

Φίλιππος Κατσάνος

« Culture médiatique », προσδιορισμός και χρησιμότητα του όρου για τις ανθρωπιστικές σπουδές : η περίπτωση του *Médias 19*

Η επιστημονική ιστοσελίδα *Médias 19* ξεκίνησε το 2011 υπό την επίβλεψη των καθηγητών Guillaume Pinson του Πανεπιστημίου Laval στον Καναδά και της Marie-Ève Thérienty του Πανεπιστημίου Paul Valéry στο Montpellier της Γαλλίας. Πρόκειται, κατά κάποιον τρόπο, για την «ηλεκτρονική συνέχεια» του συλλογικού τόμου αναφοράς *Ο Πολιτισμός της εφημερίδας : Πολιτισμική και λογοτεχνική ιστορία του γαλλικού τύπου το 19^ο αιώνα* που δημοσιεύτηκε το 2011 υπό την επίβλεψη του ιστορικού Dominique Kalifa και των φιλόλογων Philippe Régnier, Marie-Ève Thérienty και Alain Vaillant¹. Αν και η γαλλική δημοσιογραφία του 19^{ου} αιώνα είναι μια από τις θεματικές προτεραιότητές του, το *Médias 19* έχει ωστόσο ευρύτερους στόχους. Το αντικείμενό του, όπως επισημαίνεται στην αρχική σελίδα του, ορίζεται ως «la culture médiatique au 19^e siècle», δηλαδή «η κουλτούρα των μέσων το 19^ο αιώνα». Η χρήση του επιθέτου «médiatique» για τον 19^ο αιώνα μπορεί να φανεί εκ πρώτης όψεως αναχρονισμός, αλλά στην πραγματικότητα έχει να προσφέρει πολλά, όπως θα προσπαθήσω να επιχειρηματολογήσω στη συνέχεια.

Ο όρος «média» στον πληθυντικό και «medium» στον ενικό εμφανίζεται στη γαλλική γλώσσα όχι το 19^ο αλλά τον 20^ο αιώνα, κατά τη δεκαετία του 1920. Πρόκειται για όρο που προέρχεται από τον αμερικανικό νεολογισμό «mass media» ο οποίος χρησιμοποιούνταν τότε κυρίως στον χώρο της διαφήμισης. Ο Octave-Jacques Guérin, πρόεδρος και ιδρυτής του πρώτου σωματείου διαφημιστών Corporation des Techniciens de la publicité, το 1927 στο εγχειρίδιό του περί διαφήμισης με τίτλο *Η υποδηλωτική διαφήμιση*, δίνει τον ακόλουθο ορισμό :

Διαφήμιση σημαίνει το να μεταδίδεις μια εμπορική σκέψη με τη βοήθεια διαφόρων μέσων. Κάθε υλικό πράγμα που χρησιμεύει ως υπόστρωμα τούτης της σκέψης, λέγεται *medium*. Ο τοίχος πάνω στον οποίο κολλιέται η αφίσα είναι ένα *medium*. Η εφημερίδα [...] που περιέχει ανακοινώσεις είναι ένα άλλο *medium* [...] Το ανθρώπινο σώμα, και το υλικό μέρος του ανθρώπου-σάντουιτς είναι ένα *medium*. Αναγκαστήκαμε να υιοθετήσουμε τη λατινική λέξη (της οποίας ο πληθυντικός είναι *media*) γιατί ήταν η μόνη που μπορούσε να εκφράσει αυτό που άλλες λέξεις αδυνατούσαν να προσδιορίσουν².

Από την εμφάνισή του τη δεκαετία του 1920 ως σήμερα, ο όρος «média» έπαιξε σημαντικό ρόλο στη δόμηση των θεωριών αυτών που σήμερα αποκαλούμε «επικοινωνιακές επιστήμες». Ένα από τα ονόματα που συνδέεται άμεσα με τη γέννηση των επικοινωνιακών θεωριών ως επιστημονικό τομέα γνώσης είναι αυτό του καναδού Herbert Marshall McLuhan, που δημοσίευσε το 1964 το βιβλίο *Understanding Media : The extensions of man*. Στο βιβλίο αυτό βρίσκεται ο γνωστός αφορισμός που αποκρυσταλλώνει τη σκέψη του : «The medium is the message». Παρόλο που οι σημερινοί ερευνητές όπως ο Pascal Durand³ έφεραν στο φως τις αυθαίρετες γενικεύσεις και τα παραπλανητικά συμπεράσματα του έργου του καναδού θεωρητικού, η συμβολή του στο άνοιγμα νέων οδών για την έρευνα έχει αναγνωριστεί ομόφωνα. Από τον McLuhan και μετά οι ανθρωπιστικές επιστήμες δε μπορούν να παραβλέψουν ότι κάθε πολιτισμικό προϊόν μορφοποιείται σε μεγάλο και καθοριστικό βαθμό από το μέσο δημοσίευσής του που υποβάλλει έναν συγκεκριμένο τρόπο ανάγνωσης. Έτσι ερευνητές από όλον τον κόσμο, όπως ο Douglas McKenzie⁴ στη Μεγάλη Βρετανία ή ο ιστορικός Roger Chartier στη Γαλλία, υποστήριξαν ότι η κοινωνιολογία της ανάγνωσης θα πρέπει να αποτελέσει αναπόσπαστο μέρος των ανθρωπιστικών σπουδών υπογραμμίζοντας με αυτό τον τρόπο το προφανές που μέχρι τότε αγνοούνταν, το ότι : «Δεν υπάρχει κείμενο διαχωρισμένο από το μέσο που επιτρέπει την ανάγνωση, δεν υπάρχει πρόσληψη και κατανόηση ενός κειμένου ανεξάρτητα από τη μορφή δημοσίευσής του μέσω της οποίας μεταδίδεται στον αναγνώστη του⁵». Προσφάτως η καθηγήτρια γαλλικής φιλολογίας Marie-Ève Thérienty σε άρθρο της με τίτλο

¹ Dominique Kalifa, Philippe Régnier, Marie-Eve Thérienty & Alain Vaillant (dir.), *La Civilisation du Journal : Une histoire de la presse française au XIX^e siècle*, Nouveau Monde éditions, coll. « Opus magnum », 2011.

² Guérin (Octave-Jacques) & Espinadel (Camille), *La publicité suggestive*, 2^e éd., Paris, 1927, βλ. « Presse ou médias, littérature ou culture médiatique ? Question de concepts », *COntEXTES* [Online], 11 | 2012, Online since 18 May 2012, connection on 13 October 2014. URL : <http://contextes.revues.org/5392>.

³ βλ. Pascal Durand, « Médiomorphoses : notes sur quelques conversions macluhaniennes », *Quaderni* n. 37, Hiver 1998/99, σελ. 143-169. URL : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/quad_0987-1381_1998_num_37_1_1383

⁴ Douglas McKenzie, *Bibliography and the sociology of texts*, The British Library, 1986.

⁵ Roger Chartier, « Textes, imprimés, lectures », *Pour une sociologie de la lecture, Lectures et lecteurs dans la France contemporaine*, υπό την επίβλεψη της Martine Poulain, Éditions du Cercle de la librairie, 1988, σελ. 16.

«Pour une poétique historique du support», υπενθύμισε το ενδιαφέρον παρόμοιων προβληματισμών και στον τομέα της φιλολογίας και όχι μόνο της ιστορίας ή της κοινωνιολογίας⁶.

Η χρήση των όρων «média» και «médiatique» υπονοεί λοιπόν την αναγνώριση της επιρροής που ασκεί ένα μέσο πάνω στη γραφή του μηνύματος που διανέμει. Η αναχρονιστική χρήση των όρων για τον 19^ο αιώνα έχει νόημα, εφόσον τη περίοδο αυτή, με την εμφάνιση της εφημερίδας-σταθμού, *La Presse* του Émile de Girardin το 1836 αλλάζει ριζικά η σχέση των αναγνωστών με τον τύπο και τη λογοτεχνία⁷. Το μέγεθος αυτής αλλαγής είναι ανάλογο, παρά τις μεγάλες διαφορές, με τη τεχνολογική επανάσταση που συνέβη στα μίντια τον 20^ο αιώνα. Η εφημερίδα *La Presse* είναι το πρώτο δείγμα ενός μοντέρνου καπιταλιστικού τύπου, ο οποίος προκειμένου να μειώσει κατά το ήμισυ την τιμή της εφημερίδας χρησιμοποιεί τη διαφήμιση ως σημαντική πηγή χρηματοδότησης. Επίσης, αναζητά τρόπους για την προσέλκυση σταθερού και πιστού αναγνωστικού κοινού, ώστε να μεγιστοποιήσει το κέρδος του. Ένας τέτοιος τρόπος είναι το επιφυλλιδικό μυθιστόρημα, καινοφανής, για την εποχή, μορφή δημοσίευσης λογοτεχνικού κειμένου η οποία επιβάλλει στους μυθιστοριογράφους νέους κανόνες γραφής. Όχι μόνον πρέπει να ανταποκριθούν στους όρους και στο χρονοδιάγραμμα που επιβάλλουν οι αρχισυντάκτες των εφημερίδων, αλλά θα πρέπει επίσης, να προσαρμόσουν τη γραφή τους έτσι ώστε να παράγουν κείμενα των οποίων η πλοκή θα κάνει τους αναγνώστες να περιμένουν ενταγμένα τη συνέχεια. Ο στόχος είναι προφανής: σταθεροποίηση του παλιού αναγνωστικού κοινού από τη μια μεριά, αλλά και διεύρυνσή του με την προσέλκυση νέων αναγνωστών.

Η χρήση της εφημερίδας για τη δημοσίευση λογοτεχνικών κειμένων δεν έχει επιπτώσεις μόνο στον τρόπο γραφής τους, όπως ήδη αναφέραμε, αλλά καθορίζει και την πρόσληψή τους. Η συνύπαρξη στην ίδια σελίδα της εφημερίδας έργων μυθοπλασίας με κείμενα ενημερωτικού περιεχομένου δημιουργεί εμφανείς ή υπόγειες σχέσεις που αλληλοτροφοδοτούν την ανάγνωσή τους. Είναι εύλογο λοιπόν οι συγγραφείς να λαμβάνουν υπόψη τους αυτές τις σχέσεις και πολλές φορές να παίζουν με τα όρια της πραγματικότητας και της μυθοπλασίας, τη γνωστή λεπτή μαύρη γραμμή που χωρίζει τυπογραφικά την επιφυλλίδα της εφημερίδας από τα δημοσιογραφικά άρθρα⁸. Αν και ο 19^{ος} αιώνας είναι αποκλειστικά ο αιώνας της γραπτής επικοινωνίας (σε αντίθεση με τον εικοστό, όπου εμφανίζονται νέα μέσα, όπως το ραδιόφωνο και η τηλεόραση) προσφέρει ωστόσο με την εξέλιξη των εφημερίδων πολλαπλούς και διαφορετικούς τρόπους για την αναπαραγωγή του λογοτεχνικού κειμένου εκτός του βιβλίου.

Βεβαίως, τέτοιες εξελίξεις στη δημοσίευση της λογοτεχνίας δεν εντοπίζονται μόνο στη Γαλλία. Και σε άλλες χώρες όπως στην Αγγλία ή την Ελλάδα του 19^{ου} αιώνα, η λογοτεχνία κατάφερε επίσης να κατακτήσει νέους χώρους παρουσίας εκτός του βιβλίου χάρη στον ημερήσιο ή περιοδικό τύπο. Ωστόσο, υπάρχουν μεγάλες διαφορές ανάμεσα στις τρεις αυτές χώρες: αν η επιφυλλιδική λογοτεχνία της Γαλλίας είναι καθημερινή και δημοσιεύεται σε εφημερίδες, στην Αγγλία και την Ελλάδα δημοσιεύεται κυρίως σε περιοδικά, τα οποία έχουν διαφορετική συχνότητα έκδοσης, στην Αγγλία κυρίως εβδομαδιαία, στην Ελλάδα δεκαπενθήμερη ή μηνιαία.

Η γενικότητα του όρου «culture médiatique»⁹ που εμπεριέχει εγγενώς την «διαφορετικότητα» των πολιτισμών επιτρέπει λοιπόν στους ερευνητές να κατανοήσουν καλύτερα αυτή τη διαφορετικότητα και να δομήσουν τα θεμέλια μιας γόνιμης σύγκρισης. Πρόκειται για ορολογία που χρησιμοποιείται από τους γάλλους ερευνητές για να περιγράψουν την κατάσταση του συστήματος των μέσων μιας χώρας, δηλαδή το σύνολο των υπαρχόντων μέσων που προσφέρονται για την αναπαραγωγή ενός μηνύματος σε μια δεδομένη ιστορική στιγμή¹⁰. Με βάση την αρχή της επιρροής του μέσου πάνω στο μήνυμα, που προσδιορίσαμε προηγουμένως, όταν το ίδιο κείμενο περνάει από τη μια «κουλτούρα των μέσων» σε μια άλλη, πέρα από την πολιτισμική προσαρμογή που επιχειρεί η μετάφραση καθαυτή, υπόκειται σε άλλες διάφορες σημαντικές αλλαγές: για παράδειγμα, τα *Απόκρυφα Παρισίων* του Σύη όταν περνάνε από την καθημερινή δημοσίευσή τους στην εφημερίδα *Journal des débats*, στην εβδομαδιαία δημοσίευση σε φθηνές φυλλάδες τύπου *penny bloods* στην Αγγλία και, τέλος, στη μηνιαία δημοσίευση της εφημερίδας *Αμάθεια*, δεν είναι και στις τρεις περιπτώσεις το

⁶ Marie-Ève Thérénty, « Pour une poétique historique du support », *Romantisme*, 2009/1, n°143, σελ. 109-115. URL : <http://www.cairn.info/revue-romantisme-2009-1-page-109.htm>.

⁷ βλ. Marie-Eve Thérénty & Alain Vaillant, *1836, l'an I de l'ère médiatique: Analyse littéraire et historique de La Presse de Girardin*, Nouveau Monde éditions, 2001.

⁸ βλ. Marie-Eve Thérénty, *La littérature au quotidien: Poétiques journalistiques au XIX^e siècle*, Le Seuil, coll. «Poétique», 2007.

⁹ Στα ελληνικά ο όρος εμφανίζεται εφαρμοσμένος κυρίως στον 20^ο αιώνα ως «κουλτούρα των μέσων» στο συλλογικό βιβλίο υπο την επιμέλεια του Κώστα Λιβιεράτου, *Η κουλτούρα των μέσων. Μαζική κοινωνία και πολιτιστική βιομηχανία*, εκδ. Αλεξάνδρεια, 1994.

¹⁰ Για πιο λεπτομερή ορισμό, βλ. Pascal Durrand, « La culture médiatique au XIX^e siècle. Essai de définition-périodisation », *Quaderni* 39, Automne 1999, σελ. 29-40. URL : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/quad_0987-1381_1999_num_39_1_1408

ίδιο κείμενο, αλλά προσαρμόζεται στον χαρακτήρα και στο αναγνωστικό κοινό του κάθε μέσου που το αναπαράγει¹¹.

Με δεδομένα όσα αναφέραμε πάρα πάνω, η έρευνα στον ιστότοπο *Médias 19* καλύπτει χρονικά το μεγαλύτερο μέρος του 19ου αιώνα και τις αρχές του 20ου και οι γενικοί ερευνητικοί του στόχοι καθορίζονται ως εξής :

- (1) Έρευνα πάνω στο κυρίαρχο μέσο του γαλλόφωνου 19^{ου} αιώνα δηλαδή τον ημερήσιο και περιοδικό τύπο
- (2) Έρευνα σε διεθνές επίπεδο σχετικά με τις λογοτεχνικές αναπαραστάσεις του τύπου και των δημοσιογράφων¹²
- (3) Έρευνα σχετικά με τη διεθνοποίηση των λογοτεχνιών. Πιο συγκεκριμένα συγκριτική μελέτη :
 - του τρόπου με τον οποίο σε κάθε τόπο το μέσο δημοσίευσης ενός λογοτεχνικού κειμένου (πρωτότυπου ή μεταφρασμένου) καθορίζει την ποιητική και την πρόσληψή του
 - πώς και σε ποιο βαθμό τα λογοτεχνικά είδη (απόκρυφο μυθιστόρημα, δημοσιογραφικό μυθιστόρημα κλπ.) διαφοροποιούνται με το πέρασμά τους από τον ένα πολιτισμό στον άλλο.

Τον ιστότοπο του *Médias 19* διαχειρίζονται φιλόλογοι που βρίσκονται στον Καναδά, στο Πανεπιστήμιο Laval του Québec, και στη Γαλλία στο Πανεπιστήμιο Paul Valéry του Montpellier. Η διαχείριση του ψηφιακού περιεχομένου γίνεται χάρη στο ανοιχτό λογισμικό «*lodel*» το οποίο προσφέρει έναν απλό τρόπο για ανάρτηση κειμένων σε ιστοσελίδα. Η επεξεργασία τους γίνεται με το Microsoft Word για το οποίο το «*lodel*» προσφέρει επιπρόσθετα στυλ μορφοποίησης. Όταν το κείμενο είναι έτοιμο για δημοσίευση, αναρτούμε το αρχείο σε μορφή «.doc» και το «*lodel*» του δίνει αυτόματα τη μορφή ιστοσελίδας.

Στη συνέχεια θα παρουσιάσω εν συντομία τις διάφορες θεματικές σελίδες του *Médias 19*.

Η πρώτη φέρει τον τίτλο « [Actualités](#) » δηλαδή «Νέα» και περιλαμβάνει ανακοινώσεις που αφορούν δημοσιεύσεις βιβλίων, σεμινάρια ή προσκλήσεις για εισήγηση σε συνέδρια με παραπλήσιες θεματικές με αυτές του ιστοτόπου.

Η σελίδα « [Editions](#) » (Εκδόσεις) είναι ένα είδος «ψηφιακής βιβλιοθήκης» που δίνει πρόσβαση σε σχολιασμένες εκδόσεις κειμένων του 19^{ου} αιώνα (μυθιστορήματα, δοκίμια, απομνημονεύματα κτλ.) που αφορούν τη δημοσιογραφία ή γενικότερα τη λογοτεχνική ζωή του 19ου αιώνα. Έχουν ήδη δημοσιευτεί μυθιστορήματα που έχουν ως ήρωες δημοσιογράφους, όπως το *Claudius Bombarnac* του Ιούλιου Βέρν, ή μυθιστορήματα που ενδύονται τη μορφή δημοσιογραφικού κειμένου, όπως το *Le Voleur d'enfants : Reportage sensationnel* του Louis Forest. Για την έκδοση αυτών των κειμένων χρησιμοποιείται λογισμικό οπτικής αναγνώρισης έτσι ώστε το κείμενο να είναι διαθέσιμο για λήψη σε διάφορες μορφές (pdf, epub, kindle).

Η σελίδα « [Anthologies](#) » (Ανθολόγια) είναι άμεσα συνδεδεμένη με τα ερευνητικά προγράμματα των Πανεπιστημίων που συνεργάζονται στο *Médias 19*. Περιέχει θεματικές συλλογές σχολιασμένων εκδόσεων κειμένων που επιτρέπουν να κατανοήσουμε καλύτερα τη λογοτεχνική και δημοσιογραφική πραγματικότητα του 19^{ου} αιώνα. Προς το παρόν έχουν δημοσιευτεί δύο μόνο ανθολόγια. Το πρώτο με τίτλο «Η Μυθιστορία των Αποκρύφων» αφορά ένα λογοτεχνικό είδος που γεννήθηκε στη Γαλλία, τον 19^ο αιώνα, και το οποίο συνδέεται άμεσα με τη δημοσιογραφική γραφή¹³. Περιέχει εκδόσεις με εισαγωγές σε απόκρυφα μυθιστορήματα από τη Γαλλία, το Βέλγιο, τη Ρωσία, την Ελλάδα και την Αμερική. Το δεύτερο ανθολόγιο έχει ως τίτλο «Ο Τύπος στη σκηνή» και συγκεντρώνει θεατρικά κείμενα που αναπαριστούν τον κόσμο της δημοσιογραφίας και της λογοτεχνίας.

Η σελίδα « [Notices biographiques](#) » (Βιογραφικά σημειώματα) είναι το αποτέλεσμα της αρχικής φάσης έρευνας που θα καταλήξει στη σύνταξη του πρώτου Λεξικού Γαλλόφωνων Δημοσιογράφων του 19^{ου} αιώνα. Για κάθε σημείωμα παραθέτουμε τις πληροφορίες που δίνουν βιογραφικά λεξικά του 19^{ου} αιώνα (Vapereau, Bitard, Larousse κτλ.) με παραπομπές σε όσα από αυτά τα λεξικά είναι ψηφιοποιημένα. Έχουν συνταχθεί μέχρι τώρα περίπου 6000 βιογραφικά σημειώματα.

Η σελίδα « [Publications](#) » (Δημοσιεύσεις) περιέχει άρθρα και θεματικές μελέτες από ερευνητές που συνεργάζονται με το *Médias 19* και οι οποίοι ειδικούνται σε διάφορους τομείς. Μέχρι τώρα έχουν δημοσιευτεί

¹¹ βλ. Filippos Katsanos, « Διασταυρούμενες προσλήψεις : τα διακυβεύματα της μετάφρασης των *Μυστηρίων των Παρισίων* στην Μεγάλη Βρετανία και την Ελλάδα», Πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου « Les Mystères urbains au XIXe siècle : circulations, transferts, appropriations », διαθέσιμα στο *Médias 19*.

¹² βλ. Guillaume Pinson, « L'imaginaire médiatique. Réflexions sur les représentations du journalisme au XIXe siècle », *CONTEXTES* [Online], 11 | 2012, URL : <http://contextes.revues.org/5306> και *L'imaginaire médiatique: Histoire et fiction du journal au XIXe siècle*, Classiques Garnier, coll. « Études romantiques et dix-neuviémistes », 2013.

¹³ Για τις σχέσεις του έργο του Σύ με τη δημοσιογραφία βλ. Marie-Ève Thérénty, « Les mystères urbains ou triomphes et échecs de la fiction politique au XIXe siècle », URL : <http://www.raison-publique.fr/article696.html>

οκτώ θεματικές μελέτες καθώς επίσης και η πρώτη ψηφιακή έκδοση του βιβλίου του Marc Angenot [1889. Un état du discours social](#) που πρωτοδημοσιεύτηκε το 1989, βιβλίο αναφοράς για τη κοινωνιοκριτική λογοτεχνική θεωρία.

Ο ιστότοπος *Médias 19* παρέχει επίσης εργαλεία που μπορούν να αξιοποιηθούν από τους ερευνητές. Η σελίδα «[Base de données](#)» περιέχει τρεις βάσεις δεδομένων. Η πρώτη αφορά τον «Ελάσσονα Τύπο του Παρισιού» (Petite Presse), δηλαδή τα ολιγοσέλιδα λογοτεχνικά ή σατιρικά έντυπα χωρίς πολιτικό περιεχόμενο. Η βάση δεδομένων «Απόκρυφα μυθιστορήματα» (Mystères urbains) συγκεντρώνει παγκοσμίως όλα τα μυθιστορήματα που δημοσιεύτηκαν τον 19^ο αιώνα και τα οποία υπόσχονται μέσα από τον τίτλο τους να αποκαλύψουν τα απόκρυφα κάποιας πόλης: *Απόκρυφα Κωνσταντινουπόλεως*, *Απόκρυφα Νέας Υόρκης*, *Απόκρυφα Βρυξελλών* κλπ. Η βάση δεδομένων «Dictionnaire des journalistes» (Λεξικό δημοσιογράφων) αποτελεί συνέχεια και ολοκλήρωση της σύνταξης των βιογραφικών σημειωμάτων, που προαναφέρθηκαν. Από τα 6000 σημειώματα επιλέχθηκαν 300 σημαντικά ονόματα και από τον Σεπτέμβριο του 2013 έχει αρχίσει λεπτομερής έρευνα σχετικά με τη βιογραφία τους, την εργογραφία τους και, ειδικότερα, τη σταδιοδρομία τους στον χώρο της δημοσιογραφίας και της λογοτεχνίας. Η έρευνα αυτή έχει ως τελικό στόχο τη σύνταξη λημμάτων ηλεκτρονικού λεξικού.

Τέλος, λίγα λόγια για την παρουσία της νεοελληνικής λογοτεχνίας στο *Médias 19*. Προς το παρόν έχουν δημοσιευτεί δύο κείμενα και αφορούν το Απόκρυφο Μυθιστόρημα του 19^{ου} αιώνα. Η [Έφη Αμυλήτου](#) δημοσίευσε ένα άρθρο που περιλαμβάνεται στη συλλογική ηλεκτρονική έκδοση υπό την επίβλεψη της Marie-Ève Thérenty με θέμα «Les Mystères urbains au prisme de l'identité nationale». Το δεύτερο κείμενο παρουσιάζει το μυθιστόρημα του Χριστόφορου Σαμαρτσίδα, [Απόκρυφα Κωνσταντινουπόλεως](#) στο σχετικό Ανθολόγιο. Ένα επίσης υπο δημοσίευση άρθρο του υποφαινόμενου θα περιέχεται στα Πρακτικά του Διεθνούς Συνεδρίου του Montpellier με θέμα το «Les Mystères urbains au XIX^e siècle : circulations, transferts, appropriations» και αφορά μεταφράσεις του Σύη στην Ελλάδα και την Αγγλία.

Ελπίζουμε, λοιπόν, στο μέλλον να υπάρξει ενδιαφέρον εκ μέρους των νεοελληνιστών για τις δραστηριότητες του *Médias 19* και σας ενημερώνουμε ότι τον Ιούνιο του 2015 οργανώνουμε στο Παρίσι διεθνές συνέδριο με θέμα «[La presse est les journalistes au XIX^e siècle : identités et modernités](#)». Ένας από τους θεματικούς άξονες του συμποσίου είναι «κουλούρα των μέσων και ψηφιακός πολιτισμός».

Εν κατακλείδι, η περίπτωση του *Médias 19* είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα για το πώς η προσέγγιση λογοτεχνικών κειμένων μέσα από το πρίσμα των επικοινωνιακών και κοινωνιολογικών θεωριών μπορεί να ανοίξει νέους δρόμους στην έρευνα. Η μελέτη του μέσου και της επίδρασής του στην ανάγνωση και την πρόσληψη του μηνύματος είναι ίσως ο μόνος τρόπος να έχουμε μια συνολική εποπτεία για το τι σημαίνει να είσαι αναγνώστης από τον 19^ο αιώνα της γραπτής επικοινωνίας μέχρι τη σημερινή ψηφιακή εποχή. Είναι γνωστό, όπως υπογραμμίζει σε μια εισήγηση του ο Guillaume Pinson¹⁴, ότι τα νέα μέσα δημοσίευσης δεν εξαφανίζουν τα παλαιότερα, αλλά συνυπάρχουν, αλληλοεπηρεάζονται, συγχωνεύονται ως προς ορισμένα στοιχεία της μορφής τους. Αυτό δείχνει άλλωστε και το ότι πολλές μεγάλες εφημερίδες προσφέρουν στους συνδρομητές τους τη δυνατότητα να λάβουν στην οθόνη του υπολογιστή τους μια τηλεομοιοτυπική έκδοσή της έντυπης έκδοσής τους, πράγμα που σηματοδοτεί μια μεταβατική περίοδο κατά την οποία οι παλαιότερες μορφές έντυπης δημοσίευσης συνεχίζουν να υπάρχουν και αναπαράγονται στον χώρο των νέων μέσων της ψηφιακής επικοινωνίας. Κατ' αυτόν τον τρόπο, διαπιστώνουμε λοιπόν ότι η αναγνωστική εμπειρία του ερευνητή του 21^{ου} αιώνα, ο οποίος μπορεί οπουδήποτε και οποιαδήποτε στιγμή να διαβάσει μέσα από τάμπλετ ή κινητό το περιοδικό *Ευτέρπη* στον ιστότοπο της [Κοσμοπόλις](#) ή την εφημερίδα *Journal des débats* στο [Gallica](#), είναι πολύ πιο κοντινή απ' όσο νομίζουμε στην αναγνωστική εμπειρία των ανθρώπων του 19^{ου} αιώνα.

(RIRRA 21, Montpellier 3 – Παν/μιο Πατρών)

¹⁴ Εισήγηση με τίτλο «La 'grande conversion numérique' et la presse ancienne : nouvelles perspectives de recherches» στο σεμινάριο «Literature and the press in France, 1789-1914», Maison Française d'Oxford, 25-26 Σεπτεμβρίου 2014.