



ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ, ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ»

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΝΕΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

«Το lifestyle στη δεκαετία του '80: η περίπτωση του περιοδικού *ΚΛΙΚ*»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Κυριακή Κολιάρη

Αθήνα, 2018

Τριμελής Επιτροπή

Αυλάμη Χρυσάνθη, Επίκουρη καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου (επιβλέπουσα)

Μιχαλίδου Μάρθα, Επίκουρη καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου

Ψύλλα Μαριάννα, Αναπληρώτρια καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright©Κυριακή Κολιαράκη, 2018

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας 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 διπλωματικής εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνώμων της συγγραφέως.

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	6
Μεθοδολογία	11
Κεφάλαιο 1: Η Ελλάδα από τη Μεταπολίτευση σε μια νέα εποχή	13
1.1 Η Μεταπολίτευση και η πορεία προς τον εκδημοκρατισμό.....	13
1.2 Η ίδρυση του ΠΑΣΟΚ και η διαμόρφωση του νέου κομματικού τοπίου	17
1.3 Το ΠΑΣΟΚ στην εξουσία	20
1.4 Η νέα κουλτούρα.....	22
Κεφάλαιο 2: Όψεις κουλτούρας μέσα από το ΚΛΙΚ.....	24
2.1 Πολιτική.....	24
2.2 Κοινωνικά	30
2.3 Φύλο και σεξουαλικότητα.....	36
2.4 Διασκέδαση	41
Κεφάλαιο 3: Η γλώσσα και η αισθητική του ΚΛΙΚ	45
3.1 Η γλώσσα.....	45
3.2 Η αισθητική.....	47
Συμπεράσματα	49
Πηγές- Βιβλιογραφία	50

Περίληψη

Η δεκαετία του 1980 αποτελεί μία περίοδο ραγδαίων κοινωνικών και πολιτικών αλλαγών που επηρέασαν καθοριστικά τις επόμενες δεκαετίες. Ο ερχομός του ΠΑΣΟΚ για πρώτη φορά στην εξουσία, συνοδεύτηκε από το σύνθημα της «Αλλαγής» η οποία επήλθε ως μια αλλαγή όχι μόνο στο επίπεδο των συσχετισμών των κομμάτων, αλλά πολύ περισσότερο στον τρόπο ζωής του ελληνικού λαού. Καλλιεργείται το όραμα της οικονομικής ανάπτυξης και της δημιουργίας ενός ισχυρού και ανταγωνιστικού κράτους και συνοδεύεται από την ανάπτυξη της καταναλωτικής κουλτούρας. Το περιοδικό ΚΛΙΚ κυκλοφορεί τον Απρίλιο του 1987. Για πρώτη φορά στην ελληνική αγορά ένα περιοδικό αγγίζει τόσο καινοτόμα για την εποχή θέματα και καταφέρνει να εκφράσει τη νέα γενιά.

Στην παρούσα εργασία εξετάζεται το είδος των προτύπων συμπεριφοράς που προώθησε το ΚΛΙΚ, ως ένα από τα πρώτα lifestyle περιοδικά στην Ελλάδα. Με γνώμονα ορισμένες κεντρικές θεματικές όπως είναι η πολιτική, τα κοινωνικά ζητήματα, το φύλο και η σεξουαλικότητα και η διασκέδαση, διαπιστώνεται ο τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίζονται τέτοιου είδους θέματα από το περιοδικό, παράγοντας συμπεράσματα για τον ρόλο του στην συγκρότηση της νέας κουλτούρας του υποκειμένου.

Λέξεις κλειδιά: lifestyle, περιοδικά, ΚΛΙΚ, 80s, καταναλωτισμός

Abstract

The 1980s is a period of rapid social and political changes that have had a decisive impact in the coming decades. The first government of PASOK was accompanied by the slogan of "Change", which was not only related to the change of the government but much more it had to do with the way of life of the Greek people. The vision of economic growth and the creation of a strong and competitive state is being cultivated and is accompanied by the development of consumer culture. CLICK magazine is released in April 1987. For the first time in the Greek market a magazine presents so innovative issues and manages to express the new generation.

This paper examines the type of behavior patterns promoted by CLICK as one of the first lifestyle magazines in Greece. Based on a number of key themes such as politics, social issues, gender and sexuality and fun, the way in which such issues are dealt with by the magazine, concluding conclusions about its role in building a new culture.

Keywords: lifestyle, magazines, Click, 80s, consumerism

Εισαγωγή

Περίπου στα μέσα της δεκαετίας του '80 άρχισε να επικρατεί ένα νέο κλίμα στην ελληνική κοινωνία. Η ανανέωση του πολιτικού προσωπικού, οι εκσυγχρονιστικές μεταρρυθμίσεις από την κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ και οι ευρύτερες πολιτικές εξελίξεις είχαν μεταβάλει σε μεγάλο βαθμό τις αξίες και τις αντιλήψεις της κοινωνίας (Βούλγαρης, 2008: 335). Η Ελλάδα σταδιακά ευθυγραμμιζόταν με τη διεθνή τάση και στρέφονταν ολοένα και περισσότερο προς τον ατομισμό, τον πλουτισμό και τον επιδεικτικό καταναλωτισμό. Κυρίαρχο ρόλο σε αυτήν την αλλαγή έπαιζαν τα μεσαία και ανώτερα κοινωνικά στρώματα και οι νεαρότερες ηλικίες. Η νέα γενιά ήταν μια γενιά που δεν είχε ζήσει πόλεμο και κατοχή, ενδιαφερόταν λιγότερο για την πολιτική και αυτοπροσδιοριζόταν περισσότερο μέσα από την κατανάλωση και τη διασκέδαση (Zestanakis, 2017: 97). Αναζητούσε νέους τρόπους διασκέδασης, σύγχρονα πολιτιστικά πρότυπα και τρόπους έκφρασης. Ανέπτυξε μέσα σε αυτήν την περίοδο ακόμα και τη δική της γλώσσα θέλοντας να εκφράσει μέσω των νεανικών ιδιωμάτων την ταυτότητά της, τη θέση της στην κοινωνία, τις αντιλήψεις, τις στάσεις και τα ενδιαφέροντά της (Ανδρουτσόπουλος&Κακριδή στο Βαμβακάς&Παναγιωτόπουλος: 86-89).

Παράλληλα, υπήρχε η ανάγκη αυτού του νέου κλίματος και μέσα από τον Τύπο. Στη δεκαετία αυτή υπήρχε μεγάλος αριθμός περιοδικών πολλά εξ' αυτών δεν μπόρεσαν να επιβιώσουν μετά τα τέλη του '80 και τη γενικότερη κρίση στον Τύπο. Ο *Ταχυδρόμος*, η *Γυναίκα*, το *KAI*, οι *Εικόνες*, το *Playboy*, το *Πάνθεον*, το *Ρομάντσο*, η *Βεντέτα* ήταν κάποια από τα περιοδικά ποικίλης ύλης, ενώ αργότερα εμφανίστηκαν το *Status*, το *Elle* και το *Marie Claire*. Την ίδια περίοδο κυκλοφορούσε και το περιοδικό κόμικς *BABE* αλλά και περιοδικά που ανήκαν στον χώρο της αριστεράς όπως το *Αντί*, ο *Πολίτης*, οι *Αντιθέσεις*, η *Ρήξη*, οι *Θέσεις* και τα *Τετράδια*, περιοδικά του φεμινιστικού κινήματος όπως η *Σκούπα*, η *Κατίνα* και η *Δίνη*, αλλά και περιοδικά του ΛΟΑΤ κινήματος όπως το *Αμφί* και το *Κράξιμο*.

Τα περισσότερα περιοδικά ποικίλης ύλης είχαν αρκετές ομοιότητες όσον αφορά την εμφάνιση, το περιεχόμενο και το κοινό στο οποίο απευθύνονταν. Σε ορισμένα από αυτά και ιδίως στον *Ταχυδρόμο* και τη *Γυναίκα* έβρισκε κανείς εκτός από τα άρθρα γενικού ενδιαφέροντος, τη μόδα και τα πολιτιστικά και άρθρα

κοινωνικού ή πολιτικού περιεχομένου, ενώ πολλές φορές έγραφαν σε αυτά άνθρωποι των γραμμάτων και της τέχνης και διανοούμενοι της εποχής. Το περιεχόμενό τους απευθυνόταν κυρίως σε μεγάλης ηλικίας ανθρώπους, μιας και η πλειοψηφία των νέων δεν έβρισκε κάποιο ενδιαφέρον στα θέματα τα οποία προβάλλονταν.

Τον Απρίλιο του 1987 ξεκίνησε η κυκλοφορία του *ΚΑΙΚ*. Πρωταγωνιστικό ρόλο σε αυτό είχαν ο Άρης Τερζόπουλος και ο Πέτρος Κωστόπουλος. Ο εκδότης του, Άρης Τερζόπουλος, ήταν γιος του Ευάγγελου Τερζόπουλου, ιδιοκτήτη του εκδοτικού οίκου Τερζόπουλου και εκδότη του περιοδικού *Γυναίκα*. Ο Πέτρος Κωστόπουλος ο οποίος είχε τη θέση του διευθυντή του περιοδικού, εκείνη τη χρονιά μόλις είχε επιστρέψει από τις Βρυξέλλες όπου ζούσε και εργαζόταν. Έτσι, μέσα σε λίγο καιρό μαζεύτηκε μια ομάδα δημοσιογράφων από διάφορες κατευθύνσεις οι οποίοι συνέκλιναν στην ανάγκη για την ανάπτυξη της «νέας δημοσιογραφίας». Ορισμένοι από αυτούς ήταν ο Φώτης Γεωργελάς ο οποίος εργαζόταν στον Ταχυδρόμο και ανέλαβε τη θέση του αρχισυντάκτη στο *ΚΑΙΚ*, ο Βαγγέλης Περρής από το περιοδικό *BABEΛ*, ο Στέλιος Κούλογλου από το *Αντί*, η Μαλβίνα Κάραλη και άλλοι.

Στο πρώτο τεύχος του περιοδικού ο Άρης Τερζόπουλος παραδεχόταν πως στόχος του περιοδικού δε μπορούσε να είναι άλλος από την εμπορική επιτυχία, η οποία θα πρέπει πάντα να συνοδεύεται και από κοινωνική χρησιμότητα¹. Τόσο ο Άρης Τερζόπουλος όσο και ο Πέτρος Κωστόπουλος, χαρακτήριζαν το περιοδικό «ποικίλης ύλης» ή αλλιώς «γενικού ενδιαφέροντος». Πράγματι το περιοδικό καταπιάνεται με μια ευρεία γκάμα θεμάτων, γεγονός που επιβεβαιώνει τον χαρακτηρισμό αυτόν από τους δημιουργούς του. Τόσο η τέχνη, η κοινωνία και η πολιτική, όσο και η μόδα, ο έρωτας και οι διάσημοι εμφανίζονται στις σελίδες του περιοδικού.

Όσο για το κοινό στο οποίο απευθυνόταν, ο εκδότης του ανέφερε χαρακτηριστικά πως «όποιος ξέρει να διαβάσει, είναι και πιθανός αναγνώστης του» εννοώντας πως ο κάθε ένας ανεξαιρέτως θα μπορούσε να βρει ενδιαφέρον σε αυτό. Από την άλλη μεριά, ο Πέτρος Κωστόπουλος στο editorial του πρώτου τεύχους, σκιαγράφησε ορισμένα χαρακτηριστικά του αναγνωστικού κοινού, αναφέροντας πως στρέφεται προς αυτούς που «έχουν ακόμα κάτι να κάνουν στη ζωή τους και δεν αποκοιμούνται μπροστά στην τηλεόραση», και που η οπτική τους για τη ζωή είναι

¹ Τερζόπουλος Α., *ΚΑΙΚ*, Τ.1: σ. 4

πως «είναι τόσο αντιφατική, τόσο χαρούμενη και τόσο θλιβερή που αξίζει να τη ζεις» αλλά και «βίαιη και ερωτική»². Η αντίθεση ανάμεσα σε αυτούς που «αποκοιμούνται μπροστά στην τηλεόραση» και στη «βίαιη και ερωτική» οπτική για τη ζωή, αναδεικνύει ένα υποκείμενο ασύμβατο με την κυρίαρχη αντίληψη της κοινωνίας, τολμηρό, δραστήριο και εναλλακτικό, που αγαπάει τη διασκέδαση. Με βάση τα παραπάνω φαίνεται πως το *ΚΑΙΚ* επεδίωκε να προσελκύσει κυρίως νέους ανθρώπους.

Ο εκδότης του *ΚΑΙΚ* στο εισαγωγικό του σημείωμα κατατάσσει το περιοδικό στη λεγόμενη Νέα Δημοσιογραφία ή αλλιώς New Journalism, θέτοντας ως στόχους την ενημέρωση σε βάθος, τη χρησιμότητα και τη διασκέδαση των αναγνωστών. Η Νέα Δημοσιογραφία ήταν ένα είδος δημοσιογραφίας το οποίο αναπτύχθηκε ιδιαίτερα στις δεκαετίες του 1960 και του 1970 και διέφερε από την παραδοσιακή δημοσιογραφία ως προς την αφήγηση η οποία περιείχε αρκετά λογοτεχνικά στοιχεία, ενώ ο ρόλος του δημοσιογράφου στα ρεπορτάζ ήταν πρωταγωνιστικός βάζοντάς τον να είναι μέρος της αφήγησης και όχι απλός παρατηρητής³. Βέβαια, όταν αναπτύχθηκε αυτό το είδος είχε τόσο υποστηρικτές όσο και επικριτές. Άλλοι πίστευαν πως οι καλογραμμένες και ελκυστικές ιστορίες των δημοσιογράφων της Νέας Δημοσιογραφίας, μπορούσαν να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των αναγνωστών και να εμπνεύσουν άλλους συγγραφείς να ασχοληθούν με τη δημοσιογραφία, ενώ άλλοι, πίστευαν πως οι ίδιοι μπορεί να υπονόμουν την αξιοπιστία της δημοσιογραφίας προτάσσοντας την υποκειμενική τους οπτική έναντι της αντικειμενικότητας. Ωστόσο, οι δημοσιογράφοι υποστήριζαν πως η αποκάλυψη της αλήθειας δεν είχε να κάνει με την αντικειμενικότητα, αφού μια φαινομενικά αντικειμενική ιστορία μπορεί να παραπλανά περισσότερο από μια ιστορία που παρουσιάζεται από μια προσωπική οπτική. Το *New York magazine* και το *Esquire* ήταν τα πρώτα έντυπα που υιοθέτησαν αυτού του είδους τη γραφή, ενώ στη συνέχεια η επίδρασή της ήταν καθοριστική στη διαμόρφωση της δημοσιογραφίας και ιδιαίτερα στη σύνδεση των δημοσιογράφων με τους αναγνώστες⁴.

Επιρροές του *ΚΑΙΚ* ήταν μεταξύ άλλων το Αγγλικό περιοδικό *Face* και το Γαλλικό *Actuel*. Το *Face* κυκλοφορούσε από το 1980 και επέδρασε καθοριστικά τόσο στη διαμόρφωση των περιοδικών όσο και στα πολιτιστικά και στιλιστικά πρότυπα⁵.

² Κωστόπουλος Π., *ΚΑΙΚ*, Τ.1: σ. 5

³ <https://www.britannica.com/topic/New-Journalism>

⁴ <https://www.theodysseyonline.com/what-new-journalism>

⁵ <http://www.gq-magazine.co.uk/article/the-face-magazine-story>

Καταπιανόταν με θέματα σε σχέση με τα μίντια, τη μόδα, τη διακόσμηση, την τεχνολογία και συχνά εμφανίζονταν άρθρα για θέματα που μέχρι τότε θεωρούνταν ταμπού. Αισθητικά αποτελούσε επίσης μια νέα πρόταση, καθώς είχε μοντέρνα σελιδοποίηση και σχεδιάζονταν από τον πρωτοποριακό τυπογράφο και γραφίστα Neville Brody. Το *ΚΑΙΚ* χαρακτηρίζει το *Face* σαν «τη Βίβλο των νέων», «το περιοδικό αρχέτυπο», «το διαρκές πυροτέχνημα του '80»⁶. Το *Actuel* ήταν επίσης ένα περιοδικό που σημάδεψε τη δεκαετία αυτή. Κυκλοφόρησε για πρώτη φορά το 1968 ως μουσικό περιοδικό, δύο χρόνια μετά άλλαξε ιδιοκτησία, λίγα χρόνια μετά έκλεισε και ξανάνοιξε το 1979. Περιείχε εκτενή ρεπορτάζ, πρωτότυπο τρόπο γραφής και εντυπωσιακές φωτογραφίες. Τα άρθρα του αφορούσαν τα μίντια, τη μουσική, τη νυχτερινή ζωή, αλλά και κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα. Ο αρχισυντάκτης του *ΚΑΙΚ*, Φώτης Γεωργελάς, αναφέρει σε συνέντευξή του πως φτιάχνοντας ένα περιοδικό για μεγάλο κοινό μέσω του οποίου διηγούνταν την εποχή τους, οι δημοσιογράφοι του *Actuel* μπόρεσαν να γίνουν από εναλλακτικοί, «mainstream» διατηρώντας τον εαυτό τους. Το ίδιο οραματιζόταν και η συντακτική ομάδα του πρώτου *ΚΑΙΚ*, αφού «οι μισοί από αυτούς είχαν περάσει τα φοιτητικά τους χρόνια διαβάζοντας *Actuel*»⁷.

Οι πωλήσεις του περιοδικού τα πρώτα χρόνια ήταν σχετικά χαμηλές έχοντας σαν αποτέλεσμα και την σταδιακή αύξηση της τιμής του. Το πρώτο τεύχος κόστιζε 200 δραχμές, στο τεύχος 6 η τιμή ανέβηκε στις 250 δραχμές, στο τεύχος 15 η τιμή αυξήθηκε κατά 100 δραχμές, φτάνοντας στο τεύχος 32 να έχει το διπλάσιο κόστος από αυτό που είχε αρχικά. Η τιμή συνέχισε να αυξάνεται σταδιακά κάθε χρόνο, φτάνοντας το 1995 τις 1000 δραχμές. Από τη μια πλευρά το γεγονός αυτό σίγουρα συνδέεται με την γενικότερη κατάσταση της οικονομίας και του Τύπου. Από την άλλη, το πλήθος των διαφημιστικών καταχωρήσεων έδινε την εντύπωση ενός εντύπου ισχυρού οικονομικά.

Η κυκλοφορία των περιοδικών και πολύ περισσότερο του ίδιου του *ΚΑΙΚ* ήταν κάτι για το οποίο γίνονταν συχνά αναφορές στο περιοδικό. Από τον Δεκέμβριο του 1988 το *ΚΑΙΚ* εγκαινίασε μια νέα στήλη αφιερωμένη στην κυκλοφορία των περιοδικών ποικίλης ύλης στην περιοχή της Αθήνας, καταγγέλλοντας ορισμένα

⁶ Face: το περιοδικό φετίχ των 80s, *ΚΑΙΚ*, Τ. 18

⁷ <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=289940>

περιοδικά για τη δημοσιοποίηση ψεύτικων νούμερων⁸. Μάλιστα, την δεδομένη χρονική στιγμή βρισκόταν στην πρώτη θέση στην Αθήνα έναντι των άλλων περιοδικών. Το 1989 καθώς το ιδιωτικό ραδιόφωνο έκανε τα πρώτα του βήματα ιδρύθηκε και ο *ΚΑΙΚ FM 88* συμβάλλοντας καθοριστικά στη διαμόρφωση του τοπίου στην ελληνική ραδιοφωνία.

⁸ Περιοδικά-εφημερίδες-διαφήμιση ο φαύλος κύκλος, *ΚΑΙΚ*, Τ. 21: σ.76-77

Μεθοδολογία

Για την έρευνά μας επιλέχθηκε η μέθοδος της ανάλυσης περιεχομένου ως η πλέον κατάλληλη για την ανίχνευση της θεματολογίας του περιοδικού. Το ερευνητικό υλικό που συλλέχθηκε ήταν τεύχη του περιοδικού ΚΛΙΚ από το 1987 έως το 1995. Οι χρονολογίες αυτές επιλέχθηκαν με βάση δύο ειδών παράγοντες. Πρώτον, την ύπαρξη κοινωνικής και πολιτικής συνέχειας και δεύτερον την εξέλιξη του περιοδικού. Όσον αφορά το πρώτο, η δεκαετία του '80 δεν διερευνάται ως μια χρονολογική περίοδος, αλλά με βάση το κοινωνικό και πολιτικό συγκείμενο. Οι ιστορικές αλλαγές που ξεκίνησαν στα μέσα του '80 για την ελληνική κοινωνία, δεν σταματάνε στο τέλος της δεκαετίας. Δεύτερον, το 1987 είναι η αρχή της έκδοσης του περιοδικού. Σταδιακά μέσα στα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του '90 αλλάζει περιεχόμενο, αισθητική και φυσιογνωμία, με τις αλλαγές να παγιώνονται περίπου το 1993 και το 1995 στο περιοδικό συντελείται μια αλλαγή εποχής με την αποχώρηση του Πέτρου Κωστόπουλου.

Η ποιοτική ανάλυση περιεχομένου μπορεί να προσδιορίσει τα χαρακτηριστικά του περιεχομένου του μηνύματος, του πομπού και των αποδεκτών (Τζανή, 2005: 4). Μπορεί να είναι είτε ποιοτική είτε ποσοτική, ενώ σύμφωνα με τον Kracauer η ποιοτική έρευνα περιεχομένου διαφέρει από την ποσοτική στο βαθμό που δεν καθορίζεται από τη συχνότητα της εμφάνισης μιας θεματικής κατηγορίας, αλλά δίνει βάρος στην ορθολογική οργάνωση των κατηγοριών ανάλυσης με βάση τη συμπύκνωση του νοήματος των κειμένων που αναλύονται. Συνεπώς με την ποιοτική ανάλυση προσεγγίζουμε αυτόνομα τη μέθοδο της συστηματικής ανάλυσης των κειμένων (Κόλλιας, 2014: 478).

Η επιλογή του δείγματος έγινε με τον εξής τρόπο: Επιλέχθηκαν κάποιοι μήνες και συλλέχθηκαν τα αντίστοιχα τεύχη τους, προκειμένου να υπάρχει χρονική συσχέτιση και να γίνει δυνατό να μελετηθεί η εξέλιξη του περιοδικού μέσα στο πέρασμα του χρόνου. Ωστόσο, αναγκαστήκαμε να μη συμπεριλάβουμε στην έρευνα αρκετά τεύχη παρά την αρχική μας πρόθεση λόγω της μη ύπαρξής τους στο διαθέσιμο αρχείο. Παρ' όλα αυτά, θεωρούμε ότι το υλικό που συλλέχθηκε τελικά μπόρεσε να εξυπηρετήσει τις ανάγκες της έρευνάς μας.

Τα τεύχη τα οποία συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα είναι τα εξής:

1987: Απρίλιος- Τεύχος 1, Σεπτέμβριος- Τεύχος 6, Δεκέμβριος- Τεύχος 9

1988: Απρίλιος- Τεύχος 13, Ιούνιος- Τεύχος 15, Αύγουστος- Τεύχος 17, Σεπτέμβριος- Τεύχος 18, Δεκέμβριος- Τεύχος 21

1989: Φεβρουάριος- Τεύχος 23, Απρίλιος- Τεύχος 25, Ιούνιος- Τεύχος 27, Αύγουστος- Τεύχος 29, Σεπτέμβριος- Τεύχος 30, Δεκέμβριος- Τεύχος 32

1990: Φεβρουάριος- Τεύχος 34, Απρίλιος- Τεύχος 37, Σεπτέμβριος- Τεύχος 41

1991: Φεβρουάριος- Τεύχος 46, Απρίλιος- Τεύχος 48, Σεπτέμβριος- Τεύχος 53

1992: Ιούνιος- Τεύχος 62

1993: Φεβρουάριος- Τεύχος 70, Αύγουστος- Τεύχος 76, Σεπτέμβριος- Τεύχος 77

1994: Φεβρουάριος- Τεύχος 82, Δεκέμβριος- Τεύχος 92

1995: Φεβρουάριος-Τεύχος 94, Απρίλιος- Τεύχος 96

Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε θεματική/σημασιολογική ανάλυση στα άρθρα του περιοδικού με βάση το νόημά τους και τέλος, δημιουργήθηκαν ορισμένες κατηγορίες από τις οποίες επιλέχθηκαν να αναλυθούν όσες ήταν ενδεικτικές του κλίματος της εποχής και της φυσιογνωμίας του περιοδικού.

Κεφάλαιο 1: Η Ελλάδα από τη Μεταπολίτευση σε μια νέα εποχή

Η δεκαετία του '80 αποτελεί αναμφισβήτητα μία περίοδο πλούσια σε κοινωνικές και πολιτικές εξελίξεις. Η Ελλάδα βρέθηκε υπό την σκιά των ιστορικών γεγονότων της προηγούμενης δεκαετίας, περνώντας σταδιακά από την Μεταπολίτευση σε μία νέα εποχή. Οι εξελίξεις αυτές καθόρισαν όλες τι όψεις της κοινωνίας.

1.1 Η Μεταπολίτευση και η πορεία προς τον εκδημοκρατισμό

Ταυτόχρονα με την Ελλάδα η πτώση της δικτατορίας συνέβη και στην Πορτογαλία αλλά και την Ισπανία. Ωστόσο, η μετάβαση στην δημοκρατία πραγματοποιήθηκε με διαφορετικό τρόπο στις τρεις χώρες. Στην Πορτογαλία, η πτώση της δικτατορίας του Σαλαζάρ επήλθε μετά από πραξικόπημα μίας ομάδας κατώτερων αξιωματικών του στρατού η οποία είχε συγκροτήσει το Κίνημα των Ενόπλων Δυνάμεων. Το πραξικόπημα ακολούθησε μία μεγάλη λαϊκή εξέγερση, η περίφημη «Επανάσταση των Γαρυφάλων» (Tilly, 1998: 173). Από την άλλη μεριά, τόσο στην Ισπανία όσο και στην Ελλάδα, τη μεταπολίτευση ανέλαβαν να διαχειριστούν συντηρητικές ελίτ, ενώ ο λαός περιορίστηκε σε ρόλο θεατή (Close, 2007: 219).

Στην Ελλάδα τη διακυβέρνηση της χώρας ανέλαβε η Νέα Δημοκρατία με τον πρόεδρο του κόμματος, Κωνσταντίνο Καραμανλή, να ηγείται αρχικά της κυβέρνησης Εθνικής Ενότητας και μετέπειτα των κυβερνήσεων που προέκυψαν από τις εκλογές του 1974 και του 1977. Πέρα από το ίδιο το γεγονός της Μεταπολίτευσης, ένα δεύτερο μεγάλο ιστορικό γεγονός ήταν η υπογραφή της συνθήκης προσχώρησης της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (ΕΟΚ) από τον Κωνσταντίνο Καραμανλή στις 28 Μαΐου 1979 (Βούλγαρης, 2008: 83). Η ένταξη στην ΕΟΚ θεωρούνταν ότι αποτελεί εγγύηση για την εθνική ανεξαρτησία, την δημοκρατική ομαλότητα και την οικονομική ευημερία, ενώ επρόκειτο να εξισορροπούσε την παρέμβαση των ΗΠΑ, αφού πια η Ελλάδα θα ήταν μέρος της Δύσης (Βούλγαρης, 2008: 84). Επιπλέον, η είσοδος στην ΕΟΚ σήμανε την παγίωση της κοινοβουλευτικής δημοκρατίας (Close, 2007: 219).

Η διαδικασία της μετάβασης στη δημοκρατία δεν ήταν, βεβαίως, μία εύκολη υπόθεση. Ωστόσο, οι ιστορικές και πολιτικές συνθήκες που επικράτησαν σε συνδυασμό με τις πολιτικές επιλογές του πρωθυπουργού, Κωνσταντίνου Καραμανλή, δημιούργησαν ένα ευνοϊκό κλίμα για μία ομαλή μετάβαση (Βούλγαρης, 2008: 68). Ο ίδιος ο χαρακτήρας του καθεστώτος βοήθησε σε αυτήν, καθώς είχε μικρή διάρκεια και δεν είχε αποκτήσει μαζική βάση. Παράλληλα, παρά το γεγονός ότι επρόκειτο για ένα στρατιωτικό πραξικόπημα, οι ένοπλες δυνάμεις δεν θεωρούνταν είχαν αποενοχοποιηθεί από την κοινωνία, καθώς είχε παραβιαστεί η ιεραρχία τους από τους πραξικοπηματίες. Επιπλέον, τα εξωκοινοβουλευτικά κέντρα της μετεμφυλιακής Δεξιάς είχαν απαλειφθεί (Βούλγαρης, 2008: 69-70).

Ιστορικής σημασίας γεγονός που συμβόλισε την επικείμενη αλλαγή εποχής ήταν η κατάργηση του Αναγκαστικού Νόμου 509, γνωστού και ως Ιδιώνυμου. Αρχικά, εκφραστής του ήταν ο Ελευθέριος Βενιζέλος, ενώ τέθηκε για πρώτη φορά σε εφαρμογή σαν νόμος Ν.4229 στις 25 Ιουλίου του 1929. Ο νόμος όριζε την ποινή φυλάκισης πάνω από έξι μήνες για όποιον «επιδιώκει την εφαρμογήν ιδεών εχουσών ως έκδηλον σκοπόν την δια βιαίων μέσων ανατροπήν του κρατούντος κοινωνικού συστήματος ή την απόσπασιν μέρους εκ του όλου της επικράτειας ή ενέργεια υπέρ της εφαρμογής αυτών προσηλυτισμού»⁹ Ο στόχος ήταν η καταστολή των κομμουνιστικών κομμάτων και των συνδικαλιστικών οργανώσεων. Το 1936 η κυβέρνηση Ιωάννη Μεταξά αντικατέστησε τον Ν.4229 με τον Αναγκαστικό Νόμο 117 "Περί μέτρων προς καταπολέμησιν του κομμουνισμού και των εκ τούτου συνεπειών", εισάγοντας την εντατικοποίηση του ελέγχου των πολιτικών φρονημάτων και θεσπίζοντας τις περίφημες "δηλώσεις μετανοίας". Το 1947 ο νόμος τροποποιείται και ονοματίζονται πλέον ρητά το ΚΚΕ, το ΕΑΜ και η Εθνική Αλληλεγγύη: «Τὸ Κομμουνιστικὸν Κόμμα Ἑλλάδος, τὸ Ἐθνικὸν Ἀπελευθερωτικὸν Μέτωπον (ΕΑΜ) καὶ ἡ Ἐθνικὴ Αλληλεγγύη προπαρασκευάσαντα καὶ ἐνεργοῦντα τὴν κατὰ τῆς ἀκεραιότητος τῆς Χώρας προδοτικὴν ἀνταρσίαν διαλύονται».¹⁰ Τον Σεπτέμβριο του 1974 ο Αναγκαστικός Νόμος 509 καταργείται, νομιμοποιείται το Κομμουνιστικό Κόμμα Ελλάδας και αμέσως αρχίζουν να επιστρέφουν όλοι όσοι βρίσκονται στην εξορία (Close, 2007: 223).

⁹ <http://tvxs.gr/news/σαν-σήμερα/«ιδιώνυμο»-η-πρώτη-ποινικοποίηση-των-κομμουνιστικών-ιδεών-στην-ελλάδα>

¹⁰ Α.Ν. 509/1974

https://el.wikisource.org/wiki/%CE%9D%CF%8C%CE%BC%CE%BF%CF%82_509/1947

Ωστόσο, η περιπέτεια γύρω από το ιδιώνυμο δεν σταμάτησε εκεί. Η συζήτηση γύρω από τη διαχείριση των ατομικών φακέλων πολιτικών φρονημάτων διήρκησε μέχρι και τα τέλη της δεκαετίας του '80 όποτε και το μεγαλύτερο κομμάτι τους καταστράφηκε. Στους φάκελους αυτούς περιλαμβάνονταν έγγραφα στα οποία καταγράφονταν πληροφορίες για τα πολιτικά φρονήματα και τη δράση των πολιτών.¹¹ Η διαδικασία αφορούσε κυρίως τους κομμουνιστές αλλά δεν περιορίστηκε μόνο σε αυτούς, ενώ στιγματίζονταν τόσο οι ίδιοι όσο και τα μέλη της οικογένειάς τους. Παρ' όλο που μαζί με την κατάργηση του Ιδιώνυμου τυπικά διακόπηκε και η διαδικασία αυτή, υπάρχουν μαρτυρίες και ενδείξεις που φανερώνουν πως συνεχίστηκε και τα επόμενα χρόνια, βεβαίως όχι με τη συχνότητα και την έκταση των προηγούμενων.¹²

Το 1981 ο Ανδρέας Παπανδρέου ανακοίνωσε το κάψιμο των φακέλων πολιτικών φρονημάτων. Ένα κομμάτι της κοινωνίας, το οποίο περιλάμβανε και την πλειοψηφία των ιστορικών, αντέδρασαν ενάντια σε αυτήν την απόφαση, θεωρώντας ότι οι φάκελοι θα έπρεπε να διαφυλαχθούν ως ιστορικό τεκμήριο. Σε μια σειρά από αντίστοιχες περιπτώσεις διεθνώς, το αρχειακό υλικό διαφυλάχτηκε. Παρ' όλα αυτά και παρά το γεγονός ότι είχε παρέλθει μια ολόκληρη δεκαπενταετία από την θεσμική κατάργησή του Ιδιώνυμου, το 1989 επί συγκυβέρνησης Νέας Δημοκρατίας και Συνασπισμού, η Ελλάδα προχώρησε στην ολοσχερή καταστροφή των φακέλων.

Ο ιστορικός Γ. Μαργαρίτης είναι ένας από αυτούς που θεωρούν πως η επιλογή της δημόσιας καύσης των φακέλων ήταν καθαρά επικοινωνιακή και σκοπός της ήταν να επιδείξει την πραγματοποίηση της «εθνικής συμφιλίωσης» και το «κάψιμο των διακρίσεων». Για τον ίδιο, χρειάζεται πάντοτε ένας «μύθος» στις περιόδους «καπιταλιστικού εκσυγχρονισμού», ο οποίος για την Ελλάδα ήταν η ενότητα όλων χωρίς ταξικές διαφορές και το εθνικό συμφέρον «ως δήθεν κοινό συμφέρον πλούσιων και φτωχών, καπιταλιστών και εκμεταλλευόμενων οικονομικά αδυνάμων».¹³

Στην πορεία προς τον εκδημοκρατισμό έγινε έντονο το αίτημα για δημοκρατική διεξαγωγή των εκλογών. Πράγματι, το Νοέμβριο του 1974 διεξήχθησαν οι πρώτες δημοκρατικές εκλογές που οδήγησαν στο δημοψήφισμα του Δεκεμβρίου

¹¹ <http://www.efsyn.gr/arthro/oi-fakeloi-fronimaton>

¹² <http://epohi.gr/atomikoi-fakeloi-politikwn-fronhmatwn-mia-istoria-katastrofhs/>

¹³ <http://www.tovima.gr/society/article/?aid=803321>

του 1974 όπου το 69% των ψηφοφόρων ψήφισε κατά της Βασιλευόμενης. Έπειτα και από τη θέσπιση του νέου συντάγματος του 1975, ο πρόεδρος της δημοκρατίας πλέον θα ήταν αιρετός, ο ρόλος του επρόκειτο να είναι εθιμοτυπικός και κύρια πηγή εξουσίας θα ήταν η κοινοβουλευτική κυβέρνηση (Close, 2007: 225). Πλέον, κανένας θεσμός δε μπορούσε να παίζει κάποιο σημαντικό ρόλο εάν δεν νομιμοποιούνταν από τα δημοκρατικά όργανα λήψης αποφάσεων, ενώ οι εθνικές επιλογές εξαρτιόταν αποκλειστικά από τις πολιτικές και κομματικές ηγεσίες, οι οποίες και αυτές τίθεντο στον δημοκρατικό έλεγχο του λαού (Βούλγαρης, 2008: 150).

Πέρα από την αλλαγή του καθεστώτος από συνταγματική μοναρχία σε προεδρευόμενη κοινοβουλευτική δημοκρατία, το Σύνταγμα του 1975 εισήγαγε μια σειρά από ριζικές αλλαγές και εκσυγχρονιστικές τροποποιήσεις. Η αναβάθμιση της προστασίας των ατομικών δικαιωμάτων, η ενίσχυση των κοινωνικών δικαιωμάτων και η αναγνώριση ζητημάτων μείζονος σημασίας όπως αυτού της ισότητας των φύλων και της προστασίας του περιβάλλοντος, ήταν κάποια από αυτά (Βούλγαρης, 2008: 151). Επιπλέον, το Σύνταγμα χαρακτηριζόταν από την αντίληψη ότι το κράτος θα έπρεπε να αναλάβει ορισμένες ενέργειες στην κατεύθυνση της ταυτόχρονης διασφάλισης της οικονομικής αποτελεσματικότητας και της κοινωνικής δικαιοσύνης, στο πλαίσιο μιας «μεικτής οικονομίας».

Ακόμη ένα σημείο σταθμός στη μετάβαση προς τη δημοκρατία, υπήρξε η καταδίκη των Χουντικών. Ύστερα από μια σειρά από δίκες 18 άτομα καταδικάστηκαν για το πραξικόπημα της 21^{ης} Απριλίου του 1967, 22 για συμμετοχή στα γεγονότα του Πολυτεχνείου το Νοέμβριο του 1973 και 49 για τα βασανιστήρια εναντίον των αντιστασιακών (Close, 2007: 226). Μάλιστα, οι ηγέτες του πραξικοπήματος (Γ. Παπαδόπουλος, Σ. Παττακός και Ν. Μακαρέζος) καταδικάστηκαν με θανατική ποινή η οποία όμως την ίδια ημέρα μετατράπηκε σε ισόβια κάθειρξη από την κυβέρνηση, συμβάλλοντας, σύμφωνα με τον Βούλγαρη, στην αποφόρτιση της νέας ιστορικής φάσης από «σύμβολα» και «μάρτυρες» του αυταρχικού παρελθόντος (Βούλγαρης, 2008: 73)

1.2 Η ίδρυση του ΠΑΣΟΚ και η διαμόρφωση του νέου κομματικού τοπίου

Το ΠΑΣΟΚ ιδρύθηκε λίγους μήνες μετά την πτώση της δικτατορίας, στις 3 Σεπτεμβρίου του 1974 υπό τον Ανδρέα Παπανδρέου. Η επίδρασή του στη διαμόρφωση του κομματικού και πολιτικού συστήματος της χώρας και η επιρροή του σε όλα τα κόμματα και τους θεσμούς εκπροσώπησης υπήρξε καθοριστική (Σπουρδαλάκης, 1998: 24). Ήδη από κατά τη διάρκεια της δικτατορίας ο Ανδρέας Παπανδρέου ηγούνταν του Πανελλήνιου Απελευθερωτικού Κινήματος, το οποίο ιδρύθηκε τον Φεβρουάριο του 1968 και είχε έδρα την Στοκχόλμη. Μετά το τέλος της δικτατορίας και ενώ είχε αρχίσει να εμφανίζεται το αίτημα για ανασυγκρότηση της Ένωσης Κέντρου, ο Ανδρέας Παπανδρέου εξέφρασε την πρόθεσή του για τη δημιουργία ενός νέου πολιτικού κόμματος που θα ξεπερνούσε τα πολιτικά σχήματα που υπήρχαν πριν την δικτατορία και θα ανταποκρινόταν επάξια στο νέο ριζοσπαστικό πλαίσιο της Μεταπολίτευσης (Σπουρδαλάκης, 1998: 19). Στις διαδικασίες ίδρυσης έπαιξαν καθοριστικό ρόλο οι συζητήσεις και οι επεξεργασίες που είχαν πραγματοποιήσει ορισμένα μέλη του ΠΑΚ εξωτερικού λίγους μήνες πριν στη Γερμανία. Παράλληλα, ο Ανδρέας Παπανδρέου θέλησε να ακολουθήσει μια πολιτική «ανοιχτών θυρών» με τις διαδικασίες ίδρυσης να είναι ανοιχτές τόσο σε όσους συμμετείχαν στον «Ανένδοτο Αγώνα» με τον Γεώργιο Παπανδρέου όσο και στην ευρύτερη αριστερά (Σπουρδαλάκης, 1998: 20).

Ο Μιχάλης Σπουρδαλάκης διακρίνει τρεις τάσεις που εκφράστηκαν από την ιδρυτική διακήρυξη του ΠΑΣΟΚ (Σπουρδαλάκης, 1998: 21). Μία από αυτές ήταν η αριστερή/σοσιαλιστική τάση η οποία συγκροτήθηκε από στελέχη του ΠΑΚ εξωτερικού και αριστερούς που συμμετείχαν στην αντίσταση. Η τάση αυτή έβρισκε περιθώρια ταξικής προσέγγισης στην ανάλυση των προβλημάτων που άφησε η δικτατορία και ταυτιζόταν με μια σειρά από νέες πολιτικές διεκδικήσεις που ξεπηδούσαν από τα κινήματα της δεκαετίας του 1960, όπως ήταν για παράδειγμα το αίτημα για την απελευθέρωση των γυναικών. Η τεχνοκρατική τάση αποτελούνταν από στελέχη του Ανένδοτου Αγώνα, αλλά και στελέχη του αντιδικτατορικού αγώνα, τα οποία είχαν υψηλή πανεπιστημιακή μόρφωση. Τα άτομα αυτά ταυτίζονταν με τη διακήρυξη στο βαθμό που εξέφραζε θέσεις για εκσυγχρονισμό της δημόσιας διοίκησης, αναδιάρθρωση της οικονομίας, εξορθολογισμό της δημόσιας διοίκησης και εκδημοκρατισμό της δημόσιας ζωής. Τέλος, υπήρχε η

κομφορμιστική/παλαιοκομματική τάση η οποία αποτελούνταν κυρίως από στελέχη της Ένωσης Κέντρου. Αν και βρισκόταν μακριά από την ριζοσπαστική ρητορεία της Μεταπολίτευσης, είχε βαθύτερη σύνδεση με το εκλογικό σώμα, ενώ η «κομφορμιστική» λογική της ταυτιζόταν με την ανθρωπομορφική λογική των ξένων μονοπωλίων και με την υπόσχεση της διακήρυξης για αναδιάρθρωση του πρωτογενούς τομέα.

Η συνοχή μεταξύ αυτών των διαφορετικών ρευμάτων εξασφαλίστηκε μέσω του εθνικιστικού πνεύματος από το οποίο διαπνέονταν η ιδρυτική διακήρυξη μιας και εκείνη την περίοδο ήταν διάχυτο το αίτημα για απαλλαγή από τις ξένες εξαρτήσεις, με χαρακτηριστικό το σύνθημα «η Ελλάδα ανήκει στους Έλληνες» (Σπουρδαλάκης, 1998: 22). Επίσης το γεγονός ότι το ΠΑΣΟΚ ξεκίνησε ως Κίνημα και όχι ως κόμμα, έχοντας μια πιο χαλαρή οργανωτική δομή, άφηνε το περιθώριο για περαιτέρω εξειδίκευση της πολιτικής στρατηγικής του στο μέλλον όπου θα ισχυροποιούνταν οι δομές λήψης αποφάσεων. Τέλος, η προσωπικότητα του ηγέτη, Ανδρέα Παπανδρέου, ήταν εκείνη που ενοποιούσε και συνένωνε όλα τα διαφορετικά ρεύματα στο εσωτερικό του ΠΑΣΟΚ. Μέχρι σήμερα πολλοί μιλούν για έναν χαρισματικό ηγέτη που έχαιρε μεγάλης λαϊκής αποδοχής, ενώ συχνά αντιμετωπίζονταν από τα ΜΜΕ σαν «σταρ» (Σπουρδαλάκης, 1998: 23).

Λίγο καιρό μετά την ίδρυσή του, το ΠΑΣΟΚ έπρεπε να μπει στη μάχη των εκλογών του Νοεμβρίου του 1974. Μπροστά στην πίεση του χρόνου από τη μία και την οργανωτική αδυναμία του, από την άλλη, το Κίνημα κάλεσε τους πολίτες να «αυτό-οργανωθούν». Η ανταπόκριση των πολιτών ήταν πρωτόγνωρη με αποτέλεσμα τη σύσταση πληθώρας «ομάδων πρωτοβουλίας» σε ολόκληρη τη χώρα, ενώ το εκλογικό του ποσοστό άγγιξε τελικά το 13,58% (Σπουρδαλάκης, 1998: 25). Ωστόσο, την επόμενη των εκλογών αναπτύχθηκε έντονα ο προβληματισμός σε σχέση με το «οργανωτικό» ζήτημα το οποίο αποτέλεσε και κυρίαρχο θέμα συζήτησης και αντιπαράθεσης στο εσωτερικό του ΠΑΣΟΚ (Σπουρδαλάκης, 1998: 27). Οι παραδοσιακές πελατειακές πρακτικές πολλών μελών του Κινήματος ιδιαίτερα στις οργανώσεις της επαρχίας ερχόταν σε σύγκρουση με τον ανατρεπτικό χαρακτήρα των «ομάδων πρωτοβουλίας». Ακόμη, ένα μεγάλο ποσοστό των ατόμων που συμμετείχαν σε αυτές τις πρωτοβουλίες διέθεταν προσωπικές φιλοδοξίες και ήθελαν «να αποκτήσουν το χρίσμα του υποψήφιου βουλευτή» (Σπουρδαλάκης, 1998: 26).

Ωστόσο, η αυτό-οργάνωση δεν είχε προκαλέσει μόνο τα λειτουργικά προβλήματα, αλλά και μία μεγάλη άνθιση της θεωρητικής σκέψης και των πολιτικών αναζητήσεων πάνω σε μια σειρά από ζητήματα, οι οποίες μάλιστα λάμβαναν υπόψιν τις μαρξιστικές ιδέες, μαρτυρώντας τη ριζοσπαστική τάση πολλών από τα μέλη του (Σπουρδαλάκης, 1998: 27). Έτσι, γινόταν σαφές ότι το ΠΑΣΟΚ επρόκειτο να είναι πράγματι κάτι καινούριο στο ελληνικό κομματικό σύστημα.

Παρά το πολύ μικρό χρονικό διάστημα που είχε περάσει από την ίδρυσή του, το ΠΑΣΟΚ κατάφερε να βρεθεί στην τρίτη θέση με 13,58% λαμβάνοντας 12 έδρες. Πρώτο κόμμα αναδείχτηκε η Νέα Δημοκρατία με 54,37% και 220 έδρες, ενώ ακολούθησε δεύτερη η Ένωση Κέντρου – Νέες Δυνάμεις με 20,42% και 60 έδρες και τελευταία η Ενωμένη Αριστερά (ΕΔΑ- ΚΚΕ εσωτερικού- ΚΚΕ) με 9,47% και 8 έδρες.¹⁴

Η εσωκομματική κρίση δεν άργησε να έρθει στο ΠΑΣΟΚ αφού στον απόηχο του αποτελέσματος των εκλογών, αναπτύχθηκαν δύο αντιλήψεις: η πρώτη, η οποία υποστηριζόταν και από τον Ανδρέα Παπανδρέου, δεν ήταν ικανοποιημένη από το ποσοστό των εκλογών του 1974 και ήθελε το ΠΑΣΟΚ να αναπτύξει μια πολιτική στρατηγική που θα το οδηγήσει στην κατάκτηση της εξουσίας, ενώ η δεύτερη, ικανοποιούνταν από το εκλογικό ποσοστό του κόμματος και ιεραρχούσε ως πρωτεύουσας σημασίας ζητούμενο τη δημιουργία ενός μαζικού κόμματος με δημοκρατική και αποκεντρωμένη οργανωτική δομή που θα ήταν αποτέλεσμα μιας μακρόχρονης διαδικασίας με μακροπρόθεσμο πολιτικό σχεδιασμό (Σπουρδαλάκης, 1998: 27-28). Μετά το βάθεμα των διαφωνιών και την συνεχή ανάπτυξη ομαδοποιήσεων στο εσωτερικό του κόμματος, ο Ανδρέας Παπανδρέου ανακοίνωσε τη διενέργεια Προσυνεδριακής διαδικασίας που θα συγκαλούνταν τον Μάρτιο του 1975, επιδιώκοντας να δώσει λύση στον «αυξανόμενο φραξιονισμό και ελιτισμό στην οργάνωση» (Σπουρδαλάκης, 1998: 30). Η ένταση κορυφώθηκε όταν ο ηγέτης του ΠΑΣΟΚ, αντιλαμβανόμενος πως δε μπορεί να ελέγξει τη νέα Κεντρική Επιτροπή, ανήγγειλε πως οι εισηγήσεις του Προσυνεδρίου, οι οποίες περιλάμβαναν και τα οργανωτικά χαρακτηριστικά του κόμματος, θα ήταν δεσμευτικά κείμενα (Σπουρδαλάκης: 1998: 31). Λίγο καιρό αργότερα ο Ανδρέας Παπανδρέου ανακοίνωσε με εγκύκλιό του ότι όλες οι αποφάσεις θα έπρεπε να εγκρίνονται από τον

¹⁴ <http://www.hellenicparliament.gr/Vouli-ton-Ellinon/To-Politevma/Ekloges/Eklogika-apotelesmata-New/>

ίδιο και θα έπρεπε να του γίνεται γνωστή οποιαδήποτε συμμετοχή σε δημόσιες εκδηλώσεις (Σπουρδαλάκης, 1998: 32). Έτσι, η οργανωτική και πολιτική πορεία του κόμματος ήταν στα χέρια του ηγέτη του και των στελεχών που συμφωνούσαν μαζί του, συγκεντρώνοντας μεγάλη εξουσία στο πρόσωπό του. Μέσα στα επόμενα δύο χρόνια ακολούθησαν μαζικές εκκαθαρίσεις, ενώ παράλληλα, ο λόγος του ΠΑΣΟΚ τροποποιήθηκε σταδιακά κυρίως μέσα από τον εκφραστή του, Ανδρέα Παπανδρέου (Βούλγαρης, 2002: 83). Το ΠΑΣΟΚ, το οποίο ως τότε παρίστανε την «Αριστερά της Αριστεράς» θέλοντας να εδραιωθεί στο χώρο της Αριστεράς, άρχισε να μετατίθεται προκειμένου να εκφράσει πλατύτερα ακροατήρια, να ξανακερδίσει και να αντιπροσωπεύσει τους υποστηρικτές του Κέντρου και της Κεντροαριστεράς, ώστε να μπορέσει να γίνει κόμμα εξουσίας (Βούλγαρης, 2002: 87).

Οι εκλογές του Νοεμβρίου του 1977 ήταν ενδεικτικές του τρόπου που διαμορφώθηκε το κομματικό σύστημα για τις επόμενες δεκαετίες. Το ΠΑΣΟΚ βγήκε δεύτερο με 25,34% και 93 έδρες. Πρώτο κόμμα αναδείχτηκε η Νέα Δημοκρατία με ποσοστό 41,84% λαμβάνοντας 171 έδρες και ακολούθησαν η Ένωση Δημοκρατικού Κέντρου με 11,95% και 16 έδρες, το Κομμουνιστικό Κόμμα Ελλάδας με 9,36% και 11 έδρες, η Εθνική Παράταξις με 6,82% και 5 έδρες, η Συμμαχία Προοδευτικών και Αριστερών Δυνάμεων με 2,72% και 2 έδρες και το Κόμμα Νεοφιλελευθέρων με 1,08% και 2 έδρες. Έτσι, ο μεγαλύτερος αριθμός εδρών κατέχονταν από τα δύο πρώτα κόμματα, ενώ είναι ενδεικτικό ότι από τότε μέχρι και το 2009, κανένα άλλο κόμμα εκτός από τη ΝΔ και το ΠΑΣΟΚ δεν συγκέντρωσε ποσοστό μεγαλύτερο του 13%.

1.3 Το ΠΑΣΟΚ στην εξουσία

Ήδη από τις εκλογές του 1977 και την ανάδειξή του στη θέση της αξιωματικής αντιπολίτευσης, το ΠΑΣΟΚ αναδυόταν ως ο εκφραστής της αντιδεξιάς αλλαγής και της δημοκρατικής-προοδευτικής παράταξης (Βούλγαρης, 2002: 94). Γινόταν πλέον σαφές πως ο στόχος του για τις επόμενες εκλογές δε θα μπορούσε να είναι άλλος από την κατάκτηση της εξουσίας (Σπουρδαλάκης, 1998: 44). Έτσι, το ΠΑΣΟΚ μετατράπηκε σταδιακά σε ένα «πανσυλλεκτικό» κόμμα, χαρακτηριστικό το οποίο αναδεικνύεται ιδιαίτερα στο στρατηγικό σχεδιασμό του κόμματος που δημιουργήθηκε μετά την πρώτη Κεντρική Επιτροπή μετά τις εκλογές του 1977 και

έφερε τον τίτλο «Εθνική Λαϊκή Ενότητα» (Σπουρδαλάκης, 1998: 49). Το ΠΑΣΟΚ απέκτησε πρωταγωνιστικό ρόλο στους μαζικούς χώρους του διεκδικητικού κινήματος των εργαζομένων, ενώ έδωσε μεγαλύτερη βαρύτητα στην κοινοβουλευτική του δράση σε αντίθεση με την εξωκοινοβουλευτική (Σπουρδαλάκης, 1998: 47). Ακόμη, ο πολιτικός του λόγος έγινε μετριοπαθέστερος, ενώ οι κοινωνικές του αναφορές παρέμεναν θολές, γεγονός, όμως, που διευκόλυνε την υλοποίηση της στρατηγικής του (Σπουρδαλάκης, 1998: 49).

Κεντρικά συνθήματα της προεκλογικής εκστρατείας ήταν «το ΠΑΣΟΚ στην κυβέρνηση, ο λαός στην εξουσία», «ο λαός θέλει, το ΠΑΣΟΚ μπορεί» και «Αλλαγή». Τα συνθήματα αυτά εξέφραζαν την ύπαρξη μιας ισχυρής λαϊκής βούλησης που ξεπερνούσε τις αναστολές που υπήρχαν στο παρελθόν, αλλά και την ύπαρξη ενός ισχυρού κόμματος ικανού να την εκφράσει (Βαμβακάς & Παναγιωτόπουλος, 2014: 20).

Εφόσον είχε σταθεροποιηθεί το δημοκρατικό πολίτευμα και το κομματικό σύστημα είχε ανασυγκροτηθεί σε νέα βάση, η μετάβαση στη νέα κυβέρνηση πραγματοποιήθηκε με απόλυτη ομαλότητα. Στις 18 Οκτωβρίου του 1981 το ΠΑΣΟΚ ανέλαβε την εξουσία της χώρας και παρά την ανησυχία ορισμένων ανώτατων αξιωματικών, η κυβέρνηση ήταν ελεύθερη να εφαρμόσει την πολιτική της χωρίς να μπορεί να επέμβει κανένα άλλο κέντρο εξουσίας ή παραεξουσίας (Βούλγαρης, 2002: 144).

Το ΠΑΣΟΚ, παρ' ότι ξεκίνησε ως ριζοσπαστικό-αντιμπεριλαστικό μόρφωμα, αναδείχτηκε στην εξουσία με μια διαφορετική και αρκετά «θολή» πολιτική ταυτότητα. Γινόταν αντιληπτό ως ο αντιδεξιός πόλος εξουσίας και με το πρόταγμα της Αλλαγής, το περιεχόμενο της οποίας ήταν σε μεγάλο βαθμό ασαφές και συγκεχυμένο, είχε καταφέρει να εκφράσει ευρύτερα τις μάζες (Βούλγαρης, 2002: 97). Εκτός από τη γενική συνθηματολογία που επικράτησε στον λόγο του κόμματος κατά τη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας, το ΠΑΣΟΚ είχε μοιράσει υποσχέσεις, οι οποίες έπρεπε πλέον να μετατραπούν σε κυβερνητικό πρόγραμμα. Αυτό μπορούσε να γίνει είτε με την μετατροπή των δημαγωγικών και εξωπραγματικών διακηρύξεων σε ένα ρεαλιστικό ιδεολογικό-προγραμματικό πλαίσιο, είτε με τη δημαγωγική διαχείριση των αντιθέσεων και τη διατήρηση αυτής της πολυσημίας. Σύμφωνα με τον Γιάννη Βούλγαρη, το ΠΑΣΟΚ επέλεξε τον δεύτερο τρόπο να διαχειριστεί τις εσωτερικές του

αντιφάσεις, δηλαδή μέσω μιας καιροσκοπικής λογικής, προσπαθώντας να πείσει πως μένει πιστή στις ιδεολογικές αρχές του κόμματος ακόμη κι αν η ίδια η πραγματικότητα την διέψευδε και δημιουργώντας τεχνητές πολώσεις προκειμένου να καλύπτονται οι αδυναμίες της (Βούλγαρης, 2002: 147-148).

Η νέα κυβέρνηση είχε να αντιμετωπίσει αναχρονιστικά πολιτικά, κοινωνικά και πολιτιστικά παράγωγα της μακρόχρονης επικράτησης της Δεξιάς, που έρχονταν σε σύγκρουση με τον εκσυγχρονισμό τον οποίο υπόσχονταν. Παρ' όλα αυτά η ίδια η νίκη του ΠΑΣΟΚ αποτελούσε μια ροπή προς αυτήν την κατεύθυνση. Η αναγνώριση της Εθνικής Αντίστασης, η καθιέρωση του εορτασμού της και η παροχή συντάξεων στους αγωνιστές της, αποτελούσε μια ιστορική απόφαση που στόχο είχε την αναθεώρηση της ιστορίας και τη δικαίωση των αγωνιστών σε αντίθεση με την επιλογή της λήθης που είχε ακολουθήσει ως τότε η Δεξιά (Βούλγαρης, 2002: 154). Όσον αφορά τις κοινωνικές σχέσεις και τα αστικά δικαιώματα, η κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ εφάρμοσε σημαντικές προοδευτικές μεταρρυθμίσεις όπως ήταν η καθιέρωση του πολιτικού γάμου, η αποποινικοποίηση της μοιχείας, ο εκσυγχρονισμός της διαδικασίας του διαζυγίου, η προστασία της εργαζόμενης γυναίκας και η βελτίωση των κοινωνικών παροχών προς τις γυναίκες (Βούλγαρης, 2002: 156).

1.4 Η νέα κουλτούρα

Η «αλλαγή» ήταν μια λέξη που σημάδεψε ολόκληρη τη δεκαετία του '80. Εκτός από τα προεκλογικά κείμενα, τις αφίσες και τα φυλλάδια του ΠΑΣΟΚ, χρησιμοποιήθηκε και από το ΚΚΕ το οποίο μιλούσε για «πραγματική αλλαγή» ή «ουσιαστική αλλαγή», αμφισβητώντας τη φερεγγυότητα της αλλαγής που θα έφερνε το ΠΑΣΟΚ. Ακόμη, χρησιμοποιήθηκε στο θέατρο (επιθεώρηση «Αλλαγή και πάσης Ελλάδος» του Χάρρυ Κλυν, 1982-1983), στον κινηματογράφο («Αλλαγή και το λουρί της μάνας» με τον Κώστα Βουτσά, 1982), όπως επίσης και στη διαφήμιση (πάνες Diapers «πωπω μια αλλαγή!») (Βαμβακάς στο Βαμβακάς & Παναγιωτόπουλος, 2014: 19-20). Το αίτημα της αλλαγής είχε να κάνει με διεκδικήσεις των οποίων η σύνθεση και η επιλογή επρόκειτο να καθοριστεί στο μέλλον, αλλά κυρίως είχε να κάνει με την αντίθεση απέναντι στη Δεξιά, ενώ «κόμμα της αλλαγής» χαρακτηρίστηκε το ΠΑΣΟΚ

(Βούλγαρης, 2008: 253-254). Αυτή η χαλαρότητα και η ασάφεια ήταν στοιχεία της λαϊκιστικής κουλτούρας που ήταν ιδιαίτερα έντονη τη δεκαετία του '80 (Δεμερτζής, 2004: 92).

Η «ηθική του φρονήματος» και η προσκόλληση πάνω στο κράτος ως πεδίο άντλησης προνομίων, προστασίας και κύρους ήταν κάποια από τα στοιχεία του ελληνικού λαϊκισμού (Σπουρδαλάκης 1988: 110-111),(Δεμερτζής 1990: 85). Ο ηθικισμός αυτός, συνδεόταν με μία εργαλειακή αντίληψη του κράτους, που οι φορείς αυτής της κουλτούρας, περίμεναν να τους βοηθάει όταν το έχουν ανάγκη, ενώ αδιαφορούσαν απέναντι σε υποθέσεις που δεν τους αφορούσαν άμεσα (Δεμερτζής 2004: 95). Η ηγεσία του Ανδρέα Παπανδρέου και ο θαυμασμός γύρω από το πρόσωπό του, αποτελούσε τον συνδετικό κρίκο του ΠΑΣΟΚ και ήταν βασικό στοιχείο του ελληνικού λαϊκισμού. Άλλα χαρακτηριστικά του ήταν η κυριαρχία της έννοιας του «λαού» ως ένα ενιαίο σώμα αποφεύγοντας την ταξική αναφορά και η έκφραση εθνικιστικών απόψεων (Δεμερτζής, 2004: 95-96).

Η αλλαγή, από αντι-δεξιό μπλοκ εξουσίας, εξελίχθηκε σε ένα πολυσυλλεκτικό ιδεολόγημα που συνδεόταν με τη νομιμοποίηση του ανοίγματος του κρατικού μηχανισμού σε αυτούς που αισθάνονταν «οι αδικημένοι» της μεταπολιτευτικής περιόδου (Βαμβακάς στο Βαμβακάς&Παναγιωτόπουλος, 2014: 21-22). Το σύνθημα αυτό απομυθοποιήθηκε μετά από τον λαϊκισμό, τα σκάνδαλα που ξέσπασαν και την ηγετική αυθαιρεσία, παρ' όλα αυτά συνέχισε να εκφράζει την περίοδο της εξισωτικής μεταρρύθμισης στο σύνολο των κοινωνικών πεδίων. Έτσι, παρά την αμφισημία της, μπόρεσε να μετατρέψει σε σύνθημα τη ρευστότητα των συναισθημάτων και των συμφερόντων μιας κοινωνίας σε μετάβαση (Βαμβακάς στο Βαμβακάς&Παναγιωτόπουλος, 2014: 22).

Κεφάλαιο 2: Όψεις κουλτούρας μέσα από το *ΚΛΙΚ*

Οι θεματικές που κάνουν την εμφάνισή τους στο περιοδικό, προδίδουν στοιχεία του χαρακτήρα τους και της επιρροής που ασκούσε στους αναγνώστες του. Παρακάτω αναλύονται ορισμένες από τις κύριες θεματικές που εμφανίζονται μέσα από τα άρθρα και το λόγο του εντύπου.

2.1 Πολιτική

Η πολιτική κατάσταση στη χώρα δε θα μπορούσε να μην επηρεάζει το *ΚΛΙΚ* στο σύνολό του. Οι αναφορές του σε κόμματα και πολιτικά πρόσωπα εμφανίζονταν σχεδόν σε κάθε τεύχος του κυρίως στα εισαγωγικά άρθρα του Πέτρου Κωστόπουλου (editorials) και λιγότερο συχνά στα κεντρικά άρθρα του περιοδικού. Επιπλέον, η στήλη «οπτική γωνία» φιλοξενεί συχνά άρθρα πολιτικού περιεχομένου. Η θεματική εμφανίζεται κυρίως στα πρώτα χρόνια της κυκλοφορίας του περιοδικού, περίπου από το 1987 μέχρι και το 1990, ενώ μετά το '90 οι πολιτικές αναφορές εμφανίζονται σπάνια. Τα πρώτα χρόνια υπάρχουν άρθρα με πολιτικές αναλύσεις και σχόλια, ενώ αργότερα, εκτός από τα editorials, τα σχόλια αφορούν πολύ περισσότερο την εικόνα του πολιτικού και τον τρόπο ζωής του, παρά τις πολιτικές επιλογές ή τα κόμματα.

Από τις λίγες περιπτώσεις που η πολιτική βρέθηκε ανάμεσα στα κεντρικά άρθρα του περιοδικού ήταν στο τεύχος 6 όπου με έναν ιδιαίτερα πρωτότυπο τρόπο οι τέσσερις πολιτικοί κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με κοινωνικά και πολιτικά θέματα¹⁵. Τα πρόσωπα τα οποία επιλέχθηκαν να ερωτηθούν ήταν ο Μιλτιάδης Έβερτ και ο Ανδρέας Ανδριανόπουλος από τη Νέα Δημοκρατία και από το ΠΑΣΟΚ ο Κώστας Λαλιώτης και ο Γιώργος Παπανδρέου. Οι συγκεκριμένοι ήταν σύμφωνα με τον Κωστόπουλο οι πλέον κατάλληλοι να μιλήσουν για το μέλλον και τη νέα χιλιετία, μιας και τα παλιά πρόσωπα της πολιτικής (ο ίδιος κατονομάζει μερικά από αυτά: ο Λεωνίδας Κύρκος, ο Χαρίλαος Φλωράκης, ο Ανδρέας Παπανδρέου, ο

¹⁵ Κούλογλου Σ., Κωστόπουλος Π (επιμέλεια). Ο Μ. Έβερτ, ο Γ. Παπανδρέου, ο Κ. Λαλιώτης και ο Α. Ανδριανόπουλος απαντούν σε 30 ερωτήσεις που μόνο το *ΚΛΙΚ* θα μπορούσε να κάνει, *ΚΛΙΚ*, Τ.6: σ. 20-29

Γεώργιος Καραμανλής και ο Γεώργιος Ράλλης) ήταν καιρός πλέον να αποσυρθούν¹⁶. Έτσι λοιπόν το *ΚΑΙΚ* επιλέγει τη μέθοδο των ερωτήσεων και απαντήσεων σε σχέση με καθημερινά προβλήματα, στον αντίποδα μιας «σοβαροφανούς» συνέντευξης ή άρθρου όπως αναφέρει ο Κωστόπουλος στο editorial του τεύχους.

Οι ερωτήσεις αφορούσαν θέματα κοινωνικά και πολιτικά όπως το ρόλο του κράτους, τις διαφορές μεταξύ αριστεράς και δεξιάς, τους πολιτικούς τους αντιπάλους, την κατάργηση της ή μη της θανατικής ποινής, τις πολιτικές συνεργασίες που θα επέλεγαν και άλλα. Πολλές ερωτήσεις είχαν να κάνουν με θέματα που αποτελούσαν ταμπού για την εποχή αυτή, όπως είναι η αποποινικοποίηση της μαριχουάνας, η μοιχεία, το τί θα έκαναν αν η σύζυγός τους τους απατούσε, αν η κόρη τους έφερνε έναν «μαύρο, εβραίο ή Άραβα» και εάν θα επέτρεπαν στη σύζυγό τους να τεκνοποιήσει με κάποια τεχνολογική μέθοδο όπως η τράπεζα σπέρματος. Ερωτήσεις υπήρξαν ακόμη, για προσωπικές τους προτιμήσεις όπως την αγαπημένη τους διεθνή προσωπικότητα, την αγαπημένη τους μάρκα αυτοκινήτων, τα αθλήματα και τους χορούς που τους αρέσουν, τα ταξίδια, τα μέρη της πόλης που θεωρούν «in», την ταινία, τον δίσκο και το βιβλίο που τους άρεσε πιο πολύ τελευταία. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι και στους τέσσερις γίνονται οι ίδιες ερωτήσεις.

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αυτής της συνέντευξης είναι ότι οι πολιτικοί ερωτώνται για την άποψή τους αναφορικά με σημαντικά κοινωνικά ζητήματα με βάση τα βιώματά τους και τις επιλογές τους στην προσωπική τους ζωή. Για παράδειγμα, αντί να ερωτηθούν για την άποψή τους για τα ναρκωτικά, οι δημοσιογράφοι τους ρωτούν εάν οι ίδιοι έχουν δοκιμάσει. Με αυτόν τον τρόπο οι απαντήσεις των πολιτικών αποσυνδέονται από τον συλλογικό φορέα που εκπροσωπούν και προβάλλονται ως προσωπικές και όχι ως πολιτικές επιλογές οι οποίες πηγάζουν από τη γραμμή του κόμματός τους. Ακόμη, η ανάμειξη των ερωτήσεων κοινωνικού και πολιτικού περιεχομένου με ερωτήσεις που σχετίζονται με την διασκέδαση και την ψυχαγωγία, έχουν ως αποτέλεσμα την πρόσληψή τους ως ζητήματα ίσης αξίας.

Ιδιαίτερη έμφαση στην πολιτική δίνεται σε προεκλογικές περιόδους και πολύ περισσότερο πριν την κρίσιμη εκλογική αναμέτρηση του Ιουνίου του 1989. Τον Φεβρουάριο του ίδιου έτους ενόψει των εκλογών του Ιουνίου, ο Πέτρος

¹⁶ Κωστόπουλος Π. Ένα πολιτικό τεύχος του ΚΑΙΚ, *ΚΑΙΚ*, Τ.6

Κωστόπουλος στο editorial τονίζει την ανάγκη της ανάδειξης ανθρώπων με απόψεις, προτάσεις και ιδέες, μιας και το ΠΑΣΟΚ που βρισκόταν στην κυβέρνηση μέχρι τότε είχε αποδυναμωθεί σημαντικά λόγω των σκανδάλων που είχαν ξεσπάσει το προηγούμενο διάστημα¹⁷. Στη συνέχεια διευκρινίζει πως αναφέρεται στους ανθρώπους που αποζητούν την ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό και δεν επαναπαύονται απλώς στο κλίμα αναταραχής που δημιουργεί η δημοσιοποίηση των σκανδάλων, εξαντλούμενοι απλώς στην καταγγελία των πάντων. Οι λέξεις «ανάπτυξη» και εκσυγχρονισμός» είναι δηλωτικές του κλίματος που επικρατούσε την περίοδο εκείνη, όπου η χώρα επηρεάζονταν όλο και περισσότερο από τις ιδέες του νεοφιλελευθερισμού και του συντηρητισμού που αναπτυσσόταν στη Δύση. Έτσι, οι έννοιες του κρατισμού, του συλλογικού συμφέροντος και της εθνικής αυτοδυναμίας έδιναν τη θέση τους στην ιδιωτική πρωτοβουλία, τον ατομισμό και τον ευρωπαϊκό προσανατολισμό (Βούλγαρης, 2008: 100). Τον μήνα των εκλογών το περιοδικό δημοσίευσε άρθρο με τίτλο «το ΚΛΙΚ ψηφίζει και μαυρίζει» υποδεικνύοντας πρόσωπα από διάφορα κόμματα και δηλώνοντας την στήριξη τους ή την απόρριψή τους¹⁸. Αποσαφηνίζοντας πως η δήλωση της προτίμησης στους συγκεκριμένους πολιτικούς, εξαρτάται από το εάν θα ψήφισαν τα κόμματά τους. και δικαιολογεί την αποδοχή τους ή την απόρριψη με πολιτικά επιχειρήματα.

Δεν είναι λίγες οι φορές που στα editorial γίνεται αναφορά σε πολιτικά πρόσωπα. Τον Σεπτέμβριο του 1988, ενώ ο Ανδρέας Παπανδρέου βρισκόταν στο Λονδίνο για εγχείρηση στην καρδιά, ο Πέτρος Κωστόπουλος γράφει το εισαγωγικό άρθρο του περιοδικού σε μορφή επιστολής προς τον Ανδρέα Παπανδρέου με τίτλο «ο τελευταίος πειρασμός του Ναζωραίου»¹⁹. Ο τίτλος σχετίζεται με το αφιέρωμα στην ταινία του «ο τελευταίος πειρασμός» του Μάρτιν Σκορτσέζε για την οποία υπήρχε αφιέρωμα στο συγκεκριμένο τεύχος. Στη συνέχεια όμως, αναφέρεται σε μια σκηνή της ταινίας όπου ο σατανάς ζητά από τον Ναζωραίο να τα παρατήσει και να ζήσει σαν κανονικός άνθρωπος, όμως αυτός ξυπνάει και σώζει τους ανθρώπους από την κόλαση. Αντιστοιχίζοντας τον Ναζωραίο με τον Ανδρέα Παπανδρέου του ζητάει να επιστρέψει και να σώσει τους ανθρώπους από την «κόλαση της Αθήνας», αναδιαρθρώνοντας την πόλη με περιβαλλοντικούς όρους, φτιάχνοντας πάρκα και ούτω καθ' εξής, καλώντας τον να γράψει ιστορία. Τέλος, τον επικροτεί για την

¹⁷ Κωστόπουλος Π. Μας λέτε παρακαλούμε τί θέλετε;, ΚΛΙΚ, Τ. 23

¹⁸ Το ΚΛΙΚ ψηφίζει και μαυρίζει, ΚΛΙΚ, Τ. 27: 96-100

¹⁹ Κωστόπουλος Π. Ο τελευταίος πειρασμός του Ναζωραίου, ΚΛΙΚ, Τ. 18

προσωπική του επιλογή να συνάψει σχέση με τη Δήμητρα Λιάνη χαρακτηρίζοντάς την ως «επαναστατική».

Ο σκοπός της επιστολής σύμφωνα με τα γραφόμενα του Πέτρου Κωστόπουλου είναι να ενημερώσει τον πρωθυπουργό για τις διάφορες εξελίξεις και τα νέα της επικαιρότητας. Αφού αναφέρει ορισμένες ειδήσεις όπως μια γενική διακοπή ρεύματος, τον εκτροχιασμό ενός τρένου και τα προβλήματα του Ολυμπιακού, μιλάει για την πολιτική ζωή όπως διαμορφώθηκε μετά την αποχώρηση του Ανδρέα Παπανδρέου, που «θυμίζει παιδική χαρά σε περίβολο ΚΑΠΗ» όπου «όλοι παίζουν και όλοι ονειρεύονται». Το ύφος της επιστολής είναι απλό, άμεσο και ανεπίσημο αφού απευθύνεται στο δεύτερο ενικό, γεγονός που καταδεικνύει την ύπαρξη οικειότητας. Βέβαια, ο συντάκτης της γνωρίζει πως ο Ανδρέας Παπανδρέου δεν πρόκειται να τη διαβάσει, αφού όπως λέει «ξέρω πως δε διαβάζεις *ΚΛΙΚ*», επομένως ο σκοπός του δεν είναι πράγματι να ενημερώσει τον πρωθυπουργό για τις νέες εξελίξεις στη χώρα. Μέσα από το περιεχόμενο του editorial, υπερτονίζεται ο ρόλος του Ανδρέα Παπανδρέου στην ελληνική πολιτική, δημιουργώντας την εντύπωση πως είναι απαραίτητος και πως είναι ο μοναδικός που μπορεί να φέρει κάποιες θετικές εξελίξεις στη ζωή των Ελλήνων. Το ύφος διευκολύνει την ταύτιση του αναγνώστη κατευθύνοντάς τον προς αυτές τις απόψεις. Σε μια περίοδο που το ΠΑΣΟΚ είχε πληγεί από τα διάφορα σκάνδαλα και έχανε σταδιακά την αποδοχή του κόσμου, η ανάπτυξη ενός κλίματος στήριξης προς τον ηγέτη του ήταν σίγουρα σημαντική. Επομένως, το εν λόγω άρθρο μπορεί να συντείνει στη συσπείρωση των υποστηρικτών του ΠΑΣΟΚ γύρω από το πρόσωπο του ηγέτη του, Ανδρέα Παπανδρέου.

Η υποστήριξη προς το πρόσωπο του Ανδρέα Παπανδρέου διαφαίνεται πολλές φορές, ενώ άρθρα του περιοδικού συχνά σπεύδουν να τον υπερασπιστούν αντικρούοντας την κριτική εναντίον, όπως για παράδειγμα, τον Φεβρουάριο του '89 όταν υπερασπίζεται τον ηγέτη του ΠΑΣΟΚ για τις δημόσιες εξόδους του, υπογραμμίζοντας παράλληλα ορισμένα πολιτικά σχόλια. Το άρθρο υποστηρίζει πως ο ίδιος δεν αποτελεί αίτιο, αλλά παράγωγο της κρίσης και άρα το ζητούμενο δεν θα πρέπει να είναι απλώς η αποχώρηση του Παπανδρέου από την κυβέρνηση²⁰. Επιπλέον, χαρακτηρίζοντας τα «πάνω» και τα «κάτω» του 1988, ο Ανδρέας Παπανδρέου τοποθετείται στα «κάτω», καθώς ο συντάκτης, αφού τον χαρακτηρίζει

²⁰ Κωστόπουλος Π. Μας λέτε παρακαλούμε τί θέλετε; , ΚΛΙΚ, Τ. 23

ως τον χαρισματικότερο ηγέτη της τελευταίας εικοσαετίας, αναφέρει πως ο κύκλος του τον επηρέασε αρνητικά καθώς αποτελούνταν από ανίκανους, ανώνυμους και ταυτόχρονα «σίγουρους»²¹.

Ένα άλλο πολιτικό πρόσωπο που αναδεικνύεται από τον ίδιο τον Πέτρο Κωστόπουλο είναι ο Κώστας Λαλιώτης. Οι ίδιοι ήταν προσωπικοί φίλοι ενώ είχαν μοιραστεί την ίδια στέγη κατά τη διάρκεια των σπουδών τους στο Παρίσι. Αναφορά στον ίδιο γίνεται τόσο σε κάποια editorials (Τ.18) όσο και σε κεντρικά άρθρα, ενώ ήδη από τα πρώτα τεύχη του δίνεται χώρος ώστε να παρουσιάσει τις απόψεις του πάνω σε διάφορα ζητήματα^{22 23}. Μάλιστα, αξιοσημείωτο είναι ότι στο άρθρο όπου απαντούν ο Μιλτιάδης Έβερτ, ο Γιώργος Παπανδρέου, ο Αλέξανδρος Ανδριανόπουλος και ο Κώστας Λαλιώτης σε 30 ερωτήσεις σε σχέση με διάφορα καθημερινά ερωτήματα, οι απαντήσεις του Κώστα Λαλιώτη καταλαμβάνουν ολόκληρη σελίδα, ενώ οι άλλοι τρεις μοιράζονται την ίδια. Ο μεγαλύτερος χώρος του συγκεκριμένου πολιτικού σε αυτό το αφιέρωμα δημιουργεί μεγαλύτερη έμφαση στις απόψεις του, θέτοντάς τις σε περίοπτη θέση και προκαλεί ανισότητα σε σύγκριση με τις απαντήσεις των άλλων τριών πολιτικών. Επίσης, σε αφιέρωμα με τίτλο «τί δε μας αρέσει στην Ελλάδα» αναφέρεται ο Κώστας Λαλιώτης διότι «ενώ είναι ο πιο έξυπνος στο ΠΑΣΟΚ, πιστεύει ακόμα ότι αυτό το κόμμα μπορεί να γίνει καλύτερο»²⁴. Σε συνέχεια αυτού, στο επόμενο τεύχος και στο αφιέρωμα με τίτλο «τί μας αρέσει στην Ελλάδα» αναφέρεται πως ίδιος είναι ο μόνος που προκαλεί την αίσθηση ότι στην πολιτική υπάρχουν ρομαντικοί και καθαροί άνθρωποι²⁵. Ακόμη, ο συντάκτης -η ταυτότητα του οποίου δεν αποκαλύπτεται- τον συμβουλεύει χιουμοριστικά να κάνει μαθήματα απλής ελληνικής γλώσσας για να μπορούν να τον καταλαβαίνουν όλοι οι άνθρωποι, ακόμα και αυτοί «που δε σπούδασαν αλτουσεριανό και γκραμισιανό μαρξισμό στο Παρίσι», αναφερόμενος βέβαια στις σπουδές του. Τέλος, δηλώνει ξεκάθαρα πως «όπως και να 'ναι εμείς θα τον ψηφίζουμε στις εκλογές». Μιλώντας στο πρώτο πληθυντικό, δίνεται η εντύπωση στον αναγνώστη πως η στήριξη στο πρόσωπο του Κώστα Λαλιώτη αποτελεί επιλογή του περιοδικού και όχι προσωπική επιλογή ενός συντάκτη. Παράλληλα, το χιουμοριστικό ύφος και η αναφορά σε

²¹ Το χρηματιστήριο του '88, *ΚΑΙΚ*, Τ. 21: 29

²² Κωστόπουλος Π. Ο τελευταίος πειρασμός του Ναζωραίου, *ΚΑΙΚ*, Τ. 18

²³ Κούλογλου Σ., Κωστόπουλος Π (επιμέλεια). Ο Μ. Έβερτ, ο Γ. Παπανδρέου, ο Κ. Λαλιώτης και ο Α. Ανδριανόπουλος απαντούν σε 30 ερωτήσεις που μόνο το *ΚΑΙΚ* θα μπορούσε να κάνει, *ΚΑΙΚ*, Τ. 6: σ. 20

²⁴ Τί δε μας αρέσει στην Ελλάδα, *ΚΑΙΚ*, Τ. 17: σ. 57

²⁵ Τί μας αρέσει στην Ελλάδα, *ΚΑΙΚ*, Τ. 18: σ. 43

προσωπικά χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου πολιτικού, σε συνδυασμό με την αποσιώπηση του πολιτικού φορέα και των πολιτικών πρακτικών που ο ίδιος εκπροσωπεί, απομονώνουν την προσωπικότητα του θέτοντας προσωπικά και όχι πολιτικά κριτήρια. Ο τρόπος με τον οποίο περιγράφεται ο Κώστας Λαλιώτης αποπνέει τόσο θαυμασμό μιας και προβάλλεται ιδιαίτερα η μόρφωση και ο «καθαρός» χαρακτήρας του, όσο και οικειότητα, αφού προβάλλονται ατομικά χαρακτηριστικά, στάσεις και συμπεριφορές του. Το γεγονός αυτό διευκολύνει τον αναγνώστη να συνδεθεί με τη συγκεκριμένη άποψη, ενώ παράλληλα, κατευθύνει την εκλογική συμπεριφορά έστω κι αν το ύφος είναι χιουμοριστικό.

Όσο περνάει ο χρόνος, το *ΚΛΙΚ* επικεντρώνεται ακόμα περισσότερο στην εμφάνιση και τις καταναλωτικές συνήθειες των πολιτικών και λιγότερο στις πολιτικές τους επιλογές. Όμως, αυτό δε συμβαίνει και για όσους ανήκουν στην αριστερά, τους οποίους το περιοδικό σχολιάζει για τις πολιτικές τους πεποιθήσεις. Σε κάποιο από τα editorial του, ο Πέτρος Κωστόπουλος αναφέρει πως «ο πολιτικός λόγος των κομμάτων και των καταστροφολόγων που μας ειδοποιούν ότι όλα πάνε στραβά, και ως εκ τούτου οι χαρές μας περισσεύουν», έχει οδηγήσει στο να θεωρείται «παράνομη» η γιορτή και η χαρά²⁶. Ακόμη, προτρέπει τους αναγνώστες να αφήσουν στην άκρη τα προβλήματα και να γιορτάσουν τα Χριστούγεννα όσο και όπως μπορούν. Σε άλλη αναφορά που έχει να κάνει συγκεκριμένα με το συνέδριο του Κομμουνιστικού Κόμματος Ελλάδας, ο αρθρογράφος επισημαίνει πως ο Τύπος δε θα έπρεπε να σχολιάζει τις ενδυματολογικές επιλογές της τότε Γενικής Γραμματέως του κόμματος, Αλέκας Παπαρήγα, μιας και η εμφάνισή της δεν είναι δηλωτική της προσωπικής της αναχρονιστικής λογικής, αλλά είναι αποτέλεσμα «των απαρχαιωμένων ιδεών, οπαδών, μελών, στελεχών και ηγεσίας, ενός από τα τελευταία Κομμουνιστικά Κόμματα του πολιτισμένου κόσμου»²⁷. Τέλος, ανακεφαλαιώνει λέγοντας ότι «οι εικόνες του συνεδρίου έδειχναν τη μιζέρια των ιδεών, πολύ πιο κακόγουστων από τα σοσονάκια της κυρίας Παπαρήγα».

Παρατηρούμε λοιπόν ότι δημιουργείται μια αντίθεση ανάμεσα σε αυτούς που έχουν καλό στυλ, ακολουθούν τις τάσεις της μόδας και διαθέτουν προοδευτικές απόψεις και σε άλλους που ακολουθούν ένα παλαιομοδίτικο στυλ, το ντύσιμό τους δε συμβαδίζει με τις τάσεις της μόδας και οι απόψεις τους είναι αναχρονιστικές. Οι

²⁶ Κωστόπουλος Π. Η ζωή είναι μικρή για να είναι θλιβερή, *ΚΛΙΚ*, Τ. 9

²⁷ Το συνέδριο της μιζέριας, *ΚΛΙΚ*, Τ. 48: σ. 40

πρώτοι ακολουθούν τη χαρά και τη διασκέδαση, ενώ οι δεύτεροι είναι «μίζεροι», «καταστροφολόγοι» και θεωρούν τη χαρά και τη γιορτή περιττή μπροστά στα κοινωνικά και πολιτικά προβλήματα που αντιμετωπίζονται. Έτσι λοιπόν, οι καταναλωτικές συνήθειες και ο τρόπος ζωής, συνοδεύονται από ιδεολογικά χαρακτηριστικά και αξιακούς παράγοντες, καλλιεργώντας πρότυπα για τους δυο τύπους. Ο αναγνώστης μπορεί εύκολα να ταυτιστεί με αυτά τα πρότυπα, καθώς στο υποσυνείδητό του εισχωρεί η αντίληψη που θέλει τον κομμουνιστή να είναι ντεμοντέ και παλιομοδίτικος, ενώ άτομα που εκπροσωπούν άλλες πολιτικές κατευθύνσεις, δεξιές ή φιλελεύθερες, συνδέονται με το μοντέρνο και το σύγχρονο.

Όλα τα παραπάνω συντείνουν στην αντίληψη της πολιτικής ως «lifestyle» και στην υποβάθμιση της σημασίας ορισμένων κρίσιμων ζητημάτων. Η επίδραση μιας τέτοιας οπτικής στον αναγνώστη μπορεί να καθορίσει τον τρόπο που και ο ίδιος βλέπει την πολιτική, να του υποδείξει τάσεις και πρότυπα συμπεριφοράς. Η παρουσίαση των προσωπικοτήτων και η έμφαση στα ατομικά τους χαρακτηριστικά, είναι πιθανό να ενισχύσει μια προσωποκεντρική αντίληψη της πολιτικής και να καθορίσει την ψήφο τους σύμφωνα με το ποιος τους φαίνεται περισσότερο συμπαθής ή αντιπαθής ή το με ποιον μοιράζονται περισσότερα κοινά γούστα.

Το πολιτικό τοπίο άλλαξε σημαντικά στα μέσα του 1989 μετά το ξέσπασμα των σκανδάλων που είχαν μονοπωλήσει το ενδιαφέρον στην πολιτική ζωή της χώρας, την πτώση της κυβέρνησης του ΠΑΣΟΚ και τον σχηματισμό οικουμενικής κυβέρνησης από τη Νέα Δημοκρατία, το ΠΑΣΟΚ και τον Συνασπισμό. Μετά το '90, σταδιακά, το ενδιαφέρον της κοινωνίας για την πολιτική άρχισε να υποχωρεί. Αυτήν την τάση ακολούθησε και το ΚΛΙΚ, αφού οι αναφορές στην πολιτική μειώνονται σημαντικά, ενώ περίπου από τα τέλη του '92 η θεματική αυτή σχεδόν εγκαταλείπεται.

2.2 Κοινωνικά

Μέσα από τις σελίδες του περιοδικού γινόταν συχνά αναφορά σε μια σειρά από κοινωνικά προβλήματα, την κοινωνική πραγματικότητα και την επικαιρότητα της εποχής, τόσο μέσα από τα κεντρικά άρθρα όσο και από τον Πέτρο Κωστόπουλο σε κάποια από τα editorial του περιοδικού. Το ΚΛΙΚ από την έναρξη της κυκλοφορίας

του μέχρι και τις αρχές του '90, περιλαμβάνει συχνά άρθρα σχετικά με σημαντικά κοινωνικά ζητήματα που απασχολούσαν την Ελλάδα ή τον κόσμο, αγγίζοντας κάποιες φορές θέματα που ήταν ταμπού για την ελληνική κοινωνία.

Ένα από τα κοινωνικά προβλήματα που άγγιξε το ΚΛΙΚ με πρωτότυπο τρόπο ήταν το AIDS. Το AIDS έγινε ορατό για πρώτη φορά το 1981 μετά από έκθεση του Κέντρου για τον Έλεγχο και την Πρόληψη Ασθενειών στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, η οποία ανέφερε κάποιες περιπτώσεις πνευμονικών λοιμώξεων που οφείλονταν σε εξασθένιση του ανοσοποιητικού συστήματος (Καρακωστάκη στο Βαμβακάς&Παναγιωτόπουλος: 141-143). Μετά από χρόνια ερευνών, το 1984 ανακαλύφθηκε ο ιός HIV που είναι υπεύθυνος για την πρόκληση του AIDS και έκτοτε θεωρήθηκε αρρώστια των ομοφυλοφίλων. Τη στιγμή που άρχιζε να διαδίδεται μια πιο απελευθερωμένη οπτική της σεξουαλικότητας και να αμφισβητούνται οι παραδοσιακές αξίες, τα δεδομένα αυτά ανατράπηκαν και στη συλλογική συνείδηση της εποχής που το AIDS έπαιρνε τη διάσταση της «τιμωρίας» όσων δεν συμβιβάζονται με τις παραδοσιακές αξίες. Στην ελληνική κοινωνία το μέγεθος της εξάπλωσης της νόσου ήταν πολύ περιορισμένο σε σχέση με την έκταση που είχε λάβει η επιδημία στην Αμερική, ενώ η εξοικείωση της κοινωνίας ήρθε το 1987 μετά το θάνατο δύο διάσημων Ελλήνων, του Αλέξανδρου Ιόλα, συλλέκτη μοντέρνας τέχνης και το Βασίλη Κουρκουμέλη, σχεδιαστή μόδας, γνωστός με το ψευδώνυμο Μπίλυ Μπο. Έκτοτε αναπτύχθηκε ένα αίσθημα συμπόνοιας και στα τέλη της δεκαετίας του '80 ξεκίνησαν διάφορες εκστρατείες ενημέρωσης.

Τον Ιούλιο του 1987 δημοσιεύεται το τεύχος 4 του ΚΛΙΚ με αφιέρωμα στο AIDS. Περιλαμβάνει ως δώρο ένα προφυλακτικό και απεικονίζει το διάλογο μεταξύ μιας γυναίκας και ενός άνδρα:

«-Είναι σικ, είναι «ιν», είναι χάι-τεκ!

-Και ανεβάζει τις μετοχές σας στη ζωή!».

Πρέπει να σημειωθεί ότι η χρήση του προφυλακτικού εκείνη την περίοδο δεν ήταν τόσο συνηθισμένη όσο είναι σήμερα, επομένως η συγκεκριμένη επιλογή ήταν αρκετά πρωτοπόρα. Στο κεντρικό άρθρο του Πέτρου Κωστόπουλου «AIDS: Ο έρωτας θα νικήσει το θάνατο. Αλλά μέχρι τότε πάρτε τις προφυλάξεις σας...», καταγγέλλεται η κατατρομοκράτηση της κοινωνίας από τα περιοδικά, που

διασπείρουν φήμες και ανακρίβειες, καλλιεργώντας ένα κλίμα πανικού²⁸. Ακόμη, διευκρινίζει πως η νόσος δεν αφορά μόνο τους ομοφυλόφιλους, όπως πολλοί πιστεύουν και μπορεί να χτυπήσει τον καθένα ανεξαρτήτως φύλου, επαγγέλματος ή κοινωνικής τάξης. Τέλος, προκρίνει για την αντιμετώπιση της νόσου την ενημέρωση, την προφύλαξη και την αλλαγή σεξουαλικών συνηθειών, ενώ εκφράζει την πεποίθηση ότι στο μέλλον θα σταματήσει η επέκταση της νόσου.

Στο συγκεκριμένο τεύχος σημειώθηκε έκρηξη του αριθμού της κυκλοφορίας του περιοδικού και αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό και στο πρωτότυπο δώρο που το συνοδεύει. Ο εκδότης του, Άρης Τερζόπουλος, είχε σχολιάσει πως το προφυλακτικό υπήρξε «η πιο φθηνή διαφημιστική καμπάνια με τη μεγαλύτερη απόδοση», αφού το ίδιο αποτελούσε διαφημιστική χορηγία²⁹. Ο στόχος του άρθρου σύμφωνα με το περιεχόμενό του, είναι η έγκυρη και ψύχραιμη ενημέρωση γύρω από το AIDS. Πράγματι, οι απόψεις που διατυπώνονται έρχονταν σε σύγκρουση με τις συντηρητικές αντιλήψεις που κυριαρχούσαν γύρω από το θέμα. Η προτροπή για τη χρήση προφυλακτικού με τη χρήση μοντέρνου λεξιλογίου («σικ», «ιν», «χάι-τεκ») δημιουργεί συνειρμούς που σχετίζονται με τη μόδα και επιχειρεί να καθιερώσει τη συγκεκριμένη κίνηση ως πρότυπο συμπεριφοράς του νέου ανθρώπου. Η επίτευξη της εμπορικής επιτυχίας και η καθιέρωση του περιοδικού ως κοινωνικά ριζοσπαστικό, ενδέχεται να βρίσκονταν ανάμεσα στις επιδιώξεις του. Ωστόσο, το βέβαιο είναι πως προκάλεσε το έντονο ενδιαφέρον των αναγνωστών και συνέβαλε στην ενημέρωση γύρω από το AIDS και την πρόληψή του.

Ένα άλλο θέμα που αναδεικνύεται αρκετά είναι η θέση της Ελλάδας στην διεθνή κοινότητα. Ο Πέτρος Κωστόπουλος στο editorial του τεύχους 13 αναφέρει χαρακτηριστικά πως «στα χρόνια που έρχονται ή θα βρούμε μία νέα θέση στο διεθνή χώρο ή θα μείνουμε φτωχοί κομπάρσοι και θεατές, χειροκροτητές του Ρήγκαν ή του Γκορμπατσώφ» για να καταλήξει στην θέση πως «τα πράγματα μπορούν να αλλάξουν, μπορούμε να φέρουμε τη νέα εποχή πιο κοντά στα μέτρα μας» και πως «μπορούμε να αισθανθούμε ισότιμοι πολίτες της Ευρώπης ή του κόσμου, χωρίς κόμπλεξ επαρχιωτισμού»³⁰.

²⁸ Κωστόπουλος Π. AIDS: Ο έρωτας θα νικήσει το θάνατο. Αλλά μέχρι τότε πάρτε τις προφυλάξεις σας..., *ΚΑΙΚ*, Τ.4

²⁹ <https://www.klik.gr/gr/el/stories/aids-o-erotas-tha-nikisei-to-thanato-3-2/>

³⁰ Κωστόπουλος Π. -, *ΚΑΙΚ*, Τ. 13

Στο τεύχος 30 το ερώτημα της θέσης της Ελλάδας επαναφέρεται με μια άλλη προσέγγιση η οποία γίνεται με βάση την αντίληψη διάφορων εθνικοτήτων για τους Έλληνες και αντίστοιχα, το πώς οι Έλληνες βλέπουν αυτούς³¹. Σύμφωνα με το άρθρο, για τους Έλληνες οι Ιταλοί είναι «ενοχλητικοί, φανφαρόνοι και φωνακλάδες», ενώ για τους Ιταλούς οι Έλληνες είναι κατώτεροι από αυτούς και «ξεσπάνε τα κόμπλεξ τους» πάνω τους. Οι Γάλλοι είναι για τους Έλληνες «μυθικός λαός» και τον έχουν συνδέσει με την ομορφιά, τον έρωτα, την κομψότητα και τις όμορφες γυναίκες. Ωστόσο, ο συντάκτης σημειώνει πως για κάποιους Έλληνες φοιτητές που έχουν ζήσει στη Γαλλία (ενδεχομένως να αναφέρεται και στον Πέτρο Κωστόπουλο) η εικόνα αυτή διαφέρει λίγο και τους χαρακτηρίζει ως σωβινιστές, νερόβραστους, εγωιστές, ξενέρωτους και επαρχιώτες. Όσο για τους Έλληνες, οι Γάλλοι έχουν δημιουργήσει μια «αρκετά φολκλορική εικόνα» και τα «τριτοκοσμικά» τους χαρακτηριστικά αντιμετωπίζονται ως «γοητευτικές παραξενιές ενός περίεργου, απρόοπτου, δυνατού λαού». Στη συνέχεια το άρθρο χωρίζει τους Αμερικάνους σε ορισμένες κατηγορίες. Έτσι, οι μεσοαστοί και μικροαστοί αδιαφορούν για οτιδήποτε βρίσκεται εκτός της ηπείρου τους, οι καλλιτέχνες και οι διανοούμενοι θαυμάζουν τη χώρα και τον πολιτισμό της, οι μαύροι διανοούμενοι τη θεωρούν «κακέκτυπο του αφρικάνικου πολιτισμού», ενώ άλλοι, συνδέουν την χώρα με τις σαρκικές απολαύσεις και τους ωραίους άνδρες. Όσο για τους Άγγλους, οι Έλληνες τους βλέπουν με θαυμασμό και τους έχουν ταυτίσει με τα αυτοκίνητα, το ποδόσφαιρο και το καλό χιούμορ και θεωρούν τη χώρα τους μητρόπολη των τεχνών. Οι Άγγλοι από τη μεριά τους θεωρούν τους Έλληνες κατώτερους όπως και κάθε λαό, σύμφωνα με τον συντάκτη, αλλά μας θεωρούν καλόκαρδους και φιλόξενους. Τέλος, υποστηρίζει πως οι Έλληνες βλέπουν τους Γερμανούς ως άτομα εργατικά, ιεραρχημένα και ανθεκτικά, ενώ οι Γερμανοί πιστεύουν ότι οι Έλληνες είναι άνθρωποι απρόβλεπτοι, εκδηλωτικοί, ασταθείς και ανυπόμονοι.

Αρχικά, παρατηρούμε ότι στο συγκεκριμένο άρθρο δεν υπάρχει επιχειρηματολογία που να στηρίζει τους χαρακτηρισμούς που περιγράφονται. Οι απόψεις της κοινής γνώμης των χωρών αυτών δεν προέρχονται από κάποια έρευνα ή σφυγμομέτρηση, αλλά βασίζονται σε εμπειρικά κριτήρια και προσωπικές εκτιμήσεις του συντάκτη τους, η ταυτότητα του οποίου παραμένει άγνωστη, μιας και το άρθρο είναι ανυπόγραφο. Δεύτερον, η θέση της Ελλάδας δεν σχετίζεται εδώ με τη

³¹ Πού ανήκει η Ελλάδα;, *ΚΑΙΚ*, Τ. 30: σ. 113

γεωπολιτική της σημασία, τις στρατηγικές της στο διεθνές περιβάλλον ή την οικονομική της δύναμη, αλλά με πολιτιστικά χαρακτηριστικά και στοιχεία της συμπεριφοράς των μελών της κοινωνίας. Επομένως, η απάντηση στο «πού ανήκει η Ελλάδα» για το *ΚΑΙΚ* πηγάζει από την άποψη που έχουν οι άλλες εθνικότητες για τους Έλληνες και την άποψη των ίδιων για τους άλλους λαούς.

Αυτού του είδους η κατηγοριοποίηση συντελεί στην δημιουργία στερεοτύπων τα οποία μπορεί να επηρεάσουν την κοινή γνώμη και να οδηγήσουν στην κατηγοριοποίηση ατόμων με συγκεκριμένη προέλευση ως άτομα με τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Παραδείγματος χάρη κάτι τέτοιο έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια σε σχέση με τους Έλληνες. Πολλοί ευρωπαϊκοί λαοί εκτίθενται στις στερεοτυπικές αναφορές των ΜΜΕ για τους Έλληνες και καλλιεργείται η αντίληψη για αυτούς ότι είναι κλέφτες, φοροφυγάδες ή τεμπέληδες (Hantzi, 1997: 257-265). Αυτό ενδέχεται να επηρεάσει ακόμα τις πολιτικές εξελίξεις, ενώ η εδραίωση των στερεοτύπων μπορεί να τροφοδοτήσει τον ρατσιστικό λόγο και τη ρατσιστική συμπεριφορά.

Πολλές φορές ο σχολιασμός της κοινωνικής πραγματικότητας γίνεται ανάλογα με το «τί αρέσει» στη συντακτική ομάδα του περιοδικού και τί όχι ή σύμφωνα με τη δική του γλώσσα, ανάλογα με το τί θεωρεί «πάνω» και τί «κάτω». Η πρωτοτυπία αυτών των άρθρων έγκειται στο ότι επιλέγουν αντί για ένα εκτενές κείμενο, τη συλλογή προτάσεων, με μια μικρή ανάλυση από κάτω. Τόσο το κείμενο όσο και τα γραφιστικά στοιχεία τους, δημιουργούν ένα νόημα το οποίο μεταφέρεται στον αναγνώστη με τρόπο εύληπτο και κατανοητό. Με απλούς τίτλους με έντονα γράμματα, βελάκια προς τα πάνω και προς τα κάτω ή με την τοποθέτηση των στοιχείων για τα οποία το περιοδικό εκφράζει μια θετική τοποθέτηση στο πάνω μέρος της σελίδας και των στοιχείων για τα οποία η θέση του είναι αρνητική στο κάτω, χωρίς να χρειαστεί καν να διαβάσει το κείμενο, κοιτάζοντας τους τίτλους και τις εικόνες, ο αναγνώστης μπορεί να καταλάβει με μια ματιά, τις απόψεις που εκφράζονται.

Όσον αφορά το περιεχόμενο, εκτός από κοινωνικά ζητήματα, αναφέρονται και διάφορα άλλα θέματα που έχουν να κάνουν με τη μουσική, την πολιτική, τις γυναίκες, τα ταξίδια και άλλα. Έτσι λοιπόν, πλάι στο ρατσισμό, τις φυλετικές διακρίσεις, την τρομοκρατία, τον εθνικισμό και την περεστρόικα, το ντόπινγκ, τους

πολιτικούς και τα κόμματα, βρίσκονται τα τακούνια, το πέτσινο μπουφάν, οι Ελληνίδες, οι Ιταλίδες, το μακιγιάζ κοκ^{32 33}.

Στο «τί μας αρέσει στην Ελλάδα» το περιοδικό απαντά το ελληνικό καλοκαίρι, οι Ελληνίδες γυναίκες, τα ελληνικά κρασιά, τα σουβλάκια, ο εθνικός ύμνος, ενώ όσο για το «τί μας τη σπάει στην Ελλάδα», ο αρθρογράφος αναφέρει τις ενδυματολογικές επιλογές των παρουσιαστριών, τους ταξιτζήδες, το μακιγιάζ στην παραλία, τα εξώφυλλα των περιοδικών ποικίλης ύλης που απεικονίζουν γυμνές γυναίκες στην παραλία, τις τηλεκριτικούς, τους παπαράτσι, την τρομοκρατία με αθώα θύματα, τον ρατσισμό και άλλα³⁴.

Ο συγκεκριμένος τρόπος παρουσίασης της πραγματικότητας, διατηρείται και στα επόμενα τεύχη. Ωστόσο, μετά το '90 το περιεχόμενό τους μεταβάλλεται συνοδεύοντας τη γενικότερη μεταστροφή του εντύπου. Παρουσιάζονται περισσότερα δημοφιλή πρόσωπα, θέματα για στυλ, μόδα και σεξουαλικότητα και ελάχιστα κοινωνικά και πολιτικά θέματα³⁵. Το μαύρισμα, οι «βήτα-γκόμενες» (γυναίκες με υπερβολικά στοιχεία στην εμφάνισή τους), τα καμάκια, οι χωρισμένες σαραντάρες, το σεξ, τα καυτά σορτς, το μεγάλο στήθος θεωρούνται «in» όπως και το σκάφος, τα κινητά και τα πούρα, ενώ, οι βάτες τα μαύρα ρούχα, τα κοστούμια και το Hollywood θεωρούνται «out». Η Μαρία Δαμανάκη, η Δήμητρα Λιάνη, ο Κωνσταντίνος Μητσοτάκης, ο Θεόδωρος Πάγκαλος είναι «out», ενώ «in» είναι ο Αντώνης Σαμαράς και ο Βαγγέλης Γιαννόπουλος. Η επιλογή αυτών των πολιτικών προσώπων γίνεται περισσότερο βάση στυλιστικών προτύπων. Παραδείγματος χάρη, για τη Μαρία Δαμανάκη σχολιάζεται το ντύσιμό της για το οποίο λέει πως είναι «σαν να γύρισε από μνημόσυνο» και «αν την έβλεπε ο Αρμάνι με τα ρούχα του θα έπαιρνε την αντιπροσωπεία του από τον Μίκυ Μπρούνι». Από την άλλη, για τον Ευάγγελο Γιαννόπουλο υποστηρίζει πως η εμφάνισή του με το λευκό κουστούμι και την «ξεσφισμένη χαρτοπαικτική γραβάτα» θυμίζει τον Αμερικανό ηθοποιό Ρόμπερτ Ρέντφορντ και επικροτεί το σκηνοθετικό του ύφος.

Η ανάμειξη αφ' ενός σημαντικών κοινωνικών ζητημάτων και αφ' ετέρου θεμάτων που έχουν να κάνουν με το lifestyle, τη μόδα, τις γυναίκες, την τηλεόραση και τα λοιπά, οδηγεί στην εξίσωση της σημασίας αυτών των θεματικών που μπορεί να

³² Τί μας αρέσει στην Ελλάδα, *ΚΑΙΚ*, Τ. 18: σ. 54

³³ Το χρηματιστήριο του '88, *ΚΑΙΚ*, Τ. 21: σ. 29

³⁴ Τί μας τη σπάει στην Ελλάδα, *ΚΑΙΚ*, Τ. 17: σ. 55

³⁵ Κίνητη Σ., Κωστόπουλος Π., Πανόπουλος Γ. In&Out, *ΚΑΙΚ*, Τ. 76: σ.76-92

οδηγήσει στην υποβάθμιση των πρώτων ή στην ανάδειξη των δεύτερων. Ακόμη, οι φράσεις «πάνω» και «κάτω» αναφέρονται στα «in» και στα «out» που συνδέονται άρρηκτα με τις τάσεις στην κοινωνία και τις καταναλωτικές συνήθειες. Φαίνεται λοιπόν πως το lifestyle που χτίζεται μέσα από τις σελίδες του περιοδικού, δεν έχει να κάνει μόνο με τις καταναλωτικές συνήθειες, αλλά και με την πολιτική ιδεολογία και την αντίληψη για την κοινωνία.

2.3 Φύλο και σεξουαλικότητα

Τα περιοδικά της δεκαετίας του '80 έπαιξαν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση μιας νέας αντίληψης γύρω από το φύλο και την σεξουαλικότητα. Η θηλυκότητα, η αρρενωπότητα και η ομοφυλοφιλία, έλαβαν μία διαφορετική διάσταση μέσα από το *ΚΑΙΚ*.

Παρ' όλο που ως τότε συνηθιζόταν στα γυναικεία περιοδικά, από το 1985 και μετά, ο Τύπος δίνει έμφαση και στις «διαίτερες ανάγκες» του άντρα (Ζεστανάκης στο Βαμβακάς&Παναγιωτόπουλος, 2010: 30). Έτσι λοιπόν, φροντίζει να τον ενημερώσει για τις νέες καταναλωτικές τάσεις, την ερωτική πράξη, το σώμα, τον πολιτισμό, την αισθητική και άλλα. Για το *ΚΑΙΚ* ο άνδρας είναι γοητευτικός, προσέχει το στυλ του, είναι επιτυχημένος και αγαπάει τη διασκέδαση. Η σεξουαλική του ζωή οφείλει να είναι πλούσια και περιπετειώδης και το περιοδικό φροντίζει να του προσφέρει τις απαραίτητες προτάσεις προς αυτήν την κατεύθυνση. Για παράδειγμα, ένα άρθρο με τίτλο «intersex» προτείνει στους άνδρες που η ερωτική τους ζωή με τη σύντροφό τους έχει γίνει βαρετή, να επισκεφτούν «swinging clubs» ή «clubs ομαδικού σεξ» σε διάφορες πόλεις της Ευρώπης³⁶. Παρακινώντας τον να ταξιδέψει στην Ευρώπη προκειμένου να αποκτήσει μια εναλλακτική σεξουαλική εμπειρία, καθιστά την ίδια την πράξη ιδιαίτερα σημαντική για τον άντρα, προβάλλοντας, παράλληλα, την ανάγκη του «κοσμοπολιτισμού».

Το παραδοσιακό πρότυπο του «άντρα-κουβαλητή», οικογενειάρχη, που υπηρετεί και σέβεται το θεσμό του γάμου και της τεκνοποίησης υποχωρεί, ενώ, οι νέες προτεραιότητες που τίθενται είναι η επαγγελματική επιτυχία, ο γρήγορος

³⁶ Αμαρυλλίς. Intersex, *ΚΑΙΚ*, Τ. 37: 100-107

πλουτισμός, η έντονη σεξουαλική δραστηριότητα με εναλλαγή παρτενέρ (Ζεστανάκης στο Βαμβακάς&Παναγιωτόπουλος, 2010: 31). Ο άντρας παρουσιάζεται ως «κυνηγός» ο οποίος φλερτάρει και διεκδικεί τις γυναίκες. Σ' αυτό το πλαίσιο γίνονται και αναφορές στο γνωστό ελληνικό «καμάκι», το επιθετικό φλερτ ενός άντρα απέναντι σε μια γυναίκα και ειδικότερα σε αλλοδαπές τουρίστριες. Όπως ορίζει ο Δημητριάδης, οι άνθρωποι που έκαναν καμάκι ήταν συνήθως άνδρες από την ώριμη εφηβεία μέχρι τα σαράντα, ενώ η συμπεριφορά τους αναπαρήγαγε στερεότυπα της ανδρικής σεξουαλικότητας, όπως είναι η εξάρτηση της υπεροχής του άνδρα από ικανότητά του να βρίσκει ερωτικού συντρόφους. Μέσα από το εξεζητημένο ντύσιμό του, τη γλώσσα του σώματος αλλά και την εκγύμναση του σώματός του ο άνδρας πρόβαλε την ανδροπρέπειά του και κατακτούσε τις γυναίκες. Σε όλη αυτή τη διαδικασία η γυναίκα λαμβάνει την έννοια του αντικειμένου, αφού ο ρόλος της μέσα σε αυτήν είναι η αποδοχή της ανδρικής ισχύς και η σεξουαλική ικανοποίηση του άντρα (Δημητριάδης στο Βαμβακάς&Παναγιωτόπουλος, 2010: 244).

Το καμάκι παρουσιάζεται στο *ΚΛΙΚ* με δύο τρόπους: αφ' ενός υποστηρίζοντας την ανατροπή της παραδοσιακής ιεραρχίας μεταξύ των δύο φύλων και την ευελιξία των ρόλων τους που οδηγεί στην δημιουργία περισσότερων ευκαιριών για σεξουαλική δραστηριότητα. Αφ' ετέρου, συνδέοντας την επιτυχία του «κυνηγιού» με την υιοθέτηση τάσεων της μόδας από τις γυναίκες (Zestanakis, 2017: 4-5). Για παράδειγμα, υπάρχουν προτάσεις για εσώρουχα, ενδύματα τα οποία συνδέονται στενά με την έννοια της σεξουαλικότητας. Σε μια από αυτές τις περιπτώσεις, οι προτάσεις γίνονται ύστερα από μια κατηγοριοποίηση των γυναικών ανάλογα με τις προτιμήσεις τους και την ιδιότητά τους, ενώ συνοδεύονται από τολμηρές φωτογραφίες οι οποίες εμπεριέχουν και διαφήμιση των συγκεκριμένων εσωρούχων³⁷. Έτσι, σύμφωνα με τον αρθρογράφο, διαφορετικά εσώρουχα θα φοράει «η διεστραμμένη» από την «σεξοβόμβα ελληνικών προδιαγραφών», την «καταπιεσμένη» ή την «ανήσυχη νοικοκυρά» και την «γιάπισα». Όσο για τις προτροπές για καμάκι, σε μια από αυτές το περιοδικό καλεί τους άνδρες να κοιμηθούν με τις τουρίστριες που προέρχονται από τις χώρες της βόρειας Ευρώπης και μάλιστα τους καλεί να τις γονιμοποιήσουν προκειμένου να εκδικηθούν τους βορειο-ευρωπαίους πολιτικούς για τη στάση τους απέναντι στην Ελλάδα και

³⁷ Εσώρουχα βγαλμένα από την κόλαση, *ΚΛΙΚ*, Τ. 46: σ. 100-107

συγχαίρει τους Έλληνες νέους που ζουν στη Ρόδο και στην Κω, δύο νησιά που διαχρονικά μαζεύουν αρκετούς τουρίστες από τις συγκεκριμένες χώρες³⁸.

Όσον αφορά την απιστία, το *ΚΑΙΚ* προσφέρει μέχρι και «εγχειρίδιο απάτης», μιας και οι περιπέτειες υπάρχουν και θα υπάρχουν³⁹. Συμβουλεύει τους αναγνώστες του να κάνουν τις συντρόφους τους να αισθάνονται εμπιστοσύνη για να μην τους καταλάβουν, να υποκρίνονται πως οι επαγγελματικές τους απαιτήσεις είναι αυξημένες για να έχουν δικαιολογία, να πείσουν τις συντρόφους τους να ακολουθήσουν κάποιο χόμπι για να μπορούν να φεύγουν, τα ψέματά τους να είναι αληθοφανή, να μην εκμυστηρεύονται το μυστικό τους παρά μόνο σε κάποιον εχέμυθο δικό τους άνθρωπο κοκ. Ο άνδρας απιστεί για να ανακτήσει τον ανδρισμό του, γιατί δεν είναι «κορόιδα», γιατί κερδίζει αρκετά χρήματα και «θέλει κάποιον να του τα τρώει» και γιατί δε μπορεί να αντισταθεί σε μια ωραία γυναίκα, ενώ δεν τον ελκύει η γυναίκα του. Στον αντίποδα, η γυναίκα απιστεί γιατί της λείπει η συντροφικότητα και η στοργή, γιατί θέλει να θυμηθεί ότι εκτός από μητέρα είναι και γυναίκα, μιμείται τις φίλες της, για τα ρούχα και τα χρυσαφικά που μπορεί να της προσφέρει ο εραστής της, γιατί δεν την ελκύει ο άντρας της.

Εδώ ο άνδρας γίνεται αντιληπτός ως το αρσενικό που θα κάνει οτιδήποτε προκειμένου να αποδείξει την αρρενωπότητά του, χωρίς να χρειάζεται να απολογηθεί για αυτό, ενώ το θηλυκό απιστεί για συναισθηματικούς λόγους ή από μιμητισμό. Ο άνδρας είναι επαγγελματικά επιτυχημένος και οικονομικά ευκατάστατος, ενώ η γυναίκα είναι αφιερωμένη στη φροντίδα του παιδιού και περιμένει από τον εραστή της να της προσφέρει σαν δώρο υλικά αγαθά τα οποία της λείπουν. Ο άνδρας συμβολίζει την απαίτηση και την επιλογή με όρους άκαμπτης σχολαστικότητας, ενώ η γυναίκα δεν είναι εκλεκτική ή απαιτητική, αλλά ζητά την αυταρέσκεια και τη ναρκισσιστική φροντίδα (Μπωντριγιάρ, 2005: 108). Η επιλογή του άνδρα γίνεται με όρους «αγωνιστικούς» μιας και διακυβεύεται η τιμή του, ενώ το θηλυκό προσπαθεί να ικανοποιηθεί προκειμένου να διεκδικείται περισσότερο από τους άνδρες (Μπωντριγιάρ, 2005:109).

Παράλληλα, το σώμα εξυμνείται και παρουσιάζεται ποικιλοτρόπως. Η εμφάνιση άρθρων για τις ιδανικές αναλογίες και τις ερωτογενείς ζώνες των δύο φύλων, καλλιεργούν ορισμένα πρότυπα που προβάλλουν το σώμα ως κεφάλαιο και

³⁸ Κίντη Σ., Κωστόπουλος Π., Πανόπουλος Γ. In&Out, *ΚΑΙΚ*, Τ. 76: σ.81

³⁹ Πάτης Α. Το εγχειρίδιο της απάτης. *ΚΑΙΚ*, Τ. 23: 62-65

ως φετίχ ή καταναλωτικό αντικείμενο στο οποίο χρειάζεται κανείς να επενδύσει (Μπωντριγιάρ, 2005: 153). Βέβαια, οι αναφορές στο γυναικείο σώμα είναι πολύ περισσότερες. Περί το 1990-1991 εντείνεται η συγκεκριμένη αντίληψη για το γυναικείο σώμα μέσα από τα άρθρα του *ΚΛΙΚ*. Οι γυμνές φωτογραφίες αυξάνονται πάρα πολύ, ενώ υπάρχουν σχεδόν σε κάθε εξώφυλλο. Ολόκληρα αφιερώματα γίνονται για σημεία του γυναικείου σώματος, όπως το τεύχος 77 που είναι αφιερωμένο στα γυναικεία οπίσθια. Μέσα σε σχεδόν 40 σελίδες γεμάτες με φωτογραφίες που απεικονίζουν γυναικεία οπίσθια, πραγματοποιούνται κατηγοριοποιήσεις σχετικά με την εικόνα του γυναικείου σώματος, ενώ υπάρχουν προτροπές για χρήση βίας κατά την σεξουαλική συνεύρεση.

Το αφιέρωμα του τεύχους 76 στην πορνεία περιέχει πολλές σελίδες με αποσπάσματα από το βιβλίο με τις προσωπικές ιστορίες μιας πόρνης με αφηγήσεις από εμπειρίες που έχει βιώσει, άρθρο για γνωστές προσωπικότητες της ιστορίας που έχουν συνδεθεί με την πορνεία, ρεπορτάζ για τις γκέισες⁴⁰. Ωστόσο, το ίδιο αφιέρωμα φιλοξενεί άρθρο για την πονηριά των γυναικών⁴¹. Η χρήση του ίδιου όρου για την πορνεία και την πονηριά δεν ήταν μια καινοτομία του *ΚΛΙΚ*, υπήρχε ήδη, ενώ χρησιμοποιείται μέχρι και σήμερα. «Η πουτανιά είναι το ανώτατο στάδιο της θηλυκότητας» γράφεται, τονίζοντας τη σημασία της ικανότητας της γυναίκας να γοητεύει και να αποπλανεί τους άνδρες. Μάλιστα, το τεύχος προσφέρει και ένα τεστ στο οποίο καλούνται οι γυναίκες να απαντήσουν σε κάποιες ερωτήσεις σε σχέση με την πονηριά που διαθέτουν και κατατάσσονται σε ορισμένες κατηγορίες ανάλογα με τα αποτελέσματα.

Αναφορές υπάρχουν και στην πορνογραφία. Τον Αύγουστο του 1989 δημοσιεύεται ένα άρθρο με τίτλο «porno: καυτές σελίδες» από τον δημοσιογράφο Βαγγέλη Περρή⁴². Το άρθρο κάνει μια αναδρομή στις πορνογραφικές εικόνες που εμφανίζονται μέσα από τα περιοδικά, τα κόμικς και τη ζωγραφική. Οι φωτογραφίες που συνοδεύουν το άρθρο εμπεριέχουν αρκετό γυμνό, όμως εκτός από την κεντρική φωτογραφία που απεικονίζει πλαστικά ομοιώματα του αντρικού γεννητικού οργάνου, οι υπόλοιπες φωτογραφίες δεν είναι τυχαίες, μιας και όπως επεξηγείται στην λεζάντα, είναι από το υλικό του οποίο παρουσιάζεται μέσα στο άρθρο. Το ίδιο τεύχος

⁴⁰ Πουτανιές, *ΚΛΙΚ*, Τ. 76: 54

⁴¹ Ζουμπουλάκη Μ. Πουτανιές, *ΚΛΙΚ*, Τ. 76

⁴² Περρής Β. Porno: καυτές σελίδες, *ΚΛΙΚ*, Τ. 29: 52-57

περιλαμβάνει ένα αφιέρωμα στις ελληνικές πορνογραφικές ταινίες από τον δημοσιογράφο Στάθη Παπούλια, όπου πραγματοποιείται μια αναδρομή στην ιστορία και την εξέλιξη των ελληνικών ερωτικών ταινιών. Το άρθρο επίσης συνοδεύεται από ερωτικές φωτογραφίες από τις συγκεκριμένες ταινίες. Ένα χρόνο μετά στο τεύχος 41 εμφανίζεται ξανά το συγκεκριμένο θέμα προβάλλοντας τις διασημότερες πρωταγωνίστριες ελληνικών ερωτικών ταινιών σαν σταρ του σινεμά⁴³. Βεβαίως, πρόκειται για μια θεματολογία που αποτελούσε πρόκληση σύμφωνα με τα δεδομένα της κοινωνίας τότε, όμως ο τρόπος με τον οποίο προσεγγίζεται η πορνογραφία και στις δύο περιπτώσεις γίνεται ως ένα πολιτιστικό ρεπορτάζ.

Με το πέρασμα του χρόνου τέτοιου είδους αναφορές στο περιοδικό αλλάζουν χαρακτηριστικά. Στο τεύχος 96, ένα αφιέρωμα στην βιομηχανία των ερωτικών ταινιών, περιλαμβάνει την περιγραφή του τρόπου με τον οποίο γυρίζονται οι συγκεκριμένες ταινίες, τις απαιτήσεις του κοινού τους, την εξέλιξή τους. Οι εικόνες που απεικονίζουν σκηνές από αυτές τις ταινίες, επιδεικνύουν τη σεξουαλική διαδικασία και το γυμνό χωρίς περιορισμούς. Οι φωτογραφίες αποτελούν περισσότερο διακριτό κομμάτι παρά συνοδευτικό του άρθρου. Μέσω της πορνογραφίας, η γυναίκα ορίζεται ως σεξουαλικό αντικείμενο στη διάθεση του άνδρα και η αξία της υποβαθμίζεται καθιστώντας την ως αντικείμενο χρήσης και απλό μέσο για την επίτευξη κάποιου σκοπού (Παπαδάκη: 7). Ο τρόπος με τον οποίο προβάλλεται από το περιοδικό το θέμα ενισχύει ακόμα περισσότερο αυτήν την έννοια της «αντικειμενοποίησης» των γυναικών και της αντίληψης του σώματος ως καταναλωτικό αγαθό.

Τόσο το *ΚΑΙΚ* όσο και τα περισσότερα lifestyle περιοδικά προωθούσαν τον σεβασμό των διαφορετικών σεξουαλικών προτιμήσεων. Η ανάπτυξη του ομοφυλοφιλικού κινήματος που ξεκίνησε από το 1978 και την έκδοση του περιοδικού *Αμφί* από το «Απελευθερωτικό Κίνημα Ομοφυλόφιλων Ελλάδας», είχε ενισχύσει τις αλλαγές στις αντιλήψεις για τη σεξουαλικότητα και το φύλο στην ελληνική κοινωνία (Γιαννακόπουλος στο Βαμβακάς&Παναγιωτόπουλος: 392-394). Ωστόσο, μέχρι και τα τέλη του '80 η ομοφυλοφιλία αντιμετωπιζόταν συχνά ως στίγμα από τα κυρίαρχα μέσα μαζικής ενημέρωσης (Zestanakis, 2017: 103). Το 1988 με αφορμή την κηδεία του συγγραφέα Κώστα Ταχτσή που βρέθηκε στραγγαλισμένος φορώντας γυναικεία ρούχα, ο Πέτρος Κωστόπουλος στο editorial του τεύχους κατήγγειλε όσους έβρισαν

⁴³ Πανόπουλος Γ. Πάρε να 'χεις eros: Οι βασιλίσσες των ονειρώξεων, *ΚΑΙΚ*, Τ. 41: 138

τον Ταχτσή μετά το θάνατό του και όσους δεν παρευρέθηκαν στην κηδεία του από φόβο να μην τους θεωρήσουν ομοφυλόφιλους⁴⁴.

Τον Ιούνιο του 1988 ένα άρθρο του ΚΛΙΚ είναι αφιερωμένο στους «Gay της Αθήνας» και υπογράφεται από το ψευδώνυμο «Sisters of mercy»⁴⁵. Είναι γραμμένο από ορισμένους συνεργάτες του περιοδικού που οι ίδιοι είναι ομοφυλόφιλοι και θεωρητικά βασίζεται στην προσωπική τους εμπειρία. Το άρθρο χωρίζει τους ομοφυλόφιλους άνδρες της Αθήνας σε κατηγορίες με βάση την εμφάνιση, τον τόπο διαμονής, τα μέρη που συχνάζουν, τη γλώσσα που χρησιμοποιούν και τις συνήθειές τους. Ορισμένοι από αυτούς παρουσιάζονται σαν «καρικατούρες», δηλαδή προβάλλονται ορισμένα χαρακτηριστικά που τους αποδίδονται με έντονο τρόπο, δια μέσου μιας αστείας απεικόνισής τους, πράγμα αρκετά συνηθισμένο για τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης⁴⁶. Για παράδειγμα, μια από τις κατηγορίες είναι οι «τελειωμένες» που περπατάνε «κουνιστά και αγέρωχα», βάζονται, χρησιμοποιούν πολλές κρέμες και χρησιμοποιούν γυναικεία παρατσούκλια. Η τυποποίηση της συμπεριφοράς των ομοφυλοφίλων γίνεται με βάση ορισμένες καταναλωτικές συνήθειες, ενώ η θηλυπρεπής συμπεριφορά προβάλλεται με στόχο να προκαλέσει γέλιο, γεγονός που παράγει ομοφοβικά στερεότυπα γελοιοποιώντας τη σεξουαλική προτίμηση.

2.4 Διασκέδαση

«Η ζωή είναι μικρή για να είναι θλιβερή». Ένα από τα κυρίαρχα συνθήματα του ΚΛΙΚ το οποίο συμπυκνώνει σε μια φράση την αντίληψή του για τη ζωή και τη διασκέδαση. Πρωτοεμφανίζεται στο πρωτοσέλιδο και στο editorial του χριστουγεννιάτικου τεύχους του 1987 όπου ο Πέτρος Κωστόπουλος αναφέρει πως τα κοινωνικά προβλήματα υπάρχουν και θα υπάρχουν και μετά τις γιορτές και γι' αυτό καλεί τους αναγνώστες να τα αγνοήσουν και να απολαύσουν τις διακοπές τους⁴⁷. Στο εσωτερικό του περιοδικού η συγκεκριμένη προτροπή εξειδικεύεται, προτείνοντας τρόπους διασκέδασης, μουσικά είδη, στυλιστικά πρότυπα και άλλα. Τα Χριστούγεννα

⁴⁴ Κωστόπουλος Π. Ο τελευταίος πειρασμός του Ναζωραίου.

⁴⁵ Sisters of mercy. Gay της Αθήνας, ΚΛΙΚ, Τ. 15: 59-65

⁴⁶ <https://www.huffingtonpost.gr/konstantina-kalliontzi/-21- 1 b 8680588.html>

⁴⁷ Κωστόπουλος Π. Η ζωή είναι μικρή για να είναι θλιβερή, ΚΛΙΚ, Τ. 9

του 1988 το εξώφυλλο του τεύχους περιέχει πάλι το ίδιο σύνθημα «Στο ξαναλέω μωρό μου! Η ΖΩΗ ΕΙΝΑΙ ΜΙΚΡΗ ΓΙΑ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΘΛΙΒΕΡΗ! ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΕ ΤΗ!». Το ίδιο τεύχος περιλαμβάνει άρθρο με τίτλο «η ζωή είναι μικρή και η μιζέρια πολυτέλεια», όπου δημιουργείται η εξάρτηση της διασκέδασης κατά τη διάρκεια των γιορτών με τον πλούτο⁴⁸. «Για να περάσει κάποιος καλά στις γιορτές πρέπει να έχει αρκετά λεφτά», γράφει χαρακτηριστικά το περιοδικό και προτρέπει τους αναγνώστες να περάσουν τις ημέρες των γιορτών σε δημοφιλή εστιατόρια, μπαρ και καφετέριες, σε ακριβές περιοχές της Αθήνας όπως το Κολωνάκι και το Ψυχικό.

Τα άρθρα τα οποία προτρέπουν τους αναγνώστες να καταναλώσουν είναι αρκετά συχνότερα κατά την περίοδο των εορτών. Στο τεύχος 9 μεταξύ άλλων προτείνεται: «μπίτε στο σούπερ μάρκετ και αγοράστε με μανία κάθε αηδία που μπορεί να σας αρέσει». Η ίδια η επιλογή των λέξεων που χρησιμοποιούνται τονίζει με ιδιαίτερη έμφαση την πρόσκληση του περιοδικού για αγορές. Η πρόταση του αρθρογράφου είναι η απρόσκοπτη κατανάλωση οποιουδήποτε εμπορεύματος οποιασδήποτε αξίας ακόμα και εάν αυτό δεν έχει κάποια χρηστική αξία.

Η νυχτερινή ζωή ήταν ένα από τα βασικά στοιχεία της διασκέδασης που πρότεινε το *ΚΛΙΚ*. Το «clubbing» και τα νέα είδη μουσικής έπαιζαν έναν καθοριστικό ρόλο σε αυτό⁴⁹. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι μέχρι το '80 τα κέντρα νυχτερινής διασκέδασης δεν ήταν αρκετά διαδεδομένα. Κατά τη δεκαετία του '80 άρχισε να ενσωματώνεται το μεγαλύτερο κομμάτι της νεολαίας στην αγορά διασκέδασης της πόλης καθιστώντας τις παμπ, τα μπαράκια, τα καφέ διακριτά πεδία όπου οργανώνονταν οι καταναλωτικές συνήθειες των νέων και σημεία αναφοράς νεανικών ταυτοτήτων (Σουλιώτης στο Βαμβακάς&Παναγιωτόπουλος: 346-347). Η νυχτερινή ζωή συνδεόταν συχνά και με τη σεξουαλικότητα, όταν για παράδειγμα, bar women μαγαζιών της Αθήνας προβάλλονταν ως είδωλα του σεξ, με τη συνοδεία αποκαλυπτικών φωτογραφιών τους⁵⁰.

Βέβαια, το *ΚΛΙΚ* προσέφερε μια ολοκληρωμένη πρόταση διασκέδασης. Η στήλη «κλικόραμα» περιείχε πάντα προτάσεις για ταινίες, συναυλίες, δίσκους ή ακόμα και βιβλία. Οι μουσικές προτάσεις αφορούν καλλιτέχνες διεθνούς φήμης από

⁴⁸ Η ζωή είναι μικρή και η μιζέρια πολυτέλεια, *ΚΛΙΚ*, Τ. 21: 130

⁴⁹ Κιντή Σ., Πανόπουλος Γ. Θεσσαλονίκη εναντίον Αθήνας, *ΚΛΙΚ*, Τ. 37: 198-207

⁵⁰ Μελισσινός Γ. Bar women, *ΚΛΙΚ*, Τ. 27: 68

το εξωτερικό όπως ο Nick Cave, ο Boy George, η Madonna και ο Michael Jackson και οι κινηματογραφικές, περισσότερο χολυγουντιανής παραγωγής ταινίες.

Έτσι, η κατανάλωση καθίσταται ως συστατικό στοιχείο της διασκέδασης. Η ευημερία είναι αυτή που μπορεί να μετρηθεί με αντικείμενα και σημεία και τρέφεται από την ατομικιστική λογική που αναγνωρίζει στον καθένα το δικαίωμα στην Ευτυχία (Μπωντρυγιάρ, 2005: 45-46). Η κάλυψη των επίκτητων αναγκών ανάγεται σε πρώτηιστη αξία, ενώ δημιουργείται μια αναπαράσταση που θέλει όλους τους ανθρώπους να είναι ίσοι ενώπιον της ανάγκης, ανεξάρτητα από την κοινωνική ή ιστορική ισότητα (Μπωντρυγιάρ, 2005:46).

Ο τρόπος που πρόβαλε την διασκέδαση το *ΚΑΙΚ* βρίσκεται στον πυρήνα της κριτικής απέναντι στο περιοδικό. Το ελληνικό ροκ συγκρότημα «Τρύπες» στο τραγούδι του «χάρτινο τσίρκο» αναφέρει το σύνθημα-σήμα κατατεθέν του «Η ζωή είναι μικρή για να είναι θλιβερή μωρό μου» και ανταπαντά «Η ζωή είναι μεγάλη μην την κάνεις καρναβάλι»⁵¹. Οι στίχοι έχουν ως εξής:

*«Χάρτινο τσίρκο μόλις σε βρίσκω
γέλια σκεπάζουν κάθε αστείο μου λυγμό
Μέσα σου θέλω για πάντα να ζήσω
σαν τη σκιά στο πανηγύρι των σκιών*

*Ό,τι σκοτώνει τη δική μου χαρά
είναι μια φάρσα που με κόβει στα δύο
Με πιάνει απ' το χέρι και με λόγια γλυκά
σαν παιδί μ' οδηγάει στ' όμορφό σου σφαγείο*

*Και να `μαι ξανά
σ' ένα πλήθος που θυμίζει κάποιον άγνωστο φίλο
Κλωτσάω στα τυφλά
σαν παλιάτσος σκοντάφτω πάνω στο ίδιο θηρίο
που όλο μου λέει
πως η δικιά μου σκλαβιά ειν' ένα χάρτινο τσίρκο*

⁵¹ https://www.huffingtonpost.gr/entry/oete-ton-eaeto-soe-den-xevlachepses-petro-moe_gr_5ad7867de4b05fd5d2b87e90

*Με κάνει να κλαίω
και φαίνομαι αστείος, γίνομαι αστείος...»*

Μιλώντας για το «χάρτινο τσίρκο» προφανώς αναφέρεται στα lifestyle περιοδικά του ομίλου του Πέτρου Κωστόπουλου, εννοώντας πως ο ίδιος ζει μέσα σε μια πραγματικότητα πλασματική η οποία πρόκειται να καταρρεύσει, όμως ο ίδιος θέλει να ζει μέσα σε αυτήν.

Κεφάλαιο 3: Η γλώσσα και η αισθητική του ΚΛΙΚ

3.1 Η γλώσσα

Μέσα από τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιεί το ΚΛΙΚ τη γλώσσα μπορούν να εξαχθούν πολύτιμα συμπεράσματα για το σκοπό και τη φυσιογνωμία του. Το 1980 πραγματοποιήθηκαν σημαντικές μεταβολές στη χρήση της γλώσσας σε όλη τη δύση χάρη στην ανάπτυξη των νεανικών ιδιωμάτων (Ανδρουτσόπουλος&Κακριδή στο Βαμβακάς&Παναγιωτόπουλος 2010: 86). Η γλώσσα των νέων καλλιεργήθηκε μέσα από την απόκτηση ορατότητας της συγκεκριμένης κοινωνικής ομάδας και την ανάδυση της νεανικής πολιτισμικής κουλτούρας (Ανδρουτσόπουλος&Κακριδή στο Βαμβακάς&Παναγιωτόπουλος 2010: 89).

Η γλώσσα που χρησιμοποιούσε το ΚΛΙΚ ήταν εμπνευσμένη από τη νεανική, αλλά και από το λεξιλόγιο που χρησιμοποιούνταν σε άλλες χώρες της Ευρώπης. Το ίδιο, συνέβαλε καθοριστικά στην εδραίωση ενός μέρους αυτού του λεξιλογίου στην ελληνική κοινωνία, ενώ επιχείρησε να καθιερώσει τις ελληνικές μεταφράσεις ορισμένων από αυτές τις λέξεις. Τα «πάνω» και τα «κάτω» που αποτελούν μετάφραση των «in» και «out» ήταν ένα τέτοιο παράδειγμα⁵². Οι συγκεκριμένες έννοιες αφορούν την κατάταξη ενός αντικειμένου, προσώπου ή μιας συμπεριφοράς, σε σχέση με το εάν συμφωνεί ή όχι με τις σύγχρονες καταναλωτικές τάσεις και τα πρότυπα συμπεριφοράς. Η προσπάθεια της μεταφοράς μιας έννοιας από μια ξένη γλώσσα στην ελληνική κουλτούρα, φαίνεται δικαιολογημένη στο πλαίσιο της ούτως ή άλλως έντονης επιρροής που έχει δεχτεί το περιοδικό από αντίστοιχα lifestyle περιοδικά του εξωτερικού.

Το «lifestyle» και το «nightlife» είναι επίσης δύο έννοιες που συναντώνται στο ΚΛΙΚ, καινούριες για την εποχή⁵³. Η έννοια του «lifestyle» στο ΚΛΙΚ παίρνει τη σημασία του πλουσιοπάροχου τρόπου ζωής, της υιοθέτησης σύγχρονων στυλιστικών επιλογών και της διασκέδασης. Η συγκεκριμένη λέξη έχει ταυτιστεί με το περιοδικό, καθώς αφορά τη μη ειδησεογραφική δημοσιογραφία που σχετίζεται με τα οικιακά, τη φροντίδα του σώματος και τον καταναλωτισμό (Hartley, 2004: 135). Το «nightlife»

⁵² Το χρηματιστήριο του '88, ΚΛΙΚ, Τ. 21

⁵³ Κιντή Σ., Πανόπουλος Γ. Θεσσαλονίκη εναντίον Αθήνας, ΚΛΙΚ, Τ. 37: 198-207

όπως και το «clubbing» ήταν έννοιες που άρχισαν να καθιερώνονται κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '80. Η προβολή αυτού του τρόπου διασκέδασης από το ΚΛΙΚ άσκησε πολύ σημαντική επιρροή σε ένα μέρος της κοινωνίας που αναζητούσε νέους τρόπους διασκέδασης.

Όσο για τη χρήση της ελληνικής γλώσσας, τον τόνο δίνει πρώτα και κύρια ο Πέτρος Κωστόπουλος. Με γλώσσα απλή, καθημερινή, άμεση και γράφοντας συνήθως στο πρώτο πρόσωπο, δε διστάζει ακόμα και να χρησιμοποιήσει εκφράσεις οι οποίες ταιριάζουν περισσότερο στον προφορικό λόγο και δε συνηθίζεται να χρησιμοποιούνται στον Τύπο. Προκλητικός, εριστικός και καυστικός επιδιώκει να προβάλλει τη διαφορετικότητα του ΚΛΙΚ σε αντίθεση με τα άλλα περιοδικά, κάνοντας τον αναγνώστη να αισθάνεται ξεχωριστός μόνο και μόνο επειδή διαβάζει το συγκεκριμένο έντυπο. Τα καινοτόμα χαρακτηριστικά του editorial συγκέντρωναν μεγάλο ενδιαφέρον σε αυτό, καθιστούσαν το περιεχόμενό του θέμα συζήτησης και συνέβαλλαν στην ταύτιση του αναγνώστη με τις απόψεις του συντάκτη του. Συνεπώς, η κοινωνική επιρροή του ήταν ιδιαίτερα σημαντική.

Τα editorials του ΚΛΙΚ εμπεριέχουν κυρίως σχολιασμό διάφορων θεμάτων και εξελίξεων της επικαιρότητας. Ο διευθυντής του περιοδικού επιλέγει να δώσει μεγαλύτερο βάρος στην αποτύπωση της άποψής του. Η χρήση του πρώτου προσώπου στον ενικό ή και στον πληθυντικό, αφήνει να εννοηθεί πως η άποψη που αποτυπώνεται εκφράζει ολόκληρη τη συντακτική ομάδα του ΚΛΙΚ.

Στο editorial του τεύχους 6: «Στην εποχή του κύκνειου άσματος ενός κόσμου επιλέξαμε τη δράση και την περιπέτεια σαν απάντηση στον υπομονετισμό και τη βαριεστημάρα, το φουτουρισμό και την τεχνολογία κόντρα στις οικολογικο-καταστροφολογικές προφητείες και τις θεωρίες της αυξανόμενης μιζέριας. Το χιούμορ ενάντια στην περιρρέουσα στέγνα. Την ασέβεια απέναντι σ' αυτούς που μπερδεύουν την αναζήτηση αξιών με το γύρισμα προς τα πίσω»⁵⁴. Ο «υπομονετισμός» είναι πιθανό να είναι επινόηση του ίδιου και εννοεί την υπομονή που συνοδεύεται από παρατεταμένη αδράνεια, ενώ η «βαριεστημάρα» και η «στέγνα» θα έλεγε κανείς ότι ταιριάζουν στη νεολαιίστικη αργκό.

Μέσα από τα παραπάνω γίνεται σαφές πως ο Πέτρος Κωστόπουλος επιχειρεί να χαρακτηρίσει το ΚΛΙΚ ως κάτι νέο που έχει ως στόχο να εκφράσει την αλλαγή

⁵⁴ Κωστόπουλος Π. Ένα πολιτικό τεύχος του ΚΛΙΚ;, ΚΛΙΚ, Τ. 6

εποχής και να εδραιώσει τις σύγχρονες ιδέες και πρακτικές της κοινωνίας. Η δράση και η περιπέτεια τίθενται ως βασικά προτάγματα της ζωής, ενώ απέναντι σε όσους υιοθετούν την οπισθοδρομική σκέψη προκρίνεται η ασέβεια, γεγονός που καταδεικνύει την πρόθεση του περιοδικού να προκαλέσει οποιονδήποτε δεν συμβαδίζει με τις νέες ιδέες της εποχής.

Πολλές φορές δεν υπάρχουν περιορισμοί στο λεξιλόγιο το οποίο χρησιμοποιείται ακόμα και εάν προσβάλλονται τα δικαιώματα κάποιων κοινωνικών ομάδων. Σε πολλά άρθρα χρησιμοποιούνται λέξεις σεξιστικές ή ομοφοβικές, κυριότερος στόχος των οποίων είναι να προκαλέσουν το ενδιαφέρον, να δημιουργήσουν σεξουαλικούς συνειρμούς ή να προκαλέσουν γέλιο.

3.2 Η αισθητική

Η σελιδοποίηση του ΚΛΙΚ και η επιλογή των φωτογραφιών που χρησιμοποιεί, είναι δηλωτική της φυσιογνωμίας που θέλει να έχει. Η αισθητική του αλλάζει μέσα στα χρόνια σε αντιστοιχία με το περιεχόμενό του.

Αρχικά, χρησιμοποιεί μεγάλες εικόνες, μικρά κείμενα με στενή στοίχιση, μεγάλους τίτλους που ορισμένες φορές καταλαμβάνουν ολόκληρη σελίδα και πολλά χρώματα. Το αποτέλεσμα που δημιουργείται είναι πολύ ευχάριστο στο μάτι του αναγνώστη, εντελώς διαφορετικό από ότι συνηθιζόταν στα υπόλοιπα ελληνικά περιοδικά της εποχής. Οι μεγάλες εικόνες και οι μεγάλοι τίτλοι θυμίζουν την αισθητική του βίντεο και οπτικοποιούν τον έντυπο λόγο.

Τα πρώτα χρόνια οι εικόνες είναι πλούσιες και εντυπωσιακές. Σε κάθε τεύχος υπάρχει μια φωτογράφιση μόδας η οποία γίνεται από το ίδιο το περιοδικό, κάποιες φορές και από τον ίδιο τον Πέτρο Κωστόπουλο. Οι φωτογραφίες αυτές γίνονται είτε σε στούντιο, είτε σε ελληνικά ή και διεθνή τοπία και περιλαμβάνουν διαφημιστικές καταχωρήσεις.

Όσον αφορά τα εξώφυλλα, κυριαρχούνταν από μια μεγάλη φωτογραφία. Η επιλογή των προσωπικοτήτων που προβάλλονταν σε αυτά ήταν ιδιαίτερα προσεχτική. Τα πρώτα χρόνια αναδεικνύονται κυρίως ξένες προσωπικότητες, ηθοποιοί και τραγουδιστές διεθνούς φήμης όπως η Madonna, ο Mel Gibson, ο Marlon Brando και

άλλοι. Στη συνέχεια, εμφανίζονται και Έλληνες και Ελληνίδες του καλλιτεχνικού χώρου, όπως ο Χάρρυ Κλιν, η Βάνα Μπάρμπα και η Μελίνα Μερκούρη. Προς τα τέλη του 1991 τα εξώφυλλα αρχίζουν να αλλάζουν σταδιακά. Τα άτομα που απεικονίζονται δεν είναι οι λαμπερές προσωπικότητες του παρελθόντος, αλλά κάποια λιγότερο γνωστά πρόσωπα. Στις αρχές του 1993 η αλλαγή της αισθητικής του περιοδικού έχει συντελεστεί. Στα εξώφυλλα απεικονίζονται γυμνές φωτογραφίες γυναικών με σεξουαλικά υπονοούμενα, οι οποίες παραπέμπουν περισσότερο σε ένα περιοδικό πορνογραφικού περιεχομένου παρά σε ένα lifestyle περιοδικό.

Βέβαια, η αλλαγή αισθητικής δεν ήρθε μόνη της, αλλά συνέβη ταυτόχρονα με την αλλαγή περιεχομένου του περιοδικού, τη ραγδαία αύξηση των ερωτικών θεμάτων και τη μείωση των κοινωνικών και πολιτικών θεμάτων. Η ίδια αισθητική διατηρήθηκε μέχρι το 1995 και την αλλαγή της ιδιοκτησίας του περιοδικού.

Συμπεράσματα

Ύστερα από τη διερεύνηση του περιεχομένου του ΚΛΙΚ, μπορούμε να πραγματοποιήσουμε κάποιες εκτιμήσεις σε σχέση με την επιρροή του περιοδικού στην κοινωνική πραγματικότητα της εποχής. Σίγουρα ένα περιοδικό το οποίο διαδίδεται τόσο ευρέως και συχνά αποτελεί θέμα συζήτησης και μονοπωλεί το ενδιαφέρον της κοινής γνώμης, καθορίζει σε μεγάλο βαθμό διάφορες τάσεις στην κοινωνία. Επομένως, το σίγουρο είναι πως είτε το συνειδητοποιούσαν είτε όχι οι συντάκτες του, η παραμικρή λεπτομέρεια του περιοδικού μπορεί να συνέβαλε στην διαμόρφωση μιας αντίληψης στη συνείδηση ενός μέρους της κοινωνίας.

Το περιοδικό συχνά παίρνει τη θέση του μέντορα και συμβουλεύει τους αναγνώστες του, ενώ επιδιώκει να θέσει το ίδιο νέες μόδες, στυλιστικά πρότυπα ή πρότυπα συμπεριφοράς. Ακόμη, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η κατηγοριοποίηση κάποιων κοινωνικών ομάδων σε «φυλές», όπως είδαμε να συμβαίνει, για παράδειγμα, για τις γυναίκες ή για τους γκέυ. Αυτή η τυποποίηση των ανθρώπων με βάση κάποια κοινά τους χαρακτηριστικά, είναι άμεσα συνδεδεμένη με την καταναλωτική κουλτούρα και θυμίζει τακτικές μάρκετινγκ, σύμφωνα με τις οποίες, το αγοραστικό κοινό χωρίζεται σε τμήματα με βάση κοινά δημογραφικά, ψυχογραφικά, συμπεριφοριστικά ή γεωγραφικά χαρακτηριστικά και αυτό διευκολύνει την προώθηση των κατάλληλων εμπορικών προϊόντων⁵⁵.

Η αντίληψη της διασκέδασης και του πλούτου ως ύψιστων αξιών της ζωής, συμβαδίζει με τις πολιτικές νόρμες της περιόδου που στόχευαν στην δημιουργία μιας ισχυρής οικονομίας και στην ακραία επεκτατική πολιτική της κυβέρνησης του ΠΑΣΟΚ. Συνεπώς, μπορούμε να πούμε ότι το ΚΛΙΚ έχτισε αυτά τα στοιχεία του lifestyle πάνω στα θεμέλια του πολιτικού συστήματος. Σίγουρα, η διαμόρφωση της κουλτούρας που κυριάρχησε το 1980 δεν οφείλεται μόνο στην πολιτική ή στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, αλλά προέκυψε μετά την αλληλεπίδραση πολλών παραγόντων, κάποιοι από τους οποίους είναι βέβαια η διακυβέρνηση και η ιδεολογική επιρροή των μέσων.

⁵⁵ <https://www.feedough.com/market-segmentation-definition-basis-types-examples/>

Πηγές- Βιβλιογραφία

- Βαμβακάς, Β. & Παναγιωτόπουλος, Π. (2010) *Η Ελλάδα στη δεκαετία του '80 : κοινωνικό, πολιτικό και πολιτισμικό λεξικό*. Αθήνα: Επίκεντρο
- Βούλγαρης, Γ. (2008). *Η Ελλάδα από τη μεταπολίτευση στην παγκοσμιοποίηση*, Αθήνα:Πόλις
- Βούλγαρης, Γ. (2002) *Η Ελλάδα της μεταπολίτευσης 1974-1990*. Αθήνα: Θεμέλιο
- Δεμερτζής, Ν. (1990) *Η ελληνική πολιτική κουλτούρα στη δεκαετία του «80» στο: Λυριντζής Χ. & Νικολακόπουλος Η.(επιμ.) Εκλογές και Κόμματα στη Δεκαετία του «80»*. Αθήνα: Θεμέλιο
- Δεμερτζής, Ν. (2004) Λαϊκισμός και μνησικακία: Μια συμβολή της (πολιτικής) κοινωνιολογίας των συγκινήσεων. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 12, 75-114. doi:<http://dx.doi.org/10.12681/sas.768>
- Κόλλιας, Α. (2014). *Ανάλυση Περιεχομένου. Εξέλιξη, τεχνικές και εφαρμογές της μεθόδου στη μελέτη της επικοινωνίας*. Αθήνα: Παπαζήση
- Μπωντριγιάρ, Ζ. (2000). *Η Καταναλωτική Κοινωνία. Οι μύθοι και οι δομές της*, Αθήνα: Νησίδες
- Σπουρδαλάκης, Μ. (1998). *ΠΑΣΟΚ : κόμμα - κράτος -κοινωνία*. Αθήνα: Πατάκης
- Σπουρδαλάκης Μ. (1988). *Ελλάδα 2000: Δρέποντας τους καρπούς της απολιτικής υπερπολιτικοποίησης στο: Κατσούλης Η. κ.ά., Η Ελλάδα προς το 2000*. Αθήνα: Παπαζήσης
- Τζανή, Μ. (2005). *Σημειώσεις για το μάθημα «μεθοδολογία των κοινωνικών επιστημών»*. Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο
- Close, D. H., *Ελλάδα, 1945-2004: πολιτική, κοινωνία, οικονομία*.
- Tilly, C. (1998). *Οι Ευρωπαϊκές επαναστάσεις, 1492-1992*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα
- Hantzi, A., (1997). Continuity and change in theoretical approaches to stereotypes, *Ψυχολογία*, Τόμος 4, σελ. 257-265
- Hartley, J. (2017). *Communication, Cultural and Media studies. Key concepts*. London: Tailor and Francis group
- Zestanakis, P. (2017) Gender and sexuality in three late-1980s Greek lifestyle magazines: Playboy, Status and Click. *Journal of Greek Media & Culture*, 3 - 1