρησιμοποιείται ερευνητικά, κλινικά και θεραπευτικά.

Το DSM – 5 – TR, ήτοι η πιο τρέχουσα έκδοση του εγχειριδίου και εκείνη που χρησιμοποιείται, πλέον, από πολλούς ειδικούς στον χώρο της ψυχικής υγείας, ορίζει τα διαγνωστικά κριτήρια της Διαταραχής Υπερφαγίας. Σύμφωνα με την APA (2022), η διαταραχή αυτή χαρακτηρίζεται από επαναλαμβανόμενα επεισόδια υπερφαγίας, επεισόδια, δηλαδή, όπου υπάρχει κατανάλωση σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα (για παράδειγμα δύο ώρες) ποσότητας φαγητού μεγαλύτερης από αυτή που θα κατανάλωναν οι περισσότεροι άνθρωποι. Κατά τα επεισόδια αυτά υπάρχει από το άτομο αίσθηση απώλειας ελέγχου, ενώ απουσιάζει το αίσθημα της πείνας (APA, ό.π.). Το άτομο τρώει γρήγορα έως ότου να νιώσει δυσφορία, ενώ, συνήθως, τρώει μόνο του, καθώς νιώθει άσχημα με τον εαυτό του. Έχει συναισθήματα ντροπής ή τύψεων (APA, ό.π.). Τα επεισόδια υπερφαγίας συμβαίνουν τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα για τρεις μήνες. Στην προηγούμενη έκδοση, το DSM – IV – TR, (APA, 2000) το χρονικό

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι πολλοί αμφισβητούν την ουσία της ύπαρξης και χρήσης ενός τέτοιου ταξινομητικού εργαλείου, το οποίο θέτει ως βάση ότι μπορούν να διαγνωστούν μορφές ψυχοπαθολογίας με τρόπο παρόμοιο με αυτόν της διάγνωσης των ασθενειών της σωματικής υγείας. Τέλος, κριτική έχει ασκηθεί και στον τρόπο με τον οποίο οι προσδιοριζόμενες ψυχικές διαταραχές μπορεί να θεωρηθούν ως ένας τρόπος κοινωνικού ελέγχου και κανονικοποίησης συμπεριφορών που αποκλίνουν από την καθεστηκυία θεώρηση του «φυσιολογικού». Για μία ανασκόπηση της πορείας και της ιστορίας του DSM βλ. Allan V. Horwitz (2021) «DSM: A History of Psychiatry's Bible», ενώ για κριτικές προσεγγίσεις στην ψυχική υγεία βλ. Parker (2018) «Επανάσταση στην Ψυχολογία: από την αλλοτρίωση στην χειραφέτηση».

κριτήριο ήταν να υπάρχουν επαναλαμβανόμενα υπερφαγικά επεισόδια για τουλάχιστον δύο φορές την εβδομάδα για έξι μήνες⁸⁰.

Εκτός από την Διαταραχή Υπερφαγίας, η έννοια του “binge eating” χρησιμοποιείται προκειμένου να γίνει διάκριση ανάμεσα σε δύο υποτύπους⁸¹ της ψυχογενούς ανορεξίας, ανάλογα με την ύπαρξη υπερφαγικών επεισοδίων ή όχι. Συγκεκριμένα, αν δεν έχουν υπάρξει τους τελευταίους τρεις μήνες επαναλαμβανόμενα επεισόδια υπερφαγίας ή συμπεριφορές καθαρτικού τύπου (για παράδειγμα, ο αυτοπροκαλούμενος εμετός) τότε συναντάμε τον περιορισμένο τύπο της ψυχογενούς ανορεξίας (APA, 2022). Διαφορετικά, σύμφωνα με το DSM-5-TR (APA, ό.π.) αν τους τελευταίους τρεις μήνες το άτομο παρουσιάζει υπερφαγικά επεισόδια ή αντισταθμιστικές καθαρτικές συμπεριφορές, τότε η διάγνωση αφορά τον τύπο υπερφαγίας/καθαρτικό τύπο της ψυχογενούς ανορεξίας.

Πέραν της διαγνωστικής κατηγορίας της Διαταραχής Υπερφαγίας, η έννοια του binge χρησιμοποιείται και για να περιγράψει μοτίβα κατανάλωσης αλκοόλ. Διάφοροι λειτουργικοί ορισμοί έχουν προταθεί για την εννοιολόγηση της βαριάς επεισοδιακής κατανάλωσης αλκοόλ (“binge drinking”). Η προσπάθεια να προσδιοριστεί η βαριά κατανάλωση αλκοόλ δεν είναι καινούργια. Στα τέλη της δεκαετίας του 1960 οι Cahalan, Cisin & Crossley (1969) πρότειναν την ποσότητα των πέντε ή παραπάνω ποτών σε μία συνθήκη, ως ικανών για να αξιολογηθεί η κοινωνικά επιβλαβής διάσταση του αλκοόλ. Αργότερα, προστέθηκε από τους ειδήμονες ο παράγοντας του φύλου, προτείνοντας τα πέντε ποτά για τους άντρες και τα τέσσερα ποτά για τις γυναίκες σε μία συγκεκριμένη συνθήκη τις τελευταίες δύο εβδομάδες (Wechsler, Davenport,

⁸⁰ Σε σχέση με την εκτίμηση και την αξιολόγηση των υπερφαγικών επεισοδίων χρησιμοποιούνται διάφορα εργαλεία. Το 1982 δημιουργήθηκε μία κλίμακα αυτοαναφοράς προκειμένου να αξιολογήσει γνωστικές και συμπεριφορικές παραμέτρους σε άτομα με παχυσαρκία (Gormally, Black, Daston & Rardin, 1982). Πλέον, χρησιμοποιείται σε κλινικούς και μη κλινικούς πληθυσμούς, για την αξιολόγηση της σοβαρότητας των επεισοδίων υπερφαγίας, αλλά και για τα αποτελέσματα των θεραπευτικών παρεμβάσεων (Duarte, Pinto – Gouveia, Ferreira & Batista, 2015). Στα ελληνικά έχει μεταφραστεί με τον τίτλο Κλίμακα Επεισοδιακής Υπερφαγίας. Πέραν των ψυχομετρικών εργαλείων για την αξιολόγηση και την εκτίμηση των επεισοδίων υπερφαγίας χρησιμοποιούνται και οι κλινικές συνεντεύξεις (Duarte et al., ό.π.; Cooper & Fairburn, 1987).

⁸¹ Ο υπότυπος (subtype) χρησιμοποιείται, προκειμένου να παρέχει περισσότερη εξειδίκευση στην κλινική εκτίμηση, ορίζοντας αλληλοαποκλειόμενες και συμπληρωματικές φαινομενολογικές υποομάδες (APA, 2022). Έτσι, πρέπει για παράδειγμα να προσδιοριστεί αν ο υπότυπος της ψυχογενούς ανορεξίας είναι ή ο περιορισμένος τύπος ή ο τύπος υπερφαγίας/καθαρτικός τύπος ανάλογα με τα διαγνωστικά κριτήρια. Αν το άτομο λάβει διάγνωση του ενός υπότυπου, δεν μπορεί να λάβει διάγνωση και για τον άλλον (APA, ό.π.).

Dowdall, Moeykens & Castillo, 1994)⁸². Άλλοι ορισμοί αναφέρονται και στην συγκέντρωση πάνω από ένα όριο αλκοόλ στο αίμα.

Υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον ερευνητικά για την βαριά επεισοδιακή κατανάλωση αλκοόλ, κυρίως μεταξύ των νέων. Από πολλές έρευνες, μάλιστα, το binge drinking θεωρείται ως ένα ζήτημα των εφήβων και νεαρών ενηλίκων, που οδηγεί σε κοινωνικά προβλήματα⁸³. Έτσι, το επιστημονικό ενδιαφέρον επικεντρώνεται σε κοινωνικές διαστάσεις, όπως είναι για παράδειγμα ο αυξανόμενος κίνδυνος ατυχημάτων, οι κίνδυνοι για την υγεία, ενώ πραγματοποιούνται και διάφορες νευροψυχολογικές έρευνες, όπως είναι για παράδειγμα η συσχέτιση ανάμεσα στη βαριά επεισοδιακή κατανάλωση ποτού και διάφορα γνωστικά ελλείμματα (Carbia, Lopez-Caneda, Corral & Cadaveira, 2018). Είναι σημαντικό να σημειωθεί πως η έννοια του binge drinking διαφοροποιείται από ζητήματα εξάρτησης ή προβληματικά πρότυπα κατανάλωσης αλκοόλ με κλινικά σημεία. Είναι η επεισοδιακή διάσταση της κατανάλωσης αλκοόλ που διαφοροποιεί το «binge drinking» από την εξάρτηση από το αλκοόλ⁸⁴. Ωστόσο, έχει βρεθεί συσχέτιση ανάμεσα στην βαριά επεισοδιακή κατανάλωση αλκοόλ, την εξάρτηση και την κατάχρηση το αλκοόλ (Hasin, Paykin, & Endicott, 2001). Πέραν της επεισοδιακής χρήσης αλκοόλ, η έννοια του binge συναντάται στις «Συνδεδεμένες με Ουσίες Διαταραχές και Εθιστικές Διαταραχές». Εκεί, τα «binges» είναι μορφή επεισοδιακής χρήσης, που περιλαμβάνει συνεχή χρήση υψηλής δόσης σε μία περίοδο ωρών ή ημερών και σχετίζονται συνήθως με εξάρτηση (APA, 2022). Σε αυτό το σημείο ολοκληρώνεται το intermission σχετικά με τις θεωρήσεις των επιστημών ψυχικής υγείας σχετικά με την έννοια του binge.

Η επεισοδιακή χρήση (binge) αποκτά μια ευρύτερη παρουσία. Ξεπερνά τα όρια της επεισοδιακής κατανάλωσης φαγητού ή ποτού. Όπως είδαμε πριν το intermission, το binge αποτελεί πρακτική που συνδέεται άμεσα με την τηλεοπτική θέαση. Οι απαρχές της ένταξης του binge στο τηλεοπτικό τοπίο εντοπίζονται δεκαετίες πριν από τις δυνατότητες του στρίμινγκ και του διαδικτύου. Προτού το μπίντζινγκ αποτελέσει

⁸² Για μία ανασκόπηση των διαφορετικών ορισμών που έχουν προταθεί σε σχέση με την βαριά επεισοδιακή κατανάλωση αλκοόλ βλ. Kelly E. Courtney & John Polich (2009) «Binge Drinking in Young Adults: Data, Definitions, and Determinants».

⁸³ Κάποια παγκόσμια στατιστικά έχουν καταδείξει πως 45% των νέων από 15 έως 19 ετών έχουν εμπλακεί σε μοτίβα βαριάς επεισοδιακής κατανάλωσης αλκοόλ τους τελευταίους τρεις μήνες (Antón-Toro, del Cerro León, Shpakivska, Correias, Uceta, Maestú & García-Moreno, 2024).

⁸⁴ Για το κλινικό πλαίσιο και τους ειδικούς ψυχικής υγείας, η διαφοροδιάγνωση είναι σημαντική και για την θεραπεία που θα ακολουθηθεί. Για παράδειγμα, η φαρμακοθεραπεία προτείνεται, κυρίως, για ζητήματα εξάρτησης παρά επεισοδιακής κατανάλωσης αλκοόλ (Rolland & Naassila, 2017).

δέλεαρ των υπηρεσιών στρίμινγκ βίντεο, «η τηλεόραση πάντα προσπαθούσε να παρακινεί τους θεατές να επιστρέφουν την επόμενη εβδομάδα, αλλά η πιο έντονη μορφή προβολής που είναι κατάλληλη για binge ξεκίνησε με τους μαραθώνιους σειρών, που προέρχονται από τη δεκαετία του 1980 γύρω από τις διακοπές της Εργατικής Πρωτομαγιάς στις ΗΠΑ, ως εισαγωγή για το άνοιγμα της κανονικής τηλεοπτικής σεζόν» (Broe, 2019: 74). Επιπλέον, στις απαρχές της δεκαετίας του 2000 εμφανίζεται το “serial-binge watching” μέσω της τηλεοπτικής σειράς «24» του δικτύου FOX. Η υπόθεση της σειράς επικεντρώνεται στον Αμερικανό πράκτορα της Αντιτρομοκρατικής Jack Bauer που προσπαθεί κόντρα στο χρόνο να ματαιώσει τα σχέδια των τρομοκρατών. Ενδεχομένως η υπόθεση της σειράς να μην προκαλεί κάποια έκπληξη στον αναγνώστη. Παρόλα αυτά, το εύρημα του «24» έγκειται στην αφηγηματική οπτική. Η εναρκτήρια σεζόν του «24» εκτυλίσσεται σε μία μέρα όπου κάθε επεισόδιο αντιστοιχεί σε μία ώρα της μέρας. Το «24» αποτελεί παράδειγμα σειράς που έχει κατασκευαστεί με την λογική της εθιστικής αφήγησης ώστε να καταναλωθεί με βουλιμία από τον θεατή (Broe, 2019: 89-90). Το παράδειγμα του «24» φανερώνει μια διάσταση του binge που προσκολλάται στην αφήγηση. Αυτό που έκανε η Netflix περίπου δέκα χρόνια αργότερα είναι να μετατρέψει το «αφηγηματικό» binge σε δομικό χαρακτηριστικό θέασης. Στο «24» ο θεατής συντονιζόταν τις Κυριακές στο δίκτυο FOX ώστε να παρακολουθήσει τα επεισόδια σε μια γραμμική φόρμα. Το εθιστικό στοιχείο έγκειται στην αφήγηση που ωθούσε τον θεατή να επιστρέφει κάθε Κυριακή ώστε να παρακολουθήσει την συνέχεια της ιστορίας. Η Netflix μέσω του House of Cards μετέτρεψε το binge της αφηγηματικότητας/σειριακότητας σε υποδομή της πλατφόρμας. Η θέαση ολόκληρης της πρώτης σεζόν House of Cards σε μια μέρα ξεπερνά τα στενά όρια του binge της αφήγησης και διανοίγει ένα νέο τρόπο θέασης, βασισμένο σε μια νέα αντίληψη για το χρόνο.

«Ο νέος τρόπος προσωρινής κατανάλωσης σειρών, binge-watching, αποτελεί προέκταση της βιομηχανικής εποχής, αλλά με στόχο την πλήρη κατάκτηση του χρόνου. Οι σειρές έχουν σχεδιαστεί για να καταναλώνονται σε σύντομο χρονικό διάστημα. Συνήθως είναι δέκα έως δεκατρία επεισόδια μιας ώρας ή λιγότερο σε διάρκεια μιας σεζόν, λαμβάνοντας περίπου τόσες ώρες για να καταναλωθούν, και άρα η ιδανική στιγμή για να μπιντζαριστεί είναι το Σαββατοκύριακο, με τους θεατές να καυχώνται συχνά ότι «τα κατάφεραν» παρακολουθώντας τη σεζόν της σειράς σε αυτό το χρονικό διάστημα. Αυτή είναι μια περαιτέρω δραματική επέκταση του μαθηματικού χρόνου όπου σπάει τα όρια με τον καθαρό χρόνο και κυριαρχεί στη διαδικασία της ζωής» (Broe, 2019: 23-24).

Νωρίτερα διαπιστώσαμε μέσω της Alexander τις αλγοριθμικές πρακτικές μαθηματοποίησης του γούστου. Σε αυτό το σημείο ο Dennis Broe αναφέρεται στον μαθηματικό χρόνο. Αναμφίλεκτα αναφέρεται στον χρόνο του binge, τον χρόνο εντός του ψηφιακού οικοδομήματος όπου η παρακολούθηση πέντε επεισοδίων σερί διαμορφώνει μια νέα χρονική κυριαρχία έναντι του «καθαρού χρόνου»⁸⁵. Το κομμάτι της αλληλεπίδρασης των διακρινόμενων χρόνων της ψηφιακότητας θα μας απασχολήσει εκτενώς στην επόμενη σεζόν της διδακτορικής διατριβής μας. Εκεί θα επικεντρώσουμε στην κομβική έννοια της προσοχής, η οποία διαμορφώνει νέους χρόνους πρόσληψης της πραγματικότητας για τον χρήστη. Επιστρέφοντας στην έννοια του binge-watching, διαπιστώσαμε ότι εγκαθιδρύεται στον χώρο του ψηφιακού τηλεοπτικού πεδίου μέσω της Netflix και του παραδείγματος του House of Cards.

«Η μετατόπιση από την παρακολούθηση με ραντεβού (appointment viewing), που επικρατούσε εδώ και πολύ καιρό στην παραδοσιακή τηλεόραση, στην υπερβολική παρακολούθηση προέκυψε από την ανάλυση των δεδομένων τηλεθέασης της Netflix, η οποία έδειξε ότι οι πελάτες της στρίμινγκ υπηρεσίας έτειναν να παρακολουθούν πολλά τηλεοπτικά επεισόδια το ένα πίσω από το άλλο αντί για ένα κάθε φορά» (Hallinan, Striplhas, 2016: 13).

Το binge-watching είναι μια σημαντική πτυχή στον τρόπο με τον οποίο οι θεατές αλλά και η ίδια η εταιρεία αντιλαμβάνονται την παραγωγή και την κατανάλωση, τη συμμετοχή και τη λειτουργία, την παραγωγή περιεχομένου στο παρόν της ψηφιακής γλώσσας. Γι' αυτόν το λόγο η Netflix, για παράδειγμα, «δεν μετράει πλέον τον αριθμό των ταινιών ή των τηλεοπτικών προγραμμάτων που προσφέρει, αλλά αντίθετα μετρά την υπηρεσία της με όρους 'ωρών ψυχαγωγίας'» ((McDonald & Smith-Rowsey, 2018). Η βασική μονάδα μέτρησης για την εταιρεία είναι ο χρόνος. Συγκεκριμένα, ο χρόνος κατανάλωσης περιεχομένου από τους συνδρομητές. Οι μετρήσεις «ωρών ψυχαγωγίας» είναι ο τρόπος για να αντιληφθεί η πλατφόρμα το είδος του περιεχομένου που προτιμά περισσότερο ο πελάτης. Για παράδειγμα, η τηλεοπτική σειρά «Το Παιχνίδι του Καλαμαριού» (Squid Game) που προκάλεσε φρενίτιδα στους θαυμαστές σε όλη την υφήλιο σκαρφάλωσε στην κορυφή των σόου της Netflix με 1.6 δισεκατομμύρια ώρες

⁸⁵ Στην έρευνά μας αντιμετωπίζουμε τον χρόνο ως ένα συμπαγές, αδιαχώριστο πεδίο που εισχωρεί στην καθημερινότητα, στον ψηφιακό και φυσικό χώρο εξίσου. Δίνουμε έμφαση στους χρόνους της ψηφιακότητας και αποφεύγουμε διαχωριστικά δίπολα όπως «ψηφιακός χρόνος – φυσικός χρόνος» καθώς αντιμετωπίζουμε τα πεδία της φυσικής και ψηφιακής ζωής ως δυναμικά και αδιαχώριστα. Επιπροσθέτως, στεκόμαστε με σκεπτικισμό απέναντι σε φράσεις όπως «καθαρός χρόνος». Από που πηγάζει η καθαρότητα; Τι θεωρείται καθαρό και τι μισρό; Πως «μολύνεται» ο χρόνος;

προβολής⁸⁶. Η σειρά προοριζόταν για αυτοτελές δημιούργημα μίας σεζόν. Μολοντούτο, το αποτέλεσμα της πρωτοφανούς επιτυχίας της πρώτης σεζόν ήταν η ανάθεση δεύτερης σεζόν από πλευράς Netflix στον δημιουργό Hwang Dong-hyuk⁸⁷. Η μετρική του χρόνου που εστιάζει σε «ώρες ψυχαγωγίας» έγινε εφικτή μέσω του μπίντζινγκ και διαμόρφωσε το παρόν της πλατφόρμας.

⁸⁶ <https://indianexpress.com/article/entertainment/hollywood/red-notice-squid-game-top-netflix-hours-watched-metric-7626937/> (τελευταία πρόσβαση 20/02/2025).

⁸⁷ Η αγχωτική διαδικασία της δημιουργίας παραπάνω σεζόν για μια σειρά της οποίας η υπόθεση είχε τελειώσει, οδήγησε τον δημιουργό της να χάσει οχτώ ή εννιά δόντια εξαιτίας του άγχους. <https://www.bbc.com/news/articles/cjr41jyz340o> (τελευταία πρόσβαση 24/02/2025).

Επεισόδιο 14

Αλληλουχίες στιγμιαίων παρόντων

«Όλα απειλούνται να μετατραπούν σε μια ανεξέλεγκτη διαδοχή κορεσμένων στιγμών, δίχως ένα «πριν» και ένα «μετά», ένα «εδώ» και ένα «εκεί». Απειλείται πράγματι ακόμα και το «εδώ και τώρα», καθώς η επόμενη στιγμή φτάνει τόσο γρήγορα... Ζούμε έχοντας το βλέμμα μας σταθερά προσηλωμένο κάπου δύο δευτερόλεπτα μέσα στο μέλλον.»

- Thomas – Hylland Eriksen, (2005). *Η τυραννία της στιγμής: Γρήγορος και αργός χρόνος στην εποχή της πληροφορίας*. Αθήνα: Σαββάλας.

Η επιτυχία του μπίντζινγκ «εκτόξευσε» τη Netflix στην κορυφή της στρίμινγκ τηλεόρασης. Από το 2015 έως το 2021 η Netflix επεκτάθηκε σε 190 χώρες και από 20 διαθέσιμες γλώσσες ανέβηκε στον αριθμό 40. Εξυπακούεται ότι μέσα σε αυτό το διάστημα συμβαίνουν περαιτέρω αλλαγές. Το 2016 εγκαθιδρύει τα εξατομικευμένα «περιβάλλοντα διεπαφής» (interfaces) στα προφίλ του κάθε συνδρομητή όπου το καθένα έχει διαφορετικό περιεχόμενο ανάλογα με τις προτιμήσεις του χρήστη. Λειτουργίες όπως οι «Συνεχίστε να βλέπετε» ή «Νέες Κυκλοφορίες» εμφανίστηκαν για πρώτη φορά. Στη συνέχεια, το 2017 καταργεί ολοκληρωτικά τη βαθμολόγηση με τα πέντε αστέρια και παρουσιάζει κάτι απλούστερο και ευκολότερο για τον χρήστη, την λειτουργία “αντίχειρας πάνω/αντίχειρας κάτω” (thumbs up/thumbs down). Πρόκειται για μοντέλο βαθμολόγησης εκ μέρους του χρήστη σχετικά με το αν του άρεσε το περιεχόμενο που παρακολούθησε ή όχι. «Είμαστε εθισμένοι στη μεθοδολογία των δοκιμών A/B», διαπιστώνει ο Yellin. «Το αποτέλεσμα ήταν ότι οι αντίχειρες έλαβαν 200% περισσότερες βαθμολογίες από την παραδοσιακή δυνατότητα αξιολόγησης με αστέρια».⁸⁸

⁸⁸ <https://variety.com/2017/digital/news/netflix-thumbs-vs-stars-1202010492/> (τελευταία πρόσβαση 23/02/2025).

← Back to Help Home

How to rate TV shows and movies

To get better suggestions for TV shows and movies you might like, you can rate what you've watched as  **I like this**,  **Love this!**, or  **Not for me**.

In addition to TV shows and movies you've rated, Netflix gets a better idea of what you might like by looking at:

- The genres you watch
- Your viewing history
- The ratings of Netflix members who have similar tastes to you

If we think a TV show or movie is a good match for you, you may see it shown with a double thumbs up icon .

The ratings you provide also help us recommend popular TV shows and movies on Netflix. TV shows and movies with the most positive ratings will have a **Most Liked** label.

NOTE: Some older devices may show stars rather than a thumbs up or thumbs down. To save your thumbs up/down ratings, visit [Netflix.com](https://help.netflix.com/en/node/9898) or use the Netflix app.

Related Articles

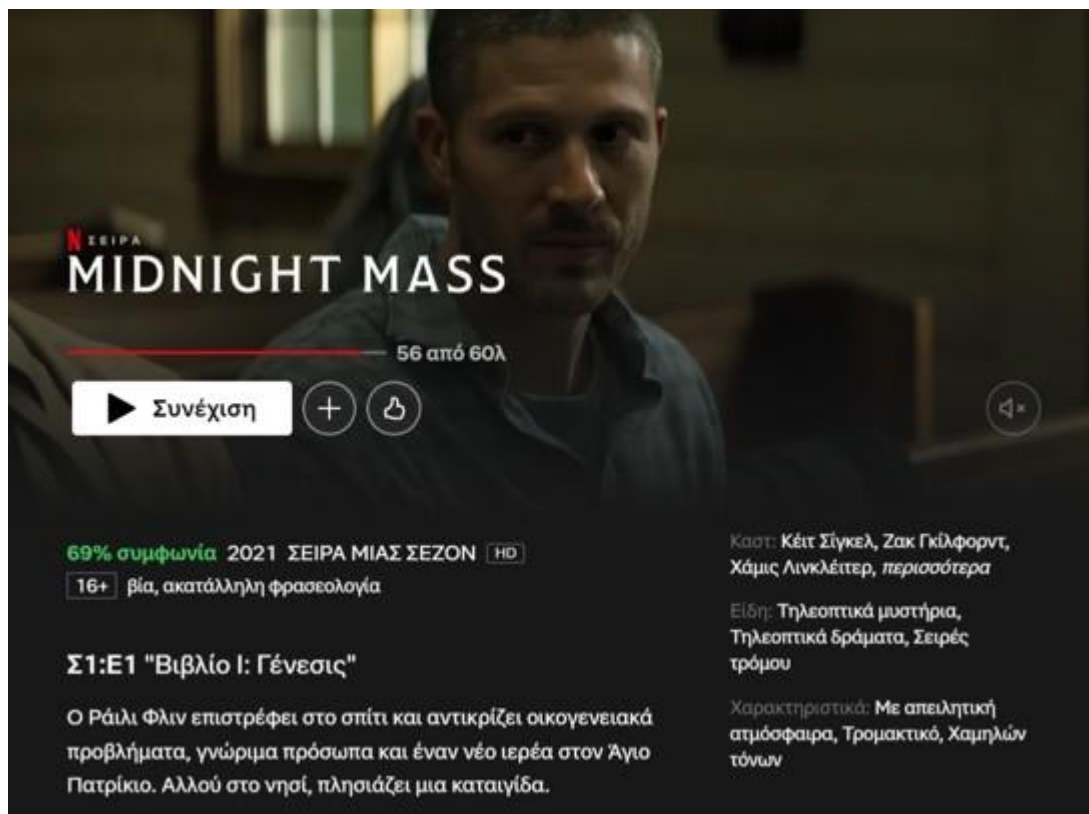
-  [Maturity ratings for TV shows and movies on Netflix](#)
-  [Why do TV shows and movies leave Netflix?](#)
-  [How to search and browse Netflix](#)
-  [How to remove titles from the 'Continue Watching' row](#)
-  [Using Netflix outside of your home](#)

Was this article helpful? [Yes](#) [No](#)

Εικόνα 9. Στιγμιότυπο οθόνης από το Κέντρο Βοήθειας της Netflix όπου εξηγείται ο τρόπος βαθμολόγησης ταινιών και σειρών μέσα του συστήματος των αντιχειρών. <https://help.netflix.com/en/node/9898> (τελευταία πρόσβαση 23/09/2025).

Το 2017 οι αλλαγές συνεχίζονται. Την δεδομένη χρονιά η πλατφόρμα εισάγει το ποσοστό συμφωνίας (percentage match), δηλαδή το ποσοστό που ενδέχεται να αρέσει στον συνδρομητή η ταινία που θα επιλέξει για να παρακολουθήσει, με βάση τις μέχρι τώρα προτιμήσεις του. Η συγκεκριμένη λειτουργία αποτελεί σύγκλιση του παρελθοντικού γούστου του χρήστη με τα χαρακτηριστικά της ταινίας προς επιλογή. Το απαύγασμα των παραγόντων ήταν η εμφάνιση της αριθμητικής πιθανότητας ταιριάσματος⁸⁹. Όσο μεγαλύτερο ήταν το ποσοστό ταιριάσματος, τόσο περισσότερο αυξάνονταν οι πιθανότητες να απολαύσει θετικά το περιεχόμενο ο συνδρομητής.

⁸⁹ Η Netflix κατήργησε τα ποσοστά συμφωνίας το 2024 και έστρεψε το ενδιαφέρον της στην προώθηση των μικροετικετών (tags). <https://www.indiewire.com/news/business/match-percentages-netflix-going-away-1234944402/> (τελευταία πρόσβαση 24/02/2025).



Εικόνα 10. Στιγμιότυπο οθόνης από τον λογαριασμό του γράφοντα στη Netflix το 2021. Η τηλεοπτική σειρά *Midnight Mass* έχει ποσοστό συμφωνίας με το γούστο του 69%. Θα περίμενε κανείς ένα μεγαλύτερο ποσοστό συμφωνίας για κάποιον που στο επόμενο επεισόδιο θα παρουσιάσει μια έρευνα που βασίζεται στη συγκεκριμένη σειρά. Η εξήγηση για το 69% σε ένα προφίλ ανθρώπου που λατρεύει τις δημιουργίες του Mike Flanagan είναι ότι για μεγάλο χρονικό διάστημα ο ιδιοκτήτης του προφίλ μοιραζόταν τους κωδικούς με την μητέρα του. Εκείνη παρακολουθούσε από το προφίλ του περιεχόμενο της πλατφόρμας. Κατά συνέπεια, ο αλγόριθμος «μπερδευόταν» καθώς το έργο του δυσκολεύει όταν δυο άνθρωποι με διαφορετικά γούστα παρακολουθούν από ένα κοινό προφίλ.

Το 2018 εμφανίζεται για πρώτη φορά η εξατομικευμένη απεικόνιση τίτλων. Η εικόνα μιας ταινίας ή σειράς που συνοδεύεται από τον τίτλο μεταβάλλεται ανάλογα με τις προτιμήσεις του προφίλ που επιθυμεί να την παρακολουθήσει. Ο Gibson Biddle στο άρθρο του “A Brief History of Netflix Personalization” χρησιμοποιεί το παράδειγμα της ταινίας *Good Will Hunting* για να εξηγήσει τις διαφορές στην εξατομικευμένη απεικόνιση τίτλων:



Εικόνα 11. Διαφορετικές εικόνες στην απεικόνιση της ίδια ταινίας σε διαφορετικά προφίλ της πλατφόρμα Netflix. Ανακτήθηκε από <https://gibsonbiddle.medium.com/a-brief-history-of-netflix-personalization-1f2deb010a1> (τελευταία πρόσβαση 23/09/2025).

Το παράδειγμα της ταινίας Good Will Hunting τονίζει τις διαφορές μεταξύ απεικόνισης του περιεχομένου σε διαφορετικά προφίλ συνδρομητών. Η πρώτη φωτογραφία αφορά προφίλ που προτιμούν αισθηματικές/ρομαντικές ταινίες ενώ η δεύτερη που απεικονίζει μόνο τον Robin Williams θα προσελκύσει περισσότερο το προφίλ συνδρομητή που προτιμά κωμωδίες. Πρόκειται για την ίδια ταινία που, μέσω της διαφοροποίησης στην εξατομικευμένη απεικόνιση, απευθύνεται σε συνδρομητές με διαφορετικές προτιμήσεις. Οι προτάσεις σειρών και ταινιών έχουν εξελιχθεί σε ένα σύνθετο μηχανισμό που λαμβάνουν υπόψη τις μικρές λεπτομέρειες στη διαδικασία επιλογής.

Στο τελευταίο κομμάτι της πρώτης σεζόν, αναλογιζόμαστε την εταιρική ιστορία της Netflix ως ιστορία χρόνου που έχει σημασία. Αξίζει να σταθούμε σε ένα εμπόδιο που συνάντησε το εγχείρημα. Πρόκειται για μια δυσκολία που έχει στον πυρήνα της την αφήγηση μιας ιστορίας του παρόντος/σύγχρονου παρελθόντος. Η εταιρική ιστορία χρόνου με την οποία καταπιανόμαστε στην παρούσα σεζόν της διδακτορικής διατριβής μας είναι πολύπλοκη, δυναμική και γεμάτη ανατροπές. Αυτό συμβαίνει επειδή οι διεργασίες που συντελούνται στη Netflix 3.0 περίοδο της πλατφόρμας αποτελούν επί της ουσίας το πρόσφατο παρελθόν της⁹⁰ αλλά και το παρόν της. Ο τρόπος με τον οποίο περιπλέκονται το χτες και το σήμερα της πλατφόρμας είναι θολός. Για παράδειγμα, νωρίτερα δώσαμε έμφαση στο μπίντзинγκ ως πρακτική νέων τρόπων θέασης όπου καταργείται το παραδοσιακό μοντέλο παρακολούθησης τηλεόρασης. Από το 2023 και ύστερα, η Netflix αναδιαμορφώνει την τακτική της σχετικά με το μπίντзинγκ και την διάθεση πρωτότυπων σειρών. Το μπίντзинγκ παραμένει ως κεντρική στοχοθεσία αλλά έχει πλέον ένα όριο. Ναι μεν τα επεισόδια γίνονται διαθέσιμα για συνεχόμενη κατανάλωση, όμως η διαφορά στην τακτική έχει να κάνει με το ότι η πλατφόρμα δεν κυκλοφορεί όλα τα επεισόδια της σειράς αλλά ένα μέρος αυτών. Από τη μία μπορεί ο συνδρομητής να μπιντζάρει και από την άλλη δεν είναι σε θέση να μπιντζάρει ολόκληρη την σειρά. Διευκρινιστικά, η τέταρτη σεζόν της πρωτότυπης σειράς Stranger Things κυκλοφόρησε το 2022. Η σεζόν αποτελείται από εννιά επεισόδια εκ των οποίων τα επτά κυκλοφόρησαν στις 27 Μαΐου και τα επόμενα δυο την 1^η Ιουλίου. Επιπροσθέτως, ένα αντιπροσωπευτικότερο παράδειγμα της θραυσματικότητας στην οποία υπόκειται και το binge είναι η περίπτωση της σειράς Cobra Kai. Η συγκεκριμένη σειρά κυκλοφόρησε τον συνολικό αριθμό των δεκαπέντε επεισοδίων της σε τρεις δόσεις! Αρχικά, τα εναρκτήρια πέντε επεισόδια έγιναν διαθέσιμα στις 18 Ιουλίου 2024. Τα επόμενα πέντε επεισόδια κυκλοφόρησαν στις 15 Νοεμβρίου 2024. Τα τελευταία επεισόδια εμφανίστηκαν στην πλατφόρμα στις 13 Φεβρουαρίου 2025. Το ίδιο φαινόμενο σημειώθηκε και στην περίπτωση της σειράς Arcane όπου η διάθεση των επεισοδίων έγινε επίσης τμηματικά. Για ποιο λόγο συμβαίνει κάτι τέτοιο;

«Η πρόκληση της διατήρησης μιας πλατφόρμας είναι η αναθεώρηση των επιλογών διεπίδοσης και των κανόνων της πλατφόρμας, έτσι ώστε να συντηρείται το ενδιαφέρον του χρήστη» (Srnicsek, 2024: 62). Η αναρρίχηση μιας πλατφόρμας στην

⁹⁰ Αντιλαμβανόμαστε ως πρόσφατο παρελθόν το χρονικό διάστημα από το 2013 μέχρι σήμερα.

κορυφή δεν είναι αρκετή αν δεν συνοδευτεί με την διατήρησή της εκεί. Η συντήρηση του ενδιαφέροντος του χρήστη αποτελεί προτεραιότητα της Netflix και τον ενδεδειγμένο δρόμο για τον έλεγχο της πρωτοκαθεδρίας στο πεδίο της στρίμινγκ τηλεόρασης. Η φαινομενικά ανεξήγητη τακτική της πλατφόρμας να θρυμματίσει το μπίντζινγκ έχει την εξήγηση της στην ανανέωση της επιθυμίας του συνδρομητή. Τα όρια είναι εξαιρετικά δυσδιάκριτα και θολά. Το μπίντζινγκ συνεχίζει να υπάρχει και να κατέχει κομβικό ρόλο στον μετασχηματισμό της εμπειρίας του χρήστη. Ταυτόχρονα, είναι τιθασευμένο και οριοθετημένο από την στιγμή που δεν γίνεται ολόκληρη η σεζόν της σειράς διαθέσιμη αλλά ένα μέρος της. Ο συνδρομητής της πλατφόρμας μπορεί να μπιντζάρει το Cobra Kai σε δόσεις αλλά όχι ολόκληρο. Το μπίντζινγκ του 2025 είναι εκ διαμέτρου αντίθετο από το μπίντζινγκ του 2013 όπου «ένα κομμάτι της Αμερικής απενεργοποιούταν για μια μέρα.»⁹¹ Αν το μπίντζινγκ του 2013 είχε ως σκοπό την «αιχμαλωσία» του χρήστη στην πλατφόρμα για μεγάλο χρονικό διάστημα, το 2025 ο στόχος είναι ένα ελεγχόμενο μπίντζινγκ ώστε ο συνδρομητής να επιστρέφει στην πλατφόρμα. Η κατάτμηση της σεζόν σε «πλάνο δόσεων» αποτελεί το μέσο αύξησης της επιθυμίας του χρήστη για το περιεχόμενο. Παράλληλα επικυρώνει την τοποθέτηση του στο ψηφιακό οικοσύστημα με τρόπο περιοδικό. Η θραυσματικότητα του μπίντζινγκ εξασφαλίζει την παραμονή των συνδρομητών στην πλατφόρμα. Το ελεγχόμενο μπίντζινγκ που περιγράφουμε παραπάνω αποτελεί επί της ουσίας το στιγμιαίο μπίντζινγκ. Ο συνδρομητής θα μπιντζάρει την σειρά Cobra Kai μια στιγμή/στιγμές του Ιουλίου του 2024, μια άλλη/άλλες του Νοεμβρίου του 2024 και μια τελευταία/τελευταίες του Φεβρουαρίου του 2025. Πρόκειται για το φαινόμενο που περιγράφει ο ανθρωπολόγος Πέτρος Πετρίδης ως «αίσθηση μιας αλληλουχίας στιγμιαίων παρόντων» (Πετρίδης, 2011: 94). Η εντύπωση για την σειρά αποκτάται μέσω της ένωσης των διαφορετικών στιγμών κατανάλωσης. Η απόλαυση επιτυγχάνεται μέσω της αλληλουχίας στιγμιαίων παρόντων ελεγχόμενου μπιντζαρίσματος.

Εν κατακλείδι το ταξίδι στην ιστορία της Netflix φανερώνει πολλαπλές ιστορίες χρόνου μέσα σε μια γενικότερη ιστορία μάχης κόντρα στο χρόνο. Οι προαναφερθείσες μεταβάσεις και τα παραπάνω στάδια στην ιστορία της πλατφόρμας αποκαλύπτουν το Ιερό Δισκοπότηρό της σε συνθήκες ύστερου καπιταλισμού: τη σημασία του να

⁹¹ Διάσημη φράση του Beau Willimon, δημιουργού του House of Cards σχετικά με τις επιπτώσεις του μπίντζινγκ. <https://www.nytimes.com/2013/02/01/business/media/netflix-to-deliver-all-13-episodes-of-house-of-cards-on-one-day.html> (τελευταία πρόσβαση 23/02/2025).

επιτελούνται τα πάντα σε μια στιγμή. Οι διαδοχικές μεταβάσεις από την παροχή DVD σε ένα εξαιρετικά εξελιγμένο δίκτυο διανομής DVD και από εκεί στο «Βραβείο Netflix», την ταχύτατη στροφή στο στρίμινγκ και την εγκαθίδρυση του μπίντζινγκ που σταδιακά τμηματοποιείται και περιχαράκώνεται φανερώνουν νέες μετρικές χρόνου που στηρίζονται στη σύγχρονη συνθήκη της κυριαρχίας του πολυχρονικού παρόντος, της πλήρωσης της επιθυμίας σε μια στιγμή. Η επιτακτική κυριαρχία του πολυχρονικού παρόντος, αυτής της διεσταλμένης ψηφιακής στιγμής εντός της οποίας η εταιρεία προσπαθεί να χωρέσει όλους τους πιθανούς χρόνους των θεατών αλλά του θεάματος που παρέχει, αποτέλεσε το βασικό αντικείμενο του πρώτου επεισοδίου της διδακτορικής διατριβής μας. Μέσα από τη μελέτη και την ανάλυση της εταιρικής και αλγοριθμικής ιστορίας της Netflix επιχειρήσαμε να παρακολουθήσουμε έναν αγώνα διεκδίκησης και ανασημασιοδότησης του χρόνου στην ιστορική συνθήκη της πολυχρονικής ψηφιακότητας που έχει σημασία.

Σεζόν 2

Η οικονομία της προσοχής στην ψηφιακή πλατφόρμα Netflix

Επεισόδιο 1

Ανακεφαλαίωση (Previously on Netflix)

«Η ανακεφαλαίωση είναι εκείνη η στιγμή όπου η μνήμη δεν είναι απλώς μια επιστροφή στο παρελθόν, αλλά μια δημιουργική ανασύνθεση του παρελθόντος υπό το φως του παρόντος».

- Ricoeur, P. (1983). *Temps et récit. Tome I: L'intrigue et le récit historique*. Paris: Éditions du Seuil.

Στο προηγούμενο επεισόδιο της τρέχουσας μελέτης μας εστιάσαμε στις ιστορικές μεταβάσεις της πλατφόρμας της Netflix από το ξεκίνημα της εταιρείας ως βιομηχανία παροχής και διάθεσης DVD μέχρι το άνοιγμά της στην ψηφιακή αγορά και την εγκαθίδρυση του στρίμινγκ. Όπως έχουμε ήδη εξετάσει, στο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα η εταιρεία προσανατολίστηκε προς το τρίπτυχο εξατομίκευση – υπηρεσία – αλγόριθμος. Η εταιρική ιστορία της Netflix φανερώνει την πίστη σε ένα συνεχώς εξελισσόμενο αλγοριθμικό μοντέλο που εξυπηρετεί τον θεατή/χρήστη με πιο στοχευμένες επιλογές ενώ ταυτόχρονα αυξάνει την εμπιστοσύνη του στην ίδια την πλατφόρμα ως καθοδηγητή επιλογών και προτιμήσεων. Η έννοια της εξατομίκευσης εξαρτάται άμεσα από την αλγοριθμική επιτυχία. Όσο πιο ακριβείς είναι οι αλγοριθμικές προτάσεις στο εκάστοτε προφίλ τόσο περισσότερο εγκαθιδρύεται στη συνείδηση του θεατή/χρήστη η εντύπωση ότι η εταιρεία φροντίζει αποκλειστικά για εκείνον. Η εξατομίκευση κρίνεται επιτυχής επειδή ο αλγόριθμος εξαφανίζει το ρίσκο αποκρυπτογραφώντας την πρόθεση. Ο Batelle (2005) μιλώντας για εταιρείες όπως η Google, αποκαλεί τα αλγοριθμικά αυτά περιβάλλοντα «βάσεις δεδομένων προθέσεων» (databases of intentions) και εξηγεί πώς όλες οι πληροφορίες που ο αλγόριθμος συγκεντρώνει σχετικά με τον χρήστη αντανακλούν στην ανίχνευση της πρόθεσης ή της τάσης του γούστου. Ο αλγόριθμος λειτουργεί προφητικά κατέχοντας δεδομένα

χρηστών και προβλέποντας τις επιλογές τους. Καθώς στην πορεία του χρόνου αντλούνται περισσότερα δεδομένα σχετικά με τη συμπεριφορά και τις επιλογές ενός συγκεκριμένου χρήστη στην πλατφόρμα, διανοίγονται περισσότερες δυνατότητες για νέους κωδικοποιημένους υπολογισμούς που επιφέρουν μετασχηματισμούς στη φυσιογνωμία του ίδιου του χρήστη και την αντίληψη για το περιεχόμενο που αυτός ενδέχεται να επιθυμεί. Η στοχοθεσία της πλατφόρμας δεν εξαντλείται στην παροχή εξατομικευμένης εμπειρίας αλλά προχωρά και στη διαμόρφωσή της. Το τρίπτυχο εξατομίκευση – υπηρεσία – αλγόριθμος μεταβαίνει σε ένα στάδιο ισχυρής αλληλεπίδρασης με τον συνδρομητή της πλατφόρμας. Η Netflix του 2023 αποτελεί μια αλγοριθμικά εξατομικευμένη υπηρεσία. Τι σημαίνει αυτό ως προς το επίπεδο της έννοιας της υπηρεσίας; Τι είδους λειτουργίες εμφανίζονται και ποιες δυνατότητες δημιουργούνται για τον χρήστη;

Το παράδειγμα της Netflix που οικοδομεί το χαρακτήρα και την ταυτότητά της πάνω στην έννοια της εξατομίκευσης υπαγορεύει ένα νέο τύπο τηλεόρασης όπου ο κάθε χρήστης ξεκινά από το προσωπικό του προφίλ έναν «αγώνα δρόμου» με έπαθλο την ταχύτερη κατανάλωση περιεχομένου σε πλήρη εναρμονισμό με την κατανόηση της φιλοσοφίας της πλατφόρμας, η οποία δεν είναι άλλη από την παροχή φαινομενικά απεριόριστων δυνατοτήτων στο πλαίσιο της υπηρεσίας. Με άλλα λόγια, το παροντιστικό (presentist) μοντέλο της Netflix που αντιπροσωπεύεται από το στρίμινγκ δημιουργεί νέους κανόνες στη βιομηχανία του θεάματος: Επί της αρχής μοιάζει ανεξάντλητο, περιέχει εναλλαγή, βασίζεται στην ποικιλία, ωθεί στη μανιώδη κατανάλωση. Το binge-watching προσφέρει τη δυνατότητα συνεχόμενης παρακολούθησης περιεχομένου από ένα εύρος επιλογών του καταλόγου της πλατφόρμας. Αυτή είναι η βασική μηχανιστική διαφορά στον τρόπο παρακολούθησης που παρέχει η πλατφόρμα στον συνδρομητή σε σχέση με την συμβατική τηλεόραση των πολλών καναλιών και δικτύων. Η διαδικασία της θέασης εγκαταλείπει το παραδοσιακό μοντέλο του θεατή ο οποίος (παρ)ακολουθεί τη ροή προγράμματος και «αγκαλιάζει» ένα νέο τρόπο θέασης που βασίζεται στην επιλογή του υποκειμένου και διαμορφώνεται από τις επιθυμίες του. Πρόκειται στην ουσία για τον διαχωρισμό που κάνει ο Henry Jenkins ανάμεσα σε ένα «μοντέλο που βασίζεται σε ραντεβού» (δηλαδή, η «προγραμματισμένη ροή» του Raymond Williams⁹²) και σ' ένα «μοντέλο που βασίζεται σε ενεργή συμμετοχή» στο οποίο οι χρήστες δεν εξαρτώνται πλέον από ένα

⁹² Silverstone, R., & Williams, R. (2004). *Television: Technology and cultural form*. Routledge.

αυστηρό χρονοδιάγραμμα που σχεδιάζεται από τα δίκτυα (Jenkins, 2013: 16). Η «όξυνση» της ροής θέασης μέσω του binge-watching περιέχει και την άλλη όψη του νομίσματος, εκείνη της «άμβλυνσης». Με την ίδια ευκολία που ο συνδρομητής ενδέχεται να παρακολουθήσει αρκετές ώρες ψηφιακής τηλεόρασης συνεχόμενα, δύναται να πράξει και το αντίθετο. Παρακολούθηση ορισμένων λεπτών ή ωρών του περιεχομένου της πλατφόρμας με παύσεις και διακοπές. Η Netflix σαν υπηρεσία «υπηρετεί» τη θραυσματικότητα. Ο viewer δημιουργεί λίστες, βαθμολογεί, ψάχνει και πληκτρολογεί, κόβει και ράβει, σταματά το επεισόδιο και το συνεχίζει μετά από ώρες σε άλλη συσκευή αναπαραγωγής, το παρακολουθεί ξανά, τσεκάρει τα πρώτα δέκα λεπτά ώστε να αποφασίσει αν αξίζει να αφιερώσει χρόνο. Το μοντέλο λειτουργίας της Netflix υπαγορεύει ένα εύρος δυνατοτήτων για τον συνδρομητή στο διττό πλαίσιο αθονίας-θραύσματος. Έτσι δημιουργείται ένα πλαίσιο υπηρεσίας που ανοίγει σαν βεντάλια τις πρωτοφανείς δυνατότητες του στην ευχέρεια του συνδρομητή. Σε αυτό το ψηφιακό οικοδόμημα τρομακτικών ταχυτήτων, παραμορφωμένων εμπειριών και εναλλαγής πρακτικών θέασης στεγάζονται οι μελέτες περίπτωσης που θα χρησιμοποιήσω στην έρευνα μου.

Η χρήση ταιριαστών παραδειγμάτων αποτελεί συστατικό στοιχείο μιας έρευνας. Ταιριαστό παράδειγμα για μια έρευνα σημαίνει ορθή επιλογή μετάφρασης. Η θεωρητική πλαισίωση εφαρμόζει πάνω στο παράδειγμα, γίνεται κατανοητή με μεγαλύτερη σαφήνεια και επιτρέπει στον ερευνητή να δοκιμάσει τις «αντοχές» της ερευνητικής υπόθεσής του. Το παράδειγμα κατέχει συνήθως, έναν επιβεβαιωτικό χαρακτήρα και λειτουργεί ως συμπλήρωμα που μετουσιώνει μια «γυμνή» ιδέα σε ιδέα που γειώνεται πάνω στο υλικό της μελέτης. Είναι μόνο αυτό; Το παράδειγμα σε μια έρευνα κατέχει πολλούς ρόλους πέρα από τον προαναφερθέντα που σχετίζεται με την επιβεβαίωση της θεωρίας. Στοχεύω σε μια έρευνα όπου αντιμετωπίζει το παράδειγμα ως κάτι που ξεφεύγει από τα στενά όρια της επιβεβαίωσης και της μετουσίωσης. Στην έρευνά μου το παράδειγμα λογίζεται ως βασικός μοχλός παραγωγής. Παρουσιάζει ενεργητική φωνή και δημιουργική διάσταση. Συχνά, το παράδειγμα «σπρώχνει» τη θεωρητική συζήτηση σε νέους άξονες, διανοίγει νέα μονοπάτια αναζήτησης και καταλήγει να παράγει διαφορετικές από το αναμενόμενο ερευνητικές διεργασίες. Η δημιουργία διαύλου επικοινωνίας ανάμεσα στο θεωρητικό μέρος και στην απτότητα της μελέτης περίπτωσης αποτελεί προτεραιότητα για τη συγκεκριμένη διδακτορική διατριβή. Κατανοώ τη συγκεκριμένη μεθοδολογική επιλογή περισσότερο ως ένα είδος

ερευνητικής επιτραπέζιας αντισφαίρισης (πινγκ-πονγκ) όπου το μπαλάκι των ιδεών κινείται δημιουργικά και διαρθρωτικά ανάμεσα στο χώρο της θεωρίας της ιστορίας και εκείνου των ψηφιακών προϊόντων των πλατφορμών. Γι' αυτό το λόγο τα παραδείγματα που χρησιμοποιώ είναι σύνθετα, πολυσχιδή και υβριδικά.

Το κοινό στοιχείο των παραδειγμάτων είναι ότι προέρχονται από την τηλεοπτική παραγωγή του Mike Flanagan που εδράζεται στη Netflix. Η τακτική επιλογή της ενασχόλησης με τον συγκεκριμένο δημιουργό αφορά στην άμεση συσχέτιση των έργων του με τον πυρήνα των ερευνητικών μου ερωτημάτων. Πιο συγκεκριμένα, η περίπτωση του Flanagan προκρίνεται επειδή είναι σε θέση να παράγει διεξοδική ερευνητική αναζήτηση σχετικά με ζητήματα χρόνου στο ψηφιακό. Επιπλέον, η συγκεκριμένη επιλογή προσφέρεται για μια βαθύτερη κατανόηση των λειτουργιών της πλατφόρμας. Ταυτόχρονα, καθίσταται ορατή η εμφάνιση αντιφάσεων σε σχέση με τις διακηρύξεις της πλατφόρμας, αντιθέσεων σχετικά με τους τρόπους λειτουργίας της καθώς και ψηφιακά παράδοξα. Αυτό συμβαίνει επειδή η ταυτότητα των σειρών του Flanagan δεν είναι δεδομένη. Το ίδιο ισχύει για τους χρόνους θέασης και πρόσληψης του «φλαναγκανικού» σύμπαντος, καθώς και για την ίδια την πλατφόρμα. Ο δυναμικός χαρακτήρας της προσαρμόζεται συνεχώς στις νέες ψηφιακές πραγματικότητες. Είναι κομβικό να εντοπίσουμε αυτές τις μεταβάσεις έχοντας τις σειρές του Flanagan ως παράδειγμα και να αναλύσουμε τις επιπτώσεις των μεταβάσεων στο περιεχόμενο, στην πλατφόρμα και στον θεατή/χρήστη. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινίσουμε πως μια γενικότερη, αισθητική αποτίμηση του καλλιτεχνικού έργου του Flanagan δεν συγκαταλέγεται στις προθέσεις της παρούσας έρευνας. Θα συζητήσουμε το έργο του σε ένα απολύτως αναγκαίο επίπεδο ώστε να αποκτήσει μια γενική εικόνα ο αναγνώστης που αγνοεί τις τηλεοπτικές σειρές του συγκεκριμένου δημιουργού. Το κυρίαρχο μέλημα είναι να χρησιμοποιήσουμε το «φλαναγκανικό» σύμπαν σε απόλυτη συνάρτηση με τους ρυθμούς της πλατφόρμας ώστε να κατανοήσουμε περισσότερα για το περιεχόμενό της, για την ίδια και τον θεατή/χρήστη του ψηφιακού οικοδομήματος.

Επεισόδιο 2

Το πρόβλημα του είδους (genre) στο *Midnight Mass* του Mike Flanagan

«Τα είδη δεν πρέπει να αναμειγνύονται. Δεν θα αναμείξω τα είδη. Ή μάλλον, τα είδη είναι ήδη αναμειγμένα. Λέγεται πως δεν πρέπει να αναμειγνύονται, αλλά πάντα ήταν.»

- Derrida, J. (1980). *The Law of Genre*. In W. J. T. Mitchell (Ed.), *On Narrative* (pp. 55–81). University of Chicago Press.

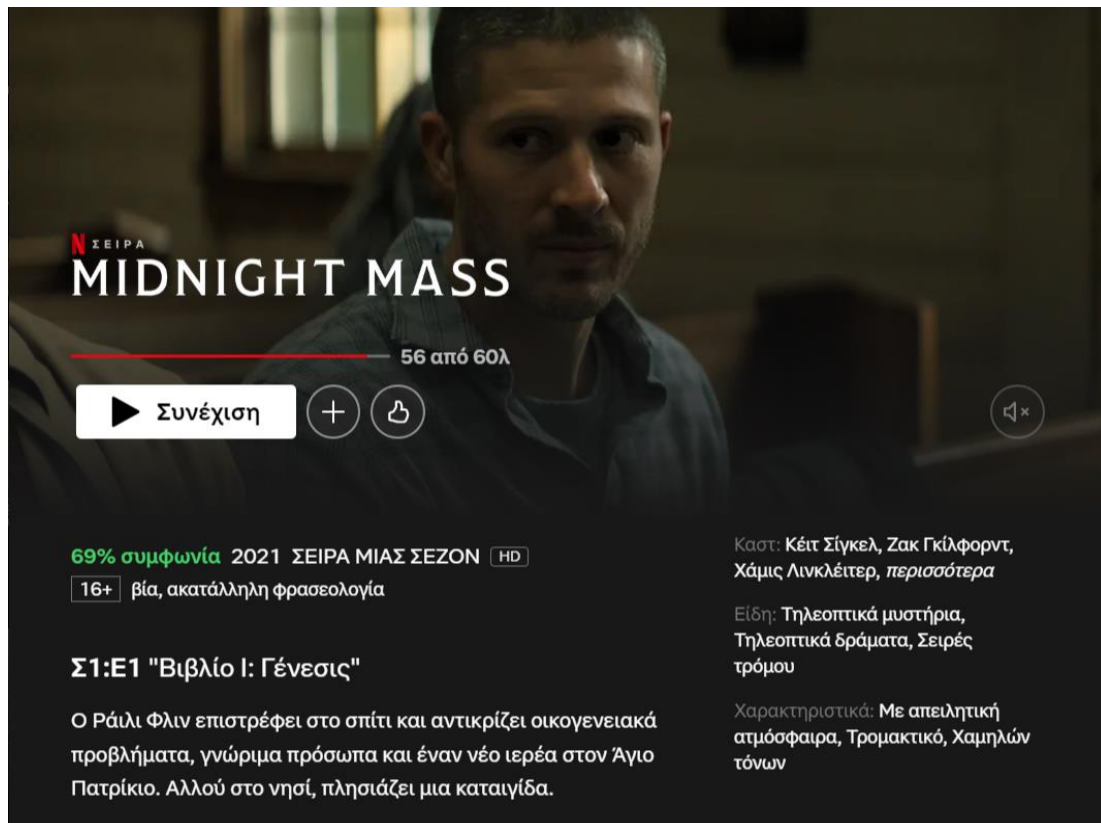
Το *Midnight Mass* (Μεταμεσονύχτια Λειτουργία) αποτελεί μίνι σειρά του 2021 δια χειρός Mike Flanagan (*The Haunting of Hill House*, *The Haunting of Bly Manor*, *Doctor Sleep*, *Oculus* μεταξύ άλλων) για λογαριασμό της Netflix. Τοποθετεί την πλοκή σε ένα απομονωμένο νησί όπου μετά την άφιξη ενός χαρισματικού ιερέα ξεκινούν να συμβαίνουν μυστήριες καταστάσεις με θανατηφόρες συνέπειες για την τοπική κοινωνία. Οι θεματικές που απασχολούν σταθερά τον Flanagan στις προηγούμενες δουλειές του κάνουν την εμφάνισή τους κι εδώ, σε ένα βαθμό πιο διαυγείς. Πόνος, τραύμα, απώλεια, συγχώρεση. Το *Midnight Mass* διακατέχεται από μια βαθιά υπαρξιακή αγωνία και διερευνά ζητήματα σχετικά με το θάνατο και την πίστη για τα οποία δεν υπάρχουν απαντήσεις παρά μόνο η διαρκής και επίπονη εξερεύνηση τους. Η σειρά παρουσιάζεται σαν horror⁹³ δημιουργήμα αλλά επί της ουσίας αποτελεί ένα βαθιά οντολογικό κοινωνικό δράμα «μπολιασμένο» με νοήματα, συμβολισμούς και αλληγορίες.

⁹³ Είδος μυθοπλασίας που σκοπός του είναι να δημιουργήσει συναισθήματα φόβου, απώθησης και τρόμου στο κοινό (<https://literaryterms.net/horror/>).



Εικόνα 12. Η επίσημη αφίσα της τηλεοπτικής σειράς *Midnight Mass*. Ανακτήθηκε από <https://www.netflix.com/search?q=midnight%20mass&jbn=81083626> (τελευταία πρόσβαση 5/4/2023).

Το παραπάνω κατέστη σημείο ατέρμονων διενέξεων μεταξύ κοινού και κριτικών αλλά και στο εσωτερικό του ίδιου του κοινού. Μια μερίδα των φαν ενθουσιάστηκε με την αλλαγή δημιουργικής κατεύθυνσης του Flanagan σε πιο κοινωνικά/φιλοσοφικά μονοπάτια. Η πλειοψηφία όμως είχε μια βασική ένσταση: το στοιχείο τρόμου (horror) υπάρχει ελάχιστα στη σειρά. Ανατρέχοντας στο προηγούμενο κεφάλαιο της διδακτορικής διατριβής μας, το είδος (genre) κατέχει κομβικό ρόλο στην εύρυθμη αλγοριθμική λειτουργία της πλατφόρμας. Το είδος του τρόμου αποτελεί σαφή ετικέτα συγκεκριμένων ταινιών που στοχεύουν στη πρόκληση συναισθημάτων φόβου και αγωνίας στον θεατή. Άρα, το είδος οφείλει να μην είναι διαπραγματεύσιμο. Ο αλγόριθμος της Netflix προτείνει τη σειρά σε φαν του τρόμου κι εκείνοι εύλογα αναμένουν να παρακολουθήσουν ένα προϊόν σε αρμονία με τις συμβάσεις του είδους (Εικόνα 13).



Εικόνα 13. Πληροφορίες για τη μίνι σειρά *Midnight Mass* από τον λογαριασμό μου στη Netflix. Δίνεται έμφαση στα είδη, τον τρόπο με τον οποίο η ίδια η πλατφόρμα περιγράφει τη σειρά και την κατηγοριοποιεί.

Φανταστείτε την έκπληξη ή ενδεχομένως τον εκνευρισμό των θεατών όταν παρακολουθούν μια σειρά που διαφημίζεται ως δημιουργήμα τρόμου και εν τέλει καταλήγει να είναι ένα κοινωνικό/υπαρξιακό δράμα. Ο καμβάς έχει στοιχεία που θα μπορούσε να πει κανείς ότι προσεγγίζουν τον τρόμο. Η ατμόσφαιρα και τα σκηνικά είναι αρκετά σκοτεινά και απειλητικά, το μεταφυσικό στοιχείο υπάρχει σε μικρές δόσεις, η μυθολογία από την οποία εμπνέεται ο δημιουργός έχει τις ρίζες της στο γοτθικό μυθιστόρημα του 19^{ου} αιώνα, το οποίο από μόνο του αποτελεί ένα εχέγγυο τρόμου. Η σειρά, ωστόσο, απομακρύνεται αρκετά από το νοητικό σύμπαν των ταινιών τρόμου, μιας και η μεταχείριση των συστατικών εκ μέρους του δημιουργού τοποθετεί τα παραπάνω στοιχεία σε δεύτερη μοίρα. Η έμφαση δίνεται στις ανθρώπινες σχέσεις, τα καθημερινά άγχη και τις οντολογικές αγωνίες. Επιπροσθέτως, απουσιάζουν τα jump scares⁹⁴ τα οποία αποτελούν το σήμα-κατατεθέν των ταινιών τρόμου. Συμπερασματικά, η πρώτη βασική ένσταση του κοινού εντοπίζεται στον παράγοντα

⁹⁴ Με τον όρο jump scare το λεξικό του Cambridge ορίζει κάτι, όπως μια σκηνή σε μια ταινία που μας σοκάρει και μας φοβίζει έτσι ώστε ξαφνικά να μετακινηθούμε ή να αναπηδήσουμε.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/jump-scare>

είδος (genre). Υπό μία έννοια, το *Midnight Mass* μοιάζει σαν να «σαμποτάρει» την ίδια την αλγοριθμική λειτουργία της πλατφόρμας, καθώς προτείνεται ως σειρά τρόμου ενώ την ίδια στιγμή απέχει από τον τρόμο. Αυτή η αντίφαση όχι μόνο δημιουργεί σύγχυση στους συνδρομητές που επέλεξαν να παρακολουθήσουν το συγκεκριμένο προϊόν της πλατφόρμας, αλλά κυρίως τους ωθεί να αμφισβητήσουν την ικανότητα του αλγορίθμου να τους προτείνει περιεχόμενο με βάση τις προτιμήσεις τους.



Εικόνα 14. Meme από το BINTEO ΚΛΑΜΠ που σατιρίζει την καλλιτεχνική στροφή του Mike Flanagan από σειρές τρόμου σε πιο χαμηλών τόνων/δραματικές δημιουργίες (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Στο meme της εικόνας 14 για παράδειγμα, συμπυκνώνεται εύστοχα το πνεύμα της εκάστοτε τηλεοπτικής δημιουργίας του Mike Flanagan όχι με αξιολογικούς όρους ή πάνω σε έναν ποιοτικό άξονα αλλά περισσότερο ως ένα σχόλιο για την αναδιαμόρφωση του είδους (genre) εκ μέρους του δημιουργού. Η πρόσληψη της πρώτης δημιουργίας του είναι δυναμική επειδή το στοιχείο τρόμου είναι διάχυτο. Το κοινό παρουσιάζει ένα ζωνρό ενδιαφέρον για την σειρά και συζητά γι' αυτήν. Ακολούθως, στη δεύτερη μειώνεται το στοιχείο τρόμου και κατ' επέκταση φθίνει ο ενθουσιασμός και η έντονη έκφραση συναισθημάτων. Ύστερα, στο *Midnight Mass* κάνει την εμφάνισή της η βαρεμάρα και ενδεχομένως ο ύπνος. Η σειρά έχει απομακρυνθεί από το μονοπάτι του τρόμου. Τέλος, στην τέταρτη σειρά το κοινό γυρνά ολοκληρωτικά την πλάτη στο δημιουργό. Η πορεία της πρόσληψης των σειρών του Flanagan εκ μέρους του θεατή/χρήστη βασίζεται σε αυτό που περιγράφηκε παραπάνω σχετικά με την μετατροπή του είδους (genre). Το κοινό αναμένει την παρακολούθηση μιας ιστορίας τρόμου και στην πορεία καταλήγει απογοητευμένο από την επικράτηση του δραματικού/κοινωνικού στοιχείου στο έργο. Η δημιουργική πορεία του Flanagan φανερώνει ένα δημιουργό που σταδιακά απαγκιστρώνεται σε μεγάλο βαθμό από την πρόκληση τρόμου στο θεατή.

Σημείο εκκίνησης για την ανάλυση που ακολουθεί στις επόμενες σελίδες αποτελούν, ακριβώς, αυτές οι εκδηλώσεις ενδιαφέροντος που πυροδότησε η συγκεκριμένη σειρά παρά το ίδιο της το περιεχόμενο. Θα εστιάσω στη συζήτηση για τη σειρά, στον αντίκτυπο που έχει στο θεατή/χρήστη, στις μετασχηματιστικές ιδιότητες που παρουσιάζει σχετικά με την ίδια τη διαδικασία θέασης και το σημαντικότερο: στον τρόπο με τον οποίο το *Midnight Mass* εισέρχεται με πυγμή στη συζήτηση που αφορά τις μεταπλάσεις του χρόνου στο ιστορικό παρόν. Για να φέρω εις πέρας ένα τέτοιο εγχείρημα οφείλω να δώσω έμφαση στο μεγαλύτερο αγκάθι της σειράς, τον βασικό λόγο που πυροδοτεί τα εκάστοτε αρνητικά σχόλια, τον «ελέφαντα στο δωμάτιο». Το *Midnight Mass* δίχασε το κοινό και δημιούργησε ισχυρές σε ένταση και αριθμό αντιπαραθέσεις στο πεδίο του ψηφιακού εξαιτίας των *μονολόγων* του. Ωστόσο, προτού προχωρήσουμε στη συζήτηση για το ζήτημα του μονολόγου, οφείλουμε να αναφερθούμε διεξοδικότερα στο πεδίο εντός του οποίου αυτή διεξάγεται καθώς και στο προς μελέτη υλικό που αυτή τελικά συγκροτεί.

Μια απόπειρα έρευνας του αντικτύπου των σειρών του Flanagan στους θεατές/χρήστες της Netflix δεν θα μπορούσε να εδράζεται εκτός του ψηφιακού πεδίου. Οι πλατφόρμες αποτελούν δυναμικούς χώρους επικοινωνίας, αλληλεπίδρασης και διεπαφής. Στο προηγούμενο επεισόδιο της διδακτορικής μου διατριβής συζήτησα διεξοδικά το πλαίσιο των ψηφιακών πλατφορμών. Συχνά, οι χρήστες μιας πλατφόρμας αποτελούν και χρήστες μιας άλλης. Το ψηφιακό οικοδόμημα των πλατφορμών περιέχει νήματα που συνθέτουν ένα ψηφιακό όλον. Σε αυτό τον χώρο οι χρήστες επικοινωνούν μεταξύ τους διαπλατφορμικά (crossplatform⁹⁵). Ο χρήστης της Amazon κατέχει λογαριασμό και στην e-food. Άλλος χρησιμοποιεί την πλατφόρμα της Uber και παράλληλα το Temu. Στην περίπτωση έρευνας που μας ενδιαφέρει, παρακολούθησα συγκεκριμένους χρήστες της Netflix μέσα από τη δραστηριότητά τους στο Facebook. Η διαπλατφορμική διάσταση μεταφράζεται σε παρακολούθηση του περιεχομένου της πλατφόρμας Netflix και ακολούθως σχολιασμό/δημοσιεύσεις στην πλατφόρμα Facebook σχετικά με το περιεχόμενο της πρώτης από τον ίδιο χρήστη. Πλατφόρμες υπάρχουν δίπλα σε άλλες, λειτουργώντας συνεργατικά ή ανταγωνιστικά μεταξύ τους ανάλογα με τη συνθήκη και τη χρονική στιγμή. Οι χρήστες βρίσκονται μέσα σε αυτό το ψηφιακό πλέγμα επιλογών, κινήσεων, αλληλεπιδράσεων και με τη σειρά τους διαδραματίζουν καίριο ρόλο στη διαμόρφωση της φυσιογνωμίας του καπιταλισμού της πλατφόρμας. Στο επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μου θα προβώ σε μία επισκόπηση της μορφολογίας του ελληνικού Facebook σε συνάρτηση με τις ομάδες ποπ κουλτούρας που το απαρτίζουν καθώς και στην επιλογή μιας συγκεκριμένης ομάδας (BINTEO ΚΛΑΜΠ) ως βασικής μελέτης περίπτωσης στην παρούσα έρευνα.

⁹⁵ Η έννοια του crossplatform αφορά στη δυνατότητα των χρηστών των πλατφορμών να συνδέονται μεταξύ τους. Το πρώτο συνθετικό (cross) της λέξης, αποτελεί τη ρίζα της έννοιας του crossover που συναντάται συχνά στο πεδίο της ποπ κουλτούρας. Ο συγκεκριμένος όρος αναφέρεται σε ιστορίες στις οποίες συμπίπτουν οι χαρακτήρες, οι χώροι ή τα δεδομένα ενός ή περισσότερων fandom. Οι διασταυρώσεις μπορεί να συνίστανται σε μια πλήρη ανάμειξη των συμπάντων ή μόνο σε μια ελαφρά, «περαστική» σύνδεση. Η γνώση και των δύο (ή πολλαπλών) fandom δεν είναι πάντοτε απαραίτητη, αλλά είναι γενικά χρήσιμη για την πλήρη κατανόηση της ιστορίας. <https://www.angelfire.com/falcon/moonbeam/terms.html#C> (τελευταία πρόσβαση 22/11/2024).

Επεισόδιο 3

Ομάδες ποπ κουλτούρας στο ελληνικό Facebook και το BINTEO ΚΛΑΜΠ ως μελέτη περίπτωσης

«Η ποπ κουλτούρα δεν είναι η κουλτούρα του λαού ως οργανικό σύνολο, αλλά η κουλτούρα κατακερματισμένων ομάδων που διαπραγματεύονται νοήματα σε συγκεκριμένα συμφραζόμενα.»

- Storey, J. (1998). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (2nd ed.). University of Georgia Press

«Μέχρι και τα μέσα περίπου της δεκαετίας του 2000, η χρήση του [ελληνικού διαδικτύου] στην Ελλάδα παρέμενε σε εξαιρετικά χαμηλά επίπεδα» (Παπαηλία, Πετρίδης; 2015). Σε αντίθεση με γενικευτικές θεωρήσεις, το διαδίκτυο δεν είναι ένα. Υπάρχουν πολλά διαδίκτυα, το καθένα από τα οποία έχει τη δική του συγκεκριμένη ιστορία. Στην περίπτωση του ελληνικού διαδικτύου, το σημείο τομής στην αλλαγή της φυσιογνωμίας του είναι τα μέσα της δεκαετίας του 2000. Τότε εντοπίζεται το πέρασμα από ένα διαδίκτυο που έχει σαν προτεραιότητα τη «δημοσίευση υλικού προς τρίτους» (Παπαηλία, Πετρίδης; 2015) στο διαδίκτυο που χαρακτηρίζεται από «συμμετοχή των χρηστών και παραγωγή περιεχομένου από αυτούς/αυτές (user-generated content), τη συνεργατικότητα και το διαμοιρασμό πληροφορίας και πολιτισμικών αγαθών» (Παπαηλία, Πετρίδης; 2015). Ο παραπάνω διαχωρισμός εστιάζει στο πέρασμα από το web 1.0 στο web 2.0. Στο web 1 ο χρήστης διεκδικεί την παρουσία του στο δίκτυο με πιο στατικούς τρόπους (π.χ. Homepage), ενώ το web 2.0 επιτρέπει στο χρήστη να παράγει και να αλληλεπιδρά με το περιεχόμενο στο διαδίκτυο. Σε σύντομο χρονικό διάστημα το web 2.0 ταυτίστηκε με την έννοια της κοινωνικής δικτύωσης (social web). Υπάρχουν πολλοί τρόποι να ορίσει κανείς τα κοινωνικά δίκτυα. Στην παρούσα έρευνα επιλέγουμε τον κάτωθι ορισμό: «Διαδικτυακά μέσα επικοινωνίας, μεταφοράς, συνεργασίας και καλλιέργειας μεταξύ διασυνδεδεμένων και αλληλεξαρτώμενων δικτύων ανθρώπων, κοινοτήτων και οργανισμών που ενισχύονται από τεχνολογικές δυνατότητες και κινητικότητα» (Tuten, Solomon: 2014, 4). Η μετάλλαξη του web 1.0 σε web 2.0 τη δεδομένη χρονική στιγμή των αρχών της νέας χιλιετίας δεν είναι τυχαία.

«Εξελίξεις στην ηλεκτρονική τεχνολογία επιτρέπουν διαδραστικές δυνατότητες σε ένα περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από έλεγχο χρήστη, ελευθερία και διάλογο» (O'Reilly 2005). Η τεχνολογική ανάπτυξη σε συνδυασμό με την εποχή και την ιστορικότητά της που οδηγεί προς ένα νέο παράδειγμα αλγοριθμοποίησης του πολυχρονικού παρόντος δημιουργούν τις προϋποθέσεις εμφάνισης και εγκαθίδρυσης του κοινωνικού δικτύου (web 2.0) παρέχοντας στο χρήστη νέες δυνατότητες παραγωγής περιεχομένου και αλληλεπίδρασης με αυτό.

Οι διαδικτυακές ομάδες ποπ κουλτούρας εντάσσονται στο πλαίσιο του web 2.0. Το κοινωνικό δίκτυο αποτελεί έναν ιδιαίτερο μικρόκοσμο, περιέχει τις δικές του ομάδες και αυτές με τη σειρά τους έχουν ένα ορισμένο ψηφιακό αποτύπωμα. Στο ελληνικό συγκείμενο, τέτοιου είδους ομάδες είναι κυριολεκτικά μετρημένες στα δάχτυλα του ενός χεριού. Αναφέρομαι αποκλειστικά σε ομάδες που αφορούν την ποπ κουλτούρα στο σύνολό της. Ομάδες του ελληνικού Facebook που σχετίζονται με συγκεκριμένα παράγωγα της ποπ κουλτούρας δεν συμπεριλαμβάνονται στην έρευνα. Για παράδειγμα, η ομάδα «Greek Tolkien Society - The Prancing Pony⁹⁶» αφορά αποκλειστικά τους φαν του Άγγλου συγγραφέα και ποιητή Τζ. Ρ. Ρ. Τόλκιν στην Ελλάδα. Αυτή η ομάδα δεν αποτελεί ταιριαστό δείγμα για την έρευνα μας καθώς ασχολείται με κάτι εξαιρετικά συγκεκριμένο.

Σημείο καμπής για τις ομάδες αυτές στο ελληνικό διαδίκτυο υπήρξε η πανδημία της Covid-19, η παρουσία της οποίας ενέτεινε τη δημιουργία και εξάπλωσή τους σε ψηφιακούς χώρους. Στο κείμενό της «Μετά το ίντερνετ», η θεωρητικός των ψηφιακών τεχνολογιών Tiziana Terranova αναφέρεται στην πανδημική κατάσταση ως αιτία μετατόπισης από το «ίντερνετ» στο «Εταιρικό Σύμπλεγμα Πλατφορμών» (ΕΣΠ).⁹⁷ Υποστηρίζει ότι «ο περιορισμός στο σπίτι και η απαγόρευση κυκλοφορίας μας ανάγκασαν να βασιστούμε όσο ποτέ άλλοτε στην ψηφιακή διασυνδεσιμότητα» (Terranova, 2022: 6). Ακόμη, διαπιστώνει ότι «το λεγόμενο ψηφιακό κύμα του 2020 δεν αύξησε απλά τον πλούτο των Big Tech⁹⁸ αλλά βοήθησε να ανοίξουν παράλληλα και νέες αγορές (τηλεδιάσκεψης, εκπαίδευσης εξ αποστάσεως) και τους έστρωσε το δρόμο για να επεκταθούν περισσότερο» (Terranova, 2022: 6). Η ψηφιακή επέκταση

⁹⁶ <https://www.facebook.com/groups/greektolkiensociety/>

⁹⁷ Με τον όρο ΕΣΠ αναφέρεται στο Εταιρικό Σύμπλεγμα Πλατφορμών (CPC, Corporate Platform Complex), ένα «σύμπλεγμα online υπηρεσιών που βρίσκονται υπό ιδιωτική ιδιοκτησία» και αποκτούν όλο και μεγαλύτερη ισχύ.

⁹⁸ Ισχυρές εταιρείες όπως οι Facebook/Meta, Alibaba, Amazon, Apple, Microsoft, Tencent, Google/Alphabet.

των ισχυρών εταιρειών συνεπιφέρει μια αντίστοιχη επέκταση των ψηφιακών κοινοτήτων που τις αποτελούν.

Δεν είναι τυχαίο ότι τα δύο πολυπληθέστερα γκρουπ ποπ κουλτούρας στο ελληνικό Facebook δημιουργήθηκαν με μόλις τρεις μήνες διαφορά το 2020⁹⁹. Οι πανδημικές συνθήκες εγκλεισμού και απομόνωσης ώθησαν κάποιες εταιρείες που ασχολούνται με τη διασκέδαση και την ποπ κουλτούρα να δημιουργήσουν ομάδες στο Facebook. Αυτή η απόφαση είχε διάφορες αιτίες. Πρώτο τους μέλημα ήταν να αποκτήσουν μερίδιο στην αυξανόμενη παρουσία και ενασχόληση των ανθρώπων με το ψηφιακό. Η πανδημία δημιούργησε, μεταξύ άλλων, μια απότομη εξάρτηση από την ψηφιακή πραγματικότητα. Η συνθήκη εγκλεισμού αύξησε ραγδαία όχι μόνο τον αριθμό των ατόμων αλλά και το χρόνο ενασχόλησής τους με τις ψηφιακές εφαρμογές και τις πλατφόρμες. Η μεταβολή αυτή αφορούσε μια μεγάλη γκάμα, από την εργασία που μετατράπηκε σε τηλεργασία και τα ψώνια από το σούπερ μάρκετ, μέχρι τη διασκέδαση που απαιτούσε τη συνεχή ψηφιακή παρουσία (ακρόαση μουσικής, παρακολούθηση ταινιών, ψηφιακές συναθροίσεις φίλων). Το λογικό επακόλουθο της «έκρηξης» της ψηφιακής παρουσίας των ατόμων ήταν η επιτακτική αύξηση των ορίων του ίδιου του ψηφιακού χώρου. Με λίγα λόγια: το διαδίκτυο έγινε ακόμα πιο πυκνοκατοικημένο. Η πανδημία έφερε την ανθρωπότητα αντιμέτωπη με κρίσιμα ερωτήματα για την πορεία του πλανήτη, τις κοινωνικές αλλαγές, τα πολιτικοοικονομικά ζητήματα που χρίζουν επίλυσης. Ένα από τα ερωτήματα που έθεσε αφορούσε το πεδίο του διαδικτύου. Πως γίνεται να μην υπάρχει αρκετός χώρος για όλους σε αυτή την αχανή, μη οπτικοποιήσιμη και μη υπολογίσιμη ψηφιακή επικράτεια; Το ψηφιακό μορφοποιήθηκε ώστε να χωρέσουν όλοι και να βρίσκονται σε θέση να περνούν όσο περισσότερο χρόνο γίνεται σε αυτό. Οι πλατφόρμες δεν ενδιαφέρονταν τόσο να απαντήσουν σε αυτό όσο το να διεκδικήσουν. Ξεκίνησαν βίαια την επεκτατική πολιτική της εκμετάλλευσης χώρου, παρουσίας και δυνατοτήτων. Εταιρείες δημιούργησαν εφαρμογές για το κινητό, ψηφιακές σελίδες έφτιαξαν σάιτ-παρακλάδια και - όπως στην περίπτωση που μας ενδιαφέρει - ψηφιακές σελίδες επεκτάθηκαν στα κοινωνικά δίκτυα (van Dijck, 2013, Morris & Murray, 2018).

⁹⁹ Στις 5 Απριλίου του 2020 το BINTEO ΚΛΑΜΠ, στις 6 Ιουλίου του 2020 το Pop για τις Δύσκολες Ωρες.

Το BINTEO ΚΛΑΜΠ αποτελεί την πολυπληθέστερη ψηφιακή ομάδα σχετικά με την ποπ κουλτούρα στο Facebook αλλά δεν είναι η μοναδική. Το «POP για τις Δύσκολες Ώρες»¹⁰⁰ διεκδικεί επίσης μια δυναμική παρουσία στην εγχώρια ψηφιακή συνθήκη.



POP για τις Δύσκολες Ώρες

■ ιδιωτική ομάδα · 3,1 χιλ. μέλη

Εικόνα 15. Φωτογραφία παρασκηνίου του «Pop για τις Δύσκολες Ώρες» στην ομώνυμη ομάδα του Facebook.

Η περιγραφή του στο Facebook είναι η ακόλουθη: «ήρωες, υπερήρωες και αντιήρωες στο μπλέντερ της καθημερινότητας. Συζητήσεις για την ποπ κουλτούρα, υπαρξιακές και μεταφυσικές αναζητήσεις για να κυλάει η ζωή λίγο πιο ωραία. Το podcast του Oneman «POP για τις Δύσκολες Ώρες» με την Ιωσηφίνα Γριβέα και τον Θοδωρή Δημητρόπουλο είναι στο Facebook.» Σε αυτή την περίπτωση παρατηρούμε μια διαδικτυακή σελίδα όπως το Oneman να δημιουργεί ένα παρακλάδι για το πόντκαστ¹⁰¹ του στο Facebook. Το πόντκαστ μετουσιώνεται σε ψηφιακή ομάδα και από τις προγενέστερες συνθήκες παθητικής ακρόασης διαμορφώνει ένα νέο πλαίσιο αλληλεπίδρασης με τα μέλη. Το πόντκαστ, που κατέχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, διεκδικεί μια νέα συμπληρωματική ταυτοτική διάσταση που χαρακτηρίζεται από την διαπλατορμική σύνθεση. Δημιουργήθηκε στις 6 Ιουλίου του 2020, αποτελείται από 3.063 μέλη (τελευταία καταμέτρηση στις 4/9/2024) και χαρακτηρίζεται ως ιδιωτική ομάδα. Σε αντίθεση με το BINTEO ΚΛΑΜΠ που λειτουργεί ως δημόσια ομάδα, το

¹⁰⁰ <https://www.facebook.com/groups/269931460906381/members> (τελευταία πρόσβαση 4/9/2024).

¹⁰¹ Ραδιοφωνικό πρόγραμμα που είναι αποθηκευμένο σε ψηφιακή μορφή και δύναται να μεταφορτωθεί από το διαδίκτυο και να αναπαραχθεί σε υπολογιστή ή σε κινητό τηλέφωνο.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/podcast>

«POP για τις Δύσκολες Ώρες» απαιτεί την αποδοχή του διαχειριστή ώστε το άτομο να γίνει μέλος του.

Ένα ακόμα πιο πρόσφατο παράδειγμα ομάδας για την ποπ κουλτούρα στο Facebook είναι η «Pop Kaltsers (Pop Kaltsa Official Group¹⁰²).»



Εικόνα 16. Φωτογραφία παρασκηνίου του «Pop Kaltsers» στην ομώνυμη ομάδα του Facebook.

Πρόκειται για μια δημόσια ομάδα του Facebook που δημιουργήθηκε στις 30 Νοεμβρίου του 2022 και περιγράφεται ως «ένα γκρουπ για όλους τους Pop Kaltsers ώστε να μπορούν να ποστάρουν και να σχολιάζουν ό,τι θέλουν, μιας κι είμαστε όλοι μια ωραία παρέα.» Η συγκεκριμένη ομάδα παρουσιάζει ομοιότητες με το POP για τις Δύσκολες Ώρες καθώς αποτελεί podcast στην πλατφόρμα Spotify¹⁰³, όπου περιγράφεται ως εξής: «Το απόλυτο podcast για την pop κουλτούρα! Δύο αποτυχημένοι καλλιτέχνες και αμετανόητοι geeks, η Γεωργία (Karow! Channel) και ο Τάσος (Geek Detective, Geek the Greek, Geek Salad) σας τα πρήζουν κάθε βδομάδα για σειρές, ταινίες, κόμικς, γκέιμς και άλλα τέτοια ωραία πραγματάκια. Οκ, κυρίως για σειρές και ταινίες, αλλά έχουμε τα πάντα! Τι είδαμε τελευταία, θέμα της εβδομάδας, hot takes, ένοχες απολαύσεις, κρυφά διαμαντάκια, όλα θα τα βρείτε μέσα στην pop

¹⁰² <https://www.facebook.com/groups/843635120301406>

¹⁰³ Υπηρεσία ροής ήχου (streaming) που προσφέρει στους χρήστες πρόσβαση σε μουσικά κομμάτια, podcast και άλλα μέσα μέσω ενός μοντέλου συνδρομής. Ιδρύθηκε από τους Σουηδούς επιχειρηματίες Daniel Ek και Martin Lorentzon το 2006. <https://www.britannica.com/topic/Spotify>

κάλτσα! Απρόθυμος γκεστ και ηχολήπτης ο Γιάννης ο τυχάρπαστος!¹⁰⁴» Μαζί με το BINTEO ΚΛΑΜΠ, αυτές είναι οι τρεις πιο γνωστές ομάδες για την ποπ κουλτούρα στο ελληνικό Facebook. Στο σημείο αυτό προκύπτει ένα συγκεκριμένο ερώτημα, το οποίο έχει να κάνει με την επιλογή του BINTEO ΚΛΑΜΠ και όχι κάποιων από τις άλλες δύο ομάδες ως παραδειγματικής περίπτωσης προς μελέτη στο πλαίσιο της ανά χείρας έρευνας.

Αρχικά, το BINTEO ΚΛΑΜΠ προκρίθηκε ως η καταλληλότερη ομάδα για ν' αποτελέσει το πεδίο έρευνας για την παρούσα διδακτορική διατριβή επειδή δεν βασίζεται σε πόντκαστ. Το πόντκαστ παρουσιάζει το δικό του ενδιαφέρον καθώς αποτελεί μια ανερχόμενη ψηφιακή πηγή διασκέδασης ή ενημέρωσης τα τελευταία χρόνια. Οι ομάδες του Facebook που βασίζονται σε πόντκαστ περιέχουν μια ιδιαίτερη κατεύθυνση συζητήσεων που συχνά απορρέει από το ίδιο το πόντκαστ. Συνήθως, κάθε νέο επεισόδιο του πόντκαστ θα πυροδοτήσει την αντίστοιχη συζήτηση. Αυτό δεν σημαίνει ότι τα μέλη σε αυτά τα γκρουπ συνομιλούν αποκλειστικά για το πόντκαστ. Φερειπείν, απαντούν σχολιασμοί σε δημοσιεύσεις της ομάδας που βρίσκονται σε διακριτή απόσταση από το περιεχόμενο του πόντκαστ. Στις περισσότερες περιπτώσεις όμως το πόντκαστ καθορίζει τη συζήτηση, θέτει την ατζέντα, χαράσσει μια πορεία διαλόγου και ενδιαφέροντος. Εν αντιθέσει, το BINTEO ΚΛΑΜΠ περιέχει μεγαλύτερη ποικιλία σε θεματικές προς συζήτηση δίχως να δίνεται με περιοδικό τρόπο μια κατεύθυνση. Ή, σε περιπτώσεις που δίνεται κατεύθυνση, εκείνη απορρέει από το μέλος της ομάδας και όχι από έναν εξωγενή παράγοντα που επικαθορίζει τα γεγονότα (πόντκαστ). Άρα, το BINTEO ΚΛΑΜΠ ενδείκνυται ως προς μελέτη χώρος επειδή καθρεφτίζει τις τάσεις, τα ενδιαφέροντα, τις αγωνίες, τις επιθυμίες και τα παράδοξα της ποπ κουλτούρας από τα μέλη του. Η ατζέντα μπαίνει «από τα κάτω»¹⁰⁵.

Επιπροσθέτως, όντας μέλος και των τριών ομάδων, το BINTEO ΚΛΑΜΠ αποτελεί την πολυπληθέστερη και πιο συχνή σε δραστηριότητα ομάδα. Οι δημοσιεύσεις των μελών λαμβάνουν χώρα σε τακτά χρονικά διαστήματα, υπάρχει ποικιλία απόψεων, δράσεων και σχολίων. Συχνά διατυπώνονται απορίες, απαντώνται ερωτήματα και δημιουργούνται δημοσκοπήσεις καθώς και σφυγμομετρήσεις. Μέσα από την καθημερινή συμμετοχή και παρατήρηση είχα την ευκαιρία να διαπιστώσω πως το

¹⁰⁴ <https://open.spotify.com/show/1f683xpip9lu7TgzSRWCaT>

¹⁰⁵ Αναφορά στην «Ιστορία από τα κάτω» που σημάδεψε την ανάπτυξη της προφορικής Ιστορίας στη δεκαετία του 1970.

BINTEO ΚΛΑΜΠ εξελίχθηκε γρήγορα στο μεγαλύτερο, συνθετότερο και δυναμικότερο γκρουπ από τα υπόλοιπα.

Την ίδια στιγμή, όντας μέλος του BINTEO ΚΛΑΜΠ εξοικειωνόμουν σταδιακά με τους τρόπους λειτουργίας του, τις δυνατότητες που παρέχει και τις αγκυλώσεις που εμφανίζει. Η παρουσία μου εντός πεδίου πολύ πριν αναλογιστώ τη συγγραφή διδακτορικής διατριβής ως πιθανότητα, μαρτυρά μια συνεχή προσωπική εμπλοκή με τον συγκεκριμένο χώρο του ψηφιακού. Η ενασχόληση με την ομάδα ξεκίνησε ως απλό μέλος/φάν των εκφάνσεων της ποπ κουλτούρας. Στην πορεία προστέθηκε η ιδιότητα του ερευνητή. Ομολογουμένως, ο διαχωρισμός των ορίων μεταξύ των ρόλων ήταν δυσδιάκριτος. Αδυνατούσα να διαχωρίσω τις στιγμές που παρακολουθούσα την ομάδα για διασκέδαση ή εκείνες που αφορούσαν την εργασία μου. Αντίστοιχη τοποθέτηση έκανε και ο Αλέξανδρος Παπαγεωργίου, διαχειριστής του BINTEO ΚΛΑΜΠ, σε συνέντευξη που πραγματοποιήσαμε: «είναι σε μια φάση που το BINTEO ΚΛΑΜΠ όπως και πολλά άλλα πράγματα, αν δουλεύεις στο ίντερνετ σε τέτοιου είδους καταστάσεις και επειδή εμένα είναι και μέρος της δουλειάς μου, είναι από αυτά που είναι ταυτόχρονα και δουλειά και διασκέδαση και τα όρια μεταξύ δουλειάς και ελεύθερου χρόνου θολώνουν».

Στο επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μας θα επικεντρώσουμε στην αντίληψη που έχει για τον χρόνο ο θεατής/χρήστης διαφορετικών πλατφορμών. Συγκεκριμένα, θα ερευνήσουμε την πρόσληψη του χρόνου σχετικά με το Midnight Mass από το υποκείμενο που παρακολουθεί Netflix και ακολούθως σχολιάζει στο Facebook για σειρά της Netflix.

Επεισόδιο 4

Προσεγγίζοντας μεθοδολογικά την πλατφόρμα: ψηφιακή ιστορία, ψηφιακή εθνογραφία και παρατηρητική συμμετοχή μέσω της αφήγησης

«Η ψηφιακή ιστορία αποτελεί κάτι περισσότερο από την ψηφιοποίηση ακαδημαϊκών άρθρων και τη δημοσίευσή τους στο διαδίκτυο... Αποτελεί μία επανάσταση στο επάγγελμα του ιστορικού, η οποία θα μεταβάλει τον τρόπο με τον οποίο διεξάγεται η ιστορική έρευνα και διδασκαλία σε κάθε επίπεδο επιστημονικής δραστηριότητας.»

- Burton, O. V. (2005). *American Digital History. Social Science Computer Review*, 23(2), 206-220

Η ψηφιακή ιστορία, παρακλάδι των ψηφιακών ανθρωπιστικών επιστημών¹⁰⁶, έχει σε γενικές γραμμές να κάνει με τη χρήση ψηφιακών μέσων για την επίτευξη ιστορικής ανάλυσης. Οι ρίζες της τοποθετούνται στις δεκαετίες 1960-1970 όπου εφαρμόστηκε η χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών για διεξαγωγή ποσοτικών αναλύσεων, δημογραφικών δεδομένων, απογραφών, επιστροφές εκλογών, καταλόγους πόλεων και άλλων μετρήσιμων δεδομένων με στόχο την παραγωγή αξιόπιστων ερευνητικών πορισμάτων (Crymble: 2021). Στη δεκαετία του 1990 παρατηρείται η κομβική σύζευξη της επιστήμης της ιστορίας με τις νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο (Βαλατσού, 2014: 49). Ταυτόχρονα κάνουν την εμφάνισή τους κέντρα/ινστιτούτα ψηφιακής ιστορίας όπως το Κέντρο Roy Rosenzweig για την Ιστορία και τα Νέα Μέσα (RRCHNM) στο Πανεπιστήμιο George Mason. Στα μέσα της δεκαετίας του 2000 ο ιστορικός Roy Rosenzweig δημοσιεύει μαζί με τον συνάδελφο του Daniel Cohen το *Digital History: A Guide to Gathering, Preserving and Presenting the Past on the Web*¹⁰⁷ όπου παρουσιάζουν μια επισκόπηση της ψηφιακής ιστορίας, ενώ ταυτόχρονα

¹⁰⁶ Ο όρος «ψηφιακές ανθρωπιστικές επιστήμες» (“digital humanities”) εμφανίστηκε για πρώτη φορά στον τόμο “A Companion to Digital Humanities” που επιμελήθηκαν το 2004 για τον εκδοτικό οίκο Blackwell οι Susan Schreibman, Ray Siemens και John Unsworth. <http://www.digitalhumanities.org/companion> (τελευταία πρόσβαση 11/9/25).

¹⁰⁷ Daniel J. Cohen και Roy Rosenzweig, *Digital History: A Guide to Gathering, Preserving and Presenting the Past on the Web*, Philadelphia, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 2005, ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 11/9/2025. <http://chnm.gmu.edu/digitalhistory/>.

υπερθεματίζουν τη χρήση ψηφιακών εργαλείων στην εργασία ενός ιστορικού ή αναλύουν τις προβληματικές όψεις αυτής της χρήσης.

Η Βαλατσού ξεχωρίζει τον ορισμό της ψηφιακής ιστορίας του William G. Thomas III στο «Interchange: The Promise of Digital History»: «Η ψηφιακή ιστορία είναι μια προσέγγιση στην εξέταση και την αναπαράσταση του παρελθόντος η οποία χρησιμοποιεί ως εργαλείο τις νέες τεχνολογίες επικοινωνίας του υπολογιστή, του διαδικτυακού δικτύου, και των λογισμικών συστημάτων. Σε ένα επίπεδο, η ψηφιακή ιστορία αποτελεί έναν ανοιχτό στίβο παραγωγής και κοινοποίησης της ακαδημαϊκής γνώσης, ο οποίος συμπεριλαμβάνει την ανάπτυξη νέου διδακτικού υλικού και ακαδημαϊκές συλλογές δεδομένων. Σε ένα άλλο επίπεδο, πρόκειται για μια μεθοδολογική προσέγγιση, η οποία πλαισιώνεται από την υπερκειμενική ικανότητα των νέων τεχνολογιών που τους επιτρέπει να παράγουν, να ορίζουν, να διερωτώνται και να επισημαίνουν συνδέσεις και συνάφειες στην καταγεγραμμένη ανθρώπινη ιστορία. Η ενασχόληση με την ψηφιακή ιστορία, λοιπόν, σημαίνει ότι δημιουργεί κανείς διά μέσου της τεχνολογίας ένα πλαίσιο αναφοράς, μια οντολογία, προκειμένου οι άνθρωποι να βιώσουν, να διαβάσουν και να παρακολουθήσουν μια επιχειρηματολογία για κάποιο ιστορικό πρόβλημα» (2014: 62-63).

Η παρούσα διδακτορική διατριβή δεν αποτελεί μια διατριβή για την ψηφιακή ιστορία αλλά ένα έργο που επιχειρεί την ανασύσταση μιας ψηφιακής ιστορίας του παρόντος και του πρόσφατου παρελθόντος της πλατφόρμας. Παραφράζοντας τον Thomas, η ενασχόλησή μου με την ψηφιακή ιστορία σημαίνει ότι δημιουργώ διαμέσου της τεχνολογίας ένα πλαίσιο αναφοράς, μια οντολογία, προκειμένου οι άνθρωποι να βιώσουν, να διαβάσουν και να παρακολουθήσουν μια επιχειρηματολογία για το ιστορικό πρόβλημα του χρόνου και της προσοχής στο ψηφιακό. Μέσω της έρευνάς μου, στοχεύω στην πρόκληση συζητήσεων στην εγχώρια κοινότητα ιστορικών που ασχολούνται με το ψηφιακό σχετικά με ζητήματα προσοχής και αντίληψης χρόνου στο ψηφιακό πεδίο.

Η ψηφιακή στροφή που συντελείται στην ακαδημαϊκή πειθαρχία της Ιστορίας δεν είναι αυτόφωτη. Η άνθηση των νέων τεχνολογιών και η εξάπλωση του διαδικτύου επιφέρουν ταχύτατες αλλαγές στο σύνολο των επιστημών τις τελευταίες δεκαετίες. Ακαδημαϊκές πειθαρχίες με διαφορετικά χαρακτηριστικά «επικοινωνούν» μεταξύ τους, αντλούν στοιχεία και μεθόδους η μια από την άλλη, αλληλοσυμπληρώνονται και παρουσιάζουν

συνάφειες. Ένα παράδειγμα ανοιχτού διαύλου επικοινωνίας που δημιουργείται από την κομβική σύγκλιση της επιστήμης με τις νέες τεχνολογίες είναι εκείνο της ψηφιακής ιστορίας και της ψηφιακής εθνογραφίας. Πρόκειται για δυο διαφορετικά παρακλάδια των ψηφιακών ανθρωπιστικών επιστημών με ξεχωριστή αφετηριακή στοχοθεσία και μεθοδολογία. Στην παρούσα διδακτορική διατριβή θα επιχειρήσω να συνθέσω έναν κοινό τόπο επικοινωνίας ψηφιακής ιστορίας και ψηφιακής εθνογραφίας μέσα από τις προτεινόμενες μεθοδολογικές συγκλίσεις/αλληλοπεριχωρήσεις. Μάλιστα, εάν θα έπρεπε, ευθύς εξαρχής, να κωδικοποιήσουμε τους βασικούς βηματισμούς των παραπάνω συγκλίσεων, θα προέκυπτε ένα σχήμα διαδοχικών μεταβάσεων: Από την συμμετοχική παρατήρηση στην εθνογραφία. Από την παρατηρητική συμμετοχή στην εθνογραφία. Από την ψηφιακή μετάβαση της παρατηρητικής συμμετοχής στην ψηφιακή εθνογραφία. Από την θεωρία της ιστορίας και την αφήγηση στον δίαυλο επικοινωνίας ψηφιακής εθνογραφίας και ψηφιακής ιστορίας μέσω της παρατηρητικής συμμετοχής.

Η ψηφιακή εθνογραφία περιλαμβάνει διάφορες κατηγορίες και επιμέρους υποπεδία προς μελέτη. Ενδεικτικά αναφέρω την εθνογραφία του διαδικτύου (D. Miller & Slater, 2001), την εθνογραφία του κυβερνοχώρου (Escobar, 1994), την ψηφιακή εθνογραφία (Murthy, 2008), την εθνογραφία των εικονικών κόσμων (Boellstorff et al. 2012). Αρχικά, το κομμάτι της ψηφιακής εθνογραφίας από το οποίο θα αντλήσω στοιχεία που θα χρησιμεύσουν στην έρευνά μου είναι εκείνο που αφορά στη μελέτη των κοινωνικών δικτύων. Σε προηγούμενο επεισόδιο της διδακτορικής μας διατριβής παραθέσαμε τον ορισμό των κοινωνικών δικτύων από τους Tuten και Solomon: «διαδικτυακά μέσα επικοινωνίας, μεταφοράς, συνεργασίας και καλλιέργειας μεταξύ διασυνδεδεμένων και δια-εξαρτώμενων δικτύων ανθρώπων, κοινοτήτων και οργανισμών που ενισχύονται από τεχνολογικές δυνατότητες και κινητικότητα» (2014, 4). Από τις ανωτέρω πτυχές του φαινομένου, θα σταθούμε στην έννοια της κοινότητας, που είναι κομβική για τους εθνογράφους.

Η «κοινότητα» υποδηλώνει ένα πυκνό δίκτυο διαπροσωπικών αλληλεπιδράσεων μεταξύ ατόμων που μοιράζονται την ίδια περιοχή καθώς και ένα σύνολο από αξίες (Muñiz & O'Guinn, 2001). Αν επιχειρήσουμε να μετατοπίσουμε την έννοια στο ψηφιακό πλαίσιο θα παρατηρήσουμε ότι ο διαδικτυακός κόσμος, όπως και ο εκτός σύνδεσης, συγκροτείται από κοινότητες, οι οποίες δεν είναι απλώς εικονικές οντότητες, αλλά αντιθέτως πραγματικοί και περίπλοκοι κοινωνικοί σχηματισμοί που έχουν

συγκεκριμένη επιρροή στη ζωή των συμμετεχόντων (Jones, 1995, Kavanaugh & Patterson 2001, Komito 1998). Η κοινότητα μετατρέπεται σε ψηφιακή κοινότητα και αποτελεί δομικό συστατικό στοιχείο των κοινωνικών δικτύων.

Σε αυτό το σημείο χρήζει ιδιαίτερης αναφοράς η συμμετοχή του ερευνητή σε μια κοινότητα. Όπως προανέφερα, αποτελώ ο ίδιος μέλος του BINTEO ΚΛΑΜΠ πολύ πριν ξεκινήσω την έρευνα ή σκεφτώ να ξεκινήσω την έρευνα. Η διαδικτυακή περσόνα/οντότητά μου συμμετέχει στην κοινότητα που επιχειρεί να μελετήσει και αποτέλεσμα αυτού είναι η διαμόρφωση μιας ορισμένης εμπειρίας. Εξυπακούεται ότι η εν λόγω συμμετοχή συνιστά σημείο αντιλεγόμενο για εκείνες τις μεθοδολογικές προσεγγίσεις που επιμένουν στην αξιολογική ουδετερότητα του παρατηρητή. Είναι δυνατόν να μελετά κανείς κάτι του οποίου είναι μέρος με ενεργό τρόπο; Πώς θα επιτευχθεί η «απρόσωπη και αντικειμενική» συλλογή στοιχείων, μακριά από τις διαπροσωπικές αποσπάσεις; Πώς θα διασφαλιστεί η εγκυρότητα της έρευνας χωρίς να επηρεαστεί από τις συνθήκες που επιφέρουν η συμμετοχή και η αλληλεπίδραση; Η απάντηση που θα επιχειρήσω να δώσω στα ερωτήματα δεν μπορεί παρά να εδράζεται στη θέση μου ως ερευνητή. Ποια είναι η θέση μου στο πεδίο; Από ποια πλευρά και οπτική προσεγγίζω τα ερωτήματα και την έρευνα;

Ο όρος συμμετοχική παρατήρηση αναφέρεται στην ανθρωπολογική μέθοδο εγκατάστασης σε ένα ορισμένο τόπο και μελέτης της μικροκλίμακας. Οι ερευνητές μετέχουν στην κοινωνική ζωή των πολιτισμών που μελετούν. Η αλληλεπίδραση που συντελείται οδηγεί σε ένα πρωτόγνωρο εμπειρικό βίωμα. «Ο τρόπος σκέψης για την συμμετοχή και την παρατήρηση που τοποθετεί την εμπειρία στο κέντρο της εθνογραφικής τεκμηρίωσης (documentation) ονομάζεται συμμετοχική παρατήρηση (observant participation). [...] Αυτή η διαδικασία αφορά το πώς η εμπειρία κάποιου διαμορφώνει την εικόνα του για τους άλλους» (Cambell & Lassiter, 2015: 64). Η συμμετοχική παρατήρηση αποτελεί μέθοδο που έχει ρίζες στην ανθρωπολογική σκέψη των αρχών του 20^{ου} αιώνα και συναντάται σε πληθώρα έργων μέχρι σήμερα (ενδεικτικά αναφέρω: Mead, 1928, Evans-Pritchard, 1940, Geertz, 2017, Clifford & Marcus, 2023). Άξιο αναφοράς αποτελεί το γεγονός της μεγάλης σε διάρκεια και ένταση συζήτησης που δημιουργήθηκε σχετικά με τις προβληματικές όψεις της συμμετοχικής παρατήρησης. Οι παραπάνω προβληματισμοί σχετικά με την εν λόγω εθνογραφική μέθοδο «άνθισαν» τις δεκαετίες του 1980 και του 1990. Σε αυτό το σημείο συντελείται μια «στροφή» στην εθνογραφική σκέψη:

«Πρόσφατα υπήρξε μια λεπτή αλλά βαθιά στροφή στην εθνογραφική μεθοδολογία, από την οξύμωρη έννοια της «συμμετοχικής παρατήρησης» προς την παρατήρηση της συμμετοχής. Κατά τη διάρκεια της συμμετοχικής παρατήρησης, οι εθνογράφοι κινούνται μπρος πίσω μεταξύ των συναισθηματικά εμπλεκόμενων συμμετεχόντων και των ψυχρά απαθών παρατηρητών της ζωής των άλλων. Αυτή η παράξενη διαδικασία δεν είναι μόνο συναισθηματικά ταραχώδης αλλά ηθικά ύποπτη, καθώς οι εθνογράφοι εγκαθιστούν προσεκτικά στενές ανθρώπινες σχέσεις και στη συνέχεια τις αποπροσωποποιούν – όλα, κατά ειρωνεία, στο όνομα των κοινωνικών ή ανθρωπιστικών επιστημών. Στην παρατήρηση της συμμετοχής, από την άλλη πλευρά, οι εθνογράφοι χρησιμοποιούν τις καθημερινές κοινωνικές τους δεξιότητες βιώνοντας και παρατηρώντας ταυτόχρονα τις αλληλεπιδράσεις των ίδιων και των άλλων μέσα σε διάφορα περιβάλλοντα. Αυτή η σημαντική αλλαγή στη διαδικασία οδήγησε σε έναν αναπαραστατικό μετασχηματισμό όπου, αντί της επιλογής μεταξύ της συγγραφής προσωπικών απομνημονευμάτων που απεικονίζουν τον Εαυτό (ή αλλιώς την παραγωγή μιας τυπικής εθνογραφικής μονογραφίας που απεικονίζει τον Άλλο), τόσο ο Εαυτός όσο και ο Άλλος παρουσιάζονται μαζί σε ένα ενιαίο πολυφωνικό κείμενο που εστιάζει στον χαρακτήρα και τη διαδικασία της ανθρώπινης συνάντησης».

Η μεθοδολογική μετατόπιση που διαπιστώνει η Tedlock στοχεύει στο να δοθεί έμφαση σε έναν «πιο ειλικρινή και ρεαλιστικό τρόπο να γίνεται δουλειά στο εθνογραφικό πεδίο» (Cambell & Lassiter, 2015: 65). Μέσω της παρατηρητικής συμμετοχής επιτυγχάνεται βαθύτερη κατανόηση μεταξύ ανθρώπων, κοινοτήτων και εμπειριών. Γεφυρώνεται το χάσμα μεταξύ αντικειμενικής και υποκειμενικής διάστασης στην έρευνα. Η Tedlock προτείνει ουσιαστικά μια εθνογραφία της αφήγησης (narrative) όπου οι σχέσεις που εξιστορούνται ενισχύουν το επιθυμητό επίπεδο κατανόησης του υποκειμένου προς μελέτη αλλά και του εαυτού. «Γράφουμε τί βιώνουμε και γράφουμε για το τί βιώνουμε στο πεδίο (“writing what we experience and writing about what we experience in the field”))» (Cambell & Lassiter, 2015: 66).

Πέραν, ωστόσο, της ανθρωπολογικής σκέψης, η ανάλυση των αφηγηματικών τεχνικών απασχόλησε εξίσου έντονα και την ιστορική. Ένα καίριο ερώτημα των σπουδών ιστορίας αφορά στους τρόπους με τους οποίους αναπαρίσταται το πραγματικό. Επιχειρώντας να προσεγγίσει το ερώτημα, ο Αμερικανός θεωρητικός της ιστορίας Hayden White προτείνει την τεχνική της αφήγησης (narrative) ως μέθοδο ανάλυσης. Εστιάζει στη βαρύτητα της ιστορικής γραφής σε σχέση με την εμπειρία της πραγματικότητας. Για τον White υπάρχει ισχυρή εξάρτηση ανάμεσα στην αφήγηση και το νόημα. Γι’ αυτό το λόγο θεωρεί κομβική την επιρροή της λογοτεχνικής γραφής στην ιστορική γραφή. Ενδιαφέρεται για έναν τρόπο ιστορικής αφήγησης που είναι αφηγηματοποιημένος (“narrativized”) και τον θεωρεί ως ενδεδειγμένο ώστε να μελετήσει κανείς το παρελθόν. Το παρελθόν για τον White είναι άμορφο. Σε αυτό το σημείο η συμβολή του ιστορικού μπορεί να είναι η εξιστόρησή του μέσω της αφήγησης. Με άλλα λόγια, το παρελθόν σμιλεύεται, σχηματοποιείται, κατασκευάζεται σε μια φόρμα ικανή να του δώσει νόημα και χαρακτηριστικά. «Δεν μπορεί κανείς να

ιστοριοποιήσει (historicize) αν δεν αφηγηματοποιήσει (narrativize)» (Roth, 2014: xvii). Ο Roth υποστηρίζει ότι για τον White η αφηγηματοποίηση είναι ο μόνος τρόπος ώστε η σειρά των γεγονότων να μετατραπεί σε ακολουθία (2014, xviii). Επιπροσθέτως, ο White θεωρεί αδιαχώριστες τις διαδικασίες ερευνητικής εργασίας και καταγραφής των ευρημάτων. Αναφέρει ρητά ότι ο ιστορικός οφείλει να αποτινάξει από τη μεθοδολογία του μια αυστηρή χρονική ακολουθία ερευνητικής εργασίας (White, 2014). Συνήθως ο ιστορικός διεξάγει την έρευνα στο πεδίο και ύστερα καταγράφει τα δεδομένα και τα ευρήματα. Για τον White, η σύνθεση της έρευνας και της καταγραφής είναι πρώιμοι και αδιαχώριστοι χαρακτήρα. Συντελείται νωρίτερα, τη στιγμή της σύλληψης του θέματος προς μελέτη. Η προσέγγισή του τονίζει το στοιχείο της αφηγηματικότητας και της ενεργού διάδρασης του ερευνητή με τα υποκείμενα και την εκάστοτε θεματική. Με αυτόν τον τρόπο ο ερευνητής αποφεύγει να μελετήσει κάτι που «είναι εκεί» αλλά ερευνά κάτι «που η παρουσία και δράση του έχουν συνδιαμορφώσει».

Επιχειρώντας έναν υβριδικό συγκερασμό της αφηγηματικής εθνογραφίας της Tedlock και της αφήγησης ως πηγής νοήματος του White, προτείνω μια έρευνα για την ψηφιακή κοινότητα «BINTEO ΚΛΑΜΠ» που χαρακτηρίζεται από τα πρότυπα σκέψης της «Ψηφιακής Μεθόδου». Η κοινότητα που μελετώ αποτελεί έναν περίπλοκο και σύνθετο οργανισμό που επηρεάζει το ίδιο το μέσο και τον ερευνητή. Οι «Ψηφιακές Μέθοδοι» καλούν τους ερευνητές να ακολουθούν το μέσο, δηλαδή να εξετάζουν το διαδίκτυο όχι τόσο ως αντικείμενο μελέτης, όσο ως πηγή νέων μεθόδων και γλωσσών για την κατανόηση της σύγχρονης κοινωνίας (Rogers, 2013). Επιχειρώ να εξετάσω νέες γλώσσες και μεθόδους που εμφανίζονται σε μια ψηφιακή κοινότητα, κώδικες επικοινωνίας, σημεία σύγκλισης και απόκλισης. Εφαρμόζω τα ερευνητικά ερωτήματα στην ψηφιακή πλατφόρμα μελετώντας τις τροπικότητες του μέσου και όχι το ίδιο το μέσο. Παρατηρώ, καταγράφω, σημειώνω, συγκρίνω, επανεξετάζω το περιεχόμενο της ψηφιακής κοινότητας στην πλατφόρμα με γνώμονα τα ερωτήματα σχετικά με το χρόνο και την προσοχή στο ψηφιακό. Αν για την εθνογράφο ήταν σημαντική μια «εθνογραφία για το διαδίκτυο παρά μια εθνογραφία του διαδικτύου» (Hine, 2015), για έναν ιστορικό του ψηφιακού είναι αντιστοίχως καίρια μια ψηφιακή παρατηρητική συμμετοχή για την πλατφόρμα παρά μια ψηφιακή παρατηρητική συμμετοχή της πλατφόρμας.

Εκκινώντας συνεπώς από μια μεθοδολογική πρόταση που συνενώνει συγκεκριμένες εθνογραφικές μεθοδολογίες με τη θεωρία της ιστορίας προς μια αφηγηματική οπτική

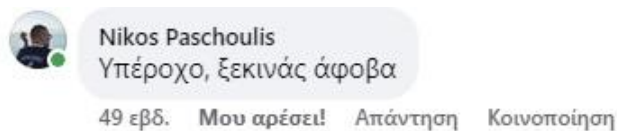
έρευνας, επιχειρώ να μετατοπίσω την προαναφερθείσα σύγκλιση στο ψηφιακό πεδίο. Αντιμετωπίζω το BINTEO ΚΛΑΜΠ ως ψηφιακή κοινότητα. Προτείνω, δε, την συνάντηση της ψηφιακής εθνογραφίας και της θεωρίας της ιστορίας μέσω της παρατηρητικής συμμετοχής και της αφηγηματικής εμπλοκής του ιστορικού στο πεδίο, ως την βασική μεθοδολογική επιλογή για μια κριτική κατανόηση της συγκεκριμένης κοινότητας.

Επιχειρώντας να απαντήσω στο κομβικό προαναφερθέν ερώτημα σχετικά με τη θέση του ερευνητή στο πεδίο, η δική μου θέση είναι σύνθετη και συνάμα ξεκάθαρη. Αποτελώ μέλος του BINTEO ΚΛΑΜΠ και είμαι φαν της ποπ κουλτούρας. Στη διάρκεια της εκπόνησης της διδακτορικής διατριβής προστίθεται στις παραπάνω ιδιότητες κι εκείνη του ερευνητή. Παρόλο που η οπτική αλλάζει, η ταυτότητα του φαν παραμένει διακριτή. Αποτελώ φαν και ερευνητή του πεδίου. Παρακολουθώ τις ψηφιακές αναρτήσεις ως ένα υποκείμενο, τα ερευνητικά ενδιαφέροντα του οποίου συγκλίνουν με τις προσωπικές επιθυμίες περί ποπ κουλτούρας. Παρόλο που η έμφαση είναι πλέον στην έρευνα, σε καμιά στιγμή η ιδιότητα του φαν δεν έχει αποτιναχτεί από πάνω μου. Η ιδιότητα αυτή μοιάζει να έχει περάσει σε δεύτερη μοίρα αλλά δεν έχει ανασταλεί. Με αυτή την οπτική προσέρχομαι στη διεξαγωγή της έρευνας μέσω της παρατηρησιακής συμμετοχής. Πώς εξελίσσεται ωστόσο στην πράξη η συγκεκριμένη εκδοχή εμπλοκής του ερευνητή στο πεδίο;



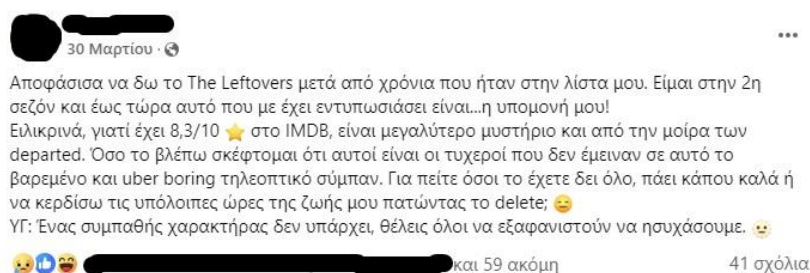
Εικόνα 17. Στιγμιότυπο οθόνης από το BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Στο συγκεκριμένο στιγμιότυπο οθόνης, το μέλος της κοινότητας επιθυμεί να συλλέξει απόψεις για την τηλεοπτική σειρά “The Americans”. Ένα από τα 42 σχόλια είναι το δικό μου:

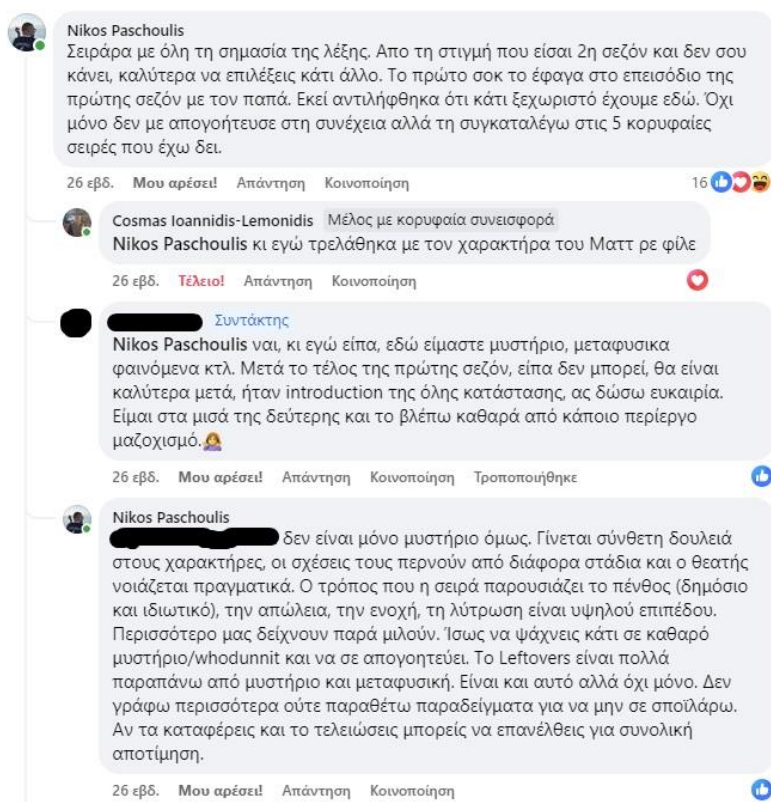


Εικόνα 18. Στιγμιότυπο οθόνης από το BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Το παραπάνω παράδειγμα αποτελεί ένα τυπικό τρόπο εμπλοκής στην κοινότητα ενός ερευνητή που έχει ακόμα μέσα του την ιδιότητα του φαν και απαντά ως τέτοιος. Στο ίδιο μήκος κύματος είναι και το επόμενο παράδειγμα:



Εικόνα 19. Στιγμιότυπο οθόνης από το BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/25).



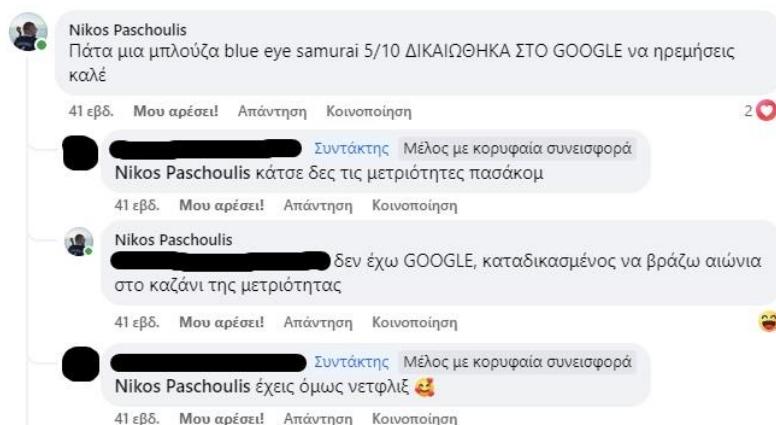
Εικόνα 20. Στιγμιότυπο οθόνης από συζήτηση σχετικά με την σειρά "The Leftovers" στο BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Εδώ έχουμε μια παρόμοια με το πρώτο παράδειγμα περίπτωση όπου κάποιο μέλος ρωτάει σχετικά με μια τηλεοπτική σειρά και απαντώ. Η διαφορά είναι ότι η απάντηση πυροδοτεί ένα διάλογο με το άτομο που κάνει τη δημοσίευση και ωθεί ένα διαφορετικό μέλος σε παρέμβαση.

Η επικοινωνία μεταξύ μελών της κοινότητας δεν εξαντλείται σε ερωταπαντήσεις και πληροφόρηση σχετικά με προϊόντα της ποπ κουλτούρας. Σε κάποιες περιπτώσεις η εμπλοκή με την κοινότητα ενδέχεται να δημιουργεί διαφωνίες.



Εικόνα 21. Στιγμιότυπο οθόνης από το BİNTEO ΚΛΑΜΠ σχετικά με την σειρά της Netflix “Blue Eye Samurai” (τελευταία πρόσβαση 29/09/2025).



Εικόνα 22. Στιγμιότυπο οθόνης από το BINTEO KLAMPI (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Μια δημοσίευση ενδέχεται να έχει ως στόχο την πρόκληση αντίδρασης από τα μέλη της κοινότητας. Στη συνέχεια, ο ερευνητής επιλέγει να τοποθετηθεί με ειρωνικό ύφος στη δημοσίευση. Η κατάληξη είναι μια σύντομη στιχομυθία μεταξύ εμού και του μέλους που προέβη στη δημοσίευση όπου κυριαρχεί το αίσθημα της ειρωνείας και της υποτίμησης. Δυο άνθρωποι που δεν γνωρίζονται, αντιπαρατίθενται σχετικά με προϊόντα της ποπ κουλτούρας. Η διαφωνία έχει να κάνει με το ποιος παρακολουθεί ποιοτικότερη τηλεόραση. Όπως θα δούμε παρακάτω, μια βασική προέκταση της ποπ κουλτούρας είναι η ταύτιση των υποκειμένων με τα προϊόντα προς κατανάλωση. Ο εκατέρωθεν ειρωνικός τόνος εδράζεται στην τάση των μελών να υπερασπίζονται αυτά που βλέπουν επειδή βαθιά μέσα τους πιστεύουν ότι «είναι ό,τι βλέπουν».

Μέσω των παραδειγμάτων που παρουσίασα, παρακολουθήσαμε μια αφήγηση όπου η ταυτότητα του φαν φαντάζει ακόμα διακριτή από εκείνη του ερευνητή. Σε αυτό το κομμάτι του υποκεφαλαίου θα παραθέσω ενδεικτικά παραδείγματα παρατηρησιακής συμμετοχής όπου ο ερευνητής παρεμβαίνει στα τεκταινόμενα της κοινότητας που αφορούν άμεσα το πεδίο μελέτης της παρούσης διδακτορικής διατριβής.

6 Οκτωβρίου 2021 · 🌐

Αξίζει βρε παιδιάς?



Εικόνα 23. Στιγμιότυπο οθόνης από το BINTEO ΚΛΑΜΠ όπου μέλος της κοινότητας ρωτά αν η σειρά *Midnight Mass* αξίζει (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Μέλος του γκρουπ ρωτά σχετικά με την αξία του *Midnight Mass*. Απαντώ σύντομα με θετικό τόνο:



Nikos Paschoulis
Αξίζει φουλ

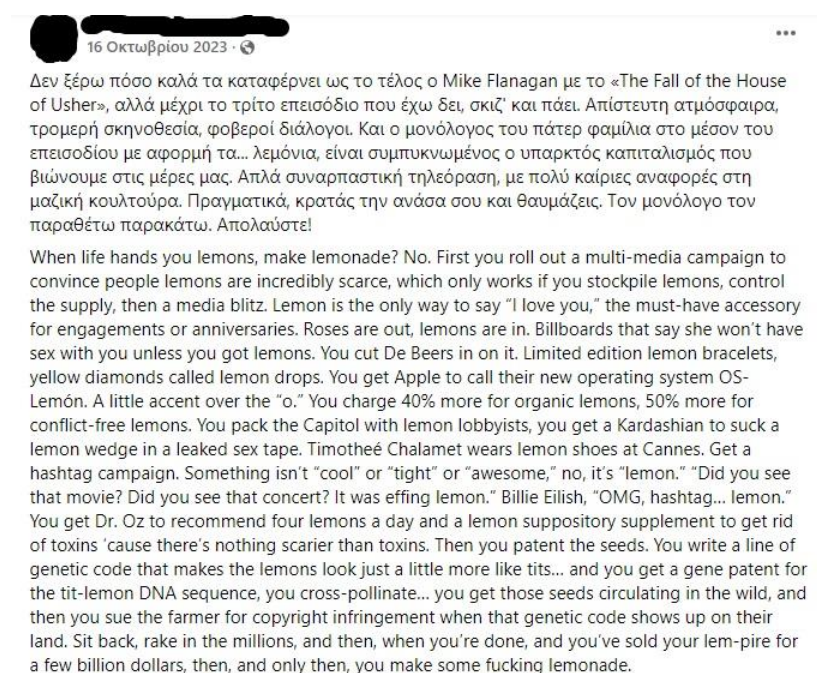
2 χρ. Μου αρέσει! Απάντηση Κοινοποίηση 4 👍 😄

Εικόνα 24. Στιγμιότυπο οθόνης από το BINTEO ΚΛΑΜΠ όπου δίνω σύντομη και ξεκαθαρή απάντηση στο ερώτημα που βασανίζει το μέλος της κοινότητας (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Ο ερευνητής, συνεπώς, εκκινεί από μια θερμή δήλωση ευαρέσκειας. Σπεύδει να προτείνει την σειρά σε ανθρώπους που δεν την έχουν δει. Το σχόλιό του λαμβάνει τρία

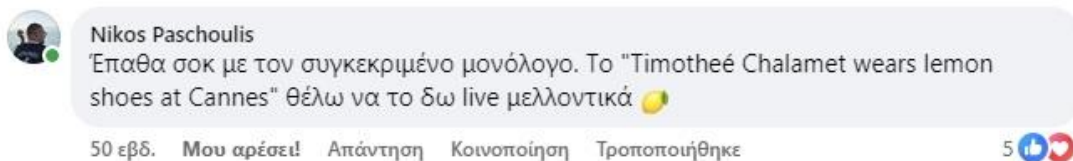
like και ένα emoji¹⁰⁸ από μέλη που το πρόσεξαν. Το emoji είναι το πρόσωπο που γελά. Το εύλογο συμπέρασμα είναι ότι το άτομο που αντέδρασε με το συγκεκριμένο emoji διαφωνεί με το σχόλιο του. Κάποιος ο οποίος έχει αρνητικά συναισθήματα για την σειρά, χρησιμοποιεί το emoji ως ειρωνική αντίδραση στην επιδοκιμασία της.

Ακολούθως, ο ερευνητής σχολιάζει σε δημοσίευση σχετικά με την σειρά “The Fall of the House of Usher” του Mike Flanagan. Επικροτεί τον συγκεκριμένο μονόλογο και συμπληρώνει το σχόλιο με μια δόση χιούμορ για όσους/όσες έχουν δει το συγκεκριμένο επεισόδιο:



Εικόνα 25. Στιγμιότυπο οθόνης από το BİNTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

¹⁰⁸ Ο ορισμός του emoji σύμφωνα με το λεξικό του Cambridge: «μια ψηφιακή εικόνα που προστίθεται σε ένα μήνυμα στην ηλεκτρονική επικοινωνία προκειμένου να εκφράσει μια συγκεκριμένη ιδέα ή συναισθήμα». <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/emoji> (τελευταία πρόσβαση 7/10/2024).



Εικόνα 26. Στιγμιότυπο οθόνης από το BINTEO ΚΛΑΜΠ όπου απαντώ στην παραπάνω δημοσίευση(τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Τόσο στα πρώτα όσο και στα δεύτερα παραδείγματα (εικόνες 23-26) το κομμάτι της παρατήρησης συνυπάρχει με εκείνο της συμμετοχής, η ταυτότητα του φαν εμπεριέχεται στον ερευνητικό χαρακτήρα του υποκειμένου. Η συνύπαρξη αυτή αποτελεί μια μεθοδολογική επιλογή που προκρίνεται, διότι η εργασία μου αφορά ένα πεδίο που και το ίδιο συγκροτείται αφηγηματικά από διαρκείς εναλλαγές στους αφηγηματικούς ρόλους (σχολιαστής/σχολιαζόμενος, προτείνων/κρινόμενος). Σε ένα πεδίο που η μία και μοναδική, «καθαρή» αφηγηματική θέση είναι μια οριστικά απωλεσθείσα πολυτέλεια. Σε ένα πεδίο που οι αφηγηματικοί ρόλοι που αναλαμβάνονται είναι εναλλασσόμενοι, ασταθείς, ουδέποτε a priori ή δεδομένοι.

Στο επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μου θα παρουσιάσω αναλυτικά το πεδίο και τους ανθρώπους που φροντίζουν για την σταθερή ψηφιακή του παρουσία.

Επεισόδιο 5

Γεννηθήτω «BINTEO ΚΛΑΜΠ»: Η μορφή και τα χαρακτηριστικά μιας ψηφιακής κοινότητας

«Οι κοινότητες του δικτύου διαμορφώνουν νέες μορφές κοινωνικής αλληλεπίδρασης που υπερβαίνουν τα παραδοσιακά όρια και καθιστούν δυνατή τη συλλογική δράση εξ αποστάσεως.»

- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.

Προσέγγισα μεθοδολογικά και ερευνητικά το BINTEO ΚΛΑΜΠ σε δυο επίπεδα. Πρώτον, παρακολούθησα δημοσιεύσεις μελών της ομάδας σε συνάρτηση με τις έννοιες του χρόνου και της προσοχής σχετικά με τις τηλεοπτικές σειρές που με απασχολούν στη διδακτορική διατριβή μου. Η έρευνά μου επιχείρησε να ανασυγκροτήσει την αίσθηση των μελών του γκρουπ για το χρόνο και την προσοχή μέσω των σχολίων και των δημοσιεύσεών τους. Μέσω της μεθόδου της παρατηρητικής συμμετοχής συνέλεξα χρήσιμες πληροφορίες που θα παρουσιάσω σε επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μου. Σε δεύτερο επίπεδο επιχείρησα να πάρω συνεντεύξεις από ανθρώπους που έχουν ενεργό ρόλο στο γκρουπ. Η στοχοθεσία πίσω από αυτή την ενέργεια αφορά στην ανίχνευση της αντίληψης για το χρόνο και τη προσοχή από τους ίδιους τους ανθρώπους που καθιστούν το γκρουπ λειτουργικό. Όπως θα επιχειρήσω να δείξω στη συνέχεια, πρόκειται επί της ουσίας για δυο κανάλια χρόνου που τέμνονται, απέχουν, λειτουργούν παράλληλα, αυτονομούνται και αλληλεπιδρούν. Οι χρόνοι της ψηφιακότητας επανακαθορίζονται με δυναμικό τρόπο από ένα δίπολο χρονικότητας που αποδομείται εν τη γενέσει του και ισχυροποιείται τη στιγμή της αντίληψης του.

Στο συγκεκριμένο επεισόδιο, ο αναγνώστης θα έρθει σε επαφή με την ψηφιακή κοινότητα BINTEO ΚΛΑΜΠ του Facebook, μαθαίνοντας πληροφορίες από τις συνεντεύξεις με τους ανθρώπους που κατέχουν θέσεις ευθύνης στην ομάδα. Συνομίλησα με τον Αλέξανδρο Παπαγεωργίου (διαχειριστή του BINTEO ΚΛΑΜΠ και κριτικό κινηματογράφου στο Luben), την Ελένη Πέπα (συντονίστρια του BINTEO ΚΛΑΜΠ) και τον Κοσμά Ιωαννίδη – Λεμονίδη (μέλος του BINTEO ΚΛΑΜΠ). Η

συνέντευξη με την Ελένη και τον Κοσμά είναι κοινή και έλαβε χώρα στις 21/01/2024. Η συνέντευξη με τον Αλέξανδρο πραγματοποιήθηκε αυτόνομα στις 07/02/2024. Η βασική διαφορά των συνεντεύξεων μεταξύ τους έγκειται στη διαφοροποίηση στο κομμάτι των ερωτήσεων. Αυτό συμβαίνει επειδή οι ρόλοι είναι διαφορετικοί. Ο Αλέξανδρος αποτελεί διαχειριστή του BINTEO ΚΛΑΜΠ και τον άνθρωπο που είχε την ιδέα για τη δημιουργία του. Η Ελένη και ο Κοσμάς μπήκαν στην κοινότητα σε διαφορετικές στιγμές και με διαφορετικούς ρόλους. Από τη στιγμή που διαφέρουν οι ρόλοι και οι χρόνοι συμμετοχής, επιλέγω να ρωτήσω διαφορετικά πράγματα τον καθένα τους. Σε αυτό το σημείο θα αναρωτηθεί ο αναγνώστης για ποιο λόγο δεν διενεργήθηκαν ξεχωριστές συνεντεύξεις με τον Κοσμά και την Ελένη. Η Ελένη είναι συντονίστρια της κοινότητας και ο Κοσμάς μέλος. Διαφορετικοί ρόλοι ισοδυναμούν με διαφορετική στοχοθεσία ερωτημάτων. Παρόλα αυτά, επέλεξα να είναι κοινή η συνέντευξή τους επειδή τα συγκεκριμένα άτομα διατηρούν φιλικές σχέσεις. Λογάριασα ως θετικό το στοιχείο της οικειότητας ώστε να παραχθεί ένα αυθόρμητο και ειλικρινές πεδίο συζήτησης. Επίσης, η κοινή συνέντευξη παρουσιάζει το ενδιαφέρον των διαφορετικών απαντήσεων στην ίδια ερώτηση ή τα συμπληρωματικά σχόλια σε αυτές.

Είναι όλες οι ερωτήσεις διαφορετικές; Η πλειοψηφία των ερωτήσεων διαφέρει. Οι εναρκτήριες τρεις είναι κοινές. Πραγματοποίησα τις ίδιες εισαγωγικές ερωτήσεις ώστε να γνωρίσω καλύτερα τους ανθρώπους από τους οποίους αντλώ πληροφορίες. Επιπροσθέτως, το βασικό κοινό στοιχείο των συνεντεύξεων είναι ότι χαρακτηρίζονται ως ημιδομημένες.¹⁰⁹ Περιέχουν μια αλληλουχία ερωτήσεων που δεν τηρήθηκε κατά γράμμα και κατά περιεχόμενο. Κάποιες ερωτήσεις δεν έγιναν ποτέ. Άλλες διατυπώθηκαν διαφορετικά από το γραπτό αποτύπωμά τους. Σε κάποιες δόθηκε παραπάνω έμφαση ή εμφανίστηκε η ανάγκη για διευκρινίσεις και περαιτέρω εξηγήσεις. Η επιλογή σχετικά με ημιδομημένες συνεντεύξεις λειτούργησε θετικά σε δύο επίπεδα. Από τη μία, έδωσε στον ερευνητή τη δυνατότητα να αναπτύξει μεγαλύτερη οικειότητα με τα άτομα που συμμετείχαν στη συζήτηση. Αφαιρώντας το αυστηρό πλαίσιο των ερωταπαντήσεων, δημιούργησα μια πιο ευέλικτη συνθήκη διαλόγου και άντλησα περισσότερες του αναμενομένου πληροφορίες για τα θέματα που με απασχόλησαν. Από την άλλη, αφήνοντας την κουβέντα να ακολουθήσει μια πορεία δίχως να

¹⁰⁹ Βλέπε Glesne, C. (2016). *Becoming qualitative researchers: An introduction*. Pearson. New Jersey., Flick, U. (2018). *Designing qualitative research*. SAGE publications., Bernard, H. R. (2017). *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches*. Bloomsbury Publishing PLC.

κατευθύνω την προσοχή σε συγκεκριμένα ερωτήματα, κατόρθωσα να αποκτήσω πληροφορίες για ζητήματα τα οποία στο στάδιο δημιουργίας των ερωτήσεων, δεν είχα φανταστεί ότι θα αποδεικνύονταν τόσο κομβικά. Κοντολογίς, η ίδια η διαδικασία φανέρωσε το τί ήταν πραγματικά επείγον, αναγκαίο, σημαντικό ή απαραίτητο για τη συγκεκριμένη ψηφιακή έρευνα.

Η ερευνητική κατεύθυνση των συζητήσεων με τα προαναφερθέντα άτομα έγκειται στο να σχηματιστεί μια πληρέστερη εικόνα για το συγκεκριμένο ψηφιακό γκρουπ και τις λειτουργίες του, να παρουσιαστούν πληροφορίες και γεγονότα που συντελούνται στο παρασκήνιο και να φωτιστούν ενδεχομένως αθέατες πλευρές της ομάδας ώστε να παραχθούν χρήσιμα συμπεράσματα μελέτης. Επιπροσθέτως, έχει ιδιαίτερη σημασία να ακουστεί η φωνή των ανθρώπων πίσω από το γκρουπ. Τι πιστεύουν για την ομάδα οι άνθρωποι πίσω από την ομάδα; Ποια ήταν η κατάσταση στο γκρουπ πριν από τέσσερα χρόνια και τι έχει αλλάξει σε μεγάλο βαθμό στην παροντική φυσιογνωμία του;

Η περιγραφή του BINTEO ΚΛΑΜΠ όπως αναγράφεται στην αρχική σελίδα της κοινότητας είναι η εξής: «το Community Board του Nerdcult. Links, αρθράκια, βίντεο, σχόλια, ειδήσεις και μπινελίκια για σειρές, games, ταινίες, βιβλία, κόμικ και οτιδήποτε σχετικό.» Το Nerdcult αποτελεί ενημερωτικό ιστότοπο¹¹⁰ που συνεργάζεται στενά με το Luben¹¹¹ και δραστηριοποιείται στο χώρο των τεχνών και της ψυχαγωγίας. Η περιγραφή στη σελίδα του στο Facebook αναφέρεται σε «οτιδήποτε είναι απολύτως αναγκαίο για τις ταινίες, τις σειρές, τα games, τα comics, τα βιβλία, τη μουσική και την ποπ κουλτούρα εν γένει.» Η εν λόγω ομάδα δημιουργήθηκε στις 9 Αυγούστου 2017 ως παρακλάδι του Nerdcult και σε αρχικό στάδιο βρισκόταν σε αχρηστία. Η εκδοχή του BINTEO ΚΛΑΜΠ όπως τη γνωρίζουμε σήμερα σχηματοποιήθηκε στις 5 Απριλίου 2020. Αριθμεί 84.677 μέλη (τελευταία καταμέτρηση στις 30/01/2024).

Ο Αλέξανδρος αναφέρεται στο ξεκίνημα του γκρουπ:

«Όταν δημιουργήσαμε το Nerdcult ως το pop culture τμήμα του Luben, είπαμε να φτιάξουμε ένα Facebook γκρουπ. Ήταν τα Facebook groups τότε πολύ στην ακμή τους και ακόμα είναι δηλαδή. Γκρουπ τύπου Τσίλι Καφενείο, Thank You Next κλπ, ήταν η εποχή που ξεκινούσαν να ανεβαίνουν πολύ τα facebook groups. Ήταν και η καραντίνα που ο κόσμος ήταν κλεισμένος σπίτι και έψαχνε διασκεδαστικά πράγματα να κάνει στο internet και να ξεχαστεί. Το φτιάξαμε σαν Nerdcult. Δικιά μου ιδέα ήταν. Εγώ

¹¹⁰https://luben.tv/nerdcult?fbclid=IwAR08XHtbZH7KLsumI1xmRQtbpAqmSabrIOEK2wK9Xw1unu2S_Urn65CEnZ8

¹¹¹ Ψυχαγωγικός ιστότοπος που φέτος συμπλήρωσε δέκα χρόνια διαδικτυακής παρουσίας και είναι γνωστός για τα χιουμοριστικά βίντεο που δημιουργεί (<https://luben.tv/>).

είπα να φτιάξουμε ένα γκρουπ σαν Nerdcult που να σχετίζεται με τη σελίδα και να είναι κάπως αυτόνομο.»

Όπως σημείωσα σε προηγούμενο επεισόδιο της τρέχουσας σεζόν της διδακτορικής διατριβής μου, η πανδημική συνθήκη του εγκλεισμού και της απομόνωσης γέννησε επιτακτικές ανάγκες ψηφιακής επέκτασης και συμμετοχικότητας. Ιστοτόποι δημιουργούσαν ιστοτόπους-παρακλάδια, εταιρείες εκμεταλλεύονταν εφαρμογές, κοινότητες ξεπηδούσαν με συχνότητα στα κοινωνικά δίκτυα. Αρχικά, ο ιστότοπος επεκτάθηκε στο κοινωνικό δίκτυο επειδή, όπως μας ανέφερε ο Αλέξανδρος, «ο κόσμος ήταν κλεισμένος σπίτι και έψαχνε διασκεδαστικά πράγματα να κάνει στο internet». Η πανδημία της Covid-19 δημιούργησε για τις πλατφόρμες χώρο και χρόνο προς εκμετάλλευση. Ο εγκλεισμός άνοιξε μια πρωτοφανή βεντάλια δυνατοτήτων διασκέδασης, άμεσα συνυφασμένης με την ψηφιακή πραγματικότητα. Υπήρξε ένα μεγάλο μερίδιο ανθρώπων που αποζητούσε ένα γοητευτικό τρόπο συμφιλίωσης με την απομόνωση. Ο ανεκμετάλλευτος ψηφιακός χώρος προς διεκδίκηση από την πλατφόρμα ήρθε για να συμπληρώσει αυτό το κενό. Η «μετατόπιση» του ενδιαφέροντος από πλευράς Nerdcult για μια ψηφιακή ομάδα στο ακμάζον Facebook αποτέλεσε μια πρόταση διασκέδασης που βασίζεται στην οικειότητα. Η πλειοψηφία των χρηστών του Facebook γνώριζε τις λειτουργίες του. Η συμμετοχή στο BINTEO ΚΛΑΜΠ δεν απαιτούσε καινούριες ψηφιακές δεξιότητες από τα μέλη. Τουναντίον, προσκάλεσε το χρήστη με το προϋπάρχον σετ δεξιοτήτων και ενδιαφερόντων να αποτελέσει μέρος μιας ψηφιακής κοινότητας για την ποπ κουλτούρα. Πρόκειται για μια απάντηση στον εγκλεισμό. Μια διαφορετική πρόταση τόνωσης της αίσθησης του ανήκειν. Η «έκρηξη» των Facebook groups και η περίπτωση του BINTEO ΚΛΑΜΠ αποτέλεσαν παράγοντες που συνεισέφεραν στη διαμόρφωση ενός κοινού ψηφιακού χώρου μέσα σε μια οικεία ψηφιακή πλατφόρμα όπου εκπληρώνονταν οι ανάγκες αλληλεπίδρασης, διαδραστικότητας και συμμετοχής σε βάθος χρόνου.

Ο Αλέξανδρος ως διαχειριστής και η Ελένη ως συντονίστρια κατέχουν διαφορετικούς ρόλους στο BINTEO ΚΛΑΜΠ που οφείλουν να αλληλοσυμπληρώνονται με στόχο την εύρυθμη λειτουργία της ομάδας. Ο ρόλος του Αλέξανδρου έχει διττό χαρακτήρα. Ο διαχειριστής από τη μία ευθύνεται για την επιβίωση της ομάδας στο ψηφιακό συγκείμενο και από την άλλη είναι επιφορτισμένος με τη δημιουργία και διατήρηση της κατεύθυνσης που θα πάρει η ομάδα σε σχέση με τις θεματικές, το ύφος, το αισθητικό κομμάτι:

«Ο βασικός ρόλος του admin είναι αφενός να έχει κατά νου την υγεία του γκρουπ με όρους facebook guidelines¹¹², να κοιτάει αν το γκρουπ εναρμονίζεται με αυτό που ορίζει το facebook ως guideline για να συνεχίσει να υπάρχει. Ο βασικός κίνδυνος που αντιμετωπίζει ένα γκρουπ είναι να σταματήσει να υπάρχει. Είναι πολύ αυστηρό το πλαίσιο, σε ρίχνει για ψύλλου πήδημα το facebook, είναι όντως κάτι επίφοβο. Το δεύτερο είναι να κοιτάζει ο admin να προσανατολίζεται, να έχει ένα συγκεκριμένο vibe, μια ατμόσφαιρα και μια συγκεκριμένη κουλτούρα το γκρουπ. Δηλαδή να ορίσει λίγο προς τα πού θέλει να πηγαίνει το γκρουπ, τι επιτρέπεται και τι όχι, ποιες συζητήσεις είναι ok, ποιες συμπεριφορές είναι ok, ένα πιο curating¹¹³ πράγμα. Όχι προφανώς μονόδρομα. Αμφίδρομα πάντα επειδή προφανώς το διαμορφώνουν οι χρήστες όσο μεγαλώνει.»

Η ιδέα για τον χρήστη που κατέχει σημαντικό μερίδιο ευθύνης στην κατεύθυνση που θα πάρει η κοινότητα έχει τις ρίζες της σε αναλύσεις προηγούμενων δεκαετιών. Οι Ritzer and Jurgenson (2010) ονομάζουν αυτά τα άτομα “pro-sumers”¹¹⁴. Αναφέρονται στο άτομο που χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα και δεν είναι απλά χρήστης αλλά διαμορφώνει περιεχόμενο. Ο “pro-sumer” παράγει, σχολιάζει, κοινοποιεί. Κατέχει κεντρικό ρόλο στη συν-διαμόρφωση της φυσιογνωμίας της πλατφόρμας. Επιπροσθέτως, για τον Bruns (2007) ο χρήστης που συμμετέχει στην παραγωγική διαδικασία μετασχηματίζεται σε “produser”¹¹⁵, το άτομο δηλαδή που αναμειγνύεται στη διαδικασία του “produsage”. «Produsage είναι ο τύπος της δημιουργίας περιεχομένου που καθοδηγείται από το χρήστη και πραγματοποιείται σε μια ποικιλία από ηλεκτρονικά περιβάλλοντα, το λογισμικό ανοιχτού κώδικα και τη μπλογκόσφαιρα» (Bruns 2007: 6). Τέλος, ο Dan Harries ονομάζει τον αναδυόμενο τρόπο θέασης ως “viewsing”. Και εξηγεί την σημασία του:

«Η εμπειρία των μέσων με έναν τρόπο που ενσωματώνει αποτελεσματικά τις δραστηριότητες τόσο της θέασης (viewing) όσο και της χρήσης (using), όπως η συμμετοχή σε μια διαδικτυακή δημοσκοπήση σε πραγματικό χρόνο που επηρεάζει άμεσα μια ζωντανή ροή βίντεο. Οι “viewers” είναι οι νέοι συνδεδεμένοι καταναλωτές που βρίσκουν την ευχαρίστηση της ψυχαγωγίας σε πολλαπλές ταυτόχρονες εκτελέσεις ενεργειών (multitasking) που προωθούνται μέσω των οθονών του υπολογιστή και της τηλεόρασης. Με άλλα λόγια, η αξία της ψυχαγωγίας δεν μετριέται μόνο από αυτά που βλέπουν και ακούν, αλλά και από αυτά που κάνουν και με τους τρόπους από τους οποίους οι δραστηριότητές τους έχουν άμεσο αντίκτυπο σε μια αναπτυσσόμενη αφήγηση» (2002: 172).

¹¹² Κανόνες της κοινότητας του Facebook.

¹¹³ Ενν. να έχει εποπτεία και έναν φροντιστικό ρόλο.

¹¹⁴ Λογοπαίγνιο που στοχεύει στην ανάδειξη της υβριδικότητας του χρήστη. Ο τελευταίος δεν αποτελεί απλά ένα καταναλωτή της πλατφόρμας αλλά συμβάλει δυναμικά στην παραγωγή και δημιουργία περιεχομένου.

¹¹⁵ Λογοπαίγνιο που στηρίζεται στην πρόσμιξη των εννοιών παραγωγής και κατανάλωσης/χρήσης. Νοηματικά παρουσιάζει ομοιότητες με την έννοια του “pro-sumer”, αναφέρεται δηλαδή στο χρήστη που παράγει και διαμορφώνει.

Αντιμετωπίζω τα μέλη του BINTEO ΚΛΑΜΠ ως “pro-sumers”, “producers” και “viewers”, μέλη μιας κοινότητας ενός κοινωνικού δικτύου που έχουν ενεργό ρόλο στη σχηματοποίηση του και κομβικό χαρακτήρα στην ανάπτυξη των μεταξύ τους σχέσεων. Από αυτό το σημείο του κειμένου και εξής θα χρησιμοποιώ τον όρο “viewers” όταν προτίθεται να αναφέρομαι στο νέο τύπο θεατή. Ο Κοσμάς αποτελεί ένα από τα παλιότερα μέλη της κοινότητας και αναφέρει σχετικά με τις σχέσεις μεταξύ των μελών της:

«Δεν είναι μόνο αυτό που ζεις εκεί, είναι ο άνθρωποι που γνωρίζεις. Αν δεν είναι όλο αυτό το δίκτυο ανθρώπων που έχω επαφή μαζί τους, το να ανεβάσω κάτι και να μου γράψουν ‘χαχαχα’ δεν έχει νόημα. Μπορούμε και χωρίς αυτό.»

Οι σχέσεις που σμιλεύονται σε μια πολυπληθή κοινότητα όπως το BINTEO ΚΛΑΜΠ έχουν μεγαλύτερη σημασία για κάποια μέλη από την ψηφιακή επιβεβαίωση. Επιπλέον, η δυναμική παρουσία των μελών επηρεάζει τις συνθήκες παρατηρησιακής συμμετοχής για τον ερευνητή. Σε αντίθεση με ένα μέλος μιας κοινότητας που αρκείται να παρακολουθεί με παθητική διάθεση το περιεχόμενο αυτής, οι “viewers” παράγουν υλικό με συχνότητα, κοινοποιούν και σχολιάζουν, επεξεργάζονται φωτογραφίες και memes, απαντούν σε ερωτήσεις μελών, διορθώνουν αστοχίες σε δημοσιεύσεις, παραπονιούνται, διαφωνούν, συμμετέχουν σε ψηφοφορίες. Ούτως ειπείν, δημιουργούν μια συνθήκη επισταμένης ενασχόλησης με την πλατφόρμα, από τη συνθετότητα της οποίας επηρεάζεται και ο ίδιος ο ερευνητής. Με αυτόν τον τρόπο, ο ιστορικός που ασχολείται με το ψηφιακό αναστοχάζεται πάνω στην εμπειρία που δημιουργείται από την αλληλεπίδρασή του με μια δυναμική κοινότητα που έχει συνδιαμορφωτικό χαρακτήρα. Η συγκεκριμένη αλληλεπίδραση αφορά ανθρώπους που συζητούν με άλλους μπροστά σε μια οθόνη. Σε αυτό ακριβώς το σημείο συγκροτείται η προσοχή τους (computational attention). Το BINTEO ΚΛΑΜΠ αποτελεί επί της ουσίας μια κοινότητα χρόνου (temporal community). Κοινότητα μέσα στην οποία το ένχρονο βίωμα διαμορφώνεται και σχηματοποιείται από την αλληλεπίδραση των χρηστών.

Στη συνέχεια, η Ελένη αναφέρεται στον ελεγκτικό ρόλο της συντονίστριας του BINTEO ΚΛΑΜΠ που χαρακτηρίζεται από κάποιες σταθερές ενώ παράλληλα τονίζεται το υποκειμενικό στοιχείο.

«Καταρχάς “κόβω” πράγματα που ξέρω ότι τα έχουν ξαναποστάρει. Είτε ίδια είτε τρομερά παρόμοια. [...] Επίσης, κόβω πράγματα που έχουν να κάνουν με αυτοδιαφήμιση στην ομάδα οπότε αν κάποιος ποστάρει άρθρα από site που είναι δικά του, θα του τα κόψω ή αν κάποιος ποστάρει post από άλλες

ομάδες για να προωθήσει τη δική του δουλειά, θα τα κόψω. Αν κάποιος ποστάρει για event στο χώρο του θα το κόψω. Επίσης θα κόψω πολύ χαζά κατά τη γνώμη μου memes. Μπορεί κάποιος άλλος να τα δει και να πεθάνει στο γέλιο. Εκεί μπαίνει και το υποκειμενικό στοιχείο.»

Της ζητάω να μου αναφέρει ένα πρόσφατο παράδειγμα των υποκειμενικών επιλογών που ενδέχεται να κληθεί να κάνει η συντονίστρια. Η Ελένη μπαίνει στην πλατφόρμα και προχωρά σε μια live επίδειξη:

«Ανοίγω τώρα μπροστά μου το πάνελ των εγκρίσεων και έχει μόνο δύο, κάποιος μήκε προφανώς και ενέκρινε ή διέγραψε. Το πρώτο είναι ένα post που ρωτάει ποιο είναι το καλύτερο revenge movie¹¹⁶ και το δεύτερο είναι απλώς μια σκηνή από το ‘Parasite’¹¹⁷ χωρίς σχόλιο, χωρίς τίποτα. Απλώς τρία καρτέ. Φυσικά θα κοπεί το ποστ. Κάποιος άλλος moderator μπορεί να σκεφτεί ότι δεν πηγαίνει κόντρα στους κανόνες της ομάδας, άρα γιατί να το κόψω κιόλας; Εγώ όμως θα το κόψω.»

Η μεθοδολογική προσέγγιση που ακολουθώ στην έρευνά μου είναι η παρατηρητική συμμετοχή, η οποία συνεπικουρείται από το κομμάτι των συζητήσεων με τους ανθρώπους που ευθύνονται για τη λειτουργία της ψηφιακής κοινότητας. Σε αυτό το σημείο της συνέντευξης, η μεθοδολογική επιλογή της παρατηρητικής συμμετοχής αποκτά νέα διάσταση. Η οπτική μου ως ερευνητή του BINTEO ΚΛΑΜΠ (όπως θα δείξω σε επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής μου διατριβής) αφορά στην παρατήρηση των δημοσιεύσεων στην ομάδα, τα σχόλια, τις συζητήσεις, τα memes. Η συνέντευξη με την Ελένη εμφάνισε ένα αθέατο μέχρι πρότινος κομμάτι: παρατηρητική συμμετοχή «πίσω από την κουρτίνα», πίσω από τα τεκταινόμενα. Η αφήγηση της Ελένης σχετικά με το πάνελ των εγκρίσεων με οδήγησε σε ένα χώρο ψηφιακής παρατήρησης μη προσβάσιμο. Είναι αδύνατο να ανιχνευθεί το συγκεκριμένο τμήμα από τον ερευνητή καθώς λειτουργεί αποκλειστικά για τους συντονιστές/τις συντονίστριες της κοινότητας. Το παράδειγμα υποκειμενικής επιλογής που χρησιμοποίησε η Ελένη φανέρωσε έναν ψηφιακό τόπο έρευνας που έχει κομβικό ρόλο στη φυσιογνωμία της ομάδας. Πρόκειται για τον χώρο έγκρισης των δημοσιεύσεων, τον παρασκηνακό τόπο διαμόρφωσης της ροής του BINTEO ΚΛΑΜΠ. Μέσω της συνέντευξης, ο ερευνητής οδηγείται αφηγηματικά σε έναν μη τόπο ψηφιακού πλούτου πληροφορίας. Το πάνελ των εγκρίσεων αποτελεί χώρο επιλογής για τους υπεύθυνους της κοινότητας και τόπο διαμόρφωσης της φυσιογνωμίας της. Η αποδοχή των δημοσιεύσεων δημιουργεί ένα ορισμένο ύψος για την κοινότητα. Συνεπώς δεν είναι μόνο τα μέλη που

¹¹⁶ Ταινία εκδίκησης.

¹¹⁷ Ταινία του 2019 σε σκηνοθεσία Bong Joon Ho, βραβευμένη με το Όσκαρ Καλύτερης Ταινίας και τον Χρυσό Φοίνικα στο Φεστιβάλ των Καννών.

χαρακτηρίζονται από υβριδικότητα και δυναμική παρουσία, αλλά και οι συντονιστές/διαχειριστές.

Εξαιρώντας το υποκειμενικό στοιχείο στην επιλογή του εκάστοτε συντονιστή, το έργο του αποκτά δυσκολίες εξαιτίας των περιορισμένων δυνατοτήτων που παρέχει το Facebook σχετικά με το εγχείρημα της διασταύρωσης πληροφοριών. Η Ελένη εξηγεί:

«Το αρχείο δραστηριοτήτων που έχει το Facebook είναι πολύ δύσκληστο. Υπάρχουν φορές που θα μου στείλει κάποιος και θα με ρωτήσει γιατί έφαγε ban¹¹⁸ ή γιατί έφαγε mute¹¹⁹ και θα πάω στο αρχείο δραστηριοτήτων καλοπροαίρετα για να του απαντήσω, γιατί άνθρωποι είμαστε μπορεί να έχουμε μπανάρει κάποιον επειδή έριξε ένα γαμωσταυρίδι και να είχε δίκιο που το έριξε, αλλά είδαμε το γαμωσταυρίδι και τον μπανάρουμε επειδή δεν γίνεται να μιλάμε έτσι, θα μας διώξει το Facebook. Οπότε πάω και αναζητώ στο αρχείο δραστηριοτήτων και δεν μου το βγάζει ενώ κανονικά υποτίθεται ότι σου εμφανίζει το σχόλιο το οποίο παρείχε αφορμή για το ban. Δηλαδή το Facebook είναι πάρα πολύ δύσκληστο σε αυτό το κομμάτι της αναζήτησης δραστηριότητας.»

Το Facebook εμφανίζει σημαντικές ελλείψεις στο κομμάτι της αναζήτησης της παρελθούσας δραστηριότητας των χρηστών. Οι αρχειακές λειτουργίες του δεν ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των συντονιστών της κοινότητας. Αυτό το γεγονός δυσχεραίνει τη διαχείριση από πλευράς τους και αποτρέπει την κοινότητα από το να παρουσιάζει εύρυθμη λειτουργία.

Το BINTEO ΚΛΑΜΠ είναι πεδίο συμμετοχής, αλληλεπίδρασης και διαδραστικότητας για τα μέλη σε βάθος χρόνου. Το BINTEO ΚΛΑΜΠ αποτελεί στον πυρήνα του έναν χώρο οικειότητας και πιθανότητας. Εκεί που θεωρεί κανείς ότι έχει αποκωδικοποιήσει πλήρως τις λειτουργίες του, θα εμφανιστεί κάτι νέο που θα προσφέρει το στοιχείο της έκπληξης και ενδεχομένως θα ωθήσει τον μελετητή να αναστοχαστεί πάνω στα τα όρια της ομάδας και τις μεθοδολογικές αντοχές της δικής του έρευνας. Για παράδειγμα, μια συχνή πρακτική που κάνει την εμφάνισή της στο γκρουπ είναι η δημιουργία memes που συναρθρώνουν κάποια ενδεχόμενη πολιτική ή κοινωνική εξέλιξη με το πεδίο της ποπ κουλτούρας. Αρκετές φορές ορισμένα από αυτά θα αναπαραχθούν σε άλλες σελίδες ή προφίλ ατόμων στον ψηφιακό χώρο. Τα memes συνυπάρχουν με πιο σοβαρές

¹¹⁸ Η Ελένη αναφέρεται στον ψηφιακό αποκλεισμό που ενδέχεται να υποστεί κάποιο μέλος μιας διαδικτυακής κοινότητας.

¹¹⁹ Η Ελένη αναφέρεται στην πρακτική της σίγασης για κάποιο μέλος της κοινότητας. Δεν διαγράφεται αλλά εισέρχεται σε ένα καθεστώς σιωπής όπου παρακολουθεί κανονικά τη ροή της κοινότητας αλλά δεν είναι σε θέση να δημοσιεύσει ή σχολιάσει. Η πρακτική του mute μετατρέπει τον ενεργό “viewer” σε παθητικό θεατή.

συζητήσεις που λαμβάνουν χώρα στο γκρουπ, δημιουργώντας ένα ετερόκλητο υφολογικά μίγμα διαθέσεων. Ο Αλέξανδρος αναφέρει:

«Αυτό που μου αρέσει πιο πολύ είναι η πολύ χαλαρή διάκριση μεταξύ σοβαρών και ασόβαρων συζητήσεων. Μεταξύ μιας σοβαρής ανάλυσης για μια ταινία ή σειρά και μεταξύ shitposting,¹²⁰ memes. Αυτό μου αρέσει πολύ. Συνήθως αυτά είναι διαχωρισμένα. Είναι κάποια γκρουπ που είναι μόνο trashίλα, shitposting, μαλακία του internet και άλλα γκρουπ που είναι πιο σοβαρά, σινεφίλ κλπ. Το BINTEO ΚΛΑΜΠ έχει και τα δύο και αυτό μου φαίνεται ως το πιο ενδιαφέρον σαν κοινότητα».



Εικόνα 27. Meme από το BINTEO ΚΛΑΜΠ που απεικονίζει την ηθοποιό Emma Stone και τον σκηνοθέτη Γιώργο Λάνθιμο να παρακολουθούν αγώνα μπάσκετ. Η λεζάντα αναφέρεται στον προπονητή της ομάδας μπάσκετ του

¹²⁰ Ο Αλέξανδρος αναφέρεται σε δημοσιεύσεις στο διαδίκτυο (όπως ένα σχόλιο, βίντεο ή meme) που είναι σκόπιμα παράλογες, προκλητικές ή προσβλητικές. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/shitpost> (τελευταία πρόσβαση 29/09/2024).

Ολυμπιακού Γιώργο Μπαρτζώκα και την προσφιλή του συνήθεια να βρίζει χυδαία τους παίκτες του κατά τη διάρκεια των αγώνων. Το meme επιχειρεί μια πρόσμειξη του καλλιτεχνικού κόσμου με εκείνον του αθλητισμού. Τέλος, σημειώνεται ότι η εμφάνιση των Λάνθιμου/Stone στο Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας για να παρακολουθήσουν αγώνα μπάσκετ του Ολυμπιακού δημιούργησε ένα «τυφώνα» memes (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Κοντολογίς, πέρα από φιλόξενο χώρο συζητήσεων και προβληματισμού, θα έλεγε κανείς ότι το BINTEO ΚΛΑΜΠ αποτελεί δυναμικό πεδίο δημιουργίας και διαμοιρασμού χιουμοριστικού περιεχομένου από τα μέλη. Η τάση των μελών να δημιουργούν και να διαμοιράζονται -συχνά χιουμοριστικό- περιεχόμενο είναι αυξητική τα τελευταία χρόνια. Η Ελένη προσθέτει:

Ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των post πλέον είναι απλά memes ή ειδήσεις που αναπαράγονται ενώ όταν θυμάμαι που ήμασταν αρκετά λιγότεροι, δηλαδή κάτω από 25.000, η πλειοψηφία των post ήταν πρόταση για ταινία ή σειρά. Σαφέστατα υπήρχαν και τα memes αλλά δεν ήταν αυτή η πλειοψηφία. Ενώ αν μπούσαμε τώρα στο πάνελ και μετρήσω θα δω 15 post προς έγκριση, εκ των οποίων τα 10 είναι απλά meme.

Η μιμιαδική διάχυση που λαμβάνει χώρα στην κοινότητα σημειώνεται ως ένα εκ των βασικών χαρακτηριστικών της φυσιογνωμίας της ομάδας, ως τάση του παρόντος και ως αναγκαία πληροφορία για τον αναγνώστη που αγνοεί τις συνθήκες που επικρατούν στο BINTEO ΚΛΑΜΠ. Υπενθυμίζω ότι το BINTEO ΚΛΑΜΠ αποτελεί επί της ουσίας μια κοινότητα του ψηφιακού, τα μέλη της οποίας παθιάζονται, ασχολούνται και συζητούν για διάφορες εκφάνσεις της «ποπ κουλτούρας»¹²¹. Ο τρόπος με τον οποίο η κοινότητα αντικατοπτρίζει εκφάνσεις της ποπ κουλτούρας είναι διττός. Υπάρχει η πλατφορμική διάσταση και η πολιτισμική. Ο Αλέξανδρος εξηγεί:

«Ο πλατφορμικός/αλγοριθμικός τρόπος είναι ότι το facebook προωθεί τα facebook groups. Άρα αυτό τα κάνει μοιραία όλο και πιο μεγάλα, πιο αντιπροσωπευτικά, πιο engaging¹²². Πράγματα που μοιάζουν να είναι δική σου βούληση και αυτόνομη απόφαση στην πραγματικότητα είναι engineering¹²³ που κάνει ο ίδιος ο αλγόριθμος για να τα εμφανίσει συχνότερα, να σε ωθεί να συμμετέχεις. Άρα είναι σαν να ανατιμά. [...] Στο πολιτισμικό επίπεδο νομίζω ότι αντικατοπτρίζει, όπως το βλέπω εγώ από τα πρώτα δείγματα που έχουμε στο ελληνικό ίντερνετ, την κρίση που έχει η παραδοσιακή μορφή των culture media, ότι είναι από τη μία ο κριτικός και από την άλλη είναι και το κοινό. [...] Μπαίνουν στην ίδια αρένα των likes και των reactions και ο καθένας είναι κριτικός και κοινό μαζί, είναι εστιασμένο και συγκεντρωμένο

¹²¹ Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να οριστεί η «ποπ κουλτούρα» (Strinati 2004). Στην παρούσα διδακτορική διατριβή ο όρος αντικατοπτρίζει πολιτισμικά προϊόντα που καταναλώνονται μαζικά από υποκείμενα των οποίων οι χαρακτήρες και συμπεριφορές επηρεάζονται από αυτά (McGaha 2015).

¹²² Ασχολία, εμπλοκή, συμπερίληψη.

¹²³ Μηχανικοποιημένα, λειτουργίες που άπτονται στη μηχανική του αλγορίθμου.

σε ένα σημείο και αυτό από μόνο του νομίζω δείχνει πιο πολλά από το αν έγιναν memes για το Barbenheimer¹²⁴ που ήταν παντού και είχε γεμίσει το internet.»

Η πλατφορμική διάσταση επηρεάζει σημαντικά τη ροή της ομάδας. Το παράδειγμα με τα meme που εμφανίζονται όλο και πιο συχνά φανερώνει μια αυξανόμενη τάση δημιουργίας τους. Το μέλος της κοινότητας ωθείται σε συμμετοχή στην αλυσίδα παραγωγής meme εξαιτίας της αλγοριθμικής αναπαραγωγής και κοινοποίησης τους. Ο χρήστης παρακολουθεί τη μιμιδιακή διάχυση στην κοινότητα και επιθυμεί να γίνει μέρος της. Η τελευταία εικόνα αποτελεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα μιμητικής διαδικασίας μελών, κοινοτήτων και δικτύων, το οποίο θα τύχει πραγμάτευσης σε επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής μου διατριβής όπου θα εστιάσουμε στην οικονομία της προσοχής και την μιμητική προσέγγιση της Terranova. Επίσης, η πολιτισμική διάσταση καταργεί τον βασικό διαχωρισμό κοινού – κριτικών. Τα μέλη του BINTEO ΚΛΑΜΠ αποτελούν κοινό και κριτικούς μαζί. Η ταυτότητα τους είναι υβριδική και ο ρόλος διττός.

Εν κατακλείδι, το BINTEO ΚΛΑΜΠ αποτελεί μια ψηφιακή κοινότητα, τα μέλη της οποίας δεν έχουν σταθερούς ρόλους, συγκεκριμένες ταυτότητες και οριοθετημένες αρμοδιότητες. Η υβριδικότητα είναι εμφανής από το αδιαχώριστο του διπλού κοινού-κριτικών μέχρι την έννοια του “viewer” που εγκαθιδρύει μια ταυτότητα μέλους κοινότητας η οποία δίνει έμφαση στην παραγωγή, την δημιουργία και την συνδιαμόρφωση. Επίσης, οι διαχειριστές/συντονιστές έχουν συγκεκριμένα καθήκοντα ώστε να τηρηθεί η εύρυθμη λειτουργία της κοινότητας. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο καλούνται αρκετές φορές να πάρουν ιδιαίτερες, υποκειμενικές αποφάσεις πέρα από τον κανόνα. Σε αυτή την ψηφιακή κοινότητα που ασχολείται με διαφορετικές εκφάνσεις της pop κουλτούρας, παρατηρώ πολλαπλές ένθετες χρονικότητες που διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην αντίληψη των ίδιων των υποκειμένων για το ψηφιακό περιβάλλον, τις κοινωνικές σχέσεις που αναπτύσσονται και τη θέση τους σε αυτό. Πώς συντελούνται οι διεκδικήσεις χρόνου και προσοχής στο BINTEO ΚΛΑΜΠ;

¹²⁴ Το Barbenheimer είναι γλωσσική πρόσμιξη και αναφέρεται στο πολιτιστικό φαινόμενο που προηγήθηκε της ταυτόχρονης κυκλοφορίας δύο ταινιών στις κινηματογραφικές αίθουσες, Barbie της Warner Bros. Pictures και Oppenheimer της Universal Pictures, στις 21 Ιουλίου 2023. Περισσότερα για το Barbenheimer εδώ: <https://www.bbc.com/culture/article/20230720-what-does-barbenheimer-really-mean-for-hollywood> (τελευταία πρόσβαση 23/9/2024).

Επεισόδιο 6

Το «BINTEO ΚΛΑΜΠ» ως ψηφιακό σώμα εγγραφής χρόνου

«Η συλλογική μνήμη είναι δυναμική και ρευστή, αναπροσαρμόζεται διαρκώς υπό το πρίσμα των σύγχρονων προκλήσεων και κοινωνικών απαιτήσεων.»

- Rigney, A. (2012). *The Afterlives of Walter Scott: Memory on the Move*. Oxford University Press.

Εκτός από καθρέφτη της ποπ κουλτούρας, στην παρούσα έρευνα αντιλαμβάνομαι το BINTEO ΚΛΑΜΠ ως ένα συλλογικό ψηφιακό σώμα του οποίου τα μέλη διεκδικούν προσοχή και κατ' επέκταση διεκδικούν χρόνο. Η ψηφιακή παρουσία των ανθρώπων πίσω από το BINTEO ΚΛΑΜΠ καθορίζεται άμεσα από την αντίληψή τους για το χρόνο και τη διαχείριση των παραμέτρων του. Η Ελένη, ο Κοσμάς και ο Αλέξανδρος διαθέτουν χρόνο, δημιουργούν χρόνο και προβληματίζονται σχετικά με το χρόνο στο BINTEO ΚΛΑΜΠ με βάση τα ακόλουθα δυο στοιχεία: την επανάληψη και την ποιότητα.

Οι συγκεκριμένες έννοιες αφορούν στην αλληλεπίδραση με ίδια ή παρόμοια πράγματα καθώς και στη συμμετοχή σε οτιδήποτε ενδέχεται να βγάλει ένα νόημα για εκείνους. Πρόκειται για έννοιες που συχνά επικαλύπτονται ενώ άλλες φορές είναι μη επαπτόμενες. Η επανάληψη και η ποιότητα αποτελούν τα ιδιαίτερα στοιχεία της βιωμένης εμπειρίας ενός κομματιού της συλλογικότητας του BINTEO ΚΛΑΜΠ. Στο σημείο αυτό, μάλιστα, θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε πως οι συγκεκριμένες έννοιες εγγράφονται κι ανακαλούν μια ξεχωριστή «δομή της αίσθησης» (structure of feeling). Η συγκεκριμένη έννοια προτάθηκε από τον θεωρητικό της κουλτούρας Raymond Williams και, όπως σημειώνει ο ιστορικός Μ. Μπιλάλης αφορά «τα στοιχεία που αναδύονται σε συνάρτηση με τις θεσμικές και ιδεολογικές διευθετήσεις της αντίστοιχης εποχής και ενσταλάζονται στο πεδίο της εμπειρίας με έναν μοναδικό ιστορικά τρόπο. Δύσκολα αποδίδονται μέσα από συστήματα εκφοράς, ενώ δεν μεταβιβάζονται όταν καταλύεται η συγκεκριμένη ιδεολογική και θεσμική διευθέτηση, εντός της οποίας αναδύθηκαν» (2015: 45). Ο Μπιλάλης καταπιάνεται με τη μελέτη της ιστορικής κουλτούρας στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία του 20ού αιώνα και των

πρώτων χρόνων της επόμενης όπου επιχειρεί να διερευνήσει τις μεταλλάξεις του ιστορικού χρόνου και (επανα)νοηματοδότησης του παρελθόντος εκ μέρους της ελληνικής κοινωνίας (2015). Στο συγκεκριμένο έργο του ο Μπιλάλης δανείζεται το σχήμα του Williams για τη μεταβολή της δομής της αίσθησης του χρόνου και το γειώνει στη σύγχυση που δημιουργείται ανάμεσα στην αντίληψη για το παρόν και το παρελθόν.

Αν επιχειρήσουμε να μετατοπίσουμε το σχήμα της δομής της αίσθησης του χρόνου στη συζήτηση για το BINTEO ΚΛΑΜΠ, θα διαπιστώσουμε ότι οι μεταβολές λαμβάνουν χώρα/κατανέμονται σε ένα δίπολο παρόν-παρελθόν, όπου το παρόν συσχετίζεται με την επαναληπτικότητα, ενώ το παρελθόν παραπέμπει στην υψηλότερη ποιοτική στάθμη («λίγοι και καλοί»). Πιο συγκεκριμένα, η δομή της αίσθησης εντός της οποίας λειτουργούν τα συγκεκριμένα υποκείμενα της ψηφιακότητας τους οδηγεί να κατανοούν το παρόν ως ένα βασανιστικό μόρφωμα εξαιτίας κυρίως των διαρκών και εν πολλοίς κουραστικών επαναλήψεων. Για τον Κοσμά οι συζητήσεις της ομάδας στα πρώτα της χρόνια είχαν περισσότερο νόημα, βάθος και χρησιμότητα. Για εκείνον, το παροντικό επίπεδο διαλόγου είναι προβληματικό:

«Έχω κουραστεί ο ίδιος να κάνω post από εκεί που έκανα πιο συχνά, εννοώ κάτι ουσιαστικό. Όντως βλέπω ότι όχι μόνο έχει αλλάξει το επίπεδο αλλά δεν ενδιαφέρονται. Ξεκινάς μια κουβέντα και δεν προχωράει πολύ, να πεις κάτι ουσιαστικό. Ας πούμε για τον Oppenheimer για παράδειγμα δεν είδα πολλά σχόλια για το ιδεολογικό κομμάτι της ταινίας. Είδα κυρίως σχόλια όπως ωραία φωτογραφία, ωραία σκηνικά, ωραία μουσική. Πας να πεις κάτι πιο ουσιαστικό για το τί έχει γίνει στην ιστορία και δεν ενδιαφέρονται, δεν υπήρχαν απαντήσεις, έχει μείνει το point¹²⁵ και κρέμεται.»

Ομοίως για την Ελένη, η τρέχουσα εικόνα του BINTEO ΚΛΑΜΠ «στεγάζεται» στην αρνητικά φορτισμένη έννοια της επανάληψης:

«Καταρχάς κόβω πράγματα που ξέρω ότι τα έχουν ξαναποστέλει. Είτε ίδια είτε τρομερά παρόμοια. Δηλαδή μια είδηση θα ποσταριστεί μια φορά πχ πέθανε ο τάδε ή το τρέιλερ της τάδε ταινίας. Αποφεύγουμε τα επαναλαμβανόμενα. [...] Κάποιες φορές κάποια πράγματα γίνονται τάση, γίνεται ένα τεράστιο μπουμ και βλέπεις τακτικά δεκάδες post με το ίδιο περιεχόμενο οπότε από ένα σημείο και μετά οι mods θεωρούμε ότι ήρθε η ώρα να κόβουμε post με αυτό το περιεχόμενο.»

Σύμφωνα με το σκεπτικό της, η επανάληψη μειώνει το χρόνο διάδρασης με την ομάδα. Είναι αποτρεπτική, αποσχιστική και υπολειπτική. Η Ελένη θα αφιέρωνε περισσότερο χρόνο στο γκρουπ αν μειωνόταν το ποσοστό επανάληψης δημοσιεύσεων, memes και σχολίων.

¹²⁵ Ενν. επιχείρημα.

«Παλαιότερα μπορεί να αφιέρωνα πάνω από μιάμιση ώρα την ημέρα σε ζητήματα που αφορούσαν την ομάδα. Ωστόσο αυτό έχει μειωθεί χαλαρά στο μισό και γιατί έχουμε και ζωή και γιατί πλέον δεν μου κάνει τόσο έκπληξη, δηλαδή υπάρχει μια ομοιομορφία, μπαίνω στο πάνελ των εγκρίσεων και βλέπω πράγματα που με ενδιαφέρουν απολύτως καθόλου, βλέπω πράγματα τα οποία δεν θέλουν και πολλή προσπάθεια για να γίνουν οπότε ναι, περνάω λιγότερο χρόνο απ' ό,τι παλαιότερα.»

Η αντίληψή της για το χρόνο όπως και εκείνη του Κοσμά, τους οδηγεί να κατανοούν, τελικά, τη σύγχρονη εκδοχή του BINTEO ΚΛΑΜΠ ως ένα «ασφυκτικό» ψηφιακό πλαίσιο που βρίθει επαναλήψεων και υστερεί σε ποιότητα, με αποτέλεσμα να μειώνεται η αλληλεπίδρασή τους με τον συγκεκριμένο χώρο. Απέναντι σε αυτό το βασανιστικό παρόν διακρίνουν ένα πιο «αγνό» και ποιοτικό ψηφιακό παρελθόν. Το βίωμα του χρόνου που παράγεται από την ενασχόληση με την ψηφιακή αυτή ομάδα δεν είναι ενιαίο, παράγει νέες εσωτερικές αντιφάσεις μέσα από τις οποίες οι έννοιες του παρόντος αλλά και του παρελθόντος ανανοηματοδοτούνται από την αρχή. Η εξιστόρηση της εμπειρίας τους στην κοινότητα μπορεί να ιδωθεί υπό ένα πρίσμα «βασανιστικού παρόντος – λυτρωτικού παρελθόντος», η αντανάκλαση του οποίου φέρνει στο προσκήνιο την έννοια της νοσταλγίας.

Ο όρος νοσταλγία επινοήθηκε από τον Ελβετό γιατρό Johannes Hofer στο “Dissertatio Medica de Nostalgia oder Heimweh” που παρουσιάστηκε στη Βασιλεία στις 22 Ιουνίου του 1688 και αναφέρεται στους Ελβετούς μισθοφόρους που πολεμούσαν μακριά από την πατρίδα για λογαριασμό Ευρωπαίων μοναρχών. Εκεί ο Hofer περιγράφει «την κατάσταση ηθικής παρακμής που προκύπτει από έναν αναγκαστικό χωρισμό, όταν ένα άτομο διχάζεται από το κοινωνικό και γεωγραφικό περιβάλλον της παιδικής και νεανικής του ηλικίας» (Fuentenebro de Diego & Valiente Ots, 2014: 405). Για τον Hofer η νοσταλγία αποτελεί εγκεφαλική νόσο (cerebral disease) με συμπτώματα όπως «σκέψη για το σπίτι, κρίσεις κλάματος, άγχος, αίσθημα παλμών, ανορεξία και αϋπνία».¹²⁶ Η βιβλιογραφική επισκόπηση σχετικά με τον όρο νοσταλγία φανερώνει μια ισχυρή σύνδεση με την ψυχολογική διάσταση και σε αρκετές περιπτώσεις λογίζεται ως ιατρική κατάσταση. Η ίδια η ρίζα της λέξης δημιουργεί τις πρωταρχικές συνδέσεις με τον ψυχολογικό παράγοντα. Το πρώτο συνθετικό αναφέρεται στην ομηρική λέξη «νόστος» που σημαίνει επαναπατρισμός και προέρχεται από το ρήμα νέομαι (επιστρέφω). Το δεύτερο συνθετικό είναι η λέξη «άλγος» που μεταφράζεται ως

¹²⁶ <https://www.bps.org.uk/psychologist/nostalgia-cowbells-meaning-life>. Το άρθρο “Nostalgia - from cowbells to the meaning of life” των Tim Wildschut, Constantine Sedikides and Clay Routledge επιχειρεί μια ιστορική επισκόπηση της νοσταλγίας από την οπτική της ψυχολογίας.

ψυχικός πόνος. Άρα, σε πρώτο επίπεδο, ως νοσταλγία θα ορίζαμε τον ψυχικό πόνο της προσμονής για την επιστροφή στην πατρίδα. Σε δεύτερο επίπεδο και σε συνάρτηση με τις ψυχολογικές συνδηλώσεις του όρου, αναφέρουμε ότι η λαχτάρα για την επιστροφή στο σπίτι και το πάθος για την επανεπίσκεψη σε ένα παρελθόν που χάθηκε αντικατοπτρίζονται στις συναισθηματικές προσλήψεις του ατόμου, σε λειτουργίες του εγκεφάλου, σε ερεθίσματα που ενεργοποιούν το θυμικό.

Στην παρούσα διδακτορική διατριβή επιλέγω μια απόκλιση από την επικρατούσα αντίληψη για τη νοσταλγία ως έννοια ιατρικοποιημένη και άμεσα συνυφασμένη με την ψυχολογία. Αντλώντας από το έργο της θεωρητικού του πολιτισμού Svetlana Boym αντιμετωπίζω τη νοσταλγία όχι ως «απλώς μια ατομική ασθένεια αλλά ως σύμπτωμα της εποχής μας, ως ένα ιστορικό συναίσθημα» (Introduction, 2001, χνί). «Η νοσταλγία ήταν ένα ιστορικό συναίσθημα και θα κάναμε καλά να επιδιώξουμε την ιστορική παρά την ψυχολογική του γένεση» (Boym, 2001: 7). Μέσω της θεώρησης της έννοιας ως ιστορικού συναισθήματος, επιχειρώ να συζητήσω τη νοσταλγία ως δομή της αίσθησης ενός χρόνου υπό διαπραγμάτευση. Η νοσταλγία αποτελεί μια έννοια που τεμαχίζει το χρόνο, τον καθιστά μη ενιαίο ή συλλογικό. Σμιλεύει το χρόνο με γνώμονα ένα ιδιωτικό φαντασιακό μιας ποθητής παρελθοντικής συνθήκης. «...Το νοσταλγικό επιθυμεί να ξεκάνει την ιστορία και να τη μετατρέψει σε μια ιδιωτική ή συλλογική μυθολογία, να επανεξετάσει το χρόνο ως χώρο, αρνούμενο να παραδοθεί στη μη-αναστρεψιμότητα του χρόνου που μαστίζει την ανθρώπινη συνθήκη» (Boym, 2001: Introduction, xv). Η ιστορική αίσθηση του παρελθόντος βρίθει εσωτερικών αντιφάσεων, παράγοντας ένα υπερβατολογικό και αμφίσημο βίωμα χρόνου. Για να αντιληφθούμε πλήρως τη νοσταλγία ως ιστορικό συναίσθημα και δομή της αίσθησης του χρόνου θα εστιάσουμε στην ίδια την έννοια. Σε ποια νοσταλγία αναφερόμαστε;

Η Boym επιχειρεί τη σύσταση μιας τυπολογίας της νοσταλγίας. Διευκρινίζει ότι η τυπολογία δεν είναι αυστηρή. Περισσότερο αντιλαμβάνεται το σχήμα ως τάση παρά ως τύπο. Για την Ρωσοαμερικανίδα θεωρητικό του πολιτισμού η νοσταλγία χωρίζεται σε αναστηλωτική (restorative) και αναστοχαστική (reflective)¹²⁷. Η αναστηλωτική

¹²⁷ Ο Μήτσος Μπιλάλης μεταφράζει τους δυο τύπους νοσταλγίας ως αναστηλωτική και αναδραστική (Το παρελθόν στο Δίκτυο, 2015, Ιστορεΐν). Ο ανθρωπολόγος Πέτρος Πετρίδης και ο ιστορικός Κωστής Κορνέτης αποδίδουν στα ελληνικά τους δυο τύπους νοσταλγίας ως αποκαταστασιακή και αναστοχαστική (<https://www.kathimerini.gr/opinion/563158078/nostalgia-toy-nostoy-i-toy-algoys/> , <https://geniusloci2017.wordpress.com/2023/05/07/fashwave/>). Στο κείμενο μου, επιλέγω να αναφέρομαι σε αυτές ως αναστηλωτική και αναστοχαστική.

νοσταλγία τονίζει το νόστο και επιχειρεί μια διστορική ανασυγκρότηση του χαμένου σπιτιού. Η αναστηλωτική νοσταλγία δεν σκέφτεται τον εαυτό της ως νοσταλγία, αλλά μάλλον ως αλήθεια και παράδοση (Boym, 2001: introduction, xviii). Για τον συγκεκριμένο τύπο νοσταλγίας «το παρελθόν δεν είναι διάρκεια αλλά τέλειο στιγμιότυπο» (Boym, 2001: 49). Εν αντιθέσει, η αναστοχαστική νοσταλγία «ενδιαφέρεται περισσότερο για τον ιστορικό και ατομικό χρόνο. Η εστίαση εδώ δεν είναι στην ανάκτηση αυτού που θεωρείται απόλυτη αλήθεια αλλά στον διαλογισμό για την ιστορία και το πέρασμα του χρόνου» (Boym, 2001: 49). «Η αναστοχαστική νοσταλγία παραμένει πάντοτε εκκρεμής, αντιλαμβάνεται τη διάφορά μεταξύ ταυτότητας και ομοιότητας και δεν αποσκοπεί στην ανασύσταση του παρελθόντος, αλλά μέσω αυτού διαβλέπει τη διάνοιξη ενδεχομενικοτήτων για την ανάπτυξη μη τελεολογικών ιστορικών μελλόντων» (Πετρίδης, Αφουξενίδης, Πέτρου, Καβουλάκος, 2023)¹²⁸. Η βασική διαφορά μεταξύ των δυο τύπων είναι ότι η αναστηλωτική νοσταλγία προκαλεί το εθνικό παρελθόν και μέλλον, ενώ η αναστοχαστική νοσταλγία αναφέρεται περισσότερο στην ατομική και πολιτιστική μνήμη (Boym, 2001: 49). Η αναστηλωτική νοσταλγία επικεντρώνεται σε επιτελέσεις του εθνικού φαντασιακού, λόγου χάρη εθνικές επετείες, εθνικές εορτές, εθνικά σύμβολα. Επιχειρεί να εφεύρει τρόπους ανακατασκευής του εθνικού ιστορικού παρελθόντος. Αντιθέτως, η αναστοχαστική νοσταλγία είναι περισσότερο προσανατολισμένη προς ένα άτομο. Τα χαρακτηριστικά της είναι η ειρωνεία, η ασάφεια και η αποσπασματικότητα. Για την Boym η αναστοχαστική νοσταλγία αναφέρεται στην επιστροφή «στο σπίτι που είναι ερειπωμένο ή, αντίθετα, έχει μόλις ανακαινιστεί και εξευγενιστεί πέρα από την αναγνώριση» (2001: 50). Η συντονίστρια του BINTEO ΚΛΑΜΠ Ελένη Πέπα σημειώνει:

«Ακόμα και όταν έγινα εγώ mod τον Μάιο του 2022 επειδή ακριβώς υπήρχε το παρεϊστικό κλίμα που ένιωθα, μπορούσα να πω τα πάντα. Θυμάμαι post της Ντέας που λέγαμε για αφίσες που είχαμε στα δωμάτια μας. Αισθάνομαι ότι τώρα δεν θα το έκανα, δεν θα έβγαζα φωτογραφία το τοίχο μου και θα έλεγα ότι αυτές είναι οι αφίσες μου. Το να μιλήσεις για αφίσες που έχεις στο δωμάτιο σου μου βγάζει ένα αίσθημα παρέας.»

Εδώ, η νοσταλγία προσανατολίζεται στο προσωπικό στοιχείο και ενσταλάζεται στην επιστροφή σε ένα ψηφιακό παρελθόν του ανήκειν. Η Ελένη ανατρέχει στη νοσταλγική δομή της αίσθησης του ατομικού χρόνου που περιδινίζεται στην αποτύπωση του

¹²⁸ <https://geniusloci2017.wordpress.com/2023/05/07/fashwave/>

συλλογικού χρόνου της κοινότητας. Η συντονίστρια του BINTEO ΚΛΑΜΠ θα αποφύγει να συζητήσει προσωπικά βιώματα στην παροντική συνθήκη της κοινότητας επειδή η «ανακαίνιση» του BINTEO ΚΛΑΜΠ που μεταφράζεται σε αύξηση αριθμού μελών έχει καταστρατηγήσει ένα βασικό χαρακτηριστικό του ψηφιακού οικοδομήματος: την οικειότητα. Το BINTEO ΚΛΑΜΠ έχει «ανακαινιστεί» πέρα από κάθε αναγνώριση δημιουργώντας ρωγμές στην αντίληψή της για το χρόνο στο ψηφιακό. Πρόκειται αφενός για μια προσωπική και διεσταλμένη αίσθηση που παράγει ένα ανανοηματοδοτημένο βίωμα για το χρόνο και αφετέρου για μια αφήγηση πάνω στην ιστορικότητα του ανήκειν στην κοινότητα. Η αναστοχαστική πτυχή της νοσταλγίας φανερώνει τη διάσταση της έννοιας ως ιστορικού συναισθήματος που αναδομεί την αίσθηση για το χρόνο. Με ποιο τρόπο συντελείται η προαναφερθείσα αναδόμηση της αίσθησης;

Η διαπίστωση των ανθρώπων πίσω από το BINTEO ΚΛΑΜΠ, ότι τον πρώτο καιρό της δημιουργίας της κοινότητα λειτουργούσε ορθότερα, φανερώνει την ανάγκη τους για μια αναδόμηση της αίσθησης (re-structure of feeling) σχετικά με το χρόνο. Η Ελένη και ο Κοσμάς επιθυμούν την επιστροφή στα νηπιακά έτη του BINTEO ΚΛΑΜΠ επειδή τους παρέχεται η δυνατότητα εύρεσης παραγόντων διαφοροποίησης, ενδιαφέροντος, νοήματος σχετικά με τη συνθήκη του ανήκειν. Σε αυτό το σενάριο, αυξάνεται ο χρόνος αλληλεπίδρασης με την ομάδα και εγκαθιδρύεται μια πιο ισχυρή προσωπική παρουσία στην κοινότητα. Ποια είναι τα διαχειριστικά περιθώρια που διανοίγονται από το παραπάνω χρονικό βίωμα; Πως ενεργοποιούνται οι τεχνολογίες του εαυτού;

Μέσα από την επανανοηματοδότηση του χρόνου, επανανοηματοδοτείται και ο εαυτός. Μέσα από την ανακατασκευή της αίσθησης του χρόνου, αναπλάθεται και η «τεχνολογία του εαυτού» (Foucault: 2008, 2010, 2011). Με τον όρο «τεχνολογίες του εαυτού» ο Γάλλος φιλόσοφος αναφέρεται σε διάφορες «λειτουργίες σε σώματα και ψυχές, σκέψεις, συμπεριφορά και τρόπο ύπαρξης που οι άνθρωποι κάνουν είτε μόνοι τους είτε με τη βοήθεια άλλων για να μεταμορφωθούν και να φτάσουν σε μια κατάσταση ευτυχίας, αγνότητας, σοφίας, τελειότητας ή αθανασίας» (Foucault, 1988: 18). Εκτός από τις τεχνολογίες του εαυτού, ο Foucault ξεχώρισε και τις τεχνολογίες παραγωγής, τεχνολογίες σηματοδοτικών συστημάτων, τεχνολογίες εξουσίας ως τεχνολογίες ικανές να αναδιαμορφώσουν το άτομο. «Αντί για μια οργανική κατανόηση της τεχνολογίας, ο Foucault χρησιμοποίησε την ‘τεχνολογία’ με την έννοια του Heidegger ως τρόπο αποκάλυψης της αλήθειας και επικεντρώθηκε στις τεχνολογίες

εξουσίας και τις τεχνολογίες του εαυτού (Besley, 2005). Η συζήτηση σχετικά με τις τεχνολογίες του εαυτού απασχόλησε αρκετούς μελετητές προς το τέλος του 20ού αιώνα (ενδεικτικά αναφέρω τους Dreyfus & Rabinow, 1982), ωστόσο στις μέρες μας εξίσου χρήσιμοι στοχασμοί σχετικά με την αναδιαμόρφωση του ατόμου και του εαυτού πηγάζουν από το φουκωικό έργο και γειώνονται στο ψηφιακό πλαίσιο. Ο συλλογικός τόμος των Abass & Dervin (2009) επιχειρεί, αντλώντας από το έργο του Foucault, να διερωτηθεί σχετικά με τα ζητήματα της ταυτότητας στην ψηφιακή εποχή. Στο κεφάλαιο 5 του παραπάνω τόμου ο πολιτικός επιστήμονας Olivier Mauco χρησιμοποιεί το παράδειγμα του δημοφιλούς βιντεοπαιχνιδιού “Grand Theft Auto” για να υποστηρίξει, μεταξύ άλλων, ότι ο ψηφιακός κόσμος είναι ο χώρος όπου το άτομο θα επιχειρήσει να κατασκευάσει τον κόσμο του μένοντας όμως δέσμιος των επιταγών των δημιουργών του παιχνιδιού (Abass, Dervin: 2009). Η διερώτηση του Mauco σχετικά με τις πραγματικές ή επίπλαστες συνθήκες ψηφιακής ελευθερίας και παρουσίας αντανάκλα το παράδειγμα της Ελένης Πέπα και της προβληματικής που διανοίγεται στην παρούσα έρευνα. Η Ελένη νιώθει ανοίκεια σε ένα χώρο που ελέγχει. Κρατά τα κλειδιά ενός σπιτιού που είναι αφιλόξενο για εκείνη επειδή, όπως έχουμε ήδη δει, το σπίτι είναι «ανακαινισμένο». Η ψηφιακή της ιδιότητα επικυρώνει έναν εξουσιαστικό ρόλο ενώ την ίδια στιγμή η ψηφιακή της παρουσία αφαιρεί κομμάτια εξουσίας και μαρτυρά την αγωνία του ανήκειν σε ένα παρηκμασμένο οικοδόμημα. Η τεχνολογία του εαυτού στο παράδειγμα της Ελένης ανάγεται σε ένα σύνθετο και υβριδικό μόρφωμα που από τη μία συνεχώς ανανοηματοδοτείται και στερείται σταθερών χαρακτηριστικών ενώ από την άλλη αποζητά εναγωνίως την «κατάσταση ευτυχίας, αγνότητας, σοφίας, τελειότητας ή αθανασίας» (Foucault, 1988: 18). Το «κυνήγι» της επικύρωσης της ψηφιακής ταυτότητας, της εύρεσης των ταιριαστών λειτουργιών και συνηθειών σε ένα τέτοιο χώρο, της συνθήκης του ανήκειν, έχει ως τελικό θήραμα το χρόνο. Η Ελένη θεωρεί ότι θα βρει την ευτυχία στην ψηφιακή στέγη που είναι μέλος όταν τιθασειύσει το χρόνο. Η Ελένη θα βιώσει τη πραγματική ελευθερία για την οποία ο Mauco είναι αμφίθυμος, όταν επιχειρήσει μια γενναία αναδόμηση της αίσθησης σχετικά με το χρόνο. Αυτό θα συμβεί όχι μέσω μια σισύφειας απόπειρας επιστροφής στο παρελθόν αλλά μέσω της επίπονης συνειδητοποίησης ότι στο παρόν ο χρόνος βρίσκεται υπό καθεστώς μόνιμης διαπραγμάτευσης.

Στον λόγο του Αλέξανδρου, η παραπάνω αίσθηση της μόνιμης χρονικής διαπραγμάτευσης προχωρά ένα βήμα παραπέρα. Μεταμορφώνεται σε ένα εγχείρημα

συμφιλίωσης με τον χρόνο. Ο διαχειριστής του BINTEO ΚΛΑΜΠ έχει συμφιλιωθεί με τις αγκυλώσεις και τα εμπόδια του παρόντος που ο χρόνος επιφέρει. Έχει «αγκαλιάσει» την υβριδική διάσταση των πραγμάτων που αλλοιώνουν τις ήδη αλλοιωμένες χρονικότητες των ψηφιακών συσχετισμών. Στην ερώτησή μου για τον καταγισμό από memes που λαμβάνει χώρα στο γκρουπ, απαντά:

«Επί της αρχής μου αρέσει πολύ. Θεωρώ ότι το ξεχωριστό είναι να γίνονται και τα δυο μαζί, και η συζήτηση και τα memes. Η αναλογία ποτέ δεν θα είναι η επιθυμητή, είναι και η ροή της ζωής και της καθημερινότητας τέτοια. Πολλές φορές της μέρας θέλεις να κάνεις κάτι αστείο και να κρατήσεις και ένα μέρος για κάτι σοβαρό. Αν είναι αντίστροφο, είναι δύσκολη η ζωή και η καθημερινότητα.»

Η αναδόμηση της αίσθησης για το χρόνο στο παρόν του καπιταλισμού της πλατφόρμας έχει ως σταθερά την αστάθεια και επικυρώνεται στην ενασχόληση με χώρους που μοιάζουν ανοίκειοι. Οι πολλαπλές χρονικές εμπειρίες κρύβουν μέσα τους διαφορετικές προσλήψεις χρόνου που συνηγορούν προς μια προβληματοποίηση σχετικά με τη συμφιλίωση μαζί τους. Για τον Αλέξανδρο η καθημερινότητα δυσκολεύει όταν οι ροές χρόνου είναι στεγανές. Το στοιχείο που προσδίδει μια ενισχυμένη χρονική εμπειρία είναι η εμφάνιση ρωγμών στο καλούπι του χρόνου. Η εναλλαγή μεταξύ σοβαρών συζητήσεων και χιουμοριστικών στιγμών αντανακλά δύο διαφορετικά κανάλια χρόνου. Η αναλογία ποτέ δεν θα είναι επιθυμητή. Η παρουσία και των δύο επιμέρους ετερόκλητων στοιχείων είναι απαραίτητη. Επιπροσθέτως, η αλληλεπίδραση μεταξύ τους ενισχύει τη συμφιλίωση με τις χρονικές επικαλύψεις της ψηφιακότητας.

Ένα επιπλέον παράδειγμα σχετικά με τη συμφιλίωση με τον υπό διαπραγμάτευση χρόνο είναι εκείνο της συμφιλίωσης με την παραγωγή αλγοριθμικότητας σε μια κοινότητα. Οι διεκδικήσεις χρόνου παράγουν διαδικασίες αλγοριθμικότητας από τα ίδια τα μέλη του γκρουπ. Θέτω το ακόλουθο ερώτημα στον Αλέξανδρο: «αν παρατηρήσουμε εντός του γκρουπ μια κατασκευαστική της εικόνας που περιλαμβάνει δημοσιεύσεις, σχόλια, memes που ενδέχεται να δημιουργούν μια τάση, πιστεύεις ότι το BINTEO ΚΛΑΜΠ λειτουργεί αλγοριθμικά από τα ίδια τα μέλη του; Οι συμμετέχοντες παράγουν διεκδικήσεις χρόνου, προσοχής, virality που καταλήγουν να αλγοριθμοποιούνται;»

«Ναι ναι. Δημιουργούνται και προβλέπονται. Αυτό είναι το ζουμί του αλγορίθμου, αυτό είναι το ζουμί των cybernetics. Τυποποιείς και μοντελοποιείς και προσδοκείς σε συγκεκριμένες αντιδράσεις. Λειτουργεί σαν ένα cybernetic δίκτυο. Είναι κλασικό, αν βάλεις μια εικόνα Κωνσταντίνου και Ελένης

θα πέσουν όλοι πάνω της. Αν πεις μια γνώμη και την παρουσιάσεις σαν hot take¹²⁹ θα τραβήξει παραπάνω κόσμο να την κοιτάξει. Αν πεις τη λέξη υπερτιμημένος για κάποιον, κατευθείαν θα χακάρεις τη προσοχή του άλλου. Όλος ο κόσμος το κάνει, κι εγώ δηλαδή. Απλά αυτή η μοντελοποίηση γίνεται ασυνείδητα. Ο άλλος δεν καταλαβαίνει ότι το κάνει. Νιώθει ότι λέει απλώς τη γνώμη του αλλά δεν λέει απλά τη γνώμη του. Ο αλγόριθμος λέει τη γνώμη του εκτός από εσένα.»

Ο διαχειριστής του BINTEO ΚΛΑΜΠ περιγράφει μια συνθήκη εντατικής αλγοριθμικής διαπραγμάτευσης που «θολώνει» τις προσλαμβάνουσες του χρόνου για τον συμμετέχοντα σε μια κοινότητα. Το περιεχόμενο του BINTEO ΚΛΑΜΠ διαμορφώνεται από την ακούσια αλγοριθμικού τύπου παραγωγικότητα των μελών του. Η ψηφιακή εμπειρία καταλήγει να λογίζεται ως μια πολλαπλή χρονική εμπειρία συμφιλίωσης με την ακούσια αλγοριθμική παραγωγή χρονικοτήτων.

Όπως αναφέραμε στην αρχή του συγκεκριμένου επεισοδίου και έγινε αντιληπτό από τη συζήτηση με τα άτομα που κατέχουν θέσεις ευθύνης στο γκρουπ, η περίπτωση του BINTEO ΚΛΑΜΠ αποτελεί ένα ψηφιακό σώμα εγγεγραμμένων χρονικοτήτων. Η ψηφιακή εμπειρία αποτελεί μια ενισχυμένη χρονική εμπειρία στο πολυχρονικό παρόν (Fareld, 2022). Ακολούθως, χαρακτηρίζεται ως μια εμπειρία που προβληματοποιεί τα στεγανά του χρόνου και διανοίγει νέες υβριδικές πιθανότητες. Πρόκειται επί της ουσίας για ένα συντελεσμένο ψηφιακό παρόν που εξιστορείται από στιγμιότυπα οθόνης. Η εξιστόρηση μιας ιστορίας χρόνου που εγγράφεται στα σώματα δεν είναι κάτι που απλώς συμβαίνει. Περισσότερο αποτελεί προϊόν δημιουργίας και συνδιαμόρφωσης. Ο χρόνος εγγράφεται επειδή ο συμμετέχων τον εγγράφει. Ο Sampson αναφέρει ρητά πως «η εμπειρία χρήστη δεν είναι κάτι που απλώς συμβαίνει στους χρήστες αλλά και κάτι που επιτελείται από τους χρήστες» (2020: 108). Παρομοίως, η χρονική εμπειρία του χρήστη είναι κάτι που επιτελείται από τον ίδιο. Η επανάληψη και η ποιότητα ως παράγοντες χρονικών αλλοιώσεων, η χρήση της νοσταλγίας ως οχήματος για τον αναστοχασμό του ιστορικού συναισθήματος, η ανεπάρκεια των τεχνολογιών του εαυτού, η δομή της αίσθησης του χρόνου και η αναδόμηση των αισθήσεων για το χρόνο, η συμφιλίωση με τις διεκδικήσεις χρόνου που αλγοριθμοποιούνται δημιουργούν ένα επίδικο ένθετων χρονικοτήτων που συνθέτουν ένα υβριδικό μωσαϊκό μη εγγυημένων χρόνων της πλατφόρμας.

¹²⁹ Αναφέρεται σε μια γρήγορα παραγόμενη, έντονα διατυπωμένη και συχνά εσκεμμένα προκλητική γνώμη (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/hot%20take>). Τις περισσότερες φορές το hot take μένει απλαιοίωτο από στήριξη μέσω επιχειρήματος ή απαιτούμενες επεξηγήσεις.

Παρακολουθήσαμε το κομμάτι των παρασκηνίων όπου ήρθαμε σε επαφή με τους ανθρώπους πίσω από την κοινότητα. Γνωρίσαμε τους προβληματισμούς τους σχετικά με το χρόνο και τις λειτουργίες του γκρουπ, πληροφορηθήκαμε τις αγωνίες τους και μάθαμε λεπτομέρειες σχετικά με τους ρόλους και τις κινήσεις τους στον ψηφιακό χώρο. Στο επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μου θα μετατοπίσουμε την προσοχή σε μια ιστορία χρόνου φανερή. Με όχημα την ψηφιακή παρατηρητική συμμετοχή θα εστιάσουμε στην αίσθηση των μελών της κοινότητας για το χρόνο μέσω των σχολίων και των δημοσιεύσεών τους για τις τηλεοπτικές σειρές *Midnight Mass* και *The Fall of the House of Usher*, καθώς και την αντίδραση τους στο σήμα κατατεθέν των σειρών που δεν είναι άλλο από τον μονόλογο.

Επεισόδιο 7

Μονολογώντας μέχρι Θανάτου

«Ο μονολόγος αποτελεί ένα ισχυρό εργαλείο που επιτρέπει στον χαρακτήρα να εκφράσει τις εσωτερικές του συγκρούσεις και σκέψεις, δημιουργώντας βαθύτερη σύνδεση με το κοινό.»

- Szondi, P. (1965). *Theory of the modern drama: A critical edition*. University of California Press.

«Νομίζω ότι είναι μια τέχνη που πεθαίνει, δυστυχώς. Ήμουν ανήλικος στο θέατρο, οπότε πάντα μου άρεσε το θέατρο. Έχω παίξει στο θέατρο, ήμουν άθλιος σε αυτό, αλλά το αγάπησα. [...] Όταν είδα το «Παρίσι, Τέξας» για πρώτη φορά και είδα τον Harry Dean Stanton να παραθέτει οκτώμισι λεπτά στο τέλος εκείνης της ταινίας, ήταν αποκαλυπτικό, καθηλωτικό και άμεσο για μένα με έναν βαθύ τρόπο. Μου αρέσει η ευκαιρία να χρησιμοποιώ αυτά τα εργαλεία και να βλέπω έναν ηθοποιό, αν ένας ηθοποιός είναι ικανός να το κάνει, να πιάνει πραγματικά το κοινό από το χέρι και να το οδηγήσει μέσα από ένα πλήρες ταξίδι».¹³⁰ Τα λόγια του Mike Flanagan αποκαλύπτουν έναν δημιουργό που για βιωματικούς λόγους έχει σε υπόληψη την τέχνη του μονολόγου. Η πρώτη του επαφή με τον μονόλογο ήταν αποκαλυπτική και εντοπίζεται στις κινηματογραφικές και θεατρικές καταβολές του δημιουργού. Για τον Flanagan ο μονόλογος είναι ένα «όχημα» στο οποίο καλείται ο θεατής να επιβιβαστεί με προορισμό ένα ιδιαίτερο και μοναδικό ταξίδι. Ο Flanagan πιστεύει στη δύναμη του μονολόγου και αναγνωρίζει την αξία του. Γι' αυτό το λόγο χρησιμοποιεί αρκετά συχνά στις δουλειές του τη συγκεκριμένη τεχνική. Όσο περνούν τα χρόνια οι μονόλογοι εμφανίζονται με μεγαλύτερη συχνότητα στις παραγωγές του. Το *Midnight Mass* βρίθει μονολόγων και αποτελεί με διαφορά το δημιούργημα του Flanagan που ο μονόλογος εντοπίζεται σε αφθονία. Ως επακόλουθο, το τρέχον κινηματογραφικό και τηλεοπτικό φαντασιακό έχει συνδέσει άρρηκτα τον εν λόγω δημιουργό με τον μονόλογο.

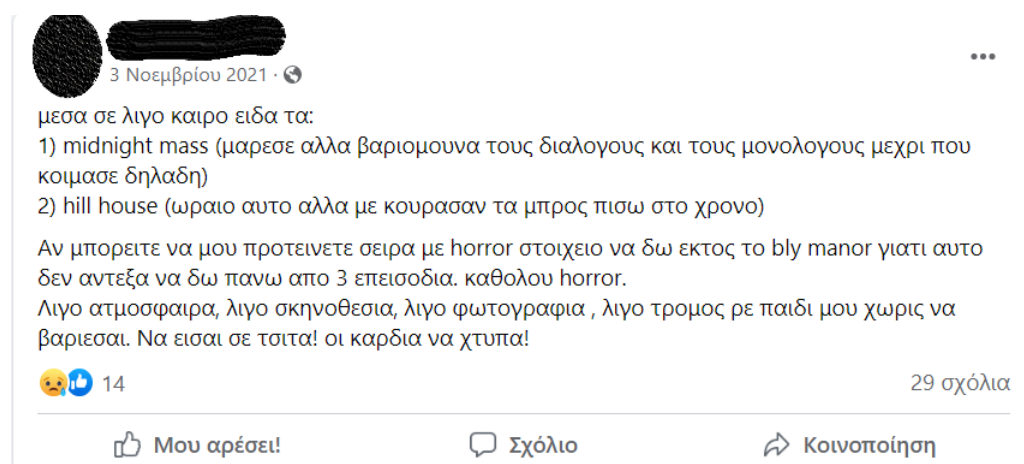
¹³⁰ <https://www.slashfilm.com/1069100/why-mike-flanagan-gets-constant-pushback-for-his-signature-monologues/>

Ανέφερα παραπάνω ότι το *Midnight Mass* αποτελεί ουσιαστικά ένα horror που δεν είναι horror. Η πρόσληψη του κοινού για την ταυτότητα και τα χαρακτηριστικά του δημιουργού του είναι παρόμοια. Ο Mike Flanagan αντιπροσωπεύει έναν δημιουργό που έχει αφήσει πίσω του τα jump scares και έχει «αγκαλιάσει» τον μονόλογο. Προτιμά να βάζει τους χαρακτήρες του να επιδίδονται σε μακροσκελείς λεκτικές αναλύσεις περί Θεού και ανθρώπου παρά να προκαλούν φόβο ή να φοβούνται οι ίδιοι. Ο μονόλογος εδώ λειτουργεί ως κόντρα ρόλος. Δημιουργεί μια νέου τύπου εγγραματοσύνη για την πλατφόρμα όπου μπαίνουν στο επίκεντρο οικονομίες της προσοχής σχετικά με το μη αναμενόμενο. Σε αυτό το σημείο οφείλουμε να αναρωτηθούμε τί είδους υποδοχή επιφυλάσσουν οι “viewers” στο *Midnight Mass* και στην μεταστροφή του Mike Flanagan. Πώς αντιδρούν στο πλήθος μονολόγων που χαρακτηρίζει την σειρά;

Η έρευνά μου σχετικά με τις τηλεοπτικές σειρές του Mike Flanagan *Midnight Mass* και *The Fall of the House of Usher* έλαβε χώρα ψηφιακά στο γκρουπ «BINTEO ΚΛΑΜΠ» στην πλατφόρμα Facebook από τις 20 Δεκεμβρίου 2021 μέχρι τις 30 Ιανουαρίου 2024. Ακολουθούν ενδεικτικές δημοσιεύσεις από μέλη του γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ σχετικά με το ζήτημα του μονολόγου στη σειρά *Midnight Mass*:



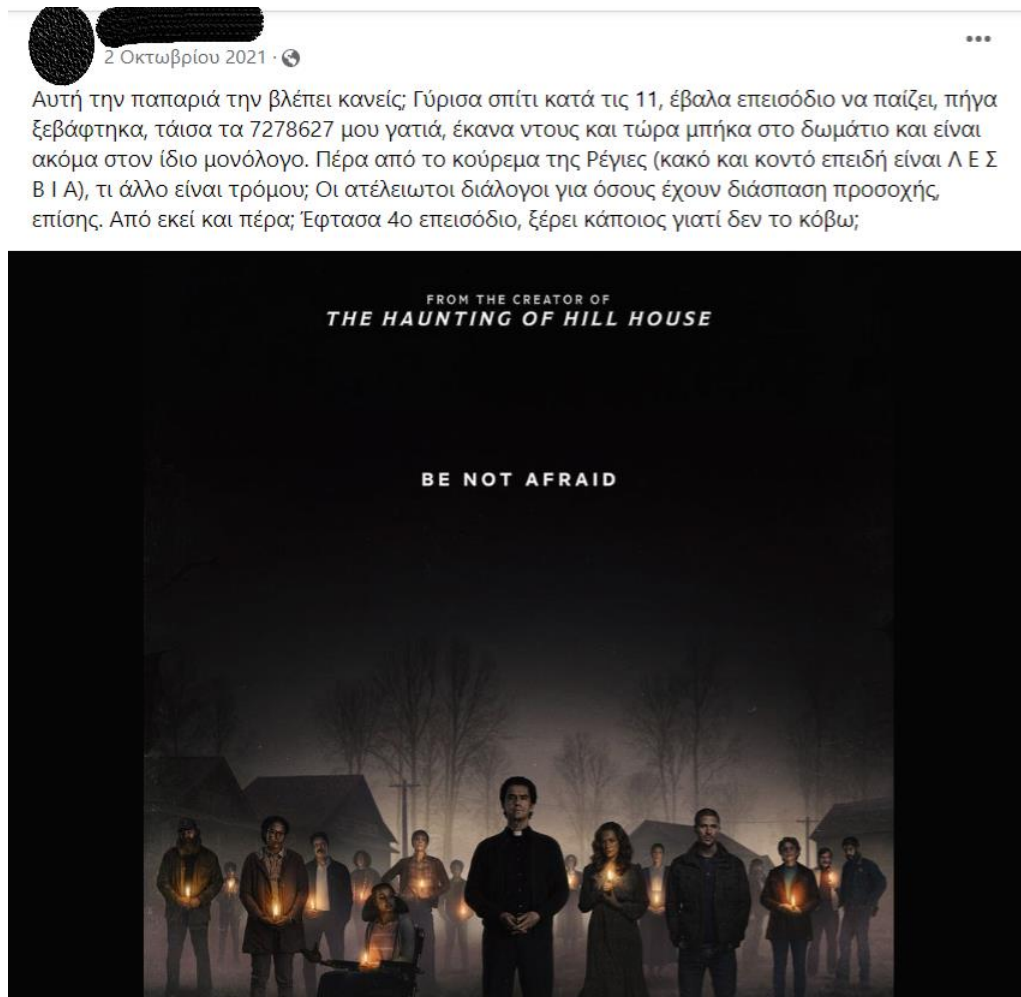
Εικόνα 28. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).



Εικόνα 29. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

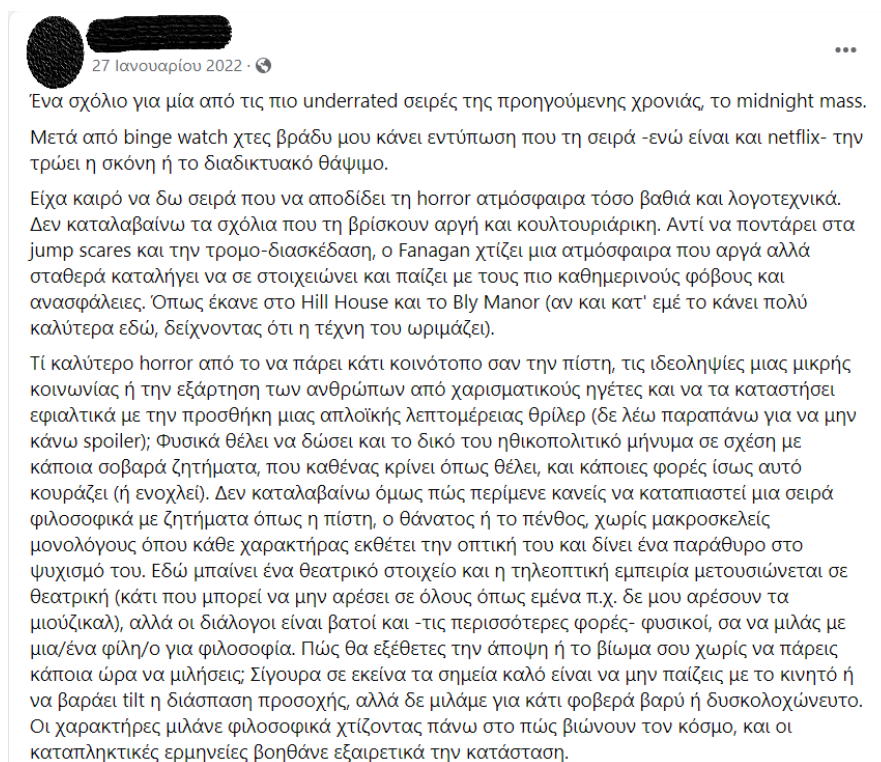


Εικόνα 30. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).



Εικόνα 31. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Τα παραπάνω στιγμιότυπα οθόνης που συγκέντρωσα από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ υποδηλώνουν μια δυσανεξία των μελών προς την αφηγηματική φόρμα του μονολόγου. Παρατηρείται ένα αίσθημα κούρασης και βαρεμάρας, μια αρνητική αύρα που προσιδιάζει σε δημιουργήματα που παρακολουθείται με δυσκολία. Η πλειοψηφία των δημοσιεύσεων στο γκρουπ ασκεί σκληρή κριτική στους ρυθμούς της σειράς που χαρακτηρίζονται από χαμηλούς τόνους εξαιτίας των μονολόγων. Υπάρχει όμως και μια μειοψηφία που μοιάζει να εκτιμά τη προσπάθεια του Flanagan:

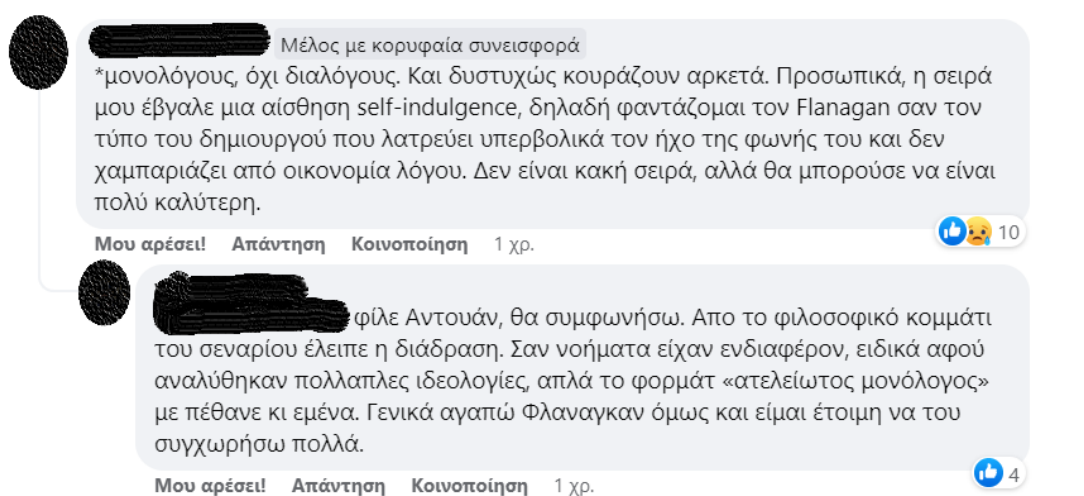


Εικόνα 32. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

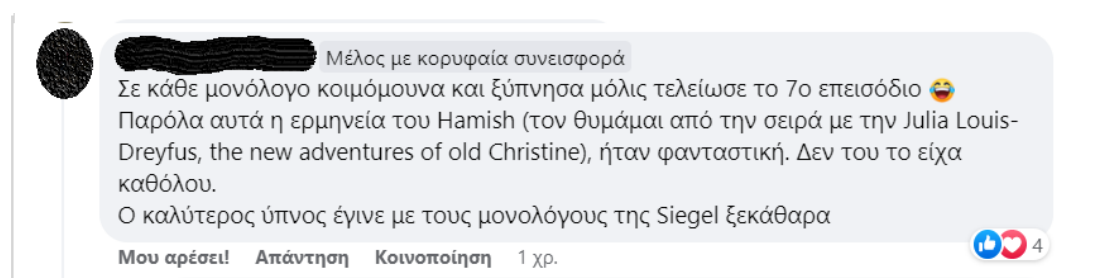


Εικόνα 33. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

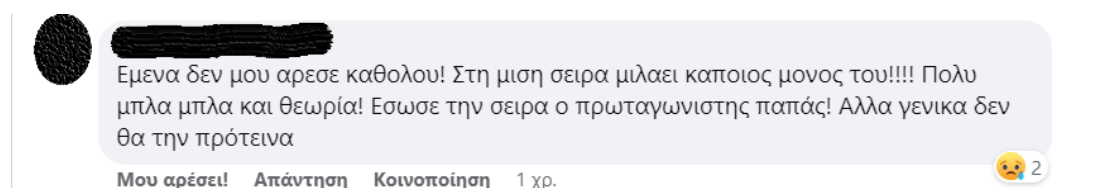
Οι παραπάνω δημοσιεύσεις γεννούν έναν καταιγισμό σχολίων, συζητήσεων και διαφωνιών. Πολλά μέλη του γκρουπ μπαίνουν στη διαδικασία της συμμετοχής στη συζήτηση και της εκφοράς άποψης για τη σειρά. Στην παρούσα έρευνα έχω ξεχωρίσει σχόλια που απέχουν από την ποιοτική διάσταση και τον αξιολογικό χαρακτήρα με γνώμονα την ποιότητα (αν δηλαδή η σειρά είναι καλή ή όχι). Περισσότερο δίνεται έμφαση σε σχόλια που έχουν τη διάσταση της διερώτησης σε σχέση με την έννοια του μονολόγου, του ρυθμού και των χρόνων της σειράς. Μερικά αντιπροσωπευτικά δείγματα είναι τα εξής:



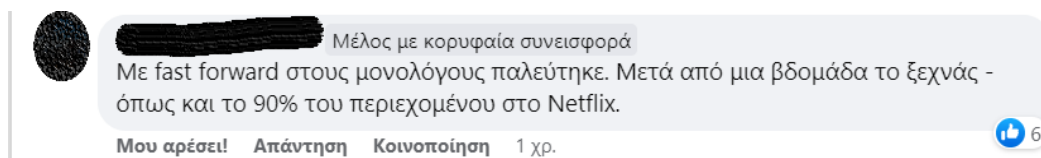
Εικόνα 34. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).



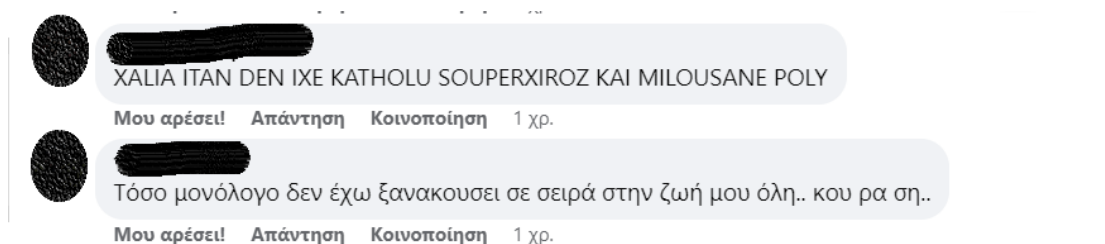
Εικόνα 35. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).



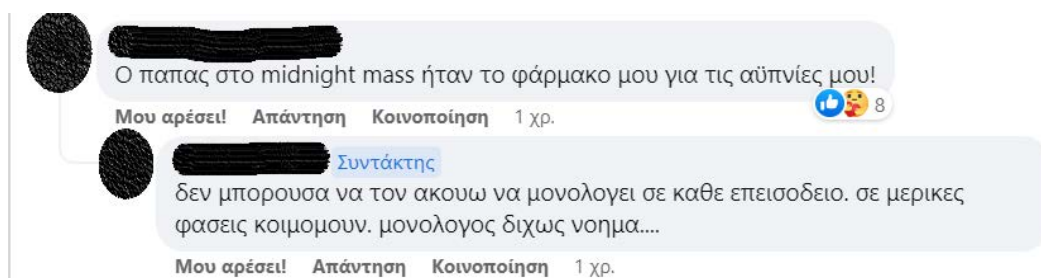
Εικόνα 36. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).



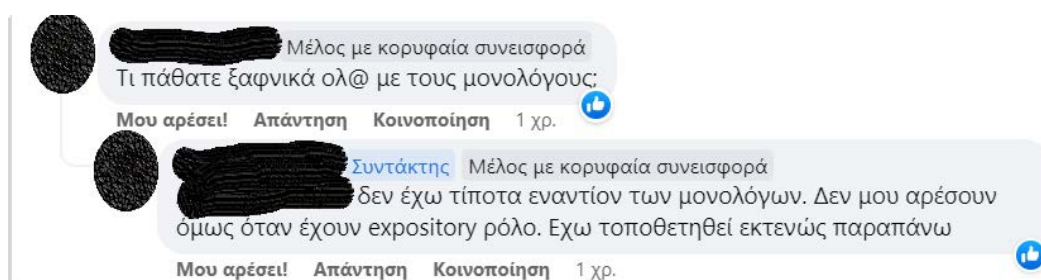
Εικόνα 37. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).



Εικόνα 38. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).



Εικόνα 39. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).



Εικόνα 40. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Το στιγμιότυπο οθόνης 40 αποτελεί το επιστέγασμα της ψηφιακής συζήτησης σχετικά με τους μονολόγους του *Midnight Mass*. Ξεκινώντας ανάποδα την ανάλυση, η απάντηση του μέλους «δεν έχω τίποτα εναντίον των μονολόγων» ανακαλεί μια εξαιρετικά δημοφιλή λεκτική τάση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Θα μπορούσε

ενδεχομένως να παραφραστεί χιουμοριστικά σε «δεν έχω τίποτα εναντίον των μονολόγων, αρκεί να μην προκαλούν. Έχω και φίλους μονολόγους.» Παραμερίζοντας τη χιουμοριστική διάσταση, εντοπίζεται μια υποδόρια δυσανεξία στο μονόλογο που ενέχει στοιχεία δαιμονοποίησης. Ο μονόλογος, θα έλεγε κανείς, αποκτά νόημα ως αφηγηματικός μηχανισμός που δεν ενοχλεί μόνο όταν λειτουργεί με το τρόπο που θέλουμε εμείς. Αποδεχόμαστε τον ενδεδειγμένο μονόλογο, τον τιθασευμένο σε πλαίσια και χωρία, τον περιχαρακωμένο με σαφείς όρους και κατευθύνσεις. Θα θίξω εκ νέου την προαναφερθείσα διαπίστωση στο επόμενο επεισόδιο της τρέχουσας σεζόν της διδακτορικής διατριβής μου μέσω του παραδείγματος του Fall of the House of Usher του Mike Flanagan.

Επιστρέφοντας στο στιγμιότυπο οθόνης 16, το πρώτο σκέλος του στιγμιότυπου «τι πάθατε ξαφνικά όλ@ με τους μονολόγους;» κατέχει μια διπλή σημασία. Από τη μια ο τρόπος που τίθεται η ερώτηση φανερώνει μια αντανakλαστική λειτουργία. Ουσιαστικά «καθρεφτίζει» μια αγωνία που υπάρχει σε μεγάλο βαθμό στο γκρουπ σχετικά με τον μονόλογο. Ακόμα κι αν δεν γνωρίζει κανείς το υλικό που παρουσιάστηκε προηγουμένως, είναι σε θέση να αντιληφθεί από αυτή την ερώτηση και μόνο ότι λαμβάνει χώρα μια τεράστια συζήτηση σχετικά με τον μονόλογο στο ψηφιακό πεδίο. Από την άλλη, το συγκεκριμένο ερώτημα «ανοίγει» μια βεντάλια ζητημάτων που απασχολούν το συγκεκριμένο επεισόδιο της διδακτορικής μου διατριβής. Τι πάθαμε ξαφνικά με τον μονόλογο; Γιατί μας ενοχλεί ο μονόλογος; Πού οφείλεται αυτή η δυσφορία; Για να επιχειρήσουμε να απαντήσουμε στα παραπάνω ερωτήματα, οφείλουμε να προβούμε σε μια απαραίτητη σύνδεση. Ο μονόλογος βρίσκεται σε άμεση συνάφεια με την έννοια της προσοχής (attention).

Στο επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μου θα εστιάσουμε στον αμφίσημο χαρακτήρα των μονολόγων -καθότι οι μονόλογοι του Midnight Mass παρουσιάζουν δομικές διαφορές σε σχέση με εκείνους του Fall of the House of Usher-, ενώ σ' ένα δεύτερο επίπεδο θα επιχειρήσουμε να ανιχνεύσουμε τις συνάψεις που δημιουργούνται μεταξύ των μονολόγων και των διαδικασιών προσοχής που απαιτούνται από τον χρήστη της πλατφόρμας.

Επεισόδιο 8

Μονολογικές Μεταπλάσεις

«Η μετάπλαση είναι η αναστρέψιμη αλλαγή ενός ώριμου κυτταρικού τύπου σε έναν άλλο ώριμο κυτταρικό τύπο, συνήθως ως αντίδραση σε χρόνια ερεθίσματα ή τραυματισμό.»

- Kumar, V., Abbas, A. K., Aster, J. C., Debnath, J., & Das, A. (2025). *Robbins & Cotran Pathologic Basis of Disease* (11η έκδ.). Elsevier.

Η σειρά του Mike Flanagan “The Fall of the House of Usher” πραγματεύεται αυτό που υποδηλώνει ο τίτλος της, την πτώση του οίκου των Άσερ, μιας πανίσχυρης οικογένειας που χαρακτηρίζεται από αμύθητα πλούτη, κύρος και προβληματικές σχέσεις μεταξύ των μελών της. Η σειρά αποτελεί αυθεντική παραγωγή της Netflix, τα οχτώ επεισόδια της οποίας έγιναν διαθέσιμα στην πλατφόρμα στις 12 Οκτωβρίου 2023. Η κεντρική πλοκή ξετυλίγεται γύρω από τον Roderick Usher, κεφαλή της οικογένειας και CEO του φαρμακευτικού κολοσσού Fortunato Pharmaceuticals, ο οποίος αποφασίζει να αποσυρθεί από την εταιρεία. Ακολούθως, ξεκινά ένας ανταγωνισμός ανάμεσα στα έξι παιδιά του για τη διαδοχή. Οι διαδικασίες διακόπτονται όταν μια σειρά φόνων ταρασσει την ευημερία της οικογένειας και απειλεί την ύπαρξή της. Ο Flanagan αντλεί έμπνευση από τα έργα του Edgar Allan Poe¹³¹ για να αφηγηθεί μακάβριες ιστορίες με έντονες πινελιές τρόμου και ουκ ολίγες δόσεις σεξπηρικού δράματος σε συνδυασμό με αρχαία ελληνική τραγωδία. Το εγχείρημα κρύβει παγίδες. Η ελεύθερη διασκευή των έργων του Poe στο πλαίσιο της σύγχρονης εταιρικής πραγματικότητας αποτελεί κίνηση ρίσκου εκ μέρους του δημιουργού. Παρόλα αυτά, η σειρά του Flanagan έλαβε διθυραμβικές κριτικές και είχε θετική απήχηση στο κοινό. Την πρώτη εβδομάδα κυκλοφορίας της στην πλατφόρμα σημείωσε 6 εκατομμύρια προβολές¹³². Η

¹³¹ Αμερικανός συγγραφέας και ποιητής (1809 – 1849) που θεωρείται ο εμπνευστής της αστυνομικής λογοτεχνίας. Φημίζεται για τα διηγήματα μυστηρίου και αποτελεί κεντρική φιγούρα του Ρομαντισμού και της Γοτθικής Λογοτεχνίας.

¹³² <https://deadline.com/2023/10/netflix-top-10-ratings-lupin-part-3-beckham-fall-of-the-house-of-usher-1235575912/> (τελευταία πρόσβαση 22/10/2024).

συγκεκριμένη σειρά αποτελεί την τελευταία δημιουργία του Flanagan για λογαριασμό της Netflix¹³³.

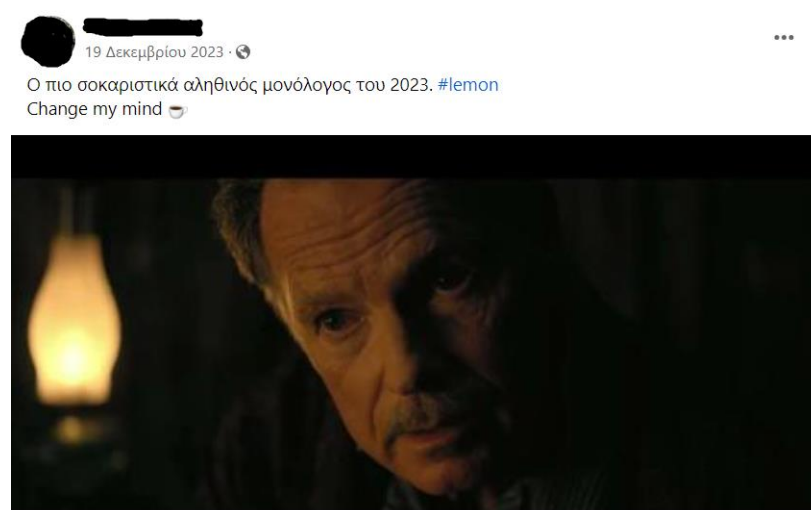


Εικόνα 41. *The Fall of the House of Usher*. Ανακτήθηκε από <https://www.tvinsider.com/gallery/the-fall-of-the-house-of-usher-trailer-netflix-mike-flanagan-edgar-allan-poe/> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

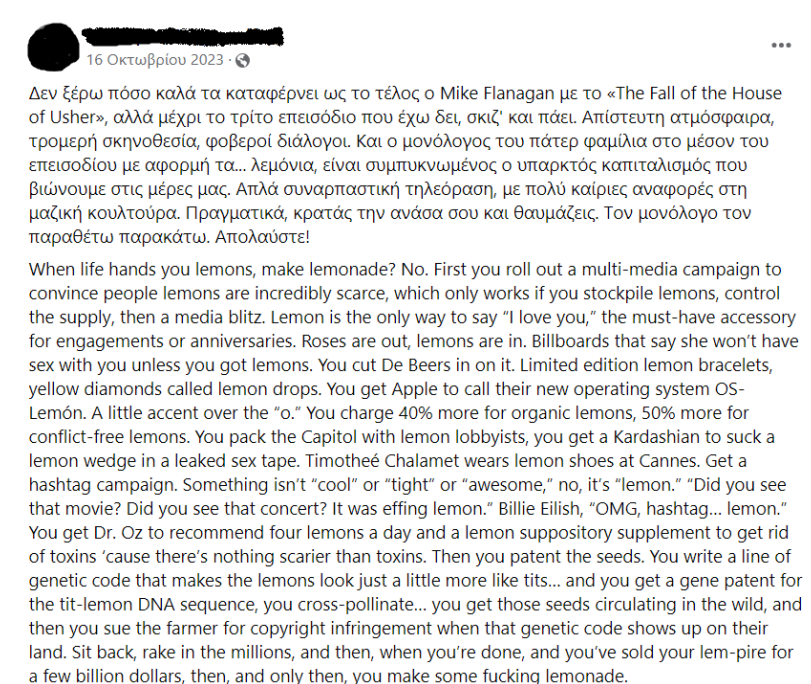
Ένα από τα βασικά και αγαπημένα συστατικά της φιλικής και τηλεοπτικής πορείας του δημιουργού κάνει την εμφάνισή του κι εδώ. Ο μονόλογος αποτελεί την πεμπτουσία των δημιουργιών του Flanagan, το σήμα κατατεθέν του. Τα στιγμιότυπα οθόνης που συνέλεξα από την έρευνά μου στο BINTEO ΚΛΑΜΠ μαρτυρούν μια διαφορετική

¹³³ Ο ταλαντούχος δημιουργός αφήνει τη Netflix ώστε να μετακινηθεί στην Amazon Prime Video.

πρόσληψη του μονολόγου από τους χρήστες σε σχέση με εκείνη που επεφύλαζαν στο Midnight Mass. Εδώ ο μονόλογος αφήνει θετικές εντυπώσεις και σε κάποιες περιπτώσεις λαμβάνει διθυραμβικά σχόλια. Ακολουθούν στιγμιότυπα οθόνης από το γκρουπ:

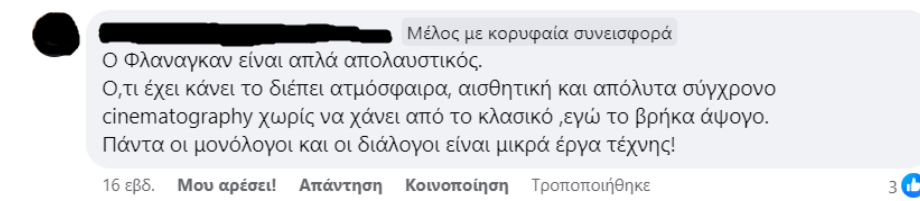


Εικόνα 42. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).



Εικόνα 43. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Τα σχόλια των μελών του BINTEO ΚΛΑΜΠ για τους μονολόγους του Fall of the House of Usher κινούνται στον ίδιο τόνο:

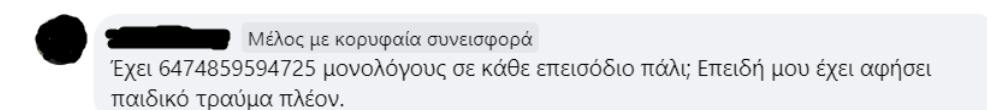


Εικόνα 44. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).



Εικόνα 44. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Παρατηρώντας τις παραπάνω δημοσιεύσεις καθώς και τα σχόλια, ενδέχεται κανείς να απορήσει. Ξαφνικά οι φαν όχι μόνο δεν ενοχλούνται από τον μονόλογο αλλά τον αντιμετωπίζουν με θετική χροιά. Δημοσιεύουν απόψεις που τονίζουν το καλλιτεχνικό βάθος του μονολόγου. Δίνουν έμφαση στη λειτουργικότητά του και εστιάζουν στο θετικό αντίκτυπο που έχει στη σειρά. Οι μη αναμενόμενες αντιδράσεις απέναντι στο μονόλογο ξενίζουν μια μερίδα των φαν, οι οποίοι παρατηρούν τα τεκταινόμενα με δυσπιστία:



Εικόνα 44. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Η ερώτηση του συγκεκριμένου μέλους της κοινότητας αποτελεί λογικό επακόλουθο των αντιδράσεων που δημιουργήθηκαν από τους μονολόγους του *Midnight Mass*. Τι συνέβη και ξαφνικά εκθειάζουμε τον μονόλογο;

Στο συγκεκριμένο επεισόδιο καταπιάνομαι με την οπτική των “viewers” σχετικά με τον μονόλογο. Πριν, ωστόσο, δούμε πιο διεξοδικά αυτή την οπτική, ας επιστρέψουμε για λίγο σε εκείνη των υπευθύνων του BINTEO ΚΛΑΜΠ. Η συντονίστρια του BINTEO ΚΛΑΜΠ Ελένη Πέπα δίνει κάποιες εξηγήσεις σχετικά με την δυσφορία των θεατών απέναντι στους μονολόγους:

«Καταρχάς να πω ότι εγώ είμαι φιλόλογος. Εκτός αυτού, ένα από τα πράγματα που κάνω στον ελεύθερό μου χρόνο είναι να διαβάζω λογοτεχνία. Οπότε ο μονόλογος μου είναι κάτι οικείο. Δεν είναι κάτι που με “πετάει” όπως μπορεί να “πετάξει” άλλα άτομα τα οποία δεν έχουν τις δικές μου σπουδές ή τα δικά μου χόμπι. Από εκεί και πέρα, ειδικά στο σινεμά και στην τηλεόραση ο μονόλογος θέλει τέχνη για να μπορέσεις να τον διαχειριστείς, επειδή μπορεί να καταντήσει ένα κακής ποιότητας exposition¹³⁴. Γιατί, στο σινεμά και στην τηλεόραση το ιδανικό είναι να μην λένε οι χαρακτήρες αλλά να δείχνει το σενάριο και η σκηνοθεσία τα συναισθήματα, τα κίνητρα και τις προθέσεις. Δεν είναι λογοτεχνία που θα μου βάλεις έναν εσωτερικό μονόλογο.»

Σύμφωνα με την Ελένη, μια πιθανή αιτία ώστε ο θεατής να είναι αρνητικά διακείμενος προς τον μονόλογο στον κινηματογράφο ή την τηλεόραση είναι το ότι ακούμε τις πληροφορίες αντί να τις βλέπουμε. Ο δημιουργός επιλέγει τη λεκτική επεξήγηση αντί για την οπτική παρουσίαση του περιεχομένου του έργου με αποτέλεσμα αυτό να έχει αρνητικές επιπτώσεις στη θέαση. Επιπροσθέτως, για εκείνη, σημαντικές πτυχές του αντίκτυπου ενός μονολόγου αποτελούν η ίδια του η φύση σε συνδυασμό με τα υλικά κατασκευής του:

«Να πω και κάτι βασικό: δεν έχω δει σειρές του Flanagan, οπότε δεν έχω άποψη για το συγκεκριμένο, αλλά σίγουρα ο μονόλογος μπορεί να δοθεί με τρόπο που να ‘πετάξει’ τον θεατή. Ο μονόλογος θέλει μεγάλη τέχνη. Γιατί δεν είναι φυσικό πράγμα ο μονόλογος. Οι άνθρωποι στη ζωή μας δεν μονολογούμε. Μονολογούμε όταν βγάζουμε ομιλίες. Δεν είναι φυσικό το να μονολογείς. Το σινεμά και η τηλεόραση είναι οι τέχνες που προσπαθούν να σε κάνουν να ξεχάσεις ότι αυτό που βλέπεις είναι τελείως τεχνητό. Οπότε αυτό μπορεί να δυσκολεύει τον θεατή.»

¹³⁴ «Ο σκοπός του exposition είναι να αποκαλύψει λεπτομέρειες γύρω από τις συνθήκες που περιβάλλουν την αφήγηση μιας ταινίας. Αυτά μπορεί να είναι χαρακτηριστικά χαρακτήρα, κίνητρα, πληροφορίες παρασκηνίου ή θέματα που επιτρέπουν στο κοινό να κατανοήσει περαιτέρω την κεντρική αφήγηση μιας ταινίας» <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-exposition-definition/>. Το exposition έχει διάφορες μορφές. Η Ελένη αναφέρεται στο exposition μέσω διαλόγου/μονολόγου.

Απεναντίας, ο Αλέξανδρος έχει μια διαφορετική οπτική σχετικά με την φυσικότητα των μονολόγων:

«Οι άνθρωποι παραληρούν στην πραγματική ζωή, δεν μονολογούν. Ένας μονόλογος μπορεί να είναι ένα παραλήρημα. Ακόμα και ένας χολιγουντιανός μονόλογος που είναι inspirational και motivational τύπου Any Given Sunday¹³⁵, αν τον σκηνοθετήσεις και μοντάρεις με συγκεκριμένο ύφος μπορεί να γίνει εύκολα από μονόλογος παραλήρημα. Άρα θεωρώ ότι υπάρχουν πολλές μορφές μονολόγου.»

Ακολουθώντας, τονίζει τα ασαφή όρια μεταξύ μονολόγου και διαλόγου:

Και το όριο μονόλογος - διάλογος είναι στην πραγματικότητα πιο ρευστό από όσο φαίνεται. Αν δυο - τρεις φράσεις αποκοπούν αρκετά από το context του διαλόγου μπορούν να λειτουργούν σαν μονόλογος. Ακόμα και ο πολύ διάσημος μονόλογος στο τέλος του Blade Runner¹³⁶ είναι πάρα πολύ σύντομος σε διάρκεια. Μετά βίας πιάνεται σαν μονόλογος. Είναι 5 φράσεις στη πραγματικότητα αυτό που λέει ο Roy Batty. Επειδή όμως λειτουργεί σαν τελευταίος λόγος πριν το θάνατο, γίνεται μονόλογος, αποκόπτεται από το διαλογικό και αποκτά ένα μεγαλύτερο βάρος. Άρα και τα όρια είναι πιο ρευστά από όσο φαίνεται.»

Οι παραπάνω θέσεις αποδίδουν διαφορετικές εκδοχές πρόσληψης των μονολόγων. Αφήνουν, ωστόσο, άθικτο το κεντρικό ερώτημα που θέτει η αντιφατική, όπως είδαμε, υποδοχή των μονολογικών αφηγήσεων από τη σκοπιά των prosumers. Πώς είναι δυνατόν να κατακεραυνώνονται οι μονόλογοι του Midnight Mass ενώ λατρεύονται εκείνοι του Fall of the House of Usher;

Οι μονόλογοι του Fall of the House of Usher είναι μικρότερης διάρκειας από εκείνους του Midnight Mass. Σε συνθήκες τηλεοπτικού χρόνου, ένας μονόλογος 2 λεπτών (The Fall of the House of Usher, μονόλογος για τα λεμόνια - https://www.youtube.com/watch?v=rIK-q6JoOeU&t=12s&ab_channel=JaeErdinger) διαφέρει σημαντικά από έναν μονόλογο 5 λεπτών (Midnight Mass, τι συμβαίνει όταν πεθαίνουμε; - https://www.youtube.com/watch?v=L-EUAP5_4po&t=61s&ab_channel=shakypirate). Η διαφορά των τριών λεπτών ανάμεσα στους συγκεκριμένους μονολόγους δεν είναι αμελητέα, ιδιαίτερα αν αναλογιστούμε την σημασία του τηλεοπτικού χρόνου. Ο τηλεοπτικός χρόνος είναι με σαφή τρόπο υπολογισμένος, λεπτομερειακά καμωμένος και με ακρίβεια τιθασευμένος. Ο δημιουργός της σειράς ακολουθεί τις παραπάνω επιταγές με ευλάβεια. Το

¹³⁵ Ταινία του 1999 σε σκηνοθεσία Oliver Stone με πρωταγωνιστή τον Al Pacino. Πραγματεύεται την ιστορία των Miami Sharks, μιας πλασματικής ομάδας αμερικανικού football που κληρονομεί την επιτυχία.

¹³⁶ Ταινία επιστημονικής φαντασίας του 1982 σε σκηνοθεσία Ridley Scott με πρωταγωνιστή τον Harrison Ford, βασισμένη στο μυθιστόρημα του 1968 "Do Androids dream of electric ship?" του Philip K. Dick.

αποτέλεσμα της διαχείρισης του χρόνου στην τηλεόραση έχει άμεσο αντίκτυπο στον “viewer”. Γι’ αυτόν το λόγο το τρίλεπτο διαφοράς των μονολόγων δημιουργεί εκ διαμέτρου διαφορετική πρόσληψη από εκείνους.

Επίσης, διαφέρουν στο περιεχόμενό τους. Ο μονόλογος για τα λεμόνια έχει ένα σαφές πολιτικό πρόσημο και ταυτόχρονα μια αντιστοιχία στο παρόν μέσω αναφορών σε γνωστές εταιρείες, ηθοποιούς και προϊόντα της ποπ κουλτούρας. Ο μονόλογος για τον θάνατο χαρακτηρίζεται από μια φιλοσοφική προσέγγιση και φέρει έναν οντολογικό μανδύα. Επιπροσθέτως, οι μονόλογοι διαφέρουν σε τόνο και ένταση. Οι μονόλογοι του *Fall of the House of Usher* είναι πιο νευρικοί και ταχείς σε σχέση με τους βραδείας καύσης μονολόγους του *Midnight Mass*. Όλες αυτές οι διαφορές μας απομακρύνουν, τελικά, από τη θεώρηση του μονολόγου ως ενός «ακίνητου», μονοδιάστατου είδους (genre). Το είδος δεν αποτελεί αποκλειστικό σταθερό χαρακτηριστικό μιας ολότητας, ενός συνολικού καλλιτεχνικού αποτελέσματος. Εμφανίζεται συχνά στα επιμέρους συστατικά. Για παράδειγμα, ένα τηλεοπτικό επεισόδιο ξεκινά ως βλοσυρό μυστήριο σκοτεινής ατμόσφαιρας και στα επόμενα πέντε λεπτά μετατρέπεται σε κωμωδία. Πρόκειται επί της ουσίας για είδη, επιμέρους genres που εκτείνονται σε συγκεκριμένη χρονική διάρκεια εξυπηρετώντας μια υβριδικότητα στην καλλιτεχνική δημιουργία.

Με τον τρόπο αυτό, ο Flanagan ενεργοποιεί στα δύο του έργα ένα κοινό αφηγηματικό τέχνασμα, το οποίο διαφοροποιείται ωστόσο ριζικά στην πρόσληψη από τους θεατές επειδή η κατασκευαστική φιλοσοφία του δημιουργού μεταπηδά σε νέες συνθήκες οικονομίας εικόνας, ήχου και χρόνου. Είναι επίσης αρκετά πιθανό τα σχόλια και οι αντιδράσεις των θεατών να έχουν ληφθεί σε κάποιο βαθμό υπόψη από τον Flanagan. Ένα άλλο σενάριο είναι ότι ίσως ο δημιουργός υπέκυψε στις επιταγές της πλατφόρμας για πιο «σφιχτή» δομή επεισοδίων. Ενδεχομένως να μην ισχύει τίποτα από τα παραπάνω καθώς αποτελούν μονάχα εικασίες. Το γεγονός παραμένει: αφενός ο μονόλογος αποτελεί μια υβριδική συνθήκη δύσκολα αναγνωρίσιμη και αφετέρου ο δημιουργός αναπροσάρμοσε την οπτική του πάνω στον τρόπο που μεταχειρίζεται αυτό το σύνθετο τέχνασμα. Θα ονομάσω τη συγκεκριμένη στροφή «μονολογική μετάπλαση», αντλώντας το δεύτερο σκέλος του όρου από τον Μπιλάλη. Ο εν λόγω ιστορικός «φλερτάροντας» με την ακαδημαϊκή πειθαρχία της Βιολογίας, τοποθετείται σχετικά με τις διαφορές στη δομή μιας μετάπλασης (2015):

«Όπως ένας ιστός μπορεί να υποστεί στην πορεία της κυτταρικής του αναγέννησης τροποποιήσεις οι οποίες δεν αναιρούν μεν τη βιολογική του ταυτότητα, αλλάζουν ωστόσο την όψη του και τον οδηγούν

προς νέες πιθανότητες λειτουργίας, έτσι και τα ίχνη του παρελθόντος που αναβοσβήνουν στις ψηφιακές οθόνες συνεχίζουν από τη μια μεριά να ανακαλούν οικείες δομές ιστορικής κουλτούρας, την ίδια στιγμή όμως σχηματοποιούν νέες πιθανότητες άρθρωσης του παρελθόντος στα συγκείμενα του παρόντος.»

Οι μονόλογοι του Flanagan αποτελούν ουσιαστικά τροποποιημένους μονολόγους. Ο Flanagan δοκιμάζει «νέες πιθανότητες άρθρωσης του παρελθόντος στα συγκείμενα του παρόντος» (Μπιλάλης, 2015). Στη νεότερη παραγωγή του χτίζει μονολόγους που δεν απαρνούνται πλήρως τα μορφολογικά χαρακτηριστικά που είχαν στην προηγούμενη σειρά του. Σχηματοποιούνται, ωστόσο, με βάση τα νέα δεδομένα και τις καινούριες συνθήκες που ανακύπτουν. Η μονολογική μετάπλαση αποτελεί μια διαδικασία σμιλεύματος του χρόνου στο καλούπι μιας διαρκώς εξελισσόμενης οικονομίας (τηλεοπτικής, αφηγηματικής, οικονομικής, αισθητηριακής). Αν επιχειρούσαμε να «ξεκλειδώσουμε» τη συγκεκριμένη διαδικασία θα διαπιστώναμε ότι κάτω από τα πολλαπλά και σύνθετα στρώματα του μονολόγου, κατοικοεδρεύει η έννοια της προσοχής.

Η υπόθεση εργασίας μου είναι ότι ο θεατής/χρήστης δεν ενοχλείται από τον μονόλογο καθ'αυτόν αλλά από την *προσοχή (attention)* και συγκεκριμένα από την ανάγκη προσοχής καθώς και από τις απαιτήσεις που εκείνη επιτάσσει. Πρόκειται για έννοια που είναι άρρηκτα συνδεδεμένη μ' εκείνη του μονολόγου. Η προσοχή είναι μια επίπονη έννοια. Αποτελεί συνθήκη που επηρεάζει άμεσα τη διαδικασία θέασης. Στο τηλεοπτικό σύμπαν του Flanagan, ιδιαίτερα, απαιτείται συνεχής προσπάθεια από τον θεατή/χρήστη, συγκέντρωση, αγώνας και κόπος. Οι δημιουργίες του Flanagan που φιλοξενούν μονολόγους διαφορετικών μορφών, ταχυτήτων και ρυθμών, προβληματικοποιούν ακόμα περισσότερο την έννοια της προσοχής. Όπως είδαμε στο κομμάτι της έρευνας, η προσοχή αποτελεί διαδικασία που ανάγεται σε δυσεπίλυτο παζλ για τους συνδρομητές της πλατφόρμας. Η δυσχέρεια αυτή γίνεται ιδιαίτερα αισθητή στον μικρόκοσμο των θεατών των δύο συγκεκριμένων τηλεοπτικών σειρών, καθώς η επιλογή των μονολόγων φαίνεται πως αντιβαίνει στις κυρίαρχες διευθετήσεις του χρόνου στο καταναλωτικό σύμπαν μιας τηλεοπτικής πλατφόρμας.

Σε συνέχεια της συζήτησης περί προσοχής, είναι απαραίτητο να εστιάσουμε στη σχέση της αφηγηματικής τεχνικής του μονολόγου με εκείνη της πλατφόρμας. Πραγματικά, υπό μία έννοια, οι σειρές του Flanagan αποτελούν μη συμβατικές τηλεοπτικές επιλογές για τα δεδομένα της Netflix. Η πλειονότητα περιεχομένου της πλατφόρμας αφορά εύπεπτες δημιουργίες με στόχο τη μανιώδη κατανάλωση τηλεοπτικών ωρών από τους

συνδρομητές. Ο στόχος της εταιρείας είναι η ώθηση του πελάτη στην οικειότητα με το ψηφιακό περιβάλλον και την απόλαυση των δυνατοτήτων στο πλαίσιο μιας υπηρεσίας που γνωρίζει το γούστο και την επιθυμία εκείνου. Νωρίτερα είχα επισημάνει ότι το περιβάλλον της πλατφόρμας χαρακτηρίζεται από υβριδικές διαστάσεις και λειτουργίες, μέσω των οποίων παρέχεται η δυνατότητα συνεχόμενης παρακολούθησης παραπάνω από το αναμενόμενο (μέσω της λειτουργίας του binge-watching) ενώ ταυτόχρονα οι διακοπτόμενες λειτουργίες και η τμηματικότητα ωθούν σε μια θραυσματική εμπειρία διακοπών και παύσεων. Ο Αλέξανδρος συμπληρώνει:

«Η λογική της πλατφόρμας παίζει μεγάλο ρόλο. Ο κόσμος γουστάρει πολύ το συνεχόμενο και το ενωμένο, αλλά το γουστάρει σαν ενωμένο που είναι διαχωρισμένο ταυτόχρονα μεταξύ του. Αν πεις να δούμε μια πεντάωρη ταινία δεν θα κάτσει κανείς. Αν πεις έλα να δούμε 5 επεισόδια μιας σειράς μιας ώρας, θα κάτσει. Αυτό έχει να κάνει και με τις τεχνικές της αφήγησης και τα cliffhangers, αλλά μπορεί να μην έχει cliffhangers, να είναι μια σειρά που είναι αποκομμένη από αυτά, πχ αν δεις 5 επεισόδια Sopranos είναι σαν να βλέπεις μια ταινία 5 ωρών, δεν έχει τίποτα ιντριγκαδόρικο, αφηγηματικό/τηλεοπτικό ρυθμό κλπ. Πιο πολύ έχει να κάνει με το interface και με το σπάσιμο του χρόνου. Ξέρεις ότι κάτι έχει αρχή και τέλος, δεν θα εμπιστευτείς μια ροή να σε πάει αυτή κάπου για 5 ώρες.»

Το πρόβλημα σε σχέση με το περιβάλλον της πλατφόρμας εντοπίζεται στην παρουσία σειρών (Midnight Mass, The Fall of the House of Usher) που δεν χωρούν σε καμία πτυχή του προαναφερθέντος πλαισίου. Η σύσταση των Midnight Mass/Usher τα καθιστά «εξόριστα» και από τα δυο λειτουργικά πεδία της πλατφόρμας. Όχι μόνο δυσκολεύεται κανείς να τα «μπιντζάρει» αλλά νιώθει αμηχανία και στην περίπτωση που αποφασίσει να τα παρακολουθήσει με διακοπές, διαλείμματα, παύσεις ή ακόμα και να κάνει χρήση της δυνατότητας skip¹³⁷. Αν η Netflix βασίζεται σε λειτουργίες διακοπτόμενες, θραυσματικές και τμηματικές, τα Midnight Mass/Usher είναι δομικά η αποθέωση της ροής, τα ευαγγέλιο της αδιασάλευτης συνέχειας, ερωτικές επιστολές στο continuity. Ο Flanagan το αγαπάει αυτό και φαίνεται. Στη μεγάλη κλίμακα οι μίνι σειρές του δύναται να ιδωθούν σαν ταινίες εξοντωτικής διάρκειας. Στη μικρή κλίμακα η αγάπη του φαίνεται από το μονόπλανο στο δεύτερο επεισόδιο του Midnight Mass με τις γάτες στην παραλία (κάτι που είχε ξανακάνει με μεγαλύτερη επιτυχία στο “Haunting of Hill House”). Αυτή η λογική του συνεχούς που χαρακτηρίζει τη φόρμα των Midnight Mass/Usher βρίσκει το έδαφος να ανθήσει σε όλη της τη μεγαλοπρέπεια μέσω των μονολόγων. Και εκεί είναι που η συνθήκη δυσχεραίνει την οπτική εμπειρία καθώς οι

¹³⁷ Να προσπεράσει δηλαδή ένα τμήμα του επεισοδίου που δεν επιθυμεί να παρακολουθήσει.

μονόλογοι που κουβαλούν το βαρύ φορτίο της προσοχής αποτελούν απρόσφορο όχημα «μπιντζαρίσματος» (binging).

Ο μονόλογος (με όλα τα φορτία μεταπλάσεων που τον διακρίνουν) αποτελεί μια ξεχωριστή αφηγηματική συνθήκη που απαιτεί συνεχή προσοχή και ανταμείβει σε επίπεδο νοήματος και συναισθήματος. Αν δοκιμάσει κανείς να προσπεράσει το μονόλογο θα στερηθεί νοημάτων. Αν επιχειρήσει να σταματήσει το επεισόδιο και να επανέλθει αργότερα θα αφαιρεθεί η μαγεία της ροής και ο σκοπός του συνεχούς. Ο μονόλογος αποτελεί νάρκη και αγκάθι επειδή για να δημιουργήσει αντίκτυπο στον θεατή/χρήστη, οφείλει να ιδωθεί με ορισμένο τρόπο. Ο συνδρομητής της πλατφόρμας στέκεται με αμηχανία στο πώς να τον προσεγγίσει και με ποιον τρόπο να τον χειριστεί. Οι μονόλογοι του *Midnight Mass* απαιτούν συνέπεια, συγκέντρωση και προσήλωση. Δίνουν την αίσθηση της ανάδυσης μιας διαφορετικής χρονικότητας μέσα στο σταθερό χρόνο της σειράς. Προσιδιάζουν σε μια μεγάλη, “ξεχειλωμένη” και τραβηγμένη στιγμή μέσα στη ροή του επεισοδίου. Μια στιγμή με διάρκεια. Αυτό το γεγονός επιφέρει αμηχανία στον θεατή/χρήστη σε σημείο που θα μπορούσε να μπει κανείς στον πειρασμό να παραφράσει τη ρήση του Ρολάν Μπαρτ «η φωτογραφία είναι ένας μικρός θάνατος» (1980) σε «ο μονόλογος είναι ένας μικρός θάνατος». Ακόμα και αν τα λόγια που βγαίνουν από το στόμα του ομιλούντος κατέχουν μια ιδιαίτερη βαρύτητα ή έχουν κάτι σημαντικό να παρουσιάσουν, η σταθερά επικεντρωμένη πάνω σε έναν άνθρωπο κάμερα που ουσιαστικά διηγείται μια ιστορία, κουράζει. Παρατηρείται απουσία εναλλαγών, ρυθμού, μοντάζ, απουσία λεκτικής παρέμβασης από άλλο χαρακτήρα με τον οποίο μοιράζονται τη σκηνή. Γίνεται αντιληπτό ότι ο θεατής δεν είναι συνηθισμένος σε μια τέτοια συνθήκη συνεχούς συγκέντρωσης και προσήλωσης.

Επίσης, η διάρκεια του μονολόγου δεν είναι δεδομένη. Η αρχή και το τέλος του σε κάποιες περιπτώσεις αποτελούν δυσεπίλυτο γρίφο. Στη σύγχρονη τηλεόραση του ανταγωνισμού, της υπερκατανάλωσης και του «πολέμου των πλατφορμών» ένα από τα βασικά στοιχεία μιας σειράς είναι να «κρατήσει» τον θεατή/χρήστη. Η παρακολούθηση του επεισοδίου οφείλει να δημιουργήσει την επιθυμία για περαιτέρω παρακολούθηση. Κι ενώ η πλειοψηφία της τηλεοπτικής παραγωγής λειτουργεί με τέτοιους όρους, τα *Midnight Mass/Usher* κάνουν το αντίθετο. Παίρνουν το χρόνο τους, ξεδιπλώνονται αργά με θαυμαστή στοχοπροσήλωση στην ιστορία που επιθυμούν να αφηγηθούν και αποφεύγουν τις επιταγές του μπίντζινγκ όπως ο διάλογος το λιβάκι. Οι σειρές του Flanagan δεν έχουν ως στόχο να παρασύρουν τον συνδρομητή της

πλατφόρμας σε μια συνθήκη αχαλίνωτης θέασης και κατανάλωσης. Αντιθέτως, αναμένουν από εκείνον να τις εξερευνήσει με βάση την ανάγκη και την επιθυμία του, να «κολυμπήσει στα νερά τους» με το δικό του ρυθμό. Για να ευοδωθεί κάτι τέτοιο, απαραίτητη προϋπόθεση είναι μια διαφορετική πραγμάτευση της έννοιας της προσοχής από έναν ερευνητή όπως ο γράφοντας που φιλοδοξεί να κατανοήσει πώς είναι δυνατόν ορισμένοι χρήστες να απολαμβάνουν τέτοιες σειρές.

Επεισόδιο 9

Γενεαλογίες της Προσοχής

«Αυτό που συνήθως αποκαλούμε απόσπαση προσοχής, είναι απλώς το γεγονός ότι δίνουμε προσοχή σε λάθος πράγμα.»

- Aloisi, A. (2023). *The Power of Distraction: Diversion and Reverie from Montaigne to Proust*. Bloomsbury Academic.

Η συζήτηση γύρω από την έννοια της προσοχής απασχολεί αρκετά τις ανθρωπιστικές επιστήμες τις τελευταίες δεκαετίες. Ωστόσο, το ενδιαφέρον των επιστημών για την προσοχή δεν είναι όψιμο. Το σπερματικό κίτριο της προσοχής εντοπίζεται στα τέλη του 19ου αιώνα. Ο κοινωνιολόγος Gabriel Tarde (1903, 2010) επιχειρεί να ανιχνεύσει τη μήτρα της παραγωγικής αξίας, την οποία εντοπίζει στην έννοια της προσοχής ως απαιτητικής και επίπονης εργασίας που καθιστά εφικτή τη συνεργασία στο κοινωνικό επίπεδο. Επιπροσθέτως, ο πρωτοπόρος των δημοσίων σχέσεων Edward Bernays (1947) μελετά από την ψυχαναλυτική σκοπιά τις δημόσιες σχέσεις ως μέσο κατασκευής προσοχής. Επίσης, το έργο του Durkheim (1953) πυροδότησε ένα διάλογο σχετικά με τα όρια προσοχής και απόσπασης. Ακολούθως, ψήγματα μιας αφετηριακής συζήτησης για την προσοχή εμφανίζονται στο έργο του Debord (1992) και την κριτική των Αντόρνο & Χορκχάιμερ (1996) όπου, διερευνώντας την παραγωγή νοήματος στη μεταπολεμική περίοδο, ασκούν κριτική στις αναδυόμενες τεχνολογίες της απόσπασης, χρησιμοποιώντας μεταξύ άλλων το παράδειγμα οπτικοακουστικών υλικοτήτων όπως η χρήση κλασικής μουσικής στον κινηματογράφο, τα κλισέ που επανέρχονται και τα εφέ που ανανεώνουν το οπτικό κομμάτι. Η έννοια της προσοχής αναδεικνύεται επίσης στο έργο του Michel Foucault (2008, 2010, 2011) μέσα κυρίως από τις αναλύσεις του για τη βιοπολιτική και τις «τεχνολογίες του εαυτού». Κάποια από τα παραπάνω έργα έχουν σε περίοπτη θέση την έννοια της προσοχής, ενώ άλλα οδηγούν τη συζήτηση προς αυτή δίχως να έχουν ως βασικό μέλημα μια αυστηρή ανάλυση της έννοιας. Σε κάθε περίπτωση, μοιράζονται την ομοιότητα της εκκίνησης ενδιαφέροντος γι' αυτό το ζήτημα και οδηγούν σε μια πιο εντατική μελέτη της προσοχής στο παρόν.

Τις τελευταίες δεκαετίες το ενδιαφέρον για ζητήματα προσοχής έχει αναζωπυρωθεί. Εμφανίστηκαν έργα τα οποία ξεκίνησαν να ανιχνεύουν την έννοια ως κομβική σε σχέση με την ψηφιακότητα. Τα παραδείγματα που ακολουθούν αφορούν μια πιο έντονη και άμεση ενασχόληση με την έννοια της προσοχής στο σύγχρονο διάλογο και αποτελούν πρόπλασμα για μια άμεση συζήτηση περί «οικονομίας της προσοχής». Ο αμερικανός δημοσιογράφος και συγγραφέας Nicholas Carr (2010) αντιλαμβάνεται την προσοχή ως κρίση αξιών, κρίση του νου και του πνεύματος που οφείλεται στις επιπτώσεις του διαδικτύου. Ο φιλόσοφος Bernard Stiegler (2010) τοποθετεί την προσοχή σε ένα παιδαγωγικό πλαίσιο ώστε να διερωτηθεί σχετικά με το υπαρκτό ή μη ενδιαφέρον των νέων ανθρώπων για την κοινωνική κατάσταση και τις καθημερινές συνθήκες ζωής. Στα προηγούμενα πρέπει να προσθέσουμε τον Howard Rheingold (2012), ο οποίος μεταφέρει τις επιπτώσεις της έλλειψης προσοχής στις τεχνολογίες του δικτύου που ωθούν το ατομικό και συλλογικό υποκείμενο να αμφισβητήσει και να επανακαθορίσει τη θέση του σε έναν κόσμο αλήθειας και νοήματος. Αναμφίλεκτα, κομβικό σταθμό στη γενεαλογία της προσοχής αποτελεί το έργο του Jonathan Crary (1992, 2001), το οποίο θα αναλυθεί στη συνέχεια του τρέχοντος επεισοδίου της παρούσας μελέτης.

Παράλληλα, στη διάρκεια της δεκαετίας του 1990 η προσοχή άρχισε να αναγνωρίζεται ως συνιστώσα της νέας πολιτικής οικονομίας της ψηφιακότητας. Τα έργα των Barbrook (1999), Castells (1996) και Tapscott (1996) επιχειρούν να τοποθετήσουν τις αναλύσεις για την προσοχή σε μια νέα οικονομία του ψηφιακού ή μια νέα οικονομία του δικτύου. Στα έργα αυτά, μελετώνται οι οικονομικές επιπτώσεις που επέφεραν η άνοδος των νέων τεχνολογιών από κοινού με την εμφάνιση χώρων αλληλεπίδρασης μεταξύ των ανθρώπων (διαδίκτυο). Την ίδια στιγμή, το αίτημα για σύνδεση των «ψηφιακών τεχνολογιών που έφταναν στη λαϊκή συνείδηση στα τέλη της δεκαετίας του 1990» (Crogan, P., & Kinsley, S., 2012: 3) οδηγούσε σταδιακά σε αυτό που σήμερα αναγνωρίζεται ως «οικονομία της προσοχής».

Η «οικονομία της προσοχής» αναφέρεται στην προσοχή του ανθρώπου που λογίζεται ως σπάνιο αλλά ποσοτικοποιήσιμο εμπόρευμα (Marazzi, 2008). Το έναυσμα για μια τέτοιου είδους θεώρηση είχε δοθεί δεκαετίες νωρίτερα. Ο Herbert Simon πολιτικός επιστήμονας, ψυχολόγος, οικονομολόγος και βραβευμένος με Νόμπελ στις Οικονομικές Επιστήμες το 1978, έθεσε την αφετηριακή σύνδεση μεταξύ προσοχής και οικονομικού παράγοντα: «ο πλούτος πληροφοριών σημαίνει έλλειψη σε κάτι άλλο: μια

σπανιότητα του οτιδήποτε κι αν καταναλώνει η πληροφορία. Τι πληροφορίες καταναλώνει είναι μάλλον προφανές: καταναλώνει την προσοχή των αποδεκτών. Εξ' ου και ένας πλούτος από πληροφορίες δημιουργεί μια ένδεια προσοχής» (1971: 40). Ο Simon θέτει τη διάκριση ανάμεσα στην πληροφορία και την προσοχή ως συνάρτηση μεταξύ αφθονίας και σπανιότητας. Η έννοια της προσοχής μετεγκαθίσταται σε νέους χώρους διαλόγου που σχετίζονται με μετρήσεις, υπολογισμούς, οικονομικούς παράγοντες. Αποτέλεσμα της θεώρησης της προσοχής ως ποσοτικοποιήσιμο εμπόρευμα είναι η παραγωγή έργων προς αυτή την κατεύθυνση κατά τη δεκαετία του 1990. Οι Beller (1994, 2006), Davenport και Beck (2001), Franck (1999) και Goldhaber (1997) έχουν σημαντική συμβολή στην ανάπτυξη και εδραίωση θεωριών για την οικονομία της προσοχής. Ο τελευταίος τοποθετεί το αντιθετικό ζεύγος «πληροφορία – προσοχή» στον ψηφιακό χώρο και εξηγεί: «Η δική μας δεν είναι πραγματικά μια οικονομία της πληροφορίας. Εξ' ορισμού, η οικονομία είναι η μελέτη του πώς μια κοινωνία χρησιμοποιεί τους λιγοστούς πόρους της. [...] Πνιγόμαστε μέσα σε πληροφορίες, αυξάνοντας όμως συνεχώς την παραγωγή της. [...] Υπάρχει και κάτι άλλο που κινείται μέσω του Δικτύου, ρέοντας προς την αντίθετη κατεύθυνση από εκείνη της πληροφορίας, δηλαδή η προσοχή» (Goldhaber, 1997). Ο Beller από την άλλη (1994, 2006) επιχειρεί να ανιχνεύσει την οικονομία της προσοχής και τη στιγμή παραγωγής αξίας στις συνθήκες του ύστερου καπιταλισμού μέσω της σύνδεσης του βιομηχανικού εργάτη με τον θεατή που παρακολουθεί μοντάζ εικόνων στον κινηματογράφο.

Εκτός από τη στοχοθεσία των μελετητών προς μια οικονομία της προσοχής που συνδέεται με τον βιοπολιτικό και κοινωνικοϊστορικό παράγοντα, εμφανής στη σύγχρονη συζήτηση είναι και η «νευρολογική στροφή» (neurological turn). Η συγκεκριμένη τάση έχει ως πρόταγμα την ανάλυση της προσοχής με γνώμονα τον ψυχολογικό παράγοντα. Εδώ εντοπίζονται έρευνες και άρθρα σχετικά με το πώς αντιλαμβάνονται οι νευροεπιστήμονες τον εγκέφαλο σε συνθήκες προσοχής, την προσπάθεια εντοπισμού λειτουργιών του ανθρώπινου οργανισμού στο πλαίσιο της νευροφυσιολογίας, παιδαγωγικές οπτικές σχετικά με την προσοχή των παιδιών σε συγκεκριμένες ηλικίες και ούτω καθεξής. Οι δουλειές των Lovink (2010), Munster (2011), Damasio (2010), Malabou (2008), Hayles (2007) αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα της προαναφερθείσας τάσης.

Κόντρα στην βιβλιογραφία που περιστρέφεται γύρω από την προσοχή ως πόρο που υφίσταται διαχείριση ή εκμετάλλευση, βρίσκεται το έργο των Campo και Citton (2024)

The Politics of Curiosity: Alternatives to the Attention Economy. Εκεί απομακρύνεται η εστίαση στην έννοια της προσοχής ως στοιχείο που ελκύει τους τεχνολογικούς κολλοσούς με απώτερο σκοπό την δημιουργία κέρδους. Επιπλέον, η προσοχή λογίζεται ως έννοια που οφείλει να κατηγοριοποιηθεί και να αναλυθούν οι διαφορετικές μορφές της. Η προσοχή εμπεριέχει την απόσπαση και την περιέργεια. Ως σύνθετη έννοια δεν καθορίζεται αποκλειστικά από ατομικές ικανότητες αλλά διαμορφώνεται από κοινωνικούς και πολιτισμικούς παράγοντες. Επιπροσθέτως επιχειρεί να ωθήσει τον αναγνώστη να σκεφτεί την προσοχή όχι ως πόρο προς διαχείριση ή εκμετάλλευση αλλά ως έννοια βοηθητική σε πλαίσιο αλληλεπίδρασης με την τεχνολογία, την επιστήμη και το περιβάλλον της πληροφορίας. Μέσω μιας διεπιστημονικής οπτικής, υποστηρίζει έναν διάλογο που στρέφεται γύρω από την δημιουργία συλλογικών πρακτικών σκέψης και δράσης σχετικά με την προσοχή.

Τέλος, ένα άρθρο στο οποίο θα εστιάσω το ενδιαφέρον μου στο τελευταίο τμήμα του επόμενου επεισοδίου είναι το «Η Προσοχή, η οικονομία και ο εγκέφαλος» (2012) της Tiziana Terranova. Σε αυτό, η Ιταλίδα θεωρητικός των ψηφιακών μέσων επιχειρεί μέσω του συγκερασμού της βιοπολιτικής διάστασης (Crary), της νευρολογικής στροφής (Malabou, Hayles) και του αντικτύπου της κοινωνικής συνεργασίας (Lazzarato) να ανιχνεύσει την προσοχή ως έννοια που διαμεσολαβείται στον χώρο ανάμεσα στο ατομικό και το συλλογικό και αναφέρεται στην οικονομία της προσοχής στο ψηφιακό πλαίσιο της αφθονίας των πληροφοριών. Συνοψίζοντας, η προσοχή αποτελεί μια σύνθετη έννοια η οποία δουλεύτηκε εντατικά μέσα σε διαφορετικά κάθε φορά συγκείμενα στη διάρκεια των τελευταίων εκατό, τουλάχιστον, χρόνων. Ωστόσο, κατά την διάρκεια της εδραίωσης των νέων τεχνολογιών της ψηφιακής δικτύωσης, η συζήτηση για την ίδια την προσοχή παραχώρησε σταδιακά τη θέση της σε μια συζήτηση για την οικονομία της προσοχής. Η βασική συνέπεια της παραπάνω μετατόπισης έγκειται στη θεώρηση της έννοιας ως κάτι μη αφηρημένο αλλά απόλυτα μετρήσιμο. Στο επόμενο επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μου θα ξεκινήσω από μια συζήτηση προσοχής και απόσπασης (όπως φαίνεται στη δουλειά του Jonathan Crary) και θα καταλήξω στην «οικονομία της προσοχής» διερευνώντας τις επιπτώσεις της παραπάνω μετάβασης στη μελέτη των συγκεκριμένων ζητημάτων με τα οποία καταγίνεται η παρούσα μελέτη.

Επεισόδιο 10

«Μόνοι μαζί»: θεωρητικές προσεγγίσεις και ψηφιακά παραδείγματα για την παραγωγή αξίας στην οικονομία της προσοχής

«Δικτυωμένοι, είμαστε μαζί, αλλά έχουν μειωθεί τόσο πολύ οι προσδοκίες του ενός για τον άλλο που νιώθουμε απόλυτα μόνοι.»

- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.

Ο Jonathan Crary, καθηγητής σύγχρονης τέχνης και θεωρίας στο Πανεπιστήμιο Columbia της Νέας Υόρκης ασχολήθηκε εντατικά στην έρευνα και τη γραπτή παραγωγή του με το ζήτημα της προσοχής (attention). Στο βιβλίο του *Suspension of Perception: attention, spectacle and modern culture* (2001) ο Crary επιχειρεί να προσεγγίσει το ζήτημα της προσοχής στο 19^ο αιώνα με το βλέμμα στο παρόν. Εκεί ο Crary εξετάζει γιατί και πώς η προσοχή έγινε τόσο προνομιακή και αμφισβητούμενη περιοχή έρευνας στα τέλη του 19^{ου} αιώνα στην ευρωπαϊκή σκέψη και υποστηρίζει ότι η προσοχή -ή συγκεκριμένες πρακτικές προσοχής- είναι ζωτικής σημασίας για την παραγωγή νεότερων μορφών υποκειμενικότητας. Ασχολείται εξίσου με τους τρόπους με τους οποίους η προσοχή, ως ένα ασταθές πεδίο, έγινε καθοριστική για μια σειρά αισθητικών ερευνών της αντίληψης στον οπτικό μοντερνισμό, καθώς επίσης και για τη θέση της στις νέες τεχνολογικές μορφές οπτικού θεάματος όπου συνδέεται ολοκληρωτικά με την αυτοματοποίηση της αντίληψης. Ο κεντρικός άξονας του έργου του είναι η «κρίση της προσοχής», όπως την ονομάζει ο ίδιος, ήτοι «η απόπειρα επέκτασης του βιομηχανικού καπιταλισμού στις αντιληπτικές ικανότητες των ανθρώπων στον 19^ο αιώνα» (Terranova, 2022: 122). Ο 19^{ος} αιώνας αποτελεί ορόσημο στη συζήτηση περί προσοχής, «εφόσον η ικανότητα συγκέντρωσης ενσωματώθηκε στους νέους μηχανισμούς (συναρμολόγησης) της παραγωγής και της κατανάλωσης του βιομηχανικού καπιταλισμού διαμορφώνοντας ένα καινούριο υποκείμενο» (Terranova, 2022: 90). Συνεπώς οι δυνατότητες αντίληψης και συγκέντρωσης αποκτούν μετασχηματιστικές ιδιότητες, αναδιαμορφώνονται και δημιουργούν ένα υποκείμενο από το οποίο απαιτείται προσαρμοστικότητα και συμμόρφωση με το νέο καθεστώς προσοχής.

Σύμφωνα με τον Crary, «η ικανότητα συγκέντρωσης αλλά και η διάσπαση της προσοχής μας εξωθούνται όλο και πιο πολύ στα όριά τους από τη στιγμή που ο καπιταλισμός βρίσκεται σε μια διαδικασία συνεχούς αναδιάρθρωσης, παράγοντας ασταμάτητα νέα εμπορεύματα και επιταχύνοντας τη ροή μετάδοσης της πληροφορίας. Ακολουθώντας αυτή τη διαδικασία [ο ανθρώπινος εγκέφαλος] ξεπερνά τον εαυτό του και βρίσκει νέες δυνατότητες, με αποτέλεσμα να επιβάλλονται νέες μέθοδοι ελέγχου και διαχείρισης της αντίληψης» (2001: 14). Η αναδιάρθρωση του οικονομικού, εργασιακού, κοινωνικού, αισθητηριακού, αστικού πεδίου μεταφράζεται σε παραγωγή νέων πληροφοριών και κατ' επέκταση απαιτείται μια νέα αντιληπτική μέθοδος και ένας τρόπος διαχείρισης των μηχανισμών που μεταλλάσσονται στον βιομηχανικό καπιταλισμό. Οι παραπάνω συνθήκες ενισχύουν την έλλειψη προσοχής και δημιουργούν μια συνθήκη κομβικών για την κοινωνία και το άτομο μεταβάσεων, στο επίκεντρο των οποίων βρίσκεται η «κρίση της προσοχής».

Ενώ στο επίκεντρο της ανάλυσης του Crary είναι τα τέλη του 19^{ου} αιώνα και οι διάφορες προσπάθειες παραγωγής ζητημάτων προσοχής είτε από τη σκοπιά των καταναλωτών, είτε των παρατηρητών είτε των εργαζομένων, τα επιχειρήματα και οι αναλύσεις του εφαρμόζονται και ενδείκνυνται για την κατανόηση μιας σειράς πιο πρόσφατων συζητήσεων γύρω από ζητήματα προσοχής. Αναφορικά με την περίπτωση έρευνάς μου, η συναρμογή της συλλογιστικής του Crary σε ένα πλαίσιο στρίμινγκ τηλεόρασης θα μπορούσε να φανεί ιδιαίτερα χρήσιμη. Άλλωστε, η στρίμινγκ τηλεόραση αποτελεί τον επίγονο της τηλεόρασης του δικτύου για την οποία ο Crary αναφέρει ότι «σε διάφορες μορφές, αναδύθηκε ως το πιο διάχυτο σύστημα διαχείρισης της προσοχής» (2001: 71).

Η προσοχή σύμφωνα με τον Crary ορίζεται ως «μια διάσταση της σύγχρονης εμπειρίας που απαιτεί να ακυρώσουμε ή να αποκλείσουμε αποτελεσματικά από τη συνείδηση μεγάλο μέρος του άμεσου περιβάλλοντός μας» (2001: 1). Αυτό είναι επί της ουσίας το πέραςμα στην αντίληψη (perception), ο τρόπος με τον οποίο το υποκείμενο αντιλαμβάνεται τον κόσμο του. Συνήθως αυτό επιτυγχάνεται μέσω της αίσθησης της όρασης. Επικεντρώνει κανείς κάπου το βλέμμα και παρακολουθεί προσεκτικά προσπαθώντας να αποκλείσει διαφορετικά οπτικά ερεθίσματα με στόχο την κατανόηση του περιβάλλοντος. Για τον Crary το ζήτημα της προσοχής και της αντίληψης δεν δύναται να αναλυθεί μόνο σε συνάρτηση με τον οπτικό παράγοντα (2001: 2). Τονίζει emphatically ότι από τον 19^ο αιώνα η αντίληψη τροφοδοτείται από πεδία άλλων αισθήσεων

όπως για παράδειγμα της ακοής και της αφής και αποτελεί επί της ουσίας ένα μείγμα αισθήσεων (2001: 12).

Με την άποψη του Crary συμπλέουν και οι αναλύσεις του ιστορικού των τεχνολογιών Jonathan Sterne. Ο Sterne (2003) ασχολείται με την ιστορική διάσταση της αναπαραγωγής του ήχου και εξετάζει πρακτικές ήχου, ηχογράφησης, τεχνικές ακρόασης για τη δύναμη του ήχου μεταξύ της δεκαετίας του 1870 και της δεκαετίας του 1920. Τα ερωτήματα που θέτει μοιράζονται κοινούς τόπους αγωνίας με εκείνα του Crary: για ποιο λόγο η αυξανόμενη προσοχή στο πολιτισμικό επίπεδο μιας αίσθησης να υποδηλώνει υποβάθμιση μιας άλλης; Η δουλειά του Sterne έχει σαφή στόχο να υπερτονίσει τη δύναμη του ηχητικού παράγοντα και να απαγκιστρώσει την αίσθηση του ήχου από το καθεστώς αμελητέου μεγέθους στο οποίο έχει περιέλθει. Στην παρούσα έρευνα αντιμετωπίζω ισότιμα τον οπτικό και τον ηχητικό παράγοντα. Αντλώ στοιχεία από τους Sterne και Crary ώστε να δοκιμάσω την θεωρητική εναρμόνιση και την μεθοδολογική γονιμότητα των σκέψεων τους στο ψηφιακό πλαίσιο της πλατφόρμας. Ο Sterne παρουσιάζει και αναλύει το παράδειγμα του φωνογράφου που δανείζεται από τον ιστορικό William Howland Kenney:

«Ο Kenney αναφέρεται ξεκάθαρα σε ένα γεωγραφικά και χρονικά διασκορπισμένο κοινό εντός των Ηνωμένων Πολιτειών—μεμονωμένα άτομα που άκουσαν τον ίδιο δίσκο στη Νέα Υόρκη, στο Λος Άντζελες, στη Ντουλούθ, στην Ουρμπάνα, στο Σαν Αντόνιο και έτσι μπήκαν σε μια φανταστική κοινότητα κοινής μουσικής εμπειρίας. Αλλά η υπαινικτική του τοποθέτηση ισχύει επίσης για το χώρο γύρω από τις συσκευές εγγραφής ήχου στο σπίτι. Με το αυτί στους σωλήνες, οι ακροατές στη διαφήμιση του Berliner ακούν επίσης “μόνοι μαζί” ηχογραφημένη μουσική. Η κοινή ακουστική τους εμπειρία βασίζεται σε μια προηγούμενη κατάτμηση του ηχητικού χώρου σε ακουστική ιδιωτική ιδιοκτησία» (Sterne, 2003: 165).

Ουσιαστικά ο Sterne δανείζεται από τον Kenney το επιχείρημα “Alone Together” (μόνοι μαζί). Η ηχητική συνθήκη του “Alone Together” προϋποθέτει την απομόνωση των ακροατών ώστε να βιώσουν μια συλλογική εμπειρία. Ουσιαστικά, μέσα από την συγκεκριμένη συνθήκη ο Sterne παρουσιάζει την σταδιακή διαμόρφωση μιας νεωτερικής ακουστικής εμπειρίας, η οποία από τις τελευταίες δεκαετίες του 19ου αιώνα καθίσταται ταυτόχρονα εξατομικευμένη και συλλογική.

Η αντίληψη και κατ’ επέκταση η προσοχή θεμελιώνονται πάνω σε ένα αισθητηριακό αμάλγαμα. Ο Crary δίνει βάση στην ανάδειξη της προσοχής ως μοντέλου του τρόπου με τον οποίο το υποκείμενο διατηρεί μια συνεκτική και πρακτική αίσθηση του κόσμου,

ένα μοντέλο που δεν είναι πρωτίστως οπτικό ή και αληθινό/αξιόπιστο (2001: 4). Ο διαχωρισμός που αφορά το οπτικό κομμάτι είναι απαραίτητος όχι μόνο στο επίπεδο της αντίληψης του υποκειμένου αλλά και στην αφετηριακή στοχοπροσήλωση της βιομηχανίας του θεάματος. Δεκαετίες πριν την Netflix, νωρίτερα από την εποχή της γραμμικής τηλεόρασης και ακόμα πιο πριν, στις χρυσές δεκαετίες της κινηματογραφικής παραγωγής, «ο πολιτισμός του θεάματος δεν θεμελιώνεται σε σχέση με την αναγκαιότητα να δει το υποκείμενο, αλλά μάλλον σε στρατηγικές στις οποίες τα άτομα απομονώνονται, χωρίζονται και κατοικούν στο χρόνο αποδυναμωμένα» (Crary, 2001: 3). Οι τακτικές της βιομηχανίας του θεάματος αναδύονται ιστορικά ως μοχλός πίεσης στην αντίληψη του υποκειμένου για το χρόνο.

Τα στιγμιότυπα οθόνης των μελών του γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ που εκφράζουν τη δυσaréσκειά τους σχετικά με τους μονολόγους του Midnight Mass φανερώνουν υποκείμενα που αγωνιούν σχετικά με το χρόνο και σε αρκετές περιπτώσεις τον αντιμετωπίζουν επιφυλακτικά ή και εχθρικά. Φοβούνται ότι «έχασαν χρόνο» παρακολουθώντας τη συγκεκριμένη σειρά, αμφιβάλλουν για τη διάρκεια των στιγμών της, αντιμετωπίζουν το χρόνο ως παραμορφωτικό καθρέφτη και διαμορφώνουν μια δική τους ξεχωριστή αντίληψη για εκείνον. Ο Crary μας επαναφέρει σε ιδρυτικές στιγμές του διπόλου αντίληψη – υποκείμενο: «πριν από τον δέκατο ένατο αιώνα- αυτός που αντιλαμβανόταν θεωρήθηκε γενικά ως παθητικός δέκτης ερεθισμάτων από εξωτερικά αντικείμενα που διαμόρφωναν αντιλήψεις που καθρέφτιζαν αυτόν τον εξωτερικό κόσμο. Αυτό που διαμορφώθηκε τις δύο τελευταίες δεκαετίες του δέκατου ένατου αιώνα, ωστόσο, ήταν αντιλήψεις στις οποίες το υποκείμενο, ως δυναμικός ψυχοφυσικός οργανισμός, κατασκεύαζε ενεργά τον κόσμο γύρω του μέσα από ένα πολυεπίπεδο σύμπλεγμα αισθητηριακών και γνωστικών διαδικασιών, ανώτερων και κατώτερων εγκεφαλικών κέντρων» (2001: 95). Ο θεατής/χρήστης της τηλεοπτικής σειράς που αποτελεί ταυτόχρονα μέλος του BINTEO ΚΛΑΜΠ και συζητά τον αντίκτυπό της, συνεισφέρει ενεργά στην αντιληπτική διαδικασία. Δεν αποτελεί έναν παθητικό δέκτη ερεθισμάτων. Όπως ο τελευταίος έχει μια υβριδική ταυτότητα (“viewer”), έτσι και η έννοια της προσοχής είναι πολυσήμαντη καθώς πέρα από το κομμάτι της προσήλωσης εγκολπώνει και την έννοια της απόσπασης.

Επιστρέφοντας στη ρίζα της έννοιας, ο Crary εξηγεί: «οι ρίζες της λέξης προσοχή στην πραγματικότητα συνηχούν με την αίσθηση της ‘έντασης’, του ‘τεταμένου’ και επίσης της ‘αναμονής’. Υπονοεί τη δυνατότητα στερέωσης, του να κρατάς κάτι με κατάπληξη

ή περισυλλογή, στο οποίο το υποκείμενο της προσοχής είναι και ακίνητο και ασταθές. Αλλά ταυτόχρονα μια αναστολή είναι επίσης ακύρωση ή διακοπή, και ήθελα εδώ να υποδείξω μια ενόχληση, ακόμη και μια άρνηση της ίδιας της αντίληψης» (2001: 10). Η προσοχή είναι ταυτόχρονα προσήλωση (attentiveness) και απόσπαση όχι όμως ως αντιθετικό ζεύγος αλλά ως συνύπαρξη, ως δυναμική διαδικασία που εντείνεται και μειώνεται. Ένα παράδειγμα προσήλωσης και απόσπασης ως συνεργατικών όρων που συνυπάρχουν δυναμικά αποτελεί και η παρακάτω ανάρτηση στο BINTEO ΚΛΑΜΠ:



Εικόνα 45. Meme από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ που σατιρίζει τον αντίκτυπο των μονολόγων του *Midnight Mass*, προτείνοντας την προσθήκη της δυνατότητας “skip monologue” (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025)¹³⁸.

Ο “viewer” που «έφτυσε αίμα» με τους μονολόγους του Flanagan αφιέρωσε την προσοχή του στη δημιουργία ενός meme που γεννήθηκε από την απουσία προσοχής σε τηλεοπτικό επεισόδιο της ψηφιακής πλατφόρμας. Κάτι που σηματοδότησε την

¹³⁸ Κάποιες από τις βασικές λειτουργίες της Netflix είναι οι δυνατότητες να προσπεράσει ο συνδρομητής το intro μιας σειράς καθώς και τα credits. Το εν λόγω meme σατιρίζει την ενδεχομενική προσθήκη μιας “skip monologue” δυνατότητας, να είναι σε θέση κανείς δηλαδή να προσπεράσει τον μονόλογο.

απόσπαση είναι σε θέση να παραγάγει προσοχή και κάτι που αντανάκλα την προσοχή δύναται να γεννήσει απόσπαση. Πρόκειται για ένα δίπολο που καταστρατηγείται αέναα αλλά όχι ανταγωνιστικά, ενεργοποιήθηκε ιστορικά στα τέλη του 19ου αιώνα και συνεχίζει ως τις μέρες μας να διαμορφώνει διακριτά «καθεστώτα προσοχής»¹³⁹. Το παραπάνω meme που δημοσιεύτηκε στο BINTEO ΚΛΑΜΠ εμπεριέχει την αντιφατικότητα της συνύπαρξης της προσήλωσης και της απόσπασης. Συγχρόνως, οι φαινομενικά ασύνδετοι πόλοι βρίσκονται σε επικοινωνία και πυροδοτούν συνεργατικές δράσεις εκατέρωθεν. «Η προσοχή και η απόσπαση της προσοχής δεν μπορούν να γίνουν αντιληπτές έξω από ένα συνεχές στο οποίο εισρέουν αδιάκοπα και οι δύο, ως μέρος ενός κοινωνικού πεδίου στο οποίο οι ίδιες επιταγές και δυνάμεις υποκινούν το ένα και το άλλο» (Crary, 2001: 51). Στο παράδειγμά μου το πεδίο είναι ο χώρος του ψηφιακού και οι επιταγές καθορίζονται από τις λειτουργίες της πλατφόρμας. Σε αυτόν τον δυναμικό χώρο εγγραφής του χρόνου στο ανθρώπινο σώμα, ο “viewer” «στροβιλίζεται» σε ένα πλέγμα προσοχών και αποσπάσεων που διαμορφώνουν την αντίληψη του και κατ’ επέκταση την εμπειρία.

Το έργο του Crary που επικεντρώνεται στις συνθήκες ιστορικής ανάδυσης των παραπάνω εννοιών μάς βοηθά να αντιληφθούμε ότι αφενός η προσοχή κατέχει μια υβριδική διάσταση και αφετέρου η αντίληψη αντιπροσωπεύει μια αντιθετική σύνθεση. Ο Crary διαπιστώνει ότι ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του 19^{ου} αιώνα είναι η «κρίση της προσοχής» και επιχειρεί να ανιχνεύσει το όριό της: «η προσοχή περιείχε πάντα μέσα της τις συνθήκες για τη δική της αποσύνθεση, τη στοίχειωνε η δυνατότητα της δικής της υπερβολής—την οποία όλοι γνωρίζουμε τόσο καλά κάθε φορά που προσπαθούμε να δούμε ή να ακούσουμε ένα πράγμα για μεγάλο διάστημα. Συνήθως είναι το σημείο στο οποίο η αντιληπτική ταυτότητα του υποκειμένου αρχίζει να επιδεινώνεται και σε ορισμένες περιπτώσεις (όπως με ορισμένους ήχους) εξαφανίζεται εντελώς. Ή μπορεί να είναι ένα όριο στο οποίο η προσοχή ανεπαίσθητα μεταλλάσσεται σε κατάσταση έκστασης ή ακόμα και αυτό-ύπνωσης» (2001: 47). Επίσης, στην προσπάθειά του αυτή ο Crary ανατρέχει στον Durkheim, ο οποίος γράφει για το αδιαχώριστο προσοχής και απόσπασης: «Βρισκόμαστε πάντα σε κάποιο βαθμό σε κατάσταση απόσπασης της προσοχής, καθώς η προσοχή, επικεντρώνοντας το μυαλό σε έναν μικρό αριθμό αντικειμένων, το τυφλώνει σε έναν μεγαλύτερο αριθμό των άλλων; Κάθε απόσπαση της προσοχής έχει ως αποτέλεσμα την απόσυρση ορισμένων

¹³⁹ Από τα καθεστώτα ιστορικότητας του Francois Hartog περνάμε στα καθεστώτα προσοχής.

ψυχικών καταστάσεων από τη συνείδηση που δεν παύουν να είναι αληθινές από τη στιγμή που συνεχίζουν να λειτουργούν» (1953: 21). Για τον Durkheim το υποκείμενο πάντα θα βρίσκεται σε κατάσταση απόσπασης προσοχής. Στην ανάλυσή του το μεταξύ τους σύνορο ουσιαστικά απουσιάζει καθώς από την πρώτη στιγμή που οριοθετείται η προσοχή, η απόσπαση είναι παρούσα και αδιαχώριστη. Στον Crary το όριο είναι στενά συνυφασμένο με την αποσύνθεση της προσοχής που δρομολογείται εκ των έndon.

Η δουλειά του Jonathan Crary έθεσε στέρεα θεμέλια για ακόμα πιο εκτεταμένες αναζητήσεις σχετικά με την έννοια της προσοχής στις αρχές του 21^{ου} αιώνα. Στο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα ο βασικός άξονας των συζητήσεων μετατοπίστηκε σε αυτό που ανάφερα παραπάνω ως «νέα οικονομία» ή «ψηφιακή οικονομία», αλλά και σε «κριτικές αναλύσεις πολιτισμικών σπουδών που καταπιάνονται με την πολιτική των ψηφιακών μέσων» (Terranova, 2022: 77). Η Ιταλίδα θεωρητικός των ψηφιακών μέσων και ακτιβίστρια Tiziana Terranova επιχειρεί στο άρθρο της «Η Προσοχή, η οικονομία και ο εγκέφαλος» να επικεντρώσει το ενδιαφέρον της στο πρόβλημα της προσοχής στο ψηφιακό παρόν. Σε αυτό, προσεγγίζει το ζήτημα της προσοχής χρησιμοποιώντας ένα τριμερές θεωρητικό σχήμα: Σπάνη (scarcity) – Ένδεια (poverty) – Μίμηση (imitation). Μέσω αυτών των τριών αξόνων και της χρήσης θεωριών της οικονομίας της προσοχής, θέτει τις βάσεις για μια συζήτηση επικεντρωμένη στο πρόβλημα της προσοχής στα σύγχρονα ψηφιακά περιβάλλοντα.

Αρχικά, υποστηρίζει ότι «εάν η πληροφορία είναι κάτι που υπάρχει σε αφθονία, τότε η προσοχή είναι αυτό που βρίσκεται σε σπάνη: διότι έχει εγγενή όρια που προέρχονται από τη νευροφυσιολογία της αντίληψης και από τον κοινωνικά διαθέσιμο χρόνο» (Terranova, 2022: 78). Η αφθονία της πληροφορίας εντείνει κατά κάποιο τρόπο την σπανιότητα της προσοχής. Η Terranova σχολιάζοντας τη βιβλιογραφία σχετικά με τη νέα οικονομία της προσοχής, αναφέρει ότι «η προσοχή γίνεται κατανοητή ως ένας πόρος που βρίσκεται σε καθεστώς σπάνης, γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο το ίντερνετ κατάφερε να ξαναγίνει ένα οικονομικό μέσο: ένα μέσο που εφαρμόζει όλα τα αξιώματα της οικονομίας της αγοράς. Βλέπουμε ότι προκειμένου να αναδειχτεί μια νέα οικονομία (με την ακριβή έννοια του όρου) είναι αναγκαίο οι πόροι της να βρίσκονται σε σπάνη. Έτσι, ονομάστηκε “οικονομία της προσοχής”» (2022: 79-80). Ο Michael Goldhaber (2006) συμπληρώνει: «η οικονομία της προσοχής φανερώνει ένα σύστημα που κατά κύριο λόγο βασίζεται στην πληρωμή, στην αγορά και στην αναζήτηση αυτού του πράγματος που είναι εγγενώς περιορισμένο και αναντικατάστατο σε σχέση με

οτιδήποτε άλλο: της προσοχής των άλλων ανθρώπων». Σύμφωνα με την παραπάνω τοποθέτηση, η προσοχή αποτελεί μετρήσιμη έννοια. Έχει μια υπολογίσιμη διάσταση και ανάγεται σε ένα νέο είδος κεφαλαίου. Επιπροσθέτως, ο George Franck, Αυστριακός φιλόσοφος, επίτιμος καθηγητής Ψηφιακών Μεθόδων στην Αρχιτεκτονική στο Πανεπιστήμιο Τεχνολογίας της Βιέννης, έγραψε νωρίτερα από τον Goldhaber για ένα νέο είδος κεφαλαίου, το «κεφάλαιο της προσοχής» (“attentive capital”) (1999) που αντιπροσωπεύει ένα νέο μέσο συναλλαγής για τις επιχειρήσεις. «Η προσοχή» υποστηρίζει ο Franck, «γίνεται νόμισμα όταν γίνεται όπως το χρήμα, αφηρημένο, συγκρίσιμο, σύστημα ισοδυναμίας, ποσοτικοποιήσιμο και μετρήσιμο με τη μορφή των αριθμών κυκλοφορίας, βαθμολογιών κοινού, στοιχείων πωλήσεων, επιτυχιών, επισημάνσεων “μου αρέσει”, προβολών, λήψεων, ακολούθων και ούτω καθεξής» (2005: 103). Ο Franck εστιάζει στα παραπάνω επιχειρώντας να εντοπίσει τις προσπάθειες κεφαλαιοποίησης της προσοχής.

Σε ένα τέτοιο πλαίσιο αφθονίας της πληροφορίας και σπάνιας/αναντικατάστατης/κεφαλαιοποιημένης προσοχής, πώς λειτουργεί ένας εταιρικός κολοσσός; Ανατρέχοντας στον Henry Jenkins η Terranova αναφέρει ότι «η έννοια της προσοχής - ως πόρος που βρίσκεται σε σπάνη - ανταποκρίνεται στις ανησυχίες που είχαν εκφράσει οι εταιρείες-κολοσσοί όταν αναγκάστηκαν να αντιμετωπίσουν το καινούριο αυτό επικοινωνιακό καθεστώς της τεράστιας προσφοράς πληροφοριών αλλά και τον νέο τύπο καταναλωτών/θεατών που βρίσκονται σε μια κατάσταση περιπλάνησης, χωρίς να ακολουθούν κάποια προκαθορισμένη διαδρομή» (2022: 83). Αυτές οι ανησυχίες βρίσκονται σε ανοιχτό δίαυλο επικοινωνίας με τον δεύτερο άξονα του σχήματος της Terranova, την Ένδεια της προσοχής. Εκεί η ανάλυση τοποθετεί στο επίκεντρο τη νευροπλαστικότητα, τις λειτουργίες του εγκεφάλου και γενικότερα νευροφυσιολογικές δυνατότητες του υποκειμένου που εμπλέκεται στη διαδικασία της προσοχής. Λαμβάνοντας υπόψη τη νευροεπιστήμη και τις εγκεφαλικές διεργασίες του υποκειμένου, η Terranova συζητά τον δεύτερο άξονα σχετικά με την «οικονομία της προσοχής», δίνοντας έμφαση «στον τρόπο που υποβαθμίζονται οι ικανότητες συγκέντρωσης και παράγουν ένα φτωχοποιημένο υποκείμενο» (2022: 91). Στο σημείο αυτό συνδιαλέγεται με βιβλιογραφία, η οποία αναπτύσσει προβληματισμούς σχετικά με την οικονομία της προσοχής και εστιάζει σε «ψηφιακές τεχνολογίες που υποβαθμίζουν όλο και πιο πολύ την ικανότητα συγκέντρωσης» (Terranova, 2022: 85). Στέκεται για παράδειγμα στο βασικό επιχείρημα του

δημοσιογράφου και συγγραφέα Nicholas Carr (2009) σύμφωνα με το οποίο η έκθεση στα ψηφιακά μέσα διαμορφώνει νέους τρόπους χρήσης του εγκεφάλου. Όπως αναφέρει η Terranova για το σκεπτικό του Carr, η επανασύνδεση του εγκεφάλου μέσω των ψηφιακών μέσων συντελείται με την μεταφορά δραστηριότητας από τους νευρώνες του ιππόκαμπου και της μακροχρόνιας μνήμης στον προμετωπιαίο λοβό και τη βραχυχρόνια μνήμη (2022: 87). Ως αποτέλεσμα, ενισχύεται η πραγμάτωση καθημερινών και απλών εργασιών την ώρα που συντελείται μείωση και περιορισμός του βαθμού κατανόησης και αντιληπτικής ικανότητας του υποκειμένου. Συνομιλεί επίσης με την Γαλλίδα φιλόσοφο Catherine Malabou, της οποίας η κεντρική θεωρητική συμβολή αντικατοπτρίζεται στην έννοια της «πλαστικότητας» (“plasticity”) και της «νευροπλαστικότητας». Το έργο της Malabou παρουσιάζει παρόμοιες αγωνίες με εκείνες του Carr και αφορά στις τεχνολογίες που εξαναγκάζουν τον εγκέφαλο σε υπολειτουργία και στις επιπτώσεις του καπιταλισμού στην «πλαστικότητα» του εγκεφάλου.

Συμπερασματικά, παρατηρούμε δύο βασικούς άξονες σχετικά με την «οικονομία της προσοχής». Ο πρώτος έγκειται στην προσοχή ως σπάνη, πτυχή απόλυτα μετρήσιμη και υπολογίσιμη. Ο δεύτερος εστιάζει στην ένδεια της προσοχής όπου «εξαντλούνται οι γνωσιακές ικανότητες του υποκειμένου» (Terranova, 2022: 91). Ο τρίτος άξονας του σχήματός της απαρτίζεται από την έννοια της Μίμησης.

Η Terranova απομακρύνεται από το πεδίο της ατομικής προσοχής και επεκτείνει τη στόχευση της στη συμμετοχικότητα, τις κοινωνικές διαδικασίες και την έννοια της μίμησης. Εκεί συνομιλεί, μεταξύ άλλων, με τον Tarde και τον Lazzarato επιχειρώντας να παρουσιάσει τις θεωρίες τους στο πλαίσιο της συζήτησης περί προσοχής. Ο Tarde (1903) υποστηρίζει ότι η μίμηση έχει παγκόσμιο χαρακτήρα και ισχύει ταυτόχρονα για το κοινωνικό και το φυσικό επίπεδο. Θεωρεί ότι δεν θα υπήρχε κοινωνική συνοχή δίχως την μίμηση. «Η κοινωνία δεν ορίζεται από το οικονομικό κριτήριο (ή νόμο) της χρησιμότητας (αμοιβαία ανταλλαγή υπηρεσιών) και τον καταμερισμό εργασίας, αλλά από το κριτήριο (ή το νόμο) της μίμησης» (Djellal & Gallouj, 2017). Για τον Tarde η υποκειμενικότητα διαμορφώνεται από την εξ αποστάσεως επιρροή παραγόντων που δρουν σε ένα δικτυακό πλαίσιο.

Σε αυτό το σημείο του τρίτου άξονα του σχήματος της προσοχής η Terranova στρέφεται στον Ιταλό κοινωνιολόγο Mauricio Lazzarato, ο οποίος χρησιμοποιεί την

έννοια του «εγκεφάλου-μνήμη»¹⁴⁰ του Tarde για να μιλήσει για τους τρόπους με τους οποίους παράγεται αξία μέσα από το μοντέλο της κοινωνικής συνεργασίας (2022). Ο Lazzarato επιχειρεί επί της ουσίας να προτείνει μια ανάγνωση της προσοχής μακριά από τους άξονες της σπάνης και της ένδειας, δίνοντας έμφαση στην παραγωγή αξίας μέσω της κοινωνικότητας, η διάδοση της οποίας βασίζεται στη μίμηση.

Η Terranova αναφέρει ότι τα ψηφιακά δίκτυα φανερώνουν μιμητικές διαδικασίες αναπαραγωγής του ίδιου του δικτύου. «Αφιερώνοντας την προσοχή μας στη συμπεριφορά των άλλων ανθρώπων στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, παρατηρούμε το ενδεχόμενο μίμησης, μέσω του οποίου παράγεται και αναπαράγεται η κουλτούρα του δικτύου» (2022: 92). Οι εικόνες από το BINTEO ΚΛΑΜΠ όπως και οι συνεντεύξεις με τους υπευθύνους του γκρουπ συνηγορούν υπέρ της παραπάνω τοποθέτησης και επιβεβαιώνουν ένα νέο στάδιο παραγωγής και κατανάλωσης προσοχής που μεταφράζεται σε συλλογική προσοχή και κοινωνική συνεργασία. Το παράδειγμα των memes που ξεπηδούν σαν μανιτάρια στην κοινότητα του BINTEO ΚΛΑΜΠ και πολλαπλασιάζονται, περιγράφει ένα πεδίο εγκαθίδρυσης μιας μιμητικής συνθήκης παραγωγής νοήματος. Δίκτυα ανθρώπων που μιμούνται άλλα δίκτυα, δημοσιεύσεις και σχόλια που βασίζονται στη μίμηση, κοινωνικές πλατφόρμες που παράγουν νέο περιεχόμενο αναπαράγοντας τον εαυτό τους. «Η οικονομία της προσοχής είναι επομένως και οικονομία της κοινωνικοποίησης των ιδεών, των συναισθημάτων και των αντιλήψεων, μια οικονομία της αυτοματοποιημένης τεχνοκοινωνικής παραγωγής και συνεργασίας» (Terranova, 2022: 92).

Εν κατακλείδι, η Terranova παρουσιάζει ένα τριμερές σχήμα για την μελέτη της προσοχής την εποχή των ψηφιακών πλατφορμών, το οποίο ανακαλεί ουσιαστικά τρεις διαφορετικούς τρόπους προσέγγισης της προσοχής. Το σχήμα της σπάνης δείχνει ότι η προσοχή είναι οικονομικά αποδοτική μόνο αν δεν υπάρχει σε αφθονία (Hayles, 2007). Το σχήμα της ένδειας παρουσιάζει την ποιοτική υποβάθμιση της συγκέντρωσης του υποκειμένου. Το σχήμα της μίμησης εστιάζει στα εξωτερικά ερεθίσματα που επηρεάζουν τον εγκέφαλο και ενεργοποιούν την κοινωνική συνεργασία που καταλήγει σε παραγωγή αξίας. Η θεωρητική πρόταση της Terranova θα χρησιμεύσει στο

¹⁴⁰ Για τον Tarde ο εγκεφαλος-μνήμη αποτελεί έννοια που αποσυνδέεται από την ατομικότητα και δημιουργείται εκ φύσεως από εξωτερικές συνεργασίες, ερεθίσματα, ροές επιθυμιών.

τελευταίο επεισόδιο της διδακτορικής μου διατριβής, όπου θα εστιάσω στην οικονομία της προσοχής στην πλατφόρμα Netflix.

Επεισόδιο 11

“Are you still watching?”: Η Netflix και η αλγοριθμοποίηση της προσοχής

«Ο στόχος πλέον είναι να αυτοματοποιηθούμε: να γίνουμε προβλέψιμοι, να διαμορφωθεί η συμπεριφορά μας προς κατευθύνσεις που αποφέρουν κέρδος. Η προσοχή δεν αιχμαλωτίζεται απλώς — σχεδιάζεται τεχνητά.»

- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

Η υπόθεση εργασίας μου είναι ότι από τον ύστερο 19^ο αιώνα μέχρι σήμερα η προσοχή κατανοείται ως μετρήσιμη έννοια και δυνάμενος να υπολογιστεί όρος που μαθηματικοποιείται και λογαριάζεται με σαφήνεια. Στο τρέχον επεισόδιο της διδακτορικής διατριβής μου θα επιχειρήσω να δείξω ότι στο παρόν του καπιταλισμού της πλατφόρμας η μετρική του χρόνου δίνει τη θέση της στην αλγοριθμοποίηση¹⁴¹ της προσοχής. Μέσα από τις διαδικασίες αλγοριθμοποίησής της, η αφηρημένη έννοια της προσοχής απομονώνεται, περιχαράκωνεται, αναλύεται και δοκιμάζεται στο πεδίο του ψηφιακού από εταιρικούς κολοσσούς. Αν η βιομηχανία του θεάματος κατέχει ένα σημαντικό προβάδισμα στον αγώνα ελέγχου της προσοχής, τότε η στρίμινγκ τηλεόραση απολαμβάνει τα πρωτεία. Το παράδειγμα της Netflix που επιχειρεί να υπολογίσει την προσοχή ώστε στη συνέχεια να την κεφαλαιοποιήσει (η θεωρία του “attentive capital” του George Franck) είναι χαρακτηριστικό. Το βασικό ερώτημα που ανοίγει τη συζήτηση για την αλγοριθμοποίηση της προσοχής είναι το εξής: «πως παρακολουθεί κάποιος το περιεχόμενο της πλατφόρμας πραγματικά»;

¹⁴¹ Με τον όρο *αλγοριθμοποίηση* αναφέρομαι στο εγχείρημα της πλατφόρμας να χρησιμοποιήσει την προσοχή ως εργαλείο βελτίωσης της αλγοριθμικής δραστηριότητας. Μέσω της προσοχής, η Netflix επιχειρεί να εμβαθύνει στις συνθήκες «πραγματικής» θέασης και να αντληθεί με λεπτομέρεια το είδος περιεχομένου που απολαμβάνει πραγματικά ο χρήστης. Με αυτό τον τρόπο στοχεύει στη βελτίωση της παραγωγής περιεχομένου και των αντίστοιχων εξατομικευμένων προτάσεων στους συνδρομητές.

[← Back to Help Home](#)

Why Netflix asks, 'Are you still watching?'

Netflix asks, "Are you still watching ...?" so you don't lose your place or use internet data when you're not actually watching a TV show or movie.

The prompt appears:

- **After watching 3 episodes** of a TV show in a row without using any video player controls, or
- **After 90 minutes** of uninterrupted watching

To continue watching, you can dismiss the message or [turn off autoplay of the next episode](#).

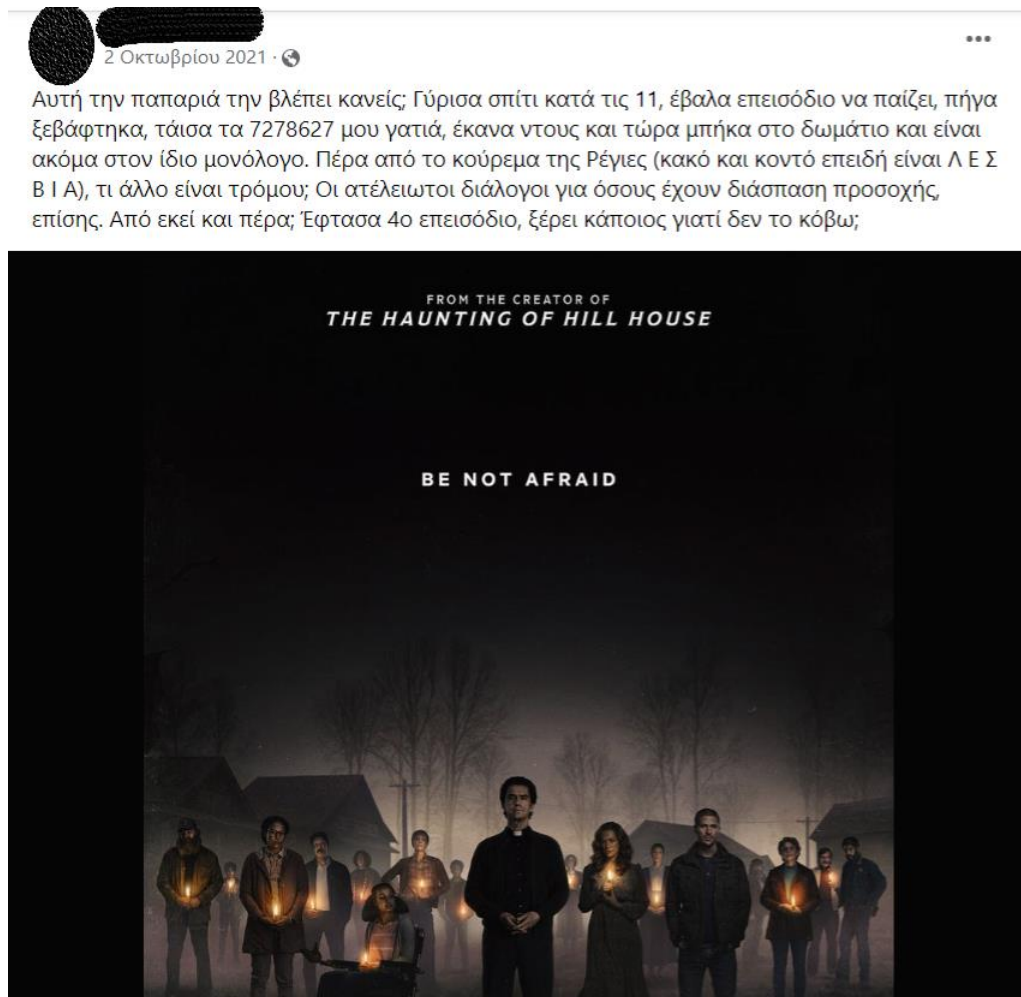
Εικόνα 46. Στιγμιότυπο οθόνης από την επίσημη ιστοσελίδα της Netflix όπου εξηγείται η λειτουργία του «Παρακολουθείτε ακόμα;» (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Η εικόνα 46 αποτελεί στιγμιότυπο οθόνης από το Κέντρο Βοήθειας (Help Center) της επίσημης ιστοσελίδας της Netflix. Το Κέντρο Βοήθειας εξυπηρετεί συνδρομητές της πλατφόρμας που ενδέχεται να αντιμετωπίζουν προβλήματα με τη συνδρομή τους, επιλοκές σχετικά με την πληρωμή της συνδρομής, θέματα σύνδεσης δικτύου, να εμφορούνται από την επιθυμία τερματισμού συνδρομής και ούτω καθεξής. Ο συνδρομητής έχει δύο επιλογές πρόσβασης στο Κέντρο Βοήθειας ώστε να μοιραστεί το πρόβλημά του. Η πρώτη είναι τηλεφωνική. Ανάλογα με τη χώρα προέλευσης και δραστηριοποίησης του ψηφιακού του λογαριασμού, έχει τη δυνατότητα να καλέσει το παράρτημα της Netflix που αντιστοιχεί σε αυτή και να απευθυνθεί στο Κέντρο Βοήθειας με στόχο την επίλυση του ζητήματος. Η δεύτερη δυνατότητα αφορά στην επίσκεψη της ιστοσελίδας της Netflix. Εκεί, το τμήμα του Κέντρου Βοήθειας παρέχει απαντήσεις σε συχνές ερωτήσεις ή απορίες συνδρομητών. Το παραπάνω στιγμιότυπο οθόνης περιέχει μια αρκετά συχνή ερώτηση συνδρομητών: γιατί η Netflix ρωτά, «Παρακολουθείτε ακόμα;» (Why Netflix asks, "Are you still watching?"). Η απάντηση που παρέχεται είναι ότι η πλατφόρμα θέτει αυτή την ερώτηση ώστε να μην χάσει ο συνδρομητής τη θέση του ή να μην χρησιμοποιεί δεδομένα διαδικτύου (internet data) όταν δεν παρακολουθεί πραγματικά κάποια σειρά ή ταινία. Η πλατφόρμα αναφέρει συμπληρωματικά: «Η ειδοποίηση εμφανίζεται σε δύο περιπτώσεις. Η πρώτη περίπτωση είναι όταν ο συνδρομητής έχει παρακολουθήσει συνεχόμενα 3 επεισόδια κάποιας σειράς δίχως να κάνει χρήση των εφαρμογών του βίντεο (video player

controls). Η δεύτερη περίπτωση έχει να κάνει με το πέρας ενενήντα λεπτών παρακολούθησης χωρίς διακοπή». Η λέξη κλειδί στην παραπάνω εικόνα είναι το «πραγματικά» (“actually”). Η Netflix επιχειρεί να διασταυρώσει το αν ο συνδρομητής παρακολουθεί όντως το περιεχόμενό της ή απλώς εκείνο υπάρχει στο background.

Η ειδοποίηση της πλατφόρμας «Παρακολουθείτε ακόμα;» αποτελεί κομμάτι μιας εμπρόθετης «μαθηματικοποίησης της προσοχής» (“mathematization of attention”) από τη σκοπιά της εταιρείας. Η προσοχή που φαινομενικά λογίζεται ως αφηρημένη και υβριδική έννοια, εισέρχεται σε ένα αυστηρό οικονομικό πλαίσιο αριθμών και ελέγχου όπου ο απώτερος σκοπός είναι η κεφαλαιοποίησή της. Η προσοχή καταλήγει ως μια απόλυτα μετρήσιμη έννοια που υπολογίζεται και προσμετράται με σαφήνεια στο ψηφιακό πλαίσιο. Η ερώτηση/ειδοποίηση της πλατφόρμας «Παρακολουθείτε ακόμα;» εμφανίζεται μέσα σε έναν πλήρως μαθηματικοποιημένο χρονικό ορίζοντα παρακολούθησης μετά από τρία επεισόδια ή ενενήντα λεπτά αδιάλειπτης παρακολούθησης. Εντός του συγκεκριμένου πλαισίου, η πλατφόρμα επιχειρεί, ουσιαστικά, να καθορίσει τα χρονικά όρια της προσοχής. Φαίνεται σαν να υποθέτει ότι ο άνθρωπος είναι σε θέση να παρακολουθεί απρόσκοπτα τηλεόραση μέχρι το διάστημα των ενενήντα λεπτών. Για τη Netflix τα ενενήντα λεπτά αποτελούν το χρονικό όριο αποσύνθεσης της προσοχής. Με το πέρας των ενενήντα λεπτών θα επέλθει η «κρίση της προσοχής». Η προσοχή αποκτά τα μαθηματικά της, τα οποία με τη σειρά τους ορίζουν τόσο τη διάρκεια όσο και τη διάλυση της. Μήπως όμως η μετρική του χρόνου που υπαγορεύει ότι το ενενηντάλεπτο αποτελεί την τελευταία δικλείδα ασφαλείας στην προσπάθεια καταγραφής της «πραγματικής» προσοχής είναι έωλη; Τα δεδομένα της έρευνάς μου μαρτυρούν ότι το ίδιο το ενενηντάλεπτο έχει διαρραγεί.

Η έρευνά μου στο γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ επιβεβαιώνει τις εταιρικές αγωνίες σχετικά με τις πραγματικές συνθήκες προσοχής. Ταυτόχρονα συνηγορεί στο ότι η πλατφόρμα επιχειρεί να καθορίσει μια χρονική οριοθέτηση της προσοχής τοποθετώντας το αριθμητικό όριο στα ενενήντα λεπτά, εξετάζοντας το μετά του συγκεκριμένου ορίου. Τι συμβαίνει όμως με το *πριν*; Ποια είναι τα δεδομένα κατά τη διάρκεια του ενενηνταλέπτου; Ας δούμε ξανά ένα χαρακτηριστικό στιγμιότυπο οθόνης από μέλος του προαναφερθέντος γκρουπ.



Εικόνα 47. Στιγμιότυπο οθόνης από το γκρουπ BINTEO ΚΛΑΜΠ (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

«Έβαλα επεισόδιο να παίζει, πήγα ξεβάφτηκα, τάισα τα 7278627 μου γιατί, έκανα ντους και τώρα μπήκα στο δωμάτιο και είναι ακόμα στον ίδιο μονόλογο. Πέρα από το κούρεμα της Ρέγιες (κακό και κοντό επειδή είναι Λ Ε Σ Β Ι Α), τι άλλο είναι τρόμου; Οι ατέλειωτοι διάλογοι για όσους έχουν διάσπαση προσοχής, επίσης. Από εκεί και πέρα; Έφτασα 4ο επεισόδιο, ξέρει κάποιος γιατί δεν το κόβω;

δημοσιογράφος Kyle Chayka το ονομάζει “ambient tv”. Δανείζεται τον όρο ambient¹⁴² από τη μουσική και τον Brian Eno¹⁴³ και τον τοποθετεί σε ένα τηλεοπτικό περιβάλλον όπου «το ambient υποδηλώνει κάτι στο οποίο δεν χρειάζεται να δώσετε προσοχή για να απολαύσετε, αλλά το οποίο εξακολουθεί να είναι αρκετά σαγηνευτικό για να είναι συναρπαστικό αν επιλέξετε να το κάνετε στιγμιαία».¹⁴⁴ Η ambient διάσταση περικλείει εντός της μια συνθήκη προσοχής και ταυτόχρονα απόσπασης. Με άλλα λόγια, η ambient συνθήκη αντικατοπτρίζει αυτό που ο Crary αναφέρει ως «κρίση προσοχής». Παρακολουθούμε κάτι αλλά όχι λεπτομερώς. Ακούμε κάτι αλλά δεν ακούμε ακριβώς. Πρόκειται για μια συνθήκη ημι-δράσης, μια υβριδική κατάσταση όπου πράγματα συμβαίνουν κατά το ήμισυ την ίδια στιγμή. Σε πρώτο επίπεδο, η συνθήκη της ambient τηλεόρασης υπαγορεύει τη χρήση όλων των αισθήσεων, με ιδιαίτερη έμφαση στην ακοή. Ο “viewer” που επιδίδεται σε εργασίες εντός της οικίας ενώ το επεισόδιο βρίσκεται σε ροή, χρησιμοποιεί πρωτίστως την ακοή του για να συμβαδίσει με εκείνο. Ακόμη, παρουσιάζεται ένα επίπεδο όπου υπάρχει η συνθήκη της θέασης δίχως θέαση. Ο οπτικός παράγοντας καταστρατηγείται εν μέρει ή πλήρως. Ο “viewer” ενδέχεται να παρακολουθήσει φευγαλέα μια σκηνή του επεισοδίου σε περίπτωση που βρίσκεται στον ίδιο χώρο με τη συσκευή αναπαραγωγής του περιεχομένου της πλατφόρμας. Διαφορετικά, το άτομο έχει μηδενική επαφή με το επεισόδιο οπτικά.

Η προσοχή βρίσκεται σε σπάνη καθώς το υποκείμενο επιδίδεται σε διάφορες ενέργειες πέραν της παρακολούθησης. Η προσοχή δεν χάνεται αλλά διοχετεύεται αλλού. Ακόμη, χρησιμοποιεί την ελάχιστη προσήλωση μόνο για να γνωρίζει σε ποιο επεισόδιο βρίσκεται («έφτασα 4ο επεισόδιο, ξέρει κάποιος γιατί δεν το κόβω;»). Η δεύτερη προσέγγιση αφορά στη σταδιακή υποβάθμιση της συγκέντρωσης. Το υποκείμενο προχωρά στη μια ενέργεια μετά την άλλη, μειώνοντας τη συγκέντρωσή του στο επεισόδιο. Τέλος, η μίμηση αντανακλά υποκείμενα που αφενός λειτουργούν με παρόμοιο τρόπο όπως εκείνο που προέβη στην παραπάνω δημοσίευση και αφετέρου σε εκείνα που θα δουν τη δημοσίευση και θα μιμηθούν την ambient κατάσταση μελλοντικά. «Αυτή η διαδικασία αποτελεί μια κοινωνική εφευρετικότητα που

¹⁴² Χρησιμοποιώ τον όρο με την έννοια της ατμοσφαιρικότητας. Σύμφωνα με το λεξικό του Cambridge αποτελεί ένα είδος μουσικής, συχνά χωρίς μελωδία ή ρυθμό, που έχει σκοπό να κάνει τους ανθρώπους να χαλαρώσουν ή να δημιουργηθεί μια συγκεκριμένη διάθεση. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ambient-music> (τελευταία πρόσβαση 7/11/2024).

¹⁴³ Άγγλος μουσικός, παραγωγός, συνθέτης, συγγραφέας. Θεωρείται ο εφευρέτης της ambient μουσικής.

¹⁴⁴ <https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/emily-in-paris-and-the-rise-of-ambient-tv> (τελευταία πρόσβαση 08/02/2024).

μεταβιβάζει και διαδίδει τις κοινές μας επιθυμίες, πεποιθήσεις και συν-αισθήματα» (Terranova, 2022: 106). Η «κρίση της προσοχής» που καθρεφτίζεται στην ambient συνθήκη περικλείει εντός της το τριμερές σχήμα προσέγγισης της προσοχής της Terranova.

Η ambient διάσταση αποτελεί επί της ουσίας τη «νεκρή γωνία» του ενενηνταλέπτου της προσοχής. Η πλατφόρμα υποθέτει ότι μέχρι το όριο των ενενήντα λεπτών ο χρήστης παρακολουθεί με συγκέντρωση. Το όριο του ενενηνταλέπτου ενδέχεται να αυξηθεί σε περίπτωση που ο prosumer χρησιμοποιήσει το τηλεκοντρόλ τη στιγμή της ειδοποίησης. Η κίνησή του θα δείξει ότι είναι ενεργός στο ψηφιακό παρόν, συμβαδίζει με το περιεχόμενο της πλατφόρμας και συνεχίζει να παρακολουθεί με συγκέντρωση. Αντιθέτως, υπάρχει η περίπτωση να μην προβεί σε κάποια ενέργεια τη στιγμή της ειδοποίησης «παρακολουθείτε ακόμα;». Αυτομάτως, ο αλγόριθμος της Netflix θα μεταφράσει το δεδομένο ως «μη πραγματική» παρακολούθηση. Ο χρήστης έχει αφήσει την πλατφόρμα σε λειτουργία και ασχολείται με κάτι άλλο. Αν τα ενδεχόμενα που σχετίζονται με το πέρας του ενενηνταλέπτου έχουν προβλεφθεί, δεν είμαστε σε θέση να πούμε το ίδιο και για τα δεδομένα που αφορούν το πριν του χρονικού ορίου διάλυσης της προσοχής. Η προσοχή μπορεί να αυτοδιαλυθεί κάθε στιγμή για μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα. Από το «οπλοστάσιο» της πλατφόρμας απουσιάζουν τα εργαλεία ανίχνευσης σχετικά με την «πραγματική» παρακολούθηση στη χρονική ζώνη του ενενηνταλέπτου. Αυτό εγείρει προβληματισμούς αναφορικά με την απόπειρα της πλατφόρμας να αλγοριθμοποιήσει την προσοχή. Η ειδοποίηση του ενενηνταλέπτου εντάσσεται σε μια προσπάθεια να παραμετροποιηθεί ο χρόνος προσοχής του χρήστη. Η μετάφραση των χρόνων προσοχής σε αλγοριθμικά δεδομένα βελτίωσης της εμπειρίας στην πλατφόρμα απαιτεί μια επανεπίσκεψη στα όρια των χρόνων θέασης.

Συμπερασματικά, το εγχείρημα της πλατφόρμας έγκειται στη μετάβαση από την μαθηματικοποίηση της προσοχής στην αλγοριθμοποίησή της. Ωστόσο, η εθνογραφική μελέτη των ψηφιακών κοινοτήτων, εντός των οποίων ενεργοποιούνται οι prosumers της πλατφόρμας, υποδεικνύει πως υπάρχει αρκετός δρόμος που πρέπει να καλυφθεί ώστε η πλατφόρμα να οδηγηθεί σε βαθύτερη και συνθετότερη κατανόηση της συμπεριφοράς του χρήστη μπροστά από την οθόνη. Το πρόβλημα που παρουσιάζεται εδώ και ισχύει για την οποιαδήποτε αλγοριθμική λειτουργία είναι ότι απαιτείται συνεχής ενέργεια από το χρήστη. Η πλατφόρμα κατέχει έναν τρόπο ώστε να αντιλαμβάνεται τους χρόνους που ο χρήστης είναι ενεργός: την ενέργεια/κίνηση του

σε αυτή. Ο θεατής του ενενηνταλέπτου που δεν αλληλεπιδρά με την πλατφόρμα (pause, skip, forward, options) δυσχεραίνει το αλγοριθμικό έργο. Χωρίς αναγκαστικά να εγκαταλείπει την πλατφόρμα, αποδίδει τον χρόνο και την προσοχή του (και) σε άλλες διαδικασίες, ακόμα και σε άλλες πλατφόρμες εξίσου ψηφιακές, εξίσου εταιρικές, όπως το Facebook, στις κοινότητες του οποίου ο χρόνος και η προσοχή που εκκίνησαν από τη Netflix εκτείνονται και ανακεφαλαιοποιούνται. Το παράδειγμα των χρηστών του BINTEO ΚΛΑΜΠ μας καλεί να ξανασκεφτούμε όχι μονάχα τα όρια της προσοχής και των χρονικών αισθήσεων που συγκεφαλαιώνονται πάνω της, αλλά και τα όρια της αλγοριθμοποίησής της. Αν ο καπιταλισμός εισήγαγε από τη γέννησή του ένα βασικό άξονα προσδοκίας που αφορούσε το μέλλον, την προσφορά, την επένδυση και συνεπώς είχε έναν υποσχετικό χαρακτήρα, ο καπιταλισμός της πλατφόρμας αποτελεί μια ωδή σε ένα μαθηματικοποιημένο χρόνο, σε ένα υπολογίσιμο *τώρα*, σε μια δυναμική συνθήκη μετρήσιμων εννοιών, χρόνων, παύσεων και αισθήσεων στο σώμα όπου τα πάντα μοιάζουν να έχουν νόημα όταν επιτελούνται σε μια μοναδική στιγμή. Μονάχα που η συνθήκη αυτή παραμένει εγγενώς ατελής: Απέναντι στα εταιρικά εγχειρήματα της αλγοριθμοποίησης του χρόνου παρατάσσεται η πολυσημία της βιωμένης εμπειρίας της θέασης. Απέναντι στο αυστηρό πλαίσιο της εταιρικής παρακολούθησης ανοίγεται ένα παραγωγικό, ευφάνταστο *κάποτε*, ένα σύμπαν διαρκών κι ανεξέλεγκτων αποσπάσεων. Απέναντι στους εταιρικούς, αλγοριθμικούς μονόδρομους της κεφαλαιοποίησης της προσοχής, συνεχίζει με επιμονή μια εργώδης μιμητική (ανα)παραγωγή, η οποία στοιχειώνει το όνειρο του αυστηρού ελέγχου του χρόνου, κάνοντας την πλατφόρμα να ρωτά με αγωνία τους συνδρομητές της ‘εάν είναι ακόμα εκεί’, στο δικό της *τώρα*.

Η συγκεκριμένη διδακτορική διατριβή έθεσε πολλά ερωτήματα, κάποια από αυτά αναστοχαστικής φύσεως. Εξαιτίας της δυναμικότητας του πεδίου, αναρωτήθηκε σχετικά με την θέση που κατέχει στον διεπιστημονικό χώρο. Πρόκειται για μια έρευνα ψηφιακής ιστορίας ή για μια μελέτη ψηφιακής ανθρωπολογίας; Κατά την άποψη του γράφοντα, η συγκεκριμένη πρωτότυπη έρευνα απευθύνεται στον ακαδημαϊκό χώρο που οι ετερόκλητες επιστημονικές πειθαρχίες εφάπτονται. Ο χώρος αυτό είναι οι σπουδές της πλατφόρμας (platform studies). Αφορά τους ιστορικούς του ψηφιακού, τους ανθρωπολόγους που επικεντρώνονται σε ψηφιακή εθνογραφία, τους μελετητές των νέων μέσων και των πλατφορμών, τους σπουδαστές της οικονομίας του διαδικτύου και των εφαρμογών. Το πρώτο συμπέρασμα είναι ότι η θέση αυτής της μελέτης βρίσκεται στον ευρύτερο χώρο του ψηφιακού. Η πλατφόρμα ως πεδίο έρευνας είναι συγκεκριμένη αλλά ο τρόπος όπου την προσεγγίζουμε είναι σύνθετος και διεπιστημονικός. Το παραπάνω μόνο τυχαίο δεν είναι. Σε πόσα τμήματα της ελληνικής επικράτειας θα μπορούσε να παραχθεί μια τέτοια έρευνα; Γι' αυτό τον λόγο δεν θεωρούμε τυχαίο το γεγονός ότι εκπονήθηκε σε ένα τμήμα σαν το ΙΑΚΑ. Η επόμενη διαπίστωση σχετίζεται με τον τόπο παραγωγής της διδακτορικής διατριβής. Το τμήμα ΙΑΚΑ του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας είναι ένα τμήμα που ενθαρρύνει την διεπιστημονικότητα και αντιμετωπίζει με ενδιαφέρον την σύγκληση ετερόκλητων ακαδημαϊκών πειθαρχιών. Πρόκειται για ένα κατεξοχήν ταυτοτικό χαρακτηριστικό. Από ιδρύσεως μέχρι και τις μέρες μας, το ΙΑΚΑ με διαφορετική ένταση, κατέχει ένα προφίλ ιδρύματος διεπιστημονικού όπου σημειώνονται ζυμώσεις και προσμίξεις. Με λίγα λόγια, είναι φυσικό επακόλουθο για τον γράφοντα να εναρμονιστεί με το πνεύμα του τμήματος. Το πεδίο είναι διεπιστημονικό όπως και ο τρόπος προσέγγισης του πεδίου. Η μεθοδολογία κινείται στο ίδιο διεπιστημονικό μήκος. Η γραφή είναι ακαδημαϊκή ενώ αντλεί από το ποπ ώστε να απευθυνθεί και σε ένα κοινό εκτός ακαδημαϊκής. Η συγκεκριμένη διδακτορική διατριβή έχει τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά με έναν αβίαστο τρόπο και μια ειλικρινή προσέγγιση ακριβώς επειδή οι σπουδές σε ένα τμήμα σαν το ΙΑΚΑ παρέχουν τέτοιου είδους ελευθερίες και ενθαρρύνουν αναλόγου ύφους έρευνες.

¹⁴⁵ Behind the scenes.

Η προαναφερθείσα διεπιστημονικότητα έχει ως στόχο την παραγωγή κρίσιμων ερωτημάτων για το επιστημονικό πεδίο των σπουδών της πλατφόρμας (platform studies). Τοποθετώντας στο κέντρο γενεαλογίες και οικονομίες προσοχής που δεν έχουν μόνο αντιληπτική αξία, επιχείρησα να προσσεγγίσω την παραγωγή αξίας στην πλατφόρμα και να εντοπίσω την συγκρότηση των κοινοτήτων χρόνου όπως το BINTEO ΚΛΑΜΠ. Οι νοοτροπίες και οι συνήθειες που παρουσίασε το κοινό, μας βοήθησαν στο να αντιληφθούμε εις βάθος την παραγωγή διαφορετικών χρόνων (εταιρικός, αλγοριθμικός, παραγωγής) στη Netflix.

Στη συνέχεια θα αναφερθούμε στο ζήτημα της γραφής. Λόγω της κατάστασης που επικρατεί στην εκπαίδευση στην χώρα μας αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο, είναι πιο επιτακτικό από ποτέ για τα πανεπιστημιακά ιδρύματα να διατηρήσουν ένα μεστό προφίλ εξωστρέφειας. Με την έννοια της εξωστρέφειας δεν αναφερόμαστε απλά στα ανοίγματα σε διαφορετικούς ακαδημαϊκούς χώρους ή σε συνεργασίες μεταξύ ιδρυμάτων σε εθνικό ή παγκόσμιο επίπεδο. Περισσότερο επικεντρωνόμαστε στο να δείξουμε έμπρακτα ότι το πανεπιστήμιο είναι μέρος της κοινωνίας. Επηρεάζεται από αυτή και την επηρεάζει. Μέσω των ερευνών και του προσωπικού του ένα πανεπιστημιακό ίδρυμα είναι σε θέση να έχει ενεργό ρόλο στα πράγματα. Ο ρόλος του οφείλει να θυμηθεί ξανά την αφυπνιστική διάσταση του. Τα ερωτήματα που τίθενται στα αμφιθέατρα μπορούν να διατυπωθούν και στις πλατείες. Γι' αυτό τον λόγο, επιχειρούμε μέσω της ποπ γραφής να φέρουμε σε αλληλεπίδραση τον ακαδημαϊκό χώρο με τον δημόσιο χώρο. Ακολουθώντας την οπτική της δημόσιας ιστορίας, στοχεύουμε στο άνοιγμα της συζήτησης για τον χρόνο και την προσοχή στο ψηφιακό, από την αίθουσα στο ψηφιακό πεδίο των κοινοτήτων της δημόσιας συμμετοχής. Με αυτό τον τρόπο η ακαδημαϊκή έρευνα εκτίθεται θέτοντας καίρια ερωτήματα και ταυτόχρονα λαμβάνει ανατροφοδότηση που την ωθεί σε αναστοχασμό.

Στο τελικό στάδιο των αναστοχασμών θα εστιάσουμε σε αυτά που εξάγονται από το περιεχόμενο της έρευνας. Τι καινούριο δοκιμάζει να φέρει η παρούσα διατριβή στη συζήτηση για την οικονομία της προσοχής στο ψηφιακό; Αν αθροίσουμε πλατφόρμες, αλγορίθμους, χρήστες, μεθοδολογίες, πλαισιώσεις, ιστορικοποιήσεις, παρατηρητικές συμμετοχές, υποθέσεις εργασίας και βιβλιογραφίες, τι είναι αυτό που μένει ως απόσταγμα που καθιστά την συγκεκριμένη διδακτορική διατριβή με κάποιο τρόπο «χρήσιμη»; Βρισκόμαστε στην εποχή της επικράτησης της στιγμής. Των στιγμών. Στιγμές ως τμηματικότητα, ως θραυσματικότητα, ως σμίλημα χρόνου. Στιγμές με

ακαθόριστη διάρκεια, άλλες ξεχειλωμένες και άλλες ένα βλεφάρισμα του ματιού. Η οικονομία της προσοχής στην πλατφόρμα επιτάσσει αλληλεπιδράσεις στιγμών που οδηγούν σε ένα μεγαλύτερο κυνήγι αλληλουχίας των ταιριαστών για τον χρήστη στιγμών. Η εταιρική ιστορία της πλατφόρμας σε συνάρτηση με την πρόσληψη του χρόνου από τους συνδρομητές της φανερώνει ένα πλαίσιο τακτοποιημένων και προσαρμοσμένων χρόνων. Το κυνήγι της απόλαυσης της προσωρινότητας εντείνεται όσο πλησιάζουμε στο πολυχρονικό παρόν. Την ώρα που γράφουμε αυτές τις γραμμές, η εταιρεία που ενδιαφέρεται τόσο πολύ για το αν προσέχουμε πραγματικά όταν παρακολουθούμε το περιεχόμενο της¹⁴⁶, κυκλοφορεί την δεύτερη σεζόν της δημοφιλούς πρωτότυπης παραγωγής της “The Sandman” σε δυο πακέτα επεισοδίων. Το πρώτο γίνεται διαθέσιμο αρχές Ιουλίου ενώ το δεύτερο στα τέλη του ίδιου μήνα. Η μεγαλύτερη επανάσταση που σημειώθηκε ποτέ στην οικιακή τηλεοπτική διασκέδαση είναι το μπίντζινγκ. Ακόμα και αυτό, περίπου δέκα χρόνια μετά χάνει τα χαρακτηριστικά της αφθονίας και θυσιάζεται στον βωμό του εφήμερου. Αν προσθέσουμε και στην συζήτηση την εμπροθετότητα των χρηστών τότε θα παρατηρήσουμε ότι είναι δέσμοι μιας φαινομενικής ελευθερίας και μιας αυστηρά δομημένης αφθονίας στιγμών. Είναι ελεύθεροι να απολαύσουν το περιεχόμενο που έχει τμηματοποιηθεί, χωριστεί, επεξεργαστεί. Είναι πρόθυμοι να αγκαλιάσουν το θραύσμα.

Συνοψίζοντας, οι αισθήσεις χρόνου που παράγονται από τις λειτουργίες της πλατφόρμας δημιουργούν ένα πολυχρονικό παρόν που χαρακτηρίζεται από εναλλαγές στιγμών που περιέχουν αλληλουχίες εντάσεων. Σε αυτό το πλαίσιο, η διεπιστημονική μελέτη της πλατφόρμας με όχημα τον χρόνο και την προσοχή έχει περισσότερο ως στοχοθεσία την δημιουργία ερωτημάτων που θα οδηγήσουν σε διεπιστημονικό διάλογο. Οι βιωματικές αγωνίες της αλληλεπίδρασης με την πλατφόρμα μετουσιώθηκαν σε ερευνητικά ερωτήματα που στην πορεία πολλαπλασιάστηκαν. Στο τέλος ευελπιστούμε ότι η συγκεκριμένη διδακτορική διατριβή θα συμβάλλει στην τόνωση της συζήτησης για τις προσλήψεις του χρόνου στην πλατφόρμα στο πλαίσιο της εγχώριας ακαδημαϊκής παραγωγής.

¹⁴⁶ Όπως είδαμε στη «Σεζόν 2» το βασικό στοίχημα για τη Netflix ως πλατφόρμα ήταν για μεγάλο χρονικό διάστημα η ικανότητα της να κατανοήσει την ambient διάσταση, αν δηλαδή ο χρήστης παρακολουθεί πραγματικά περιεχόμενο ή απλά το αφήνει να παίζει ενώ ασχολείται με διαφορετικά πράγματα.

Credits/ Ξενογλώσση Βιβλιογραφία

Abbas, Y., & Dervin, F. (Eds.). (2009). *Digital technologies of the self*. Newcastle, UK: Cambridge Scholars Publishing.

Abele, R. (2013). "Playing with a New Deck". *DGA Quarterly*, 1301.

Adam, B. (2013). *Time and social theory*. UK: John Wiley & Sons.

Aggarwal, C. C. (2015). *Data Mining: The Textbook*. NY: Springer.

Allen-Robertson, J. (2013). *Digital culture industry: A history of digital distribution*. NY: Palgrave Macmillan.

Alexander, N. (2016). "Catered to your future self: Netflix's 'predictive personalization' and the mathematization of taste" in McDonald, K., & Smith-Rowsey, D. (Eds.). *The Netflix effect: Technology and entertainment in the 21st century*. Bloomsbury Publishing USA. pp 81-97.

Aloisi, A. (2023). *The Power of Distraction: Diversion and Reverie from Montaigne to Proust*. London: Bloomsbury Academic.

Altman, R. (2004). *Silent film sound*. New York, NY: Columbia University Press

Amatriain, X., Basilico, J. (2012). *Netflix recommendations: beyond the 5 stars (part 1)*. Netflix TechBlog, 6 Απριλίου. Διαθέσιμο στο <http://techblog.netflix.com/2012/04/netflix-recommendations-beyond-5-stars.html> (τελευταία πρόσβαση 23/09/2025).

American Psychiatric Association. (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (4th ed.)*. American Psychiatric Association Publishing.

American Psychiatric Association. (2000). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (4th ed., txt. rev.)*. American Psychiatric Association Publishing.

American Psychiatric Association. (2022). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed., txt. rev.)*. American Psychiatric Association Publishing.

Anderson, S. (2009). 'In Defense of Distraction: Twitter, Adderall, lifehacking, mindful jogging, power browsing, Obama's BlackBerry, and the benefits of overstimulation.'

New York Magazine. <https://nymag.com/news/features/56793/index.html> (τελευταία πρόσβαση 23/09/2025).

Antón-Toro, L. F., del Cerro León, A., Shpakivska, D., Ángeles Correás, A., Uceta, M., Maestú F., & García-Moreno L. M. (2024). “Alcohol Binge Drinking in Adolescence: The Who, the How, and the Why” in P. Á. Gargiulo & H. L. Mesones-Arroyo (Eds.), *Psychiatry and neuroscience update – Vol. V* (pp. 569-579). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-72219-6_41

Arnold, S. (2016). “Netflix and the myth of choice/participation/autonomy” in McDonald, K., & Smith-Rowsey, D. (Eds.). *The Netflix effect: Technology and entertainment in the 21st century*, 49-62. Bloomsbury Publishing USA.

Assmann, A. (2020). *Is time out of joint?: On the rise and fall of the modern time regime*. Ithaca: Cornell University Press.

Barbrook, R. (1999). “The high-tech gift economy” in Bosma, J. van Mourik Broekman, P. Byfield, T. Fuller, M. Lovink, G. McCarty, D. Schultz, P. Stalder, F. Wark, M & Wilding, F. (Eds.), *Readme! Filtered by Nettime: ASCII Culture and the Revenge of Knowledge*, New York: Autonomedia, pp. 132-138.

Barlow, J. P. (1996). *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. Retrieved from <https://www.eff.org/cyberspace-independence> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Barthes, R. (2013). *Mythologies: The complete edition, in a new translation*. NY: Hill and Wang.

Battelle, J. (2005). *The Search: How Google and its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture*. NY: Portfolio.

Beller, J. (2006). *The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and the Society of the Spectacle*. Lebanon, NH: Dartmouth College Press.

Beller, J. (1994, May). “Cinema, Capital of the 20th Century”. *Postmodern Culture* (4) 3 <https://pmc.iath.virginia.edu/text-only/issue.594/beller.594> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).

Bernays, E. L. (1947). “The Engineering of Consent”. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 250: pp. 113-120.

- Besley, T. (2005). "Foucault, truth telling and technologies of the self in schools". *The Journal of Educational Enquiry*, 6(1).
- Bloch, M. (1992). *The historian's craft*. Manchester University Press.
- Block, A. B. (2013, February 5). *Media execs divided on Netflix's 'House of Cards' model*. The Hollywood Reporter. <http://www.hollywoodreporter.com/news/media-exec-divided-netflix-house-418357> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).
- Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C., Taylor, T. L. (2012). *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Boym, S. (2001). *The Future of Nostalgia*. NY: Basic Books.
- Broe, D. (2019). *Birth of the Binge: Serial TV and the End of Leisure*. Wayne State University Press.
- Bruns, A. (2007). "Prodisage: Towards a broader framework for user-led content creation", in *Creativity and Cognition: Proceedings of the 6th ACM SIGCHI conference on Creativity & cognition*. Washington DC, ACM.
- Burroughs, B. (2018, February). "House of Netflix: Streaming media and digital lore". *Popular Communication*, 17(1), pp. 1-17.
- Burton, O. V. (2005). "American Digital History". *Social Science Computer Review*, 23(2), pp. 206-220.
- Campbell, E., & Lassiter, L. E. (2015). *Doing ethnography today: Theories, methods, exercises*. UK: John Wiley & Sons.
- Campo, E., & Citton, Y. (Eds.). (2024). *The politics of curiosity: Alternatives to the attention economy*. Taylor & Francis.
- Carbia, C., López-Caneda, E., Corral, M., & Cadaveira, F. (2018). "A systematic review of neuropsychological studies involving young binge drinkers". *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 90, pp. 332-349. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2018.04.013>
- Carr, N. (2010). *The Shallows: What the Internet is Doing to our Brains*. NY: W. W. Norton and Company.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.

- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Chakrabarty, D. (2000). *Provincializing Europe: Postcolonial Thought and Historical Difference*. Princeton University Press.
- Clifford, J., & Marcus, G. E. (Eds.). (2023). *Writing culture: The poetics and politics of ethnography*. University of California Press.
- Cormen, T. H., Leiserson, C. E., Rivest, R. L., & Stein, C. (2009). *Introduction to Algorithms* (3rd ed.). MIT Press.
- Courtney, K. E., & Polich, J. (2009). "Binge Drinking in Young Adults: Data, Definitions, and Determinants". *Psychological Bulletin*, 135(1), pp. 142-156. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0014414> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).
- Crary, J. (2013). *24/7: Late capitalism and the ends of sleep*. London: Verso Books.
- Crary, J. (2001). *Suspensions of perception: Attention, spectacle, and modern culture*. Cambridge: MIT Press.
- Crary, J. (1992). *Techniques of the observer: On vision and modernity in the nineteenth century*. Cambridge: MIT press.
- Creeber, G., Miller, T., & Tulloch, J. (Επιμ.). (2015). *The television genre book* (3rd ed.). BFI/Palgrave.
- Croghan, P., & Kinsley, S. (2012, July). "Paying attention: Towards a critique of the attention economy". *Culture Machine*, 13. <https://culturemachine.net/vol-13-paying-attention/paying-attention-towards-a-critique-of-the-attention-economy/> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).
- Crymble, A. (2021). *Technology and the Historian. Topics in the Digital Humanities*. University of Illinois Press.
- Cubitt, S. (2000). *Cyber time: Ontologies of digital perception*. Chicago: Society for Cinema Studies.
- Curtin, M., Holt, J., & Sanson, K. (Επιμ.). (2014). *Distribution revolution: Conversations about the digital future of film and television*. Berkeley, CA: University of California Press.

- Curtin, M. (2009). "Matrix media" in Tay, J., & Turner, G. (Eds.), *Television studies after TV: Understanding television in the post-broadcast era* (pp. 9–19). London: Routledge (Kindle).
- Damasio, A. (2000). *The Feeling of What Happens: Body, emotion and the making of consciousness*. London: Vintage.
- Davenport, T. H. & Beck, J. C. (2001). *The Attention Economy: Understanding the new currency of business*. Cambridge, MA: Harvard Business Press.
- Debord, G. (1992). *Society of the Spectacle*. Rebel Press.
- Dennis, K. (2007, September 1). "Time in the age of complexity". *Time & Society*, 16(2-3), pp. 139-155.
- Derrida, J. (1980). "The Law of Genre" in W. J. T. Mitchell (Eds.), *On Narrative*. University of Chicago Press, pp. 55–81.
- Dingemans, A. E., Bruna, M. J., & van Furth, E. F. (2002). "Binge eating disorder: a review". *International Journal of Obesity*, 26(3), pp. 299–307. <https://doi.org/10.1038/sj.ijo.0801949>
- Djellal, F., & Gallouj, F. (2017). "The laws of imitation and invention: Gabriel Tarde and the evolutionary economics of innovation". *Revue économique*, 68(4), pp. 643-671. <https://doi.org/10.3917/reco.684.0643>
- Douglas, S. J. (1995). *Where the girls are: Growing up female with the mass media*. NY: Crown.
- Dreyfus, H. L., & Rabinow, P. (1982). *Michel Foucault: Beyond structuralism and hermeneutics*. University of Chicago Press.
- Duarte, C., Pinto – Gouveia, J., Ferreira, C., & Batista, D. (2015). "Body Image as a Source of Shame: A New Measure for the Assessment of the Multifaceted Nature of Body Image Shame". *Clinical psychology & psychotherapy*, 22(6), pp. 656–666. <https://doi.org/10.1002/cpp.1925>
- Durkheim, E. (1953). *Sociology and Philosophy*. NY: Free Press.
- Edgerton, G. (2007). *The Columbia history of American television*. Columbia University Press.

- Escobar, A. (1994). "Welcome to Cyberia: Notes on the anthropology of cyberculture". *Current Anthropology*, 35(3), pp. 211-231.
- Evans-Pritchard, E. E. (1940). *The Nuer: A description of the modes of livelihood and political institutions of a Nilotic people*. Clarendon Press.
- Fareld, V. (2022). "Framing the polychronic present" in Z. B. Simon, & L. Deile (Eds.), *Historical Understanding: Past, Present, and Future*. London: Bloomsbury, pp. 25-34.
- Finn, E. (2017). *What algorithms want: Imagination in the age of computing*. MIT Press.
- Friedberg, A. (2000). "The End of Cinema: Multimedia and Technological Change" in Christine Gledhill and Linda Williams (Eds.), *Reinventing Film Studies*. London: Arnold.
- Foucault, M. (2011). *The Courage of Truth (The Government of Self and Others II)*. Lectures at the Collège de France 1983-1984. trans. G. Burchell. London. Palgrave Macmillan.
- Foucault, M. (2010). *The Government of Self and Others*. Lectures at the Collège de France 1982-1983. trans. G. Burchell London. Palgrave Macmillan.
- Foucault, M. (2008). *The Birth of Biopolitics*. Lectures at the Collège de France 1978-1979. trans. G. Burchell. London. Palgrave Macmillan.
- Foucault, M. (1988). "Technologies of the self" in L. H. Martin, H. Gutman and P. H. Hutton (Eds.) *Technologies of the self*. Amherst: University of Massachusetts Press, pp 16-49.
- Franck, G. (1999). *The Economy of Attention*. Telepolis, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/5/5567/1.html>.
- Fuentenebro de Diego, F., & Valiente Ots, C. (2014). "Nostalgia: a conceptual history". *History of Psychiatry*, 25(4), pp. 404-411.
- Geertz, C. (2017). *The interpretation of cultures*. NY: Basic books.
- Gerrish, S. (2018). *How smart machines think*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Gitelman, L. (2008). *Always already new: Media, history, and the data of culture*. Cambridge, Massachusetts: MIT press.

- Gitlin, T. (1983). *Inside prime time*. London, UK: Routledge.
- Goldhaber, M. (2006). *The value of openness in an attention economy*. <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1334/1254>.
- Goldhaber, M. (1997). "The Attention Economy and the Net". *First Monday* (2) 4 (<http://firstmonday.org/article/view/519/440>).
- Gormally, J., Black, S., Daston, S., & Rardin, D. (1982). "The assessment of binge eating severity among obese persons". *Addictive behaviors*, 7(1), pp. 47–55. [https://doi.org/10.1016/0306-4603\(82\)90024-7](https://doi.org/10.1016/0306-4603(82)90024-7)
- Hallinan, B., & Striplas, T. (2016). "Recommended for you: The Netflix Prize and the production of algorithmic culture". *New media & society*, 18(1), pp. 117-137.
- Handel, J. (2011). *Hollywood on Strike!: An Industry at War in the Internet Age*. Los Angeles, CA: Hollywood Analytics.
- Hansen, M. B. (2015). *Feed-forward: On the future of twenty-first-century media*. University of Chicago Press.
- Harries, D. (2002). "Watching the Internet" in Dan Harries (Eds.), *The New Media Book*. London: The British Film Institute, pp. 171–183.
- Hasin, D., Paykin, A., & Endicott, J. (2001). "Course of DSM-IV alcohol dependence in a community sample: Effects of parental history and binge drinking". *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 25(3), pp. 411–414. <https://doi.org/10.1111/j.1530-0277.2001.tb02228.x>
- Havens, T. (2008). *The evolution of industry lore in African American television trade*. Montreal, QC: International Communication Association.
- Hayes, D. & Chmielewski, D. (2022). *Binge Times : Inside Hollywood's Furious Billion-Dollar Battle to Take down Netflix*. First edition. New York, NY: William Morrow, an imprint of HarperCollinsPublishers.
- Hayles, N. K. (2007). "Hyper and Deep Attention: The Generational Divide in Cognitive Modes". *Profession* (13), pp. 187-199.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied, and Everyday*. London: Bloomsbury.

Horwitz, A. V. (2021). *DSM: A History of Psychiatry's Bible*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

James, M. (2023, April 10). *Tensions from the last writers' strike cast a shadow over current labor fight*. Los Angeles Times. <https://www.latimes.com/entertainment-arts/business/story/2023-04-10/la-et-ct-2007-hollywood-writers-strike-lessons>
(τελευταία πρόσβαση 11/09/2025).

Jenkins, H. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: NYU Press.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: When Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.

Jenkins, H. (1999). "The Work of Theory in the Age of Digital Transformation" in Miller, T. and Stam, R. (Eds.), *A Companion to Film Theory*. London: Blackwell.

Johnson, C. (2011). *Branding Television*. London: Routledge.

Jones, S. (1995). *CyberSociety: Computer-Mediated Community and Communication*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Kavanaugh, A., L., & Patterson, S., J. (2001). "The Impact of Community Computer Networks on Social Capital and Community Involvement". *American Behavioral Scientist* 45 (3), pp. 496–509.

Keating, G. (2013). *Netflixed: The epic battle for America's eyeballs*. NY: Penguin.

Komito, Lee. (1998). "The Net as a Foraging Society: Flexible Communities". *Information Society* 14 (2), pp. 97–106.

Kompare, D. (2006). *Rerun nation: How repeats invented American television*. NY: Routledge.

Koren, Y. & Bell, R. & Volinsky, C. (2009). "Matrix factorization techniques for recommender systems". *Computer* 42(8), pp. 30–37.

Kumar, V., Abbas, A. K., Aster, J. C., Debnath, J., & Das, A. (2025). *Robbins & Cotran Pathologic Basis of Disease* (11η έκδ.). Elsevier.

Laguerre, M. S. (2005). "Virtual Time: The Processuality of the Cyberweek". *The Digital City: The American Metropolis and Information Technology*, pp. 143-162.

- Le Goff, J. (1992). *History and memory*. Columbia University Press.
- Levin, G. (2013). *With Emmy nods, Netflix is a TV player*. USA Today. Ανακτήθηκε από <http://www.usatoday.com/story/life/tv/2013/07/18/netflix-emmy-awards-house-of-cards/2552867/> (τελευταία πρόσβαση 20/02/2025).
- Lotz, A. D. (2007). *The television will be revolutionized*. NY: NYU Press.
- Lotz, A. D. (2022). *Netflix and streaming video: The business of subscriber-funded video on demand*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Lovink, G. (2010, March 18). “MyBrain.net: The colonization of real-time and other trends in Web 2.0”. *Eurozine*. <http://www.eurozine.com/articles/2010-03-18-lovink-en.html> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).
- Malabou, C. (2008). *What Should We Do With Our Brain?* NY: Fordham University Press.
- Malone, M. (2016). “The Labor Pains of Peak TV”. *Broadcasting & Cable* 146 (16), pp. 10–12.
- Manovich, L. (2012). Trending: The Promises and the Challenges of Big Social Data in Mathew K. Gold (Eds.), *Debates in the Digital Humanities*. Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. 460–476 .
- Marazzi, C. (2008). *Capitalism and Language: From the New Economy to the War Economy*. Los Angeles, CA: Semiotexte.
- Mason, S. (2002). “Movies on demand: efficiency combines with new technology in Netflix's DVD rental service”. *IIE Solutions*, 34(10), pp. 25
- Massumi, B. (2021). *Parables for the virtual: Movement, affect, sensation*. Duke University Press.
- McCarthy, A. (2001). *Ambient Television: Visual Culture and Public Space*. Durham: Duke University Press.
- McDonald, K. & Smith-Rowsey, D. (Eds.). (2016). *The Netflix effect: Technology and entertainment in the 21st century*. Bloomsbury Publishing USA.

- McGaha, J. (2015). "Popular Culture & Globalization: Teacher Candidates' Attitudes & Perceptions of Cultural & Ethnic Stereotypes". *Multicultural Education*, 23(1), pp. 32-37.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT press.
- Mead, M. (1928). *Coming of age in Samoa: A psychological study of primitive youth for western civilization*. (Vol. 44). Blue ribbon books.
- Miller, D. & Slater, D. (2001). *The Internet: An Ethnographic Approach*. London: Berg.
- Moran, J. (2013). *Armchair Nation. An Intimate History of Britain in Front of the TV*. London: Profile Books.
- Morris, J. W., & Murray, S. (Επιμ.). (2018). *Appified: Culture in the age of apps*. University of Michigan Press.
- Muñiz, A., M., Jr. & O'Guinn, T., C. (2001, March). "Brand Community." *Journal of Consumer Research* 27, pp. 412–32.
- Munster, A. (2011). "Nerves Of Data: The neurological turn in/against networked media". *Computational Culture* 1. <http://computationalculture.net/article/nerves-of-data> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025).
- Murthy, D. (2008). "Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research". *Sociology* 42 (5), pp. 837–55.
- Myers, L. L., & Wiman A. M. (2013). Binge Eating Disorder: *A Review of a New DSM Diagnosis*. *Research on Social Work Practice*, 24(1), 86–95. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/1049731513507755>
- Napoli, P. M. (2003). *Audience economics: Media institutions and the audience marketplace*. Columbia University Press.
- Neale, S. (1981). "Genre and Cinema" in Bennett, Boyd-Bowman, Mercer, Woollacott (Eds.) *Popular Television and Film*. London: British Film Institute/Open University, pp. 6-25.
- Nowotny, H. (2018). *Time: The modern and postmodern experience*. John Wiley & Sons.

- O'Reilly, Tim. (2005). *What Is Web 2.0*. O'Reilly Media, 30/9/2005. <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (τελευταία πρόσβαση 9/9/2025).
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is hiding from you*. NY: The Penguin Press.
- Pearson, R. (2011). Cult Television as Digital Television's Cutting Edge. in Bennett, James, Strange (Eds.) *Television as Digital Media*. Durham, NC: Duke University Press.
- Plantin, J. C., Lagoze, C., Edwards, P. N., & Sandvig, C. (2018). "Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook". *New media & society*, 20(1), pp. 293-310.
- Randolph, M. (2019). *That will never work: The birth of Netflix and the amazing life of an idea*. UK: Hachette.
- Rheingold, H. (2012). *Net Smart: How to thrive online*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Ricoeur, P. (1983). *Temps et récit. Tome I: L'intrigue et le récit historique*. Paris: Éditions du Seuil.
- Rigney, A. (2012). *The Afterlives of Walter Scott: Memory on the Move*. Oxford University Press.
- Ritzer, G. & Jurgenson, N. (2010). "Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'". *Journal of Consumer Culture* 10 (1), pp. 13–36.
- Rolland, B., Naassila, M. (2017). "Binge Drinking: Current Diagnostic and Therapeutic Issues". *CNS Drugs*, 31, pp. 181–186. <https://doi.org/10.1007/s40263-017-0413-4>
- Roth, M. S. (2014). Foreword in White, H., *Metahistory: The Historical Imagination in 19th-Century Europe*. John Hopkins University Press.
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson.
- Sampson, T. D. (2020). *A sleepwalker's guide to social media*. Medford: Polity.
- Sconce, J. (2000). *Haunted media: Electronic presence from telegraphy to television*. Duke University Press.

Sepinwall, A. (2016, January 26). *Why Matt Weiner 'Would Lose' If He Wanted to Make a Weekly Netflix Show*. Uproxx. <https://uproxx.com/sepinwall/ted-talk-state-of-the-netflix-union-discussion-with-chief-content-officer-ted-sarandos/> (τελευταία πρόσβαση 22/09/2025).

Sharma, S. (2014). *In the meantime: Temporality and cultural politics*. Duke University Press.

Silverstone, R., & Williams, R. (2004). *Television: Technology and cultural form*. Routledge.

Simon, H. A. (1971). "Designing organizations for an information-rich world" in M. Greenberger (Ed.), *Computers, communications, and the public interest*. Baltimore, MD: The Johns Hopkins Press.

Skiena, S. S. (2020). *The Algorithm Design Manual* (3rd ed.). Springer.

Soukup, C. (2017). *Exploring Screen Culture Via Apple's Mobile Devices: Life Through the Looking Glass*. Lexington Books.

Stelter, B. (2013, January 31). *New way to deliver a drama: All 13 episodes in one sitting*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2013/02/01/business/media/netflix-to-deliver-all-13-episodes-of-house-of-cards-on-one-day.html> (τελευταία πρόσβαση 24/09/2025)

Sterne, J. (2003). *The audible past: Cultural origins of sound reproduction*. Duke University Press.

Stiegler, B. (2010). *Taking Care of Youth and the Generations*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Storey, J. (1998). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (2nd ed.). University of Georgia Press.

Strinati, D. (2004). *An introduction to theories of popular culture*. Routledge.

Szondi, P. (1965). *Theory of the modern drama: A critical edition*. University of California Press.

Tamm, M., Olivier, L. (Eds.). (2019). *Rethinking historical time: new approaches to presentism*. Bloomsbury Publishing.

- Tapscott, D. (1996). *The Digital Economy*. NY: McGraw Hill.
- Tarde, G. de (2010). *Psychologie Économique*. Volume 1. Charleston: Nabu Press.
- Tarde, G. de (1903). *The Laws of Imitation*. Trans. E. Worthington Clews. NY: Henry Holt and Company.
- Tedlock, B. (1992). *The Beautiful and the Dangerous: Dialogues with the Zuni Indians*. NY: Viking.
- Terranova, T. (2004). *Network culture: politics for the information age*. Pluto Press.
- Thibault, G. (2015). “Streaming: A media hydrography of televisual flows”. *VIEW Journal of European Television History and Culture*, 4(7), pp. 110-119.
- Thibault, G. (2015). *What We Used to Call “Media History”*. A Feature Interview with Wolfgang Ernst. <https://amodern.net/article/ernst-media-history/> (τελευταία πρόσβαση 10/09/2025).
- Thrift, N. (2008). *Non-representational theory: Space, politics, affect*. Routledge.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. NY: Basic Books.
- Tuten, T. L. & Solomon, M. R. (2014). *Social Media Marketing*. London: Sage.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Wajcman, J. (2020). *Pressed for time: The acceleration of life in digital capitalism*. University of Chicago Press.
- Waterman, D. (2001). *Internet TV: Business Models and Program Content* [E-print]. arXiv. <https://arxiv.org/abs/cs/0109051>
- Wechsler, H., Davenport, A., Dowdall, G., Moeykens, B., & Castillo, S. (1994). “Health and behavioral consequences of binge drinking in college. A national survey of students at 140 campuses”. *JAMA*, 272(21), pp. 1672–1677.
- Wilfley, D. E, Wilson, G. T., & Agras, W. S. (2003). “The Clinical Significance of Binge Eating Disorder”. *International Journal of Eating Disorders*, 34, pp. 96-106. <https://doi.org/10.1002/eat.10209>.

Williams, P. (1994). "The evolution of the television rerun". *Journal of Popular Film and Television*, 21(4), pp. 162-175.

White, H. (2014). *Metahistory: The Historical Imagination in 19th-Century Europe*. John Hopkins University Press.

Zhang, D. G. (2020). "Televisuality of Live-Streaming-Video" in Lovink, G., Treske, A. (Eds.) *Video Vortex Reader. III, inside the YouTube Decade*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

Credits/ Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

- Αντόρνο, Β. Τ. & Χορκχάιμερ, Μ. (1996). *Διαλεκτική του Διαφωτισμού*. Αθήνα: ΝΗΣΟΣ.
- Βαλατσού, Δ. (2014). *Ανάδυση νέων μνημονικών τόπων στο διαδίκτυο*. Διδακτορική Διατριβή. Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Ανακτήθηκε από το Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών: <http://hdl.handle.net/10442/hedi/34941>.
- Γκοτζαμάνης, Κ. (2015). *Διαγνωστικά Κριτήρια από DSM-5TM*. Αθήνα: Ιατρικές Εκδόσεις Λίτσας.
- Eriksen, T., H., (2005). *Η τυραννία της στιγμής: Γρήγορος και αργός χρόνος στην εποχή της πληροφορίας*. Αθήνα: Σαββάλας.
- Fiske, J. (2005). *Η ανατομία του τηλεοπτικού λόγου*. Αθήνα: Κατάρτι.
- Hartog, F. (2014). *Καθεστώα Ιστορικότητας: παροντισμός και εμπειρίες του χρόνου*. Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Hastings, R., Meyer, E. (2021). *Χωρίς κανόνες-NETFLIX: Μια δημιουργική επανάσταση*. Αθήνα: Ψυχογιός.
- Κατσούλης, Η. (2019). «Η Ελληνική κοινωνία: Προ-νεωτερική, νεωτερική ή κάτι άλλο». *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 38, σελ. 103-139.
- Λιάκος, Α. (2007). *Πως το παρελθόν γίνεται ιστορία*. Αθήνα: Πόλις.
- Metahaven. (2018). *Ψηφιακός Ταρκόφσκι*. Αθήνα: Τοποβόρος.
- Μπαρτ, Ρ. (1980). *Ο φωτεινός θάλαμος. Δοκίμιο για τη φωτογραφία*. Αθήνα: Κέδρος.
- Μπιλάλης, Μ. (2015). *Το παρελθόν στο δίκτυο: εικόνα, τεχνολογία και ιστορική κουλτούρα στη σύγχρονη Ελλάδα (1994-2005)*. Αθήνα: ΙΣΤΟΡΕΙΝ.
- Παπαηλία, Π., & Πετρίδης, Π. (2015). *Ψηφιακή Εθνογραφία* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Κάλλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. <https://dx.doi.org/10.57713/kallipos-450>
- Πετρίδης, Π. (2011). *Ψηφιακά αρχεία και πρακτικές ανταλλαγής: μια ανθρωπολογική προσέγγιση των ομότιμων δικτύων*. Διδακτορική Διατριβή. Πάντειο Πανεπιστήμιο

Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών. Ανακτήθηκε από το Εθνικό Αρχείο
Διδακτορικών Διατριβών: <http://hdl.handle.net/10442/hedi/27442>

Srnicek, N. (2024). *Ο Καπιταλισμός της Πλατφόρμας*. Αθήνα: Τόπος.

Terranova, T. (2022). *Μετά το ίντερνετ*. Αθήνα: Τοποβόρος.

Williams, R. (1994). *Κουλτούρα και Ιστορία*. Αθήνα: Γνώση.