

ΟΙ ΔΥΟ ΟΥΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ

Η ΔΙΤΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΛΑΙΣΙΩΣΗ
ΜΕΣΩ ΣΑΤΙΡΑΣ ΚΑΙ ΚΟΜΜΑΤΙΚΗΣ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑΣ

Ιστορική και κοινωνιολογική ανάλυση: Σοβιετική Ένωση · ναζιστική Γερμανία · Ανατολική Γερμανία · Τζορτζ Όργουελ · ψηφιακή οχλαρχία

ΔΥΟ ΕΚΔΟΤΙΚΕΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΕΣ
ΠΟΛΛΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΙ ΔΙΑΥΛΟΙ



ΓΛΩΣΣΑ · ΕΠΙΡΡΟΗ · ΔΗΜΟΣΙΑ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

Κοινωνική έρευνα · εικονογραφημένη έκδοση

Ορισμός: δύο δίαυλοι, μία δυνητική πολιτική επίδραση

Η προπαγάνδα δεν χρειάζεται πάντοτε να ψεύδεται. Αρκεί, ενίοτε, να μοιράζει επιλεκτικά τα γεγονότα και τις ερμηνείες τους.

Διττή επικοινωνιακή πλαισίωση ονομάζεται εδώ, ως προτεινόμενος αναλυτικός όρος, ο μηχανισμός στον οποίο οργανωτικά συνδεδεμένοι ή λειτουργικά συγκλίνοντες δίαυλοι επηρεάζουν συμπληρωματικά τις πολιτικές αντιλήψεις. Ο σατιρικός δίαυλος ασκεί συμβολική απαξίωση· ο ειδησεογραφικός παρουσιάζει επιλεγμένα γεγονότα μέσα σε συνεχή κομματική ερμηνεία.

Η πρώτη λειτουργία είναι κυρίως **συναισθηματική**: γελοιοποίηση, ειρωνεία, κοινωνική υποτίμηση του αντιπάλου. Η δεύτερη είναι κυρίως **γνωστική**: διαμόρφωση του πλαισίου εντός του οποίου το κοινό αντιλαμβάνεται ένα πραγματικό γεγονός.

Το κρίσιμο στοιχείο είναι η **συμπληρωματικότητα**, όχι η απλή ύπαρξη δύο μέσων. Η σάτιρα δεν είναι αυτομάτως προπαγάνδα ούτε η δημοσίευση κομματικών δηλώσεων αυτομάτως χειραγώγηση. Η αξιολόγηση προϋποθέτει στοιχεία για επιλεκτικότητα, παραπλάνηση, επανάληψη και πιθανό συντονισμό.

NEWSPEAK

ΕΠΙΛΟΓΗ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ

ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ + ΠΛΑΙΣΙΟ

ΔΥΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Η σοβαρότητα εδώ, η γελοιοποίηση εκεί

Η πολιτική σκηνοθεσία του εξεταζόμενου σχήματος στηρίζεται σε δύο καθαρές, μη αναμειγνυόμενες εκδοτικές ταυτότητες.

Στο «**σοβαρό**» μέσο δεν υπάρχει σάτιρα. Κυριαρχούν ειδήσεις, θεσμικές ανακοινώσεις, συνεντεύξεις, δηλώσεις κομματικών αξιωματούχων και συνδικαλιστών. Η μορφή παρέχει κύρος, αλλά όταν η κομματική αξιολόγηση ενσωματώνεται στην είδηση χωρίς σήμανση, θολώνει το όριο γεγονότος και γνώμης.

Στο «**σατιρικό**» μέσο δεν υπάρχει συστηματική σοβαρή ενημέρωση. Το επικοινωνιακό προϊόν είναι αποκλειστικά η ειρωνεία, η καρικατούρα και η υποτίμηση των αντιπάλων. Η διασκέδαση μπορεί να ελαττώνει την κριτική απόσταση του αναγνώστη, δεν συνεπάγεται όμως απαραίτητως οργανωμένη χειραγώγηση.

Το ζήτημα δεν είναι να λογοκριθεί το γέλιο ή η γνώμη. Είναι να εξεταστεί εάν ο απόλυτος διαχωρισμός **υπηρετεί διαφορετικά αλλά αλληλοενισχυόμενα πολιτικά καθήκοντα**. Άλλη η εμφανιζόμενη θεσμικότητα, άλλη η επιχείρηση συγκινησιακής ενεργοποίησης.

DOUBLETHINK

ΧΩΡΙΣ ΣΑΤΙΡΑ

ΧΩΡΙΣ ΡΕΠΟΡΤΑΖ

ΔΙΑΚΡΙΤΟΙ ΡΟΛΟΙ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Εκδότες, κομματικά όργανα και νομιμοποίηση

Όταν η σύνταξη του Τύπου και η κομματική διοίκηση συμπίπτουν, το γεγονός αυτό πρέπει να δηλώνεται καθαρά.

Μια κεντρική υπόθεση της μελέτης είναι ότι συντάκτες, εκδότες ή διευθυντές της «σοβαρής» πλευράς δύνανται να συμμετέχουν ταυτόχρονα σε **εκτελεστικά όργανα πολιτικού κόμματος**. Αν συντρέχει, πρόκειται για ελεγκτέα οργανωτική σχέση, με σημασία για τη διαφάνεια, τη δημοσιογραφική ανεξαρτησία και τη σύγκρουση ρόλων.

Η αυστηρά ειδησεογραφική εμφάνιση μπορεί να λειτουργεί ως **θεσμικό περίβλημα** της κομματικής αφήγησης. Αυτό δεν σημαίνει ότι ένα κομματικό όργανο απαγορεύεται να εκδίδει εφημερίδα· σημαίνει ότι η σχέση οφείλει να είναι γνωστή στον αναγνώστη, ώστε να διακρίνει την πληροφορία από την κομματική γραμμή.

Τεκμήρια αποτελούν καταστατικά, δημόσια μητρώα, επίσημες ιδιότητες, στοιχεία ιδιοκτησίας, ανακοινώσεις διορισμών και αποδεδειγμένες κοινές εκδοτικές οδηγίες. **Η ιδεολογική ομοιότητα δεν αποδεικνύει οργανωτική ταύτιση.**

MINISTRY OF TRUTH

ΚΟΜΜΑΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΙΔΙΟΤΗΤΑ

ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Το ψάρεμα του ακροατηρίου και η εργαλειοποίησή του

Η ψυχαγωγία γίνεται πολιτικά προβληματική όταν χρησιμοποιείται παραπλανητικά ως δόλωμα για σκοπούς που αποσιωπώνται.

Η αποκλειστικά σατιρική πλευρά μπορεί, σύμφωνα με την εξεταζόμενη υπόθεση, να προσελκύει ακροατήρια μέσω εύκολου εμπαιγμού και να μετατρέπει τη συναισθηματική ταύτιση σε **πολιτική κινητοποίηση**. Το στάδιο της μετάβασης από το «μοιράζομαι ένα αστείο» στο «ακολουθώ μια οδηγία» πρέπει να εξετάζεται και όχι να θεωρείται δεδομένο.

Η έκφραση «**χρήσιμοι ηλίθιοι**» είναι πολεμικός χαρακτηρισμός για πρόσωπα που εξυπηρετούν στόχους χωρίς πλήρη επίγνωση. Συχνά αποδίδεται στον Λένιν, αλλά δεν έχει τεκμηριωθεί αξιόπιστη πρωτογενής πηγή της απόδοσης. Στην επιστημονική συζήτηση προτιμώνται οι όροι «εργαλειοποίηση υποστηρικτών», «πληροφοριακή ασυμμετρία» και «χειραγωγική κινητοποίηση».

Οι νόμιμες διαδηλώσεις και οι ειρηνικές συλλογικές διεκδικήσεις αποτελούν θεμιτή συμμετοχή. Εκφοβισμός, παρενόχληση και βίαιες πράξεις είναι διαφορετικές συμπεριφορές. **Η κατανάλωση σάτιρας δεν αποτελεί απόδειξη υποκίνησης παράνομης δράσης.**

TWO MINUTES HATE

ΣΑΤΙΡΑ / ΕΛΞΗ

ΤΑΥΤΙΣΗ

ΔΡΑΣΗ / ΕΛΕΓΧΟΣ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Από δύο έντυπα σε δίκτυο πολλών μέσων

Πολλά μεγάφωνα μπορούν να αναπαράγουν ένα μήνυμα χωρίς να παράγουν πολλές ανεξάρτητες φωνές.

Το σχήμα γενικεύεται σε **n ειδησεογραφικά μέσα** $S_1 \dots S_n$ και **m σατιρικά μέσα** $H_1 \dots H_m$. Κάθε ομάδα κρατά τη δική της εκδοτική ταυτότητα, ενώ τα επαναλαμβανόμενα θέματα, οι κοινές αναφορές και οι διασταυρούμενες παραπομπές μπορούν να αυξάνουν την ορατότητα μιας πολιτικής αφήγησης.

Εδώ διακρίνουμε τη **δικτυωμένη προπαγάνδα** από το **astroturfing** (τεχνητή παρουσίαση οργανωμένης δράσης ως αυθόρμητης), τις **ηχώ-κλειστές κοινότητες** από τη **νομιμοποίηση πληροφοριών μέσω αναδημοσίευσης** (information laundering). Πρόκειται για διαφορετικές έννοιες και διαφορετικές αποδεικτικές απαιτήσεις.

Η ποσότητα δεν είναι αιτιότητα. Πολλοί λογαριασμοί μπορεί να μιλούν στο ίδιο ακροατήριο, να αλληλοαναιρούνται ή απλώς να συμπίπτουν ιδεολογικά. Για τεκμηρίωση απαιτούνται χρονολογίες αναρτήσεων, ιδιοκτησιακές σχέσεις, δίκτυα αναφορών, κοινές οδηγίες και πραγματικές μετρήσεις διάδοσης.

MEMORY HOLE

 $S_1 \ S_2 \ \dots \ S_n$
 $H_1 \ H_2 \ \dots \ H_m$

ΣΥΓΚΛΙΣΗ ΔΕΝ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

«Αντικοινωνικά μέσα»: η ρητή θέση του anarchy.no

Η ονομασία «κοινωνικό» δεν αρκεί για να καταστήσει ένα μέσο πραγματικά κοινωνικό.

Στην ενότητα «ABOUT SO CALLED SOCIAL MEDIA!» του **Anarchist International Radio and TV**, το anarchy.no χαρακτηρίζει Facebook, Twitter/X, TikTok και ανάλογες πλατφόρμες «**όχι κοινωνικά, αλλά αντικοινωνικά μέσα, αυταρχικές πολυαρχικές ιεραρχίες**». Τα περιγράφει ως ενισχυτές ψεύδους και «οχλαρχίας» και υποστηρίζει αυστηρή ρύθμιση ή ακόμη και την απαγόρευσή τους. [7]

Πρόκειται για πιστή συνοπτική ελληνική απόδοση της πολιτικής θέσης της ιστοσελίδας, όχι για αντικειμενική κρίση περί κάθε χρήσης των πλατφορμών. Στην ίδια πηγή η «οχλαρχία» ορίζεται ευρέως ως κυριαρχία όχλου, μαζί με παρενόχληση και χάος. Η μεταφορά δεν καταργεί τη δυνατότητα κοινωνικά επωφελούς, οριζόντιας ψηφιακής δικτύωσης.

Η σύνδεση με την παρούσα μελέτη είναι συγκεκριμένη: όταν πολλαπλασιάζονται διαδικτυακά τα «σοβαρά» και τα «σατιρικά» κανάλια, η αναπαραγωγή μηνυμάτων μπορεί να επιταχυνθεί. **Ζητούμενο είναι η ελεύθερη ενημέρωση, η διαφάνεια και η οριζόντια συμμετοχή, όχι η μεταμφίεση της προπαγάνδας σε κοινωνικό διάλογο.**

ΔΙΚΤΥΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ

ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ

ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ / ΕΝΙΣΧΥΣΗ

ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Σοβιετική Ένωση: Pravda και Krokodil

Η κομματική είδηση και η επιτρεπόμενη γελοιογραφία μπορούσαν να συνυπάρχουν στο ίδιο πολιτικό περιβάλλον.

Η **Pravda** λειτούργησε ως κεντρικό όργανο κομματικής ενημέρωσης. Το σατιρικό **Krokodil**, που πρωτοεμφανίστηκε το 1922 και συνδέθηκε εκδοτικά με την Pravda, αξιοποιούσε πολιτικές γελοιογραφίες και χιούμορ εντός των σοβιετικών περιορισμών. Η ιστορική μελέτη του John Etty (2019) προσφέρει ειδική έρευνα του υλικού αυτού. [1]

Το Krokodil σχολίαζε γραφειοκρατικές δυσλειτουργίες, κοινωνικές πρακτικές, δυτικές κυβερνήσεις και πολιτικούς αντιπάλους. Το επιτρεπόμενο πεδίο κριτικής ήταν διαφορετικό από την ανεξάρτητη δημόσια αντιπολίτευση. Παράλληλα, η ύπαρξη πραγματικού σατιρικού περιεχομένου δεν επιτρέπει να θεωρούμε κάθε γελοιογραφία απλό αντίγραφο κομματικής διαταγής.

Το ουσιώδες ιστορικό δίδαγμα είναι η **λειτουργική συνύπαρξη διαφορετικών μορφών επικοινωνίας**. Η σύγκριση με σύγχρονα μέσα εξετάζει την αρχιτεκτονική της πλαισίωσης· δεν αποδεικνύει ότι λειτουργούν υπό κοινή κρυφή καθοδήγηση.

ΕΠΙΣΗΜΟΣ ΤΥΠΟΣ ΚΑΙ ΣΑΤΙΡΑ

PRAVDA / ΕΙΔΗΣΗ

KROKODIL / ΣΑΤΙΡΑ

ΟΡΙΑ ΕΠΙΤΡΕΠΤΗΣ ΚΡΙΤΙΚΗΣ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Ναζιστική Γερμανία: κομματικός Τύπος και δαιμονοποίηση

Ο ιστορικός παραλληλισμός αφορά τις επικοινωνιακές λειτουργίες, όχι την εξίσωση κάθε σάτιρας με την προπαγάνδα μίσους.

Το **Völkischer Beobachter** αποτέλεσε κομματικό όργανο του NSDAP. Το **Der Stürmer** διέδιδε ακραία αντισημιτική προπαγάνδα, συκοφαντικούς ισχυρισμούς και γελοιογραφίες που συνέβαλαν στην κοινωνική δαιμονοποίηση των Εβραίων. Το United States Holocaust Memorial Museum τεκμηριώνει την υποταγή του Τύπου και την παραγωγή ναζιστικών αφηγήσεων. [2]

Η διαφοροποίηση μορφών ήταν πραγματική: ο κομματικός Τύπος παρουσίαζε την εξουσία ως φορέα πολιτικής αποστολής· η επιθετική προπαγάνδα συνέδεε τον «εχθρό» με φόβο και προκατάληψη. **Το Der Stürmer δεν ήταν μια συνηθισμένη χιουμοριστική έκδοση**, αλλά όργανο υποκίνησης μίσους σε ιστορικά συγκεκριμένο διωκτικό σύστημα.

Η μελέτη κρατά λοιπόν σαφή όρια: ούτε η δημοκρατική γελοιογραφία ούτε μια κομματική εφημερίδα συνιστούν από μόνες τους τέτοιο σύστημα. Το ενδιαφέρον εντοπίζεται στους τρόπους με τους οποίους διαφορετικά επικοινωνιακά εργαλεία χρησιμοποιήθηκαν συμπληρωματικά.

THOUGHTCRIME

ΚΟΜΜΑΤΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ

ΔΑΙΜΟΝΟΠΟΙΗΣΗ

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΚΡΙΣΗ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Ανατολική Γερμανία: Eulenspiegel και ελεγχόμενη κριτική

Η περιορισμένη κριτική μπορεί να εξυπηρετεί την εξουσία, αλλά δεν ελέγχει πάντοτε το συμπέρασμα του αναγνώστη.

Στη Λαοκρατική Δημοκρατία της Γερμανίας το **Eulenspiegel** λειτουργούσε μέσα στο πολιτικό και εκδοτικό περιβάλλον του SED. Η ιστορικός Sylvia Klötzer (1996) δείχνει ότι το σατιρικό περιοδικό μπορούσε να αποκαλύπτει επιμέρους προβλήματα της καθημερινότητας, παρότι η ηγεσία επιθυμούσε η κριτική να μην επεκτείνεται στη συνολική διάρθρωση του πολιτικού καθεστώτος. [3]

Εδώ συναντάμε την ερμηνευτική υπόθεση της «ελεγχόμενης εκτόνωσης της δυσaréσκειας»: λίγο χιούμορ για τα καθημερινά σφάλματα, χωρίς συνολική αμφισβήτηση. Όμως η ίδια έρευνα αποκαλύπτει και την αντίφαση του ελέγχου: οι αναγνώστες μπορούν να συνδέουν τα μεμονωμένα παράπονα με βαθύτερες συστημικές δυσλειτουργίες.

Ούτε το γέλιο υπακούει πάντοτε ούτε το κοινό σκέφτεται μηχανικά. Η επικοινωνιακή πρόθεση και η πραγματική πρόσληψη πρέπει να μετρώνται χωριστά.

ΑΝΤΙΣΤΑΣΗ ΣΤΗ ΣΙΩΠΗ

SED / ΠΛΑΙΣΙΟ

EULENSPIEGEL / ΣΑΤΙΡΑ

ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΗ ΑΝΑΓΝΩΣΗ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Η πολιτική φρασεολογία ως φίλτρο της πραγματικότητας

Πρώτη προϋπόθεση της ελευθερίας του Τύπου είναι η δυνατότητα να διακρίνουμε τη λέξη από το γεγονός.

Στο **Politics and the English Language** (1946), ο Τζορτζ Όργουελ καταδεικνύει πώς η αοριστία, ο ευφημισμός και οι έτοιμες πολιτικές φόρμουλες συγκαλύπτουν όσα θα έπρεπε να λέγονται καθαρά. Όταν το δημοσιογραφικό γεγονός παρουσιάζεται μαζί με την κομματική του αποτίμηση χωρίς ορατό διαχωρισμό, ο αναγνώστης ενδέχεται να εκλάβει την αποτίμηση ως στοιχείο του ίδιου του γεγονότος. [4]

Στο **The Prevention of Literature** (1946) εξετάζει την ιδεολογική ορθοδοξία, την πίεση προς συμμόρφωση, τη λογοκρισία και την παραχάραξη της ιστορίας. Η αυτολογοκρισία μπορεί να συνυπάρχει με εξωτερικές πολιτικές και οργανωτικές πιέσεις. [5]

Συμπέρασμα για την παρούσα μελέτη: η κομματική προπαγάνδα δεν περιορίζεται στην ψευδή είδηση. Μπορεί να λειτουργεί και με **επιλογή αληθινών γεγονότων, παραπλανητική γλώσσα και αδιάκοπη αναπαραγωγή της ίδιας ερμηνείας**. Αλλά κάθε χρήση πολιτικών όρων δεν συνιστά παραπλάνηση· χρειάζεται συγκεκριμένος έλεγχος.

ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

ΓΕΓΟΝΟΣ

ΚΟΜΜΑΤΙΚΗ ΕΡΜΗΝΕΙΑ

ΔΙΑΚΡΙΣΗ / ΕΛΕΓΧΟΣ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Animal Farm και Nineteen Eighty-Four: όχι προφητεία, εργαλεία σκέψης

Στη φάρμα των ζώων η εξουσία αλλάζει χέρια. Η ανάγκη για έλεγχο της γλώσσας και της μνήμης, όμως, παραμένει επίκαιρη.

Το **Animal Farm** (1945) προσφέρει αλληγορία της εξουσίας, της ηγετικής αυθαιρεσίας και της αναθεώρησης των δημόσιων αρχών. Το **Nineteen Eighty-Four** (1949) χρησιμοποιεί το **Ministry of Truth** για την ανακατασκευή αρχείων και τα **Two Minutes Hate** για την τελετουργική παραγωγή συλλογικής εχθρότητας. [6]

Οι έννοιες **Newspeak** (Νέα Ομιλία), **Doublethink** (Διπλή Σκέψη), **Thoughtcrime** (Εγκλημα Σκέψης) και **Memory Hole** (Τρύπα της Μνήμης) αξιοποιούνται ως λογοτεχνικά σημεία αναφοράς. Δεν είναι μετρητές σύγχρονης προπαγάνδας ούτε αποδεικτικά στοιχεία εναντίον συγκεκριμένων μέσων.

Το χρήσιμο ερώτημα είναι αν ένας επικοινωνιακός μηχανισμός επιβάλλει έτοιμη συναισθηματική στάση μέσω χλευασμού και ταυτόχρονα έτοιμη γνωστική ερμηνεία μέσω ειδήσεων. Η σύγκριση παραμένει **αναλογική**, όχι ταύτιση των σημερινών πολιτικών αντιπαραθέσεων με ολοκληρωτικό καθεστώς.

Η ΦΑΡΜΑ ΩΣ ΑΛΛΗΓΟΡΙΑ

ANIMAL FARM

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΛΛΗΓΟΡΙΑ

ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΚΡΙΣΗ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Ίψεν: Η ανελευθερία του Τύπου

Η λογοκρισία δεν επιβάλλεται μόνο από άνωθεν εντολές. Μπορεί να αρχίζει από τον φόβο ενός εκδότη για το τι **υποθέτει** ότι επιθυμούν οι συνδρομητές του.

Η ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΠΡΟΣ ΓΚΕΟΡΓΚ ΜΠΡΑΝΤΕΣ · 3.1.1882

Σχολιάζοντας την υποδοχή των Βρικολάκων (Gengangere), ο Ίψεν επικρίνει τον «λεγόμενο φιλελεύθερο Τύπο»: τους δημοσιολογούντες που επαγγέλλονται την ελευθερία της σκέψης, ενώ γίνονται **υποχείρια των υποτιθέμενων απόψεων των συνδρομητών τους**. Το επιχείρημα διαφέρει από την απλή εμπορική εξάρτηση: η προληπτική συμμόρφωση μπορεί να προηγηθεί κάθε ρητής αντίδρασης του κοινού. [11]

«Ένας διευθυντής εφημερίδας δεν μπορεί πάντοτε να ενεργεί όπως θα ήθελε.»

Χόβσταντ, Ο εχθρός του λαού, Γ' πράξη — ελληνική απόδοση

ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΑΛΗΘΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΑΡΝΗΣΗ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗΣ

Στον Εχθρό του λαού (En folkefiende, 1882), ο διευθυντής της Folkebudet, Χόβσταντ, εξηγεί στην Πέτρα ότι μπορεί να δημοσιεύει μια καθησυχαστική ιστορία που ο ίδιος δεν πιστεύει, επειδή αρέσει στους αναγνώστες και τους κάνει πιο δεκτικούς στα πολιτικά άρθρα. Η επιλογή του περιεχομένου αποκτά έτσι εργαλειακή λειτουργία. [10]

Όταν η αναφορά του γιατρού Στόκμαν για τα μολυσμένα λουτρά απειλεί οικονομικά συμφέροντα, ο Χόβσταντ αποσύρει τη στήριξή του. «Δεν μπορώ, δεν θέλω και δεν τολμώ να το τυπώσω», απαντά· ο τυπογράφος Άσλακσεν διευκρινίζει ότι την εφημερίδα την ελέγχουν «οι συνδρομητές». Στη Δ' πράξη ο Χόβσταντ παρουσιάζει τη συμφωνία με το αναγνωστικό κοινό ως πρώτιστο καθήκον του συντάκτη. [10]

ΑΥΤΟΛΟΓΟΚΡΙΣΙΑ ΧΩΡΙΣ ΡΗΤΗ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ

ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΚΟΙΝΟΥ

ΑΥΤΟΛΟΓΟΚΡΙΣΙΑ

ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Κοινό, κόμμα και εκδοτική εξάρτηση

Η ουσιαστική ανεξαρτησία δεν μετριέται από τη διακηρυγμένη ελευθεροφροσύνη του μέσου, αλλά από το αν δημοσιεύει και την πληροφορία που δυσαρεστεί τους προστάτες του.



ΧΕΝΡΙΚ ΙΨΕΝ (1828–1906) · ΠΡΩΤΟΤΥΠΗ ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΣΗ

ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ

Στη διττή επικοινωνιακή πλαισίωση, η υπόθεση της **σοβαροφανούς ειδησεογραφίας** και της **σατιρικής απαξίωσης** πρέπει να ελεγχθεί ανεξάρτητα από τις προθέσεις που αποδίδουμε στα μέσα. Ο Ίψεν προσθέτει έναν διακριτό παράγοντα: **την προσδοκώμενη στάση του κοινού**, που επηρεάζει τις εκδοτικές επιλογές ακόμη και χωρίς άμεση εντολή κόμματος ή ιδιοκτήτη. Η ενσωμάτωση αυτή αφορά τη μεταβλητή Α (προϋπάρχουσες στάσεις), την C (αξιοπιστία) και τις οργανωτικές σχέσεις K, χωρίς να αποτελεί απόδειξη συντονισμού.

ΤΟ ΙΨΕΝΙΚΟ ΠΑΡΑΔΟΞΟ

ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ
θεσμική διακήρυξη

ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΕΞΑΡΤΗΣΗ
αναμενόμενη αποδοχή

Μαθηματική διατύπωση: οι δίαυλοι και η επίδραση

Η εξίσωση ταξινομεί ερευνητικές σχέσεις. Δεν είναι εμπειρικά επιβεβαιωμένος νόμος.

$$I = f \left(\sum_{i=1}^n S_i, \sum_{j=1}^m H_j, L, M, R, C, A, K \right)$$

Για n «σοβαρά» και m σατιρικά μέσα, προτείνεται το περιγραφικό σχήμα, όπου $i = 1 \dots n$ και $j = 1 \dots m$. Τα αθροίσματα δηλώνουν την πιθανή συνδυασμένη παρουσία πολλών διαύλων· δεν προϋποθέτουν ισοδύναμη επιρροή ή απλή αριθμητική πρόσθεση.

I είναι η μεταβολή πολιτικής πρόσληψης· S_i η έκθεση σε κομματικά πλαίσια· H_j η έκθεση σε σατιρική απαξίωση από το μέσο j . L είναι η αντιλαμβανόμενη θεσμική νομιμοποίηση· M η εκδήλωση πολιτικής κινητοποίησης· R η επανάληψη· C η αντιλαμβανόμενη αξιοπιστία· A οι προϋπάρχουσες στάσεις· K ο τεκμηριωμένος συντονισμός.

Το μοντέλο δεν ισχυρίζεται ότι περισσότερα μέσα σημαίνουν πάντοτε μεγαλύτερη επίδραση. Επικλυπτόμενα ακροατήρια, αντίθετες αντιδράσεις και ανεξάρτητες πηγές μπορούν να περιορίσουν ή να αντιστρέψουν την επιρροή. Οι σχέσεις πρέπει να δοκιμάζονται με δεδομένα.

ΜΟΝΤΕΛΟ ΕΠΙΡΡΟΗΣ

$$S_1 \dots S_n + H_1 \dots H_m$$

$$L \cdot M \cdot R \cdot C \cdot A \cdot K$$

$$I = f(\dots)$$



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Τι ακριβώς πρέπει να ελεγχθεί εμπειρικά

Χωρίς επιχειρησιακούς ορισμούς, ο ισχυρισμός περί χειραγώγησης παραμένει πολιτικό σύνθημα.

S_i / H_j: κωδικοποίηση άρθρων και σατιρικών αναρτήσεων ανά θέμα, στόχο, ύφος και επαναλαμβανόμενο πλαίσιο. **L:** μετρήσεις εμπιστοσύνης και αναγνωρισιμότητας θεσμικών ιδιοτήτων. **M:** παρατηρήσιμη νόμιμη πολιτική συμμετοχή ή τεκμηριωμένη έκκληση σε συγκεκριμένη δράση.

R: συχνότητες, χρονικές συσχετίσεις και ακολουθίες αναδημοσιεύσεων. **C:** έρευνες αντιλαμβανόμενης αξιοπιστίας. **A:** αρχικές πολιτικές στάσεις πριν από την έκθεση. **K:** τεκμηριωμένες κοινές ιδιοκτησίες, θέσεις διοίκησης, οδηγίες ή συντονισμένες ενέργειες. **n, m:** το πλήθος των ελεγχόμενων εκδοτικών οντοτήτων.

Επιστημονικά προτιμότερες είναι συγκρίσεις πριν/μετά την έκθεση, έλεγχος εναλλακτικών εξηγήσεων, ανάλυση δικτύων και ανεξάρτητη επαλήθευση ισχυρισμών. Η αιτιότητα δεν αποδεικνύεται από τη χρονική συνύπαρξη και μόνο. Ο όρος «συντονισμένη πλαισίωση» προϋποθέτει τεκμηρίωση του K· αλλιώς λέμε «**συγκλίνουσα πλαισίωση**».

ΑΝΤΙΣΤΑΣΗ ΣΤΗ ΣΙΩΠΗ

ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ

ΔΙΚΤΥΑ / ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ

ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΙΤΙΟΤΗΤΑΣ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Τρία διαφορετικά φαινόμενα, τρεις διαφορετικές κρίσεις

Δεν βαφτίζουμε «προπαγάνδα» ό,τι δεν μας αρέσει. Ο όρος έχει ερευνητικό βάρος.

Πολιτική επικοινωνία: δημόσια προώθηση θέσεων, ακόμη και μονομερής, εφόσον η πηγή και ο χαρακτήρας τους είναι σαφείς. **Μεροληπτική δημοσιογραφία:** ανισομερής επιλογή ή αξιολόγηση γεγονότων που απαιτεί επαγγελματική κριτική. **Οργανωμένη παραπλανητική προπαγάνδα:** συνδυασμός συστηματικής παραπλάνησης με τεκμηριωμένο ή μεθοδικά ελεγχόμενο σχέδιο επιρροής.

Η διττή πλαισίωση μπορεί να ενισχύει πολιτικά στερεότυπα: πρώτα με τη γελοιοποίηση του αντιπάλου, έπειτα με τη θεσμικά ντυμένη κομματική αφήγηση. Ωστόσο, οι πραγματικές αντιδράσεις δεν είναι ενιαίες. Κάποιοι πείθονται, άλλοι αδιαφορούν, άλλοι αντιστέκονται. Η θεωρία οφείλει να χωρά και τα τρία αποτελέσματα.

Η προσήλωση στην **οριζόντια ενημέρωση**, στην **ευθύνη της δημόσιας εξουσίας** και στη **διάκριση γεγονότος-γνώμης** συνδέει τη μελέτη με την αντι-οχλαρχική και αποκεντρωτική ρητορική του anarchy.no. Εδώ ο ρητορικός τόνος δεν υποκαθιστά την απόδειξη.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΕΡΟΛΗΨΙΑ

ΑΠΟΔΕΔΕΙΓΜΕΝΗ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Λιγότερα κομματικά μεγάφωνα· περισσότερη ανεξάρτητη κρίση

Η δημοκρατική ενημέρωση απαιτεί διαύλους που λογοδοτούν στο κοινό, όχι κοινό που υποτάσσεται στους διαύλους.

Η **συναισθηματική απαξίωση** μέσω σάτιρας, η **γνωστική πλαισίωση** μέσω σοβαροφανούς ειδησεογραφίας και η **λειτουργική σύγκλιση** πολλαπλών μέσων συνιστούν τρία διαφορετικά αλλά δυνητικά συμπληρωματικά στοιχεία. Η διάκριση των δύο εκδοτικών ρόλων είναι η αφετηρία της υπόθεσης, όχι το τέλος της έρευνας.

Τα σοβιετικά, ναζιστικά και ανατολικογερμανικά παραδείγματα φωτίζουν ιστορικές πρακτικές επικοινωνιακής διαφοροποίησης. Ο Όργουελ φωτίζει τη σύγκρουση ανάμεσα στη γλώσσα και στην πραγματικότητα. Το *anarchy.no* εισφέρει ιδιαίτερη πολιτική κριτική των «αντικοινωνικών» ψηφιακών πλατφορμών. Αυτές οι πηγές δεν αποτελούν ισοδύναμα τεκμήρια για τη σημερινή λειτουργία κάθε μέσου.

Ο ακριβέστερος γενικός όρος είναι «**συνδυασμένη συναισθηματική και γνωστική πολιτική πλαισίωση μέσω συμπληρωματικών επικοινωνιακών διαύλων**». «Συντονισμένη» μόνο με αποδείξεις· διαφορετικά «συγκλίνουσα». Η ελευθερία έκφρασης και η κριτική έρευνα δεν είναι αντίπαλοι. Είναι αλληλένδετες προϋποθέσεις μιας κοινωνίας με πραγματικό δημόσιο διάλογο.

ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΚΡΙΤΙΚΗ

ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ

ΓΝΩΣΤΙΚΗ ΠΛΑΙΣΙΩΣΗ

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ • ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ



Η ΦΑΡΜΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Πηγές, παραπομπές, έλεγχος

- 1 Etty, J. (2019). *Graphic Satire in the Soviet Union: Krokodil's Political Cartoons*. University Press of Mississippi.
Πρόσβαση στην πηγή: academic.oup.com
- 2 United States Holocaust Memorial Museum (χ.χ.). *The Press in the Third Reich*. Holocaust Encyclopedia.
Πρόσβαση στην πηγή: encyclopedia.ushmm.org
- 3 Klötzer, S. (1996). «Öffentlichkeit in der DDR? Die soziale Wirklichkeit im Eulenspiegel». *Aus Politik und Zeitgeschichte*.
Πρόσβαση στην πηγή: bpb.de
- 4 Orwell, G. (1946). *Politics and the English Language*. The Orwell Foundation.
Πρόσβαση στην πηγή: orwellfoundation.com
- 5 Orwell, G. (1946). *The Prevention of Literature*. The Orwell Foundation.
Πρόσβαση στην πηγή: orwellfoundation.com

Πηγές και τεκμηρίωση · συνέχεια

- 6 Orwell, G. (1949). *Nineteen Eighty-Four*. Secker & Warburg.

Πρόσβαση στην πηγή: orwellfoundation.com
- 7 Anarchist International Radio and TV (χ.χ.). «ABOUT SO CALLED SOCIAL MEDIA!». *anarchy.no*.

Πρόσβαση στην πηγή: anarchy.no
- 8 Halas & Batchelor (χ.χ.). *Reconstruction and Animal Farm*. Ιστορικό παραγωγής (1954).

Πρόσβαση στην πηγή: halasandbatchelor.co.uk
- 9 Orwell, G. (1945). *Animal Farm*. Secker & Warburg.

Πρόσβαση στην πηγή: orwellfoundation.com
- 10 Ibsen, H. (1882). En folkefiende, πράξεις III–IV. Henrik Ibsens skrifter / Bokselskap.

Πρωτογενές θεατρικό κείμενο · bokselskap.no
- 11 Ibsen, H. (1882, 3 Ιανουαρίου). Επιστολή προς Georg Brandes. Στο The Collected Works of Henrik Ibsen, τ. 8 (εισαγωγή).

Ιστορική αγγλική απόδοση · gutenberg.org
- 12 Nasjonalbiblioteket (2024). Litterært laboratorium: Rosmersholm. Εθνική Βιβλιοθήκη Νορβηγίας.

Ιστορικό πλαίσιο έργου · nb.no
- 13 Goldman, E. (1914). The Social Significance of the Modern Drama: An Enemy of Society.

Πρωτογενής ερμηνεία · gutenberg.org