

Γλυπτά του Παρθενώνα: «Ναι» στην επιστροφή τους λένε οι αναγνώστες της Sunday Times

Ποσοστό 78% των αναγνωστών της Sunday Times λέει ναι στην επιστροφή των Γλυπτών του Παρθενώνα στην Ελλάδα, σύμφωνα με δημοσκόπηση που πραγματοποίησε η εφημερίδα με το ερώτημα «Θα πρέπει τα Ελγίνεια Μάρμαρα να επιστρέψουν στην Ελλάδα;». Σε αυτήν συμμετείχαν 11.315 άτομα από τα οποία μόλις το 22% είχε αντίθετη άποψη.

Πρόκειται για μία ακόμη θετική εξέλιξη στο πάγιο αίτημα της Ελλάδος για την επανασύνδεση των Γλυπτών του Φειδία, το οποίο τους τελευταίους μήνες έχει αποκτήσει μια πρωτοφανή δυναμική. Γεγονός που αποτυπώνεται, μεταξύ άλλων και σε πληθώρα βρετανικών δημοσιευμάτων. Είναι χαρακτηριστική ακόμη και η ιστορική μεταστροφή, της εφημερίδας Times όπου μετά από πολλά χρόνια άλλαξε θέση για το συγκεκριμένο ζήτημα.

«Για περισσότερα από 50 χρόνια, καλλιτέχνες και πολιτικοί υποστήριξαν ότι αυτά τα τόσο θεμελιώδη τεχνουργήματα για την πολιτιστική ταυτότητα ενός έθνους πρέπει να επιστρέψουν στην Ελλάδα. Το μουσείο και η βρετανική κυβέρνηση, με την υποστήριξη της εφημερίδας Times, αντιστάθηκαν σε αυτήν την πίεση. Οι καιροί όμως

Από τα 11.315 άτομα που συμμετείχαν σε δημοσκόπηση της εφημερίδας με το ερώτημα «Θα πρέπει τα Ελγίνεια Μάρμαρα να επιστρέψουν στην Ελλάδα;» μόλις το 22% είχε αντίθετη άποψη



και οι συνθήκες έχουν αλλάξει. Τα γλυπτά ανήκουν στην Αθήνα. Και πρέπει τώρα να επιστραφούν», έγραψε στο κεντρικό της άρθρο στις 12 Ιανουαρίου 2022.

Δημοσκόπηση δε του YouGov στο Ηνωμένο Βασίλειο τον περασμένο Νοέμβριο έδειξε ότι το 59% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι τα Γλυπτά ανήκουν στην Ελλάδα ενώ μόλις το 18% απάντησε ότι ανήκουν στην Βρετανία. Το υπόλοιπο 22% δήλωσε ότι δεν έχει άποψη.

Αξιοσημείωτη είναι επίσης και η δήλωση του αναπληρωτή διευθυντή του Βρετανικού μουσείου, Τζόνθαν Γουίλιαμς ο οποίος μόλις πριν από μια εβδομάδα πρότεινε «συνεργασία» σε νέα βάση μεταξύ Αθήνας και Λονδίνου. «Πιστεύω ακράδαντα ότι υπάρχει χώρος για μια εκ νέου δυναμική και θετική συζήτηση, ώστε να βρεθούν νέοι τρόποι συνεργασίας», δήλωσε σε συνέντευξη του στο πολιτιστικό περιοδικό της Sunday Times.

400 δισ. δολ. από την κεφαλαιοποίησή τους απώλεσαν οι κολοσσοί των μίντια στις ΗΠΑ

Σχεδόν 400 δισ. δολ. από την κεφαλαιοποίησή τους απώλεσαν ορισμένες από τις μεγαλύτερες αμερικανικές εταιρείες MME και ψυχαγωγίας φέτος, καθώς η διαφαινόμενη ύφεση, οι αλλαγές στη συμπεριφορά των χρηστών μετά την πανδημία, αλλά και η επιβράδυνση του κλάδου της διαφήμισης, έχουν δημιουργήσει την «τέλεια καταιγίδα».

Οι εταιρείες των οποίων τα έσοδα προέρχονται περισσότερο από το streaming και τη διαφήμιση έχουν υποστεί το μεγαλύτερο πλήγμα. Αυτό αφορά μεγάλους μιντιακούς ομίλους αλλά και εταιρείες ψυχαγωγίας, μεταξύ των οποίων οι Disney, Netflix, Comcast, Spotify, Roku, Paramount, Fox, Warner Bros Discovery, The New York Times, News Corp. Οπως αναφέρουν σε δημοσίευσμά τους οι Financial Times, από την αρχή του έτους οι μετοχές μεγάλων αμερικανικών εταιρειών του κλάδου έχουν μειωθεί κατά μέσον όρο 35%, όταν ο δείκτης S&P 500 σημείωνε πτώση 13%. Η μείωση αυτή μεταφράζεται σε απώλειες που αγγίζουν τα 380 δισ. δολ. στην κεφαλαιοποίησή τους. Στελέχη και αναλυτές εκτιμούν πως η «φούσκα» στις μετοχές των εταιρειών αυτών έσκασε λόγω μιας σειράς παραγόντων. Καθώς οι ΗΠΑ και άλλες χώρες ανακάμπτουν από την πανδημία, ο κόσμος δείχνει πρόθυμος να βγει έξω και να αφιερώνει λιγότερο χρόνο μπροστά από την οθόνη του σπιτιού του.



Οι εταιρείες των οποίων τα έσοδα προέρχονται περισσότερο από το streaming και τη διαφήμιση έχουν υποστεί το μεγαλύτερο πλήγμα.

Την ίδια στιγμή, το Netflix δήλωσε πως η δεκαετής ανάπτυξη έχει σταματήσει, προκαλώντας ανησυχία στους επενδυτές για τη βιωσιμότητα ολόκληρης της βιομηχανίας. Στα προβλήματα αυτά έρχεται να προστεθεί και ο διάχυτος φόβος για το ενδεχόμενο να διολισθήσει η αμερικανική οικονομία σε ύφεση, καθώς οι κεντρικές τράπεζες αυξάνουν τα επιτόκια σε μία προσπάθεια να ελέγξουν τον πληθωρισμό, ενώ οι προϋπολογισμοί των νοικοκυριών περιορίζονται. Η δε διαφήμιση, που είναι το πρώτο πράγμα που «κόβουν» οι εταιρείες, ήδη εμφανίζει σημάδια επιβράδυνσης, κάτι που φάνηκε στα αποτελέσματα των Snap, Meta και Google κατά το δεύτερο τρίμηνο. «Πόσο αρνητικά έχει επηρεάσει την πορεία τους η πανδημία; Πόσο περιμένουν οι άνθρωποι να βγουν έξω; Πώς πάει η οικονομία; Υπάρχουν αρκετοί παράγοντες τώρα», ανέφερε σε δηλώσεις του στους FT ο Ριτς Γκρίνφιλντ, αναλυτής στη LightShed. «Θα

το αποκαλούσα την τέλεια καταιγίδα, που θα ανατινάξει την ιστορία του streaming». Επιπλέον, οι εταιρείες των οποίων τα έσοδα προέρχονται περισσότερο από το streaming και τη διαφήμιση, έχουν υποστεί το μεγαλύτερο πλήγμα. Οι μετοχές της Roku, η οποία πουλούσε συσκευές streaming, έχουν σημειώσει φέτος πτώση 65% και 83% από το ιστορικό υψηλό του περυσινού Ιουλίου. «Οι διαφημιστές έχουν αρχίσει να ανησυχούν για την πιθανότητα ύφεσης, οπότε βλέπουμε ότι μειώνουν τις δαπάνες τους», επισήμανε στους αναλυτές την προηγούμενη εβδομάδα ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας, Αντονι Γουντ. Το Netflix σημείωσε τη δεύτερη μεγαλύτερη πτώση μετά τη Roku. Η μετοχή του αμερικανικού γίγαντα μειώθηκε φέτος 62%, με αυτή να βυθίζεται ακόμη περισσότερο από τα υψηλά του περασμένου Νοεμβρίου (67%). Η μετοχή της Spotify, η οποία συγκεντρώνει πολλά από τα έσοδά της από τις συνδρομές των μελών, έχει σημειώσει βουτιά 49% φέτος. Πιο ανθεκτικές αποδεικνύονται οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε πιο παραδοσιακά κανάλια όπως η τηλεόραση αλλά και ο κινηματογράφος, αφού σε αυτές τις περιπτώσεις, οι συμφωνίες για τα διαφημιστικά συμβόλαια έχουν μια δέσμευση κάποιων χρόνων. Σε αυτή την κατηγορία συγκαταλέγονται εταιρείες όπως η Fox, της οποίας η μετοχή κατέγραψε πτώση 9% φέτος και 24% από το ιστορικό υψηλό της προηγούμενης χρονιάς.