

**ΕΘΝΙΚΟΝ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΝ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΝ ΑΘΗΝΩΝ**



**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ  
ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ**

---

**ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ**

**Θέμα διατριβής Νεοφιλελευθερισμός και ελληνικά ΜΜΕ**

**Αλέξανδρος Μινωτάκης**

**(Α.Μ. 0093201627416)**

Επιβλέπων Καθηγητής/τρια:  
Γιώργος Πλειός  
Μέλη Τριμελούς Επιτροπής:  
Στέλιος Παπαθανασόπουλος  
Δημήτρης Χαραλάμης

**ΑΘΗΝΑ, Ιανουάριος 2021**



Η παρούσα διατριβή πραγματοποιήθηκε με υποτροφία του Ιδρύματος Ωνάση

## Πίνακας περιεχομένων

<b>ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΝ ΑΘΗΝΩΝ</b> .....	0
<b>ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ &amp; ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ</b> .....	0
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 <sup>ο</sup> : ΤΡΟΠΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ .....	12
1.1 Εισαγωγικές παρατηρήσεις για τη σχέση επικοινωνίας και παραγωγής .....	12
1.2 Η συμβολή του Marx.....	15
1.3 ΜΜΕ και μονοπωλιακός καπιταλισμός .....	18
1.4 Ευέλικτη συσσώρευση και ψηφιακός καπιταλισμός.....	22
1.5 Κριτική πολιτική οικονομία του Διαδικτύου .....	23
1.6 Νέες συνθήκες – νέες προκλήσεις .....	28
1.7 Σύνοψη .....	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 <sup>ο</sup> : ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ, ΗΓΕΜΟΝΙΑ & ΜΜΕ .....	34
2.1 Το τέλος της ιδεολογίας .....	34
2.2 Ορισμοί και χρήσεις του όρου ιδεολογία .....	39
2.3 Η ιδεολογία ως ψευδής συνείδηση .....	41
2.4 Η υλική διάσταση της ιδεολογίας .....	48
2.5 Ιδεολογικές τακτικές; .....	53
2.7 Ο Gramsci για την ηγεμονία.....	60
2.8 Ο ρόλος των διανοούμενων .....	62
2.9 Ταξικοί συνασπισμοί .....	64
2.10 Υλική βάση της ηγεμονίας.....	67
2.11 Χρήσεις και αναθεωρήσεις της ηγεμονίας .....	68
2.12 Το τέλος της ηγεμονίας; .....	72
2.12 Ιδεολογία, ηγεμονία και ΜΜΕ .....	73
2.13 Ιδεολογία των ΜΜΕ .....	76
2.14 Σύνοψη κεφαλαίου .....	82
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 <sup>ο</sup> ΜΜΕ & ΕΞΟΥΣΙΑ .....	85
3.1 Η Φιλελεύθερη Παράδοση.....	86
3.2 ΜΜΕ και κρατική εξουσία – Όψεις της πρόσδεσης των ΜΜΕ στην κρατική πολιτική .....	89
3.3 Η τυποποίηση της δημοσιογραφικής εργασίας ως παράγοντας πρόσδεσης στην κρατική εξουσία.....	90

3.4 Σύγχρονες πλευρές της σχέσης ΜΜΕ-κρατικής εξουσίας .....	95
3.5 Θέαμα, ΜΜΕ και εξουσία – Επιβολή των ΜΜΕ επί της πολιτικής σφαίρας.....	97
3.6 Οικονομική εξουσία και ΜΜΕ.....	101
3.7 Διαφήμιση και περιεχόμενο των ΜΜΕ.....	102
3.8 Συγκέντρωση ιδιοκτησίας – ισχυροποίηση των ιδιοκτητών των Μέσων.....	107
3.9 Τάσεις αυτοτέλειας των ΜΜΕ .....	110
3.10 Όρια της αυτοτέλειας.....	113
3.11 Σύνοψη κεφαλαίου .....	115
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 <sup>ο</sup> ΝΕΟΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΜΕ .....	117
4.1 Εισαγωγή.....	117
4.2 Νέος γύρος μετασχηματισμών.....	120
4.3 Οι αλλαγές στην εργασία .....	127
4.4 Αλλαγές στον οικονομικό ρόλο του κράτος.....	129
4.5 Ιδεολογική εξέλιξη του νεοφιλελευθερισμού .....	131
4.6 Βασικές ιδεολογικές αρχές του νεοφιλελευθερισμού.....	135
<b>4.7 Νεοφιλελευθερισμός &amp; πολιτική</b> .....	144
4.8 Υπερεθνικοί οργανισμοί και δημοκρατικό έλλειμμα.....	150
4.9 Το success story του νεοφιλελευθερισμού.....	152
4.10 Νεοφιλελευθερισμός και ΜΜΕ .....	157
4.11 ΜΜΕ ως γενικοί όροι της παραγωγής στη νεοφιλελεύθερη εποχή.....	158
4.12 Απορρύθμιση – ένταση της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας .....	160
4.13 Αλλαγές στη διαφήμιση .....	165
4.14 Ενημερωδιασκέδαση .....	170
4.15 Νέα και Παλιά Στράτευση των Μέσων .....	174
4.16 ΜΜΕ και ιδεολογία στην εποχή κυριαρχίας της θεάματος.....	179
4.17 Σύνοψη κεφαλαίου .....	190
5.1 Εισαγωγή – ελληνικός κοινωνικός σχηματισμός και πελατειακές σχέσεις .....	196
5.3 Εξάρτηση και ένταση στην ευρωπαϊκή ενοποίηση .....	205
5.5 Ελληνικό επικοινωνιακό σύστημα – γενικά χαρακτηριστικά .....	212
5.6 Ιστορική πορεία των ελληνικών ΜΜΕ .....	216
5.7 Τηλεόραση: Κρατικός έλεγχος, Εμπορευματοποίηση & απορρύθμιση .....	218
5.8 Πολιτική επικοινωνία και εμπορική τηλεόραση .....	223
5.9 Τα ελληνικά 90s ως σημείο τομής στη διαμόρφωση ενός νέου μοντέλου ηγεμονίας ....	227

5.10 Πολιτική οικονομία των προ κρίσης ΜΜΕ.....	231
5.11 Διαπλοκή .....	236
5.12 Νομικές παρεμβάσεις ενάντια στη διαπλοκή.....	240
5.13 Κρίση και πολιτικές λιτότητας.....	245
5.14 Αντιδράσεις και κινήματα .....	252
5.15 Πόλωση, σύγκλιση και κρίση ηγεμονίας.....	256
5.16 Η κρίση στα ΜΜΕ.....	262
5.17 Η επιδείνωση των εργασιακών συνθηκών .....	265
5.18 Καταρρεύσεις – ανακατατάξεις .....	266
5.19 Κλείσιμο της ΕΡΤ.....	268
5.20 Η κρίση εμπιστοσύνης των ΜΜΕ.....	270
5.21 Νέα στράτευση των ΜΜΕ.....	272
5.22 Εκφάνσεις της στράτευσης των ελληνικών ΜΜΕ με την κυρίαρχη νεοφιλελεύθερη ιδεολογία.....	275
5.23 Το δημοψήφισμα ως σημείο τομής στη στράτευση των ΜΜΕ .....	288
5.24 Νέο τοπίο μετά το δημοψήφισμα.....	306
5.25 Από το 2019 μέχρι σήμερα.....	311
5.26 Σύνοψη κεφαλαίου .....	315
Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα .....	320
Βιβλιογραφία .....	331

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Πηγή έμπνευσης για αυτή τη διατριβή δεν ήταν αποκλειστικά θεωρητικές αναζητήσεις και ερωτήματα. Ίσως τον πιο καθοριστικό ρόλο να έπαιξε η εμπειρία του καλοκαιριού του 2015 και του δημοψηφίσματος. Η υιοθέτηση του ΌΧΙ από την πλειοψηφία των πολιτών αποτέλεσε μια σημαντική διαφοροποίηση με τη στάση των μεγάλων ΜΜΕ, ιδίως των τηλεοπτικών. Η εμπειρία αυτή θέτει ένα σύνολο ερωτημάτων σε σχέση με τον ρόλο των ΜΜΕ στις σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες. Τα ερωτήματα αυτά έχουν απασχολήσει στο παρελθόν την κριτική θεωρία σε διαφορετικές ιστορικές περιόδους και έχουν απαντηθεί με διαφορετικές προσεγγίσεις. Αυτό που διαφοροποιεί την παρούσα διατριβή είναι η επανατοποθέτηση και μετασχηματισμός των ίδιων ερωτημάτων υπό ένα διπλό πρίσμα: το ιστορικό πλαίσιο του σύγχρονου νεοφιλελεύθερου καπιταλισμού και, ειδικότερα, του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού. Υπό αυτή την έννοια, τα ερωτήματα, συνοπτικά, θα διατυπώνονταν ως εξής: με ποιο τρόπο τα μέσα επικοινωνίας συνέβαλαν στην απόσπαση της συναίνεσης ευρύτερων κοινωνικών τάξεων και στρωμάτων γύρω από τη νεοφιλελεύθερη πολιτική αλλά και με ποιο τρόπο διεργάγη η συναίνεση αυτή και τι συνέπειες είχε για τα ΜΜΕ.

Τα ερωτήματα αυτά δεν μπορούσαν να αντιμετωπιστούν χωρίς, πρώτα, μια σειρά από διασαφηνίσεις εννοιών και όρων. Ακόμα περισσότερο, υπήρχε ανάγκη για μια τοποθέτηση του ερωτήματος σε σχέση με τις αλλαγές στις καπιταλιστικές κοινωνίες τις τελευταίες τέσσερις δεκαετίες. Αυτό απαιτούσε μια οπτική ιστορική που να αντιλαμβάνεται ότι η θέση των ΜΜΕ εντός των καπιταλιστικών κοινωνιών μεταβάλλεται ουσιαστικά στα πλαίσια των τελευταίων δεκαετιών. Αυτό σημαίνει να αποφύγουμε, όπως τονίζει ο Πλειός, μια προσέγγιση όπου «η ιστορικότητα της ανάλυσης... εννοείται ως τοποθέτηση της στο χώρο και το χρόνο των γεγονότων, χωρίς να μεταβάλλεται η βασική θέση για τη σχέση των Μέσων και των άλλων θεσμών» (Πλειός, 2011: 21). Αντίστοιχα απαιτούσε μια εθνικά προσαρμοσμένη οπτική, στις συνθήκες της σύγχρονης ελληνικής κοινωνίας, πάντα όμως σε διάκριση με προσεγγίσεις που τονίζουν τη

μοναδικότητα του «ελληνικού φαινομένου» είτε για να το εξυμνήσουν είτε, πιο συχνά πλέον, για να το οικτίρουν.

Με βάση τα παραπάνω, το θέμα της παρούσας διατριβής είναι διπλό: α) η γενική σχέση του νεοφιλελευθερισμού με τα ΜΜΕ και β) η σχέση του ελληνικού νεοφιλελευθερισμού με το αντίστοιχο επικοινωνιακό σύστημα στο πλαίσιο των τελευταίων τριών δεκαετιών. Η αναφορά στον νεοφιλελευθερισμό είναι επίσης διπλή: αφορά τόσο τους μετασχηματισμούς μέσα στην κυρίαρχη ιδεολογία και την κυριαρχία των νεοφιλελεύθερων ιδεών όσο και τον νεοφιλελευθερισμό ως εφαρμοσμένη πολιτική που αλλάζει τις κοινωνικές και πολιτικές συμμαχίες επί των οποίων στηρίζεται ο σύγχρονος καπιταλισμός.

Σε αντίθεση με ό,τι θα ανέμενε κανείς, δεν επελέγη μια ανάλυση περιεχόμενου των ελληνικών ΜΜΕ την περίοδο της κρίσης. Υπάρχουν ήδη αρκετές, αξιόλογες και δημοσιευμένες έρευνες σε αυτή την κατεύθυνση και θα παρουσιαστούν στο 5<sup>ο</sup> κεφάλαιο μαζί με μια έρευνα του Εργαστηρίου Κοινωνικής Έρευνας στα ΜΜΕ του τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του ΕΚΠΑ, στην οποία συμμετείχε και ο γράφοντας. Κοινό σημείο σύγκλισης της υπάρχουσας βιβλιογραφίας είναι η σύγκλιση/στράτευση των εμπορικών ΜΜΕ στη νομιμοποίηση των μνημονίων και των νεοφιλελεύθερων πολιτικών λιτότητας. Η σύγκλιση αυτή (και στο βαθμό που συνέβη) θέτει υπό αίρεση το κλασικό σχήμα της «σχετικής αυτοτέλειας των ΜΜΕ» από τους φορείς εξουσίας — θέμα που θα εξεταστεί στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο. Συνεπώς, η παρούσα διατριβή φιλοδοξεί να κατανοήσει τα αίτια της συγκεκριμένης στράτευση καθώς και τις συνέπειες που είχε.

### Μεθοδολογία

Όπως έχει ήδη γίνει κατανοητό, η παρούσα διατριβή προσεγγίζει τα ερωτήματα της από την οπτική της κριτικής θεωρίας. Η κριτική θεωρία, σε επίπεδο ανάλυσης, αντιλαμβάνεται τις κοινωνίες ως ταξική διαιρεμένες και εγγενώς ανταγωνιστικές, όντας σε συνθήκες διαρκούς σύγκρουσης γύρω από τα ζητήματα της εκμετάλλευσης και της κυριαρχίας. Επιπλέον, εμπεριέχει μια σαφή κανονιστική διάσταση καθώς θέτει το στόχο

του μετασχηματισμού της κοινωνικής πραγματικότητας με στόχο την υπέρβαση της εκμετάλλευσης κάθε είδους.

Πιο συγκεκριμένα, η παρούσα διατριβή εμφορείται, συνειδητά, από τη μαρξιστική προβληματική, όχι ως ένα έτοιμο σύνολο απαντήσεων που αρκεί να «εφαρμοστούν» σε κάθε συνθήκη αλλά ως μια ιστορικά εξελισσόμενη μέθοδο (Lukács, 2001), αναγκαστικά ανοιχτή σε νέες προσεγγίσεις. Από αυτή τη σκοπιά, ενσωματώθηκαν στην παρούσα διατριβή ένα πλήθος διαφορετικών ερευνών και θεωρήσεων που θεωρήθηκαν αναγκαίες τόσο ως προς τα ερευνητικά ερωτήματα, αλλά και ως προς την ανανέωση της μαρξιστικής μελέτης των ΜΜΕ.

Σε σχέση με τη μελέτη των ΜΜΕ καθεαυτή, είναι ιδιαίτερα γνωστό το «σχίσμα» εντός της κριτικής θεωρίας μεταξύ προσεγγίσεων που εστιάζουν στην τοποθέτηση των ΜΜΕ στο πεδίο της οικονομίας (τα ΜΜΕ ως καπιταλιστικές επιχειρήσεις) και σε εκείνες που εστιάζουν στη μελέτη του περιεχομένου των ΜΜΕ (τα ΜΜΕ ως φορείς της κυρίαρχης ιδεολογίας). Η διάσταση αυτή είναι ιδιαίτερα εμφανής στον θεωρητικό διάλογο που έμεινε γνωστός ως «the blindspot debate». Από τη μια πλευρά, αναπτύχθηκε η οικονομική σημασία των Μέσων όπως αυτή προκύπτει από την πώληση του κοινού τους ως εμπόρευμα (Smythe, 1977), ενώ από την άλλη η θέση αυτή δέχθηκε κριτική καθώς υποτιμά την ιδεολογική-πολιτιστική διάσταση των μέσων που συμβάλλει έμμεσα στην αναπαραγωγή του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής (Murdock, 1978). Στο δεύτερο κείμενο του Smythe (1978) σε αυτό το διάλογο γίνεται μια προσπάθεια σύγκλισης των δύο προσεγγίσεων καθώς τονίζεται η ιδεολογική διάσταση της διαφήμισης και η ευρύτερη ιδεολογικό-πολιτιστική σημασία της διάρρηξης των ορίων ανάμεσα στο χρόνο παραγωγής και στο λεγόμενο «ελεύθερο χρόνο». Όμως, το ρήγμα δεν γεφυρώθηκε πλήρως και στην πορεία εντάθηκε καθώς ακολουθήθηκαν ριζικά διαφορετικές στρατηγικές μελέτης των μέσων.

Ωστόσο, είναι σαφές πλέον ότι η διαίρεση αυτή δεν είναι επιστημολογικά χρήσιμη καθώς και ότι ο συνδυασμός των δύο προσεγγίσεων είναι αναγκαίος. Αντίστοιχα δεν είναι χρήσιμη η διαίρεση ανάμεσα σε προσεγγίσεις που εστιάζουν στον καθορισμό των μέσων επικοινωνίας από τον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής και σε



όσες εστιάζουν στην αυτοτέλεια των υποκειμένων που εμπλέκονται στη διαδικασία της μαζικής επικοινωνίας. Το ζητούμενο είναι με ποιο τρόπο αρθρώνεται μια οικονομική δομή με ένα περιεχόμενο, με ποιο τρόπο συνυπάρχουν, συγκρούονται αλλά και συνδυάζονται ο καθορισμός από την κυρίαρχη τάξη πραγμάτων με την αυτοτέλεια όσων εργάζονται στα μέσα επικοινωνίας. Παραμένει ανοιχτή και γόνιμη η πρόκληση του Πλειού για ένα ενιαίο μεθοδολογικό πλαίσιο επικοινωνιακής και πολιτικό-οικονομικής θεωρίας (Πλειός, 1993: 75). Η ρίζα αυτής της προσέγγισης έγκειται στην κατανόηση της παραγωγής με διπλό τρόπο: ως μια διαδικασία μετασχηματισμού της ύλης αλλά και ως μια διαδικασία που εδράζεται σε σχέσεις επικοινωνίας και που (ιδίως στον σύγχρονο καπιταλισμό) τροφοδοτείται από την ανταλλαγή συμβόλων.

Με βάση τα παραπάνω και μέσα από τη βιβλιογραφική μελέτη, αναδείχθηκε η έννοια της ηγεμονίας ως κεντρική για την κατανόηση του συνόλου των σχέσεων που μας ενδιαφέρουν. Μέσα από την έννοια της ηγεμονίας, ο Ιταλός διανοούμενος Antonio Gramsci ανέπτυξε μια προσέγγιση για το πώς οικονομικές, πολιτικές και πολιτισμικές σχέσεις συνενώνονται σε ιστορικά δοσμένα σχήματα (ιστορικά μπλοκ) τα οποία αποτυπώνονται σε αντίστοιχες κοινωνικο-πολιτικές συμμαχίες που ηγούνται των καπιταλιστικών κοινωνιών. Με βάση την έννοια της ηγεμονίας, προσεγγίστηκε το κεντρικό ερώτημα της διατριβής ώστε να εξεταστεί το πώς ο νεοφιλελευθερισμός αλλάζει την άσκηση της ηγεμονίας στις αναπτυγμένες καπιταλιστικές κοινωνίες αλλά και το πώς το νέο μοντέλο ηγεμονίας κλονίζεται μετά την κρίση του 2008. Καθώς σημείο αναφοράς είναι τα ΜΜΕ –ως σημαντικός παράγοντας διαμόρφωσης και ανανέωσης ενός ιστορικού μπλοκ– η ανάλυση αυτής της πορείας θα εστιάσει σε αυτά.

Χωρίς αυταπάτες ότι σε ένα θεωρητικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε στη δεκαετία του 1920 είναι κρυμμένη η «αλήθεια», η έννοια της ηγεμονίας καταλαμβάνει κεντρική θέση ως βασική μέθοδος για να μπορέσουμε να δώσουμε τις, κάθε φορά διαφορετικές, απαντήσεις στο ερώτημα που ταλανίζει την κριτική θεωρία γενικά αλλά και την παρούσα διατριβή: για ποιο λόγο άτομα και ομάδες, εντάσσονται σε κοινωνικά και πολιτικά σχέδια που στρέφονται ενάντια στα συμφέροντα τους.

### Ανασκόπηση της διατριβής

Τα κεφάλαια 1-2-3 έχουν μεθοδολογικό χαρακτήρα. Αποτελούν μια προσπάθεια να αποσαφηνιστούν έννοιες που εμφανίζονται συχνά στην κριτική θεωρία χωρίς ωστόσο να είναι πάντα ξεκάθαρο πώς τις αντιλαμβάνεται ο εκάστοτε συγγραφέας. Τα κεφάλαια 4-5 είναι μια προσπάθεια να εφαρμοστούν αυτές οι έννοιες πρώτα σε ένα συγκεκριμένο ιστορικό πλαίσιο (την ανάδυση του νεοφιλελευθερισμού) και μετά σε ένα ιστορικό και εθνικό πλαίσιο (την ελληνική κοινωνία από το 1990 μέχρι σήμερα, με έμφαση πάντα στην περίοδο της κρίσης).

Το 1ο κεφάλαιο αναλύει τις έννοιες «τρόπος παραγωγής» και «τρόπος επικοινωνίας» και την αλληλοεπίδραση τους στα πλαίσια των καπιταλιστικών κοινωνιών. Επιχειρείται μια σύντομη ανασκόπηση των διαφορετικών περιόδων ανάπτυξης του καπιταλισμού και της συγκεκριμένης κάθε φοράς σχέσης ανάμεσα στον τρόπο παραγωγής και τον τρόπο επικοινωνίας. Το κεφάλαιο αυτό θέτει τις βάσεις για να κατανοήσουμε το πώς οι αλλαγές στο επίπεδο της επικοινωνίας συνδέθηκαν με τις αλλαγές που έφερε ο νεοφιλελευθερισμός στο πεδίο της οικονομίας.

Το 2ο κεφάλαιο στρέφεται στην έννοια της ιδεολογίας και της ηγεμονίας και τη σχέση τους με τα ΜΜΕ. Εξετάζεται η θέση περί «τέλους της ιδεολογίας» και το πλαίσιο στο οποίο αναδύθηκε. Επιχειρείται μια σύνοψη των βασικών θέσεων μελετητών της κριτικής θεωρίας σε σχέση με την ιδεολογία προκειμένου να αποσαφηνιστεί ο όρος αλλά και να τονιστεί η σημασία του σε σχέση με τις καπιταλιστικές κοινωνίες. Αντίστοιχα, εξετάζεται ο όρος της ηγεμονίας αλλά και ένα πλαίσιο κριτικής ως προς αυτόν και η θεώρηση της «μετά-ηγεμονικής κοινωνίας». Εισάγεται η έννοια του «μοντέλου ηγεμονίας» για να τονιστεί η ιστορικά και εθνικά συγκεκριμένη κάθε φορά προσπάθεια της άρχουσας τάξης να αναπτύξει συμμαχίες και να διατηρήσει την κυριαρχία της. Στη συνέχεια, οι έννοιες ιδεολογία και ηγεμονία εξετάζονται σε σχέση με την ιστορική ανάπτυξη των ΜΜΕ προκειμένου να αναδειχθεί ο στενός δεσμός αυτών των φαινομένων. Το κεφάλαιο αυτό βοηθάει στην αποσαφήνιση κάποιων αναγκαίων εννοιών, διευκρινίζει κάποιες συνηθισμένες συγχύσεις όπως η ταύτιση της ιδεολογίας με κάποιο είδος εξαπάτησης του κυριαρχούμενου. Τέλος, θέτει τις βάσεις για να

εξεταστεί στη συνέχεια η «νεοφιλελεύθερη ιδεολογία» και το «νεοφιλελεύθερο μοντέλο ηγεμονίας».

Το 3ο κεφάλαιο αναφέρεται στις σχέσεις των ΜΜΕ με τους φορείς πολιτικής και οικονομικής εξουσίας. Παρουσιάζονται συνοπτικά οι διαφορετικές προσεγγίσεις της φιλελεύθερης και της κριτικής παράδοσης στη θεωρία των ΜΜΕ. Εξετάζονται οι βασικές θέσεις της κριτικής θεωρίας για τις αιτίες της πρόσδεσης των ΜΜΕ στην κρατική εξουσία, ενώ ασκείται κριτική σε νεότερες θεωρήσεις περί εποικισμού της πολιτικής εξουσίας από τα ΜΜΕ. Αντίστοιχα, εξετάζεται η οικονομική εξουσία της ιδιοκτησία των ΜΜΕ. Στο τέλος του κεφαλαίου, παρουσιάζονται κάποιοι βασικοί μηχανισμοί αλλά και συγκεκριμένες κοινωνικές και πολιτικές συγκυρίες μέσα στις οποίες τα ΜΜΕ αποκτούν μεγαλύτερους βαθμούς αυτοτέλειας από τους φορείς εξουσίας αλλά και τα όρια αυτής της αυτοτέλειας. Το κεφάλαιο αυτό επιχειρεί να περιγράψει συγκεκριμένες δυναμικές και αντιθέσεις στο εσωτερικό των ΜΜΕ οι οποίες έχουν σημασία σε σχέση τόσο με τον νεοφιλελευθερισμό γενικά όσο και ειδικότερα με την περίοδο της κρίσης και τα ελληνικά ΜΜΕ.

Το 4ο κεφάλαιο στρέφεται στο ζήτημα του νεοφιλελευθερισμού. Αρχικά, εξετάζεται συνοπτικά το πλαίσιο της κρίσης της δεκαετίας του '70 εντός του οποίου μπήκε σε κρίση το προηγούμενο μοντέλο ηγεμονίας και αναδείχθηκε η νεοφιλελεύθερη στροφή. Με βάση αυτό παρουσιάζονται οι βασικές αρχές της νεοφιλελεύθερης ιδεολογίας ως μια προσπάθεια εκ νέου νοηματοδότησης της έννοιας του φιλελευθερισμού αλλά και ως ανοιχτή σύγκρουση με τα ρεύμα της κριτικής θεωρίας και του ριζοσπαστισμού που αναδείχθηκαν στις δυτικές καπιταλιστικές κοινωνίες τη δεκαετία του '60. Στη συνέχεια εξετάζεται εφαρμογή της νεοφιλελεύθερης πολιτικής στο πεδίο των ΜΜΕ και οι συνέπειες της τόσο οι άμεσες (απορρύθμιση, μεγαλύτερη συγκέντρωση ιδιοκτησίας) όσο και οι έμμεσες (ενδεικτικά: ενίσχυση σημασίας διαφήμισης, ενημερωδιασκέδαση, κυριαρχία ευχάριστης πληροφόρησης). Στο τέλος του κεφαλαίου, γίνεται προσπάθεια να οριστεί το «νεοφιλελεύθερο μοντέλο ηγεμονίας», τονίζοντας τον ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο των ΜΜΕ εντός του. Σύμφωνα με όσα περιεγράφηκαν στα κεφάλαια 1 & 2, ο ρόλος των ΜΜΕ τοποθετείται τόσο σε σχέση με

την κυρίαρχη ιδεολογία όσο και σε σχέση με τη συμβολή τους στις αναδιαρθρώσεις του τρόπου παραγωγής.

Το 5ο κεφάλαιο στρέφεται στην Ελλάδα και την κρίση. Αρχικά, εξετάζεται η ιδιαίτερα συνήθης θέση στην ελληνική βιβλιογραφία σχετικά με τις ιδιαιτερότητες της ελληνικής κοινωνίας και το σε ποιο βαθμό τη διαφοροποιούν από τις ανεπτυγμένες καπιταλιστικές κοινωνίες. Στη συνέχεια, με σημείο αφετηρίας την απορρύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού πεδίου, εξετάζονται οι αλλαγές στο ελληνικό επικοινωνιακό σύστημα. Φτάνοντας στο 2008, αναδεικνύεται η σημασία της κρίσης και οι ριζικοί μετασχηματισμοί τόσο οικονομικοί όσο και πολιτικοί σε σχέση με τα ΜΜΕ. Παρουσιάζονται στοιχεία τόσο σε σχέση με τα οικονομικά δεδομένα των ΜΜΕ (ιδιοκτησία, διαφημιστικά έσοδα) όσο και σε σχέση με την αξιοπιστία τους και τη στάση του κοινού απέναντι τους. Αναλύεται η στράτευση των Μέσων στην υπεράσπιση των κυρίαρχων πολιτικών. Εξετάζεται το 2015 και το δημοψήφισμα ως σημείο τομής σε σχέση με την απονομιμοποίηση των Μέσων όσο και ως σημείο μετασχηματισμού του επικοινωνιακού συστήματος. Η σύνοψη του κεφαλαίου αναδεικνύει τη μόνιμη κρίση νομιμοποίησης στην οποία έχουν εισέλθει τα ελληνικά ΜΜΕ καθώς και το πώς αυτή συνδέεται με τον νεοφιλελευθερισμό.

Τέλος, στο κεφάλαιο των συμπερασμάτων, με βάση όσα προηγήθηκαν, καταλήγουμε σε μια βασική αντίφαση που διέπει τη σχέση του νεοφιλελευθερισμού με τα ΜΜΕ: από τη μια, το νέο μοντέλο ηγεμονία στηρίζεται στην αναβάθμιση του ρόλου των ΜΜΕ σε όλες τις διαστάσεις τους και, από την άλλη, η υποβάθμιση της αυτοτέλειάς τους και, εν τέλει, η κρίση νομιμοποίησης. Αναλύεται το πώς αναδείχθηκε ιδιαίτερα έντονα αυτή η αντίφαση στην περίπτωση της Ελλάδας, στοιχείο που αποδεικνύει ότι το ελληνικό επικοινωνιακό σύστημα δεν χαρακτηρίζεται τόσο από τις ιδιαιτερότητες του όσο από την τάση να εκφράζει με έντονο τρόπο τις γενικές τάσεις και αντιφάσεις της σχέσης νεοφιλελευθερισμού και ΜΜΕ.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> : ΤΡΟΠΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Το παρόν κεφάλαιο θα εξετάσει τις σχέσεις ανάμεσα στον τρόπο παραγωγής και στον τρόπο επικοινωνίας. Αρχικά, θα παρουσιαστούν συνοπτικά οι γενικές σχέσεις ανάμεσα στην υλική παραγωγή και ανταλλαγή και την παραγωγή και ανταλλαγή συμβόλων. Στη συνέχεια, θα εξεταστεί η προσέγγιση του Marx για τον καπιταλισμό της εποχής και την ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας ως γενικό όρο της παραγωγής. Αντίστοιχα, θα παρουσιαστεί η εμπορευματοποίηση και αναδιάρθρωση των μέσων στο πλαίσιο του μονοπωλιακού καπιταλισμού, ενώ στο τέλος του κεφαλαίου θα παρουσιαστούν οι μετασχηματισμοί των μέσων επικοινωνίας υπό το πρίσμα του σύγχρονου-νεοφιλελεύθερου καπιταλισμού. Τα συμπεράσματα στο τέλος του κεφαλαίου θα αξιοποιηθούν στα επόμενα κεφάλαια και ιδίως στο 4<sup>ο</sup> που εστιάζει στη σχέση νεοφιλελευθερισμού και ΜΜΕ.

### 1.1 Εισαγωγικές παρατηρήσεις για τη σχέση επικοινωνίας και παραγωγής

Κατά τον ορισμό του Πλειού, «ο “τρόπος παραγωγής” χαρακτηρίζει την κοινωνική δομή και τον τροπισμό της υλικής-οικονομικής δραστηριότητας της κοινωνίας, ενώ ο “τρόπος επικοινωνίας” τη συμβολική-κοινωνική διάσταση και τον τροπισμό των διυποκειμενικών σχέσεων που απορρέουν από την πρώτη και την καθιστούν δυνατή» (Πλειός, 2011: 32). Ακολουθώντας τις αρχές του ιστορικού υλισμού, ο Πλειός θεωρεί τη διαδικασία υλικής παραγωγής ως πρωταρχική και αναγκαία για την ύπαρξη κοινωνικών σχέσεων. Όμως οι σχέσεις αυτές διατηρούνται, αναπαράγονται και εξελίσσονται μόνο μέσα από την ανταλλαγή συμβόλων — η ανταλλαγή αυτή συστηματοποιείται μέσα από την άρθρωση ενός συγκεκριμένου τρόπου επικοινωνίας. Σε κάθε περίπτωση, η θεώρηση αυτή είναι αφηρημένη και γενική — το παρόν κεφάλαιο αλλά και ολόκληρη η παρούσα διατριβή, στρέφονται στην ιστορικά συγκεκριμένη σχέση μεταξύ παραγωγής και επικοινωνίας στα πλαίσια του νεοφιλελεύθερου καπιταλισμού.

Όπως είναι προφανές, υπάρχει μια γενική συστοιχία στην εξέλιξη επικοινωνίας- παραγωγής. Αμφότερες είναι διαδικασίες που περιλαμβάνουν τη σκοποθετούμενη δραστηριότητα με στόχο το μετασχηματισμό της αντικειμενικής πραγματικότητας. Αμφότερες αποτελούν ειδολογικά χαρακτηριστικά του ανθρώπινου είδους· η παραγωγή και η επικοινωνία, όπως αποτυπώνονται στην ανάπτυξη εργαλείων και γλώσσας, διαφοροποιούν τον άνθρωπο μέσα στο ζωικό βασίλειο. Όπως τονίζουν οι Marx & Engels, οι άνθρωποι αρχίζουν να διακρίνονται από τα ζώα «μόλις αρχίσουν να παράγουν τα μέσα της συντήρησής τους... η παραγωγή αυτή εμφανίζεται με την αύξηση του πληθυσμού. Με τη σειρά της προϋποθέτει την επικοινωνία (*Verkehr*) των ατόμων μεταξύ τους» (Marx & Engels, 1997: 61-62, έμφαση δική μου). Η έννοια του *Verkehr* εδώ είναι ακόμα ασαφής καθώς αποδίδει την επικοινωνία, τη μεταφορά αλλά και κυριότερο, τις σχέσεις παραγωγής έτσι ώστε τα μέσα επικοινωνίας (*Verkehrsmittel*) να «χρησιμοποιούνται εδώ για να αποδώσουν την έννοια *Produktionsverhältnisse* (σχέσεις παραγωγής)» (Marx & Engels, 1997: 40 – εισαγωγή στη ρωσική έκδοση του 1956). Σε κάθε περίπτωση, όμως, μας δίνουν μια πρώτη εικόνα: ο άνθρωπος, για να αναπαραχθεί, παράγει και για να το κάνει αυτό συγκροτεί επικοινωνιακές σχέσεις. Για τον άνθρωπο, εργασία και επικοινωνία είναι βασικό κομμάτι της διαδικασίας μετασχηματισμού της αντικειμενικής πραγματικότητας αλλά και του ίδιου του ανθρώπου.

Με τη διαδικασία επικοινωνίας, κάθε άτομο θέτει τον εαυτό του σε διάκριση από τα υπόλοιπα και, συγχρόνως, διακρίνει τις έννοιες από αυτά στα οποία αναφέρονται. Κατά αναλογία, ο άνθρωπος που αναπτύσσει εργαλεία (και με αυτό τον τρόπο, θέτει εαυτόν «απέναντι» από το φυσικό περιβάλλον), αναπτύσσει και μια γλώσσα μέσα από την οποία ξεχωρίζει η αναπαράσταση από το αναπαριστώμενο. Ο Lukács, αναφερόμενος στη διάκριση υποκειμένου-αντικειμένου μέσα από την εργασία, τονίζει ότι «αυτό το είδος αποστασιοποίησης δημιουργεί και την αναγκαία βάση για την ανθρώπινη κοινωνική ύπαρξη όσο και κάτι που είναι προικισμένο με μια δική του ζωή: τη γλώσσα» (Lukács, 1980: 100)<sup>1</sup>. Έτσι, ο άνθρωπος αναπτύσσει τις βάσεις της ατομικής και κοινωνικής συνείδησης, αναπτύσσοντας διαμεσολαβήσεις (εργαλεία, γλώσσα) ανάμεσα σε αυτόν και τα άλλα άτομα αλλά και ανάμεσα σε αυτόν και τον φυσικό κόσμο.

Αυτή είναι η διαλεκτική της ανθρώπινης ανάπτυξης: προκειμένου τα μεμονωμένα άτομα να έρθουν πιο κοντά (να αναπτύξουν κοινωνικές συγκροτήσεις) πρέπει πρώτα να «απομακρυνθούν»: αντίστοιχα, ο άνθρωπος, για να αξιοποιήσει τη φύση και να την κατανοήσει, πρέπει πρώτα να «σπάσει» την αμεσότητα της ύπαρξης του εντός της.

Υπό αυτή την έννοια, ο Siegelauβ γράφει ότι «μαζί με την ανθρώπινη εργασία, η εξέλιξη της επικοινωνίας είναι ένα από τα πιο ειδοποιά χαρακτηριστικά του ανθρώπινου είδους» (Siegelauβ , 1979: 11). Η επικοινωνία, στην πιο προφανή εκδήλωση της, τη γλώσσα έχει σαφή υλική διάσταση αφού είναι αξεδιάλυτη από τη διαδικασία μετασχηματισμού της φύσης αλλά και του ίδιου του ανθρώπου. Για αυτό το λόγο, «η ομιλία είναι πρακτική συνείδηση που υπάρχει επίσης για άλλους ανθρώπους και για αυτό το λόγο υπάρχει πραγματικά και για μένα μονάχα προσωπικά» (Marx & Engels, 1997: 75-76).

Ο Mattelart συνοψίζει ως εξής τη σχέση ανάμεσα στον τρόπο παραγωγής και στον τρόπο επικοινωνίας: «Ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιείται η επικοινωνιακή διαδικασία, η οποία ορίζει την διαχείριση και ανταλλαγή μηνυμάτων, συμβαδίζει με τους γενικούς μηχανισμούς παραγωγής και ανταλλαγής που καθορίζουν όλη την ανθρώπινη δραστηριότητα στην καπιταλιστική κοινωνία» (Mattelart, 1979: 36). Αντίστοιχα, για τον Raymond Williams, υπάρχει μια αξεδιάλυτη σχέση ανάμεσα στον τρόπο παραγωγής και τον τρόπο επικοινωνίας. Όπως γράφει: «η επικοινωνία και τα υλικά μέσα της είναι εγγενή σε όλες τις μορφές εργασίας και κοινωνικής οργάνωσης που χαρακτηρίζουν τον άνθρωπο και συνιστούν, συνεπώς, αναγκαία στοιχεία και των παραγωγικών δυνάμεων και των κοινωνικών σχέσεων παραγωγής» (Williams, 2005: 50). Η εργασία συνδέεται με τα μέσα επικοινωνίας, από τα πιο απλά μέχρι τα πιο σύνθετα. Στα εργαλεία για τον μετασχηματισμό της πραγματικότητας συγκαταλέγεται και η γλώσσα στο βαθμό που είναι κομμάτι του συντονισμού και της κατεύθυνσης της ανθρώπινης δραστηριότητας.

Όμως τα παραπάνω δεν μας λένε αρκετά για τη σχέση του τρόπου παραγωγής και του τρόπου επικοινωνίας στα πλαίσια του καπιταλισμού. Όπως αναφέρει ο Πλειός, στις πρωτόγονες κοινωνίες, επικοινωνίας και εργασία βρίσκονται σε «πλήρη οργανική ενότητα και μη διάκριση». Ωστόσο, καθώς «η συσσώρευση πλούτου, η παράγωγή και η

ανταλλαγή με τελικότητα, οι σχέσεις κυριαρχίας και ανισότητας επιβάλλονται...η παραγωγή και η ανταλλαγή του νοήματος... αρχίζει να διαχωρίζεται από την εργασία» (Πλειός, 1993: 49). Οι σχέσεις ανισότητας προσδιορίζονται από ένα πλαίσιο όπου ένα – σταδιακά όλο και μεγαλύτερο– τμήμα της γενικής ανθρώπινης παραγωγής δεν προορίζεται για ατομική ή κοινοτική κατανάλωση αλλά ενσωματώνεται σε εμπορεύματα. Η οργάνωση του τρόπου επικοινωνίας επικαθορίζεται από τον τρόπο παραγωγής και ιδίως από τον στόχο της κερδοφορίας – αρχικά έμμεσα (τα μέσα επικοινωνίας ως παράγοντας διευκόλυνσης της κερδοφορίας) και στη συνέχεια άμεσα (τα μέσα επικοινωνίας ως κερδοφόρες επιχειρήσεις και η συμβολική ανταλλαγή ως μέσο τόνωσης των κερδών).

Χρειάζεται να μετατοπίσουμε συνεπώς το ερώτημα από τη γενική σχέση επικοινωνίας και παραγωγής στον ιστορικά προσδιορισμένο τρόπο που τα μέσα επικοινωνίας αναπτύσσονται σε συνάρτηση με τη γενίκευση της μορφής του εμπορεύματος και την καπιταλιστική οργάνωση της παραγωγής.

## 1.2 Η συμβολή του Marx

Σε αντίθεση με την άποψη ότι η σκέψη του Marx είναι «σιωπηρή» σε σχέση με τα μέσα επικοινωνίας, μπορούμε στο έργο του να βρούμε τις αναγκαίες αφετηρίες, λαμβάνοντας πάντα υπόψη το ιστορικό πλαίσιο εντός του οποίου γράφει.

Για τους Marx & Engels, η εμφάνιση του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής αποτελεί ένα σημείο τομής στην ιστορία. Ήδη από τη *Γερμανική Ιδεολογία*, τονίζουν τη σημασία της μεγάλης βιομηχανίας για την επιτάχυνση της διασύνδεσης της ανθρωπότητας, εστιάζοντας στη σημασία της παγκόσμιας αγοράς που καταργεί στενότητα των κοινωνικών σχέσεων και συμβάλλει στην ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας και μεταφοράς (Marx & Engels, 1997: 110).

Στο *Κεφάλαιο*, ο Marx παρουσιάζει τις απαιτήσεις του περάσματος σε ένα νέο τρόπο παραγωγής σε σύγκριση με τις δυνατότητες των μέσων επικοινωνίας μιας προηγούμενης περιόδου που δεν είναι πια επαρκείς. Γράφει σχετικά «Η ανατροπή του τρόπου παραγωγής σε μια σφαίρα της βιομηχανίας προκαλεί την ανατροπή του στις



άλλες σφαίρες. ... Η επανάσταση στον τρόπο παραγωγής της βιομηχανίας και της γεωργίας έκανε όμως απαραίτητη και μια επανάσταση στους γενικούς όρους της κοινωνικής διαδικασίας παραγωγής, δηλ. στα επικοινωνίας και μεταφοράς. ...τα μέσα μεταφοράς και επικοινωνίας που κληρονομήθηκαν από την περίοδο της μανουφακτούρας μετατράπηκαν σύντομα σε αφόρητη τροχοπέδη για τη μεγάλη βιομηχανία με την πυρετωδική της ταχύτητα της παραγωγής» (Marx, 2009: 398-399).

Η έννοια των «γενικών όρων της κοινωνικής διαδικασίας παραγωγής» έχει σημασία. Ο καπιταλισμός, επεκτείνεται σε παγκόσμια κλίμακα. Προκειμένου να το κάνει αυτό, πρέπει να αναπαράγει διαρκώς κάποιες βασικές προϋποθέσεις που επιτρέπουν την εδραίωση της μεγάλης βιομηχανίας, την ανάπτυξη της σε εθνική κλίμακα και την υπαγωγή της εργασίας στο κεφάλαιο. Μέσα σε αυτές, συμπεριλαμβάνεται η ύπαρξη ενός δικτύου μεταφορών που επιτρέπει τον συντονισμό της παραγωγικής δραστηριότητας που απαιτεί μεγάλη ταχύτητα και κλίμακα. Ο συντονισμός δεν είναι κοινωνικά ουδέτερος αλλά αποτελεί κομμάτι του καταμερισμού εργασίας.

Το δεύτερο σημείο είναι ότι ο Marx αντιλαμβάνεται την αλληλεπίδραση παραγωγής-επικοινωνίας, δίνοντας μια πρωταρχικότητα στην παραγωγή. Ο τρόπος παραγωγής τροφοδοτεί την αλλαγή των κοινωνικών σχέσεων και ο τρόπος επικοινωνίας ακολουθεί, είτε διευκολύνοντας το μετασχηματισμό είτε δυσχεραίνοντας τον. Σε κάθε περίπτωση όμως, η επικοινωνία είναι συνυφασμένη με τις παραγωγικές σχέσεις και οι τελευταίες δεν μπορούν να κατανοηθούν χωρίς αναφορά σε αυτήν — αυτό είναι ένα ζήτημα που συχνά έχει υποτιμηθεί από τη μαρξιστική θεωρία.

Το κεφάλαιο, ως κοινωνική σχέση, ισχυροποιείται από την ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας ακόμα και αν δεν προκύπτει κέρδος για κάποιον μεμονωμένο επιχειρηματία. Όπως γράφει ο Marx: «Το κεφάλαιο τείνει από τη φύση του να ξεπεράσει κάθε τοπικό φραγμό. Όστε η δημιουργία των φυσικών όρων της ανταλλαγής —των μέσων επικοινωνίας και μεταφοράς—, η εκμηδένιση δηλαδή του χώρου με μέσο τον χρόνο, γίνεται για το κεφάλαιο αναγκαιότητα σε ολότελα διαφορετικό βαθμό. Στο μέτρο που το άμεσο προϊόν μπορεί να αξιοποιηθεί μαζικά σε μακρινές αγορές μόνο στο βαθμό που μειώνεται το κόστος μεταφοράς · κι από την άλλη μεριά, στο μέτρο που τα

*μέσα επικοινωνίας και η μεταφορά δεν μπορούν να αποτελέσουν τα ίδια σφαίρες αξιοποίησης» (Marx, 1990: 397, σημείωση δική μου).*

Η παρατήρηση αυτή συνάδει με μελέτες της ιστορίας του Τύπου· ο Schudson, αναφερόμενος στον αμερικανικό Τύπο προ του 1830 τονίζει ότι κατά βάση ήταν «προσωπική υπόθεση» καθώς ένα άτομο είχε το ρόλο του συντάκτη, ρεπόρτερ, υπεύθυνου για τα οικονομικά ζητήματα αλλά και τα τεχνικά της έκδοσης (Schudson, 1981: 16). Απουσιάζει, δηλαδή, ο καταμερισμός εργασίας και η έκδοση της εφημερίδας αποσκοπεί πρωτίστως στην έκφραση των απόψεων του εκδότη ή/και του πολιτικού πάτρωνά του.

Φυσικά, η διαδικασία αυτή μας εισάγει στην καρδιά της ανάπτυξης των μέσων επικοινωνίας εντός του καπιταλισμού καθώς αναδεικνύονται κέντρα συμβολικής εξουσίας που το κράτος και η εκκλησία επιχειρούν να θέσουν υπό τον έλεγχο τους (Thompson, 1995). Μέσα σε μια περίοδο μετασχηματισμού και της ίδιας της πολιτικής εξουσίας με την άνοδο του κοινοβουλευτισμού, αλλάζουν οι όροι διεξαγωγής της πολιτικής και ιδεολογικής σύγκρουσης. Τα μέσα επικοινωνίας, σε αυτό το πλαίσιο, έχουν μεγάλη πολιτική σημασία αλλά όχι άμεσα οικονομική.

Τα παραπάνω, φυσικά, οριοθετούν τη σκέψη του Marx σε σχέση με τις εξελίξεις του 20<sup>ου</sup> αιώνα και ιδίως των τελευταίων δεκαετιών ωστόσο δεν την καθιστούν άκυρη. Ο Marx συνέλαβε την ανάγκη του κεφαλαίου για επιτάχυνση του περάσματος από τη σφαίρα της παραγωγής στη σφαίρα της κυκλοφορίας. Η απόσπαση υπεραξίας στη σφαίρα της παραγωγής δεν επαρκεί στο βαθμό που αυτή η υπεραξία δεν πραγματώνεται αρκετά γρήγορα ώστε να επενδυθεί εκ νέου και να παράγει νέα αξία. Ο Marx τονίζει στα Grundrisse τη σημασία της κυκλοφορίας: «Η κυκλοφορία συντελείται στον χώρο και τον χρόνο... ακριβέστερα, το τοπικό αυτό συνθετικό στοιχείο...θα μπορούσε να θεωρηθεί σαν μετατροπή του προϊόντος σε εμπόρευμα. Εμπόρευμα είναι μόλις βρεθεί στην αγορά... δεύτερο, το χρονικό συνθετικό στοιχείο. Αυτό στην ουσία ανήκει στην έννοια της κυκλοφορίας... Άλλος είναι ο χρόνος που περνά γενικά μέχρι τη μετάβαση του εμπορεύματος στο χρήμα · ή ο χρόνος που στη διάρκεια του το εμπόρευμα μένει εμπόρευμα, δυνητική μόνο και όχι πραγματική αξία. Αυτός είναι καθαρή ζημιά. Απ' όλα

όσα ειπώθηκαν βγαίνει το συμπέρασμα πως η κυκλοφορία προβάλλει σαν ουσιαστική διαδικασία του κεφαλαίου» (Marx, 1990: 404-405).

Ο Ives de la Haye, στηριζόμενος στα παραπάνω παραδείγματα, αποδίδει στα ΜΜΕ το ρόλο «ενός γενικού λιπαντικού για τις κοινωνικές σχέσεις της παραγωγής, της κατανάλωσης, της ανταλλαγής και της αναπαραγωγής» (de la Haye, 1980: 34). Αυτή είναι μια ιδιαίτερα σημαντική πλευρά καθώς η προσπάθεια χωροχρονικών συμπυκνώσεων αποτελεί μια πάγια επιδίωξη του κεφαλαίου που το ωθεί σε ανταγωνισμό και σε ριζικές αλλαγές στα μέσα επικοινωνίας και μεταφοράς. Ωστόσο, η παρατήρηση του de la Haye συνδέεται περισσότερο με μια ειδική φάση ανάπτυξης του καπιταλισμού, τον μονοπωλιακό καπιταλισμό των μέσων του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Χρειάζεται να στραφούμε, έστω συνοπτικά, σε αυτό το πλέγμα αλλαγών για να καταλάβουμε την αλλαγή στη σχέση επικοινωνίας-παραγωγής.

### 1.3 ΜΜΕ και μονοπωλιακός καπιταλισμός

Ο καπιταλισμός που αναπτύχθηκε στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα -και επιταχύνθηκε η πορεία του μετά τον Α΄ ΠΠ- έχει συχνά ονομαστεί οργανωμένος καπιταλισμός, σε αντίστιξη με τον καπιταλισμό του 19<sup>ου</sup> αιώνα. Είναι ιδιαίτερα γνωστό το έργο μαρξιστών της περιόδου (Lenin, 1980: 305-433) σχετικά με τη σύμφυση χρηματιστικού και βιομηχανικού κεφαλαίου, μέσα από την οποία συγκεντροποιείται το κεφάλαιο, εμφανίζονται οικονομίες κλίμακας που ονομάζονται μονοπώλια. Σε αυτό το πλαίσιο, καθίσταται ξεπερασμένη η εικόνα της ελεύθερης αγοράς ως πεδίο ανταγωνισμού πολλών επιχειρήσεων μεσαίου μεγέθους. Η συγκεντροποίηση του κεφαλαίου μας φέρνει τη μεγάλη εταιρεία ως τρόπο οργάνωσης και οδηγεί στην «αντικατάσταση του ατομικού από τον εταιρικό καπιταλιστή» (Baran & Sweezy, 1972: 106). Μαζί της, η μεγάλη εταιρεία φέρνει το στρώμα των μάνατζερ και το διαχωρισμό της ιδιοκτησίας από τον έλεγχο, διαχωρισμό που είναι σχετικός καθώς και οι μάνατζερ σε μεγάλο βαθμό είναι

ιδιοκτήτες και δεσμεύονται από τις γενικές επιδιώξεις της ιδιοκτησίας (Baran & Sweezy, 1972: 97, Galbraith, 1969 )

Η περίοδος του μονοπωλιακού καπιταλισμού εκκινεί με τη εκτατική ανάπτυξη των καπιταλιστικών σχέσεων μέσα από την αποικιοκρατία, την εισαγωγή-αρπαγή πρώτων υλών από τις αποικίες και την εξαγωγή και επένδυση κεφαλαίου από τη μητρόπολη στην αποικία, επένδυση που φέρνει μαζί τις σχέσεις της μισθωτής εκμετάλλευσης σε προ-νεωτερικές κοινωνίες. Η διαδικασία αυτή διεύρυνε τον καπιταλιστικό κόσμο αλλά και άλλαξε τις καπιταλιστικές κοινωνίες στο εσωτερικό τους.

Το πέρασμα όμως από την εκτατική ανάπτυξη στην εντατική είναι αυτή που σφράγισε την εποχή του μονοπωλιακού καπιταλισμού. Ο μετασχηματισμός του καταμερισμού εργασίας βρήκε την πιο γνωστή έκφραση του στον φορντισμό και το τεϊλορικό μοντέλο της επιστημονικής οργάνωσης της εργασίας μέσα από τον κατακερματισμό της σε μικρά μέρη και την αυστηρή-άκαμπτη σύνδεση τους μαζί με τη συστηματική καταγραφή του αναγκαίου χρόνου για την περάτωση κάθε μέρους της παραγωγής. Το μονοπώλιο αποτελεί μια συνολική αναπροσαρμογή της καπιταλιστικής αντίληψης για τον χρόνο, περνώντας σε ένα σχεδιασμό μεγαλύτερης κλίμακας και μεγαλύτερου χρονικού ορίζοντα σε σχέση με τις επιχειρήσεις του 19<sup>ου</sup> αιώνα (Baran & Sweezy, 1972: 110). Αυτό δεν αποτελεί απάρνηση της επιδίωξης του κέρδους αλλά αποτέλεσμα της λειτουργίας σε μεγαλύτερη κλίμακα που επιδιώκει περισσότερο εγγυημένες επενδύσεις.

Όπως αναφέρει ο Harvey, ο φορντισμός ως ένα σύνολο αλλαγών, (γραμμή συναρμολόγησης, από-ειδίκευση της εργασίας, κατακερματισμός και επιτήρηση της εργασιακής διαδικασίας) που πήραν την ολοκληρωμένη μορφή τους μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, όταν πλέον ολοκληρώθηκε η νέα κοινωνικής οργάνωσης της εργασίας με την ενίσχυση της αγοραστικής δύναμης της εργατικής τάξης που επιτρέπει τη συμμετοχή της, υλικά και συμβολικά, στην κατανάλωση με ριζικά διαφορετικούς όρους .

Επιπλέον, η συμμετοχή στην κατανάλωση έχει πολιτική σημασία καθώς συμβάλλει στην απόσπαση της συναίνεσης των υποτελών τάξεων και στρωμάτων και

αμβλύνει τις πιο ριζοσπαστικές αιχμές της κριτικής στην κυρίαρχη τάξη πραγμάτων. Προφανώς αυτή η τάση είναι πιο έντονη στις μητροπόλεις του καπιταλισμού, εκεί που η «καταναλωτική κοινωνία» και οι τεχνικές της διαφήμισης βρίσκουν την πιο αναπτυγμένη έκφραση τους (Marcuse, 1974: 13). Ο Πλειός τονίζει ότι πέρα από την πολιτική πειθάρχηση, η διεύρυνση της κατανάλωσης στην εργατική τάξη αποτελούσε ένα εξω-οικονομικό κίνητρο που συνέβαλε στην άνοδο της παραγωγικότητας καθώς «διευρυνόταν η παρουσία του εργαζόμενου στην κοινωνική ζωή...αναπτυσσόταν το αίσθημα ταύτισης με την επιχείρηση» καθώς ο εργαζόμενος «καταναλώνει τέτοια συμβολικά προϊόντα που παράγονται με τους κανόνες του βιομηχανικού πολιτισμού, περιέχουν τις αξίες του και καταναλώνονται με τις καθιερωμένες θεσμικές μορφές του» (Πλειός, 2001: 207-208).

Αυτό μας φέρνει στα αλληλοδιαπλεκόμενα ζητήματα α) της συμβολικής διάστασης των εμπορευμάτων β)στην κατανάλωση του πολιτισμού. Με τη διαφήμιση, δεν αναδεικνύονται απλά οι χρηστικές ιδιότητες του εμπορεύματος ή η τιμή του σε σχέση με άλλα εμπορεύματα – το εμπόρευμα-σύμβολο αποτελεί τη συμπύκνωση ενός τρόπου ζωής, μιας κοινωνικής θέσης, ενός συνόλου επιθυμητών συναισθημάτων. Από την άλλη, με τη μαζική παραγωγή του πολιτισμού, η εργατική τάξη αποκόπτεται από την κουλτούρα που παρήγαγε και κατανάλωνε η ίδια και που σε μεγάλο βαθμό εμπεριείχε σύμβολα «εναντιωματική προς τον αστικό πολιτισμό και την αστική κοινωνικότητα» (Πλειός, 2001: 208) και εντάσσεται σε ένα πολιτιστικό πλαίσιο που στον τρόπο που παράγεται και στις αξίες που φέρει, αλληλοδιαπλέκεται με το μονοπωλιακό καπιταλισμό. Αυτό είναι κεντρικό στην απαισιόδοξη σκέψη της Σχολής της Φρανκφούρτης, η οποία διέβλεψε την επίδραση της μαζικής παραγόμενης κουλτούρας (ιδίως του κινηματογράφου και της μουσικής) στην εμπέδωση των αλλαγών στον τρόπο παραγωγής (Adorno, Lowenthal, Horkheimer, Marcuse, 1984). Τα ΜΜΕ, παρά τις επιμέρους διαφορές κρατικών και ιδιωτικών/εμπορικών, συνέβαλαν στην παγίωση αυτού του μοντέλου συσσώρευσης μέσα από την ενίσχυση του καταναλωτισμού, την προώθηση της ενότητας, μέσα στο εθνικό πλαίσιο, κεφαλαίου εργασίας και τη δαιμονοποίηση του αντίπαλου, σοσιαλιστικού στρατοπέδου (Herman & Chomsky, 1994).

Η Σεραφετινίδου εντοπίζει 6 σημεία διαφοροποίησης των ΜΜΕ στην περίοδο του μονοπωλιακού καπιταλισμού σε σχέση με τον φιλελεύθερο καπιταλισμό του 19<sup>ου</sup> αιώνα:

α) συγκέντρωση και συγκεντροποίηση κεφαλαίου (μονοπωλιακές τάσεις και στην ιδιοκτησία των ΜΜΕ) β) γραφειοκρατική και ιεραρχική οργάνωση γ) εδραίωση και προώθηση του καταναλωτισμού δ) ομοιομορφία ως προς το περιεχόμενο και στροφή στην αρχή της αντικειμενικότητας ε) συνεχής και αδιάκοπη ροή στ) ανάληψη λειτουργιών που «μέχρι πρότινος ανήκαν αποκλειστικά, ή κατά κύριο λόγο, σε άλλους φορείς,...πχ κοινωνικοποίηση ή μετατρέπονται στα κυριότερα μέσα ή κανάλια παραγωγής και διανομής της κουλτούρας» (Σεραφετινίδου, 2005: 152-154).

Σε αυτό το πλαίσιο, πρέπει να γίνει κατανοητή η θέση του Enzensberger ότι ο μονοπωλιακός καπιταλισμός και η ανάπτυξη του στα μέσα του 20<sup>ου</sup> αιώνα ήταν αυτή που κατέστησε τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας «βηματοδότη της κοινωνικό-οικονομικής εξέλιξης των όψιμων βιομηχανικών κοινωνιών» (Enzensberger, 1981: 9). Η αρμονική ανάπτυξη του φορντισμού -δηλαδή η συναίνεση της εργατικής τάξης σε μια μονότονη, επιτηρούμενη και εντατικοποιημένη εργασιακή διαδικασία- είχε ως προϋπόθεση και ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας.

Μελετώντας την εξέλιξη της τηλεόραση και του ραδιοφώνου, ο Enzensberger αναφέρει ότι «ο μονοπωλιακός καπιταλισμός προάγει τη βιομηχανία της συνείδησης ταχύτερα και ευρύτερα από άλλους τομείς της παραγωγής και ταυτόχρονα είναι αναγκασμένος να την αλυσοδένει» (Enzensberger, 1981: 10). Εδώ προκύπτει μια αντίφαση που είναι η ιστορικά συγκεκριμένη έκφραση της αντίθεσης παραγωγικών δυνάμεων και παραγωγικών σχέσεων. Καθώς τα ηλεκτρονικά μέσα γίνονται όλο και σημαντικότερος παράγοντας στην οργάνωση της (διεθνοποιημένης) παραγωγής αλλά και στην προώθηση της κατανάλωσης, ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής τείνει να επαναστατικοποιεί αυτά τα μέσα. Την ίδια στιγμή, ωστόσο, η ανάπτυξη αυτή μπαίνει σε συγκεκριμένα καλούπια καθώς υπάγεται στις ανάγκες εξορθολογισμού της παραγωγής και επιτάχυνσης της κυκλοφορίας των εμπορευμάτων. Σύμφωνα με τον Enzensberger, «στη σημερινή τους μορφή, η τηλεόραση και ο κινηματογράφος πχ δεν εξυπηρετούν την επικοινωνία παρά την παρεμπόδιση της. Δεν επιτρέπουν καμιά αλληλεπίδραση μεταξύ

πομπού και δέκτη» (Enzensberger, 1981: 12). Enzensberger μεταφέρει στα σύγχρονα – για την εποχή του– μέσα επικοινωνίας το κλασικό μαρξιστικό σχήμα: ο καπιταλισμός γεννάει δυνατότητες χειραφέτησης οι οποίες θα εκπληρωθούν πέρα από τα ιστορικά όρια αυτού του συστήματος. Ήδη τη δεκαετία του '30, ο Brecht είχε οραματιστεί τη δυναμική του ραδιοφώνου και την κατάργηση της ανισοβαρούς επικοινωνιακής σχέσης πομπού-δέκτη σε μια συνθήκη εκδημοκρατισμού όπου όλοι πολίτες θα ήταν ταυτόχρονα ακροατές και ραδιοφωνικοί παραγωγοί (Brecht, 1991).

Τα σχήματα αυτά αποτελούν συγχρόνως μια παραδοχή του μετασχηματισμού του καπιταλισμού και της σχέσης του με τα μέσα επικοινωνίας στα μέσα του 20<sup>ου</sup> αιώνα: τα μέσα επικοινωνίας αποκτούν έναν άμεσο οικονομικό ρόλο ενώ η παραγωγή στηρίζεται όλο και περισσότερη στη συμβολική επένδυση των εμπορευμάτων και την επιτάχυνση της ανακύκλωσης του κεφαλαίου.

Η επόμενη μεγάλη φάση αλλαγής θα συνδεθεί με την «απελευθέρωση» της τηλεόρασης από τα δεσμά της κρατικής ρύθμισης και με την ανάπτυξη του διαδικτύου.

#### 1.4 Ευέλικτη συσσώρευση και ψηφιακός καπιταλισμός

Σε αυτή την ενότητα δεν θα αναφερθούμε διεξοδικά στις κοινωνικο-οικονομικές εξελίξεις των τελευταίων δεκαετιών καθώς αυτές θα παρουσιαστούν στο κεφάλαιο του νεοφιλελευθερισμού. Θα γίνει μια σύντομη αναφορά για να διευκολύνει κάποιες συγκρίσεις με όσα αναφέρθηκαν παραπάνω.

Οι αλλαγές στον τρόπο επικοινωνίας τις τελευταίες δεκαετίες συνίστανται στην ένταση των χωροχρονικών συμπυκνώσεων. Η ροή της επικοινωνίας καθίσταται παγκόσμια, ταχύτατη και στηρίζεται σε ένα επεκτεινόμενο πλαίσιο δικτύων που διαπερνούν εθνικά, πολιτισμικά και κοινωνικά σύνορα — χωρίς ωστόσο να τα καταλύουν. Ειδικότερα, το Διαδίκτυο έχει καθοριστικό ρόλο μεταξύ των μέσων καθώς μετασχημάτισε την τηλεόραση, το ραδιόφωνο και τον τύπο αλλάζοντας ριζικά τη σχέση τους με το χρόνο αλλά και με το κοινό που τα χρησιμοποιεί. Το πέρασμα από ένα συγκεντρωτικό μοντέλο (ένας-προς-πολλούς) στα αποκεντρωμένα δίκτυα όπου πομποί

και δέκτες εναλλάσσονται (πολλοί-προς-πολλούς) γέννησε προσδοκίες για τον εκδημοκρατισμό της επικοινωνίας αλλά και την αναγέννηση της πολιτικής ζωής.

Επιπλέον, η κυριαρχία των ψηφιακών μέσων, εντός του σύγχρονου καπιταλισμού, γέννησε την προσδοκία της υπέρβασης των αντιφάσεων του τρόπου παραγωγής μέσα από τις αλλαγές στον τρόπο επικοινωνίας. Ο ιδιοκτήτης της Microsoft, Bill Gates διακρίθηκε τη δεκαετία του '90 με την υπόσχεσή του ότι το διαδίκτυο θα οδηγήσει τον καπιταλισμό σε μια συνθήκη όπου θα εξαλειφθούν οι συγκρούσεις εντός του (frictionless capitalism - Schröter 2012). Ο ιδρυτής του Facebook, Mark Zuckerberg, έδωσε τη δική του οπτική για τη συμβολή της πλατφόρμας του στην κοινωνία, λέγοντας ότι η κεντρική ιδέα της είναι πως ο κόσμος θα είναι καλύτερος αν κοινοποιούμε περισσότερες πληροφορίες για τη ζωή μας (αναφέρεται στο Fuchs, 2014: 171). Είναι σημαντικό το πώς στελέχη επιχειρήσεων των λεγόμενων «νέων μέσων» βλέπουν την επικοινωνία ως την καθοριστική διάσταση της σύγχρονης κοινωνικής ζωής και προσβλέπουν στον ριζικό μετασχηματισμό του καπιταλισμού χάρη στα μέσα επικοινωνίας.

### 1.5 Κριτική πολιτική οικονομία του Διαδικτύου

Είναι προφανές ότι βρισκόμαστε πολύ μακριά από τον ιστορικό ορίζοντα του Marx. Όμως, ακριβώς επειδή βρισκόμαστε ακόμα εντός της καπιταλιστικής νεωτερικότητας και όχι πέραν αυτής, έχει νόημα να ξεκινήσουμε ξανά από τον Marx και το πώς συνέλαβε με γενικό τρόπο τις τάσεις ανάπτυξης του καπιταλισμού.

«Καθώς η ανεξαρτητοποίηση της παγκόσμιας αγοράς...μεγαλώνει με την ανάπτυξη των χρηματικών σχέσεων (της ανταλλακτικής αξίας) και αντίστροφα, έτσι και η γενική συνάρτηση και η ολόπλευρη παραγωγική και καταναλωτική εξάρτηση μεγαλώνει με την αμοιβαία ανεξαρτησία και αδιαφορία των καταναλωτών και παραγωγών καθώς η αντίφαση αυτή οδηγεί σε κρίσεις κλπ, έτσι, ταυτόχρονα με την ανάπτυξη αυτής της αποξένωσης, γίνεται προσπάθεια να αρθεί πάνω στο ίδιο της το έδαφος: τρέχοντες



τιμοκατάλογοι, συναλλαγματικές ισοτιμίες, διασυνδέσεις των εμπορευόμενων μεταξύ τους με επιστολές, τηλεγραφήματα κλπ. (τα μέσα επικοινωνίας αναπτύσσονται βέβαια ταυτόχρονα), όπου κάθε άτομο πληροφορείται για τη δραστηριότητα των άλλων και προσπαθεί ανάλογα να προσαρμόσει τη δική του» (Marx, 1989: 112-113).

Ο Christian Fuchs (Fuchs, 2014: 41-42) ερμηνεύει την παραπάνω παράγραφο ως ένδειξη ότι ο Marx κατανοούσε πως η διεθνοποίηση της παραγωγής και της κυκλοφορίας εμπορευμάτων θα παρήγαγε αντίστοιχα μέσα επικοινωνίας που θα ξεπερνούσαν κατά πολύ το πλαίσιο της εποχής του. Προφανώς, ο Marx δεν προέβλεψε το διαδίκτυο αλλά την αφηρημένη δυνατότητα ενός παγκόσμιου δικτύου διακίνησης πληροφορίας που θα προκύψει από τις ανάγκες του εμπορίου. Έχει σημασία να κατανοήσουμε ότι η ανάπτυξη του διαδικτύου είναι αποτέλεσμα και προϋπόθεση της περιόδου των καπιταλιστικών αναδιαρθρώσεων που εκκινούν από τη δεκαετία του 1980 και κλιμακώνονται, μετά την κατάρρευση του σοσιαλιστικού στρατοπέδου, στη δεκαετία του 1990.

Εκκινώντας από τις ΗΠΑ, μετά την κρίση του 1973-1975, πολλαπλασιάζονται οι επενδύσεις στα μέσα παραγωγής που σχετίζονται με τη διαμόρφωση δικτύων επικοινωνίας σε εταιρικό επίπεδο και τον αντίστοιχο εξοπλισμό για επεξεργασία πληροφοριών (Schiller, 2000: 16). Μια σειρά τεχνολογικών εφαρμογών που είχαν τεθεί στην υπηρεσία του αμερικανικού στρατού στο πλαίσιο του Ψυχρού Πολέμου, αξιοποιούνται πλέον για τη διασύνδεση διαφορετικών τμημάτων μεγάλων επιχειρήσεων ή την επικοινωνία μεταξύ επιχειρήσεων.

Η διαδικασία αυτή διαπλέκεται με τον πολλαπλασιασμό των πολυεθνικών επιχειρήσεων κατά την περίοδο 1973-1993. Σε πολιτικό επίπεδο, η εξυπηρέτηση των συμφερόντων της νέας οργάνωσης του κεφαλαίου, απαιτούσε ριζικές αλλαγές στο θεσμικό πλαίσιο της επικοινωνίας. Η διαδικασία αυτή ξεκίνησε από τα μέσα της δεκαετίας του 1980, ολοκληρώθηκε δέκα χρόνια αργότερα και αποτέλεσε την προέκταση στο διαδίκτυο της απορρύθμισης που είχε ήδη συντελεστεί σε σχέση με το ραδιόφωνο και την τηλεόραση και αφορούσε, μεταξύ άλλων, την άρση του καθοριστικού ρόλου των εθνικών κρατών στη διαμόρφωση δικτύων και την παροχή πρόσβασης σε αυτά καθώς και την ιδιωτικοποίηση των υπαρχόντων φορέων τηλεπικοινωνιών (Schiller, 2000: 40). Η

ρυθμιστική αρχή δεν ήταν η «ελευθερία του λόγου», αλλά η ελευθερία της διαφήμισης να απευθυνθεί στο όλο και πιο διεθνοποιημένο κοινό της (Mattelart, 2000: 91).

Επιπλέον, η διαδικασία της διάχυσης του διαδικτύου συνδυάστηκε με την τάση της ψηφιοποίησης, τη μετατροπή διαφορετικών μορφών περιεχομένου (κείμενο, εικόνα, ήχος, κινούμενη εικόνα) σε ψηφιακή μορφή. Αυτή η διαδικασία ενοποίησής τους επέφερε τη διεύρυνση της εμπορευματοποίησης του περιεχομένου των μέσων επικοινωνίας, καθώς προσέφερε «νέες δυνατότητες μέτρησης, καταγραφής και συνδυασμού της ενημέρωσης και της διασκέδασης» (Mosco, 2009: 135). Αυτό φέρνει στην επιφάνεια, μεταξύ άλλων, νέες υβριδικές μορφές περιεχομένου, που δεν αντιστοιχούν στους παλαιότερους διαχωρισμούς, όπως είναι η ενημερωδιασκέδαση (infotainment), η οποία υπερβαίνει τη διάκριση ανάμεσα στην πολιτική ενημέρωση και τη βιομηχανία της ψυχαγωγίας και βρίσκει εύφορο έδαφος να αναπτυχθεί με την επικράτηση των εικονιστικών MME.

Όλα τα παραπάνω σχετίζονται με τη συνολική διαδικασία μετασχηματισμού του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής στις τελευταίες δεκαετίες του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Ο Harvey συνοψίζει αυτή τη διαδικασία ως μια μετάβαση από το μοντέλο του φορντισμού σε ένα μοντέλο ευέλικτης συσσώρευσης που συνδυάζει την ευέλικτη, διαφοροποιημένη παραγωγή σε διεθνή κλίμακα με την αντίστοιχη κατανάλωση, όπου έχουμε ένα πλήθος ταυτοτήτων στενά δεμένες με τις νέες εξατομικευμένες καταναλωτικές συνήθειες (Harvey, 2007, μέρος β'). Σε όλα αυτά θα επανέλθουμε για να εξετάσουμε το νεοφιλελεύθερο μοντέλο παραγωγής.

Επιπλέον, είδαμε ήδη παραπάνω το πώς στα πλαίσια του μονοπωλιακού καπιταλισμού, τα μέσα επικοινωνίας οργανώνονται όλο και περισσότερο κατά το πρότυπο του της μαζικής παραγωγής, συμβάλλουν στη μαζική κατανάλωση ενώ, σε σχέση με τα ιδιωτικά/εμπορικά MME, υπάρχει πλέον σημαντική κερδοφορία. Σήμερα, η τάση αυτή διατηρείται και εντείνεται. Μάλιστα, οι εταιρείες πρώτης γραμμής του ψηφιακού καπιταλισμού (Apple, Alphabet, Microsoft, Amazon, Facebook) καταγράφουν εντυπωσιακούς ρυθμούς ανάπτυξης: τριπλασιασμό του κύκλου εργασιών μεταξύ 2010 και 2017 και μέσο ποσοστό κέρδους που είναι υπερδιπλάσιο του γενικού μέσου όρου

των 500 μεγαλύτερων εταιρειών στη Wall Street (Σμυρναίος, 2018: 77-78). Με αυτό τον τρόπο, καθίστανται τα πλέον ελκυστικά πεδία επενδύσεων αλλά και βηματοδότης της υπέρβασης της καπιταλιστικής κρίσης του 2008. Αυτό είναι επίσης ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της νέας περιόδου. Αρκεί να το αντιπαραβάλλουμε με το γεγονός ότι η ιδιωτική τηλεόραση των δεκαετιών '80-'90 κατέγραφε κέρδη τα οποία, ωστόσο, κινούνταν σημαντικά χαμηλότερα από το μέσο όρο άλλων κλάδων της οικονομίας (Πλειός, 2001). Συνεπώς, θα λέγαμε ότι ενισχύεται η επίδραση του τρόπου επικοινωνίας στον τρόπο παραγωγής τόσο άμεσα (νέα πεδία κερδοφορίας) όσο και έμμεσα (νέα μοντέλα κατανάλωσης και επιτάχυνσης της κυκλοφορίας του κεφαλαίου).

Η εντυπωσιακή κερδοφορία των επιχειρήσεων που αναφέραμε παραπάνω δεν μπορεί να κατανοηθεί αν δεν εξετάσουμε, συνοπτικά, τις ιδιαιτερότητες της εργασίας και παραγωγής αξίας στο διαδίκτυο. Ο Σμυρναίος τονίζει ότι οι πιο ισχυρές επιχειρήσεις στο χώρο του Διαδικτύου (που τις ονομάζει ολιγοπώλια), επωφελούνται από θετικές οικονομικές εξωτερικότητες<sup>2</sup>, συγκεκριμένα από α) ένα σύστημα δωρεάν υπηρεσιών και ιστοσελίδων που «παράγουν θετικές εξωτερικές ως προς τις δικές τους (σ. των ολιγοπωλίων) υπηρεσίες» (ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η σχέση Wikipedia – Google) και β) από την «καθημερινή δραστηριότητα των απλών χρηστών που παράγει από μόνη της αξία, δημιουργώντας περιεχόμενες ή αλληλοεπιδρώντας σε εμπορικές πλατφόρμες» (Σμυρναίος, 2018: 69, Fuchs, 2014, 2017). Θα δούμε και σε επόμενα κεφάλαια την προσέγγιση του Smythe πάνω στο ζήτημα της εργασίας των χρηστών (Smythe, 1977, 1981). Η διαφορά εδώ πέρα έγκειται στο ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν μια υποδομή και ένα πλαίσιο εργαλείων στον χρήστη για να παράγει ο ίδιος το περιεχόμενο. Ο Fuchs τονίζει ότι ο χρόνος χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι μόνο χρόνος κατανάλωσης των υπηρεσιών που προσφέρουν ή χρόνος αναπαραγωγής της εργατικής δύναμης, αλλά και παραγωγικός χρόνος, ο οποίος δημιουργεί τα δεδομένα που θα πουληθούν στις διαφημιστικές εταιρείες (Fuchs, 2017). Ο χρήστης παράγει δεδομένα που σχετίζονται με τον ίδιο και τον κοινωνικό κύκλο του με πολλούς τρόπους, μέσα από το προσωπικό προφίλ του και την αλληλεπίδραση με άλλους χρήστες: καταγράφει τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του (δηλώνοντας φύλο,

ηλικία, τόπο κατοικίας κ.ά.) και τα προσωπικά ενδιαφέροντά του (π.χ. δηλώνοντας σελίδες που του αρέσουν).

Η παραγωγή δεδομένων από τους χρήστες συνδυάζεται με τη δραστηριότητα των εργαζομένων στα social media, που αναπτύσσουν τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν να συλλέγουν, να επεξεργάζονται και να ομαδοποιούν δεδομένα (Fuchs, 2014: 108). Προϊόν αυτής της συνδυασμένης εργασίας είναι οι σύνθετες βάσεις δεδομένων, οι οποίες κατηγοριοποιούν σε πολλά επίπεδα και με διαφορετικούς τρόπους τα εκατοντάδες εκατομμύρια (ή και δισεκατομμύρια, στην περίπτωση του Facebook) χρηστών των social media.

Έννοια-κλειδί για να κατανοήσουμε τις αλλαγές είναι αυτή του prosumer ως μια μείξη παραγωγού και καταναλωτή, Οι καταναλωτές-παραγωγοί δεν εμφανίζονται μόνο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά αποτελούν πάγιο χαρακτηριστικό της ψηφιακής οικονομίας, από χρήστες πλατφορμών οικονομιών διαμοιρασμού (gig economy) που προσφέρουν δεδομένα για να βελτιωθούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες μέχρι χρήστες που δοκιμάζουν (test) ψηφιακά προϊόντα προτού διακινηθούν μαζικά. Πρώτος ο Alvin Toffler έγραψε για τους Prosumer ως μια μετεξέλιξη στη σχέση παραγωγής και επικοινωνίας που υποτίθεται ότι θα παρείχε νέες δυνατότητες δημιουργικότητας και υπέρβασης των αυστηρών ιεραρχικών μοντέλων του φορντισμού (Toffler, 1984). Ωστόσο, η αισιοδοξία του Toffler μάλλον υποτίμησε το ευρύτερο κοινωνικό. Η υπαγωγή της ψηφιακής εργασίας στη λογική του κεφαλαίου συνεπάγεται «το συνδυασμό της εθελοντικής, δημιουργικής δουλειάς που προσφέρει ικανοποίηση με τη μισθωτή, καταναγκαστική και εκμεταλλευτική εργασία... στην περίπτωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ο καταναγκασμός είναι λιγότερο άμεσος αλλά διατηρείται με τη μορφή χαμένων ευκαιριών για απόκτηση κοινωνικού κεφαλαίου προκειμένου να αναπαραχθεί η κοινωνική ζωή καθώς και η εργασιακή ζωή» (Briziarelli & Hoffmann 2019: 117).

Συνυπάρχουν και τα δύο: οι χρήστες-παραγωγοί αξιοποιούν τα εργαλεία που τους προσφέρουν οι πλατφόρμες τύπου Facebook για να εκφραστούν δημιουργικά και να αναπτύξουν κοινωνικές επαφές. Την ίδια στιγμή, η δραστηριότητα τους

ποσοτικοποιείται, συγκεντρώνεται και κατακερματίζεται σε πακέτα δεδομένων με βάση τα πιο ενδιαφέροντα χαρακτηριστικά τους, ικανά να προσελκύσουν διαφημιστές.

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο γεννιούνται έννοιες όπως το playbor (μείξη play & labor) που αντανakλούν τις αναδυόμενες αντιφατικές φιγούρες του ψηφιακού καπιταλισμού, άτομα που είναι συγχρόνως χρήστες και εργαζόμενοι. Όλο αυτό βρίσκεται στην πιο χαρακτηριστική του έκφραση στην πλατφόρμα της Amazon, Mechanical Turk, όπου άτομα και επιχειρήσεις αναθέτουν μικρές δουλειές (task) σε άτομα για ένα προσυμφωνημένο ποσό, χωρίς δεσμεύσεις πέρα από την ολοκλήρωση του έργου. Η εκτέλεση της δουλειάς μπορεί να απαιτεί από λίγα λεπτά μέχρι κάποιες ώρες και συνήθως προϋποθέτει συνεχόμενη χρήση του διαδικτύου (π.χ. έλεγχος του περιεχομένου που ανεβάζουν οι χρήστες σε μια πλατφόρμα – content moderation) και συνδυάζεται με άλλες δραστηριότητες. Χωρίς να μπορούμε να επεκταθούμε περισσότερο, η τροπικότητα των νέων μορφών εκμετάλλευσης, συσχετίζεται με την ψυχαγωγική χρήση των νέων μέσων: κατακερματισμός, παροδικότητα, διαρκής εναλλαγή αντικειμένου ενασχόλησης.

Βλέπουμε ξανά την ιδεολογική και οικονομική διάσταση των μέσων επικοινωνίας να συμβαδίζουν και να δρουν συμπληρωματικά. Τα μέσα επικοινωνίας αποτελούν τον αναγκαίο-γενικό όρο για την ανάπτυξη νέων μορφών εκμετάλλευσης των μισθωτής εργασίας. Ωστόσο το ζήτημα δεν είναι απλά στο αν και πόσο αποφέρουν κέρδος πλατφόρμες τύπου Uber<sup>3</sup> αλλά στην ιδεολογική νομιμοποίηση ενός νέου τρόπου παραγωγής που βασίζεται στην επισφάλεια και την ελαστικότητα καθώς και στην ανάδειξη νέων έξω-οικονομικών κινήτρων τόνωσης της παραγωγικότητας.

### 1.6 Νέες συνθήκες – νέες προκλήσεις

Είναι δεδομένο ότι όλα τα παραπάνω αποτελούν διαδικασίες εν εξελίξει με πλήθος αντιπαραθέσεις γύρω από τον χαρακτήρα τους και το βάθος των προκαλούμενων αλλαγών. Οι αλλαγές στη σχέση τρόπου παραγωγής και τρόπου επικοινωνίας επιδρούν στα πιο κλασικά ερωτήματα της πολιτικής οικονομίας, ιδίως σε σχέση με το συνιστά παραγωγική εργασία (δηλαδή εργασία που προσθέτει νέα αξία στο προϊόν). Η συμβολοποίηση των αντικειμένων-εμπορευμάτων (Πλειός 2011) είναι

κεντρικό ζήτημα· πραγματοποιείται μέσω της διαφήμισης αλλά δεν μένει εκεί. Οι χρήστες του διαδικτύου, όπως είδαμε και παραπάνω, εμπλέκονται στη συμβολική επένδυση των προϊόντων με πλήθος τρόπων: δίνουν δεδομένα για το δυνητικό αγοραστικό κοινό, συμμετέχουν σε καταναλωτικές μελέτες, ανά περιπτώσεις παράγουν και οι ίδιοι, ανεπίσημο, διαφημιστικό υλικό κ.α. Τα τελευταία χρόνια, διαφορετικές προσεγγίσεις επιχειρούν να συλλάβουν τι σηματοδοτεί αυτό.

Ο Carchedi (2014) αποκλείει την έννοια της εκμετάλλευσης των χρηστών καθώς δεν απασχολούνται από το κεφάλαιο και τονίζει (2014: 88) τη διάσταση του χρόνου. Ένα άτομο μπορεί να παράγει διανοητικά μέσω του διαδικτύου και να καταναλώνει τα προϊόντα της παραγωγής του, ωστόσο δεν το κάνει την ίδια στιγμή· η διάκριση παραγωγής-κατανάλωσης δεν αναιρείται αν, για παράδειγμα, κάποιο άτομο, ως χρήστης του διαδικτύου, συμβάλλει στο σχεδιασμό ενός νέου παπουτσιού και μετά από κάποιο διάστημα, το αγοράσει.

Η θέση αυτή, ωστόσο, παραγνωρίζει τον ειδικό χαρακτήρα της δραστηριότητας των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και τη συμβολική διάσταση των προϊόντων στο σύγχρονο καπιταλισμό ως κομμάτι της παραγωγής αξίας. Όπως τονίζει ο Fuchs, ο Carchedi «αγνοεί το γεγονός ότι το διαφημιζόμενο νόημα και η ιδεολογία της μάρκας (brand ideology) είναι εγγενές κομμάτι της αξίας χρήσης και ότι τα προσωπικά δεδομένα είναι κα αξία χρήσης με τη μορφή της κοινωνικότητας των χρηστών και αξία χρήσης για το κεφάλαιο που στοχεύει τους χρήστες» (Fuchs, 2015: 143). Χωρίς αυτή τη διάσταση είναι αδύνατον να καταλάβουμε την κερδοφορία εταιρειών όπως το Facebook.

Σε διάλογο αλλά και διάκριση με τις δύο παραπάνω προσεγγίσεις, ο Πλειός (2001, 2017) αναπτύσσει μια προσέγγιση που αμφισβητεί τόσο τον περιορισμό της επικοινωνίας μόνο στο πεδίο του πολιτισμού όσο και την κριτική πολιτική οικονομία. Αν στην πρώτη περίπτωση εξαφανίζεται η σχέση επικοινωνίας-παραγωγής, στη δεύτερη η μελέτη αυτής της σχέσης μένει ελλιπής (Pleios, 2017: 99-101). Για τον Πλειό, η επικοινωνία αφορά την καρδιά του καπιταλισμού καθώς αποτελεί «μια δύναμη που στηρίζει αλλά και μεταβάλλει τον πυρήνα του τρόπου παραγωγής και τις κοινωνικές παραγωγικές σχέσεις μέσα στο χώρο εργασίας» (2017: 105). Το κρίσιμο ζήτημα είναι ο

συνδυασμός οικονομικών (π.χ. αύξηση του μισθού) και εξω-οικονομικών κινήτρων (συμμετοχή στη μαζική κουλτούρα) με στόχο την άνοδο της παραγωγικότητας των εργαζομένων. Η θέση αυτή έχει ιστορικά συγκεκριμένη εγκυρότητα καθώς αφορά τη σημερινή φάση ανάπτυξης του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής και κυρίαρχα το πώς «τα ΜΜΕ της εικόνας επιτελούν παραγωγικές λειτουργίες. Δημιουργούν τις πολιτιστικές προϋποθέσεις για να συντελεστεί η εντατική παραγωγή και η αύξηση της υπεραξίας» (Πλειός, 2001: 214).

Η θεώρηση του Πλειού συνδυάζει τη μεθοδολογία του μαρξισμού για τις κοινωνικές σχέσεις στο καπιταλιστικό σύστημα με την προσέγγιση της Σχολής της Ρύθμισης σχετικά με τη διαμόρφωση, παγίωση και αλλαγή διαφορετικών μοντέλων συσσώρευσης εντός των οποίων διαμορφώνεται μια σχέση αλληλοτροφοδότησης ανάμεσα σε παραγωγή-κατανάλωση και, ευρύτερα, συνθηκών παραγωγής και συνθηκών αναπαραγωγής (Lipietz, 1987).

Τι σημαίνει όμως η άμεση επίδραση της επικοινωνίας στην παραγωγή; Ο Πλειός τονίζει ότι η πάγια επιδίωξη του κεφαλαίου είναι η αυξημένη παραγωγή υπεραξίας που μπορεί να επιτευχθεί είτε μέσω της απόσπασης απόλυτης υπεραξίας (αύξηση του απλήρωτου χρόνου εργασίας που ιδιοποιείται το κεφάλαιο) είτε μέσω της απόσπασης σχετικής υπεραξίας (αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων μέσα σε ένα δοσμένο χρονικό διάστημα). Η επικοινωνία έρχεται να συμβάλλει στην απόσπαση σχετικής υπεραξίας καθώς ενισχύει την παραγωγικότητα των εργαζομένων μέσω της προώθησης της διευρυμένης κατανάλωσης. Αυτό αναφέρεται στη συνθήκη των τελευταίων δεκαετιών όπου όλο και περισσότερες ανάγκες ικανοποιούνται μέσω της αγοράς (και όχι μέσω της οικιακής παραγωγής) ενώ τα παραγόμενα προϊόντα διαφοροποιούνται και αποκτούν μια συμβολική διάσταση, καθώς συνδέονται με διαφορετικά τμήματα του αγοραστικού κοινού. Η εξέλιξη αυτή έρχεται ως απάντηση στην οικονομική κρίση της δεκαετίας του '70 σε μια περίοδο όπου η εργατική τάξη συμμετείχε σε μια μαζική και διευρυμένη κατανάλωση αλλά όχι επαρκώς διαφοροποιημένη (Pleios, 2017: 122). Ο συνδυασμός ψηφιακής τεχνολογίας και αυτοματοποίησης της παραγωγής επιτρέπει τη διαφοροποίηση της παραγωγής και την

αντίστοιχη διαφημιστική προώθηση της, ιδίως μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπου πλέον οι χρήστες-καταναλωτές γίνονται «στόχος» σε ατομικό επίπεδο.

Η απόσπαση σχετικής υπεραξίας (π.χ. η αναβάθμιση της τεχνολογίας της παραγωγής) διαπλέκεται στενά με το ευρύτερο πολιτισμικό πλαίσιο εντός του οποίου η εργατική τάξη αποκτάει κίνητρα για να συναινέσει στις αλλαγές και να καταστεί πιο παραγωγική—απαιτεί αλλαγές στην κοινωνική οργάνωση της εργασίας. Συνεπώς, «η μεγαλύτερη παραγωγικότητα, με την τεχνολογική βελτίωση και την πειθάρχηση σ' αυτήν... προϋποθέτει ο εργάτης όχι μόνο να θέλει αλλά και να μπορεί. Όπως πρέπει και να μπορεί να θέλει (να έχει τις γνώσεις, τις ικανότητες αλλά και τα κίνητρα)» (Πλειός, 1993: 55, σημείωση δική μου). Το «να μπορεί να θέλει» προσδιορίζει ένα ευρύτερο πλαίσιο όπου μικραίνει η απόσταση ανάμεσα σε παραγωγή-κατανάλωση, εργασιακό χρόνο-ελεύθερο χρόνο, επικοινωνία-παραγωγή.

Επιπλέον, η άνοδος της παραγωγικότητας συναρτάται με την εμπέδωση μιας διαφορετικής σχέσης με την ίδια την εργασιακή διαδικασία η οποία βιώνεται ως πραγμάτωση της δημιουργικότητας του ατόμου και όχι ως καταναγκασμός και υπαγωγή στη διεύθυνση της εργοδοσίας. Τα «νέα μέσα» είναι συγχρόνως πιο μαζικά από ποτέ αλλά και περισσότερο από ποτέ προωθούν την εξατομίκευση και την επιβεβαίωση της ιδιαίτερης ατομικής ταυτότητας. Αποτελούν με αυτό τον τρόπο προϋπόθεση για την ένταξη σε ένα μαζικό εργατικό δυναμικό που, συγχρόνως χαρακτηρίζεται από έντονη εξατομίκευση, χαμηλή συνδικαλιστική δράση και υποχώρηση της συλλογικής ταυτότητας της «εργατικής τάξης» — χωρίς ποτέ αυτή η διαδικασία να εξελίσσεται ευθύγραμμη και αδιατάρακτη.

## 1.7 Σύνοψη

Με πολύ σύντομο τρόπο, παρουσιάστηκαν οι γενικές σχέσεις ανάμεσα στον τρόπο παραγωγής και στον τρόπο επικοινωνίας αλλά και η ιστορικά συγκεκριμένη αλλαγή αυτών των σχέσεων στα πλαίσια του καπιταλισμού. Παρόλο που κάθε τρόπος παραγωγής σχετίζεται με έναν τρόπο επικοινωνίας, ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής,



φέρνοντας την εμπορευματική ανταλλαγή από το περιθώριο στο επίκεντρο της οικονομικής ζωής και διαλύοντας σταδιακά κάθε ίχνος ιδιοκατανάλωσης, τείνει διαρκώς να μετασχηματίζει τον τρόπο επικοινωνίας και προοδευτικά να φέρνει όλο και πιο κοντά τις δύο σφαίρες. Καθώς η σχέση ανάμεσα στον τρόπο επικοινωνίας και τον τρόπο παραγωγής καθίσταται όλο και πιο στενή και η εποχή του «ψηφιακού καπιταλισμού» αποτελεί ένα σημαντικό βήμα σε αυτή την κατεύθυνση.

Συνοπτικά, εντοπίζουμε τέσσερις διαστάσεις στη σχέση τρόπου επικοινωνίας και τρόπο παραγωγής εντός του καπιταλισμού:

Α) Ο τρόπος επικοινωνίας αποτελεί γενικό όρο για την ύπαρξη παραγωγής. Η τεχνολογική εξέλιξη των μέσων επικοινωνίας αποτελούσε προϋπόθεση και αποτέλεσμα της διεθνούς επέκτασης του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής

Β) Τα μέσα επικοινωνίας αποτελούν θεμελιώδες πεδίο άρθρωσης και διάδοσης της κυρίαρχης ιδεολογίας με στόχο την απόσπαση της συναίνεσης της εργατικής τάξης και των λαϊκών στρωμάτων. Τα μέσα επικοινωνίας αποτελούν ένα πεδίο διαπάλης για την ηγεμονία (θα επανέλθουμε σε αυτό στο επόμενο κεφάλαιο αναλυτικά).

Γ) Ο τρόπος επικοινωνίας προοδευτικά εξελίσσεται και ο ίδιος σε πεδίο κερδοφορίας. Αυτό, όπως θα δούμε και στο κεφάλαιο 4, οδηγεί σε αλλαγές στο ρόλο του κράτους στην επικοινωνία και στην ενίσχυση της συσσώρευσης του κεφαλαίου στο πεδίο των μέσων επικοινωνίας

Δ) Ο τρόπος επικοινωνίας επιδρά στην ίδια την αποδοτικότητα της εργασίας μέσα στην παραγωγή. Η πλευρά αυτή εμφανίζεται αρχικά στο μεταπολεμικό καπιταλισμό καθώς η μαζική κουλτούρα καθίσταται όρος για την εδραίωση του φορντικού μοντέλου εργασίας ώστε «η κατανάλωση (και ο “κώδικας”)...είναι προϋπόθεση της εντατικοποιημένης εργασίας...αυτό προϋποθέτει τη μετατροπή του “κώδικα” σε πηγή αύξησης της υπεραξίας» (Πλειός, 1993: 56).

Φυσικά, τα παραπάνω δεν επιλύουν το πρόβλημα. Η διπλή «φύση» των μέσων επικοινωνίας εντός του καπιταλισμού συνίσταται, όπως τονίζει ο Murdock (1978) ότι ανήκουν τόσο στην οικονομική βάση όσο και στο ιδεολογικό-πολιτικό-πολιτιστικό εποικοδόμημα. Θα προσπαθήσουμε μέσα από τη μελέτη συγκεκριμένων ζητημάτων να

αναπτύξουμε αυτές τις πλευρές και να καταστεί σαφής ο ιστορικά και εθνικά (στην περίπτωση της Ελλάδας) συγκεκριμένος χαρακτήρας των πλευρών που παρουσιάσαμε

Στρεφόμαστε αρχικά στο ζήτημα της ιδεολογίας καθώς αποτελεί διαχρονικό ζήτημα στη μελέτη των μέσων επικοινωνίας. Η αναπαραγωγή του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής απαιτεί τη διαρκή ανανέωση της απόσπασης συναίνεσης και τη συγκρότηση κοινωνικών και πολιτικών συμμαχιών που θα ηγηθούν της διατήρησης αλλά και του μετασχηματισμού της κατεστημένης τάξης πραγμάτων. Έτσι, ερχόμαστε στο πρόβλημα της ηγεμονίας ως σταθερού ζητήματος που διαπερνά τη σχέση ΜΜΕ-καπιταλισμού.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup> : ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ, ΗΓΕΜΟΝΙΑ & ΜΜΕ

Το παρόν κεφάλαιο θα εξετάσει αρχικά την έννοια της ιδεολογίας, ξεκινώντας από το ερώτημα του «τέλους της ιδεολογίας». Θα παρουσιαστούν ορισμένες βασικές προσεγγίσεις της κριτικής θεωρίας για το χαρακτήρα της ιδεολογίας, την έννοια της ψευδούς συνείδησης και την υλική διάσταση της ιδεολογίας. Το δεύτερο μέρος του κεφαλαίου θα στραφεί στην έννοια της ηγεμονίας, εστιάζοντας στη σκέψη του Gramsci και σε σύγχρονες αναγνώσεις της καθώς και στη σχέση ιδεολογίας-ηγεμονίας. Τα συμπεράσματα από το παρόν κεφάλαιο θα αξιοποιηθούν στα κεφάλαια 4 και 5, στην εξέταση του νεοφιλελεύθερου μοντέλου ηγεμονίας και στη μελέτη της κρίσης ηγεμονίας στην Ελλάδα, την περίοδο της κρίσης.

### 2.1 Το τέλος της ιδεολογίας

Είναι φαινομενικά παράδοξο το να ξεκινάει ένα κεφάλαιο που θέλει να πραγματευθεί μια έννοια και η πρώτη ενότητα να μιλάει για το «τέλος» της. Ωστόσο, στην περίπτωση της ιδεολογίας, κάτι τέτοιο είναι απολύτως αναμενόμενο. Τις τελευταίες δεκαετίες, αμφισβητήθηκε πολλαπλά η έννοια της ιδεολογίας ως χρήσιμο εργαλείο για να κατανοηθούν οι σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες που διαπερνιούνται από τάσεις κατακερματισμούς και χωροχρονικής επιτάχυνσης που υπονομεύουν τις βάσεις πάνω στις οποίες αναδύθηκαν τα ιδεολογικά σχήματα του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Η συζήτηση για το «τέλος των αφηγήσεων» (Lyotard, 1993) βρίσκει την κατεξοχήν εφαρμογή της στο πεδίο της ιδεολογίας· η αμφισβήτηση της ιδεολογίας που γεννήθηκε τη δεκαετία του '80, αποτυπώθηκε στη συνέχεια, στη σύγκλιση του πολιτικού συστήματος γύρω από το «Κέντρο»<sup>4</sup> και την άμβλυση της ιδεολογικής και πολιτικής στράτευσης. Στη συνέχεια, θα επιχειρήσουμε να ανασυγκροτήσουμε τη συζήτηση εντός της κριτικής θεωρίας του 20<sup>ου</sup> αιώνα σχετικά με την ιδεολογία, τον ορισμό και τη σημασία της, τον ιδιαίτερο τρόπο λειτουργίας. Ειδικότερα θα σταθούμε στην έννοια της ηγεμονίας, στη σχέση της με την

ιδεολογία και στη συνάφεια αμφότερων με την αναπαραγωγή των καπιταλιστικών κοινωνικών σχηματισμών. Τα ζητήματα αυτά είναι σημαντικά στο βαθμό που μας βοηθάνε στη συνέχεια να εξετάσουμε τα ειδικά χαρακτηριστικά του μοντέλου ηγεμονίας (και τον ρόλο των ΜΜΕ εντός του) στην περίοδο του νεοφιλελευθερισμού γενικώς αλλά και τα ειδικά χαρακτηριστικά του μέσα στην ελληνική κρίση. Η προσέγγιση που θα παρουσιαστεί παρακάτω (και στα επόμενα κεφάλαια) αμφισβητεί τη θεώρηση του «τέλους της ιδεολογίας» και αναζητεί να εξετάσει τους μετασχηματισμούς της.

Καταρχάς έχει σημασία να αναφερθεί ότι η συζήτηση για το «τέλος της ιδεολογίας» δεν είναι κάποια καινοτομία των τελευταίων τριάντα χρόνων. Σημαντικά έργα της κοινωνικής θεωρίας, ήδη από τα μέσα σχεδόν του 20<sup>ου</sup> αιώνα, είχαν τοποθετηθεί σε σχέση με αυτό, αν και με ριζικά διαφορετική προσέγγιση από αυτή του μεταμοντερνισμού. Πιο συγκεκριμένα, οι Daniel Bell και John Kenneth Galbraith στα έργα τους, *Το τέλος της Ιδεολογίας* (*The End of Ideology*) και *Το Νέο Βιομηχανικό Κράτος* (*The New Industrial State*), διατύπωσαν στις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες την ιδέα της εξάντλησης και υποχώρησης των ιδεολογιών γύρω από τις οποίες δομήθηκαν οι κοινωνικές και πολιτικές συγκρούσεις του 19<sup>ου</sup> αιώνα και στο πρώτο μισό του 20<sup>ου</sup>.

Για τον Bell, η ιδεολογία (και ιδίως ο μαρξισμός) ήταν ένα σύστημα ιδεών που κινητοποίησε τους ριζοσπάστες διανοούμενους ώστε να αμφισβητήσουν την κοινωνική ανισότητα και να επιδιώξουν ριζικούς μετασχηματισμούς. Οι διανοούμενοι κατόρθωσαν για πάνω από ένα αιώνα να συνδέονται με κινήματα και πολιτικές συγκρούσεις που απηχούσαν σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό, τις επιδιώξεις τους. Ωστόσο, κάτι τέτοιο έφτασε στο τέλος στις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες. Από τη μια, η προοπτική της χειραφέτησης είχε πληγεί από τις πράξεις του σοβιετικού κράτους<sup>5</sup>. Από την άλλη –και πιθανώς αυτό είναι το σημαντικότερο– οι εξελίξεις μετά τον Β΄ ΠΠ καλλιέργησαν το έδαφος για μια «νέα συναίνεση μεταξύ των διανοούμενων στα πολιτικά ζητήματα» (Bell, 1965: 402). Η συναίνεση αυτή αφορούσε την παραδοχή της σημασίας του κοινωνικού κράτους, της μεικτής οικονομίας και του πολιτικού πλουραλισμού (Bell, 1965: 402-403) και με βάση αυτή τη σύγκλιση, εξασθενούσε η πρόσδεση των διανοούμενων τόσο στον μαρξισμό και την προοπτική επαναστατικής ανατροπής του καπιταλισμού όσο και στον

κλασικό φιλελευθερισμό και της αυτό-ρυθμιζόμενης αγοράς<sup>6</sup>. Η ιδεολογία ταυτίζεται στη σκέψη του Bell με ένα αφηρημένο, ουτοπικό τέλος που ο άνθρωπος ποτέ δεν φτάνει· το τέλος της ιδεολογίας σημαίνει την ανάδειξη στόχων άμεσων, ικανών ικανοποιήσουν με συγκεκριμένο τρόπο τις ανάγκες των ανθρώπων (Bell, 1965: 407).

Ο Galbraith, από την άλλη, μπορεί να μη διατύπωσε μια συστηματική μελέτη της ιδεολογίας, ωστόσο προσέγγισε τις θέσεις του Bell<sup>7</sup>. Σύμφωνα με το *Νέο Βιομηχανικό Κράτος*, η σύγκρουση ανάμεσα σοσιαλιστικά και καπιταλιστικά οικονομικά συστήματα έτεινε να αναιρεθεί. Ο Galbraith αναδείκνυε τη σύγκλιση οικονομίας και πολιτικής ως κοινό στοιχείο σε Ανατολή και Δύση που ορίζει ότι τα διαφορετικά συστήματα έχουν περισσότερες ομοιότητες παρά διαφορές. Η ανάδυση της τάξης των διευθυντών (managerial class), ως νέας κοινωνικής τάξη τεχνοκρατών, διαμεσολαβεί τις συγκρούσεις κεφαλαίου-εργασίας με τρόπο που τις αμβλύνει (Galbraith, 1969). Σε αυτό το πλαίσιο, το υλικό υπέδαφος της ιδεολογίας τείνει να αναιρεθεί.

Όπως ορθά σημειώνει ο Thompson, ο «θάνατος της ιδεολογίας» μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο είχε δεσμούς με την άνοδο του πραγματισμού μέσα στις βιομηχανικές κοινωνίες που (υποτίθεται ότι) α) έτεινε να υπερβεί τις διακρίσεις των δύο πλευρών του Ψυχρού Πολέμου και β) να εξασθενήσει τις επαναστατικές διαθέσεις των προηγούμενων δεκαετιών (Thompson, 1990: 80). Έτσι, η τεχνολογική ανάπτυξη θα επέλυαν τα προβλήματα των κοινωνικών και πολιτικών συγκρούσεων και η ιδεολογία θα επιζούσε ως απομεινάρι του παρελθόντος που βρίσκει πρόσφορο έδαφος στις «λιγότερο ανεπτυγμένες κοινωνίες» (Thompson, 1990: 81) και όχι στην καρδιά των βιομηχανικών κρατών.

Οι προσεγγίσεις αυτές διαψεύστηκαν διπλά. Από τη μια, η τεχνολογική πρόοδος δεν μπόρεσε να αναιρέσει τις διαθέσεις αμφισβήτησης, μάλιστα, συχνά κατέστη και η ίδια αντικείμενο κριτικής για τη διαπλοκή της με την πολιτική εξουσία και τις επιδιώξεις της (Marcuse, 1971). Από την άλλη, στις δεκαετίες που ακολούθησαν, η μελέτη της ιδεολογίας βρέθηκε στην πρώτη γραμμή των κοινωνικών επιστημών αλλά και στη δημόσια συζήτηση. Μέσα στον κυκεώνα εξελίξεων της δεκαετίας του 1960, η ιδεολογία όχι απλά δεν κείται νεκρή αλλά μελετάται είτε σε σχέση με τις «εξτρεμιστικές» ιδέες

που κινητοποιούν τους φοιτητές και το αντιπολεμικό κίνημα είτε σε σχέση με τους θεσμούς που αναπαράγουν τη συναίνεση προς την καθεστηκυία τάξη πραγμάτων μέσα σε ταραχώδεις συνθήκες. Στη δεύτερη περίπτωση, ο Chomsky θα χαρακτηρίσει την αμερικανική κοινωνία «υπερβολικά ιδεολογική» (Chomsky, 2000: 22), ερμηνεύοντας με αυτό τον τρόπο την περιορισμένη εξάπλωση επαναστατικών ιδεών στις ΗΠΑ, σε αντίθεση με τις ευρωπαϊκές χώρες. Αν για τον Bell, η ιδεολογία είναι σχεδόν συνώνυμη με τον ριζοσπαστισμό, για κάποιους μελετητές της κριτικής θεωρίας, η ιδεολογία είναι παράγοντας σταθεροποίησης της καθεστηκυίας τάξης πραγμάτων. Σε κάθε περίπτωση, η πολυσημία αυτή αποτελεί εκδήλωση της αναζωπύρωσης του ενδιαφέροντος για την ιδεολογία, αναζωπύρωση που συνδέθηκε με την άνοδο των κοινωνικών συγκρούσεων εντός των καπιταλιστικών κοινωνιών και των γεωπολιτικών αντιπαραθέσεων.

Ο δεύτερος «θάνατος» της ιδεολογίας, από τη δεκαετία του '80 και μετά, καθορίζεται επίσης από ένα συγκεκριμένο πλαίσιο. Συνοπτικά, θα λέγαμε ότι η υποχώρηση των κινημάτων, η κρίση (και εν τέλει η ανατροπή) των σοβιετικών κοινωνιών, η εμφάνιση νέων προτύπων κατανάλωσης και πολιτικής συμμετοχής στη Δύση συνετέλεσαν σε αυτό. Όπως θα δούμε και στο 4<sup>ο</sup> κεφάλαιο, οι ίδιοι οι ιδεολογικοί μετασχηματισμοί εντός του κυρίαρχου συνασπισμού εξουσίας και η επικράτηση του νεοφιλελευθερισμού ήταν κομβικό κομμάτι αυτής της εξέλιξης.

Στις επόμενες δεκαετίες και όσο πλησιάζουμε στον 21<sup>ο</sup> αιώνα, υπάρχει σαφώς κάτι ιδιαίτερα θελκτικό στο να μιλάει κανείς για «τέλος της ιδεολογίας», τουλάχιστον σε ό,τι αφορά τις τρεις κλασικές ιδεολογίες της νεωτερικότητας (φιλελευθερισμός, συντηρητισμός, σοσιαλισμός) που σφράγισαν την πορεία της πρώιμης αλλά και της ώριμης νεωτερικότητας.

Από την άλλη και κόντρα στη μόδα να συντάσσονται επικήδεις για την ιδεολογία, ο Terry Eagleton τονίζει αυτό που ο ίδιος θεωρεί ως μεγάλη αντίφαση της ύστερης νεωτερικότητας: από τη μια ανακάμπτουν ή αναδύονται μια σειρά από κινήματα με σαφείς ιδεολογικές αναφορές (από τους ευαγγελιστές στις ΗΠΑ μέχρι την άνοδο ισλαμικού φονταμενταλισμού), από την άλλη, η έννοια της ιδεολογίας θεωρείται παρωχημένη (Eagleton, 1991: x). Η σκέψη του Eagleton είναι σημαντική καθώς

αναδεικνύει τον μερικό χαρακτήρα πολλών από τις θεωρητικές αναπαραστάσεις που τονίζουν το τέλος της ιδεολογίας. Όπως αναφέρει, αυτές οι προσεγγίσεις τείνουν να ταυτίσουν τις εξελίξεις σε όλες τις σφαίρες της κοινωνικής δραστηριότητας με το πεδίο του πολιτισμού, συνάγοντας την κρίση της υποκειμενικότητας από την απουσία νοήματος του ανεπτυγμένου καταναλωτισμού.

Ο Πλειός δίνει μια ερμηνεία για τον τροποποιημένο ρόλο της ιδεολογίας και των μεγάλων αφηγήσεων στις σύγχρονες κοινωνίες. Σύμφωνα με τον Πλειό, «αυτό που συμβαίνει είναι ότι περιστέλλεται ο συγκεκριμένος κώδικας, και μαζί με αυτόν περιστέλλεται και η ιστορικά προσδιορισμένη ερμηνευτική πτυχή του κειμένου. Ο κώδικας αυτός, στην ώριμη νεωτερικότητα, είναι ο κώδικας των πολιτικών ιδεολογιών ή άλλων ιδεατικών συστημάτων («μεγάλων αφηγήσεων»). Έτσι, αυτό που συντελείται δεν είναι ο θάνατος του σημείου, αλλά η απελευθέρωση του από αυτά τα ιδεατικά συστήματα...αυτό που στην πραγματικότητα παράγεται δεν είναι το τέλος της ερμηνείας αλλά η έκρηξη της» (Πλειός, 2011: 59-60). Υπό αυτή την έννοια, η ύστερη νεωτερικότητα διακρίνεται από την ώριμη όχι ως προς την ύπαρξη ή μη μεγάλων αφηγήσεων αλλά ως προς την ικανότητα ή μη των συγκεκριμένων να δρουν ως «οδηγός» οργάνωσης του νοήματος.

Το ζήτημα είναι ο κατακερματισμός των αφηγήσεων και η αναδιάταξη των ερμηνευτικών συστημάτων μέσα από τη σύνθεση ιδεολογιών, ατομικών ή κοινοτικών προσεγγίσεων. Το αποτέλεσμα είναι ένα πλήθος ετερόκλητων κοσμοθεριών.

Τέλος, πρέπει να τονιστεί ότι υπάρχει μια ακόμα διάσταση: η διακήρυξη του τέλους της ιδεολογίας λειτουργεί ιδεολογικά, ενισχύοντας την άρχουσα τάξη που στρέφεται στην αφήγηση της «απουσίας εναλλακτικής» (TINA – θα επανέλθουμε στο θέμα αυτό στο 4<sup>ο</sup> κεφάλαιο). Αν η ιδεολογία γίνει αντιληπτή ως ένα σύστημα ιδεών που επιδιώκουν να επηρεάσουν το σύνολο των κοινωνικών σχέσεων, τότε ο «θάνατος» κάθε τέτοιου συστήματος μας αφήνει ως μοναδική διέξοδο την αποδοχή της υπάρχουσας κοινωνικής συνθήκης. Έτσι, όπως γράφει ο Fiske, «αρνούμενοι εντελώς την ύπαρξη μιας θεμελιώδους αφηγηματικής ή υπερκαθορίζουσας δομής...περιχαράκωνουμε την κατεστημένη τάξη» (Fiske, 2011: 100) και τονίζει ότι η πλήρης ρευστότητα του νοήματος

έχει συγκεκριμένο κοινωνικό περιεχόμενο: ευνοεί τις ελίτ που κατέχουν οικονομικό και πολιτισμικό κεφάλαιο για να ανταποκριθούν σε αυτό το τοπίο (Fiske, 2011:92). Έτσι, το τέλος της ιδεολογίας, ως ιδεολογικά φορτισμένη μετά-αφήγηση είναι ένας συμβολικός θάνατος που έρχεται να ενισχύσει ένας από τους βασικούς μηχανισμούς της ιδεολογίας –όπως θα δούμε και παρακάτω–, τη φυσικοποίηση της υπάρχουσας τάξης πραγμάτων.

## 2.2 Ορισμοί και χρήσεις του όρου ιδεολογία

Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα στον ορισμό της ιδεολογίας έχει να κάνει με τη σημασιολόγηση του όρου. Ο όρος ιδεολογία, στο δημόσιο λόγο, εμφανίζεται είτε θετικά (με την έννοια του ανθρώπου που υπερασπίζεται υψηλά ιδανικά), είτε αρνητικά (με την έννοια του δογματισμού) είτε ουδέτερα (ως κατάταξη πολιτικών συστημάτων ιδεών). Εντός της κριτικής θεωρίας, όπως εύστοχα το συνοψίζει ο Μπιτσάκης (1986: 79), εμφανίζονται δύο κύριες κατηγοριοποιήσεις: είτε αρνητικά, ως ψευδής συνείδηση είτε ως η συνολική κοσμοαντίληψη μιας τάξης. Θα προσπαθήσουμε να παρουσιάσουμε συνοπτικά τις δύο τάσεις και στη συνέχεια θα εστιάσουμε στην έννοια της ψευδούς συνείδησης.

Είναι ενδιαφέρον, από ιστορικής άποψης ότι στο έργο του Marx –σε αντίθεση με την πλειοψηφία των μαρξιστών του 20<sup>ου</sup> αιώνα– ο όρος εμφανίζεται με αρνητική σημασιολόγηση. Ειδικότερα, ο Jorge Larraín θεωρεί ότι ο Marx χρησιμοποιεί την ιδεολογία αποκλειστικά με αρνητική σημασία, αναφερόμενος σε μια παραμόρφωση της πραγματικότητας στο επίπεδο των ιδεών, των κοινωνικών αντιθέσεων (Larraín, 1983: 29)<sup>8</sup>.

Για τους Marx & Engels (1997), η έννοια της ιδεολογίας συσχετίζεται με την ιδεαλιστική ερμηνεία της πραγματικότητας, δηλαδή την αποκοπή των ιδεών από το κοινωνικό πλαίσιο που τις γεννάει και την επακόλουθη ερμηνεία αυτού του πλαισίου με βάση τις ιδέες που καθίστανται έτσι κινητήριο δύναμη της ιστορίας. Θα δούμε στη συνέχεια συγκεκριμένα αποσπάσματα από τη *Γερμανική Ιδεολογία* και την κριτική που δέχθηκαν. Οι Marx & Engels επεδίωκαν α) να σταματήσει η σφαίρα των ιδεών να



θεωρείται ως ένα «αυτόνομο» πεδίο και β) να μελετηθεί η ανθρώπινη δραστηριότητα, η παραγωγή και αναπαραγωγή των όρων διαβίωσης, ως τέτοια και όχι να συγχέεται το τι κάνουν οι άνθρωποι με το τι σκέπτονται για τις πράξεις τους<sup>9</sup>. Σε κάθε περίπτωση όμως, απουσιάζουν στο έργο τους έννοιες όπως «σοσιαλιστική/κομμουνιστική ιδεολογία»..

Από την άλλη, για τον Lenin, η έννοια της ιδεολογίας έχει μια γενική σημασία και περιγράφει τη σφαίρα του εποικοδομήματος εν γένει<sup>10</sup> αλλά και το πολιτικό καθήκον των σοσιαλιστών που «συνοψίζεται στο να είναι οι ιδεολογικοί καθοδηγητές του προλεταριάτου» (Lenin, 1975: 209). Στο κλασικό κείμενο, *Τι να Κάνουμε*, το ζήτημα τίθεται καθαρά: «μια και δεν μπορεί να γίνει λόγος για ανεξάρτητη ιδεολογία...το ζήτημα μπαίνει μόνο έτσι: είτε αστική είτε σοσιαλιστική ιδεολογία. Μέσος όρος δεν υπάρχει γιατί η ανθρωπότητα δεν έχει επεξεργαστεί καμία “τρίτη” ιδεολογία· και γενικά, σε μια κοινωνία που σπαράζεται από ταξικές αντιθέσεις, δεν μπορεί να υπάρξει ποτέ εξωταξική ή υπερταξική ιδεολογία» (Lenin, 1986: 39-40). Η βασική ορίζουσα παραμένει ο κοινωνικός καθορισμός των ιδεών, ωστόσο το ζήτημα είναι η συσχέτιση των κοινωνικών τάξεων με συγκεκριμένα ιδεολογικά σύνολα. Στο σημείο παρατηρείται η μετατόπιση του όρου της ιδεολογίας, από το πεδίο της επιστημολογίας σε αυτό της πολιτικής

Η πραγματοποίηση αυτής της μετατόπισης στη χρήση του όρου δεν θα μας απασχολήσει διεξοδικά, ωστόσο μπορούν να αναφερθούν εν συντομία δύο παράγοντες. Ο πρώτος, βιβλιογραφικός και λιγότερο σημαντικός, έχει να κάνει με το γεγονός ότι η *Γερμανική Ιδεολογία* κυκλοφόρησε στα ρωσικά πρώτη φορά το 1924 και στα γερμανικά το 1926. Ο δεύτερος και πιο σημαντικός λόγος, είναι το γεγονός ότι η όξυνση των κοινωνικοπολιτικών συγκρούσεων απαιτούσε ένα αντίστοιχο λεξιλόγιο που αποτυπώνει την έννοια των πολιτικών ιδεών της κάθε αντιπαρατιθέμενης κοινωνικής τάξης. Έτσι, η κριτική στην ιδεολογία της αστικής τάξης δεν είναι πλέον κριτική της ιδεολογίας γενικά αλλά κριτική που γίνεται από τη σκοπιά μιας άλλης πολιτικής και κοινωνικής τοποθέτησης (Larrain, 1983: 64). Αυτή η ουδέτερη χρήση της έννοιας της ιδεολογίας – ιδιαίτερα χρήσιμη πολιτικά– κυριάρχησε στον μαρξισμό του 20<sup>ου</sup> αιώνα.

Από την άλλη, ο Althusser, γράφοντας μετά τον Β΄ ΠΠ, θεωρούσε την ιδεολογία ως ένα συστατικό στοιχείο των κοινωνιών. Σε αντίθεση τόσο με άλλους μαρξιστές αλλά

και με φιλελεύθερους μεταπολεμικούς διανοητές (όπως ο Bell που είδαμε παραπάνω), θεωρούσε ότι ήταν αδιανόητη η σύλληψη μιας κοινωνίας χωρίς ιδεολογία<sup>11</sup>. Όριζε την ιδεολογία ως εξής: «Αρκεί να γνωρίζουμε πολύ σχηματικά ότι μια ιδεολογία είναι ένα σύστημα (το οποίο διαθέτει μια προσίδια λογική και αυστηρότητα) αναπαραστάσεων... προικισμένο με ιστορική ύπαρξη και ιστορικό ρόλο στους κόλπους μιας δεδομένης κοινωνίας...η ιδεολογία ως σύστημα αναπαραστάσεων διακρίνεται από την επιστήμη κατά το γεγονός ότι στη δική της περίπτωση η πρακτικοκοινωνική λειτουργία υπερισχύει της θεωρητικής (ή γνωσιακής) λειτουργίας» (Althusser, 2015: 326). Από τα παραπάνω, μπορούμε να αντλήσουμε δύο συμπεράσματα. Το πρώτο είναι η αντίστιξη επιστήμης και ιδεολογίας που διατηρείται, παρόλο που η ταύτιση της ιδεολογίας με την ψευδή συνείδηση δεν χρησιμοποιείται από τον Althusser. Το δεύτερο είναι η «πρακτικοκοινωνική λειτουργία» της ιδεολογίας, η οποία την καθιστά ουσιώδη για τις κοινωνίες και υπερβαίνει, κατά τον Althusser, το επιστημολογικό ερώτημα της ορθής ή μη αναπαράστασης.

Μέχρι στιγμής, έχει γίνει κατανοητό ότι η αρνητική χρήση του όρου ιδεολογίας κινδυνεύει να μεταφέρει τη συζήτηση στο επίπεδο της επιστημολογίας και να αντιμετωπίσει την ιδεολογία ως γνωστικό λάθος που προκύπτει από τα όρια της συσσωρευμένης κοινωνικής γνώσης ή/και από τη συνθετότητα των κοινωνικών συνθηκών. Θα δούμε το πώς αυτό υπάρχει στα πρώτα έργα των Marx-Engels<sup>12</sup>. Αν η ιδεολογία θεωρηθεί γνωστικό σφάλμα, τότε εγκαταλείπουμε το πεδίο της ταξικής πάλης και μεταφερόμαστε σε μια αφηρημένη συζήτηση για το χαρακτήρα της γνώσης, ενώ η υπέρβαση του «σφάλματος» μάλλον επαφίεται στην αυτόματη ανάπτυξη των παραγωγικών δυνάμεων (που προϋποθέτει την ανάπτυξη της γνώσης αλλά και συμβάλλει σε αυτή) και όχι στην πραγματική κίνηση και επιλογές των ανθρώπων.

### 2.3 Η ιδεολογία ως ψευδής συνείδηση

Η έννοια της ψευδούς συνείδησης επανέρχεται σε κάθε συζήτηση περί ιδεολογίας. Μια αρνητική σύλληψη της ιδεολογίας, όπως αυτή των νεαρών Marx-Engels, τείνει να οδηγεί στην αντίληψη μιας ορθής πρόσληψης του κόσμου που στηρίζεται σε μια αντίστοιχη επιστημολογία. Επιστρέφουμε σε ένα από τα πιο γνωστά αποσπάσματα στη *Γερμανική Ιδεολογία* βρίσκουμε αυτή τη θέση διατυπωμένη ως εξής:

«Αυτό σημαίνει ότι δεν ξεκινάμε από τι λένε, φαντάζονται, αντιλαμβάνονται οι άνθρωποι, ούτε από τους ανθρώπους έτσι όπως άλλοι τους περιγράφουν, τους σκέφτονται, τους φαντάζονται τους αντιλαμβάνονται για να φτάσουμε ύστερα στους ανθρώπους με σάρκα και οστά. Ξεκινάμε από τους πραγματικούς, δραστήριους ανθρώπους, και πάνω στη βάση της πραγματικής διαδικασίας της ζωής τους δείχνουμε την ανάπτυξη των ιδεολογικών αντανάκλασεων και απηχήσεων αυτής της διαδικασίας της ζωής. Τα φαντάσματα που σχηματίζονται στο ανθρώπινο μυαλό αποτελούν επίσης, αναγκαστικά, εξιδανικεύσεις της υλικής διαδικασίας της ζωής τους που μπορεί να επαληθευτεί εμπειρικά και συνδέεται με υλικές προϋποθέσεις. Έτσι, η ηθική, η θρησκεία, η μεταφυσική, όλη η άλλη ιδεολογία και οι αντίστοιχες μορφές συνείδησης, δεν διατηρούν πια την όψη της αυτονομίας» (Marx & Engels, 1997: 67-68).

Το απόσπασμα αυτό αναδεικνύει την αντίθεση με την ιδεαλιστική φιλοσοφία και τη θεώρηση της προτεραιότητας των ιδεών επί της ύλης. Η μέθοδος μελέτης του κόσμου είναι κομβική για τη διαφοροποίησή τους: η μελέτη του «πραγματικού, δραστήριου ανθρώπου» αντιπαραβάλλεται με τα «φαντάσματα» καθώς τα δεύτερα αποτελούν απλώς «εξιδανικεύσεις» των υλικών διαδικασιών.

Όπως είναι λογικό, αυτή η θέση έχει βρεθεί στο επίκεντρο της κριτικής τόσο από μη μαρξιστές όσο και από θεωρητικούς που εγγράφονται στην παράδοση του μαρξισμού ή έχουν επηρεαστεί από αυτή. Ο Althusser, ακολουθώντας όμως τη δική του κατανομή σε πρώιμο, μη μαρξιστικό Marx και ώριμο Marx (Althusser, 2015), τόνισε ότι η *Γερμανική Ιδεολογία* βρίσκεται εκτός του μαρξισμού. Όπως αναφέρει, η «Γερμανική Ιδεολογία μας προσφέρει.. μια ρητή θεωρία της ιδεολογίας που όμως δεν είναι μαρξιστική» καθώς «εντάσσεται σε ένα πλαίσιο πρόδηλα θετικιστικό. Η ιδεολογία νοείται εκεί σαν καθαρή αυταπάτη, σαν όνειρο, δηλαδή μηδέν» (Althusser, 1999: 96-

97)<sup>13</sup>. Αντίθετα, για τον Althusser η ιδεολογία «αναπαριστά τη φανταστική σχέση του ατόμου με τις πραγματικές συνθήκες της ύπαρξής του» (Althusser, 1999: 99). υπό αυτή την έννοια, η σύλληψη της ιδεολογίας ως ψεύδους δεν γίνεται αποδεκτή καθώς «οι ιδεολογίες...υπαινίσσονται κάποια πραγματικότητα και αρκεί να τις ερμηνεύσει κανείς για να ξαναβρεί κάτω από τη φανταστική παράσταση του κόσμου την ίδια την πραγματικότητα» (Althusser, 1999: 100). Ο Althusser ορθά τονίζει ότι δεν υπάρχουν «σινικά τείχη» ανάμεσα στην ιδεολογία και την πραγματικότητα και ότι η μελέτη της ιδεολογίας ανοίγει ένα δρόμο προσέγγισης της πραγματικότητας. Δεύτερο και πιθανώς σημαντικότερο, για τον Althusser η ιδεολογία δεν είναι μια παραμόρφωση του κόσμου πέρα από τα άτομα αλλά της σχέσης των ατόμων με τον κόσμο. Συνεπώς, πρέπει να βρεθεί ο δεσμός ανάμεσα στις κοινωνικές σχέσεις και στην αναπαράσταση τους στην ιδεολογία.

Ο Raymond Williams σχολιάζει ως εξής το παραπάνω απόσπασμα από τη *Γερμανική Ιδεολογία*: «το ότι η ιδεολογία πρέπει να στερηθεί κάθε υποψία ανεξαρτησίας είναι απολύτως λογικό. Αλλά η γλώσσα που μιλάει για ηχώ, φαντάσματα...είναι απλοϊκή... ανήκει στον αφελή δυϊσμό του “μηχανικού υλισμού”, στον οποίο η ιδεαλιστική διάκριση της “ιδεατής” και της “υλικής πραγματικότητας” επαναλαμβάνεται αλλά με ανεστραμμένες ιεραρχήσεις (Williams, 1977: 59-60). Το μεθοδολογικό πρόβλημα για τον Williams έγκειται στην φαντασίωση αντικειμενικότητας (objectivist fantasy) που λανθάνει στο κείμενο των Marx-Engels και τους οδηγεί να πιστεύουν ότι «ολόκληρη “η πραγματική διαδικασία της ζωής» μπορεί να κατανοηθεί ανεξάρτητα από τη γλώσσα («αυτό που λένε οι άνθρωποι») και από την καταγραφή της (τους ανθρώπους «όπως τους αντιλαμβάνονται οι άλλοι»). Ο Williams τονίζει ότι δεν μπορεί να ολοκληρωθεί η ανάλυση της πραγματικότητας και της δράσης των ανθρώπων αν δεν εξεταστεί (και) το πώς βλέπουν οι ίδιοι τον εαυτό τους.

Μια παρεμφερής κριτική εμφανίζεται και στο έργο του Thompson<sup>14</sup>. Κατά τη γνώμη του, η μελέτη της ιδεολογίας είναι «η μελέτη των τρόπων με τους οποίους το νόημα εξυπηρετεί την εγκαθίδρυση και διατήρηση σχέσεων κυριαρχίας» (Thompson, 1990: 56). Ωστόσο αυτό δεν συνεπάγεται ότι α) αυτές οι σχέσεις είναι πάντα ταξικές

(καθώς υπάρχουν και άλλες μορφές κυριαρχίας και ανισότητας) και β) ότι οι συμβολικές μορφές της ιδεολογίας επιδρούν όντας «εσφαλμένες, πλασματικές ή ψευδείς» (Thompson, 1990: 57). Συνεπώς, η μελέτη της ιδεολογίας πρέπει να εστιάζει στις συγκεκριμένες συμβολικές μορφές, σε συγκεκριμένα πλαίσια, στηρίζουν τις κυρίαρχες σχέσεις ανισότητας. Επίσης, ο Thompson συγκλίνει με τον Williams που θεωρεί ότι μέσα στην πολιτική πρακτική, η αφηρημένη διάκριση ανάμεσα σε “αληθή/ορθή” και “ψευδή” συνείδηση ουσιαστικά εγκαταλείπεται»(Williams, 1977: 68).

Χρειάζονται εδώ μερικές διευκρινίσεις. Καταρχάς, οι διατυπώσεις των Marx-Engels στη *Γερμανική Ιδεολογία* για το θέμα της ιδεολογίας, πράγματι είναι προβληματικές. Ο Gilbert Badia στο πρόλογο που έγραψε αναγνωρίζει τις υπερβολές που έγιναν από τους Marx-Engels στη διατύπωση των θέσεων τους. Αναφέρει σχετικά: «Φροντίζοντας να αντιταχτούν στις θεωρησιακές θεωρίες των Γερμανών “ιδεολόγων”, οι Marx και Ένγκελς αποδίνουν μian υπερβολικά αποκλειστική σημασία σε ορισμένες οικονομικές αιτίες... Οι αμφισβητήσιμες διατυπώσεις τους προέρχονται χωρίς αμφιβολία από το γεγονός ότι στη φωτιά της πολεμικής, έχουν κάπως προτρέξει σε σχέση με το αποτέλεσμα αυτών των ερευνών» (Badia, πρόλογος στο Marx & Engels, 1997: 20). Η κριτική του Williams είναι σίγουρα εύστοχη σε σχέση με τις πιο ακραίες διατυπώσεις της Γερμανικής Ιδεολογίας («φαντάσματα», «αντηχήσεις»). Όμως, ο Williams θεωρεί ότι οι φράσεις αυτές της *Γερμανικής Ιδεολογίας* επέδρασαν συνολικά στη μαρξιστική παράδοση και σε μια συγκαλυμμένη αναπαραγωγή της διάκρισης μεταξύ υλικής παραγωγής και κουλτούρας. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα μια ένταση στη μαρξική αντίληψη της ιδεολογίας η οποία «αιωρείται ανάμεσα «σε ένα σύστημα πεποιθήσεων χαρακτηριστικών μιας συγκεκριμένης τάξης» και ένα «σύστημα απατηλών πεποιθήσεων» - ψευδών ιδεών ή ψευδούς συνείδησης- που μπορεί να αντιπαραβληθεί με την αληθή ή επιστημονική γνώση» (Williams, 1977:66). Υποτιμά όμως τις ιστορικές μελέτες του Marx (Εμφύλιος Πόλεμος στη Γαλλία, Ταξικοί Αγώνες στη Γαλλία από το 1848 ως 1850, 18η Μπρυμαίρ του Λουδοβίκου Βοναπάρτη) όπου εκεί ο, πιο ώριμο και σχετικά απομακρυσμένος από τις αντιπαραθέσεις με τον γερμανικό ιδεαλισμό, Marx συνδυάζει

την ανάλυση πολιτικών και ιδεολογικών ρευμάτων με τους υλικούς όρους παραγωγής που κυριαρχούν στη γαλλική κοινωνία.

Σε κάθε περίπτωση, η έννοια της ψευδούς συνείδησης διατήρησε την επικαιρότητα της στον 20<sup>ο</sup> αιώνα, πάντα σε σύνδεση με το ερώτημα του «γιατί οι άνθρωποι κινούνται σε αντίθεση με τα συμφέροντα τους». Για τον Marcuse, η διασύνδεση επιστήμης-κράτους-κεφαλαίου στον σύγχρονο καπιταλισμό και η γενίκευση της συναίνεσης στην κυρίαρχη τάξη πραγμάτων, καθιστούν επιτακτική τη διατήρηση αυτής της έννοιας. Γράφει σχετικά: «το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού, εγκλιματισμένο σ' αυτό τον τρόπο σκέψης, δέχεται αυτή την κοινωνία, δεν την κάνει...λιγότερο αξιοκατάκριτη. Η διάκριση ανάμεσα στην αληθινή και την κίβδηλη συνείδηση, ανάμεσα στο πραγματικό και το άμεσο συμφέρον, δεν έχασε τίποτα από τη σημασία της» (Marcuse, 1971: 27). Στη σκέψη του Marcuse, η επίδραση της ιδεολογίας και του κυρίαρχου εργαλειακού Λόγου είναι τόσο ισχυρή και καθολική που οδηγεί στην καλλιέργεια «πλαστών αναγκών» και σε άτομα τόσο «ετεροκαθοριζόμενα» που δεν έχουν καμία αυτονομία ώστε να προσδιορίζουν τις ανάγκες τους (Marcuse, 1971:36-37)<sup>15</sup>.

Η θεώρηση αυτή δεν μπορεί να γίνει αποδεκτή καθώς είναι μη διαλεκτική· η έννοια της κατασκευής αναγκών υποβαθμίζει την ιστορική ανάπτυξη τους και έχει ως προϋπόθεση ένα πανίσχυρο κοινωνικο-οικονομικό πλαίσιο, που επιβάλλεται χωρίς αντιθέσεις και αντιφάσεις.

Σε αντίθεση με τον Marcuse, ο Eagleton θεωρεί ότι η έννοια της ψευδούς συνείδησης παραμένει χρήσιμη σε σύνδεση με την ιδεολογία, υπό την προϋπόθεση ότι μια τέτοια προσέγγιση δεν υποβιβάζει το ζήτημα της ιδεολογίας σε μια ψευδαίσθηση που επιβάλλεται στο άτομο. Το γεγονός ότι μια ιδέα εκφράζει μια παραμορφωμένη οπτική της πραγματικότητας δεν αναιρεί ότι μπορεί να συνδέεται με πραγματικά βιώματα και να βοηθάει πραγματικά το άτομο να τα επεξεργαστεί και να τα κατανοήσει. Υπό αυτή την έννοια, μόνο έτσι μπορεί να υπάρξει μια ιδεολογία μέσα στις σύγχρονες μαζικές κοινωνίες καθώς «προκειμένου να είναι πραγματικά αποτελεσματικές, οι ιδεολογίες πρέπει να βγάζουν τουλάχιστον κάποιο νόημα από τις εμπειρίες των

ανθρώπων, πρέπει να συμμορφώνονται σε κάποιο βαθμό με το τι γνωρίζουν οι άνθρωποι για την κοινωνική πραγματικότητα από την πρακτική αλληλεπίδραση μαζί της» (Eagleton, 1991: 14). Η ιδεολογία δεν είναι απλά μια εξαπάτηση· είναι μια αντιστροφή της πραγματικότητας που καθίσταται λειτουργική για τα άτομα και τις ομάδες που υπάγονται σε αυτή. Ο Larrain μας δίνει μια πιο ολοκληρωμένη σύλληψη της ιδεολογίας ως ψευδούς συνείδησης. Στο έργο του ασκεί κριτική στη *Γερμανική Ιδεολογία*<sup>16</sup> και διαφωνεί ριζικά με μια στενά επιστημολογική τοποθέτηση του ζητήματος της ιδεολογίας, μη αποδεχόμενος την αντίστιξη ιδεολογίας-επιστήμης, τονίζοντας ότι η ιδεολογία δεν είναι ένα «προ-επιστημονικό σφάλμα» που με την έλευση της επιστήμης μπορεί να παραμεριστεί (Larrain, 1983: 30).

Ο Μπιτσάκης συμφωνεί και αυτός ότι η ριζική αντίθεση επιστήμης-ιδεολογία δεν είναι παραγωγική ωστόσο επισημαίνει ότι για τους Marx-Engels η ιδεολογία ήταν μια πλάνη, μια μορφή ψευδούς συνείδησης χωρίς όμως αυτό να συνεπάγεται «την τυπική αντίθεση ιδεολογικής/επιστημονικής αντίληψης της πραγματικότητας» (Μπιτσάκης, 1986: 81), καθώς κεντρικό ρόλο κατέχει η ταξική διάσταση της ιδεολογίας και όχι η αντιπαράθεση της με την επιστήμη. Ο Μπιτσάκης επιχειρεί να άρει τα σινικά τείχη μεταξύ επιστήμης και ιδεολογίας όχι για να τις ταυτίσει αλλά για να τονίσει ότι το ερώτημα της αλήθειας τίθεται πάντα σε ένα ιστορικό πλαίσιο όπου οι δύο πόλοι αλληλοδιαπλέκονται<sup>17</sup>.

Συνεπώς, η αναγνώριση της ιδεολογίας ως ψευδούς συνείδησης δεν κατατάσσει αυτόματα το υποκείμενο, που εκφέρει αυτή την κρίση, στο πεδίο της επιστήμης. Ούτε η αναγνώριση της ιδεολογικής διαπάλης –ως διαπάλη μεταξύ κυρίαρχης και καταπιεζόμενης τάξης– αρκεί, αν σκεφτούμε ότι οι καταπιεζόμενες τάξεις, μέσα στον αγώνα τους, μπορούν επίσης να γίνουν φορείς ανορθολογικών θέσεων (Μπιτσάκης, 1986: 80). Μορφές ψευδούς συνείδησης μπορεί να υπάρχουν πολλές. Όμως, δεν είναι όλες ιδεολογικές καθώς δεν εξυπηρετούν τα συμφέροντα της άρχουσας τάξης αλλά εκφράζουν στο πεδίο των ιδεών συγκεκριμένους περιορισμούς της κοινωνικής δραστηριότητας. Εσφαλμένα συμπεράσματα της επιστημονικής μελέτης μπορεί να οδήγησαν σε λάθος αναπαραστάσεις της φυσικής και κοινωνικής πραγματικότητας αλλά

αυτό δεν τα καθιστά «ιδεολογικά». Αυτό ισχύει όμως και αντίστροφα: «ενώ η διατύπωση ενός φυσικού νόμου έχει “αταξικό” χαρακτήρα, τόσο ο τρόπος που οδήγησε σε αυτή τη διατύπωση όσο και κυρίως οι εφαρμογές του στην κοινωνία και οι φιλοσοφικές ερμηνείες του είχαν “ταξικό χαρακτήρα”» (Παπαγεωργίου, 1982: 43).

Υπό αυτή την έννοια, περιπλέκεται η σχέση αλήθειας-ψεύδους στο ζήτημα της ιδεολογίας — η πρόκληση είναι μια διαλεκτική κατανόηση των δύο όρων και όχι η στατική αντιπαράθεση τους. Ας δούμε συνοπτικά κάποια παραδείγματα. Ήδη από τις παραχώδεις πρώτες δεκαετίες του 20<sup>ου</sup> αιώνα φάνηκε ότι το ζήτημα της ψευδούς συνείδησης είναι ιδιαίτερα σύνθετο. Τμήματα της εργατικής τάξης ή ακόμα και κομμάτια της λεγόμενης πρωτοπορίας (συνδικαλιστικές ηγεσίες, σοσιαλδημοκρατικά κόμματα) στήριξαν την εμπλοκή των αντίστοιχων εθνικών κρατών στον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Τα «φαντάσματα που σχηματίζονται στο ανθρώπινο μυαλό» (εν προκειμένω, η ιδέα της εθνικής ενότητας που υποτίθεται ότι υπερβαίνει τα «στενά» ταξικά συμφέροντα) συσκοτίσαν την πραγματική ανθρώπινη δραστηριότητα και τις κινητήριες δυνάμεις του κέρδους και της κατανομής του πλανήτη στις κυρίαρχες ιμπεριαλιστικές δυνάμεις.

Αν μείνουμε στα παραπάνω, εγκλωβιζόμαστε σε μια λειψή εικόνα όπου το συμπέρασμα είναι ότι μεγάλα τμήματα της ευρωπαϊκής εργατικής τάξης καθώς και το μεγαλύτερο τμήμα της ηγεσίας της (η πλειοψηφία της Β΄ Διεθνούς) εξαπατήθηκαν. Ωστόσο, αυτό δεν αναιρεί ότι υπήρχε μια ορθολογική διάσταση στην επιλογή στήριξης του ιμπεριαλιστικού πολέμου. Όπως τονίζει ο Χαραλάμπης, η αποικιοκρατία στο μακροοικονομικό επίπεδο επέτρεπε τη μεταφορά υπερπροϊόντος από τις αποικιοκρατούμενες χώρες, γεγονός που «λειτουργήσε μέχρι ενός βαθμού θετικά και για τις κυριαρχούμενες τάξεις» (Χαραλάμπης, 1989: 48), στο ιδεολογικό επίπεδο δημιούργησε την αναγκαία βάση για την άνοδο του εθνικισμού και του ρατσισμού (Χαραλάμπης, 1989: 48-49) ενώ συνέβαλε στη милитарιστική οργάνωση της κοινωνίας, με αποτέλεσμα «η πειθαρχία του εργοστασίου εντείνεται λόγω του милитарισμού και μέσα στο εργοστάσιο και εξαπλώνεται και έξω από αυτό» (Χαραλάμπης, 1989: 51). Συνεπώς, η είσοδος στον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο ανταποκρινόταν σε υπάρχουσες κοινωνικές πρακτικές, κυρίαρχα



ιδεολογικά σχήματα ερμηνείας του κόσμου και καλλιεργούσε βάσιμες προσδοκίες για οικονομικά οφέλη, σε περίπτωση επιτυχίας.

Από άλλη αφετηρία, ο νεοφιλελευθερισμός ήρθε να επιλύσει το ζήτημα της στασιμότητας και της ανερχόμενης ανεργίας στο τέλος της δεκαετίας του 1970 μέσα από την παραχώρηση κινήτρων στις επιχειρήσεις για να επενδύσουν, προσδοκώντας ότι ο πλούτος θα «διαχυθεί» (trickle down) στην υπόλοιπη κοινωνία. Η ιδεολογία καθλώνει τη σκέψη σε ένα πρωταρχικό επίπεδο αφαίρεσης, παραβλέποντας την ολότητα, τη δυναμική και τον ιστορικά χαρακτήρα των κοινωνικών σχέσεων. Σε γενικές γραμμές, θα λέγαμε ότι η ιδεολογία αναπαράγει την καθεστηκυία τάξη πραγμάτων, εντοπίζοντας με ακρίβεια ένα κοινωνικό ζήτημα το οποίο παραμορφώνει, προσφέροντας μια λύση η οποία κινείται σε ένα πρώτο, εμπειρικό επίπεδο και παραβλέπει τις ευρύτερες δυναμικές του προβλήματος. Σε αυτό το ζήτημα θα επανέλθουμε εξετάζοντας το ζήτημα του «κοινού νου» στον Gramsci.

Όλα τα παραπάνω μπορούν να συνοψιστούν, ίσως, ως μια αντίθεση ανάμεσα στο βραχυπρόθεσμο και το μακροπρόθεσμο, το στενά τοπικό/εθνικό και το γενικό/δι-εθνικό, ανάμεσα σε μια μορφή συνείδησης που μένει στο εμπειρικό, στον κόσμο-ως-έχει και σε μια άλλη που στρέφεται προς την ιστορική προοπτική και την ολότητα των κοινωνικών σχέσεων. Στην πρώτη περίπτωση, το συμφέρον των εργαζομένων ταυτίζεται με άμεσα οικονομικά οφέλη μιας συγκεκριμένης μερίδας σε μια συγκεκριμένη ιστορική/εθνική συγκυρία, στη δεύτερη το συμφέρον προκύπτει ως συνισταμένη των σχέσεων μεταξύ εργαζομένων διαφορετικών εθνών, κλάδων κλπ. Το ζήτημα είναι ότι αυτή η αντίθεση δεν προκύπτει απλώς στο επίπεδο του Λόγου αλλά εδράζεται στην ίδια την υλική δραστηριότητα των ανθρώπων. Για να μπορεί να γίνει αποδεκτή και να διαδοθεί μια αντεστραμμένη σύλληψη της πραγματικότητας, πρέπει η ίδια η πραγματικότητα να είναι «στρεβλή».

## 2.4 Η υλική διάσταση της ιδεολογίας

«Αν σε κάθε ιδεολογία οι άνθρωποι και οι περιστάσεις του παρουσιάζονται το πάνω κάτω, όπως σε ένα σκοτεινό θάλαμο, το φαινόμενο αυτό πηγάζει ακριβώς από την ιστορική διαδικασία της ζωής, όπως ακριβώς η αντιστροφή των αντικειμένων πάνω στον αμφιβληστροειδή πηγάζει από την άμεσα φυσική διαδικασία της ζωής τους» (Marx & Engels, 1997: 67)

Ήδη από τα πρώτα του κείμενα, ο Marx συνδέει την αντιστροφή που πραγματοποιείται στο πεδίο της ιδεολογίας με τη συνθήκη που επικρατεί στο σύνολο της κοινωνίας. Αναζητώντας τις βάσεις για μια κριτική της θρησκείας γράφει ότι «το Κράτος αυτό, η κοινωνία αυτή παράγουν τη θρησκεία, μια ανεστραμμένη συνείδηση του κόσμου, γιατί αυτά τα ίδια είναι ένας κόσμος ανεστραμμένος» (Marx, 1978: 17). Συνεπώς, η θρησκεία –και κάθε ιδεολογία, αν γενικεύσουμε το σκεπτικό– αντλεί τη δύναμη της από την υλική πραγματικότητα. Τι είναι αυτό που «συσκοτίζεται» μέσα στη δραστηριότητα των ανθρώπων και οδηγεί σε μια «ανεστραμμένη συνείδηση του κόσμου»; Στρεφόμαστε στη σχέση υποκειμένου-αντικειμένου και σε έννοιες όπως αποξένωση, αλλοτρίωση, φετιχισμός, πραγματοποίηση.

Η ανθρώπινη δραστηριότητα αναγκαστικά περιλαμβάνει έναν αποχωρισμό. Κάτι που αρχικά υπήρχε ως αφηρημένη ιδέα στη σκέψη του ατόμου, μέσα από την εργασία πάσης φύσεως, αντικειμενοποιείται και αποκόπτεται από αυτό, αποκτά μια ανεξαρτησία. Προκύπτει με αυτό τον τρόπο ένα ζήτημα απομάκρυνσης του ανθρώπου από τα προϊόντα της δραστηριότητας του. Θα μπορούσαμε να ονομάσουμε αυτή τη διαδικασία αποξένωση.

Μέσα στις ταξικές κοινωνίες, η αποξένωση εμφανίζεται ως μια σχέση ανισότητας όπου ένα μέρος του προϊόντος της εργασίας ιδιοποιείται από τους παραγωγούς ενώ ένα άλλο (το μεγαλύτερο), περνάει στην κατοχή της άρχουσας τάξης. Στις προ-καπιταλιστικές κοινωνίες αυτό επιτυγχάνεται κυρίως με έξω-οικονομικά μέσα, μέσω της κρατικά οργανωμένης βίας.

Με την κυριαρχία του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής, έχουμε μια νέα συνθήκη. Με το πέρασμα στη μισθωτή εργασία (και τους αντίστοιχους, οικονομικούς καταναγκασμούς), η ιδιοκτησία των μέσων παραγωγής περνάει στα χέρια της άρχουσας

τάξης καθώς και η ευθύνη διεύθυνσης της παραγωγικής διαδικασίας<sup>18</sup>. Ο αποχωρισμός της εργασίας από τα προϊόντα της εκφράζεται και στο πεδίο της κατανάλωσης, η οποία είναι πλέον διαμεσολαβημένη και το προϊόν της εργασίας εκδηλώνεται με τη μορφή του εμπορεύματος. Όπως αναφέρει ο Μανιάτης, το ζήτημα της αποξένωσης εντός του καπιταλισμού, διατρέχει όλο το έργο του Μαρξ, από τα πρώτα κείμενα του μέχρι τα πιο ώριμα (Μανιάτης, 2011: 270).

Ήδη στα *Οικονομικά και Φιλοσοφικά Χειρόγραφα*, ο Μαρξ καταγράφει τις διαφορετικές πλευρές της αποξένωσης εντός του καπιταλισμού. Το προϊόν της εργασίας αυτονομείται από την εργατική τάξη<sup>19</sup> αλλά και η ίδια η διαδικασία παραγωγής είναι κάτι ξένο από αυτούς που συμμετέχουν σε αυτή<sup>20</sup>. Το συνολικό αποτέλεσμα αυτής της συνθήκης είναι η αποξένωση του ανθρώπου από το είδος του<sup>21</sup>. Το ανθρώπινο είδος, ορίζεται και διακρίνεται από τη δυνατότητα του για ελεύθερη δράση που μετασχηματίζει την εξωτερική πραγματικότητα συνειδητά<sup>22</sup>. Συνεπώς, όταν η δραστηριότητα του ανθρώπου καθίσταται «μέσο και όχι ουσία της ύπαρξης του» (Μαρξ, 2012: 93) τότε ο άνθρωπος αποξενώνεται από το είδος του. Στη *Γερμανική Ιδεολογία*, ο βασικός παράγοντας αποξένωσης του ανθρώπου από τη δραστηριότητα του είναι ο καταμερισμός εργασίας καθώς α) δεν προκύπτει από ελεύθερη επιλογή και β) καλλιεργεί μονομέρειες καθώς επιβάλλει τον περιορισμό της ανάπτυξης της προσωπικότητας σε πολύ συγκεκριμένα πεδία<sup>23</sup>.

Στον πρώτο τόμο από το *Κεφάλαιο*, ο Μαρξ επανέρχεται σε αυτή την προβληματική, στρεφόμενος όμως σε αυτό που ονομάζει «φетиχιστικό χαρακτήρα του εμπορεύματος». Το ερώτημα που θέτει, χοντρικά συνοψίζεται στο «γιατί είναι τόσο δύσκολο να κατανοηθεί ο χαρακτήρας του προϊόντος της εργασίας». Το πρόβλημα, τονίζει, δεν εντοπίζεται στην αξία χρήσης αλλά στην ανταλλακτική αξία και στο εμπόρευμα ως συμπύκνωση αφηρημένης εργασίας. Το εμπόρευμα «αντανακλάει στους ανθρώπους τα κοινωνικά χαρακτηριστικά της δουλειάς τους σαν υλικά χαρακτηριστικά των προϊόντων της εργασίας... για αυτό η κοινωνική σχέση των παραγωγών με τη συνολική εργασία φαίνεται σ' αυτούς σαν μια κοινωνική σχέση αντικειμένων που υπάρχει έξω από αυτούς.» (Μαρξ, 2009: 85). Οι παραγωγοί έρχονται σε επαφή με το

προϊόν της εργασίας μέσα στη σφαίρα της ανταλλαγής, όπου αποκρύπτεται η διαδικασία παραγωγής και ο καθορισμός της αξίας τους με βάση τον κοινωνικά αναγκαίο χρόνο εργασίας. Με αποτέλεσμα, «η δική τους κοινωνική κίνηση έχει για αυτούς τη μορφή μιας κίνησης πραγμάτων που τους ελέγχουν αντί να τα ελέγχουν» (Marx, 2009: 88).

Ο Lukács, στο *Ιστορία και Ταξική Συνείδηση*, επιχειρεί μια σύνθεση γύρω από την έννοια της πραγματοποίησης τόσο του φετιχισμού του εμπορεύματος όσο και της αποξενωτικής επίδρασης του καταμερισμού εργασίας. Επαναλαμβάνει την αντίληψη του Marx για την εμπορευματική μορφή που παίρνει το προϊόν της εργασίας<sup>24</sup>, τονίζοντας την ιστορική διάσταση του φαινομένου<sup>25</sup>. Το εμπόρευμα «αντανακλά την κοινωνική σχέση μεταξύ παραγωγών και συνολικής εργασίας σαν κοινωνική σχέση αντικειμένων που υπάρχουν έξω από αυτά» (Lukács, 2001: 181) και με αυτό τον τρόπο παγιώνει (πραγματοποιεί) μια κοινωνική σχέση. Ο Lukács επεκτείνει αυτή τη θέση για να δει τις συνέπειες της. Γράφει ότι «από αντικειμενική άποψη, ανακύπτει ένας κόσμος πραγμάτων, που ήδη έχουν γίνει, και σχέσεων μεταξύ πραγμάτων (ο κόσμος των εμπορευμάτων και η κίνηση τους στην αγορά), ρυθμιζόμενος από νόμους οι οποίοι, αν και μπορούν σιγά σιγά να γνωριστούν από τους ανθρώπους, τους αντιπαρατίθενται σαν δυνάμεις που δεν τους αφήνουν να τις χαλιναγωγήσουν και ασκούν κατά τρόπο αυτόνομο της δράση τους...» (Lukács, 2001: 181). Συνεπώς, το εμπόρευμα –ως μορφή που καθορίζει την ανταλλαγή αλλά και την παραγωγή– αποξενώνει τον άνθρωπο από την εργασία του και δίνει την εικόνα κοινωνικών σχέσεων ως φυσικοποιημένων και παγιωμένων. «Αλλά τούτο σημαίνει ταυτόχρονα κατάργηση της ιστορίας. “Έτσι υπήρξε ιστορία, αλλά τώρα πλέον δεν υπάρχει”, λέει ο Marx σχετικά με την αστική οικονομία... Αυτή η ανιστορική και αντιιστορική ουσία της αστικής σκέψης μας εκδηλώνεται τη στιγμή που παρατηρούμε το πρόβλημα του παρόντος ως ιστορικό πρόβλημα» (Lukács, 2001: 287).

Συνολικά, για τον Lukács η ιδεολογία είναι ιδιαίτερα ισχυρή στις καπιταλιστικά ανεπτυγμένες χώρες καθώς είναι ριζωμένη μέσα στην καθημερινή δραστηριότητα των ανθρώπων<sup>26</sup>. Δεν υποτιμά τη ρηματική (discursive) διάσταση της ιδεολογίας αλλά στρέφει την προσοχή του αλλού, στο τι σηματοδοτεί η λεγόμενη «πραγματική υπαγωγή

της εργασίας στο κεφάλαιο»<sup>27</sup> στο επίπεδο της συνείδησης.. Στον αντίποδα της κυρίαρχης ιδεολογίας, βρίσκεται μια σύλληψη της πραγματικότητας ως ολότητας που α) διαπερνάται από αντιθέσεις β) βρίσκεται σε διαρκή διαδικασία μετασχηματισμού και γ) ενέχει τη δυνατότητα αναίρεσης του φετιχισμού.

Η προσέγγιση αυτή, εντοπίζοντας την ισχύ της ιδεολογίας στη σύνδεση της με την εμπορευματική παραγωγή, ενέχει τον κίνδυνο να υποτιμηθεί ο συγκεκριμένος κάθε φορά τρόπος άρθρωσης της μέσα από φορείς και θεσμούς που διαμορφώνουν την ιδεολογία της άρχουσας τάξης με ιστορικά συγκεκριμένο τρόπο, σε αλληλεπίδραση με τις εκάστοτε ανάγκες της ταξικής πάλης. Πράγματι, ο Lukács έχει δεχθεί κριτική για την υποτίμηση των ιδεολογικών μηχανισμών (Larrain, 1983: 76).

Από την άλλη, ο Πλειός τονίζει τον ιστορικά συγκεκριμένο χαρακτήρα της σχέσης του εμπορεύματος-συμβόλου με την ιδεολογία. Θεωρεί ότι στην πρώιμη και ώριμη νεωτερικότητα –από το 2<sup>ο</sup> μισό του 19<sup>ου</sup> αιώνα μέχρι τη δεκαετία του 1970– η συμβολική αξία «δεν παράγεται άμεσα από το ίδιο το εμπόρευμα-σύμβολο αλλά από την άρθρωση του με κάποια πολιτική ιδεολογία (φιλελευθερισμός, σοσιαλισμός, κομμουνισμός) (Πλειός, 2002: 239). Υπό αυτή την έννοια, η κατανάλωση σχετίζεται κυρίως με τα οικονομικά κίνητρα ανόδου της παραγωγικότητας και όχι με τα εξωοικονομικά – την απόκτηση ενός εμπορεύματος-συμβόλου. Συνεπώς, είναι στην περίοδο της ύστερης νεωτερικότητας –της ατομικά διαφοροποιημένης κατανάλωσης– που η συμβολική αξία παράγεται μέσα από την αλληλεπίδραση των εμπορευμάτων και δεν εξαρτάται από κάποια πολιτική ιδεολογία, η αξία της οποίας εν γένει περιορίζεται σε αυτή την περίοδο (Πλειός, 2002: 240). Με βάση αυτήν την ανάλυση, ο φετιχισμός του εμπορεύματος οξύνεται τις τελευταίες δεκαετίες και συνδέεται με την «ιδεολογία της εικόνας», την κυριαρχία των εικονιστικών μέσων που επιφέρουν έναν ειδικό τρόπο άρθρωσης της ιδεολογίας που έρχεται σε ρήξη με τον ρηματικό τρόπο άρθρωσης των νεωτερικών ιδεολογιών (Πλειός, 2001: 395-408). Θα επιστρέψουμε στη συνέχεια σε αυτό το ζήτημα αλλά και στο πώς ο Guy Debord ανανέωσε την προσέγγιση του φετιχισμού στις καπιταλιστικές κοινωνίες μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο.

Τέλος, σε σχέση με την υλική διάσταση της ιδεολογίας, το έργο του Althusser συνέβαλε σημαντικά, ερχόμενος, όμως, σε αντιπαράθεση με την προσέγγιση του φετιχισμού του εμπορεύματος. Ο Althusser, περισσότερο ίσως από κάθε άλλον, τόνιζε ότι «η ιδεολογία έχει υλική υπόσταση» (Althusser, 1999: 102). Επικρίνοντας αυτό που ονόμαζε «ιδεολογία της ιδεολογίας», δηλαδή την απόδοση στην ιδεολογία μόνο μια πνευματική/νοητική υπόσταση, τόνιζε ότι κάθε ιδεολογία υπάρχει στο βαθμό που συμπεκνώνεται σε ένα σύνολο πρακτικών: το άτομο πηγαίνει εκκλησία, υπακούει (ή όχι) στους νόμους του κράτους, ψηφίζει ή υποστηρίζει με κάποιον άλλον τρόπο ένα πολιτικό κόμμα και ούτω καθεξής. Συνεπώς, μιλάμε για «πράξεις ενσωματωμένες σε μορφές πρακτικής» οι οποίες «ρυθμίζονται από κάποιο τυπικό, χάρη στο οποίο κάθε πρακτική μεταγράφεται στην *υλική ύπαρξη ενός ιδεολογικού μηχανισμού*» (Althusser, 1999: 105, η σημείωση στο πρωτότυπο).

Για τον Althusser, η έννοια της αποξένωσης έχει ως προϋπόθεση μια μεταφυσική, μη αποξενωμένη ουσία του ανθρώπου που διαφθείρεται από τον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγή. Προφανώς, μια τέτοια σύλληψη, εξόφθαλμα ιδεαλιστική, δεν μπορούσε να γίνει αποδεκτή<sup>28</sup>. Δυστυχώς, ο Althusser δεν κατανοεί ότι ο φετιχισμός δεν αφορά μια παραμορφωτική αναπαράσταση του εμπορεύματος αλλά *ακριβώς της σχέσης του παραγωγού με το προϊόν της εργασίας του όταν αυτό πάρει τη μορφή του εμπορεύματος*. Και αυτό αποτελεί τη συγκεκριμένη υλική-ιστορική διάσταση της ιδεολογίας στον καπιταλισμό, σε αντίθεση με όσα λέει ο Althusser για μια υπερ-ιστορική λειτουργία της ιδεολογίας σε προκαπιταλιστικές και καπιταλιστικές κοινωνίες.

## 2.5 Ιδεολογικές τακτικές;

Ονομάζουμε «ιδεολογικές τακτικές» τους συγκεκριμένους τρόπους με τους οποίους η ιδεολογία εξυπηρετεί την κυρίαρχη τάξη πραγμάτων. Εξερευνώντας αυτό το θέμα προκύπτει το ζήτημα του αν η ιδεολογία έχει έναν συγκεκριμένο τρόπο άρθρωσης ή πολλούς. Συνήθως, η ιδεολογία ταυτίζεται με τον λόγο και αυτό προκύπτει και από την ετυμολογία της λέξης. Κυρίως όμως προκύπτει από μια συνηθισμένη αντίληψη περί ιδεολογίας που την ταυτίζει με ρητορικά σχήματα που πείθουν τα άτομα να δράσουν σε

κάποια κατεύθυνση. Χωρίς να υποτιμούμε τη ρηματική διάσταση της ιδεολογίας, θα προσπαθήσουμε να μην την περιορίσουμε σε αυτό.

Με βάση όσα είδαμε παραπάνω για την αποξένωση και τον φετιχισμό του εμπορεύματος, ο Lukács αντιλαμβάνονταν ότι η ιδεολογία (για την ακρίβεια: η κυρίαρχη αστική ιδεολογία) επιδρούσε στη συνείδηση απονεκρώνοντας τη διαλεκτική σκέψη. Όπως μέσα στην παραγωγή κυριαρχεί η αποξένωση, στο επίπεδο της ιδεολογίας, η πραγματικότητα εμφανίζεται αποστεωμένη, χωρίς ιστορική διάσταση, ως μια αμεσότητα στην οποία τα άτομα και οι υποτελείς κοινωνικές τάξεις δεν μπορούν να παρέμβουν.

Η Gaye Tuchman, χωρίς να εγγράφεται στο ρεύμα του μαρξισμού, ακολουθεί μια παρόμοια μέθοδο, αναφερόμενη όμως γενικότερα στις συστηματοποιημένες κοινωνικές πρακτικές. Αντιλαμβάνεται την ιδεολογία ως «μη γνώση», αντλώντας από το έργο της Dorothy Smith που αντιπαραθέτει την ιδεολογία στη γνώση και την περιγράφει ως «διαδικασίες που χρησιμοποιούν οι άνθρωποι προκειμένου να μην γνωρίζουν» (αναφέρεται στο Tuchman, 1980:179). Έτσι, η «μη γνώση» δεν αναφέρεται απλά σε κάποιο γνωστικό λάθος αλλά σε μια εμμενή αποξένωση του ατόμου από τη δραστηριότητα του και τα προϊόντα της.

Σε διαφορετική κατεύθυνση, είναι η προσέγγιση του Althusser. Σύμφωνα με αυτήν, η ιδεολογία μετασχηματίζει το άτομο σε υποκείμενο, δηλαδή φορέα αντιλήψεων και πρακτικών (Althusser, 1999: 108). Οι ιδεολογικοί μηχανισμοί (σχολείο, οικογένεια, εκκλησία, ΜΜΕ) λειτουργούν εγκαλώντας το άτομο ως υποκείμενο, καλώντας το να αναγνωρίσει τον εαυτό του σε μια συγκεκριμένη θέση/ρόλο που συνεπάγεται ένα σύνολο πρακτικών. Με αυτό τον τρόπο, «είναι χαρακτηριστικό της ιδεολογίας ότι επιβάλλει (αν και δεν φαίνεται διόλου γιατί αυτά τα πράγματα είναι “προφανή”) τα αυτονόητα, που είναι αδύνατον να μην τα αναγνωρίσουμε ως προφανή» (Althusser, 1999: 108). Τα «αυτονόητα» είναι η καθημερινότητα των υποκειμένων που είναι εμποτισμένη με ιδεολογία και μέσα στην οποία το άτομο καλείται διαρκώς να αναγνωρίσει το «προφανές»: το άτομο που μπαίνει στην τάξη, κάθεται με ένα συγκεκριμένο τρόπο, απευθύνεται αντίστοιχα στον δάσκαλο κλπ και συνολικά

ανταποκρίνεται στην έγκληση του μαθητή και αναγνωρίζει για τον εαυτό του αυτή τη θέση · αντίστοιχα, το άτομο εγκალείται από τα ΜΜΕ και αναγνωρίζει τον εαυτό του ως υπεύθυνο, ενημερωμένο πολίτη. Η εν λόγω προσέγγιση αναγνωρίζει τη σύνδεση ιδεολογίας-κοινωνικοποίησης και τους θεσμούς που εμπλέκονται σε αυτή τη διαδικασία. Κινδυνεύει ωστόσο να υποτιμήσει το ζήτημα της ταξικής θέσης και οπτικής ως παράγοντα διαμόρφωσης της σχέσης του ατόμου με την ιδεολογία.

Ωστόσο, είθισται η ιδεολογία να συσχετίζεται αποκλειστικά με τον λόγο και την άρθρωση αφηγήσεων. Υπάρχουν πολλές προσεγγίσεις γύρω από το ζήτημα και δεν μπορούν να παρουσιαστούν εδώ. Συνοπτικά, θα εξετάσουμε κάποιες από τις σημαντικότερες.

Για τον Marcuse, η ιδεολογία προκύπτει μέσα από την κυριαρχία του εργαλειακού Λόγου. Αυτό σημαίνει τη μετατόπιση της ατομικής και συλλογικής σκέψης από ερωτήματα που στρέφονται γύρω από το «γιατί» σε ερωτήματα που αφορούν το «πώς». Με αυτό τον τρόπο, φυσικοποιούνται συγκεκριμένες πολιτικές, οικονομικές ή άλλες επιδιώξεις και ο διάλογος γύρω από αυτές αφορά το ποιος είναι ο βέλτιστος τρόπος ολοκλήρωσης τους και όχι το αν οι επιδιώξεις καθαυτές είναι επωφελείς κοινωνικά, ηθικά νομιμοποιημένες και ούτω καθεξής. Ο Marcuse τονίζει τη μεγάλη σημασία της ορθολογικής/επιστημονικής οργάνωσης της παραγωγής για τον σύγχρονο καπιταλισμό. Αυτή είχε μια διπλή επίδραση: από τη μια, η μεγάλη άνοδος της παραγωγικότητας, από την άλλη, η νομιμοποίηση καταπιεστικών και καταστροφικών διαστάσεων του εξορθολογισμού (Marcuse, 1971: 157). Ο Marcuse περιγράφει το συνδυασμό ευημερίας και καταπίεσης που θεωρούσε ότι χαρακτήριζε τις μεταπολεμικές δυτικές κοινωνίες: η αύξηση της κατανάλωσης συνοδεύτηκε από στρατιωτικές επεμβάσεις και το στρατιωτικό-βιομηχανικό σύμπλεγμα. Στις συνθήκες αυτές, ο κυρίαρχος Λόγος, ιδίως όπως εκφράζεται στα ΜΜΕ, καθίσταται εργαλειακός : αποκόπτεται από τις αξίες και από την ανάγκη ηθικής νομιμοποίησης των όσων περιγράφει, καθλώνει τη σκέψη σε αυτό που άμεσα και εμπειρικά προσλαμβάνει και καθίσταται μονοδιάστατος, εξοβελίζοντας την αντίθεση και την πολυσημία (Marcuse, 1971: 134,158 202). Ο Chomsky γράφει ότι πρόκειται για προϋποθέσεις οι οποίες



«εδραιώνονται τόσο βαθιά που δεν μπορείς καν να τις δεις, έτσι ακόμα κι ένα ερώτημα όπως το αν οι ΗΠΑ δικαιούνται να νικήσουν στο Ιράκ, ακούγεται σαν να μιλάς Σουαχίλι: στερείται νοήματος στην αγγλική γλώσσα» (Chomsky, 2008: 128-129).

Για τον Roland Barthes, ο μύθος είναι μια κομβική εκδοχή της ιδεολογίας που λειτουργεί ως ένα εμβόλιο (inoculation). Ο μύθος αφομοιώνει και εξομαλύνει τις αντιθέσεις που διαπερνούν την καθεστηκυία τάξη πραγμάτων, αφού πρώτα την εμβολιάσει με κάποια στοιχεία κριτικής. Αναγνωρίζει στοιχεία ανισότητας και καταπίεσης με στόχο όμως να τα εντάξει στην κυρίαρχη αφήγηση και να αναιρέσει την προοπτική αυτή η κριτική να γενικευθεί και να αμφισβητήσει το σύνολο των κυρίαρχων σχέσεων (Barthes, 1979: 254-255).

Ο Larrain προσφέρει μια παραπλήσια προσέγγιση. Θεωρεί ότι στόχος της ιδεολογίας είναι η συγκάλυψη των ταξικών αντιθέσεων, ιδιαίτερα της αντίθεσης κεφαλαίου-εργασίας την οποία θεωρεί κύρια αντίθεση του κεφαλαιοκρατικού τρόπου παραγωγής και βλέπει ως δευτερεύουσες εκφράσεις αυτής τις υπόλοιπες αντιθέσεις στη σφαίρα της παραγωγής (αξία χρήσης-ανταλλακτική αξία, κοινωνικοποιημένη παραγωγή-ατομική ιδιοποίηση, παραγωγικές δυνάμεις-παραγωγικές σχέσεις) [Larrain, 1983: 150-156]. Συνεπώς, οι ειδικές εκφράσεις της ιδεολογίας έχουν να κάνουν είτε με την αποτροπή των ταξικών αγώνων είτε με τη συσκότιση του χαρακτήρα τους (Larrain, 1983: 164).

Πέρα από την, όχι απόλυτη, διάκριση ανάμεσα στην εστίαση στον λόγο και την εστίαση στην πρακτική ως κατεξοχήν πεδίο άρθρωσης της ιδεολογίας, βλέπουμε δύο μεγάλους άξονες ιδεολογικών τακτικών. Από τη μια, είναι ο άξονας της φυσικοποίησης/αποϊστορικοποίησης που συνίσταται σε μια μη διαλεκτική σκέψη που τείνει να βλέπει τα ζητήματα με μερικό τρόπο, έξω από το κοινωνικο-ιστορικό πλαίσιο που τα καθορίζει. Έτσι, τα κοινωνικά φαινόμενα δεν προκύπτουν ως εξέλιξη αντιθέσεων, συγκρούσεων και συναινέσεων μεταξύ ατόμων και ομάδων αλλά ως αντανάκλαση μιας παγιωμένης συνθήκης.

Ο άλλος άξονας αφορά το σχήμα αναγνώρισης-παραγνώρισης, δηλαδή την υποβάθμιση των ταξικών δεσμών των υποτελών τάξεων και στρωμάτων και τη

διαμόρφωση και ενίσχυση δεσμών πάνω σε βάσεις που ενισχύουν την άρχουσα τάξη — έθνος, φυλή ή, πιο συχνά στον ύστερο καπιταλισμό, εξατομίκευση. Έτσι, ο δεύτερος άξονας αφορά το ζήτημα της ταυτότητας και μπορεί να αποδοθεί γύρω από το σχήμα «εμείς/αυτοί» όπου κάθε φορά αποτελεί αντικείμενο διαπάλης το ποιοι είμαστε «εμείς» και ποιοι είναι «αυτοί» ποιος ο χαρακτήρας της σχέσης μας.

Οι δύο άξονες δεν είναι αντιπαραθετικοί καθώς στην πράξη, εμφανίζονται πολύ συχνά με τέτοιο τρόπο ώστε να αλληλοσυμπληρώνονται. Για παράδειγμα, η ένταση του ρατσισμού απέναντι σε πρόσφυγες και μετανάστες αντλεί στοιχεία και από τα δύο σύνολα: στηρίζεται τόσο στην αποκοπή των προσφυγικών ροών από τα πλαίσια που τις γεννούν όσο και στην έγκλιση του υποκειμένου με τους όρους της εθνικής ταυτότητας/φυλετικής καθαρότητας που θεωρείται ότι δέχεται «εισβολή» (Bleiker et al.,2013).

Ο Thompson συνοψίζει αυτά που ονομάζει «τρόπους λειτουργίας της ιδεολογίας» (“modes of operation of ideology”) σε πέντε κατηγορίες: νομιμοποίηση, συγκάλυψη, ενοποίηση, κατακερματισμό και πραγματοποίηση (Thompson, 1990: 60). Η νομιμοποίηση συνίσταται στην αναπαράσταση της κυρίαρχης τάξης πραγμάτων ως ορθολογικής και καθολικά επωφελής. Η συγκάλυψη σχετίζεται με τη μυστικοποίηση ή υποβάθμιση των ανισοτήτων που διέπουν τις κοινωνικές σχέσεις. Ο Thompson χρησιμοποιεί ως παράδειγμα τη χρήση ευφημισμών μέσα στην ομιλία όπου για παράδειγμα η βίαιη καταστολή μιας διαμαρτυρίας ονομάζεται «επαναφορά της τάξης». Η ενοποίηση σχετίζεται με την κατασκευή μιας μορφής συμβολικής ενότητας που επιχειρεί να παρακάμψει επιμέρους αντιθέσεις. Με βάση και όσα είδαμε παραπάνω, ο εθνικισμός είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα της εν λόγω ιδεολογικής τακτικής.

Στον αντίποδα, βρίσκεται ο κατακερματισμός όπου ομάδες και άτομα με δυνητικά κοινές προοπτικές, διαχωρίζονται από ιδεολογικές τακτικές που κατασκευάζουν ένα δίπολο «εμείς/αυτοί» (όλα τα παραπάνω Thompson, 1990:62,64,65). Ο ρατσισμός και ο σεξισμός είναι χαρακτηριστικά παραδείγματα σε αυτή την περίπτωση. Τέλος, έχουμε ήδη αναφερθεί στην πραγματοποίηση. Ο Thompson (1990: 65-66) αναφέρεται και αυτός στη φυσικοποίηση της κοινωνικής πραγματικότητας, την

υποβάθμιση του κοινωνικο-ιστορικού πλαισίου. Προσθέτει, ως επιπλέον διαστάσεις την «ουσιαστικοποίηση» και την «παθητικοποίηση» · στην πρώτη περίπτωση κυριαρχεί στο λόγο η χρήση ουσιαστικών, στη δεύτερη η παθητική φωνή. Με αυτούς τους δύο τρόπους αποκόπτονται οι πράξεις και οι συνέπειες τους από τους δρώντες, για παράδειγμα : «η μείωση των μισθών» (αντί, η εργοδοσία μείωσε...), «ο νεαρός μαύρος σκοτώθηκε» (αντί, η αστυνομία σκότωσε...). Τα παραπάνω αποτελούν παραδείγματα πραγματοποίησης από την άποψη ότι ένα γεγονός εμφανίζεται αποκομμένο από το κοινωνικό πλαίσιο του.

Πρέπει να σημειωθεί εδώ ότι η προσέγγιση του Thompson, βέβαια, είναι αυστηρά τοποθετημένη σε ένα πλαίσιο ρηματικής κατασκευής της ιδεολογίας που υποτιμά τις υλικές διαστάσεις της. Αυτό απορρέει από τον ορισμό της ιδεολογίας που δίνει (Thompson, 1990: 56) που αναφέρεται γενικά σε σχέσεις κυριαρχίας και δεν εξετάζει πώς αυτές δομούνται στην καπιταλιστική κοινωνία με άξονα την παραγωγική διαδικασία και τη συγκρότηση του εμπορεύματος.

Μέχρι στιγμής προσπαθήσαμε να δώσουμε ένα περίγραμμα για την ιδεολογία εντός του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής, τη σύνδεση με την παραγωγή, τους ειδικούς τρόπους λειτουργίας της. Ωστόσο, έχουμε μείνει σε ένα πολύ αφηρημένο σχήμα όπου μέσω της ιδεολογίας άτομα και κοινωνικές τάξεις καταλήγουν να αποδέχονται μια κατάσταση ανισότητας ή, τουλάχιστον, να μην αντιδρούν σε αυτή. Μια τέτοια θεώρηση της διαδικασίας αναπαραγωγής της κυριαρχίας της άρχουσας τάξης είναι αρκετά απλουστευτική αφού παρουσιάζει την απόσπαση συναίνεσης ως μια διαδικασία όπου οι υποτελείς κινδυνεύουν να καταστούν παθητικοί αποδέκτες μια κατάστασης. Ακόμα χειρότερα, κινδυνεύουμε να καταλήξουμε σε μια παρουσίαση της ιδεολογίας ως ενός τρικ με το οποίο οι ταχυδακτυλουργοί της άρχουσας τάξης (όπως τα ΜΜΕ) ξεγελάνε μια μάζα αφελών. Χρειάζεται να καταδείξουμε ένα πλέγμα μεσολαβήσεων με τις οποίες συνδέονται και κινητοποιούνται διαφορετικές τάξεις και στρώματα και, μέσα από το οποίο, η συναίνεση διαμορφώνεται, ανανεώνεται και τίθεται υπό διακύβευση.

Στρεφόμαστε συνεπώς στην έννοια της ηγεμονίας ως τον κατεξοχήν όρο που σχετίζεται με την ιδεολογία και μας δίνει μια πιο συγκεκριμένη εικόνα των ταξικών συνασπισμών και της λειτουργίας τους.

## 2.6 Ηγεμονία – εισαγωγικές παρατηρήσεις

Σε αντίθεση με την ιδεολογία, που ως αναλυτικό εργαλείο των σύγχρονων κοινωνιών έπεσε σε κρίση και έντονη αμφισβήτηση, η ηγεμονία διάγει την αντίθεση πορεία. Στο έργο του, *Η λέξη από «Η»*, ο Perry Anderson ακολουθεί τις περιπέτειες του όρου και την καθοριστική συμβολή του Antonio Gramsci, τονίζοντας την εκθετική άνοδο στη χρήση του όρου μέσα στην αμερικανική βιβλιογραφία: από μόλις πέντε βιβλία σε ολόκληρη τη δεκαετία του 1960, φτάνουμε στα 161 μέσα στα πρώτα 15 χρόνια του 21<sup>ου</sup> αιώνα (Anderson, 2017: 9).

Στο επίκεντρο της έννοιας της ηγεμονίας, βρίσκεται η κλασική συζήτηση για τη σχέση συναίνεσης και καταναγκασμού, για τους πιθανούς συνδυασμούς αλλά και τις αντιφάσεις τους. Όπως γράφει ο Anderson: «η επιμονή της (σ. της ηγεμονίας) ως όρου οφείλεται στο ότι συνδυάζει και τα δύο καθώς και στην εμβέλεια των πιθανών συνδυασμών που προσφέρει. Κλασικά, υποδήλωνε ανέκαθεν κάτι παραπάνω από την απλή ισχύ» (2017: 231).

Από τη σκοπιά της κριτικής θεωρίας, η μεγαλύτερη ίσως συμβολή της γκραμισιανής σύλληψης της ηγεμονίας, όπως τονίζει ο Garnham, είναι ότι κατέδειξε ότι η «κυριαρχία και η ενεργή συγκατάθεση είναι απόλυτα συμβατές» (Garnham, 2003: 177). Η ενεργής συγκατάθεση προκύπτει μέσα από μια μορφή ταξικής συμμαχίας, η οποία είναι ιστορικά μεταβαλλόμενη και αποτελεί διαρκές διακύβευμα των κοινωνικών συγκρούσεων η διαμόρφωση και στερέρωση της ή η αποδυνάμωση και η διάλυση.

Στη συνέχεια, θα εξεταστεί η έννοια της ηγεμονίας πάντα σε συνάρτηση με την ιδεολογία. Εστιάζοντας στο έργο του Gramsci και τις μετέπειτα χρήσεις και αναθεωρήσεις του, θα αναδειχθεί η κομβική σημασία του όρου για την κριτική ανάλυση ταξικών σχέσεων και συσχετισμών. Θα προσπαθήσουμε να δείξουμε ότι η ηγεμονία, ως έννοια, μας προσφέρει μια πολύ πιο σύνθετη εικόνα όπου ενεργητικότητα-

παθητικότητα, συναίνεση-καταναγκασμός δεν αντιπαρατίθενται με στατικό τρόπο αλλά είναι διαλεκτικά δεμένα μέσα στις καπιταλιστικές κοινωνίες.

## 2.7 Ο Gramsci για την ηγεμονία

Ο Gramsci δεν είναι ούτε ο πρώτος γενικά ούτε ο πρώτος μαρξιστής που χρησιμοποιεί την έννοια της ηγεμονίας. Ήδη στα προ-επαναστατικά κείμενα του Lenin, περιγράφεται το πολιτικό καθήκον μιας ταξική συμμαχίας των υποτελών κοινωνικών ομάδων υπό την ηγεσία της εργατικής τάξης ενώ ο όρος *egemonia* εμφανίζεται το 1920 σε ιταλικές μεταφράσεις των έργων του Lenin (Boothman, 2008: 204). Ο Gramsci δανείζεται την έννοια τόσο από τις συζητήσεις εντός της ρωσικής σοσιαλδημοκρατίας όσο και από τα κείμενα της Γ' Διεθνούς όπου κυρίως η ηγεμονία συλλαμβάνεται σε σχέση με την αναγκαία συμμαχία εργατικής τάξης και αγροτών απέναντι στην αστική τάξη (Coban, 2019:91). Ο Gramsci διατηρεί τη σημασία των ταξικών συμμαχιών ως κομμάτι της ηγεμονίας, ωστόσο στο έργο του δίνει στον όρο άλλο περιεχόμενο και τον εξυψώνει σε κεντρικό εργαλείο για την κατανόηση της διαδικασίας αναπαραγωγής του καπιταλισμού.

Λίγους μήνες πριν φυλακιστεί από το φασιστικό καθεστώς Mussolini, τον Αύγουστο του 1926, ο Gramsci διατύπωσε τα πρώτα στοιχεία για μια θεωρία της ηγεμονίας, τα οποία αργότερα ανέπτυξε στο έργο του για τον Machiavelli. Γράφει σχετικά: «στις χώρες με προχωρημένο καπιταλισμό, η κυρίαρχη τάξη κατέχει πολιτικές και οργανωτικές εφεδρείες που δεν κατείχε λ.χ. στη Ρωσία. Αυτό σημαίνει ότι και οι πιο βαθιές οικονομικές κρίσεις δεν έχουν άμεσο αντίκτυπο στο πολιτικό πεδίο. Η πολιτική είναι πάντοτε καθυστερημένη και μάλιστα πολύ καθυστερημένη σε σχέση με την οικονομία» (Gramsci, 2009: 179). Ο Gramsci παραμένει υλιστής (αναγνωρίζει τον καθοριστικό ρόλο της οικονομίας) αλλά θέλει να αποστασιοποιηθεί από απλοϊκούς αναγωγισμούς που περιγράφουν μια άμεση και ευθύγραμμη μετάδοση στο πεδίο της πολιτικής των αλλαγών που συντελούνται στην παραγωγική βάση.

Ο Gramsci τονίζει συνεπώς την αυτοτέλεια της πολιτικής: οι εκτιμήσεις που κάνουν στελέχη και ηγέτες (το «διευθυντικό προσωπικό») δεν είναι ποτέ απόλυτα ακριβείς, ενώ ένα τμήμα πολιτικών δραστηριοτήτων σχετίζεται ακριβώς με την αναπαραγωγή των υπάρχοντων πολιτικών θεσμών. Αυτή την έννοια της καθοριστικότητας σε τελική ανάλυση διατηρεί ο Gramsci καθώς θεωρεί ότι οι οργανικές δυνάμεις (αυτές που προκύπτουν από την παραγωγική βάση της κοινωνίας) «διαμορφώνουν το έδαφος του “περιστασιακού”», ενώ ασκεί κριτική σε αυτό που ονομάζει «ιδεολογισμό», δηλαδή στην τάση να θεωρείται ότι «οι άμεσες αιτίες είναι οι μόνες δραστικές αιτίες» και να «εξαίρεται το θεληματικό και ατομικό στοιχείο» (Gramsci, 2005α: 80).

Συνεπώς, αν υπάρχει μια ετεροχρονισμένη και διακυβευόμενη σχέση ανάμεσα στη βάση και το εποικοδόμημα, πρέπει να υπάρχουν και τα αντίστοιχα πεδία όπου εξελίσσεται αυτή η διαπάλη. Το πρώτο παράδειγμα είναι ο κρατικός μηχανισμός. Η άρχουσα τάξη και το διευθυντικό προσωπικό της αξιοποιούν τον κρατικό μηχανισμό για να καθυστερήσουν ή να μεταθέσουν χρονικά ή χωρικά την εκδήλωση μιας κρίσης. Σε αυτό συμβάλλει το κράτος τόσο κατασταλτικά όσο και ιδεολογικά, επιστρατεύοντας ένα πλήθος μηχανισμών με διαφορετικά χαρακτηριστικά, αντιφάσεις και λειτουργίες.

Ωστόσο, οι καπιταλιστικές κοινωνίες δεν δομούνται αποκλειστικά γύρω από το κράτος. Η ίδια η ιστορία της ανάπτυξης των ΜΜΕ και οι αγώνες ενάντια στη λογοκρατία στο τέλος του 18<sup>ου</sup> αιώνα και στις αρχές του 20<sup>ου</sup> είναι κομμάτι της ανάπτυξης αυτού που αργότερα θα ονομαστεί κοινωνία των πολιτών. Κάτω από αυτό τον όρο-«ομπρέλα» εντάσσονται ένα πλήθος ετερογενών θεσμών και πρακτικών που οργανώνουν τους πολίτες σε ανεξαρτησία από τον κρατικό μηχανισμό. Τα ΜΜΕ, τα συνδικάτα, η εκπαίδευση –με τη διευρυμένη έννοια και όχι τη στενά κρατική–, οι πολιτιστικοί φορείς, η Εκκλησία, οι ενώσεις καταναλωτών είναι μερικά από τα στοιχεία που συγκροτούν την κοινωνία των πολιτών. Μέσα από αγώνες και ρήξεις με τα αυταρχικά κράτη του 19<sup>ου</sup> αιώνα, η κοινωνία των πολιτών διευρύνθηκε. Ο Gramsci, ωστόσο, είδε στην κοινωνία των πολιτών έναν σταθεροποιητικό ρόλο καθώς «η κοινωνία των πολιτών έχει γίνει μια δομή πολύ σύνθετη και ανθεκτική στις καταστροφικές “επιδρομές” του άμεσου

οικονομικού στοιχείου (κρίσεις, υφέσεις, κτλ): τα εποικοδομήματα της κοινωνίας των πολιτών είναι σαν το σύστημα των χαρακωμάτων στο σύγχρονο πόλεμο... ούτε τα τμήματα της κρίσης οργανώνονται κεραυνοβόλα στο χρόνο και στο χώρο ούτε ακόμα λιγότερο αποκτούν επιθετικό πνεύμα» (Gramsci, 2005α: 124-125).

Υπάρχει μια λεπτή διαλεκτική σχέση ανάμεσα στην κοινωνία των πολιτών και το κράτος. Η πρώτη πρέπει να διατηρεί βαθμούς αυτονομίας από τον κρατικό μηχανισμό και να έχει μια αυτοτελή ανάπτυξη και δυνατότητα κινητοποίησης ανθρώπων. Σε περίπτωση που είναι ιδιαίτερα αδύναμη ή εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το κράτος, τότε δεν μπορεί να λειτουργήσει επαρκώς ως «γραμμή άμυνας». Αντίστροφα, στο βαθμό που είναι ανεξάρτητη και ανεπτυγμένη, συνδέεται στρατηγικά με το κράτος και τη λειτουργία αναπαραγωγής του κυρίαρχου τρόπου παραγωγής. Συγχρόνως, η κοινωνία των πολιτών είναι το πεδίο όπου μπορεί και πρέπει να αναπτυχθεί μια αντί-ηγεμονική στρατηγική και οι υποτελείς τάξεις και στρώματα να αναπτύξουν μια αυτόνομη διανοητική και πολιτική δραστηριότητα (Chakraborty, 2016: 25). Προκύπτει έτσι μια διαρκής αντίφαση μέσα στις ανεπτυγμένες καπιταλιστικές κοινωνίες : δεν μπορούν ποτέ να καθυποτάξουν πλήρως την κοινωνία των πολιτών και τη δυνατότητα δημιουργίας πεδίων αμφισβήτησης εντός της.

*Το ερώτημα που προκύπτει είναι με ποιο τρόπο θεσμοί που είναι ανεξάρτητοι από το κράτος συμβάλλουν στη διατήρησή του. Εδώ έγκειται το ζήτημα της ηγεμονίας. Κρίσιμες έννοιες για να κατανοήσουμε τη σημασία της κοινωνίας των πολιτών είναι οι διανοούμενοι και οι ταξικοί συνασπισμοί.*

## 2.8 Ο ρόλος των διανοούμενων

Ο Gramsci τονίζει ότι κάθε άνθρωπος συμμετέχει «σε μια κοσμοαντίληψη, έχει μια συνειδητή γραμμή ηθικής συμπεριφοράς κι ως εκ τούτου συμβάλλει στο να στερεωθεί ή να τροποποιηθεί μια κοσμοαντίληψη και να δημιουργήσει, δηλαδή νέους τρόπους σκέψης» (Gramsci, 2005β: 58). Συνεπώς, «θα μπορούσαμε λοιπόν, γι' αυτό να

πούμε πώς όλοι οι άνθρωποι είναι διανοούμενοι μα δεν έχουν όλοι τους λειτουργία διανοούμενου μέσα στην κοινωνία». Η λειτουργία αυτή αναφέρεται στο πού κλίνει το «κέντρο βάρους της ειδικής επαγγελματικής δραστηριότητας: στη διανοητική επεξεργασία ή στη νευρο-μυική προσπάθεια» (Gramsci, 2005β: 58). Μέσα σε αυτό τον ορισμό του διανοούμενου, εντάσσονται πολλές κατηγορίες δραστηριοτήτων: συγγραφείς, πολιτικοί, αξιωματικοί του στρατού, φιλόσοφοι, καθηγητές πανεπιστημίου, δημοσιογράφοι και όχι μόνο συνιστούν τους διανοούμενους.

Οι διανοούμενοι αναδύονται μέσα από τις συγκρουόμενες κοινωνικές ομάδες, συνδέονται με αυτές και λειτουργώντας διαμεσολαβώντας μεταξύ τους. Όπως γράφει ο Gramsci, «κάθε κοινωνική ομάδα...δημιουργεί μαζί της οργανικά ένα ή περισσότερα στρώματα διανοούμενων που της προσδίνουν ομοιογένεια και συνείδηση της αποστολής της όχι μόνο στο οικονομικό πεδίο αλλά και στο κοινωνικό και στο πολιτικό»<sup>29</sup> (Gramsci, 2005β: 53). Οι τάξεις «γεννούν» και διαμορφώνουν διανοούμενους αλλά αυτό δεν συνεπάγεται ότι κάθε ένας και κάθε μια που επιτελεί τον ρόλο του διανοούμενου καθορίζεται από τη δική του/της ταξική καταγωγή<sup>30</sup>. Η συμβολή τους στην ταξική πάλη κρίνεται από το αν διαμεσολαβούν (και συνδέουν) ανάμεσα στην άρχουσα τάξη και τις υποτελείς ή εάν διαμεσολαβούν ανάμεσα στις υποτελείς τάξεις και ομάδες. Στην πρώτη περίπτωση, «εργάζονται» για την εδραίωση και ανανέωση της ηγεμονίας της άρχουσας τάξης, στη δεύτερη για την ανάπτυξη αντί-ηγεμονικών τάσεων και την αυτοτελή έκφραση ενός εναλλακτικού πολιτικού και πολιτιστικού σχεδίου που απηχεί τις επιδιώξεις των υποτελών. Στη μαζική κλίμακα των αστικών κοινωνιών, οι μετασχηματισμοί της συνείδησης δεν μπορούν να γίνουν «με τρόπο μοριακό» (Gramsci, 2005β: 143), κάθε κοινωνική τάξη που θέλει να ηγηθεί του κοινωνικού συνόλου πρέπει να μπορεί να υποστηρίξει ένα πλατύ στρώμα διανοούμενων που θα εκφράζουν την αντίληψη της, θα της δίνουν εσωτερική συνοχή και επίδραση σε άλλες τάξεις και στρώματα. Συνεπώς, στρεφόμαστε τώρα στην έννοια του ταξικού συνασπισμού ως θεμέλιου λίθου της ηγεμονίας.



## 2.9 Ταξικοί συνασπισμοί

Η ηγεμονία συνίσταται στη συγκρότηση συμμαχιών όπου ενώνονται διαφορετικές κοινωνικές τάξεις και στρώματα κάτω από μια ηγεσία που εκφράζεται οικονομικά, πολιτικά αλλά και πολιτιστικά (Coban, 2019: 94). Με αυτό τον τρόπο δομείται το ιστορικό μπλοκ (ή, ιστορικός συνασπισμός) ως μια ιστορικά και εθνικά συγκεκριμένη συμμαχία. Στο έργο του Gramsci, η έννοια του ιστορικού μπλοκ αφορά και τη σύμπτυξη συμμαχιών και τη διαμόρφωση μιας ενιαίας ηγεσίας διαφορετικών δυνάμεων (Gramsci, 2005α: 70) αλλά και στην ενότητα ανάμεσα στη βάση και το εποικοδόμημα: «η βάση και το εποικοδόμημα σχηματίζουν ένα “ιστορικό μπλοκ”, δηλαδή το πολύπλοκο αντιφατικό και ασύμφωνο σύνολο των δομών του εποικοδομήματος είναι η αντανάκλαση του συνόλου των κοινωνικών σχέσεων παραγωγής» (Gramsci, 2008: 62). Οι δύο χρήσεις του όρου είναι συμπληρωματικές: η ενότητα της παραγωγής και των πολιτικών και πολιτιστικών δομών εδραιώνεται και ανανεώνεται (ή αμφισβητείται) μέσα από τη συγκρότηση ταξικών συμμαχιών.

Η συγκρότηση ενός ιστορικού συνασπισμού διαφορετικών τάξεων και στρωμάτων συμπεριλαμβάνει αναγκαστικά το στοιχείο του συμβιβασμού και των παραχωρήσεων. Αυτό δεν το καθιστά μια ισότιμη σχέση· εντός του ηγεμονικού ιστορικού συνασπισμού, η άρχουσα τάξη ορίζει τις βασικές κατευθύνσεις. Όμως, όπως γράφει ο Gramsci: «το γεγονός της ηγεμονίας προϋποθέτει αναμφίβολα ότι θα παρθούν υπόψη τα συμφέροντα και οι τάσεις των ομάδων που πάνω τους θα ασκηθεί η ηγεμονία, ότι θα διαμορφωθεί μια ορισμένη ισορροπία συμβιβασμού, ότι δηλαδή η διευθυντική ομάδα θα κάνει θυσίες οικονομικού συνεταιριστικού χαρακτήρα» (Gramsci, 2005α: 59).

Το κράτος, ως εκφραστής των συλλογικών και ιστορικών συμφερόντων της άρχουσας τάξης, παρεμβαίνει σε αυτή τη διαδικασία, κρίνοντας ενδεχομένως ότι είναι προτιμότερο να υπάρξουν κάποιες άμεσες οικονομικές υποχωρήσεις που μακροπρόθεσμα εγγυώνται την ομαλά κοινωνική αναπαραγωγή. Με αυτό τον τρόπο, το κράτος, χωρίς να ταυτίζεται μαζί της, έρχεται ξανά κοντά στην κοινωνία των πολιτών. Κατά αυτό τον τρόπο, «θα πρέπει να σημειώσουμε ότι στη γενική έννοια του κράτους μπαίνουν στοιχεία που πρέπει να μεταφερθούν στην έννοια της κοινωνίας των πολιτών

(έτσι που θα μπορούσαμε να πούμε ότι κράτος = πολιτική κοινωνία + κοινωνία των πολιτών, δηλαδή ηγεμονία θωρακισμένη με καταναγκασμό)» (Gramsci, 2005α: 185). Η γέννηση του κράτους, η θεμελίωση και η αναπαραγωγή εμπεριέχουν αναγκαστικά την οργανωμένη και συστηματική βία· στη σκέψη του Gramsci, η συναίνεση είναι αδιαχώριστη από τη βία (Bates, 1975: 356), στην πραγματικότητα υπάρχουν με συμπληρωματικό τρόπο (Boothman, 2008: 209)<sup>31</sup>.

Όλα τα παραπάνω σχετίζονται με την ανάπτυξη της «ψευδούς συνείδησης» μέσα στις υποτελείς τάξεις. Ο Gramsci τονίζει ότι η ψευδής συνείδηση δεν πρέπει να εξισώνεται με την πλάνη καθώς κάτι τέτοιο μπορεί να αποτελεί «ικανοποιητική εξήγηση για μερικά μεμονωμένα άτομα ή ακόμα για κάπως ομοιογενείς ομάδες», όταν όμως συζητάμε για μεγάλες κοινωνικές ομάδες (τάξεις) τότε πρόκειται για «έκφραση βαθύτερων αντιθέσεων ιστορικοκοινωνικής τάξης» (Gramsci, 2008: 18).

Σε αυτή την περίπτωση, μιλάει για ψευδή συνείδηση καθώς «μια κοινωνική ομάδα που έχει μια δική της κοσμοαντίληψη, εμβρυακή έστω,... έχει πάρει για λόγους υποταγής και διανοητικής εξάρτησης μια αντίληψη όχι δική της αλλά δανεική από μια άλλη ομάδα» (Gramsci, 2008:18). Συνεπώς, το ζήτημα της ιδεολογίας είναι κεντρικής σημασίας. Ο Gramsci τη συλλαμβάνει ως ουδέτερη έννοια· κάθε κοινωνική τάξη έχει τη δική της κοσμοαντίληψη/φιλοσοφία/ιδεολογία με την οποία επιχειρεί α) να αποκτήσει η ίδια εσωτερική συνοχή αλλά και β) να διαμορφώσει συμμαχίες με άλλες τάξεις και στρώματα (ή μερίδες αυτών) που μπορούν να αφομοιώσουν στοιχεία της ιδεολογίας της.

Από τη σκοπιά της άρχουσας τάξης «το πρόβλημα είναι να διατηρηθεί η ιδεολογική ενότητα σε ολόκληρο το κοινωνικό μπλοκ που ακριβώς με αυτή την καθορισμένη ιδεολογία έχει σταθεροποιηθεί και ενοποιηθεί». (Gramsci, 2008: 20). Η ιδεολογία λειτουργεί ως συγκολλητική ουσία σε μια ετερογενή συμμαχία υπό τη διεύθυνση της άρχουσας τάξης. Ωστόσο, για να επιτελέσει αυτό το ρόλο, η ιδεολογία πρέπει να μπορεί να καταστεί, όσο περισσότερο γίνεται, καθολική και εθνική, να συνενώσει τη βάση με την κορυφή, τα άτομα και τα τμήματα των υποτελών τάξεων που εντάσσονται στο ιστορικό μπλοκ με την ηγεσία αυτού.

Συνεπώς, η ηγεμονία εξαρτάται (και) από το αν η άρχουσα τάξη «μπορεί να ακτινοβολήσει την ιδεολογία της προς όλα τα κοινωνικά στρώματα, ακόμη και προς την εκμεταλλεζόμενη τάξη που έχει αντίθετα μ' αυτή συμφέροντα» (Λυκούδης στο Gramsci, 2005β: 41). Ποιος είναι ο βασικός δρόμος με τον οποίο η κυρίαρχη ιδεολογία «ακτινοβολεί» και επεκτείνεται; Εδώ τίθεται το ζήτημα του «κοινού νου», ως το σύνολο των ετερογενών αντιλήψεων που συνθέτουν τη φιλοσοφία των περισσότερων ανθρώπων. Μέσα στον κοινό νου συνυπάρχουν, «στοιχεία από τον άνθρωπο των σπηλαίων και αρχές της πιο σύγχρονης και προχωρημένης επιστήμης, στενά τοπικιστικές προκαταλήψεις όλων των περασμένων ιστορικών φάσεων και η διαίσθηση μιας μελλοντικής φιλοσοφίας που θα ταιριάζει στο ανθρώπινο γένος ενοποιημένο σε παγκόσμια κλίμακα» (Gramsci, 2008: 14).

Το παραπάνω αποτελεί, μια ακόμη ένδειξη της βασικής θέσης του Ιταλού θεωρητικού και είναι δείγμα της βαθιά δημοκρατικής σκέψης του, σύμφωνα με την οποία «όλοι οι άνθρωποι είναι φιλόσοφοι»<sup>32</sup> καθώς μετέχουν σε μια «αυθόρμητη φιλοσοφία» που περιέχεται στη γλώσσα, τον κοινό νου και τη θρησκεία του λαού<sup>33</sup>. Αυτή η «πρωτόγονη φιλοσοφία» (Gramsci, 2008: 13, 24) είναι έντονα δεμένη με την πρακτική καθώς συγκροτείται και ανανεώνεται γύρω από την καθημερινότητα των «απλών ανθρώπων» και δοκιμάζεται διαρκώς σε άμεσα και συγκεκριμένα προβλήματα. Αντλώντας από τον κοινό νου, οι οργανικοί διανοούμενοι της άρχουσας τάξης καθιστούν την κυρίαρχη ιδεολογία πρακτική και «λαϊκή», ικανή να ανταποκριθεί στις προκλήσεις που θέτει η καθημερινή εμπειρία. Όπως τονίζει ο Rodríguez, το ζήτημα είναι να οριστεί ένας συγκεκριμένος τρόπος σκέψης και να καταστεί κοινός νου. Ακόμα και αν το περιεχόμενο της σκέψης ποικίλλει και μεταβάλλεται, παραμένει ένα βασικό πλαίσιο το οποίο εγγυάται την κατανόηση της καθεστηκυίας τάξης πραγμάτων ως «φυσικής, επιθυμητής και αναπόφευκτης» (Rodríguez, 2019: 251). Επιστρέφουμε σε κάποια βασικά ζητήματα και λειτουργίες της ιδεολογίας.

Η ιδεολογία που επιχειρεί να ενοποιήσει ετερογενή ταξικά μπλοκ, ενσωματώνει τις αντιφάσεις του, αντιφάσεις που είναι αναπόφευκτες στο βαθμό που συνενώνονται διαφορετικές ταξικές θέσεις και συμφέροντα. Υπό αυτή την έννοια, ούτε οι ηγεμονικές

ταξικές συμμαχίες ούτε οι ιδεολογικοί σχηματισμοί που τους στηρίζουν είναι συμπαγείς και άτρωτοι. Ο Eagleton γράφει σχετικά «αν και επιχειρούν [σ. οι ιδεολογίες] να ομογενοποιήσουν, είναι σπάνια οι ίδιες ομοιογενείς. Οι ιδεολογίες συνήθως είναι εσωτερικά πολύπλοκοι, διαφοροποιημένοι σχηματισμοί με συγκρούσεις μεταξύ των διαφορετικών στοιχείων τους, οι οποίες χρειάζεται να επαναδιαπραγματεύονται διαρκώς και να επιλύονται» (Eagleton, 1991: 45).

Δείγμα της διαλεκτικής στη σκέψη του Gramsci είναι ότι ο κοινός νους αποτελεί συγχρόνως ένα πρόβλημα που πρέπει να καταπολεμηθεί αλλά και το αναγκαίο σημείο αφετηρίας για κάθε αντί-ηγεμονική πολιτική που προσπαθεί να αρθρώσει ένα νέο ιστορικό μπλοκ. Χωρίς την επικοινωνία με τον κοινό νου και την προσπάθεια μετασχηματισμού του, δεν μπορεί να σταθεί καμία προσπάθεια αμφισβήτησης του ηγεμονικού μπλοκ.

#### 2.10 Υλική βάση της ηγεμονίας

Όπως αναφέρουν οι Briziarelli & Hoffmann, η άρθρωση της ηγεμονίας και η διαπάλη γύρω από αυτήν δεν εξαντλείται στο πεδίο του Λόγου και της συγκρότησης του γύρω από τα ΜΜΕ. Η ηγεμονία περιλαμβάνει την άσκηση ηγετικού ρόλου σε όλα τα πεδία της κοινωνικής ζωής και θεμελιώνεται στην ικανότητα της άρχουσας τάξης να οργανώνει και να διευθύνει την παραγωγική διαδικασία (Briziarelli & Hoffmann, 2019: 113). Η συναίνεση και ο καταναγκασμός οικοδομούνται μέσα στους χώρους εργασίας, όπου οι εργαζόμενοι ακολουθούν ένα σύνολο τυποποιημένων πρακτικών, «εκπαιδεύονται» να είναι πειθαρχημένοι ενώ διευθυντικά στελέχη και εργοδότες έχουν και καταστατικό-καταναγκαστικό ρόλο. Η ικανότητα οργάνωσης της παραγωγής επιβεβαιώνει τη διευθυντική ικανότητα της άρχουσας τάξης και των οργανικών διανοούμενων της ώστε να προκύπτει η «αυθόρμητη συγκατάθεση μεγάλων μαζών πληθυσμού στην καθοδήγηση της κοινωνικής ζωής από τη βασική κυρίαρχη ομάδα» (Gramsci, 2005β: 62).

Από τα παραπάνω πρέπει να κρατήσουμε δύο στοιχεία. Το πρώτο είναι ότι η ηγεμονία έχει έναν καθολικό χαρακτήρα, αφού διαπερνά το σύνολο της ζωής στις καπιταλιστικές κοινωνίες. Καθώς όλες οι κοινωνικές τάξεις εμπλέκονται στην υλική και

συμβολική αναπαραγωγή του καπιταλισμού (Artz, 2019: 8), αναδύονται ένα σύνολο θεσμών και πρακτικών όπου αποτελούν τα πεδία συγκρότησης, ανανέωσης του ηγεμονικού ιστορικού μπλοκ αλλά και δυνητικής αμφισβήτησης και αποδιάρθρωσης του.

Το δεύτερο ζήτημα σχετίζεται με την ιστορική διάσταση της ηγεμονίας. Δεν υπάρχει μια σταθερή και διαχρονική άρθρωση ενός ηγεμονικού συνασπισμού αλλά αντίθετα υπάρχουν μεταβολές που συναρτώνται από την εξέλιξη της ταξικής πάλης, τις αλλαγές στον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής αλλά και στην κυρίαρχη ιδεολογία.

Με βάση τα παραπάνω, θέλουμε να εισάγουμε την έννοια του *μοντέλου ηγεμονίας*. Σε κάθε μακρο-ιστορική περίοδο του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής, η οργάνωση της οικονομίας και η κυρίαρχη ιδεολογία συναρθρώνονται με ένα συγκεκριμένο τρόπο που εκφράζεται κάθε φορά σε ένα νέο ιστορικό μπλοκ. Μπορούμε, σε έναν υψηλό βαθμό αφαίρεσης, να μιλήσουμε για ένα κεντρικό/φορντικό μοντέλο ηγεμονίας που το διαδέχθηκε ένα νεοφιλελεύθερο μοντέλο. Φυσικά, κάθε τέτοια αφαίρεση αποκτά νόημα μόνο όταν τεθεί σε ένα ιστορικά συγκεκριμένο εθνικό πλαίσιο και μελετηθεί με βάση τις αντιθέσεις που το διαπερνούν. Αυτό θα επιχειρήσουμε να κάνουμε στα κεφάλαια 4 & 5. Στη συνέχεια της παρούσας ενότητας, θα εξετάσουμε κάποιες από τις πιο γνωστές κριτικές και αναθεωρήσεις του γκραμισιανού μοντέλου της ηγεμονίας.

### 2.11 Χρήσεις και αναθεωρήσεις της ηγεμονίας

Σημάδι της μεγάλης επίδρασης της γκραμισιανής σύλληψης της ηγεμονίας είναι και οι πολλαπλές χρήσεις του όρου, η θεωρητική και πολιτική αντιπαράθεση γύρω από τη σημασία του αλλά η αναθεώρηση κομβικών πλευρών του έργου του. Όπως λέει ο Anderson, σχολιάζοντας σκωπτικά την «αξιοποίηση» της γκραμισιανής σκέψης από το μεταπολεμικό ΚΚΙ: «οι συλλήψεις του εργαλειοποιήθηκαν τόσο επανειλημμένα στην υπηρεσία μεταβαλλόμενων σκοπιμοτήτων ώστε να καταστήσουν όχι στρατηγική αλλά ιδεολογία, εύπλαστα στολίδια της όποιας γραμμής υιοθετούσε το κόμμα σε μια δεδομένη περίοδο» (Anderson, 2017: 110). Συγχρόνως, η γκραμισιανή σύλληψη

επηρέασε μια σειρά προσπάθειες ανανέωσης της ριζοσπαστικής σκέψης και πρακτικής μεταπολεμικά.

Ένας από τους σημαντικότερους μελετητές του Gramsci, ο Ινδός Ranajit Guha είδε στο έργο του ένα εργαλείο τόσο για την ανάλυση της αποικιοκρατίας όσο και για την ανάδειξη των μορφών αντίστασης του αγροτικού πληθυσμού της Ινδίας. Συνδυάζοντας (Anderson, 2017 : 133). Ο Guha κατανόησε την ηγεμονία ως μια διαρκή διαδικασία εντάσεων και συγκρούσεων που περιλαμβάνει ενεργά υποκείμενα, λαούς που –ακόμα και όταν καθυποτάσσονται– δεν καθίστανται αδρανείς αλλά αναζητούν νέους τρόπους αντίστασης. Το πιο γνωστό έργο του, με τίτλο *Κυριαρχία χωρίς Ηγεμονία (Dominance Without Hegemony)* εκκινεί με ένα περίγραμμα της αντίληψης του για την ηγεμονία.

Ο Guha εντάσσει την ηγεμονία σε μια θεωρία για ένα γενικό σχήμα της εξουσίας. Η ηγεμονία ερμηνεύεται ως «μια συνθήκη όπου, στην οργανική σύνθεση της κυριαρχίας, η πειθώ υπερέχει του καταναγκασμού», ωστόσο, καθώς ο καταναγκασμός είναι δομικό στοιχείο της κυριαρχίας, η ιδέα ενός μη καταναγκαστικού κράτους καθίσταται «παραλογισμός»<sup>34</sup> (Guha, 1997: 22-23). Η σκέψη του Guha στρέφεται στη συνέχεια γύρω από την αποικιοκρατία την οποία αντιλαμβάνεται ως μια «εξωτερικότητα» στις ζωές των κατεκτημένων λαών, ανίκανη να αφομοιώσει στοιχεία της κουλτούρας τους. Συνεπώς, η βρετανική (και όχι μόνο) αποικιοκρατία ήταν υποχρεωμένη να παραμένει σε μια κατάσταση *κυριαρχίας χωρίς ηγεμονία* και να στηρίζεται σε υπερβολικό βαθμό στην άσκηση βίας (Guha, 1997:24). Η δυνατότητα του κεφαλαίου να επεκτείνεται σε διαφορετικές χώρες και σφαίρες της παραγωγής και να ομογενοποιεί –γύρω από την ανταλλακτική αξία– ένα σύνολο ετερόκλητων δραστηριοτήτων είναι η βάση της διεκδίκησης του καθολικού. Ο «κοινός νους» αναπτύσσεται σε αυτό το έδαφος. Η ηγεμονία θεωρείται ένα νεωτερικό φαινόμενο που συνδέεται με την ικανότητα του κεφαλαίου να «μιλάει πολλές γλώσσες».

Περνάμε τώρα σε ένα διαφιλονικούμενο ζήτημα, τη σχέση της ηγεμονίας με την ιδεολογία.

Ένας από τους λόγους που ηγεμονία & ιδεολογία φαίνεται να βιώνουν «βίους αντίθετους» σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με το πώς οι πολιτιστικές σπουδές της

δεκαετίας του '80 συνέλαβαν τους δύο όρους. Στην περίπτωση της ιδεολογίας, θεωρήθηκε ως «βαρίδι» που κουβαλάει όλα τα επιστημολογικά προβλήματα του θετικισμού και είναι ακατάλληλο για τις σύνθετες μετανεωτερικές κοινωνίες. Από την άλλη, η ηγεμονία εμπεριέχει εγγενώς μια ανοιχτή σύλληψη της πολιτικής/πολιτισμικής διαπάλης καθώς μελετάει τόσο τη συναίνεση των υποτελών τάξεων στην κυρίαρχη χωρίς ωστόσο να τους στερεί την αυτονομία τους. Η δυνατότητα μιας εναλλακτικής/αντι-ηγεμονικής αποκωδικοποίησης του νοήματος παραμένει πάντα ενεργή (Hall, 1980).

Σε αυτό το ρεύμα, ο Raymond Williams προσέφερε την πιο συνεκτική θέση σχετικά με τον παρωχημένο χαρακτήρα της ιδεολογίας σε αντιδιαστολή με την ηγεμονία. Γράφει σχετικά: «είναι μέσα από την αναγνώριση του *συνολικού χαρακτήρα* της διαδικασίας που κάνει την έννοια της “ηγεμονίας” να ξεπερνάει αυτή της “ιδεολογίας”. Αυτό που είναι καθοριστικό δεν είναι απλά το συνειδητό σύστημα ιδεών και πεποιθήσεων αλλά η συνολική βιωμένη κοινωνικά διαδικασία που οργανώνεται με πρακτικό τρόπο από συγκεκριμένα, κυρίαρχα νοήματα και αξίες» (Williams, 1977: 108-109). Ενώ απορρίπτει την ιδεολογία ως κατάλοιπο του εμπειρισμού μέσα στο μαρξισμό, εντοπίζει δύο σημαντικά πλεονεκτήματα της έννοιας της ηγεμονίας. Πρώτον, θεωρεί ότι οι έννοιες της κυριαρχίας (domination) και της εκούσιας υποταγής (subordination) ταιριάζουν πολύ περισσότερο στα σύγχρονα φαινόμενα της κοινοβουλευτικής δημοκρατίας και της μαζικής κουλτούρας σε σχέση με την ιδεολογία που σχετίζεται, με προηγούμενες, λιγότερο συνθέτες φάσεις των κοινωνικών σχηματισμών και με έννοιες όπως η χειραγώγηση/εξαπάτηση μιας τάξης από μια άλλη. (Williams, 1977: 110). Δεύτερον, η έννοια της ηγεμονίας αντιλαμβάνεται την πολιτισμική δραστηριότητα με τέτοιο τρόπο που την αποσπά από τη σφαίρα του εποικοδομήματος και της απλής αντανάκλασης της οικονομικής δομής και αναδεικνύει τον πολιτισμό ως συνδυασμό παράδοσης και πρακτικής, ως ενεργητική δραστηριότητα παραγωγής νοήματος μέσα στην οποία οι άνθρωποι αναγνωρίζουν τον εαυτό τους και το κοινωνικό πλαίσιο στο οποί εντάσσονται (Williams, 1977: 111).

Οι Laclau και Mouffe κινήθηκαν σε παρόμοια κατεύθυνση, εστιάζοντας στα ζητήματα της στρατηγικής και της πολιτικής δράσης. Το έργο τους *Ηγεμονία και*

*Σοσιαλιστική Στρατηγική (Hegemony and Socialist Strategy - 2001)* εστιάζει πρωτίστως α) στην κριτική του Gramsci στον οικονομισμό και β) σε μια αντίληψη για την ιδεολογία που δεν την ανάγει στην ταξική θέση συλλογικών υποκειμένων αλλά τη συλλαμβάνει ως ένα πεδίο διαρκούς επαναδιαπραγμάτευσης. Η βάση αυτής της θεώρησης είναι η θέση ότι ταξικά συμφέροντα δεν μπορούν να οριστούν a priori αλλά μόνο να κατασκευαστούν ρηματικά μέσα από την πολιτική πρακτική. Η ίδια η πολιτική δεν αποτελεί ένα εποικοδόμημα του τρόπου παραγωγής, δεν είναι ένα ρητά διακριτό πεδίο αλλά έχει εκλεκτικές και άνισες σχέσεις (Laclau & Mouffe, 2001: 120-121). Σε αυτό το πλαίσιο, η ηγεμονία δεν προκύπτει ως ένας ταξικός συνασπισμός (Laclau & Mouffe, 2001: 66) αλλά περισσότερο ως μια ρηματική άρθρωση ταυτοτήτων γύρω από ένα ad hoc συγκροτούμενο πολιτικό σχέδιο (Laclau & Mouffe, 2001: 176).

Το βασικό πρόβλημα με αυτή τη θεώρηση είναι ότι, περιορίζοντας την πάλη για ηγεμονία αποκλειστικά στο πεδίο του λόγου, δεν μπορεί να ερμηνεύσει το γιατί σε ορισμένες περιόδους θεμελιώνεται στέρεα ή κλονίζεται βαθύτατα η κυρίαρχη ηγεμονία. Για τους Briziarelli & Hoffmann, οι παραπάνω προσεγγίσεις κατέληξαν να «αντικαθιστά έναν τύπο ιδεαλισμού...με έναν άλλον που ανήγαγε την κοινωνική πραγματικότητα αποκλειστικά σε πολιτισμικά φαινόμενα [reductive culturalism στο πρωτότυπο]» (2019: 108. Με αυτό τον τρόπο, η ιδεολογία γίνεται κατανοητή ως μια «κυρίαρχη ρηματική παραγωγή που και αναπαράγεται και τίθεται υπό αμφισβήτηση με τη διαμεσολάβηση του Λόγου» (Briziarelli & Hoffmann, 2019: 109). Σχολιάζοντας επίσης το έργο *Hegemony & Socialist Strategy*, ο Anderson τονίζει ότι «το αποτέλεσμα ήταν να αποκοπούν οι ιδέες και τα αιτήματα τόσο απόλυτα από τα κοινωνικό-οικονομικά ερείσματα τους ώστε να μπορεί επί της αρχής να τα οικειοποιηθεί οποιοσδήποτε δρων για οποιαδήποτε πολιτική κατασκευή... όχι μόνο τα πάντα μπορούν να συναρθρωθούν προς πάσα κατεύθυνση αλλά και τα πάντα γίνονται συνάρθρωση» (2017: 126). Με αυτό τον τρόπο, «δεν υπάρχει ανάγκη για οποιαδήποτε ακρίβεια στο χαρακτηρισμό της κοινωνικής σκακιέρας» (Anderson, 2017: 127) αφού κάθε ρηματικά κατασκευασμένο σχήμα ερμηνείας μπορεί – θεωρητικά πάντα– να συναρθρωθεί είτε με το κυρίαρχο ηγεμονικό μπλοκ είτε με το αναδυόμενο αντί-ηγεμονικό.



## 2.12 Το τέλος της ηγεμονίας;

Με τη μετάβαση σε μια εποχή μαζικής εξατομίκευσης και ριζικής αλλαγής των τρόπων απόσπασης της συναίνεσης και με τους παραδοσιακούς ταξικούς διαχωρισμούς να καθίστανται θολοί, συχνά θεωρείται ότι η ηγεμονία δεν μπορεί πλέον να χρησιμεύσει ως εργαλείο ανάλυσης για τις σχέσεις κυριαρχίας και υποταγής.

Ο Lash θεωρεί ότι η εξουσία πλέον έχει περάσει σε μια μετά-ηγεμονική περίοδο (post-hegemonic) όπου έχει συντελεστεί α) η μετάβαση από αυτό που ονομάζει επιστημολογική εξουσία σε μια εξουσία οντολογική β) η μετάβαση από την *εξουσία επί* (*power over*) στην εξουσία που ασκείται από τα μέσα (*power from within*) και γ) τη μετάβαση από μια άρθρωση της πολιτικής και της εξουσίας με κανονιστικούς όρους σε μια συνθήκη εξουσίας που βασίζεται πολύ περισσότερο σε αυτό που μπορούμε να ονομάσουμε “πραγματισμό” [facticity στο πρωτότυπο] (Lash, 2007: 55-56). Η εξουσία βρίσκεται σε συνεχή κίνηση, διαπερνά το άτομο και οργανώνει την ύπαρξη του σε μοριακό-πρωταρχικό επίπεδο και είναι εσωτερικευμένη

Τα παραπάνω έρχεται να συμπληρώσει ο Lazzarato, ο οποίος θεωρεί ότι η έννοια της ηγεμονίας είναι ατελέσφορη καθώς δεν μπορεί να συλλάβει τη διαρκή μεταβολή ενός ετερογενούς μπλοκ εξουσίας που συγκροτείται μέσα από την κατασκευή ενοχικών-χρεωμένων υποκειμένων. Γράφει σχετικά: «Η γκραμισιανή έννοια της “ηγεμονίας” (ηγεμονίας του χρηματιστικού κεφαλαίου) μοιάζει λιγότερο κατάλληλη από τη φουκωική έννοια της “κυβερνητικότητας”. Ο καπιταλισμός δεν είναι μια δομή ή ένα σύστημα... Το μπλοκ εξουσίας που έχει συγκολληθεί γύρω από την οικονομία του χρέος απαρτίζεται από σχέσεις εξουσίας που είναι ετερογενείς» (Lazzarato, 2014: 128-129).

Σε αυτή την προσέγγιση, απορρίπτεται ο ταξικός καθορισμός των σύγχρονων κοινωνιών. Για την ακρίβεια, δεν απορρίπτεται η ύπαρξη κοινωνικών τάξεων αλλά θεωρείται ότι το καθοριστικό στοιχείο είναι η ετερογένεια και όχι η ενότητα — στοιχείο κοινό με τη θεώρηση των Laclau & Mouffe. Η πολιτική προέκταση των παραπάνω είναι το πέρασμα από έννοιες όπως οι τάξεις, οι ταξικοί συνασπισμοί και τα κόμματα ως

φορείς εκπροσώπησης σε όρους όπως το πλήθος όπου τα πολιτικά άτομα συλλαμβάνονται ως «μονάδες, η κάθε μια διαφορετική από τις άλλες» (Lash, 2007: 60).

Χωρίς να μπορούμε να εξαντλήσουμε την κριτική στις παραπάνω έννοιες, είναι κρίσιμο να σημειώσουμε κάποια σημεία. Είναι δεδομένο ότι η απόπειρα να τεθεί η ηγεμονία εντός ιστορικού πλαισίου είναι αναγκαία. Εύλογα τίθεται το ερώτημα κατά πόσο η αναλυτική σημασία του όρου εξαντλείται στα πλαίσια του καπιταλισμού της φορντικής αλυσίδας και του μεταπολεμικού κοινωνικού συμβολαίου. Ωστόσο, όπως τονίζει Johnson (2007: 96), η διαλεκτική παλιού και νέου δεν εξαντλείται σε μια τομή, ένα σημείο πέραν του οποίου «όλα είναι διαφορετικά»· αντίθετα πρόκειται για μια σύνθετη διαδικασία όπου συνυπάρχουν παλιά και νέα στοιχεία. Από την άλλη, η σύλληψη μιας άσκησης της εξουσίας μέσα από τη θετική-παραγωγική οργάνωση της ζωής των ατόμων ως τέτοιων, παραγνωρίζει τη μεγάλη κλίμακα απόσπαση της συναίνεσης τις τελευταίες δεκαετίες που συνδέθηκε ιδεολογικά με έννοιες όπως το άτομο-επιχειρηματίας, στο πεδίο της οικονομίας με την ανάδυση μοντέλων ευέλικτης συσσώρευσης και, υποστηριζόμενης από το χρέος, κατανάλωσης και στο πεδίο της πολιτικής με την εμφάνιση του «ακραίου κέντρου» και την ιδεολογικό-πολιτική σύγκλιση των κομμάτων εξουσίας. Θα επανέλθουμε σε αυτές τις έννοιες στο 4<sup>ο</sup> κεφάλαιο, εξετάζοντας τον νεοφιλελευθερισμό.

Σε κάθε περίπτωση, το εννοιολογικό πλαίσιο της ηγεμονίας δεν αναιρείται καθώς α) δεν προϋποθέτει την ομοιογένεια και β) δεν εξαντλείται στη μελέτη συγκρουόμενων discourses. Όπως τονίζει ο Johnson, η κριτική του Lash στην ηγεμονία παρακάμπτει κρίσιμες πλευρές της γκραμισιανής σκέψης και την ταυτίζει με την προσέγγιση των Laclau & Mouffe (Johnson, 2007: 100) η οποία, όπως αναφέραμε, είναι σαφέστατα επικεντρωμένη στη συγκρότηση υποκειμένων μέσα από ανταγωνιστικές ρηματικές κατασκευές. Όμως, η κριτική σε αυτό το σχήμα δεν επαρκεί για να απορρίψει την έννοια της ηγεμονίας.

## 2.12 Ιδεολογία, ηγεμονία και MME

*«Οι ιδεολογίες δεν αποτελούν απλά συμπλέγματα ιδεών και πεποιθήσεων που αιωρούνται στα μυαλά των ανθρώπων. Δραστηριοποιούνται και υλοποιούνται σε συγκεκριμένους μηχανισμούς και πρακτικές, για παράδειγμα, στους μηχανισμούς και στις πρακτικές της κατασκευής των ειδήσεων.» (Hall et al, 1989: 277)*

Η πραγμάτευση της ιδεολογίας από την κριτική θεωρία υποπίπτει συχνά στο σφάλμα να υποτιμά το ρόλο της ενημέρωσης μέσω των ΜΜΕ (Thompson, 1990). Τα μέσα επικοινωνίας και ειδικά η ενημέρωση είτε δεν εξετάζονται καθόλου είτε αναφέρονται απλά ως ένας από τους «αγωγούς», μέσα από τους οποίους διαχέεται στο γενικό κοινό η ιδεολογία. Είναι χαρακτηριστικό, για παράδειγμα ότι ενώ ο Lukács (2001), μελετάει εκτεταμένα τη σχέση της κυρίαρχης ιδεολογίας με τον τρόπο παραγωγής, το ζήτημα του τρόπου επικοινωνίας απουσιάζει από τη σκέψη του<sup>35</sup>. Από την άλλη ο Althusser, ενώ εξετάζει τους ιδεολογικούς μηχανισμούς και δεν μελετάει την ιδεολογία ως έγκλιση του υποκειμένου μέσα σε συγκεκριμένα πλαίσια, αναφέρεται στα ΜΜΕ με βιαστικό τρόπο (Althusser, 1999: 91). Ο Gramsci αφιερώνει σημαντικό τμήμα του έργου του στα ΜΜΕ, ιδιαίτερα στη σημασία της εκπαίδευσης δημοσιογράφων ως οργανικών διανοουμένων των υποτελών τάξεων (Gramsci, 2005γ). Ωστόσο, ούτε αυτός αποδίδει έναν κεντρικό ρόλο στα μέσα επικοινωνίας σε σχέση με την ιδεολογία.

Είναι προφανές ότι τα παραπάνω σχετίζονται με το ιστορικό πλαίσιο αυτών των αναλύσεων και την περιορισμένη, σε σχέση με το 2<sup>ο</sup> μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα, διάχυση της χρήσης των μέσων επικοινωνίας. Ωστόσο, από την αρχή της ανάδυσης των νεωτερικών-καπιταλιστικών κοινωνιών, η ιδεολογία –με την έννοια που την κατανοούμε σήμερα, στα πλαίσια καπιταλιστικών-νεωτερικών κοινωνιών– είναι αξεδιάλυτη με τα ΜΜΕ.

Θα μπορούσε ίσως να ειπωθεί ότι η ιδεολογία, με την έννοια που την κατανοούμε σήμερα, υπάρχει μόνο μέσα στη νεωτερική/καπιταλιστική κοινωνία. Πρόκειται για ένα ζήτημα που δεν μπορούμε να εξετάσουμε αναλυτικά. Σε αυτό το σημείο δίνουμε δίκιο στους Abercrombie et al. (1984) σε ό,τι αφορά το πρώτο σκέλος της ανάλυσής τους: στις προκαπιταλιστικές κοινωνίες, η ιδεολογία επιδρά διευκολύνοντας τη συνοχή και τον κοινό προσανατολισμό της άρχουσας τάξης και όχι τόσο για να εγγωθηθεί την πειθαρχία των υποτελών τάξεων, οι οποίες «παρακινούνται» με εξωοικονομικά μέσα πρωτίστως.

Όπως δείχνει ο Habermas, η ανάδυση της δημόσιας σφαίρας σχετίζεται με την αναδυόμενη αστική τάξη και την εμφάνιση της έννοιας του πολίτη σε σύγκρουση με αυτή του υπηκόου (Habermas, 1997). Η διαδικασία αυτή συνδέεται με τις αλλαγές που έφερε ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής στον τρόπο επικοινωνίας και την επίδραση του εμπορίου και της ανερχόμενης βιομηχανίας στη διάδοση του γραπτού λόγου. Οι φιλόσοφοι της περιόδου (ως οργανικοί διανοούμενοι της αστικής τάξης) κατανοούν τη σημασία της ελευθερίας του τύπου ως όρο-γέννησης της αστικής κοινωνίας και ενός νέου τύπου ανθρώπου που συμμετέχει στην πολιτική ζωή με όρους (τυπικής, τουλάχιστον) ισοτιμίας.

Αυτό είχε ως προϋπόθεση τόσο αλλαγές στο θεσμικό κομμάτι (κατάργηση ή, έστω περιορισμός της λογοκρισίας) όσο και στο επίπεδο της κοινωνίας των πολιτών. Ο οργανικός διανοούμενος με τη μορφή του φιλοσόφου δεν επαρκεί πλέον. Έτσι εντείνεται αυτό που οι Marx-Engels ονόμαζαν «καταμερισμό εργασίας εντός της κυρίαρχης τάξης» και μεγαλώνει το κομμάτι των «δραστήριων ιδεολόγων» (Marx-Engels, 1997: 94). Ένα σύνολο νέων θεσμών εμφανίζονται και αλληλοεπιδρούν, οργανώνουν την ιδεολογική διαπάλη και την καθιστούν αναγκαία για την αναπαραγωγή της αστικής κοινωνίας. Έτσι αναπτύσσεται αυτή η σχέση αλληλοτροφοδότησης ανάμεσα στην «επίσημη» πολιτική (που συγκροτείται γύρω από το κοινοβουλευτικό κράτος) και την πολιτική όπως αυτή αναπτύσσεται μέσα στην κοινωνία των πολιτών. Ο Marx περιγράφει αυτή τη σχέση ως εξής:

«Το κοινοβουλευτικό καθεστώς ζει από τη συζήτηση, με τι τρόπο λοιπόν θα έπρεπε να απαγορευθεί η συζήτηση;... συμπληρώνεται αναγκαστικά από τις συζητητικές λέσχες στα σαλόνια και στις ταβέρνες. Οι αντιπρόσωποι που επικαλούνται ολοένα την κοινή γνώμη δίνουν το δικαίωμα στην κοινή γνώμη να λέει την πραγματική της.» (Marx, 1986: 81).

Συνεπώς, η ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας και ενός πεδίου διακίνησης τους αλλά και η νομιμοποίηση της «κοινής γνώμης» (ως γνώμης των μη ειδικών, των απλών ανθρώπων) αποτελούν αναγκαίους όρους για τη λειτουργία της κοινοβουλευτικής

δημοκρατίας και της –όσο γίνεται– αρμονικής συνύπαρξης των δύο πόλων: από τη μια, ο άνθρωπος της ταξικής κοινωνίας και, από την άλλη, ο πολίτης-φορέας δικαιωμάτων.

Σε κάθε περίπτωση, τα ΜΜΕ δεν εμφανίστηκαν «σε δεύτερο χρόνο», για να βοηθήσουν την κυρίαρχη ιδεολογία να διαχυθεί· δεν είναι απλά εργαλεία. Αποτελούν τις κοινωνικές προϋποθέσεις για την –πάντα αντιφατική και διαφιλονικούμενη– ηγεμονία της αστικής τάξης. Η δημοσιογραφία, ως το κατεξοχήν «παιδί» αυτής της διαδικασίας, εγκαλεί το άτομο ως πολίτη να ασκήσει τα δικαιώματά του (αλλά και να αναλάβει τις ευθύνες του), την ίδια στιγμή που διεκδικεί για τον εαυτό της το ρόλο του επιτηρητή (watchdog) της επίσημης εξουσίας. Όπως γράφει ο Πλειός: «η δημοσιογραφία αποτελεί ένα αναγκαίο πεδίο, μέσο και αποτέλεσμα της ιδεολογικής σύγκρουσης, που είναι απαραίτητη για τη διεξαγωγή της πολιτικής και, ειδικότερα, της δημοκρατικής διαδικασίας. Αντίστροφα, η ιδεολογική συγκρότηση και σύγκρουση αποτελούν μέσο διά του οποίου συγκροτείται και αναπτύσσεται η δημοσιογραφία» (Πλειός, 2011: 97).

### 2.13 Ιδεολογία των ΜΜΕ

Τα ΜΜΕ έχουν ανάγκη να αντλήσουν νομιμοποίηση για τον ρόλο που επιδιώκουν να παίξουν στη δημόσια σφαίρα. Αυτό εν μέρει επιτυγχάνεται μέσα από τη σχέση τους με την πολιτική εξουσία. Όμως αυτό δεν είναι αρκετό. Τα ΜΜΕ, ταυτόχρονα, αναπτύσσουν μια δική τους, ιδιαίτερη ιδεολογία, η οποία αξιοποιεί την απόκρυψη της σχέσης τους με την κυρίαρχη ιδεολογία. Στο επίκεντρο της ιδεολογίας των Μέσων, βρίσκεται η διαμόρφωση μιας αυτό-εικόνας που συνδυάζει στοιχεία επαγγελματισμού και δημόσιου λειτουργήματος (public service). Η ιδεολογία των ΜΜΕ συμπυκνώνεται γύρω από την έννοια της αντικειμενικότητας.

Ο McQuail ορίζει τα γνωρίσματα της αντικειμενικότητας ως εξής: «στάση ουδέτερη και αποστασιοποιημένη απέναντι στο θέμα της είδησης (και, άρα, απουσία υποκειμενικότητας ή προσωπικής ανάμειξης) αμεροληψία (να μη λαμβάνεται θέση στο ζήτημα), προσήλωση στην ακρίβεια και άλλα κριτήρια αλήθειας (π.χ. πληρότητα,

συνάφεια) απουσία απώτερων κινήτρων και εξυπηρέτησης τρίτου μέρους» (McQuail, 2011: 114).

Ο Michael Schudson δίνει μία από τις πιο ολοκληρωμένες καταγραφές της ιστορικής ανάδυσης της έννοιας της αντικειμενικότητας (objectivity) στο έργο του *Discovering the News* (Schudson, 1981). Μελετώντας την πορεία του αμερικάνικου Τύπου από τις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1970, αναδεικνύει τους μετασχηματισμούς γύρω από το χαρακτήρα του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και το πώς γίνεται αντιληπτό από τους ίδιους τους δημοσιογράφους και το κοινό τους. Καταγράφοντας τις βασικές καμπές στην αμερικανική δημοσιογραφία του 19<sup>ου</sup> αιώνα, τονίζει το πέρασμα από έναν έντονα πολιτικοποιημένο Τύπο των ελίτ μέχρι το 1830 (Schudson, 1981: 15) στον μαζικό και φθηνό Τύπο των penny papers που στηρίζεται στη διαφήμιση και εντάσσει στο περιεχόμενο της ειδησεογραφίας την κοινωνική ζωή και καθημερινότητα (Schudson, 1981: 17,22). Το ζήτημα της αντικειμενικότητας δεν εγείρεται σε αυτές τις περιόδους αλλά τίθενται τα θεμέλια του στο τέλος του 19<sup>ου</sup> αιώνα όταν οι εφημερίδες παύουν να είναι αυτό που ο Schudson αποκαλεί «one man bands» (Schudson, 1981: 65) και καθιερώνεται με γενικό τρόπο ο ρόλος των ρεπόρτερ ως δημοσιογράφων με αναγνωρισμένη θέση και σταθερό μισθό. Η εξέλιξη αυτή συνδυάζεται με την καθιέρωση της δημοσιογραφίας ως διακριτού επαγγέλματος με δικές του αξίες και κώδικες αλλά και ένα αξιοπρεπή μισθό και ευρεία αναγνώριση των ίδιων των ρεπόρτερ. Ταυτόχρονα και καθόλου τυχαία, στις νέες συνθήκες εμφανίζεται η πίεση στους ρεπόρτερ να προσηλωθούν στα γεγονότα καθώς υπάρχει πίεση από τους υπεύθυνους σύνταξης για διάκριση σχολίου και είδησης (Schudson, 1981: 69,81). Παρόλο που ακόμα η αντικειμενικότητα ως αξίωμα δεν έχει καθιερωθεί, έχει σημασία εδώ ότι τα πρώτα στοιχεία της πεποίθησης ότι τα γεγονότα έχουν μία αυτοτελή αξία και ότι είναι εφικτό να παρουσιαστούν αποκομμένα από κοινωνικές αξίες και ερμηνείες τίθενται σε μία περίοδο όπου καθιερώνεται η αίσθηση επαγγελματισμού των δημοσιογράφων. Η πεποίθηση ότι ο ρόλος της δημοσιογραφίας έγκειται στην παροχή πληροφοριών εμφανίζεται στην πιο καθαρή μορφή στους New York Times της περιόδου που αναδεικνύονται ως έγκριτη εφημερίδα, αξιοποιώντας την απήχηση τους μέσα στα

ανώτερα στρώματα σε συνδυασμό με μία σταθερή κριτική –που φτάνει στο σημείο της απαξίωσης- προς τις υπόλοιπες μεγάλες εφημερίδες της περιόδου για τις προσπάθειες του να κερδίσουν το κοινό μέσα από τακτικές εντυπωσιασμού (ό.π., σελ. 106, 118).

Η έννοια της αντικειμενικότητας, σύμφωνα με τον Schudson, εμφανίζεται με ένα ολοκληρωμένο και συστηματικό τρόπο μετά τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο ως προσπάθεια των δημοσιογράφων να αμυνθούν σε ένα σύνολο εξελίξεων που περιλαμβάνουν: τη γενική κυριαρχία του σκεπτικισμού που προκλήθηκε από την έντονη πολεμική προπαγάνδα, την ανάδυση τακτικών κυβερνητικής χειραγώγησης του Τύπου καθώς και την εμφάνιση των γραφείων δημοσίων σχέσεων που συνεργάζονται με πλήθος ιδιωτικών και κρατικών φορέων και διαχειρίζονται τη δημόσια πρόσληψη τους (Schudson, 1981: 122, 137-138, 140). Σε αυτό το πλαίσιο, οι δημοσιογράφοι –που έχουν αναπτύξει την αυτό-εικόνα τους ως επαγγελματίες– νιώθουν ότι απειλούνται πολλαπλά και αναζητούν ένα επιστημολογικό έδαφος πάνω στο οποίο θα θεμελιώσουν τις αξιώσεις αλήθειας της εργασίας τους, της παραγωγής ειδήσεων. Καθώς η υποκειμενικότητα έχει καταστεί αμφίβολη, το ενδιαφέρον στρέφεται στην άντληση κύρους μέσω της αναφοράς στη μέθοδο και την καθιέρωση ενός συνόλου πρακτικών για τη συλλογή και επεξεργασία των ειδήσεων. Αυτό αποτελεί μία σαφή προσπάθεια «μίμησης» των θετικών επιστημών αλλά και επαγγελματιών όπως οι δικηγόροι που εξαλείφουν τις υπόνοιες μεροληψίας μέσα από την αναφορά σε μία μέθοδο εργασίας που αφεαυτής εγγυάται την εξαγωγή ενός έγκυρου αποτελέσματος, ανεξαρτήτων των προσλήψεων του υποκειμένου που την εφαρμόζει<sup>36</sup>. Ταυτόχρονα, είναι επίκληση στον επαγγελματισμό (professionalism) ως αξία που διαβεβαιώνει ότι το υποκείμενο που τη φέρει είναι ικανό να αποστασιοποιηθεί από προσωπικές ή κοινωνικές πιέσεις και να αποκτήσει ένα βαθμό αυτονομίας ικανό να δώσει κύρος στις διαπιστώσεις του σχετικά με το «τι πραγματικά συμβαίνει». Η έννοια της αυτονομίας έχει πολλαπλές σημασίες : αφορά την απόσταση τόσο από ευρύτερες προκαταλήψεις και τυποποιημένες ερμηνείες όσο και από τις συγκεκριμένες οπτικές που κυριαρχούν στον εκάστοτε οργανισμό των ΜΜΕ. Υπό αυτή την έννοια, ο δημοσιογράφος ως επαγγελματίας είναι αυτόνομος τόσο από πολιτικά κόμματα όσο και από τον αρχισυντάκτη του. Όπως αναφέρει ο Schudson :

«συνεπώς, η αντικειμενικότητα στο επάγγελμα διασφαλίζεται από την αυτονομία των επαγγελματιών ομάδων — τη συλλογική ανεξαρτησία των επαγγελματιών από την αγορά και από τη λαϊκή βούληση και την ατομική ανεξαρτησία των επαγγελματιών που την εγγυάται η εκπαίδευση και οι αξίες τους» (Schudson, 1981: 9).

Συνοψίζοντας, ο Schudson παρουσιάζει αρκετά πειστικά τις σχέσεις αμοιβαιότητας μεταξύ (α) της έντασης της προσπάθειας ελέγχου των ΜΜΕ, (β) της ανόδου του επαγγελματισμού και της πεποίθησης των δημοσιογράφων ότι δεσμεύονται σε ένα δεοντολογικό κώδικα που τους προσφέρει αυτονομία και (γ) της κυριαρχίας της αντικειμενικότητας ως ιδανικό βάσει του οποίου κρίνεται η ποιότητα της δημοσιογραφικής εργασίας. Με βάση αυτό το πλαίσιο μπορούμε να κατανοήσουμε την κυριαρχία του ιδανικού της αντικειμενικότητας στα αμερικανικά ΜΜΕ και όχι μόνο. Αντίστοιχα σχόλια κάνουν και άλλοι ερευνητές, πχ ο McChesney αναφέρει ότι με την εγκατάλειψη του κομματικού τύπου και την κυριαρχία της διαφήμισης ως πηγή εσόδων, διαμορφώνεται ένα πλαίσιο που ευνοεί τη δημιουργία σχολών δημοσιογραφίας (journalism schools) τα οποία προωθούν την άποψη ότι οι εκπαιδευμένοι επαγγελματίες που επιδιώκουν να είναι αντικειμενικοί και να διατηρούν την ουδετερότητα τους είναι οι πλέον κατάλληλοι για τη δημοσιογραφική κάλυψη (McChesney, 1997: 13) .

Ωστόσο, αν μείνουμε στην αντικειμενικότητα ως «γραμμή άμυνας» των δημοσιογράφων, τότε αδυνατούμε να κατανοήσουμε το πώς εντάχθηκε σε ένα πλαίσιο νομιμοποίησης της κυρίαρχης τάξης πραγμάτων και καθιερώθηκε ως ιδεολογικός τρόπος πρόσληψης της δημοσιογραφίας. Ο Schudson, μέσα από την έρευνα του καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η καθιέρωση της αντικειμενικότητας δεν είναι τεχνική καμουφλαρίσματος της πολιτικής εξουσίας αλλά, αντιθέτως, αποτελεί προϊόν της δυσπιστίας των δημοσιογράφων απέναντι σε οικονομικούς και πολιτικούς θεσμούς (Schudson 1981:159). Το σημαντικό έργο του δυστυχώς διακόπτεται σε ένα κρίσιμο σημείο: στην ιστορική καθιέρωση της αντικειμενικότητας ως μια μετα-ιδεολογία, ως ένα πλαίσιο συσκότισης της σχέσης των ΜΜΕ με την ιδεολογία. Στη συνέχεια της παρούσας ενότητας, θα επιχειρηθεί μια κριτική της έννοιας της αντικειμενικότητας.



Καταρχάς, η επιστημολογική αξίωση της αντικειμενικότητας φαντάζει έωλη. Όπως αναφέρει ο Παπαθανασόπουλος «η ίδια η διαδικασία της επιλογής, της σύνταξης, της δομής και της παρουσίασης των θεμάτων καθιστά οποιονδήποτε ισχυρισμό περί της αντικειμενικότητας των ειδήσεων λογικά ανίσχυρο» (Παπαθανασόπουλος 1997α: 265). Η είδηση προϋποθέτει μια διαρκή αξιολόγηση σχετικά με το ποιο γεγονός είναι σημαντικό ώστε να γίνει είδηση, πόσο σημαντικό είναι σε σχέση με άλλα που έγιναν ειδήσεις, ποιες πλευρές του πρέπει να τονιστούν καθώς και το ποιες συνδέσεις πρέπει να γίνουν (ή να αποφευχθούν) με άλλες ειδήσεις.

Σε αυτό το σημείο είναι ιδιαίτερα χρήσιμο το έργο της Gaye Tuchman που βασίζεται στη συστηματική μελέτη της συγγραφέως σε εφημερίδες και τηλεοπτικούς σταθμούς. Η Tuchman αντιλαμβάνεται την αντικειμενικότητα ως ένα σύνολο θεσμοποιημένων πρακτικών που προστατεύουν τους δημοσιογράφους από μια σειρά από κινδύνους (μηνύσεις, κριτική των ανωτέρων) και ταυτόχρονα τους επιτρέπουν να αξιώνουν τον ρόλο του επαγγελματία/ειδικού στο πεδίο της συλλογής και οργάνωσης των ειδήσεων (Tuchman, 1972). Όμως, στη σύνοψη της έρευνας της (*Making News: A Study in the Construction of Reality*), η Tuchman καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η θεσμοποίηση/τυποποίηση των πρακτικών της δημοσιογραφίας οδηγεί τους δημοσιογράφους στο να συμβάλλουν στην αναπαραγωγή του πολιτικού στάτους κβο, νομιμοποιώντας τους κατεστημένους φορείς εξουσίας (Tuchman, 1980: 214,). Θα επανέλθουμε στο ζήτημα αυτό στην επόμενη ενότητα, εξετάζοντας τη σχέση των ΜΜΕ με την πολιτική εξουσία.

Σε μια παρόμοια προσέγγιση, ο McChesney αναφέρει ότι η προσπάθεια διαμόρφωσης «αντικειμενικών» κριτηρίων σχετικά με το ποιο γεγονός πρέπει να αποτελέσει είδηση και με βάση ποιο τρόπο πρέπει να παρουσιαστεί, οι δημοσιογράφοι οδηγήθηκαν στην προσκόλληση στις επίσημες πηγές, κυβερνητικές, κρατικές ή άλλες (McChesney, 1997:14). Σε αυτή τη συνθήκη, οι κατεστημένοι φορείς εξουσίας βρίσκονται σε πλεονεκτική θέση: είναι συγχρόνως ικανοί να ορίσουν τι είναι είδηση και πώς θα ιεραρχηθεί ενώ προστατεύονται από την ανάληψη ευθύνης για τα γεγονότα στα οποία αναφέρονται οι ειδήσεις.

Υπό αυτή την έννοια, η επίκληση στην αντικειμενικότητα λειτουργεί ως μια μυστικοποίηση της λειτουργίας των ΜΜΕ. Πρόκειται για μια ιδεολογική απεικόνιση της σχέσης των ΜΜΕ με την ιδεολογία. Τα ΜΜΕ εμφανίζονται να λειτουργούν εντός συγκεκριμένων ηθικών αρχών και κωδίκων δεοντολογίας με στόχο την εξυπηρέτηση του δημόσιου συμφέροντος μέσα από την παροχή πληροφοριών. Αναπτύσσεται, με αυτό τον τρόπο, ο μύθος ενός ισχυρού και ανεξάρτητου συστήματος που προωθεί τη δημοκρατία, την ατομική ελευθερία και το συλλογικό όφελος (Hardt, 2004: 46). Η έννοια της αντικειμενικότητας συμβάλλει στην ταύτιση εννοιών όπως η «αλήθεια», με την αναπαράσταση της πραγματικότητας από τα ΜΜΕ. Με αυτό τον τρόπο, αποκρύπτονται οι δομές ηγεμονίας και κυριαρχίας εντός των οποίων έχουν αναπτυχθεί ιστορικά τα ΜΜΕ αλλά και η εκάστοτε συγκεκριμένη πρόσδεση με πλευρές της κυρίαρχης ιδεολογίας. Ταυτόχρονα, η επίκληση της αντικειμενικότητας αξιοποιείται για να απαξιωθούν –από τα κυρίαρχα εμπορικά ΜΜΕ- εκείνα τα Μέσα που έχουν ρητά δηλωμένη στράτευση (Bennett, Lawrence & Livingston, 2007: 155).

Η αντικειμενικότητα συσκοτίζει διπλά. Από τη μια, μυστικοποιείται η σχέση του δημοσιογράφου με την κοινωνική πραγματικότητα, καθώς καλλιεργείται η πεποίθηση ότι μπορεί να υπάρξει ένα υποκείμενο που μένει ανεπηρέαστο από τις κοινωνικές συγκρούσεις. Από την άλλη, καθίσταται προβληματική η σχέση των δημοσιογράφων με τις δικές τους μεροληψίες, που συχνά με μη συνειδητό τρόπο, επιδρούν στην εργασία τους. Η Σεραφετινίδου, αναφερόμενη στη δεοντολογία του επαγγελματισμού, γράφει ότι «τελικά απομονώνει τον πομπό από τις κοινωνικές αντιθέσεις και συγκρούσεις που υπογραμμίζουν και χρωματίζουν κάθε θέμα για το οποίο “επικοινωνεί” με το κοινό του» (Σεραφετινίδου, 2005: 25). Παρόμοιο ρόλο με την επίκληση στον επαγγελματισμό, επιτελεί η επίκληση στην κοινή λογική (common sense) μέσα από την οποία κάποια μη διασταυρωμένα γεγονότα –ή ένας σχολιασμός των γεγονότων- μπορεί να παρουσιαστεί ως αδιαμφισβήτητο γεγονός καθώς αντιστοιχεί σε κάτι που «όλοι γνωρίζουν» (Tuchman, 1972: 675).

## 2.14 Σύνοψη κεφαλαίου

Είναι προφανές ότι τα παραπάνω έχουν πιάσει κάποιες πλευρές μόνο του ζητήματος της ηγεμονίας, της ιδεολογίας και της σχέσης του με τα ΜΜΕ. Προσπαθήσαμε να θέσουμε κάποιες βάσεις για την κατανόηση της απόσπασης συναίνεσης των υποτελών τάξεων και στρωμάτων εντός του καπιταλισμού παρά να εξαντλήσουμε το ζήτημα. Μπορούμε να διατυπώσουμε συνοπτικά ορισμένα συμπεράσματα.

Καταρχάς, έγινε κάπως κατανοητό τι δεν είναι η ιδεολογία. Δεν είναι ένα γνωστικό λάθος που θα ξεπεραστεί από την ανάπτυξη της επιστήμης και (κατ' επέκταση) των παραγωγικών δυνάμεων. Δεν συγκροτείται αποκλειστικά στο πεδίο του λόγου παρόλο που συνδέεται στενά με τις μορφές άρθρωσης του. Η ιδεολογία είναι ένα φαινόμενο ταξικό αλλά δεν υπάρχει ένα-προς-ένα αντιστοιχία τάξεων ή στρωμάτων με ιδεολογικά σύνολα.

Τι είναι όμως η ιδεολογία; Η ιδεολογία είναι ιστορικά συγκεκριμένη ως ιδεολογία ενός καθορισμένου ταξικού συνασπισμού. Υπό αυτή την έννοια, η ιδεολογία είναι μια μορφή ψευδούς συνείδησης καθώς δίνει προτεραιότητα στο άμεσο και το ειδικό, απεικονίζει την κοινωνική πραγματικότητα από-ιστοριοποιημένη και φυσικοποιημένη.

Η ιδεολογία -όπως και η ηγεμονία- είναι φαινόμενο υλικό με διπλό τρόπο : καταρχάς, εδράζεται στην τάση του κεφαλαίου να ορθολογικοποιεί την παραγωγή με τρόπο που αποξενώνει άλλες τάξεις και στρώματα τόσο από την παραγωγική διαδικασία όσο και από το παραγόμενο προϊόν. Κατά δεύτερον είναι υλική καθώς συμπυκνώνεται σε πρακτικές και θεσμούς που την αναπαράγουν και διαμορφώνουν με θετικό τρόπο το υποκείμενο.

Τέλος, η ιδεολογία είναι ισχυρή στο βαθμό που είναι μη συνειδητή ή ημισυνειδητή με την έννοια που αναφέρει ο Engels<sup>37</sup>. Οι περισσότερες από τις προσεγγίσεις που εξετάσαμε συγκλίνουν σε αυτό, είτε εστιάζουν στον λόγο είτε σε πρακτικές και ιδεολογικούς μηχανισμούς είτε στην αποξένωση από την παραγωγική διαδικασία. Αντίστροφα, στο βαθμό που άτομα και ομάδες συνειδητοποιούν την ιδεολογική διάσταση λόγων και πρακτικών που θεωρούσαν αυτονόητα, τότε η ιδεολογία

εξασθενεί και ανοίγει η δυνατότητα για αμφισβήτηση της και –κατ’ επέκταση– για τον κλονισμό του κυρίαρχου ταξικού συνασπισμού.

Σχετικά με το δίπολο επιστήμη-ιδεολογία, προσπαθήσαμε συνοπτικά να δείξουμε ότι δεν υπάρχει μια απόλυτη αντίθεση μεταξύ τους. Τα κριτήρια που θέτουν οι Μπιτσάκης-Παπαγεωργίου για μια επιστημονική ιδεολογία της εργατικής τάξης έχουν σημασία. Μια *επιστημονική ιδεολογία* είναι ανάγκη να πρόκειται για μια ιδεολογία με συνείδηση των ταξικών καθορισμών της και του ιστορικού πλαισίου της, συνεπώς να απαρνείται εξαρχής κάθε αξίωση μιας υπερ-ιστορικής αλήθειας (Μπιτσάκης, 1986: 101). Συνεπώς, κατά αυτό τον τρόπο θα «βλέπει επιστημονικά τον εαυτό της...τη σχέση τις με άλλες ιδεολογίες, τάξεις και εποχές» (Παπαγεωργίου 1982: 44). κατ’ επέκταση θα είναι ανοιχτή στην αναγνώριση του λάθους και θα έχει ως δομικό στοιχείο τη δυνατότητα ανανέωσης και μετασχηματισμού.

Ερχόμενοι στο θέμα των ΜΜΕ, προσπαθήσαμε να δείξουμε ότι η ιδεολογία και η ηγεμονία, στα πλαίσια του καπιταλισμού, είναι φαινόμενα αξεδιάλυτα από την ανάπτυξη και εδραίωση των ΜΜΕ. Η διαμόρφωση ενός αντιφατικού πεδίου όπου νομιμοποιείται, τίθεται υπό διαπραγμάτευση και –υπό όρους– αμφισβητείται η ηγεμονία του κυρίαρχου ταξικού συνασπισμού, είναι αναγκαίος όρος για να μπορεί η άρχουσα τάξη να εμφανίζει τα συμφέροντα της ως συμφέροντα όλης της. Τα ΜΜΕ δεν αποτελούν απλά αγωγούς διάχυσης της ιδεολογίας αλλά το πεδίο όπου αφηρημένα σχήματα λόγου παίρνουν την τελική συγκεκριμένη εκδοχή τους. Ειδικά η ενημέρωση αποτελεί το κατεξοχήν πεδίο πραγμάτωσης της ιδεολογίας στο επίπεδο του λόγου.

Τέλος, τα ΜΜΕ, ως ιδεολογικοί μηχανισμοί, αναπτύσσουν οργανικά μια δική τους ιδεολογία που μυστικοποιεί τον ρόλο τους σε σχέση με τη σύμπτυξη ταξικών συνασπισμών. Η αντικειμενικότητα, εδραιωμένη σε τυποποιημένες πρακτικές παραγωγής της είδησης, εγκαλεί τον/την δημοσιογράφο ως ένα υποκείμενο που παρατηρεί αμερόληπτα την πραγματικότητα έξω από αυτό και αναλαμβάνει την (επαγγελματική και ηθική) ευθύνη να την καταγράψει. Αυτό ενέχει διαρκώς μια αντίφαση καθώς η αντικειμενικότητα είναι ταυτόχρονα μια μυστικοποίηση αλλά και ένα

ιδανικό που, όταν αντιπαραβάλλεται με την υπαρκτή δημοσιογραφική εργασία, οδηγεί στην αμφισβήτηση του ρόλου των ΜΜΕ.

Μέχρι τώρα εξετάσαμε εν τάχει τη σχέση των ΜΜΕ με φορείς πολιτικής και οικονομικής εξουσίας (δηλαδή φορείς εδραίωσης και αναπαραγωγής του ηγεμονικού συνασπισμού). Ωστόσο αυτό είναι μια μόνο πλευρά του ζητήματος. Με ποιο τρόπο το κράτος, ως κατεξοχήν οργανωτής της ηγεμονίας παρεμβαίνει στο πεδίο των ΜΜΕ; Με ποιο τρόπο επιδρούν οι σχέσεις ιδιοκτησίας; Σε αυτά τα ερωτήματα θα στραφούμε στο επόμενο κεφάλαιο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> ΜΜΕ & ΕΞΟΥΣΙΑ

### Εισαγωγή

Η μελέτη της σχέσης των ΜΜΕ με την εξουσία είναι στενά δεμένη με όσα είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο για τη σχέση τους με την ιδεολογία και την ηγεμονία. Αν τα ΜΜΕ εξυπηρετούν την αναπαραγωγή του στάτους κβο –όπως ισχυρίζεται η κριτική θεωρία σε όλες τις παραλλαγές της– τότε πρέπει να υπάρχουν συγκεκριμένοι οργανωτικοί, πολιτικοί, επαγγελματικοί δεσμοί μεταξύ των θεσμών των ΜΜΕ και του κράτους. Οι δεσμοί αυτοί, συναρτώνται προφανώς με τα όσα είδαμε στο 1<sup>ο</sup> κεφάλαιο, το πώς διαμορφώνεται η σχέση των ΜΜΕ με τον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής.

Φυσικά, το μεγαλύτερο μέρος της σχετικής έρευνας και βιβλιογραφίας ανήκει σε δύο μεγάλες ιστορικές περιόδους. Η πρώτη σχετίζεται με το ιστορικό πλαίσιο των αρχών του 20<sup>ου</sup> αιώνα όπου κυριαρχεί η κρατική παρέμβαση στην ηλεκτρονική επικοινωνία της περιόδου αλλά και η σύμπλευση του Τύπου –το κατεξοχήν ιδιωτικό μέσο της περιόδου– με τις κρατικές επιδιώξεις ιδίως σε θέματα πολέμου. Στην περίοδο αυτή, σύμφωνα με τον Πλειό, η προσπάθεια ενημέρωσης του συνόλου του κοινού (που γινόταν αντιληπτό κυρίως με όρους έθνους) οδηγούσε στη μετάβαση «από το επίπεδο του πολιτικού προγράμματος της εκάστοτε κυβέρνησης σε εκείνο της ιδεολογίας» (Πλειός, 2011: 135). Η δεύτερη, που θα δούμε αναλυτικά στο επόμενο κεφάλαιο, σχετίζεται την περίοδο των τελευταίων δύο δεκαετιών του 20<sup>ου</sup> αιώνα και τις αρχές του 21<sup>ου</sup>, το πέρασμα στην ιδιωτική τηλεόραση και το διαδίκτυο όπου η ιδεολογία δεν εξαφανίζεται αλλά κατακερματίζεται και τροποποιείται, σε αλληλεπίδραση με τις μεγάλες αλλαγές στη σφαίρα της παραγωγής.

Όπως γίνεται εύκολα κατανοητό, το θέμα «ΜΜΕ & εξουσία» μας εισάγει σε ένα μεγάλο φάσμα αντιθέσεων που διαπερνούν την άσκηση της ηγεμονίας στις ανεπτυγμένες καπιταλιστικές κοινωνίες. Τα ζητήματα αυτά διαπέρασαν την κριτική θεωρία και δημιούργησαν διαφορετικές –και κάποιες φορές αντιτιθέμενες τάσεις– γύρω από το ζήτημα της αυτοτέλειας των Μέσων και των εργαζόμενων σε αυτά.

Στο κεφάλαιο αυτό θα εξεταστεί συνοπτικά η φιλελεύθερη προσέγγιση της σχέσης ΜΜΕ και εξουσίας και στη συνέχεια θα παρουσιαστούν, πιο εκτεταμένα, κάποιες βασικές προσεγγίσεις της κριτικής θεωρίας τόσο για τη σχέση ΜΜΕ-πολιτικής εξουσίας όσο και για τη σχέση ΜΜΕ-οικονομικής εξουσίας. Επιπλέον, θα εξεταστεί συνοπτικά η προσέγγιση των ΜΜΕ ως φορέων εξουσίας που αναδιαμορφώνουν τους όρους άσκησης της πολιτικής εξουσίας. Στο κλείσιμο του κεφαλαίου θα μελετηθεί η τάση αυτοτέλειας των ΜΜΕ και των δημοσιογράφων από τους φορείς εξουσίας.

### 3.1 Η Φιλελεύθερη Παράδοση

Η φιλελεύθερη παράδοση αναφέρεται στα ΜΜΕ ως 4<sup>η</sup> εξουσία καθώς προσανατολίζεται σταθερά με βάση το μοντέλο του επιτηρητή της εξουσίας (watchdog) που επιτηρεί, στο όνομα του Συντάγματος και των νόμων, τις άλλες τρεις εξουσίες προς όφελος των πολιτών. Παραλλαγή αυτή της θέσης αποτελεί η προάσπιση των εμπορικών ΜΜΕ ως μια «αγορά ιδεών» (“marketplace of ideas”) η οποία θεωρεί ότι τα ΜΜΕ προάγουν το δημόσιο διάλογο, προσφέροντας ένα εύρος διαφορετικών απόψεων, από τις οποίες το κοινό μπορεί ελεύθερα και ορθολογικά να επιλέξει τις καλύτερες (Bennett, Lawrence & Livingston, 2007:184). Αποτελεί μια προέκταση της φιλελεύθερης αντίληψης για την ελεύθερη αγορά.

Οι παραπάνω θέσεων αντλούν από μια μακρά πολιτική παράδοση που θεωρεί ότι τα ΜΜΕ έπαιξαν καταλυτικό ρόλο στον εκδημοκρατισμό των πολιτικών συστημάτων, χάρη στην ανεξαρτησία τους από τις μοναρχίες που κυριαρχούσαν στην ευρωπαϊκή πολιτική ζωή του 17<sup>ου</sup> και 18<sup>ου</sup> αιώνα. Αυτή η ανεξαρτησία κατακτήθηκε μέσα από μακροχρόνιους αγώνες ενάντια σε νόμους για την κρατική λογοκρισία που διευκόλυναν τις διώξεις εφημερίδων και δημοσιογράφων. Στην Αγγλία, ο τύπος της περιόδου ήταν ανοιχτά στρατευμένος στον πολιτικό αγώνα για τον περιορισμό της μοναρχίας και την ενίσχυση του δημόσιου διαλόγου με κέντρο το κοινοβούλιο (Curran, 2003). Από την άλλη, στη Γαλλία, μια χώρα όπου δεν κατέστη εφικτός κάποιος συμβιβασμός ανάμεσα στη φεουδαρχία και την ανερχόμενη αστική τάξη, κυριάρχησε έντονη πόλωση που

κορυφώθηκε με τα γεγονότα του 1789 και τον διχασμό σε αστικό και αντεπαναστατικό Τύπο (Μπαλτά & Παπαδημητρίου, 1993:19-20).

Σε κάθε περίπτωση, το αίτημα της κατάλυσης των νόμων και των μηχανισμών της λογοκρισίας συνδέθηκε με την ανάδειξη του Τύπου σε ρόλο «τέταρτης εξουσίας». Δεν είναι τυχαίο ότι την ίδια περίοδο, οι φιλόσοφοι που συνδέθηκαν με τα ιδεώδη του Διαφωτισμού, έθεσαν επιτακτικά το ζήτημα της ελευθερίας του Τύπου. Στη σκέψη του Kant για τον Διαφωτισμό, η δημόσια λογοδοσία της πολιτικής εξουσίας είναι στενά δεμένη με τη δυνατότητα δημόσιας χρήσης του Λόγου από τους πολίτες (Μανιάτης, 2011: 199, 241). Κρίσιμη πλευρά αυτή της διαδικασίας ήταν η αμφισβήτηση των διατάξεων για τη λογοκρισία και η γενικότερη χαλάρωση της επιρροής της μοναρχικής εξουσίας επί του Τύπου. Ο αγώνας αυτό εκκινούσε από τον 17<sup>ο</sup> αιώνα και επεκτεινόταν μέχρι τον 19<sup>ο</sup> ως κομμάτι της πάλης της ανερχόμενης αστικής τάξης ενάντια στα κατάλοιπα της φεουδαρχίας (Ο' Malley, 1981, Habermas, 1997).

Ως αποτέλεσμα αυτή της ιστορικής κίνησης της ανερχόμενης αστικής τάξης, πραγματικές επιτυχίες της ελευθερίας του Τύπου που αποτυπώθηκαν στα συντάγματα του 19<sup>ου</sup> αιώνα αλλά και στην κατάργηση καταπιεστικών νομοθετημάτων. Ο Keane αναφέρει τη σημασία των αγώνων κατά τον 18<sup>ο</sup> αιώνα στην Αγγλία με στόχο την κατάργηση ειδικών φόρων στις εφημερίδες αλλά και τον περιορισμό της δυνατότητας της αστυνομίας να προχωράει σε συλλήψεις με βάση την υποψία συμβολής στην εκτύπωση ανατρεπτικών κειμένων (Keane, 2000: 22).

Η φιλελεύθερη παράδοση αναγνωρίζει το ενδεχόμενο πρόσδεσης των ΜΜΕ σε κάποιας μορφής εξουσία. Για παράδειγμα, ο Wright αναφέρει ότι οι πολιτικές ελίτ αντλούν κύρος από την προσοχή των ΜΜΕ και αξιοποιούν τη δημοσιότητα τους για να σταθεροποιήσουν την επιρροή τους επί του κοινωνικού συνόλου (Wright, 1960: 616).

Η παραδοχή δεν αναιρεί τις βασικές θέσεις του φιλελευθερισμού. Ακολουθώντας το μοντέλο της αγοράς, θεωρείται ως δεδομένη η δυνατότητα όλων των ατόμων να παρέμβουν στη δημόσια σφαίρα και να κάνουν χρήση των μέσων επικοινωνίας. Συνεπώς, για τη φιλελεύθερη προσέγγιση, η βασική τάση είναι η συνδιαλλαγή μεταξύ πλήθους απόψεων και όχι η κυριαρχία ενός τρόπου σκέψης στη δημόσια σφαίρα. Σε



τελική ανάλυση, τα ΜΜΕ εξυπηρετούν το κοινό τους, όντας πλουραλιστικά όπως και το ίδιο.

Κατά τους Parsons & White (1991), επιτελώντας τις λειτουργίες του συντονισμού, της επιτήρησης και της συνέχειας, τα ΜΜΕ εγγυώνται την ενημέρωση του κοινού για γεγονότα στα οποία δεν έχει άλλη πρόσβαση, τον έλεγχο επί του περιβάλλοντος και ειδικά του κράτους και της πολιτικής εξουσίας και τέλος, συμβάλλουν στην ομαλή κοινωνικοποίηση των νεότερων γενιών, μεταδίδοντας τις αξίες και τις συνήθειες των προηγούμενων. Ο Wright ανέπτυξε περισσότερο αυτό το σχήμα, αναφερόμενες σε έκδηλες και λανθάνουσες λειτουργίες ενώ προσέθεσε, τη λειτουργία της ψυχαγωγίας (Wright, 1960: 608-609). Η θεωρία των χρήσεων και των ικανοποιήσεων αποτελεί προέκταση και, συγχρόνως, εκσυγχρονισμό αυτής της παράδοσης, στρεφόμενη, όμως στη μελέτη του κοινού και των διαφορετικών αναγκών που ικανοποιεί χρησιμοποιώντας τα Μέσα. Η προσέγγιση αυτή αναγνωρίζει το ενδεχόμενο μιας ανισορροπίας μεταξύ των αναγκών του κοινού και των όσων προσφέρουν τα ΜΜΕ ωστόσο δεν αναγνωρίζεται κάποια εγγενής τάση που να ωθεί προς κάτι τέτοιο (Katz et al. 1974: 521).

Οι McCombs, Einsiedel & Weaver τονίζουν ότι απουσιάζει ο συστηματικός πολιτικός χρωματισμός των ειδήσεων και ότι αυτό συνέβαλε στη μεταστροφή σε πιο μετριοπαθείς αντιλήψεις για τα ΜΜΕ (McCombs, Einsiedel & Weaver, 2009: 21). Οι ίδιοι οι θεσμοί των ΜΜΕ έχουν μια «πολιτική γραμμή», όπως αναφέρουν οι συγγραφείς ωστόσο τονίζουν ότι «δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι αυτοί οι οργανισμοί αποτελούνται από άντρες και γυναίκες που απολαμβάνουν μια σημαντική ελευθερία στον τρόπο με τον οποίο αναφέρεται και γράφεται η κάθε είδηση» (McCombs, Einsiedel & Weaver, 2009: 47). Συνεπώς, οι ατομικές θέσεις των δημοσιογράφων είναι αυτές που καθορίζουν τον όποιο χρωματισμό της ενημέρωσης και όχι κάποια σαφής πολιτική μεροληψία των ΜΜΕ.

Σε αντίθεση με τα παραπάνω, η κριτική θεωρία, έχει σαν αφετηρία τη θέση ότι «οι δομές και οι διαδικασίες κοινωνικής επικοινωνίας είναι βαθιά ριζωμένες στις ευρύτερες δομές και διαδικασίες ενός δεδομένου κοινωνικού σχηματισμού» (Garnham, 2003: 29) αλλά και αντίστροφα: η θεμελίωση, ανάπτυξη και αναπαραγωγή ενός κοινωνικού σχηματισμού συνδέεται με την ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας. Υπό αυτή

την έννοια αναζητά πρωτίστως σχέσεις δομικές, που υπάρχουν ανεξάρτητα της θέλησης μεμονωμένων ατόμων και επιδρούν με σχετική σταθερότητα στο χρόνο αλλά και με έμμεσο τρόπο, οριοθετώντας, κατευθύνοντας, θέτοντας έναν στρατηγικό ορίζοντα για τη λειτουργία των ΜΜΕ.

### 3.2 ΜΜΕ και κρατική εξουσία – Όψεις της πρόσδεσης των ΜΜΕ στην κρατική πολιτική

Συνολικά, η σχέση των ΜΜΕ με την κρατική πολιτική μετασηματίστηκε πολλαπλά από το τέλος του 19<sup>ου</sup> αιώνα και σε όλο τον 20<sup>ο</sup>. Οι πολλαπλές πολεμικές αναμετρήσεις αποτέλεσαν κομβικά σημεία αυτής της διαδικασίας. Μέσα σε κάθε πολεμική αναμέτρηση συντίθενται δύο διαδικασίες: μια λογοκρισίας-καταστολής που σχετίζεται με τον περιορισμό της ελευθερίας των ΜΜΕ και μια ελεγχόμενης πρόσβασης και στράτευσης των μέσων στην πολεμική υπόθεση. Μέσα από αυτή τη σύνθετη κίνηση αναβαθμίζεται τόσο η δυνατότητα της πολιτικής εξουσίας να επιδρά στην κοινή γνώμη όσο και η σημασία των Μέσων και των ιδιοκτητών τους στη δημόσια ζωή.

Η πορεία του Τύπου στο Ηνωμένο Βασίλειο προσφέρει την εικόνα ενός ισχυροποιούμενου μέσου που αξιοποιεί την νεοαποκτηθείσα ισχύ του για να αναπτύξει σχέσεις διαπλοκής με το βρετανικό κράτος (Curran, 2003). Την ίδια περίοδο στις ΗΠΑ, ο Randolph Hearst διευκόλυνε το αμερικάνικο κράτος να εμπλακεί σε πόλεμο με την Ισπανία (με έπαθλο την αλλαγή χεριών στην επιρροή της Καραϊβικής), μέσα από τη διασπορά ψευδών ειδήσεων για υποτιθέμενη ισπανική ανάμειξη στην ανατίναξη του πολεμικού πλοίου USS Maine στο λιμάνι της Κούβας το 1898<sup>38</sup> (Mattelart, 2000:25).

Ο Α΄ ΠΠ πόλεμος βρήκε τα μεγάλα πρακτορεία της περιόδου (Reuters, Associated Press, Wolff) να έχουν συναρτήσει την ανάπτυξη τους με το πεδίο επιρροής των αντίστοιχων κρατών που διαγωνίζονταν για την επιρροή τους στην Ευρώπη και διεθνώς (Μπαλάτ & Παπαδημητρίου, 1993: 24). Η διαχείριση των ειδήσεων (news management) εκκινεί με τον Α΄ ΠΠ και συστηματοποιείται μετά τον Β΄ ΠΠ (Schudson, 1981: 163). περιλαμβάνει τη δημιουργία τμημάτων του κρατικού μηχανισμού που ασχολούνται με την επιτήρηση και διαρκή προσπάθεια επηρεασμού της δημοσιογραφικής κάλυψης. Η

ανάπτυξη τεχνικών πειθούς, η στρατολόγηση κομματιών της διανόησης και η προσπάθεια ελέγχου της ροής πληροφοριών οργανώθηκαν σε μεγάλη κλίμακα από όλα τα εμπλεκόμενα στρατόπεδα και δημιούργησαν ένα επιτυχημένο παράδειγμα καθοριστικής σημασίας (Chomsky, 2000: 46). Μέσα από αυτή τη διαδικασία, μετασχηματίστηκε η δημοσιογραφική εργασία και αναδείχθηκε ο κίνδυνος χειραγώγησης μέσω της εξάρτησης από τις επίσημες πηγές (Schudson, 1981:140). Η πιο εμφανής πλευρά αυτής της αλληλοδιαπλοκής ΜΜΕ-κράτους αποτυπώθηκε το 1918 στο Ηνωμένο Βασίλειο με την ανάληψη του υπουργείου πληροφόρησης από τον ιδιοκτήτη της Daily Express και τον διορισμό στη θέση του υπεύθυνου προπαγάνδας του ιδιοκτήτη της Daily Mail (Μπαλτά & Παπαδημητρίου, 1993:40). Οι βαρόνοι του Τύπου της εποχής (press barons) δεν έκρυψαν τις πολιτικές φιλοδοξίες τους, αξιοποιώντας το γεγονός ότι το βρετανικό κράτος τους είχε ανάγκη ως «ειδικούς» στο κομμάτι της πειθούς (Curran, 2003: 64).

Η πολεμική σύγκρουση έδρασε σε συνδυασμό με την αλλαγή του ρόλου του κράτους στην οικονομία και κατέστησε αναγκαία και κοινωνικά νομιμοποιημένη την ανάπτυξη κρατικών ΜΜΕ, με αποτέλεσμα, για παράδειγμα, από την περίοδο του μεσοπολέμου μέχρι τη δεκαετία του 1950 να ανεβαίνει ραγδαία ο αριθμός των κρατικών ραδιοφωνικών στην Ευρώπη και να συρρικνώνεται ο αριθμός των ιδιωτικών (Πλειός, 2011: 134) Με αυτό τον τρόπο, άνοιξε μια νέα περίοδος όπου τα ΜΜΕ συνέβαλαν στη νομιμοποίηση των κυβερνητικών πολιτικών, ξεκινώντας από την ενίσχυση του πολέμου ενάντια στον κομμουνισμό (Hardt, 2004:22-23).

### 3.3 Η τυποποίηση της δημοσιογραφικής εργασίας ως παράγοντας πρόσδεσης στην κρατική εξουσία

Φυσικά, πέρα από τη δραστηριότητα των κρατικών μηχανισμών σε περιόδους πολεμικών αναμετρήσεων, χρειάζεται να στραφούμε στην ίδια την παραγωγή της είδησης και της εκπαίδευσης των δημοσιογράφων σε κάποιες νόρμες αυτής της διαδικασίας.

Η ανάγκη για απτά γεγονότα (hard facts) που δεν επιδέχονται διάψευσης, ωθεί τους δημοσιογράφους σε πηγές που είναι ήδη ενδεδυμένες με κύρος. Οι θέσεις τους θα βρουν κατευθείαν κάλυψη από τα ΜΜΕ ενώ άλλες πηγές –που ενδεχομένως να προσφέρουν εναλλακτικές ερμηνείες– χρειάζεται να καταβάλλουν σημαντική προσπάθεια για να καταλάβουν το δικό τους χώρο στην κάλυψη από τα ΜΜΕ (McBarnet 1979: 190-191). Η επαγγελματοποίηση της δημοσιογραφίας μετά τον Α΄ ΠΠ στις καπιταλιστικά ανεπτυγμένες χώρες με κύριο εκφραστή στις ΗΠΑ, ενίσχυσε αυτή την τάση και παρήγαγε μια γενιά δημοσιογράφων με σημαντική εμπιστοσύνη στους επίσημους θεσμούς<sup>39</sup>. Η διαδικασία εξοικείωσης των δημοσιογράφων με τους άγραφους κανόνες του επαγγέλματος διαμόρφωσε μια «επαγγελματική ιδεολογία» που έχει ως κεντρικό στοιχείο την πίστη σε/απαίτηση για έναν «υπεύθυνο καπιταλισμό» (responsible capitalism) (Dreier, 1982, 116).

Το ζήτημα των πηγών έχει μεγάλη σημασία καθώς οι κυβερνητικοί φορείς και πολιτικοί μπορούν να εκμεταλλευτούν την ανάγκη των ΜΜΕ για διαρκή ενημέρωση, παρέχοντας τους σταθερές πηγές (Schudson, 2003: 134). Οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι παρασύρονται από τη γοητεία του να είναι κομμάτι κύκλων επιρροής ενώ, παράλληλα υπάρχει η απειλή της αποκοπής από την πηγή όταν αυτή νιώθει ότι δεν την εξυπηρετεί άλλο η σχέση με το μέσο (Schudson, 2003: 142). Φυσικά, η απειλή αυτή δεν αφορά μόνο τον μεμονωμένο δημοσιογράφο αλλά και ολόκληρα ΜΜΕ που μπορεί να θεωρηθούν «εχθρικά» και να απωλέσουν την πρόσβαση στις επίσημες πηγές (Keane, 2000: 106).

Η Tuchman, στις έρευνες της, δίνει την πιο ολοκληρωμένη καταγραφή του πώς η συλλογή και επεξεργασία των ειδήσεων στις κοινωνίες του 20<sup>ου</sup> αιώνα σχετίζεται με τη νομιμοποίηση του στάτους κβο και των κυρίαρχων πολιτικών θεσμών (Tuchman, 1980: 216). Η Tuchman αντιλαμβάνεται τα ΜΜΕ ως συγκεντροποιημένους οργανισμούς με σταθερή και αυστηρή εσωτερική διάρθρωση και εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού η οποία οδηγεί στη θεσμοθέτηση συγκεκριμένων επαγγελματικών πρακτικών. Κομμάτι αυτών είναι η αντίληψη περί της αυτονομίας των εργαζόμενων στα ΜΜΕ από την κατεύθυνση του Μέσου (Tuchman, 1980: 65), η οποία συνδέεται με την αντικειμενικότητα, όπως την εξετάσαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο.

Ο τρόπος που τα ΜΜΕ επιλέγουν το τι συνιστά γεγονός που αξίζει να γίνει είδηση (newsworthy fact) τα συγκεντρώνουν και τα διασταυρώνουν διαμορφώνει συγκεκριμένους τρόπους αφήγησης που συνδυάζονται για να διαμορφώσουν αυτό που η Tuchman αποκαλεί «πλέγμα πραγματισμού» (web of facticity) (Tuchman, 1980: 86). Το πλέγμα αυτό αποτελείται από γεγονότα που επιβεβαιώνουν ιστορίες (stories) που γίνονται ειδήσεις. Για να διαμορφωθεί η σχέση αμοιβαιότητας (το γεγονός επιβεβαιώνει το σύνολο της είδησης και αντίστροφα), υπάρχει ανάγκη για μια πηγή που χαίρει κοινωνικής νομιμοποίησης (legitimacy) και προσφέρει –επίσης με σταθερό τρόπο– ένα σύνολο έγκυρης πληροφορίας. Οι επίσημοι θεσμοί (κυβέρνηση, πολιτικοί αξιωματούχοι, κρατικές υπηρεσίες κλπ) αποτελούν αυτό τον παράγοντα που παρέχοντας πληροφορίες μεταφέρουν συμβολικά το κύρος τους.

Το παραπάνω συμβάλλει στη συστηματοποίηση της προνομιακής πρόσβασης συγκεκριμένων θεσμών και προσώπων στα ΜΜΕ καθώς και η συστηματική υποβάθμιση της δυνατότητας άλλων παραγόντων να επιδράσουν στο περιεχόμενο των ειδήσεων και ιδίως σε ό,τι θεωρείται hard news. Η Tuchman αναφέρεται στην ελλιπή κάλυψη των θεμάτων που έθεταν τα κοινωνικά κινήματα στις δεκαετίες 1960-1970 (Tuchman, 1980:134-135) και ιδίως στο κίνημα για τα δικαιώματα των γυναικών που είτε έτεινε να απουσιάζει είτε να υφίσταται γελοιοποίηση είτε να παρουσιάζεται ως soft news και να καταλαμβάνει τον αντίστοιχο χώρο στην εφημερίδα.

Σε παρόμοια συμπεράσματα καταλήγει και έρευνα του Glasgow Media Group στη Μεγάλη Βρετανία όπου θεωρεί ότι οι δημοσιογράφοι, μπροστά σε ένα «σημαντικό δημόσιο ζήτημα» τείνουν να απευθύνονται κατά κύριο λόγο σε «σημαντικά πρόσωπα» όπως ένα στέλεχος του κράτους, ένας υπουργός ή ένας ειδικός ενός ινστιτούτου για την οικονομία (Glasgow Media Group, 1995: 181).

Η απομυθοποίηση, κατά το δεύτερο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα, της ανεξαρτησίας των εμπορικών ΜΜΕ, βρήκε την πιο γνωστή και αιχμηρή έκφραση της στα έργα του Noam Chomsky και στην έρευνα του μαζί με τον Edward Hermann με τον τίτλο «*Η Κατασκευή της Συναίνεσης*» (*Manufacturing Consent*)<sup>40</sup>. Συνέκριναν τον ρόλο των ΜΜΕ των δημοκρατικών ΗΠΑ με τα ΜΜΕ ολοκληρωτικών καθεστώτων (έχοντας στο μυαλό του την

ΕΣΣΔ). Σύμφωνα με το σκεπτικό τους, τα ΜΜΕ επιτελούν παρόμοιο ρόλο, ως φορείς που αναπαράγουν τις κυρίαρχες αντιλήψεις. Ωστόσο, όπως τονίζει ο Chomsky σε πολλά από τα έργα του, «σε μια ολοκληρωτική κοινωνία, οι μηχανισμοί υποβολής είναι απλοί και διάφανοι... στις καπιταλιστικές δημοκρατίες, η κατάσταση είναι πολύ πιο περίπλοκη» (Chomsky, 2000: 68-69).

Οι Herman και Chomsky ανέπτυξαν το γνωστό «μοντέλο της προπαγάνδας», ένα σύστημα με πέντε φίλτρα που καθορίζουν το ποιο γεγονός γίνεται είδηση αλλά και το πώς ερμηνεύεται. Τα πέντε φίλτρα είναι 1) η ιδιοκτησία του μέσου 2) η διαφήμιση ως βασική πηγή εισοδήματος 3) η εξάρτηση των μέσων από κυβερνήσεις, «ειδικούς» και επιχειρήσεις για πρόσβαση σε πληροφορίες 4) η πίεση που ασκούν οι κρατικοί φορείς για να ελέγξουν τα μέσα (το λεγόμενο «flak» και 5) ο αντικομμουνισμός ως «εθνική θρησκεία των και μηχανισμός ελέγχου» στο εσωτερικό των ΗΠΑ (Herman & Chomsky, 1994:2).

Μέσα από την έρευνα τους σε διαφορετικά περιστατικά του Ψυχρού Πολέμου, καταδεικνύουν το πώς τα αμερικανικά ιδιωτικά ΜΜΕ συγκλίνουν με την πολιτική του αμερικανικού κράτους. Καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι «η Pravda δεν θα μπορούσε να είναι πιο υποτελής στις κρατικές απαιτήσεις από ό,τι το περιοδικό Time» (Herman & Chomsky, 1994: 112).

Μέσα στο έργο των Herman & Chomsky, δεν είναι πάντα σαφές το πώς αλληλοεπιδρούν τα διαφορετικά φίλτρα που διυλίζουν και μετατρέπουν ένα γεγονός σε είδηση. Επίσης, ο αντικομμουνισμός ως φίλτρο φαίνεται να μην έχει την ίδια μόνιμη και σταθερή επίδραση που μπορεί να αποδώσει κανείς στα άλλα 4 φίλτρα. Θα μπορούσε, ίσως, να αντικατασταθεί από την «κυρίαρχη ιδεολογία» ως μια πανταχού παρούσα δύναμη που επιδρά, με τις διαφορετικές ιστορικές εκφάνσεις της, στην αναπαράσταση της πραγματικότητας.

Ο Schudson ασκεί κριτική στους Chomsky και Herman. Θέλοντας να αναδείξει τη διαφορά των αμερικανικών εφημερίδων από την Pravda της ΕΣΣΔ και να καταρρίψει τη σχετική σύγκριση, χρησιμοποιεί τέσσερα επιχειρήματα:

1. Οι δημοσιογράφοι στις φιλελεύθερες κοινωνίες ακολουθούν επαγγελματική δεοντολογία και έχουν, σε ορισμένο βαθμό, ελευθερία κινήσεων.
2. Οι ιδιοκτήτες των μέσων επιδρούν στο περιεχόμενο τους με πολλούς τρόπους αλλά δεν τα χρησιμοποιούν ως εργαλεία προβολής των απόψεων τους
3. Ο πλουραλισμός των μέσων αποτυπώνεται και στην τάση τους να «κυνηγάνε» stories, ρεπορτάζ, σκάνδαλα κ.α., χωρίς να διστάζουν να πλήξουν, στην πορεία, τους θεσμούς των δυτικών κοινωνιών
4. Η επιδίωξη της κερδοφορίας των μέσων συναρτάται με την αξιοπιστία τους. Θέλουν να έχουν κύρος και στο γενικό πληθυσμό αλλά και στις ελίτ που, όντας ετερόκλητες, πιέζουν τα ΜΜΕ για πλουραλισμός προσεγγίσεων και πλαισίων (Schudson, 2003: 38-40)

Τα παραπάνω επιχειρήματα ή τμήματα τους παρουσιάζονται και από άλλους μελετητές. Ο Schudson αναγνωρίζει ότι οι δομές των ΜΜΕ είναι προκατειλημμένες («biased») απέναντι σε κριτικές απόψεις (Schudson, 2003:41). Όμως έχει σταθερή προσήλωση κριτικής απέναντι σε προσεγγίσεις που αντιμετωπίζουν με «εργαλειακό» τρόπο τα ΜΜΕ και τα ταυτίζουν είτε με το κράτος είτε με τους ιδιοκτήτες τους. Υπό αυτή την έννοια, ο Schudson στέκεται ανάμεσα στην κριτική και τη φιλελεύθερη παράδοση, συνδυάζοντας στοιχεία αμφότερων.

Αντίστοιχα με την κριτική του Schudson, ο Brian McNair αντιλαμβάνεται την πρόσδεση των ΜΜΕ στα κυρίαρχα κοινωνικά συμφέροντα, επιδιώκει όμως να τονίσει τη σχετική αυτοτέλεια των μέσων σχετικά με τη διαμόρφωση της δημόσιας σφαίρας, η οποία μπορεί να τα φέρει σε απόκλιση με τις κεντρικές κυβερνητικές επιδιώξεις. Γράφει σχετικά: «Μπορούμε πρόθυμα να συμφωνήσουμε ότι η πλειονότητα των μέσων ενημέρωσης στις καπιταλιστικές κοινωνίες τοποθετείται... περισσότερο ευνοϊκά απέναντι σε ορισμένες πηγές και απόψεις από ότι σε άλλες, πρέπει να γίνει παραδεκτό επίσης, ότι τα μέσα ενημέρωσης επιδιώκουν τα δικά τους θεσμικά συμφέροντα, τα οποία περιλαμβάνουν μια ανεξάρτητη και αντικειμενική παρουσία και, στις περισσότερες περιπτώσεις, ανταγωνιστική και επικερδή. Αυτές οι αναγκαιότητες

δημιουργούν ευκαιρίες για τις μη ελίτ να αποκτήσουν πρόσβαση στα υψηλής εμβέλειας μέσα ενημέρωσης» (McNair, 2011: 244).

Υπό αυτή την έννοια, μια ομάδα (κοινωνική ή πολιτική) που επιδιώκει να έρθει στο επίκεντρο της δημόσιας συζήτησης μπορεί να το κάνει αν προσανατολίσει τη δράση της με τέτοιο τρόπο ώστε να κριθεί επικερδής η προβολή της από ένα ή περισσότερα μέσα. Χρειάζονται δηλαδή αυτό που ο McNair αναφέρει ως «στρατηγικές προκειμένου να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που τους παρουσιάζονται για πρόσβαση στα ΜΜΕ» (McNair, 2011: 245). Σε κάθε περίπτωση, είναι πολύ σημαντικό μια σύγχρονη κριτική θεώρηση των ΜΜΕ να σταθεί πάνω στα επιχειρήματα των Schudson-McNair. Θα επανέλθουμε στο ζήτημα αυτό στο τέλος του παρόντος κεφαλαίου.

### 3.4 Σύγχρονες πλευρές της σχέσης ΜΜΕ-κρατικής εξουσίας

Η πρόσδεση των ΜΜΕ στις επίσημες πηγές και ερμηνείες δεν σταμάτησε με τη λήξη του Ψυχρού Πολέμου. Πιθανώς η πιο ολοκληρωμένη μελέτη της σύνδεσης ΜΜΕ και πολιτικής εξουσίας στον 21<sup>ο</sup> αιώνα μας έρχεται από τους Bennett, Lawrence & Livingston (2007). Στο έργο τους με τίτλο *When the Press Fails* επιχείρησαν να περιγράψουν τα αμερικάνικα ΜΜΕ ως ημί-ανεξάρτητα (semi-independent) βασιζόμενοι στην έρευνα τους για την κάλυψη της επέμβασης των ΗΠΑ στο Ιράκ, των καταγγελιών για βασανιστήρια σε αιχμαλώτους στο Abu Ghraib και τις επιπτώσεις του τυφώνα Katrina. Κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι τα ΜΜΕ απέτυχαν να τηρήσουν αποστάσεις από την πολιτική εξουσία, ακριβώς την περίοδο που το κοινό είχε ανάγκη μια τέτοια στάση καθώς η κυβέρνηση Μπους ενεπλάκη στον πόλεμο του Ιράκ στη βάση ελλιπών στοιχείων που εν τέλει διαψεύστηκαν. Οι συγγραφείς ερμηνεύουν αυτή την κατάσταση ως αποτέλεσμα του «indexing» (Bennett, Lawrence & Livingston, 2007: 49), τη διαδικασία με την οποία τα φίλτρα των ΜΜΕ προσαρμόζονται στα αντίστοιχα των κέντρων πολιτικής εξουσίας. Καθώς, οι πολιτικοί θεσμοί ευρύτερα και τα αντιπολιτευόμενα κόμματα, στην προκειμένη οι Δημοκρατικοί, δεν προσέφεραν με συστηματικό τρόπο μια διαφορετική οπτική σχετικά με την κατάσταση στο Ιράκ (Bennett, Lawrence & Livingston, 2007: 33, 38), τα ΜΜΕ παρουσίασαν κυρίαρχα τις θέσεις των κυβερνητικών στελεχών ενώ είτε



απέκρυψαν είτε υποβάθμισαν αποκλίνουσες ερμηνείες (Bennett, Lawrence & Livingston, 2007:24-25). Η προσήλωση στο στόχο της αντικειμενικότητας δεν λειτουργεί αποτρεπτικά αλλά, αντιθέτως, διαμορφώνει ένα πλαίσιο που οι δημοσιογράφοι αρκούνται στην αναπαραγωγή του τι λέγεται από τους επίσημους φορείς και δυσκολεύονται να παράγουν ειδήσεις και ερμηνείες έξω από το πλαίσιο που αυτοί ορίζουν (Bennett, Lawrence & Livingston, 2007: 89).

Ειδική πλευρά της σύγχρονης σχέσης ΜΜΕ-κρατικής εξουσίας ήταν η εμφάνιση των ενσωματωμένων δημοσιογράφων (*embedded journalists*) που έκαναν την πρώτη εμφάνιση τους στο Ιράκ. Σε αυτή την περίπτωση, η πηγή δεν δίνει απλά πρόσβαση σε πληροφορίες στους δημοσιογράφους αλλά οργανώνει σε κάθε πτυχή την παρουσία τους στον τόπο του γεγονότος. Ο δημοσιογράφος γίνεται κομμάτι της στρατιωτικής μονάδας, βιώνει τις κακουχίες της και αφομοιώνει την οπτική της. Συνεπώς, τείνει να «παρουσιάζει με συμπάθεια τα προβλήματα και την ταλαιπωρία των εισβολέων» την ίδια στιγμή που το εχθρικό στρατόπεδο «αντιμετωπίζεται μόνο ως μια καταμέτρηση νεκρών ή μια καρικατούρα» (Anderson, 2018: 150). Μια εκτεταμένη έρευνα που συνέκρινε ενσωματωμένα και μη μέσα στις ΗΠΑ κατέληξε ότι η ιδιαίτερη μορφή σχέσης που αναπτύχθηκε με τον αμερικανικό στρατό έπαιξε καθοριστικό ρόλο στη διαφοροποίηση της διαμόρφωσης της είδησης (Haigh et al. 2006). Μετά το Βιετνάμ, η πολιτική και στρατιωτική εξουσία αναπροσάρμοσε τη στάση της απέναντι στα ΜΜΕ και επιδίωξε με ενεργητικό τρόπο να διαμορφώσει την κάλυψη των γεγονότων, επιχειρώντας να αποκλείσει εξ αρχής το ενδεχόμενο εμφάνισης ερμηνειών που θα απέκλιναν από την κυρίαρχη-κρατική. Στο επίπεδο του δημόσιου λόγου, ο δρόμος είχε στρωθεί ήδη από τη δεκαετία του '70, με εκθέσεις συντηρητικών διανοούμενων που επέκριναν τα ΜΜΕ για υπονόμηση της αμερικανικής παρουσίας στο Βιετνάμ (Mattelart, 2000: 57).

Ωστόσο, η σχέση ΜΜΕ-εξουσίας στο σύγχρονο πλαίσιο δεν είναι τόσο μονοδιάστατη, δεν εξαντλείται σε μια ένταση της πρόσδεσης των ΜΜΕ στην κρατική εξουσία. Η ενίσχυση των ΜΜΕ και της λογικής του τηλεοπτικού θεάματος, θέτει διαφορετικές προκλήσεις και έχει ανοίξει, ήδη από τη δεκαετία του '80, ένα διαφορετικό πλαίσιο αναζητήσεων. Σε αυτό στρεφόμαστε τώρα.

### 3.5 Θεάμα, ΜΜΕ και εξουσία – Επιβολή των ΜΜΕ επί της πολιτικής σφαίρας

Σε πολλές από τις προσεγγίσεις που εξετάσαμε παραπάνω, φαίνεται να κυριαρχεί η πεποίθηση ότι τα ΜΜΕ επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από την πολιτική εξουσία καθώς εξαρτώνται από αυτή για να αντλήσουν νομιμοποίηση. Ωστόσο, πλάι σε αυτές τις προσεγγίσεις έχουν αναπτυχθεί, κατά κύριο λόγο τις τελευταίες τέσσερις δεκαετίες, μελέτες που εστιάζουν στη δυνατότητα των ΜΜΕ τα ίδια να επιδρούν στην άσκηση της πολιτικής εξουσίας.

Έννοια κλειδί σε αυτό το σημείο είναι αυτή του θεάματος. Εντός αυτής της παράδοσης της μελέτης των ΜΜΕ, ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει δοθεί στη δόμηση του μιντιακού θεάματος (ιδιαίτερα του τηλεοπτικού) ως παράγοντας που ανταγωνίζεται είτε προηγούμενες μορφές επικοινωνίας (όπως ο έντυπος λόγος) είτε άλλες κοινωνικές σφαίρες (όπως το πολιτικό σύστημα). Το σημείο σύγκλισης αφορά το γεγονός ότι το θέαμα των ΜΜΕ υποτάσσει την κοινωνική δραστηριότητα στην ιδιαίτερη λογική του.

Η διαδικασία αυτή έχει θεωρηθεί ότι αναπτύσσει μια σχέση «ανταγωνιστικής συμβίωσης» μεταξύ πολιτική εξουσίας και ΜΜΕ (Δεμερτζής, 2002: 16). Ο καθένας έχει ανάγκη τον άλλον αλλά συγχρόνως τον ανταγωνίζεται στο πεδίο της δημόσιας σφαίρας για ορατότητα και επιρροή. Τα ΜΜΕ διαθέτουν ένα μεγάλο κοινό και αναπτύσσουν αυτοτελώς επιρροή επί της πολιτικής εξουσίας. Υπό αυτή την έννοια, μπορεί να θεωρηθεί ότι «τα ΜΜΕ είναι ιδεολογικοί μηχανισμοί μερικές φορές με μεγαλύτερη ισχύ από τα πολιτικά κόμματα» (Χαιρετάκης, 2014α: 241). Έτσι, ενώ ως επιχειρήσεις τείνουν να συμπλέουν με την κυρίαρχη-κρατική λογική, τα ιδιάζοντα χαρακτηριστικά τους (ιδίως στην περίπτωση των εικονιστικών μέσων) οδηγούν σε μεγάλης κλίμακας μετασχηματισμούς της σφαίρας της πολιτικής.

Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της διαδικασίας είναι η διόγκωση των πόρων και του χρόνου που καταναλώνουν τα πολιτικά κόμματα για διαχειριστούν τη δημόσια εικόνα τους, διαδικασία που συνοδεύεται από την εμφάνιση εξειδικευμένων συμβούλων που «εκπαιδεύουν» τις πολιτικές ελίτ στη λογική του Μέσου, κατά κύριο λόγο της τηλεόρασης. Έτσι δημιουργείται μια συνθήκη όπου η «πολιτική προεκλογική

εκστρατεία μετατοπίστηκε από τους ρόλους και τα εργοστάσια στα τηλεοπτικά στούντιο και οι “ατάκες” και τα προγράμματα άρχισαν να αποτελούν αντικείμενο του συμβούλου επικοινωνίας» (Παπαθανασόπουλος, 1997: 169).

Ο Neil Postman στο βιβλίο του *Διασκέδαση μέχρι θανάτου* (*Amusing ourselves to death* - Postman, 2007), προσέγγισε το ζήτημα της ευρύτερης κοινωνικής μεταβολής που προκαλείται από την κυριαρχία της τηλεόρασης έναντι του γραπτού λόγου. Αν και καταλήγει σε διαφορετικά συμπεράσματα, η μεθοδολογική αφετηρία του είναι κοινή με τον Marshall McLuhan (1990). Σύμφωνα με αυτή, η τεχνολογία δεν είναι ουδέτερη υπό την έννοια ότι κάθε τεχνολογική καινοτομία φέρει μαζί της μια επιστημολογική αλλαγή, ένα νέο τρόπο κατανόησης του κόσμου (Postman, 2007: 36). Ενώ ο γραπτός λόγος διαμορφώνει έναν τρόπο σκέψης που διέπεται από ορθολογισμό, σοβαρότητα και είναι ευεπίφορος στις σύνθετες ιδέες (Postman, 2007: 68-69), ο τηλεοπτικός-εικονοκεντρικός λόγος βασίζεται στην αποκοπή της πληροφορίας από το πλαίσιο αναφοράς της και προσφέρεται κυρίως για ψυχαγωγία η οποία διαπερνά τον τηλεοπτικό λόγο και επικαθορίζει όλες τις εκφάνσεις του (Postman, 2007: 98, 110).

Ως αποτέλεσμα αυτού, ο πολιτικός λόγος υποβαθμίζεται, ενώ τα σημαίνοντα πολιτικά πρόσωπα τείνουν να προσαρμόζονται στο ρόλο του διασκεδαστή για να παραμείνουν επίκαιρα. Η κατάσταση που διαμορφώθηκε από τον τηλεοπτικό λόγο, δεν αντλεί το δυστοπικό της χαρακτήρα από τον Orwell αλλά από τον Huxley: δεν κυριαρχεί ο κρατικός αυταρχισμός αλλά η διασκέδαση που απονεκρώνει τη σκέψη (Postman, 2007: 136).

Λογικά επακόλουθα αυτής της προσέγγισης είναι είτε η εξιδανίκευση μιας προηγούμενης ιστορικής περιόδου είτε η υπέρμετρη αισιοδοξία για το μέλλον. Στην περίπτωση του Postman, ισχύει το πρώτο. Το τρίτο κεφάλαιο («η Αμερική της τυπογραφίας») επικεντρώνεται στο να αποδείξει το πώς η Αμερική, με αγάπη για το μυθιστόρημα και προτίμηση στην έντυπη ενημέρωση, διαμόρφωσε ένα κοινό που συζητά με ουσιαστικό τρόπο και έχει τέτοια επίπεδα συγκέντρωσης ώστε να μπορεί να παρακολουθήσει τις πολύωρες αντιπαραθέσεις των υποψήφιων Προέδρων πάνω σε σύνθετα θέματα (Postman, 2007: 61-62). Ο Postman στέκεται σε συγκεκριμένες περιοχές

της Νέας Αγγλίας και σε περιγραφές βρετανών συγγραφέων για την εντυπωσιακή διάχυση του Τύπου σε αυτές. Υποτιμά όμως τα γενικά χαρακτηριστικά των εφημερίδων της περιόδου που κατά βάση απευθύνονταν σε μια στενή κοινωνική μειοψηφία, ιδίως μια εμπορική ελίτ (Schudson 1983, Πλειός 2011: 44). Το φαινόμενο αυτό δεν αφορούσε μόνο την αμερικανική ήπειρο αλλά και τον βρετανικό τύπο μέχρι τις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα καθώς «το κοινό των περισσότερων εκδόσεων ανήκε κυρίως στη μορφωμένη αστική τάξη, στην αριστοκρατία, στα στελέχη της κρατικής διοίκησης και στους ειδικευμένους τεχνίτες» (Keane, 2000: 43). Υπό αυτή την έννοια, ισχύει αυτό που αναφέρει ο Πλειός ότι «η ταύτιση έθνους και τυπογραφίας θα πρέπει να θεωρείται μάλλον ως ιδεολογική (με την έννοια ότι καλλιεργεί την εθνική γλώσσα, την εθνική ταυτότητα) και ιδεοτυπική παρά ως πραγματική» (Πλειός, 2011:44).

Στο σημείο αυτό έχει σημασία να παρουσιαστεί μια προσέγγιση που δεν έχει κοινή αφετηρία με τον Postman αλλά μοιράζεται πολλά κοινά συμπεράσματα για τη σχέση ΜΜΕ και πολιτικής εξουσίας. Πρόκειται για τη θέση που μας προσφέρουν οι Thomas Meyer και Lew Hinchman μέσα από το βιβλίο τους *Από τη δημοκρατία των κομμάτων στη δημοκρατία των ΜΜΕ (Media Democracy: How the Media Colonize Politics)*. Η αναπαράσταση της πολιτικής διαδικασίας από τα ΜΜΕ υπόκειται σε μια σειρά από τεχνικές σκηνοθεσίας<sup>41</sup> (Meyer & Hinchman, 2008: 79-81), οι οποίες αποστερούν την πολιτική το χαρακτήρα της ως μια διαδικασία διαλόγου με στόχο τη συναινετικά νομιμοποιημένη πράξη. Στη θέση της αναδύεται μια «συμβολική ψευδοπολιτική» που μετατρέπει την εφαρμοσμένη πολιτική σε θέαμα.

Συνολικά οι Meyer & Hinchman θεωρούν ότι οι ανεπτυγμένες δημοκρατίες είναι αντιμέτωπες με μια διαδικασία αποικισμού η οποία «σημαίνει την σχεδόν άνευ όρων παράδοση της πολιτική – τουλάχιστον σε όλες τις ορατές, δημόσια προσβάσιμες πτυχές της επικοινωνίας- στη λογική του συστήματος των Μέσων», η οποία έχει ως αποτέλεσμα μια «πτωτική σπειροειδή πορεία» (Meyer & Hinchman, 2008: 108, 203) στην ποιότητα και την ποσότητα της πολιτικής συμμετοχής του κοινού στις σύγχρονες δημοκρατίες των Μέσων.

Το κοινό σημείο των δύο προσεγγίσεων (Postman - Meyer & Hinchman) αφορά τη σχέση ΜΜΕ και πολιτικής εξουσίας όπου αμφότερες περιγράφουν μια διαδικασία αναγκαστικής αναπροσαρμογής της πολιτικής προκειμένου να γίνει δεκτή στον τηλεοπτικό κόσμο. Αμφότερες θεωρούν ότι αυτή η διαδικασία αυτή είναι άνιση και οδηγεί σε εκφυλισμό της πολιτικής ενημέρωσης και αποπτώχευσης της συμμετοχής των πολιτών στα κοινά.

Επιπλέον, υπάρχουν κάποια κοινά σημεία στην προσέγγιση των Meyer & Hinchman με τη διαδικασία που ο Παπαθανασόπουλος ονομάζει «επικοινωνιακό εξαμερικανισμό», τονίζοντας ταυτόχρονα ότι πρόκειται για μια σύνθετη διαδικασία που επικαθορίζεται από τις εθνικές ιδιαιτερότητες (Παπαθανασόπουλος, 2010: 115). Εντοπίζει 9 σημεία αυτής της διαδικασίας που αφορούν τον ηγεμονικό ρόλο της τηλεόρασης, τη γενίκευση της πολιτικής διαφήμισης, την αναβάθμιση του ρόλου των συμβούλων επικοινωνίας, την προσωποποίηση της πολιτικής και άλλα στοιχεία που συντείνουν σε μια διαδικασία προσαρμογής των πολιτικών διαδικασιών και θεσμών στη λογική των ΜΜΕ (Παπαθανασόπουλος, 2010: 119-123).

Σε σχέση με το ζήτημα της θεαματικής αναπαράστασης της πολιτικής, θεωρούμε πιο ικανοποιητική την προσέγγιση του Murray Edelman. Κεντρικό σημείο στη σκέψη του καταλαμβάνει η νομιμοποίηση των θεσμών εξουσίας μέσα από διαδικασίες κοινωνικής κατασκευής που «κατασκευάζουν» κάθε φορά εκ νέου το κεντρικό πρόβλημα και τη λύση του (Edelman, 1999: 51), εστιάζουν στις ευθύνες προσώπων για να αποκρύψουν τις ευθύνες των δομών εξουσίας και ορίζουν την εκάστοτε ομάδα-εχθρό που γίνεται πηγή πρόκλησης ηθικού πανικού με στόχο τη σταθεροποίηση των ανισοτήτων (Edelman, 1999: 89, 153). Το βασικό ζήτημα που διαφοροποιεί τον Edelman από τις προσεγγίσεις που είδαμε παραπάνω είναι ότι βλέπει αυτή τη διαδικασία μετασχηματισμού της κάλυψης της πολιτικής από τα ΜΜΕ ως *απόδειξη της συμβιωτικής σχέσης ΜΜΕ-πολιτικής εξουσίας και όχι ως στοιχείο ανταγωνισμού*. Μέσα από τη θεαματική παρουσίαση οξυμμένων πολιτικών διαφορών, κάθε πολιτικός ηγέτης κατασκευάζει τον εαυτό του και ταυτόχρονα τον αντίπαλο του με έναν τρόπο που ωφελεί τον ίδιο προκειμένου να επικρατήσει αλλά και τα ίδια τα ΜΜΕ στην προσπάθεια προσέλκυσης

του κοινού. Η διαδικασία αυτή συμβάλλει στην «αναπλήρωση της έλλειψης ουσιαστικών διαφορών στην άσκηση πολιτικής» (Edelman, 1999: 101). Η σκέψη του Edelman συμβάλλει στην κατανόηση του πολιτικού σκηνικού των τελευταίων δεκαετιών που χαρακτηρίζεται από την σύγκλιση σοσιαλδημοκρατικών και συντηρητικών κομμάτων γύρω από νεοφιλελεύθερα πολιτικά προγράμματα (Hall, 2005). Αυτό είναι το ιστορικο-κοινωνικό πλαίσιο της ανάδυσης της πολιτικής ως θέαμα και μέσα από αυτό το πρίσμα πρέπει να αναλυθεί.

Αν ο κρίσιμος κρίκος για την κριτική κατανόηση του θεάματος είναι το εμπόρευμα και η λογική του, τότε δεν μπορούμε παρά να εξετάσουμε την οικονομική λειτουργία των Μέσων σε άρρηκτη σύνδεση με τη σχέση τους με την κρατική εξουσία. Η εξίσωση κομμάτων, πολιτικών προγραμμάτων και υλικών αγαθών σχετίζεται με την ένταξη της δημόσιας επικοινωνίας στη λογική του εμπορεύματος και της διπλής γενικής ισοδυναμίας «όλα είναι χρήμα» - «όλα είναι θέαμα». Σε αυτό θα στραφούμε στην επόμενη ενότητα

### 3.6 Οικονομική εξουσία και MME

Η παραδοχή της σημασίας της οικονομίας των MME τείνει αποκτήσει έναν καθολικό χαρακτήρα. Οι Meyer και Hinchman, παρόλο που δεν εστιάζουν στην πολιτική οικονομία των Μέσων, γράφουν ότι «η συγκέντρωση και εμπορευματοποίηση στην ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά των Μέσων, τείνει να προσδίδει σε όλα τα δημοσιογραφικά προϊόντα όλο και πιο πολύ το χαρακτήρα εμπορεύματος, από τη στιγμή που, τυπικά πλέον, παράγονται και διανέμονται με το βλέμμα στραμμένο στη μεγιστοποίηση του κέρδους» (Meyer & Hinchman, 2008: 85). Ακόμα και στη φιλελεύθερη θεώρηση των McCombs, Einsiedel & Weaver (2009:46), δεν απουσιάζει η αναφορά στον οικονομικό παράγοντα που επηρεάζει, με τη μορφή περιορισμών στους πόρους, το ποια θέματα θα καλυφθούν.

Είδαμε ήδη στο 1<sup>ο</sup> κεφάλαιο τη συσχέτιση ανάμεσα στον τρόπο επικοινωνίας και τον τρόπο παραγωγής. Ξεκινήσαμε από μια γενική θέση, ακολουθώντας το σκεπτικό ότι «ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιείται η επικοινωνιακή διαδικασία, η οποία ορίζει

την διαχείριση και ανταλλαγή μηνυμάτων, συμβαδίζει με τους γενικούς μηχανισμούς παραγωγής και ανταλλαγής που καθορίζουν όλη την ανθρώπινη δραστηριότητα στην καπιταλιστική κοινωνία»(Mattelart, 1979: 36). Στη συνέχεια, εξετάσαμε συνοπτικά τους μετασχηματισμούς στον τρόπο παραγωγή και στον τρόπο επικοινωνίας για να καταλήξουμε σε 4 βασικά χαρακτηριστικά του τρόπου που συσχετίζονται ο τρόπος επικοινωνίας με τον τρόπο παραγωγής υπό την κυριαρχία του καπιταλισμού. Στρεφόμαστε τώρα στο πώς η αυξανόμενη εμπορευματοποίηση του τρόπου επικοινωνίας, διαμορφώνει σταδιακά τα ΜΜΕ ως πεδία κερδοφορίας και επιδρά στο περιεχόμενο τους.

Φυσικά κάτι τέτοιο δεν ήταν δεδομένο τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, κατά την περίοδο του καπιταλισμού της ελεύθερης αγοράς και των πολλών, μεσαίου μεγέθους επιχειρηματίες. Όπως αναφέρει ο Garnham, σε εκείνη την περίοδο η διανοητική παραγωγή προκύπτει από το πλεόνασμα των κερδών και δεν είναι ικανή η ίδια να τροφοδοτήσει τη συνέχιση της παραγωγής (Garnham, 1989: 170).

Ωστόσο μια διαδικασία μετασχηματισμού εκκινεί από τις ΗΠΑ της δεκαετίας του 1830 με τον λεγόμενο «Τύπο της δεκάρας» (penny press) και εντείνεται στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα οπότε αναπτύσσεται τόσο η εμπορευματοποίηση του Τύπου όσο και ο καταμερισμός εργασίας στο εσωτερικό του (Schudson, 1981: 65). Αυτό επιδρά και στη σταδιακή υποχώρηση των πωλήσεων του κομματικού τύπου και τον περιορισμό της εμπλοκής επιφανών πολιτικών προσώπων στην έκδοση εφημερίδων (Curran, 2003: 67).

Η ανάδυση της διαφήμισης και η αντίστοιχη προσαρμογή του μη διαφημιστικού περιεχομένου των ΜΜΕ, αποτέλεσε κομβικό παράγοντα σε αυτή τη διαδικασία.

### 3.7 Διαφήμιση και περιεχόμενο των ΜΜΕ

Πέραν της έντασης του καταμερισμού εργασίας, η εμπορευματοποίηση των μέσων επικοινωνίας ενίσχυσε τους δεσμούς τους με την καπιταλιστική παραγωγή. Ο Dallas Smythe εντόπισε 2 βασικές πλευρές αυτής της διαδικασίας. Καταρχάς, τα μέσα επικοινωνίας –ιδίως τα ηλεκτρονικά, όπως η τηλεόραση– στο πλαίσιο του καπιταλισμού μετατρέπουν την προσοχή ενός ατόμου σε παράγοντα κέρδους. Το κοινό δεν είναι απλά ένα άθροισμα θεατών: παρακολουθώντας και διαβάζοντας το περιεχόμενο των Μέσων,

εργάζονται (εντός ή εκτός εισαγωγικών) προκειμένου να του προσδώσουν αξία και να μπορούν, στη συνέχεια οι ιδιοκτήτες να πουλήσουν χώρο και χρόνο διαφήμισης (Smythe, 1977:3). Κατά δεύτερον, τα μέσα έγιναν κομμάτι ενίσχυσης της κερδοφορίας του κεφαλαίου. Η προώθηση του καταναλωτισμού και η οργάνωση των πολιτών σε σχετικά διακριτά ακροατήρια (οργανωμένα κατά ηλικία, εισόδημα, φύλο, κλπ) συμβάλει στην εξομάλυνση των αντιθέσεων μεταξύ προσφοράς-ζήτησης και στην αποτροπή του κινδύνου της υπερσυσσώρευσης προϊόντων (Smythe, 1977: 18). Λειτουργεί ως μέσο αντιρρόπησης της τάσης πτώσης του ποσοστού κέρδους (Garnham, 2003: 85-86), ενώ ανοίγει το δρόμο για τη συμβολική και υλική συμμετοχή των υποτελών τάξεων σε ένα καλύτερο επίπεδο ζωής.

Ας σταθούμε λίγο παραπάνω στο επιχείρημα του Smythe. Όπως είδαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο, το πέρασμα από τον καπιταλισμό του ελεύθερου ανταγωνισμού στον μονοπωλιακό καπιταλισμό/ιμπεριαλισμό, συνοδεύτηκε, εντός της διαδικασίας παραγωγής. Το «επιστημονικό μάνατζμεντ» στην παραγωγή είχε ως αναγκαίο συμπλήρωμα σε ιδεολογικό και πολιτικό επίπεδο την απόσπαση της συναίνεσης μέσα από δια-ταξικά σχήματα ερμηνείας του κόσμου αλλά και τον αντί-κομμουνισμό απέναντι στη Σοβιετική Ένωση, Όπως τονίζει ο Smythe, τα μέσα δεν αποτελούν απλά τους φορείς διάδοσης αυτής της ιδεολογίας αλλά έχουν μια «πολύ πιο θεμελιώδη επίδραση...στο πώς το σύστημα του μονοπωλιακού καπιταλισμού ενισχύεται ή αποδυναμώνεται» (Smythe, 1981: 4). Τα MME –που ο Smythe ονομάζει βιομηχανία της συνείδησης– οργανώνουν την αναπαραγωγή της εργατικής δύναμης κατά τον λεγόμενο «ελεύθερο χρόνο» της εργατικής τάξης.

Όμως, όπως τονίζει ο Smythe, ο χρόνος αυτός δεν είναι ελεύθερος καθώς κατά τη διάρκεια αυτού, η εργατική τάξη εκπαιδεύεται στην καταναλωτική συμπεριφορά, παρακολουθώντας διαφημίσεις και, την ίδια στιγμή, συμβάλλει στη βελτίωση των τεχνικών διαφήμισης, προσφέροντας δημογραφικά χαρακτηριστικά (Smythe, 1981: 10,13, 43). Έτσι, ο χρόνος αναπαραγωγής της εργατικής δύναμης διαπερνάται από μια θεμελιώδη αντίφαση ανάμεσα στην ελευθερία-δημιουργικότητα και στη συμβολή στην παραγωγή και κυκλοφορία των εμπορευμάτων (Smythe, 1981: 47).



Η διαφήμιση εκτοξεύεται τόσο ποσοτικά, ως οικονομικό μέγεθος (30πλάσιες οι δαπάνες στις ΗΠΑ από το 1867 στο 1977, Smythe, 1981: 74) αλλά και ποιοτικά, ως στοιχείο της ανταλλαγής μηνυμάτων στη μαζική επικοινωνία. Ο Smythe συνάγει με βάση αυτό ότι η διαφήμιση καθίσταται ο καθοριστικός παράγοντας για το περιεχόμενο των ΜΜΕ, τόσο το ενημερωτικό όσο και το ψυχαγωγικό, τα οποία οργανώνονται γύρω από τη λογική της αφήγησης μιας ιστορίας που είναι ικανή να διατηρήσει την προσοχή του θεατή (1981: 15-16).

Υπάρχουν δύο σημεία κριτικής στα οποία θα εστιάσουμε σύντομα. Το πρώτο είναι ότι παρόλα όσα γράφει ο Smythe για το περιεχόμενο των μέσων, τείνει εν τέλει να το αντιμετωπίζει ως κάτι επουσιώδες, ως ένα «δωρεάν γεύμα» που προσφέρουν τα ΜΜΕ στο κοινό για να το τραβήξουν και να το εκμεταλλευτούν μέσω της μετατροπής του σε κοινό-εμπόρευμα (Smythe, 1981: 38-39). Προφανώς κάτι τέτοιο υποτιμά το ζήτημα της ιδεολογίας και βασίζεται στη θέση ότι η ηγεμονία της κυρίαρχης τάξης προκύπτει «αυθόρμητα» από την ίδια την παραγωγή και από τη μετατροπή της εργατικής τάξης σε καταναλωτές.

Το δεύτερο ζήτημα έχει να κάνει με την οικονομική διάσταση των ΜΜΕ. Ο Smythe θεμελιώνει την ισχυροποίηση του κεφαλαίου που έχει επενδυθεί στα ΜΜΕ, αναδεικνύοντας μέσα από την έρευνα του ότι η κερδοφορία των εφημερίδων του Καναδά είναι ιδιαίτερα υψηλή, υψηλότερη των περισσότερων κλάδων της οικονομίας (1981: 109). Ωστόσο, όπως είδαμε και στο 1<sup>ο</sup> κεφάλαιο, η οικονομική διάσταση των Μέσων δεν περιορίζεται σε αυτό. Μέσα από τη συμμετοχή στη συμβολική ανταλλαγή - στην οποία κεντρική θέση έχει η διαφήμιση - η εργατική τάξη συμμετέχει στην κοινωνική ζωή, αποκτά οικονομικά (κατανάλωση) αλλά και εξωοικονομικά κίνητρα για να είναι αποδοτική στην παραγωγική διαδικασία (Πλειός, 2002). Η άνοδος της παραγωγικότητας αποτελεί τον αναγκαίο όρο για τη λειτουργία όλου του συστήματος: αυξημένη απόσπασση υπεραξίας – περισσότερο πλεόνασμα που κατευθύνεται στη διαφήμιση – ενίσχυση του ρόλου των ΜΜΕ.

Φυσικά αυτά δεν αναιρούν τη σημασία του έργου του Smythe καθώς αυτός έφερε τη διαφήμιση στο επίκεντρο της μελέτης των ΜΜΕ με πρωτοφανή τρόπο.

Επιπλέον, ανέδειξε μια διαδικασία τριπλής αλλοτρίωσης για το κοινό των ΜΜΕ: α) από την «κανονική» εργασία από την οποία δραπετεύουν καταναλώνοντας το περιεχόμενο των ΜΜΕ β) από τα εμπορεύματα γενικά γ) από την εργατική δύναμη που ξοδεύουν οι ίδιοι και τα παιδιά τους για να συγκροτηθούν ως κοινό-εμπόρευμα (Smythe, 1977: 20). Αν ο φετιχισμός του εμπορεύματος βρίσκεται στη ρίζα της κυρίαρχης ιδεολογίας, με την ανάδειξη της διαφήμισης ως βασικό παράγοντα χρηματοδότησης των ΜΜΕ έρχεται να ολοκληρωθεί η πρόσδεση τους με τα στρατηγικά συμφέροντα της άρχουσας τάξης. Όπως γράφει η Σεραφετινίδου, μελετώντας και αυτή τον μονοπωλιακό καπιταλισμό και τη σχέση του με τα ΜΜΕ:

«Ο διαφημιστικός λόγος αναπαράγει και νομιμοποιεί τις ίδιες τις παραγωγικές σχέσεις της καπιταλιστικής κοινωνίας, το κεφάλαιο, με το να προσδώσει “μαγικές” ιδιότητες στα εμπορεύματα. Το φαινόμενο αυτό είναι βέβαια έκδηλο ευρύτερα μέσα στον καπιταλιστικό κοινωνικό χώρο... αλλά στη διαφήμιση προβάλλεται με ιδιαίτερη διαφάνεια και αποτελεσματικότητα» (Σεραφετινίδου, 2005: 317).

Η αυξανόμενη εξάρτηση των ΜΜΕ από τα διαφημιστικά έσοδα επηρέασε και το περιεχόμενο των κυρίαρχων εμπορικών εφημερίδων αλλά και το εύρος των απόψεων που θα εκφραστούν στη δημόσια σφαίρα. Ο Curran περιγράφει το πώς ο ριζοσπαστικός, εργατικός τύπος στο Ηνωμένο Βασίλειο των αρχών του 19<sup>ου</sup> αιώνα οδηγήθηκε στο περιθώριο, μέσω της εμπορευματοποίησης, παρά το γεγονός ότι διατηρούσε σημαντικές πωλήσεις (Curran, 2003: 82). Ενώ ο εργατικός τύπος είχε ανάγκη όλο και μεγαλύτερα κεφάλαια για να ανταγωνιστεί τις εμπορικές εφημερίδες, οι διαφημιστές τον απέφευγαν καθώς απευθυνόταν σε κοινό χαμηλότερων κοινωνικών στρωμάτων με περιορισμένες δυνατότητες κατανάλωσης, ενώ και το περιεχόμενο των εργατικών εφημερίδων θεωρήθηκε ότι δεν αποτελεί πρόσφορο έδαφος για μια διαφημιστική εκστρατεία (Curran, 2003: 97-98).

Σε κάθε περίπτωση, η μελέτη των επιδράσεων της διαφήμισης δεν πρέπει να γίνει κατανοητή κυρίως ως μια διαδικασία όπου οι διαφημιζόμενοι επεμβαίνουν με άμεσο τρόπο στο περιεχόμενο των Μέσων. Σαφώς υπάρχουν και τέτοια παραδείγματα: η Tuchman αναφέρει, πχ, ότι η διάταξη των ειδήσεων σε επηρεαζόταν από τη

διαφημιστική καταχώρηση και ειδήσεις για ληστείες σε τράπεζες ή αεροπορικά ατυχήματα είτε δεν καλύπτονταν είτε τοποθετούνταν σε διαφορετική ζώνη του δελτίου σε περιπτώσεις που παρεμβάλλονταν διαφήμιση από την τράπεζα ή την αεροπορική εταιρεία που ήταν χορηγός του δελτίου (Tuchman, 1980: 176). Ωστόσο, σαν γενική κατεύθυνση, περισσότερο χρήσιμο είναι να υιοθετηθεί η προσέγγιση του Curran (2003) που τονίζει τις μακροπρόθεσμες και σωρευτικές επιδράσεις της διαφήμισης η οποία, ανεξαρτήτως της ιδιοκτησίας των Μέσων, ωθεί προς συγκεκριμένους τύπους περιεχομένου, και μια αντίστοιχη διάταξη του περιεχομένου των Μέσων ώστε να καταστούν ελκυστικά για διαφημιζόμενους.

Στη μελέτη της επίδρασης της διαφήμισης στο περιεχόμενο των ΜΜΕ, εμφανίζεται μια θεώρηση που συσχετίζει την ένταση της εμπορευματοποίησης της ενημέρωσης και της εξάρτησης των ΜΜΕ από τα διαφημιστικά έσοδα με την κυριαρχία των soft news. Τα ΜΜΕ, σύμφωνα με αυτή την άποψη, στρέφονται σε θέματα επουσιώδη που έχουν την ικανότητα να τραβάνε την προσοχή του κοινού. Έτσι, κυριαρχεί στα εμπορικά ΜΜΕ μια χιονοστιβάδα από πληροφορίες επουσιώδους σημασίας (trivia) που στηρίζεται σε δημοσιογράφους που εργάζονται σε κακές συνθήκες, με χαμηλούς μισθούς και με το φόβο της απόλυσης πάνω από το κεφάλι τους (McChesney 1997:24). Την ίδια θέση εκφράζει και ο Curran όταν αναφέρει ότι τα εμπορευματοποιημένα ΜΜΕ χαρακτηρίζονται από κυριαρχία του ψυχαγωγικού περιεχομένου ενώ το ενημερωτικό περιεχόμενο τείνει να συρρικνώνεται (2011: 129). Παρομοίως η Σεραφετινίδου τονίζει ότι «η εποχή μας χαρακτηρίζεται από μια βαθμιαία αλλά σταθερή αποπολιτικοποίηση της ενημέρωσης/επικοινωνίας». Θεωρεί ότι τα ΜΜΕ στρέφονται σε «καθαρά απολιτικά θέματα (ψυχαγωγικού, καταναλωτικού, σκανδαλοθηρικού, κλπ περιεχομένου)» (Σεραφετινίδου, 2005: 302-303). Κατ' αυτό τον τρόπο, διαμορφώνεται μια συνθήκη όπου κυριαρχεί ο συντηρητισμός με την έννοια ότι προβάλλονται απόψεις που (θεωρούνται ότι) είναι καθολικά αποδεκτές ενώ εξοβελίζεται οτιδήποτε δύναμει ανατρεπτικό (Σεραφετινίδου, 2005: 436). Αναφερόμενος ειδικά στην τηλεόραση, ο Παπαθανασόπουλος τονίζει ότι ο στόχος προσέλκυσης διαφημιστικών εσόδων οδηγεί σε μια κυριαρχία ενός τύπου

προγράμματος που είναι ελκυστικό και εύκολα κατανοητό (Παπαθανασόπουλος, 1997: 115).

Η παραπάνω προσέγγιση συνοψίζεται στην εκτίμηση ότι τα εμπορικά ΜΜΕ τείνουν στην καλλιέργεια απάθειας – έλλειψης ενδιαφέροντος για την πολιτική στο κοινό τους (McChesney, 1997: 6). Ωστόσο, δεν πρέπει να θεωρείται δεδομένο ότι η προσέγγιση αυτή διατηρεί ακέραια τη σημασία της στις συνθήκες του σύγχρονου καπιταλισμού και των αντίστοιχων μιντιακών συστημάτων. Όπως έχει υποστηριχθεί (Πλειός, 2011), η εμφάνιση των ψηφιακών μέσων και το ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο των τελευταίων δεκαετιών, φέρνουν μια αντιστροφή αυτής της τάσης: έχουμε έκρηξη της ενημέρωσης και διάχυση της σε μια σειρά από άλλους τύπους περιεχομένων. Θα στραφούμε σε αυτό στο επόμενο κεφάλαιο.

### 3.8 Συγκέντρωση ιδιοκτησίας – ισχυροποίηση των ιδιοκτητών των Μέσων

Τα Μέσα υπάγονται σε διαδικασίες κάθετης (εντός μιας γραμμής παραγωγής) – οριζόντιας (εντός ενός πεδίου της αγοράς, π.χ. κινηματογράφος) και διαγώνιας συγκέντρωσης (ένταξη των ΜΜΕ σε επιχειρηματικούς ομίλους που εκτείνονται πέραν αυτών)<sup>42</sup>. Οι επιχειρήσεις που καταλαμβάνουν τις ισχυρότερες θέσεις αποκτούν ένα πεδίο δωρεάν διαφήμισης των προϊόντων τους ενώ δυσχεραίνουν τους όρους ύπαρξης των ασθενέστερων ανταγωνιστών τους (Σεραφετινίδου 2005: 167).

Η συγκέντρωση ιδιοκτησίας εντείνεται καθ' όλη την πορεία του 20<sup>ου</sup> αιώνα με αποτέλεσμα να απομακρυνόμαστε ταχύτατα από το μοντέλο πολλών μέσων μεσαίου βεληνεκούς και να οδηγούμαστε σε μια συνθήκη κυριαρχίας μεγάλων εταιρειών που εξαγοράζουν τους ανταγωνιστές τους, κατά αναλογία με την κυριαρχία της «μεγάλης εταιρείας» στην οικονομική ζωή των δυτικών καπιταλιστικών κοινωνιών μετά τον Β' ΠΠ (Baran & Sweezy, 1972). Ο Bagdikian υπολογίζει ότι το 1983 στις ΗΠΑ, μόλις 50 άνθρωποι είχαν υπό τον έλεγχο τους τις μεγαλύτερες εφημερίδες, ραδιόφωνα, περιοδικά, εθνικά τηλεοπτικά δίκτυα, κινηματογραφικά στούντιο και εκδοτικούς οίκους βιβλίων (2004: 27). Ειδικά σε σχέση με τα τηλεοπτικά δίκτυα, η μεταπολεμική περίοδος στις ΗΠΑ, εν τη

απουσία ενός κρατικού φορέα, κυριαρχήθηκε από τα τρία μεγάλα δίκτυα (ABS, CBS, NBC) με αποτέλεσμα η συγκέντρωση της ιδιοκτησίας σε αυτό το πεδίο να είναι εξαιρετικά πολύ έντονη.

Όπως και στην περίπτωση της διαφήμισης, η επίδραση της συγκεντρωμένης καπιταλιστικής ιδιοκτησίας των ΜΜΕ πρέπει περισσότερο να γίνει αντιληπτή ως ένα φαινόμενο με σωρευτικές επιδράσεις και λιγότερο ως ευθεία παρέμβαση στο περιεχόμενο των ΜΜΕ. Και εδώ δεν λείπουν παραδείγματα άμεσης επίδρασης της ιδιοκτησίας στο περιεχόμενο, στο τι μπορεί να δημοσιευθεί και τι όχι, όπως η μη κυκλοφορία μουσικού δίσκου της Toshiba EMI επειδή ασκούσε κριτική στα κρατικά προγράμματα πυρηνικής ενέργειας, ενώ η μητρική εταιρεία –η Toshiba- είναι κατασκευαστής πυρηνικών αντιδραστήρων (Curran, 2003: 130).

Ακόμα και η φιλελεύθερη παράδοση αναγνωρίζει κινδύνους που προκύπτουν από συγκέντρωση ιδιοκτησία (McQuail, 2011) ωστόσο θεωρεί ότι μετριάζονται αν ληφθεί υπ όψιν η αυτονομία των δημοσιογράφων ως επαγγελματιών που ακολουθούν ένα συγκεκριμένο κώδικα δεοντολογίας αλλά και το γεγονός ότι η ισχύς της ιδιοκτησίας περιορίζεται από τη διάχυση της σε ένα πλήθος μετόχων. Επιπλέον, το κοινό έχει τη δική του ισχύ (ανάλογη με αυτή που η φιλελεύθερη παράδοση αποδίδει στον καταναλωτή) και έχει διαμορφώσει κριτήρια που προκρίνουν την αμερόληπτη κάλυψη των θεμάτων (McQuail, 2011: 115). Συνεπώς, οι ιδιοκτήτες των ΜΜΕ έχουν κίνητρο να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του κοινού και να μη στρατεύονται με ανοιχτό τρόπο σε ορισμένες πολιτικές θέσεις/ερμηνευτικά πλαίσια της είδησης. Σχετικά με αυτό γράφει ο Παπαθανασόπουλος: «στο νέο τηλεοπτικό περιβάλλον, οι φανερές στενές σχέσεις με τα πολιτικά κόμματα δεν εξυπηρετούν τις ανάγκες των ιδιωτικών τηλεοπτικών μέσων που έχουν ανάγκη να διασφαλίσουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μέρος του κοινού. (Παπαθανασόπουλος, 2010: 120).

Η θέση αυτή γίνεται δεκτή, εν μέρει, ακόμα και από θεωρητικούς που εντάσσονται στην παράδοση της κριτικής θεωρίας. Ο Curran ασκεί κριτική σε προσεγγίσεις που τονίζουν υπερβολικά τη δυνατότητα επίδρασης του κοινού στα ΜΜΕ, σημειώνοντας, μεταξύ άλλων, ως ανασχετικούς παράγοντες την ανομοιογένεια του

κοινού, την ένταση της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας και τη γραφειοκρατική οργάνωση των ΜΜΕ (Curran, 2011: 142-144).

Μια άλλη διάσταση της πολιτικής οικονομίας των ΜΜΕ σχετίζεται με τη θέση των δημοσιογράφων. Με την ένταση της συγκέντρωσης της ιδιοκτησίας, η ισχύς των ιδιοκτητών των ΜΜΕ ενισχύεται τόσο στη δημόσια σφαίρα όσο και στον ανταγωνισμό με άλλους επιχειρηματίες αλλά και στο εσωτερικό των ΜΜΕ.

Η άνοδος της εμπορευματοποίησης συνδέεται με την ανάγκη τυποποίησης: το περιεχόμενο των ΜΜΕ πρέπει να παράγεται σε ένα συγκεκριμένο όγκο, με μια συγκεκριμένη συχνότητα προκειμένου να προσελκύσει τις κατάλληλες εκείνες μερίδες του κοινού και όλο αυτό να συμβαίνει, ει δυνατόν, με το μικρότερο κόστος. Για παράδειγμα, η τάση προσκόλλησής στα επίσημα κέντρα εξουσίας ως πηγές σχετίζεται και με αυτό καθώς η απαίτηση περιορισμού του κόστους «εκπαιδεύει τους δημοσιογράφους να μην είναι παρόντες στα γεγονότα» (McBarnet, 1979: 192)

Αυτή τη δυναμική κατανόησαν οι Bantz, McCorkle και Baade στην έρευνα πεδίου που πραγματοποίησαν σε έναν τοπικό τηλεοπτικό σταθμό των ΗΠΑ. Στα πλαίσια αυτής, παρομοίασαν τη διαδικασία παραγωγής των ειδήσεων με τη λειτουργία ενός εργοστασίου, ισχυριζόμενοι ότι «η τηλεόραση έχει μια λανθάνουσα δομή που λίγο διαφέρει από εκείνη οποιουδήποτε άλλου οργανισμού που προωθεί ένα προϊόν» (Bantz et al. 1980: 46). Κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι, λόγω της τυποποίησης της εργασίας στο «εργοστάσιο των ειδήσεων» («news factory»), προκύπτουν τέσσερις επιπτώσεις: α) απουσία ευελιξίας β) απουσία προσωπικού ενδιαφέροντος των εργαζομένων για το τελικό αποτέλεσμα γ) αξιολόγηση της ειδησεογραφικής εργασίας με όρους παραγωγικότητας και δ) αναντιστοιχία ανάμεσα στις προσδοκίες των εργαζομένων και την πραγματικότητα της δουλειάς τους (Bantz et al. 1980: 59).

Οι δημοσιογράφοι υπάγονται στην εξουσία της εργοδοσίας με έναν τρόπο που προσομοιάζει όλο και περισσότερο την παραδοσιακή εργατική τάξη. Η τάση προλεταριοποίησης της μισθωτής αφορά συνολικά τον μεταπολεμικό καπιταλισμό (Larson 1980) και σχετίζεται με τη γενική-ιστορική κίνηση του κεφαλαίου που αποσυνθέτει προ-καπιταλιστικούς τρόπους παραγωγής που ενίσχυαν το ρόλο του

μεμονωμένου δημιουργού-παραγωγού και επεκτείνει το μοντέλο της βιομηχανικής παραγωγής και εκτός του εργοστασίου. Από την άλλη, η αναγνωρισιμότητα και η δυνατότητα επίδρασης στη δημόσια σφαίρα είναι κάποια από τα στοιχεία που επιτρέπουν στο δημοσιογράφο να διατηρεί ορισμένους βαθμούς αυτονομίας. Εμφανίζεται έτσι η αντίφαση ανάμεσα στην τάση να αποτελέσουν τα νέα μεσαία στρώματα<sup>43</sup> και στην πραγματικότητα της επαναλαμβανόμενης και μη ικανοποιητικά αμειβόμενης εργασίας.

Όσα εξετάσαμε παραπάνω πρέπει να θεωρηθούν περισσότερο ως τάσεις που δρουν σε ένα πλαίσιο αντιθέσεων και διαρκούς διαπάλη. Η θέση ότι «η μεγιστοποίηση του κέρδους αποτελεί σε τελική ανάλυση το ρυθμιστικό παράγοντα της όλης παραγωγικής διαδικασίας που συντελείται από τα ΜΜΕ» (Σεραφετινίδου, 2005: 235) πρέπει να αναγνωστεί πάντα υπό το πρίσμα αντιτιθέμενων πιέσεων που αφορούν είτε επιμέρους πολιτικές επιδιώξεις των ιδιοκτητών είτε αγώνες των δημοσιογράφων για μεγαλύτερη αυτονομία είτε και τα δύο. Το κέρδος έχει σημασία ως γενική οργανωτική αρχή των ΜΜΕ αλλά δεν μπορεί από μόνο του να αποτελέσει το μοναδικό αναλυτικό εργαλείο για τη λειτουργία τους και τις σχέσεις τους με τους φορείς εξουσίας.

Στρεφόμαστε τώρα στο ζήτημα της αυτοτέλειας των ΜΜΕ, τους όρους υπό τους οποίους αυτή εκδηλώνεται αλλά και τα όρια της.

### 3.9 Τάσεις αυτοτέλειας των ΜΜΕ

Είδαμε μέχρι στιγμής κάποιους από τους μηχανισμούς –οικονομικούς και ιδεολογικούς– που επενεργούν και συμβάλλουν στην πρόσδεση των ΜΜΕ τόσο στους κρατικούς και κυβερνητικούς θεσμούς όσο και στις επιδιώξεις των ιδιοκτητών τους. Θα προσπαθήσουμε τώρα να εξετάσουμε αντιφάσεις σε αυτή την κίνηση καθώς και αντιτιθέμενες τάσεις που προκύπτουν τόσο από το εσωτερικό των ΜΜΕ όσο και εκτός αυτών.

Ο Peter Dreier θεωρεί ότι υπάρχουν αναλογίες ανάμεσα στη σχέση κεφάλαιο-ΜΜΕ και κεφάλαιο-κράτος που συμπυκνώνονται στη σχετική αυτονομία του δεύτερου πόλου αυτών των σχέσεων (Dreier, 1982: 113). Ο Dreier επικρίνει την εργαλειακή

θεώρηση που (σύμφωνα με αυτόν) βλέπει τα ΜΜΕ ως εργαλείο που αξιοποιείται με άμεσο τρόπο από την άρχουσα τάξη για να προωθήσει τα συμφέροντα του. Θεμελιώνει το επιχείρημα του στην ανάπτυξη ερευνητικού ρεπορτάζ τη δεκαετία του '70 που αναδεικνυε εταιρικά εγκλήματα (Dreier, 1982: 113). Το πιο ενδιαφέρον σημείο είναι ότι παίρνει επιχειρήματα της φιλελεύθερης προσέγγισης –όπως η οικονομική εξάρτηση των ΜΜΕ από το κοινό ως παράγοντα που ενισχύει την ανεξαρτησία των δημοσιογράφων- και τα εντάσσει σε μια κριτική-ριζοσπαστική οπτική. Τα ΜΜΕ καθίστανται ένα «επικαθορισμένο» πεδίο διαπάλης όπου, εντός ορίων, μπορούν να αναπτυχθεί μια γκάμα αντικρουόμενων οπτικών.

Τη συνθήκη όπου ένα ορισμένο πλαίσιο ελευθερίας τίθεται εντός ενός συγκεκριμένου περιορισμού, ο Garnham το περιγράφει ορίζοντας «δύο διακριτές μορφές εξουσίας» που επιδρούν στα μέσα επικοινωνίας (Garnham, 2003: 78-79). Αναγνωρίζει αφενός μια δομική μορφή, η οποία περιορίζει τη δυνατότητα ατόμων ή ομάδων να μετασηματίσουν με συνειδητό τρόπο το περιβάλλον τους. Αφετέρου αναφέρεται σε μια δεύτερη μορφή όπου η οικονομική ισχύς αφήνει περιθώριο «στρατηγικών ελιγμών». Σχηματικά, στην πρώτη περίπτωση εγγράφεται, μεταξύ άλλων, η εξάρτηση των εμπορικών μέσων από τα διαφημιστικά έσοδα η οποία οριοθετεί και κατευθύνει το περιεχόμενο και τη λειτουργία του εκάστοτε μέσου<sup>44</sup>. Στη δεύτερη περίπτωση, έχουμε να κάνουμε με ένα φάσμα επιλογών που βρίσκονται στην ευχέρεια αυτών των στρωμάτων, όπως είναι η δήλωση στήριξης σε ένα πολιτικό κόμμα, οι ειδικές μορφές του ανταγωνισμού με άλλα μέσα κοκ.

Η ιστορία των ΜΜΕ δεν στερείται παραδειγμάτων όπου δημοσιογράφοι επέμειναν στις αρχές δεοντολογίας καθώς και σε προσωπικούς κώδικες, ερχόμενοι σε σύγκρουση με αρχές πολιτικής εξουσίας, εργοδότες και διάφορες ενδιάμεσες φιγούρες εξουσίας (συντάκτες, αρχισυντάκτες, κ.α). Το Watergate και η δημοσίευση των Pentagon Papers αποτέλεσαν ένα πολύ γνωστό τέτοιο παράδειγμα που διαμόρφωσε μία αντίστοιχη «μυθολογία» για την ανεξάρτητη δημοσιογραφία (Schudson, 2003 : 87-88). Σε άλλες περιπτώσεις, είναι η διατήρηση του εμπορικού χαρακτήρα των Μέσων (αλλά και της αξιοπιστίας τους) αυτή που ανοίγει ρήγματα. Όπως αναφέρει το Glasgow Media



Group, με την εισαγωγή του λεγόμενου «κεφαλικού φόρου» (Community charge ή poll tax) από την κυβέρνηση Θάτσερ το 1989, μεγάλες εφημερίδες που στήριζαν τους Συντηρητικούς αντιτάχθηκαν στον νόμο. Αυτό απηχούσε και τις εσωτερικές έριδες στο κυβερνών κόμμα αλλά και την πολιτική εκτίμηση της συγκυρίας από τους ίδιους τους αρχισυντάκτες των εφημερίδων που κατανοούσαν τον κίνδυνο να αποξενωθούν από σημαντικό μέρος του κοινού τους (Glasgow Media Group, 1995: 221).

Από την άλλη, οι Herman & Chomsky, ιδιαίτερα καχύποπτοι με κάθε έννοια αυτοτέλειας των μέσων από φορείς εξουσίας, αναγνωρίζουν ότι αυτή υπάρχει αλλά κατά βάση ως αντανάκλαση του διαλόγου και της αντιπαράθεσης εντός των ελίτ (1994: 170-171). Τα αντικρουόμενα συμφέροντα μεταξύ διαφορετικών ιδιοκτητών μέσω ή μεταξύ των ΜΜΕ και της κρατικής εξουσίας διευκολύνουν την εμφάνιση εναλλακτικών απόψεων αλλά δεν συνιστούν μια θεμελιώδη αντίφαση που καθορίζει τη δράση των μέσων.

Επιπλέον, η εμφάνιση νέων πολιτικών δρώντων/δυνητικών πηγών για τα ΜΜΕ δεν προκύπτει μόνο μέσα από τις ελίτ. Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι αλλαγές στην κάλυψη του πολέμου στο Βιετνάμ πριν και μετά την εμφάνιση ενός ισχυρού αντιπολεμικού κινήματος στις ΗΠΑ και αλλού (Hallin, 1986). Η κουλτούρα αμφισβήτησης που αναπτύχθηκε στις καπιταλιστικές κοινωνίες της δεκαετίας του '60 βρήκε έκφραση, μεταξύ άλλων, σε μια νέα γενιά δημοσιογράφων που αμφισβήτησε τις δημοσιογραφικές πρακτικές που καθιερώθηκαν μεταπολεμικά (Schudson, 1981: 180). Όπως τονίζει ο Schudson, δεν επρόκειτο για μια σύγκρουση γενεών αλλά για εκδήλωση των επιδράσεων των κινημάτων μέσα στα ΜΜΕ και ιδίως στον Τύπο. Η Tuchman αναφέρει ότι μέσα στους νεότερους ρεπόρτερ στην έρευνα της, υπήρχαν κάποιοι που αντιτίθεντο στον πόλεμο και στήριξαν τις κινητοποιήσεις όπου καιγόntonταν τα φύλλα επιστράτευσης. Ωστόσο, για να μην εκτεθούν στους αρχισυντάκτες, πλαισίωναν με τέτοιο τρόπο (π.χ., διαρκής χρήση εισαγωγικών) τα συνθήματα των διαδηλώσεων ώστε να αποστασιοποιούνται από αυτά (Tuchman, 1972: 669). Φυσικά, όπως τονίζει και ο Hackett (1984: 231), στην περίπτωση του Βιετνάμ ήταν η διαίρεση εντός των κυρίαρχων

πολιτικών ελίτ αυτή που διευκόλυνε μια πιο ισορροπημένη (balanced) προσέγγιση από τα ΜΜΕ.

Μέσα σε συνθήκες κρίσης και γεγονότων εθνικής εμβέλειας, τα πολιτικά κέντρα εξουσίας δυσκολεύονται να οργανώσουν τη διαχείριση της δημοσιογραφικής κάλυψης, διανοίγοντας ένα πεδίο όπου τα ΜΜΕ δρουν ανεξάρτητα (ή, ακριβέστερα, με μεγαλύτερο βαθμό ανεξαρτησίας) και οι δημοσιογράφοι εντείνουν την άσκηση κριτικής απέναντι στους κρατικούς φορείς, ενώ είναι πιο πιθανό να αξιοποιηθούν εναλλακτικές πηγές από τις κατεστημένες. Η κυβέρνηση Major, που διαδέχθηκε τη Thatcher, είχε σημαντικές αντιφάσεις, διανοίγοντας ένα πεδίο κριτικής διερεύνησης στη δράση της, ακόμα και από εφημερίδες που πρόσκειντο στους Συντηρητικούς (Glasgow Media Group, 1995:226). Ο Iyengar, από την άλλη, αναφέρει τις αποκαλύψεις για την υπόθεση Ιράν-Κόντρας. Οι αποκαλύψεις οδήγησαν τα ΜΜΕ –και τα τηλεοπτικά– να κάνουν ρεπορτάζ που έπληξαν τη δημοτικότητα του προέδρου Reagan (Iyengar, 1991: 139), παρά το γεγονός ότι είχε διακριθεί για την ικανότητα διαχείρισης των ΜΜΕ προς όφελος του. Αντίστοιχα, στην περίπτωση των Bennett, Lawrence & Livingston, ο τυφώνας Κατρίνα του 2005 και οι τεράστιες καταστροφές που προξένησε έπιασαν απροετοίμαστο τον κρατικό μηχανισμό και διαμόρφωσαν ένα πεδίο όπου η κρατική διαχείριση των ΜΜΕ αδράνησε (no spin zone). Οι δημοσιογράφοι αξιοποίησαν αυτό το κενό για να αποστασιοποιηθούν από τις επίσημες πηγές και να βασιστούν σε πηγές που συνήθως παρακάμπτονταν από την τυποποιημένη παραγωγή των ειδήσεων (Bennet et al, 2007: 168)

### 3.10 Όρια της αυτοτέλειας

Το ζητούμενο εδώ είναι το πώς η άρχουσα τάξη «αξιοποιεί» αυτά τα κενά στον έλεγχο των ΜΜΕ για να ανακτήσει την επιρροή της. Επανερχόμαστε στον Dreier (1982). Ο Dreier αντλεί από το θεωρητικό πλαίσιο του Πουλαντζά (2008) για τη θεώρηση του κράτους ως συμπύκνωση ταξικών συσχετισμών και όχι ως εργαλείο στα χέρια της άρχουσας τάξης. Όμως υπάρχει ποιοτική διαφορά ανάμεσα στη σχετική αυτοτέλεια του κράτους και τη σχετική αυτοτέλεια των ΜΜΕ. Στην πρώτη περίπτωση, έχουμε να κάνουμε με τη λειτουργία του κράτους ως «συλλογικού καπιταλιστή» επιφορτισμένου

να μεσολαβεί τις αντιμαχόμενες μερίδες της άρχουσας τάξης προς όφελος της γενικής αναπαραγωγής του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής. Στην περίπτωση των ιδιωτικών ΜΜΕ, η αυτοτέλεια δεν προκύπτει από την τάση συγκέντρωσης των κυρίαρχων συμφερόντων αλλά μέσα από τον καπιταλιστικό ανταγωνισμό που αποτυπώνεται στις ειδήσεις με ποικίλους τρόπους: αποκαλύψεις για οικονομικά σκάνδαλα άλλων επιχειρηματιών, κριτική σε αντίπαλα πολιτικά κόμματα κλπ. Παρόλο που τα ΜΜΕ «συνεργάζονται» με το κράτος στην εδραίωση και ανανέωση του ηγεμονικού ιστορικού μπλοκ, ο ρόλος τους είναι διαφορετικός και δεν πρέπει να εξομοιώνονται με το κράτος.

Σε αυτή την κατεύθυνση, η Σεραφετινίδου εντοπίζει ορθότερα το ζήτημα της σχετικής αυτονομίας των Μέσων όταν αναφέρει ότι «οι ιδιώτες κεφαλαιοκράτες ή οι κρατικές αρχές που ελέγχουν τα ΜΜΕ ασκούν μια γενική εποπτεία της πολιτιστικής παραγωγής των ΜΜΕ αλλά... δεν επιδίδονται σε καθημερινές, ανοιχτές, συνεχείς παρεμβάσεις, πιέσεις, υποδείξεις, κλπ». (Σεραφετινίδου, 2005 433).

Η ανάγκη αυτοτέλειας –ως μέσο επιδίωξης των γενικών συμφερόντων της άρχουσας τάξης– αποτυπώνεται ακόμα πιο έντονα στη σκέψη «οργανικών διανοούμενων» της άρχουσας τάξης, οι οποίοι έχουν μια σχετική αποστασιοποίηση από τις άμεσες επιδιώξεις της τάξης τους. Ο Λόρδος Reith, διευθυντής του BBC την περίοδο της Γενικής Απεργίας του 1926, αντιτάχθηκε στην προσπάθεια της κυβέρνησης να «επιτάξει» το ραδιοφωνικό σταθμό. Κατανοούσε ότι κάτι τέτοιο υπονόμειε συνολικά τη νομιμοποίηση της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης (Glasgow Media Group 1995: 177) και θεωρούσε ότι ο σταθμός θα έπρεπε να δώσει βήμα και σε εκπροσώπους των Εργατικών και της ομοσπονδίας των συνδικάτων (TUC) σε μια προσπάθεια κατευνασμού της αντιπαράθεσης.

Η προώθηση ενός «οριοθετημένου διαλόγου» από τα ΜΜΕ έχει απασχολήσει συχνά τον Chomsky. Όπως αναφέρει, στα ΜΜΕ διατηρείται φαινομενικά μια «εχθρική σχέση προς το κράτος» (Chomsky, 2000: 69) ενώ πράγματι υπάρχει περιθώριο έκφρασης και διαφορετικών απόψεων που ασκούν κριτική στις κυβερνητικές επιλογές. Ωστόσο όλο αυτό γίνεται στη βάση δεδομένων παραδοχών που περιορίζουν το φάσμα της σκέψης και των δυνητικών επιλογών που μπορεί να επεξεργαστεί η κοινή γνώμη. Κατά τη γνώμη

του, αυτό αποτελεί στοιχείο της ισχύος των μηχανισμών προπαγάνδας καθώς θεωρεί ότι «ο περιορισμός κάθε πιθανής σκέψης μέσα σε ένα πλαίσιο άρρητων παραδοχών είναι πολύ πιο αποτελεσματικός από την προσπάθεια επιβολής μιας συγκεκριμένης ρητής πίστης διά ροπάλου» (Chomsky, 2000: 70-71).

### 3.11 Σύνοψη κεφαλαίου

Κλείνοντας, αποδεχόμαστε τη θέση του Curran που τονίζει ότι η σύγκρουση των ΜΜΕ με άλλα κέντρα εξουσίας δεν αναιρεί ότι, με διαφορετικούς τρόπους και εντάσεις, συγκλίνουν στη νομιμοποίηση της κυρίαρχης τάξης πραγμάτων (Curran, 2003: 78). Είναι εμφανές ότι αυτό αποτελεί το κοινό σημείο στο οποίο συγκλίνουν ένα πλήθος κριτικών αναλύσεων της σχέσης των ΜΜΕ με την εξουσία, παρόλο που εκκινούν με διαφορετικά θεωρητικά εργαλεία. Το γεγονός αυτό αποτυπώνεται στην ίδια την ανάπτυξη των δημοσιογραφικών πρακτικών και σε ορισμένες από τις πιο γνωστές πλευρές τους, όπως είναι η επίκληση στην αντικειμενικότητα, η διάκριση είδησης-σχολίου, η παρουσίαση κατά αντιπαράσταση αντιπαραθετικών ισχυρισμών όταν προέρχονται από «αξιόπιστους» πολιτικούς παράγοντες και η περιορισμένη κάλυψη ατόμων και κοινωνικών ομάδων που δεν κατέχουν ισχυρή πολιτική ή/και οικονομική εξουσία. Η κυρίαρχη ιδεολογία ενυπάρχει μέσα σε αυτή τη διαδικασία φетиχοποιώντας την πραγματικότητα: τα κοινωνικά φαινόμενα εμφανίζονται αποκομμένα μεταξύ τους, ενώ οι κοινωνικές συγκρούσεις και οι αντιθέσεις εμφανίζονται μεταμφιεσμένες (Tuchman, 1980: 164-165).

Οι περισσότερες θεωρητικές προσεγγίσεις που εξετάσαμε παραπάνω αναφέρονται στο ιστορικό πλαίσιο που διαμορφώθηκε μετά τον Β΄ ΠΠ. Με τους όρους του Πλειού αυτό ορίζεται ως «ώριμη νεωτερικότητα» και στο επίπεδο των μέσω επικοινωνίας συνοψίζεται σε δύο βασικά χαρακτηριστικά. Από τη μια είναι η ύπαρξη διαφόρων περιορισμών που συσχετίζονται με τον ασύμμετρο και μονόδρομο χαρακτήρα των μέσων αλλά και τη συγκέντρωση της ιδιοκτησίας σε αυτά και την εμπορευματοποίηση (Πλειός, 2011: 46). Από την άλλη, σε σχέση με το περιεχόμενο των Μέσων κυριαρχεί ο ερμηνευτικός ρεαλισμός, «δηλαδή η απaráβατη σύνθεση ρεαλιστικής καταγραφής του κόσμου και, ταυτόχρονα, ερμηνευτικής αισθητικής, ηθικής,

κ.λπ., αξιολόγησης του» (Πλειός, 2011: 46-47). Δεδομένης της εμπορευματοποίησης, η ενημέρωση επιδιώκει να είναι ψυχαγωγική-ελκυστική χωρίς όμως να συγχέει τα διαφορετικά θέματα και με έμφαση στην πολιτική ενημέρωση («σοβαρά θέματα»/ hard news).

Ωστόσο αυτό δεν αναιρεί ότι η σχέση των ΜΜΕ με την κυρίαρχη ιδεολογία και τους φορείς εξουσίας διαπερνάται από μια σταθερή αντίφαση. Τα Μέσα διαμορφώνουν μια αρένα σύγκρουσης όπου μπορεί το παιχνίδι να είναι «στημένο» από πολλές πλευρές αλλά σε κάθε περίπτωση συνεχίζει να παίζεται και δεν μπορεί να σταματήσει. Έτσι δεν αποκλείεται η εμφάνιση και η επίδραση εναλλακτικών-αντι-ηγεμονικών ερμηνειών. Αυτές διευκολύνονται από α) τις αντιθέσεις εντός της πολιτικής ελίτ β) τις αντιθέσεις μεταξύ επιχειρηματικής-πολιτικής ελίτ γ) τη δράση κοινωνικών κινήματων και πολιτικών φορέων που εκφράζουν ένα αντι-ηγεμονικό μπλοκ δυνάμεων δ) τις αντιθέσεις εντός των ΜΜΕ και εντός της ιδεολογίας της αντικειμενικότητας.

Τα παραπάνω, δημιουργούν προβλήματα στο ηγεμονικό μπλοκ εξουσίας αλλά, την ίδια, στιγμή, αποτελούν ερείσματα ανανέωσης της κυρίαρχης ιδεολογίας. Προκειμένου τα ΜΜΕ να διατηρούν την αξιοπιστία τους, πρέπει να είναι πραγματικά (και όχι απλά να εμφανίζονται) αποστασιοποιημένα σε ένα βαθμό από τα κέντρα πολιτικής και οικονομικής εξουσίας. Αυτό τους επιτρέπει να «εμβολιάζουν» το σύστημα όπως λέει ο Barthes (1979), να δίνουν, κατά περίπτωση, χώρο έκφραση σε τάσεις αμφισβήτησης. Πλευρά αυτής της σχέσης, όπως είδαμε, είναι και το αναγκάζονται να παρεκκλίνουν από τις κυρίαρχες πολιτικές απόψεις ή από τις θέσεις των ιδιοκτητών τους, προκειμένου να μην αποξενωθούν από το κοινό τους.

Στη συνέχεια θα εξετάσουμε το ζήτημα του νεοφιλελευθερισμού ως μια νέα ιστορική περίοδο για τις καπιταλιστικές κοινωνίες ειδικά αλλά και για τα ΜΜΕ εντός τους ειδικότερα. Ο νεοφιλελευθερισμός -ως ένα νέο μοντέλο άσκησης ηγεμονίας- διατήρησε τις βασικές πλευρές της σχέσης ΜΜΕ και εξουσίας ενώ τροποποίησε άλλες. Επιπλέον, προκειμένου να εδραιωθεί ένας νέος ταξικός συνασπισμός, έπαιξαν καθοριστικό ρόλο οι αλλαγές στον τρόπο επικοινωνίας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> ΝΕΟΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

Στο παρόν κεφάλαιο, θα εξεταστεί αρχικά ο νεοφιλελευθερισμός, μια από τις πιο πολυχρησιμοποιημένες λέξεις της εποχής μας, ως αναφορά σε μια συγκεκριμένη περίοδο ανάπτυξης του καπιταλισμού. Στη συνέχεια θα δούμε, συνοπτικά, κάποια από τα θεμελιώδη ιδεολογικά χαρακτηριστικά του και το πώς επέδρασαν στα πολιτικά συστήματα της Δύσης. Το ζητούμενο είναι να κατανοηθεί ο νεοφιλελευθερισμός ως ένα νέο μοντέλο ηγεμονίας που μετασχημάτισε το μεταπολεμικό κοινωνικό συμβόλαιο. Στη συνέχεια, θα εξεταστεί ο νέος ρόλος των ΜΜΕ στις καπιταλιστικές κοινωνίες, η σχέση τους με τους φορείς εξουσίας και την απόσπαση συναίνεσης.

### 4.1 Εισαγωγή

Οι μετασχηματισμοί της κυρίαρχης ιδεολογίας και οικονομικής πολιτικής μπορούν να κατανοηθούν σε αλληλεπίδραση με τη γενική κίνηση της οικονομίας και των κρίσεων του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής αλλά και σε σύνδεση με τις κινήσεις της ταξικής πάλης που εξελίσσεται επικαθοριζόμενη από την οικονομία, χωρίς ωστόσο να ανάγεται σε αυτή. Υπό αυτή την έννοια, ο νεοφιλελευθερισμός έχει μια συγκεκριμένη ιστορική διάσταση: αποτελεί «απάντηση» –από τη μεριά της άρχουσας τάξης– τόσο στην οικονομική κρίση του 1973 όσο και στην άνοδο κοινωνικών κινημάτων που συνέκλιναν στο πλαίσιο του διεθνούς φαινομένου του «Μάη του '68» — ο Virno (2007) θεωρεί ότι το νέο παραγωγικό πλαίσιο αποτέλεσε ενσωμάτωση αλλά και διαστρέβλωση των αιτημάτων και των προσδοκιών που καλλιέργησαν αυτά τα κινήματα.

Η μετάβαση από το ένα πλαίσιο στο άλλο συνδέεται αναγκαστικά με ρήξεις και ανακατατάξεις. Ο καπιταλισμός του 19<sup>ου</sup> αιώνα, της ελεύθερης αγοράς και του ανταγωνισμού αποδείχθηκε ιδιαίτερα ευάλωτος σε κρίσεις και συνακόλουθες πολιτικές συγκρούσεις με την ύφεση του 1873-1896 να οδηγεί σε οριακό σημείο πολλές ευρωπαϊκές χώρες (Παπακωνσταντίνου, 2008: 22). Για τον Weber, η ορθολογικοποίηση της κοινωνίας αποτελούσε την «απάντηση» σε αυτό το πρόβλημα μέσα από την εγκαθίδρυση αυστηρών ιεραρχικών δομών μέσα στην παραγωγή και τη δημόσια διοίκηση ώστε κάθε μέλος του συνόλου να ξέρει με ακρίβεια τις ευθύνες του και τη θέση του στην ιεραρχία (Weber, 2005). Η σύγκλιση στρατού και αγοράς, άνοιγε τη δυνατότητα

στρατηγικού σχεδιασμού της οικονομίας που στηριζόταν στη γραφειοκρατική επιβολή αλλά και στο «χρόνο μεγάλης διάρκειας» (Sennett, 2008:31). Η δυνατότητα πρόβλεψης και οργάνωσης δεν αφορούσε μόνο τους ιδιοκτήτες και τα στελέχη των επιχειρήσεων αλλά και την εργατική τάξη που πλέον, με την ένταξη της στην ιεραρχία, μπορούσε να κάνει σχέδια σχετικά με τη μισθολογική εξέλιξη, την πορεία της καριέρας και αντίστοιχα να προγραμματίσει τη ζωή της (Sennett, 2008: 31).

Αν για τον Weber η αλλαγή εστιάζονταν στο εσωτερικό της καπιταλιστικής παραγωγής, από την άλλη, για τον Lenin, η τομή έπρεπε να εντοπιστεί περισσότερο στη σχέση μεταξύ των διαφορετικών μερίδων του κεφαλαίου και στη διεθνή επέκταση των καπιταλιστικών σχέσεων. Ο Lenin αναγνώριζε τον ιμπεριαλισμό ως «παραπέρα ανάπτυξη και άμεση συνέχιση των βασικών ιδιοτήτων του καπιταλισμού γενικά» (Lenin, 1980: 391) και εντόπιζε πέντε βασικά γνωρίσματα του ιμπεριαλιστικού σταδίου του καπιταλισμού<sup>45</sup>, εστιάζοντας α) στο μονοπώλιο και β) στην εξαγωγή κεφαλαίου και την επέκταση του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής σε όλο τον πλανήτη. Το μονοπώλιο (νοούμενο ως η σύμφυση βιομηχανικού και τραπεζικού κεφαλαίου) βρίσκεται σε διαλεκτική σχέση με την προηγούμενη φάση του καπιταλισμού καθώς «τα μονοπώλια, ξεπηδώντας από τον ελεύθερο συναγωνισμό δεν τον καταργούν μα υπάρχουν πάνω και δίπλα σε αυτόν, γεννώντας έτσι μια σειρά εξαιρετικά οξείες και βίαιες αντιθέσεις, προστριβές, συγκρούσεις» (Lenin, 1988: 392). Ο Lenin, μελετώντας το αποικιοκρατικό σύστημα στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα και στις αρχές του 20<sup>ου</sup>, κατανόησε ότι το ζήτημα δεν ήταν μόνο η εισαγωγή πρώτων υλών από τις αποικιοκρατούμενες περιοχές αλλά η εξαγωγή κεφαλαίου από τις αποικιοκρατικές χώρες με στόχο την ενίσχυση της κερδοφορίας<sup>46</sup>.

Η ανάδυση των μονοπωλίων ήταν στενά συνυφασμένη με καθολικές στρατιωτικές συγκρούσεις για το «ξαναμοίρασμα του κόσμου». Από την άλλη, στο εσωτερικό των ισχυρότερων καπιταλιστικών χωρών, η βελτίωση της ζωής ενός μέρους της εργατικής τάξης (και η συνακόλουθη διάσπαση της τάξης) αδυνάτιζε τις επαναστατικές τάσεις και δημιουργούσε πολιτικά ρεύματα συμβιβασμού με την κυρίαρχη αποικιοκρατική πολιτική (Lenin, 1988: 411-412). Για να δείξει τη σχέση μεταξύ

ιμπεριαλισμού και κοινωνικής συνοχής, ο Lenin παραπέμπει στον Cecil Rhodes, πρωτοπόρο της βρετανικής αποικιοκρατίας που αντιλαμβανόταν καθαρά την ανάγκη εδαφικής επέκτασης προκειμένου να αποτραπούν οι αναταραχές στο εσωτερικό. Η κατανόηση αυτή της αντιφατικής σχέσης μεταξύ ειρήνης-πολέμου από τον Lenin τον καθιστά έναν από τους σημαντικότερους στοχαστές καπιταλισμό του 20ου αιώνα χωρίς αυτό να αναιρεί την ύπαρξη ελλείψεων στο έργο του, με πιο σημαντική την υποτίμηση της σημασίας των αλλαγών στην παραγωγή και στις εργασιακές σχέσεις (Παπακωνσταντίνου, 2008: 214).

Οι αλλαγές στο επίπεδο της παραγωγής είχαν ως αναγκαίο συμπλήρωμα την ενίσχυση του ρόλου του κράτους όχι μόνο στην εξωτερική πολιτική αλλά και στην εθνική οικονομική ζωή. Μεταξύ 1903 και 1961, οι κρατικές δαπάνες ως ποσοστό του ΑΕΠ στις ΗΠΑ αυξήθηκαν ραγδαία από το 7.4% στο 28.8%. Στην αύξηση αυτή συνέβαλαν οι δύο Παγκόσμιοι Πόλεμοι, ιδίως ο Β', αλλά και οι πολιτικές δημοσίων επενδύσεων, ιδίως στο κομμάτι των αυτοκινητόδρομων (Baran & Sweezy, 1972: 206, 293). Η συμβολή του κράτους στην αντιμετώπιση των κρίσεων της καπιταλιστικής οικονομίας, η διαμόρφωση του στρατιωτικού-βιομηχανικού συμπλέγματος ως ένα σταθερό και σχετικά εξασφαλισμένο πεδίο κερδοφορίας, συνέτειναν σε μια μεταστροφή: η άρχουσα τάξη, σε αντίθεση με τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, άρχισε να βλέπει θετικά τις κρατικές παρεμβάσεις (Baran & Sweezy, 1972: 209).

Μέσα σε αυτό το ιστορικό πλαίσιο, στοχαστές όπως ο Keynes κατανόησαν την ανάγκη ριζικών αλλαγών προκειμένου να αντιμετωπίσουν την κρίση του 1929 που έθεσε υπό αμφισβήτηση τις αλλαγές στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Η «κλασική οικονομική θεωρία» παρέμενε προσκολλημένη στο πρότυπο του μεμονωμένου επιχειρηματία και αδυνατούσε να δει τις αλλαγές και που είχαν φέρει οι επενδύσεις στο χρηματιστήριο καθώς και την αστάθεια που προκαλούνταν καθώς η οικονομία επηρεάζονταν διαρκώς από «μεταβαλλόμενες απόψεις για το μέλλον». Η πρόκληση του κράτους, συνεπώς, ήταν να παρέμβει στην οικονομία και να διαχειριστεί τις προσδοκίες γύρω από το ύψος της ζήτησης, της απασχόλησης και της ανεργίας αλλά και της απόδοσης των επενδύσεων (Keynes, 2001: 63-65). Ειδικότερα σε σχέση με το ύψος των μισθών, ο Keynes τόνιζε την



ανάγκη να διατηρείται, με τη βοήθεια της κρατικής παρέμβασης, ένα γενικά σταθερό επίπεδο ονομαστικών μισθών με στόχο τη διαφύλαξη της κοινωνικής συνοχής που απειλούνταν από την όξυνση των ανισοτήτων μετά την κρίση του 1929 (Keynes, 2001). Την ίδια ανησυχία είχε εκφράσει δέκα χρόνια πριν την κρίση, το 1919, γράφοντας σχετικά με τη διάρρηξη της συνοχής στις μεταπολεμικές κοινωνίες λόγω του πληθωρισμού και της έντασης των ανισοτήτων που αυτός σηματοδοτούσε (Keynes, 2009: 103 ). Η σκέψη του Keynes ήταν επικεντρωμένη σε ένα ζήτημα: τη σταθεροποίηση του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής και την εξομάλυνση των διακυμάνσεων και των κρίσεων που τον απειλούσαν. Όπως τονίζει ο Crouch «ο κεϋνσιανισμός δεν ήταν εχθρικός προς τις αγορές ή τον καπιταλισμό» (Crouch, 2011: 30) αλλά επεδίωκε τη σταθεροποίηση του, τη θωράκιση από οικονομικές κρίσεις και την αποτροπή της ριζοσπαστικοποίησης της εργατικής τάξης και των λαϊκών στρωμάτων .

Σε κάθε περίπτωση, είναι βέβαιο ότι ο κεϋνσιανισμός κυριάρχησε ως η οικονομική λογική των δεκαετιών που ακολούθησαν τον Β΄ ΠΠ, καθιστώντας κομμάτι του «κοινού νου» την πεποίθηση ότι η ελεύθερη αγορά δεν μπορεί να αυτορυθμιστεί. Η κρατική παρέμβαση εκφραζόταν τόσο μέσα από τον «κοινωνικό μισθό» (πρόσβαση σε υγεία, παιδεία, στέγαση, δημόσια αγαθά) όσο και μέσα από τη ρύθμιση των εργασιακών σχέσεων (ασφάλιση, νομοθεσία κατώτατου μισθού), δημιουργώντας «ένα δίχτυ προστασίας...για τους ανθρώπους που στερούνταν το οικονομικό, πολιτιστικό ή κοινωνικό κεφάλαιο, στην πραγματικότητα κάθε περιουσιακό στοιχείο πλην της ικανότητας για εργασία» (Bauman 2017: 102-103).

#### 4.2 Νέος γύρος μετασχηματισμών

Η δεκαετία του '70 θεωρείται συχνά ως σημείο-τομής όπου κλείνει ο κύκλος της μεταπολεμικής ανάπτυξης και ανοίγει μια περίοδος που φέρνει ένα σύνολο αλλαγών στον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής (Bauman, 2017:88). Η συνθήκη αυτή επέφερε πίεση στις δυτικές καπιταλιστικές οικονομίες, ανοίγοντας το δρόμο για την αμφισβήτηση του μοντέλου οικονομίας και ηγεμονίας που κυριάρχησε τις προηγούμενες δεκαετίες και συνδέθηκε με μια περίοδο ανάπτυξης, κερδοφορίας και πολιτικής σταθερότητας. Το

υπάρχον μοντέλο ανάπτυξης αντιμετωπίζει προβλήματα στασιμότητας και υψηλής ανεργίας της δεκαετίας του '70 (Toussaint, 2012: 22). Πρόκειται για την περίοδο όπου η κεϋνσιανή διαχείριση του καπιταλισμού φαίνεται να φτάνει στα όρια της τα οποία εκδηλώνονται μέσα από α) την υποχώρηση των ρυθμών ανάπτυξης, β) την άνοδο του πληθωρισμού και γ) την άνοδο της ανεργίας. Ο πληθωρισμός από τις αρχές της δεκαετίας του '70 ξεκινάει μια ανοδική πορεία και από το 6% στην Ευρώπη και το 4% στις ΗΠΑ βρίσκεται στο 12% και 8% αντίστοιχα το 1975 και μετά ακολουθεί διακυμάνσεις, όμως έρχεται σε παρόμοια επίπεδα (10% στις ΗΠΑ και 8% στην Ευρώπη) το 1980 (Harvey, 2007β: 14).

Όσον αφορά την ανεργία, είναι ενδεικτικό ότι τη μεταπολεμική περίοδο κυμαινόταν σταθερά γύρω από το 4% στις ΗΠΑ και το 2% στην Ευρώπη αλλά από τα μέσα της δεκαετίας του 70 ξεκινάει μια ανοδική πορεία που θα τη φέρει στο 10% και στο 8% αντίστοιχα (Harvey, 2007: 14). Είναι δεδομένο ότι τα παραπάνω αποτελούν ένα «κοινό πρόβλημα» με την έννοια ότι συρρικνώνεται το εισόδημα μεγάλων τμημάτων του πληθυσμού στους ανεπτυγμένους καπιταλιστικούς σχηματισμούς. Ωστόσο, το ζήτημα είναι το ποια κοινωνική και πολιτική δύναμη μπορεί να ορίσει το πρόβλημα με ένα τέτοιο τρόπο ώστε να κατευθύνει ευρύτερες δυνάμεις προς μια λύση συμβατή με τα δικά της συμφέροντα. Αυτό είναι η ιδεολογική διαπάλη για την αναδιαμόρφωση του «κοινού νου». Για την άρχουσα τάξη και τα ανώτερα εισοδηματικά στρώματα στις δυτικές καπιταλιστικές κοινωνίες, η δεκαετία του '70 βιώνεται ως μια διπλή απειλή, τόσο πολιτική, από την άνοδο του ριζοσπαστισμού, όσο και οικονομική. Το 1975, το ανώτερο 1% του πληθυσμού των ΗΠΑ κατέχει μόλις το 20% των περιουσιακών στοιχείων της χώρας· αυτό αποτελεί ιστορικό χαμηλό για την περίοδο από το 1920 και μετά (Harvey, 2007β: 16). Η οικονομική κρίση της δεκαετίας του '70 απειλεί να συμπιέσει κι άλλο αυτό το ποσοστό και πυροδοτεί διεργασίες. Από την άλλη, ο Michael Roberts, ο θεωρητικός που έχει συνδεθεί με τη μελέτη της τάσης πτώσης του ποσοστού κέρδους, τονίζει την πτώση της κερδοφορίας τη δεκαετία του '70 ως απόρροια της ανόδου της οργανικής σύνθεσης του κεφαλαίου σε βαθμό που ξεπερνά το ρυθμό αύξησης της απόσπασης υπεραξίας (2016: 21-22)<sup>47</sup>.

Η πτώση του ποσοστού κέρδους και η είσοδος των μεταπολεμικών καπιταλιστικών κοινωνιών σε κρίση είναι ένα αδιαμφισβήτητο φαινόμενο. Ωστόσο δεν ερμηνεύεται από όλους με τον ίδιο τρόπο. Για τον Lipietz, η κρίση της κερδοφορίας πρέπει να ερμηνευθεί περισσότερο ως αδυναμία του κεφαλαίου να αυξήσει την παραγωγικότητα κατά ανάλογο βαθμό με την αύξηση της επένδυσης σε σταθερό κεφάλαιο (Lipietz, 1987: 42-43). Συνεπώς το ζήτημα είναι η κρίση παραγωγικότητας και οι οικονομικοί και εξωοικονομικοί παράγοντες που μπορούν να ενισχύσουν την παραγωγικότητα της εργατικής τάξης. Χωρίς να μπορούμε εδώ να πάρουμε θέση ανάμεσα στις διαφορετικές προσεγγίσεις, κρατάμε τη σημείωση του Lipietz γιατί θα μας φανεί χρήσιμη στην αλλαγή του ρόλου των MME σε σχέση με τον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής.

Οι Duménil & Lévy θεωρούν πως αυτή η περίοδος ορίζει μια τομή μέσα από την οποία αναπτύσσεται ο νεοφιλελευθερισμός ως «ένα νέο στάδιο του καπιταλισμού που αναδύθηκε στον απόηχο της δομικής κρίσης... εκφράζει τη στρατηγική των καπιταλιστικών τάξεων, σε συμμαχία με το ανώτερο τμήμα της διευθυντικής πυραμίδας του χρηματοπιστωτικού τομέα» (Duménil & Lévy, 2017:9). Συνεπώς, επέρχονται αλλαγές στη διάρθρωση του ηγεμονικού ταξικού συνασπισμού, οι οποίες δεν αφορούν μόνο τα μέρη του συνασπισμού αλλά και το πώς εντάσσονται σε αυτόν. Αυτό είναι κομβικό ζήτημα στο οποίο θα επανέλθουμε παρακάτω.

Οι Σακελλαρόπουλος & Σωτήρης συνοψίζουν την κρίση του μονοπωλιακού καπιταλισμού ως μια σύνθετη συμπύκνωση ταξικών αντιφάσεων: το ανελαστικό μοντέλο παραγωγής οδηγούσε ολοένα και μεγαλύτερες επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό για να αυξήσει την κερδοφορία, ενεργοποιώντας την πτώση του ποσοστού κέρδους. Το πλαίσιο αυτό ενισχύονταν από την άνοδο της ταξικής πάλης και της συλλογικής οργάνωσης της εργατικής τάξης που καθιστούσε ιδιαίτερα δύσκολη τη συρρίκνωση του μισθολογικού κόστους — άρα και την ενίσχυση της απόσπασης υπεραξίας χωρίς νέες επενδύσεις (Σακελλαρόπουλος & Σωτήρης, 2004: 33-35).

Ποιο είναι το περιεχόμενο των μετασχηματισμών που τροφοδοτήθηκαν από την πτώση της κερδοφορίας και τη στασιμότητα στους ρυθμούς ανάπτυξης; Η λέξη-κλειδί σε

αυτό το σημείο είναι η ευελιξία. Το μοντέλο παραγωγής (συχνά έχει χαρακτηριστεί ως φορντικό) που οργανωνόταν γύρω από μεγάλες, συγκεντρωτικές μονάδες, πολύ-επίπεδα συστήματα ιεραρχίας και έναν μακροπρόθεσμο τρόπο σκέψης θεωρήθηκε ακατάλληλο για τις νέες συνθήκες. Επιπλέον, το μοντέλο αυτό, πέρα από ομοιομορφίες στην παραγωγή, συνδεόταν με ομοιόμορφα αποτελέσματα στην κατανάλωση, προϊόντα μακράς διάρκειας που, μέσω της διαφήμισης απευθύνονταν σε ένα καταναλωτικό κοινό με μικρό –σε σχέση με σήμερα– βαθμό διαφοροποίησης.

Αντιθέτως, αυτό που ο Harvey ονομάζει «ευέλικτη συσσώρευση» απαιτούσε μικρότερη σε όγκο παραγωγή, αύξηση των υπερ-εργολαβιών (άρα σχετική μείωση του μεγέθους της παραγωγικής μονάδας), συχνή ανανέωση του προσωπικού και των δεξιοτήτων του και, συνολικά, επιτάχυνση του βαθμού ανακύκλωσης του κεφαλαίου, δηλαδή του ρυθμού με τον οποίο το κεφάλαιο επενδύεται, αποφέρει κέρδος και επενδύεται εκ νέου (Harvey, 2007α: 207-2017).

Έχουμε έτσι την εικόνα μιας παραγωγής που εξυπηρετεί περισσότερες ανάγκες σε μικρότερες ποσότητες, βασιζόμενη σε έναν πυρήνα εργατικού δυναμικού και μια περιφέρεια που ανανεώνεται συχνά. Ο Sennett μιλάει για «παραγωγή MP3» καθώς «η συσκευή MP3 μπορεί να προγραμματιστεί ώστε να παίζει μόνο μερικές ζώνες από το ρεπερτόριο της· παρομοίως η ευέλικτη οργάνωση μπορεί να επιλέγει και να εκτελεί μόνο μερικές από τις πολλές δυναμικές λειτουργίες της σε οποιοδήποτε δεδομένο χρόνο» (Sennett, 2008: 54-55).

Το ζήτημα της επιτάχυνσης της οικονομικής δραστηριότητας είναι κεντρικό για να εδραιωθεί η ευέλικτη παραγωγή. Αυτό απαιτούσε μια αλλαγή στρατηγικής εντός της άρχουσας τάξης. Ο μονοπωλιακός καπιταλισμός στόχευε σε επενδύσεις με μακροπρόθεσμη οπτική και σχετικά εγγυημένη απόδοση κέρδους· το στρώμα των μάνατζερ επιδιώκει τη σταθερή ανάπτυξη και ισχυροποίηση της εταιρείας και όχι τόσο το γρήγορο όσο το εγγυημένο κέρδος (Baran & Sweezy, 1972: 93). Χωρίς να αναιρείται η κεντρική σημασία των μονοπωλίων στην οικονομία, επέρχεται η μετατόπιση προς το βραχυπρόθεσμο και αρκετά πιο επισφαλές κέρδος, όπως αποτυπώνεται π.χ. στη διακύμανση της τιμής των μετοχών μιας επιχείρησης (Crouch, 2011: 72). Η αλλαγή αυτή

συνδέθηκε με τη μεταστροφή προς τομείς της οικονομίας που μπορούσαν ανταποκριθούν σε αυτούς τους ρυθμούς με κυριότερο το χρηματοπιστωτικό τομέα. Η πτώση της κερδοφορίας στους «παραδοσιακούς» παραγωγικούς τομείς συνέβαλε στη διόγκωση του χρηματιστικού κεφαλαίου (Michael-Matsas, 2010: 493), σε βαθμό που να θεωρείται ότι η κερδοσκοπία -με τη μορφή επενδύσεων σε χρηματιστικούς τίτλους, όπως τα παράγωγα αποτέλεσε «τη βασική κινητήριο δύναμη της οικονομίας από τη δεκαετία του '70» (Tracy, 2012: 514).

Το 1979 θεωρείται έτος-ορόσημο καθώς με τον αιφνίδιο διπλασιασμό των επιτοκίων από την Ομοσπονδιακή Τράπεζα των ΗΠΑ (από το 9% στο 20%), συνέβαλαν στην εκτόξευση του δημόσιου εξωτερικού χρέους αλλά και των νοικοκυριών (Lazzarato, 2014: 50, Duménil & Lévy, 2017: 86-87). Ουσιαστικά επρόκειτο για μια παρέμβαση προς όφελος των πιστωτών, σε μια δεκαετία που τα κέρδη από το χρηματοπιστωτικό τομέα ήταν ιδιαίτερα χαμηλά και εκτοξεύτηκαν μέσα σε μια. Η επίδραση της νεοφιλελεύθερης πολιτικής σε αυτή τη σχέση είναι ιδιαίτερα σαφής. Σύμφωνα με τους Duménil & Lévy, το 1975 στις ΗΠΑ, η κερδοφορία των χρηματοπιστωτικών εταιρειών είναι στο 1/3 σε σχέση με τις μη χρηματοπιστωτικές. Η διαφορά αυτή εξανεμίζεται το 1980 και οι δύο τομείς κινούνται σε παρόμοια επίπεδα τη δεκαετία του 1980. Καθώς σταδιακά ξεπερνιούνται οι αρνητικές συνέπειες από την απότομη άνοδο των επιτοκίων (π.χ. στάση πληρωμών οφειλετών), η κερδοφορία του χρηματοπιστωτικού τομέα, ξεπερνάει αυτή του μη χρηματοπιστωτικού και φτάνει το 1999, λίγο πριν την κρίση των dot com, είναι διπλάσια των μη χρηματοπιστωτικών εταιρειών. (Duménil Lévy, 2004: 132-134)

Η μετατόπιση προς τον χρηματοπιστωτικό τομέα αλλάζει ριζικά τη σύνθεση του κεφαλαίου ώστε «το βιομηχανικό, το εμπορικό και το έγγειο κεφάλαιο ενσωματώνονται τόσο πολύ στις χρηματοπιστωτικές λειτουργίες και δομές που γίνεται όλο και πιο δύσκολο να πούμε που αρχίζουν τα εμπορικά και βιομηχανικά συμφέροντα και που τελειώνουν τα αυστηρά χρηματοπιστωτικά συμφέροντα» (Harvey, 2007α:223)<sup>48</sup>. Το ίδιο επισημαίνει ο Lazzarato τονίζοντας τη σημασία που είχε στις ΗΠΑ και στη Μεγάλη Βρετανία ο χρηματοπιστωτικός τομέας για την ανάταση της κερδοφορίας, τονίζει ότι

«είναι αδύνατο να διαχωριστεί ο χρηματοπιστωτικός τομέας από την παραγωγή, καθώς αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα κάθε τομέα δραστηριότητας» (Lazzarato, 2014:47).

Πλευρά αυτής της διαδικασίας ήταν η ενίσχυση του χρέους ως παράγοντα της οικονομίας. Η διπλή τάση διόγκωσης χρέους και χρηματοπιστωτικού τομέα αποτυπώνεται στις έρευνες των Duménil & Lévy που αναδεικνύουν την άνοδο του χρέους νοικοκυριών, επιχειρήσεων και κυβέρνησης (την περίοδο 1980-2008), ενώ είναι εμφανές ότι ο χρηματοπιστωτικός τομέας είναι ο κατεξοχήν επωφελημένος καθώς είναι καθαρά δανειστής σε σχέση με το μη χρηματοπιστωτικό τομέα που είναι δανειολήπτης (2017: 131-132).

Η διευκόλυνση του τραπεζικού δανεισμού ήταν μια πολιτική εξισορρόπησης της στασιμότητας των μισθών, η οποία εγγυόνταν τη διατήρηση της κατανάλωσης σε υψηλά επίπεδα. Η εγχώρια ζήτηση έπρεπε να διατηρηθεί σε υψηλά επίπεδα και αυτό σήμαινε, στην περίπτωση των ΗΠΑ α) ανοδικές τάσεις των εισαγωγών β) αύξηση του εμπορικού ελλείμματος και γ) μεγέθυνση του χρέους των νοικοκυριών (Duménil & Lévy, 2017: 35). Δίνονται διαφορετικά κίνητρα στο «άτομο-επιχειρηματία» προκειμένου να διαχειριστεί τη νέα κατάσταση: δάνεια (για κατανάλωση, σύνταξη ασφάλιση) αλλά και συμμετοχή στο «λαϊκό καπιταλισμό» είτε μέσα από το χρηματιστήριο είτε μέσα από τη συμμετοχή στην «τιτλοποίηση», μέσα από τη μετατροπή περιουσιακών στοιχείων του πολίτη σε χρηματοπιστωτικά προϊόντα (Lazzarato, 2014: 131). Δεν έχει σημασία αν το άτομο-επιχειρηματίας έχει όντως κάποιο κεφάλαιο: μπορεί να συμμετέχει στην ελεύθερη αγορά, υποθηκεύοντας το σπίτι του, το μέλλον του ίδιου ή των παιδιών του, κοκ.

Αυτό αναδεικνύει το ζήτημα του χρέους ως αλληλένδετο με τη λιτότητα και τις περικοπές. Η κατανάλωση πρέπει να διατηρηθεί ακόμα και αν οι υπόλοιποι δείκτες «υποφέρουν». Είναι ενδεικτικό ότι η κατανάλωση των νοικοκυριών των ΗΠΑ είναι σε ανοδική πορεία την περίοδο 1985-2009 παρόλο που η αποταμίευση φθίνει και -αν αφαιρεθούν και οι χρηματοπιστωτικές αποταμιεύσεις- φθάνει σε αρνητικά νούμερα από το 2000 και μετά (Duménil & Lévy, 2017: 182- 183). Το παράδοξο αυτό εξηγείται α) με τη διόγκωση του χρέους, όπως είδαμε παραπάνω και β) με την υποθήκευση της περιουσίας των νοικοκυριών, ιδίως των σπιτιών σε ενυπόθηκα δάνεια.

Η άνοδος του χρέους δεν περιορίζεται στα νοικοκυριά των ΗΠΑ. Η διόγκωση της σφαίρας του χρηματιστικού κεφαλαίου αποτυπώνεται και στη διόγκωση του εξωτερικού χρέους των αναπτυσσόμενων χωρών, το οποίο πενταπλασιάζεται την περίοδο 1975-2007 (στοιχεία Παγκόσμιας Τράπεζας, αναφέρονται σε Λιόσης, 2012: 220). Το δημόσιο χρέος γίνεται εργαλείο εγκαθίδρυσης ενός πλαισίου νέο-αποικιοκρατίας που εγγυάται τον έλεγχο των νέο δημιουργηθέντων (από την κατάλυση της αποικιοκρατίας) κρατών ενώ αποτελεί και ένα ακόμα πεδίο τόνωσης κερδοφορίας. Σε αυτό το πεδίο, εδράζεται μια ακόμα τυπική αντίφαση μεταξύ νεοφιλελεύθερης θεωρίας και πρακτικής. Όπως θα δούμε και στη συνέχεια, ενώ, η θεωρία της ελεύθερης/μη ρυθμιζόμενης αγοράς συνεπάγεται ότι ο δανειστής αναλαμβάνει την ευθύνη για τις επιλογές του -να δανείσει σε «αναξιόπιστο» άτομο/θεσμό/κράτος- στην πράξη, το κράτος του πιστωτή, σε συνεργασία με διεθνείς θεσμούς, προωθούν πολιτικές που θα εγγυηθούν την αποπληρωμή του χρέους (Harvey, 2007β: 29).

Σχετικά, με την οικονομική αξιοποίηση του διογκούμενου χρέους, ο Lazzarato κάνει ένα ευφύες σχόλιο σε αυτό το σημείο:

«όλη η χρηματοπιστωτική καινοτομία δεν έχει παρά ένα σκοπό: να διαθέτει προκαταβολικά το μέλλον αντικειμενικοποιώντας το... αντικειμενοποίηση του χρόνου, προκαταβολική διάθεση του σημαίνει υπαγωγή κάθε δυνατότητας επιλογής και απόφασης την οποία κρύβει το μέλλον στην αναπαραγωγή των καπιταλιστικών σχέσεων εξουσίας» (Lazzarato, 2014: 69). Αυτό σημαίνει τόσο τη δέσμευση, απέναντι σε υπερεθνικούς οργανισμούς, της μελλοντικής οικονομικής πολιτικής των χρεωμένων κρατών όσο και τη δέσμευση των πολιτών και απέναντι στο τραπεζικό σύστημα και απέναντι στο νεοφιλελεύθερο κράτος πρόνοιας. Το κεφάλαιο, μετασχηματίζοντας διαρκώς τον εαυτό του και τις διαδικασίες διευρυμένης αναπαραγωγής του, επιδιώκει το βραχυπρόθεσμο κέρδος, ενώ η εργασία βρίσκεται μετέωρη. Σε αυτό το ζήτημα θα στραφούμε τώρα.

### 4.3 Οι αλλαγές στην εργασία

Οι παραπάνω αλλαγές επέδρασαν στη σύνθεση και τα χαρακτηριστικά της εργατικής τάξης. Διαρρηγνύεται η σχέση εργαζόμενου-εταιρείας και καθίσταται πιο σπάνιο το φαινόμενο της παραμονής ενός εργαζόμενου στην ίδια εταιρεία για όλη την πορεία του εργασιακού βίου. Η εξέλιξη αυτή, σε συνδυασμό με την πίεση για επανακατάρτιση ενισχύει τον κυνισμό ανάμεσα στους εργαζόμενους και χαλαρώνει τους δεσμούς με τη διοίκηση της εταιρείας (Sennett, 2008: 72). Σε συνδυασμό με την αποδυνάμωση του εργατικού κράτους και την άνοδο της διαρθρωτικής ανεργίας (Harvey, 2007α: 207), διαμορφώνεται ένα πλαίσιο κυριαρχίας της ανασφάλειας και της αναζήτησης ατομικών λύσεων σε κοινωνικά προβλήματα (Bauman, 2017: 34-35).

Τα παραπάνω είναι μια μόνο διάσταση των αλλαγών. Η άλλη αφορά την οργάνωση της παραγωγής μέσα στην επιχείρηση και τον περιορισμό του ιεραρχικού μοντέλου της φορντικής αλυσίδας προς όφελος μοντέλων με μεγαλύτερη συμμετοχή των εργαζομένων· ακριβέστερα, πρόκειται για ένα συνδυασμό ιεραρχίας και συμμετοχής (κάθετου και οριζόντιου μοντέλου) που ο Lipietz ονόμασε μετα-φορντισμό, τονίζοντας ότι οι αλλαγές στην παραγωγή που εισήχθησαν με επιτυχία στην Ιαπωνία<sup>49</sup> και τη Δυτική Γερμανία, ευνόησαν τη συμμετοχή των εργαζομένων<sup>50</sup>.

Όπως τονίζει ο Παπακωνσταντίνου, περισσότερο πρέπει να κατανοήσουμε τη συνύπαρξη συνεργατικού και ιεραρχικού μοντέλου παρά να τα δούμε σε ανταγωνισμό. Καθώς αμφότερα μπορεί να αξιοποιούνται από την ίδια εταιρεία, με τη διαφορά ότι το πρώτο (συμμετοχικό) μοντέλο μπορεί να εφαρμόζεται σε ανεπτυγμένες καπιταλιστικές χώρες, ενώ το δεύτερο σε χώρες της λεγόμενης περιφέρειας (Παπακωνσταντίνου, 2008: 125). Είναι αμφίβολο το αν μπορούμε να μιλήσουμε για μεγαλύτερο βαθμό αυτονομίας των εργαζομένων<sup>51</sup>. Ακριβέστερα μπορούμε να μιλήσουμε για νέα τμήματα ενδιάμεσων στρωμάτων (οι Duménil & Lévy μιλάνε για «άνωτη μεσαία τάξη») με υψηλό επίπεδο ειδίκευσης σε τομείς αιχμής όπως τα χρηματο-οικονομικά.

Από την άλλη, ο ιδανικός υπάλληλος του ευέλικτου μοντέλου δεν έχει «βαρίδια» που να τον εμποδίζουν να ανταποκριθεί στο μεταβαλλόμενο ωράριο, στη μεταφορά σε ένα νέο τόπο για να εργαστεί ή στη συχνή επανακατάρτιση και αλλαγή των απαιτήσεων



της εργασίας, την ίδια στιγμή που στερείται βασικά εργαλεία συλλογικής άμυνας, όπως τα συνδικάτα και οι εθνικές συλλογικές συμβάσεις εργασίας (Bauman, 2008: 19-21). Η ικανότητα προσαρμογής σε ένα πλαίσιο επισφάλειας είναι ταξικά προσδιορισμένη: «ένα προνομιούχο παιδί μπορεί να αντέξει τη στρατηγική σύγχυση, ενώ ένα παιδί από τις μάζες δεν μπορεί... τα ισχυρά εκτεταμένα ανθρώπινα δίκτυα επιτρέπουν σε όσος βρίσκονται στην κορυφή να ζουν στο παρόν» (Sennett, 2008: 86) και, κατ' επέκταση, να ανταπεξέλθουν στην ψυχική και οικονομική πίεση ενός πλαισίου που κυριαρχεί η ρευστότητα.

Η άνοδος της ανεργίας και η υποβάθμιση του ρόλου του κράτους στη δημιουργία θέσεων εργασίας, εντείνουν το πρόβλημα του πλεονάζοντος εργατικού δυναμικού τη στιγμή που η επέκταση του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής (μετά το 1989 στο σύνολο σχεδόν του πλανήτη), εξαφανίζει τα «κενά εδάφη», τους χώρους που κατά τους προηγούμενους αιώνες χρησίμευαν ως διέξοδος για τον πληθυσμό που δεν μπορούσε να αφομοιώσει η οικονομία (Bauman, 2017: 59). Ωστόσο –και λόγω της εξατομικεύσης της αντιμετώπισης προβλημάτων όπως η ανεργία– η κινητικότητα του εργατικού δυναμικού ενισχύεται ως μια βασική τακτική επιβίωσης απέναντι στην ευέλικτη συσσώρευση. Η τάση αυτή είναι, προφανώς, ακόμα πιο έντονη στις χώρες της περιφέρειας<sup>52</sup> του καπιταλισμού, οι οποίες βιομηχανοποιούνται τις τελευταίες δεκαετίες σε συνδυασμό με την αποβιομηχανοποίηση των πιο ανεπτυγμένων καπιταλιστικών χωρών. Ωστόσο, η ένταξη αυτών των χωρών στον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής γίνεται υπό τους όρους που προσδιορίζουν τα κεφάλαια των πιο ανεπτυγμένων χωρών που αναζητούν φθηνό εργατικό δυναμικό αλλά και νέες αγορές (Wallerstein, 2004).

Η κατάσταση αυτή, σε συνδυασμό με την επίδραση συμφωνιών εμπορίου όπως η NAFTA, δημιουργεί και ροές κεφαλαίου από το κέντρο προς την περιφέρεια και ροές εργατικού δυναμικού από την περιφέρεια προς το κέντρο που έρχεται να προστεθεί στον εφεδρικό εργατικό στρατό των ανέργων (Foster & McChesney, 2012). Η μετανάστευση αυτή αποψιλώνει τις χώρες της περιφέρειας από τις παραγωγικές δυνατότητες την ίδια στιγμή που προσφέρει στο κεφάλαιο των πιο ανεπτυγμένων κρατών ακόμα μεγαλύτερη ευελιξία ως προς την εκμετάλλευση ενός τμήματος της εργατικής τάξης που στερείται

βασικά δικαιώματα (Wise & Covarrubias, 2007). Προφανώς τα μεταναστευτικά και προσφυγικά ρεύματα ξεφεύγουν από το όριο που θα επιθυμούσαν οι καπιταλιστικά ανεπτυγμένες χώρες και θέτουν την πρόκληση του ελέγχου και του περιορισμού τους. Είναι αυτό το τμήμα του εργατικού δυναμικού -και της ανθρωπότητας εν γένει- που βιώνει την επισφάλεια στο μέγιστο βαθμό, μέσα από τη συνθήκη της «παγωμένης προσωρινότητας» (Bauman, 2017: 84)<sup>53</sup>.

#### 4.4 Αλλαγές στον οικονομικό ρόλο του κράτος

Όπως η κεϋνσιανή διαχείριση επέφερε αλλαγές στη σχέση κράτους-οικονομίας, αντίστοιχα οι μετασχηματισμοί που ακολούθησαν της κρίσης του '70 αναδιέταξαν αυτές τις σχέσεις. Συχνά, οι αλλαγές νοούνται ως υποχώρηση του ρόλου του κράτους. Αυτό είναι εν μέρει σωστό αν εξεταστεί σε σχέση με την υποχώρηση από του κράτους από το ρόλο της προστασίας από τις διακυμάνσεις της καπιταλιστικής οικονομίας. Ωστόσο δεν αποτελεί γενική υποχώρηση ούτε μπορεί το σύνολο των αλλαγών να κατηγοριοποιηθεί ως αποδυνάμωση του έθνους-κράτους (Bauman, 2017: 52-53).

Σε συνέπεια με τις βασικές ιδεολογικές προκείμενες της, η νεοφιλελεύθερη οικονομική πολιτική προχώρησε στην αποδιάρθρωση του κράτους-πρόνοιας και σε αποδυνάμωση των συνδικάτων, με στόχο να περιορίσει τις συλλογικές διαπραγματεύσεις. Ήδη από τη δεκαετία του 1980 εκκινεί το πέρασμα από το welfare (την πρόσβαση σε μηχανισμούς πρόνοιας και στήριξης ως δικαίωμα) στο workfare, κατά το οποίο το δικαίωμα «ενεργοποιείται» μόνο εάν το άτομο εργάζεται -συχνά με επισφαλείς όρους, (Lazzarato, 2014: 22)- ή συμμετέχει σε κάποιο πρόγραμμα κατάρτισης. Η κυβέρνηση Reagan είναι η πρώτη που σχεδιάζει την παροχή επιδομάτων ανεργίας υπό την προϋπόθεση ότι οι άνεργοι-δικαιούχοι θα εργαστούν στον ιδιωτικό τομέα σε θέσεις που θα υποδείξει το κράτος (Turner, 2008: 160). Ο Lazzarato θεωρεί ότι πρόκειται για κομβικό σημείο στη μεταστροφή του ρόλου του κράτους, το οποίο καθίσταται μηχανισμός που οργανώνει και επιβλέπει την «εξατομίκευση του αυταρχικού

ελέγχου του χρεωμένου ανθρώπου» (2014: 149). Η λήψη, για παράδειγμα, του επιδόματος ανεργίας δεν έχει ως προϋπόθεση το να είναι όντως άνεργος ο δικαιούχος αλλά πλέον συναρτάται με τον έλεγχο, εκ μέρους του κράτους, σχετικά με το στυλ ζωής του/της, τις συνήθειες και το πώς διαχειρίζονται τον ελεύθερο χρόνο τους (Lazzarato, 2014: 154-155). Με αυτό τον τρόπο, το νεοφιλελεύθερο κράτος μετασχηματίζει την αντίληψη περί δικαιωμάτων καθώς α) πλέον αφορούν άτομα και όχι κοινωνικές ομάδες -δεν δικαιούνται όλοι οι άνεργοι επίδομα ούτε όλοι όσοι σταματάνε να εργάζονται, σύνταξη κοκ- και β) το άτομο-δικαιούχος στήριξης ωθείται να ενσωματώσει την ενοχή σχετικά με την κατάσταση στην οποία βρίσκεται. Δεν έχουμε να κάνουμε απλά με την ποσοτική περικοπή της μέριμνας αλλά με ένα διαφορετικό τρόπο διαχείρισης του κοινωνικού συμβολαίου απέναντι στους εργαζόμενους και τις

Ο Harvey έχει δίκιο όταν τονίζει ότι ο νεοφιλελευθερισμός δεν έθεσε το κράτος στο περιθώριο αλλά το αναδιαμόρφωσε. Η αλλαγή αυτή αφορά τη σχέση ανάμεσα σε «καταναγκασμό και συναίνεση, ανάμεσα στην ισχύ του κεφαλαίου και αυτή των λαϊκών κινημάτων και ανάμεσα στην ισχύ της εκτελεστικής και τη δικαστικής εξουσίας, από τη μια μεριά, και την ισχύ της αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας, από την άλλη» (Harvey, 2007β: 78). Ο Παπακωνσταντίνου, επικρίνοντας τη θεώρηση του «λιγότερου κράτους» τονίζει την αναδιάταξη του κρατικού μηχανισμού σε ένα «νέο κράτος-επιτελείο της ανάπτυξης» που παρεμβαίνει τόσο στο πεδίο της διεθνοποιημένη οικονομίας, αξιοποιώντας και τους υπερεθνικούς οργανισμούς για να χτίσει συμμαχίες αλλά και αναπτύσσει τους μηχανισμούς καταστολής στο εσωτερικό του (Παπακωνσταντίνου, 2008: 172-173). Κομμάτι αυτής της διαδικασίας ήταν τόσο η κατασκευή ενός εσωτερικού εχθρού –όπως οι εργατικές απεργίες– όσο και η αξιοποίηση του εθνικισμού που συχνά υποτιμάται καθώς θεωρείται a priori ότι ο νεοφιλελευθερισμός συνδέεται με τη διεθνοποίηση του κεφαλαίου. Ωστόσο, ήταν ο πόλεμος των Falkland που αξιοποιήθηκε από την κυβέρνηση Thatcher ως μια αναβίωση του μιλιταριστικού πνεύματος προκειμένου να ενισχυθεί η δημοφιλία της πρωθυπουργού (Klein, 2010: 190). Αντίστοιχα, η κυβέρνηση Bush -με τον πρωθυπουργό να εμφανίζεται συχνά με

στρατιωτική παραλλαγή- έθεσε ως εθνικό καθήκον των ΗΠΑ την προώθηση της ελευθερίας για να στηρίξει την επέμβαση στο Ιράκ<sup>54</sup>.

Ταυτόχρονα, το κράτος στην περίοδο του νεοφιλελευθερισμού παρεμβαίνει ενεργά ώστε να διανοίξει αγορές εκεί που δεν υπάρχουν. Αυτό αφορά είτε διαδικασίες απορρύθμισης είτε ιδιωτικοποίησης δημόσιων υπηρεσιών και αγαθών είτε –στην περίπτωση των ισχυρών-ιμπεριαλιστικών κρατών– τον βίαιο μετασχηματισμό των δομών ενός άλλου κράτους σε νεοφιλελεύθερη κατεύθυνση. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η κατοχή του Ιράκ όπου ο Paul Bremer –διορισμένος από την κυβέρνηση των ΗΠΑ ως επικεφαλής του Coalition Provisional Authority, της μεταβατικής κυβέρνησης μετά την κατοχή του Ιράκ- προώθησε την εξάλειψη κάθε φραγμού στο εμπόριο, την ιδιωτικοποίηση των κοιτασμάτων κεφαλαίου και τη διάνοιξη της πρόσβασης στο ιρακινό τραπεζικό σύστημα σε ξένα κεφάλαια (Harvey, 2007β: 6). Το οικονομικό πλαίσιο του Ιράκ –αν και ήταν ήδη καπιταλιστικό– κρίθηκε απαρχαιωμένο και υπεβλήθη στην αναγκαία «φιλελευθεροποίηση».

Θα στραφούμε τώρα στην ιδεολογική διάσταση του νεοφιλελευθερισμού και τη διαπάλη στο πεδίο των ιδεών για τον εκ νέου ορισμό της έννοιας του φιλελευθερισμού.

#### 4.5 Ιδεολογική εξέλιξη του νεοφιλελευθερισμού

Εξαρχής, η έννοια του νεοφιλελευθερισμού αποτελεί μια πρόκληση. Τι είναι αυτό που δημιουργεί την ανάγκη για το πρόθεμα νέο-. Είναι ένα σύνθετο ζήτημα από μόνο του η σχέση νεοφιλελευθερισμού και κλασικού φιλελευθερισμού. Ο νεοφιλελευθερισμός αποτελεί μια τομή σε σχέση με το φιλελευθερισμό, μια προσπάθεια ανανέωσης του ή κάτι άλλο;. Αν πρόκειται για μια σχέση «συνέχειας-ασυνέχειας», όπως θα προσπαθήσουμε να δείξουμε στη συνέχεια, ποιο ήταν το ιστορικό πλαίσιο που καθόρισε αυτή την ανάγκη;

Θεωρούμε ότι το πρόθεμα νέο- ήταν αναγκαίο στο βαθμό που ο φιλελευθερισμός είχε αναδιαμορφωθεί στις πρώτες δεκαετίες του 20<sup>ου</sup> αιώνα, επηρεασμένος από την

οικονομική πολιτική του κεϋνσιανισμού. Οι Keynes (2001) και Schumpeter (1972) διακήρυξαν το τέλος του *laissez faire*, θεωρώντας ότι η εξέλιξη του καπιταλισμού είχε επιβάλλει ένα νέο μοντέλο μακρο-οικονομικού σχεδιασμού. Ωστόσο και ο Keynes και το New Deal εγγράφονταν στο ρεύμα του φιλελευθερισμού, όπως αναδιαμορφώθηκε στην Αμερική στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Αντίστοιχα, ακόμα και διανοούμενοι που θεωρούνται προεξέχοντες στην ιδεολογική θεμελίωση του νεοφιλελευθερισμού –όπως οι Hayek και Friedman– ομιλούν στο όνομα του φιλελευθερισμού και της επιστροφής στις θεμελιώδεις αρχές του, καθώς θεωρούν ότι υποβαθμίστηκαν από την άνοδο του κολλεκτιβισμού (Friedman, 2012: 9) και της παρέμβασης του κράτους στην οικονομία. Όταν ο Friedman ασκεί κριτική στο «φιλελευθερισμό του 20<sup>ου</sup> αιώνα», θεωρώντας τον παρέκκλιση από τις αρχές που τέθηκαν κατά τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, αναφέρεται ακριβώς στο μετασχηματισμό της έννοιας που προήλθε από τους υπέρμαχους της κρατικής πρόνοιας (Friedman, 2012: 29).

Ήδη από τη δεκαετία του '30 αναπτύχθηκαν οι πρώτες προσεγγίσεις που αμφισβητούσαν την παρεμβατική κρατική πολιτική. Οι προσπάθειες αυτές βρήκαν πιο οργανωμένη έκφραση στη συνάντηση του 1947 στο Mont Pelerin της Ελβετίας και την ίδρυση του Mont Pelerin Society. Στη διακήρυξη του αναφέρει ότι «οι κεντρικές αξίες του πολιτισμού βρίσκονται σε κίνδυνο...ακόμα και το πιο πολύτιμο αγαθό του Δυτικού Ανθρώπου, η ελευθερία σκέψης και έκφρασης απειλείται...» · τα παραπάνω συνδέονται με την «υποχώρηση της πίστης στην ιδιωτική ιδιοκτησία και την ανταγωνιστική αγορά» (αναφέρεται σε Harvey, 2007β: 20). Αυτή η διακήρυξη υποστηρίχθηκε από προσωπικότητες όπως ο Milton Friedman, ο Karl Popper, ο Ludwig von Mises και, πιθανώς ο σημαντικότερος όλων, ο Friedrich Hayek. Ο Hayek ήταν αυτός που έθεσε το στόχο της αναβίωσης του φιλελευθερισμού και της διαμόρφωσης μιας πρότασης για μια «φιλελεύθερη ουτοπία» (Hayek, 2005: 128) η οποία θα επιδρούσε, πρώτα και κύρια στις πολιτικές ελίτ.

Αυτόν τον στόχο, κατά τον Hayek, όφειλαν να έχουν οι φιλελεύθεροι διανοητές που συγκεντρώθηκαν στο Mont Pelerin: να επιδράσουν στις ελίτ, να τραβήξουν τμήματα της διάνοησης προς τον φιλελευθερισμό και όχι εξαρχής να διαμορφώσουν το πολιτικό

πρόγραμμα του ενός ή του άλλου κόμματος (Turner, 2008: 71). Οι διανοούμενοι αυτοί δεν αντιλαμβάνονται τον εαυτό του ως «νέο-φιλελεύθερους» αλλά ως υπέρμαχους του κλασικού φιλελευθερισμού που έρχεται σε αντίθεση με το New Deal και κάθε εκδοχή «κολλεκτιβισμού» και κρατικής παρέμβασης στην οικονομία (Turner, 2008: 63-65). Ο Hayek διακήρυξε ότι η σύλληψη του Adam Smith για την «αόρατη χείρα» ήταν «η πρώτη επιστημονική περιγραφή» των διαδικασιών της αγοράς (αναφέρεται στο Meszaros, 1995: 74). Ο κύκλος του Mont Pelerin, σε πρώτη φάση, ήταν μικρός και κυρίαρχα ακαδημαϊκός (Harvey, 2007β: 19). Θα λέγαμε ότι αποτελούσαν διανοούμενους της άρχουσας τάξης που δεν είχαν ακόμα φτάσει στο επίπεδο του οργανικού διανοούμενου.

Το κρίσιμο, βέβαια, δεν είναι τόσο το κατά πόσο έχουν δίκιο ή όχι διανοητές όπως ο Hayek να εμφανίζονται ως οι γνήσιοι εκπρόσωποι του φιλελευθερισμού αλλά το ότι διαμόρφωσαν αυτή την εικόνα για τον εαυτό τους. Τα ρεύματα αυτά συνδέθηκαν στο επίπεδο της οικονομικής πολιτικής, με τη θεωρία του μονεταρισμού και η αποδοχή του στόχου της συγκράτησης του πληθωρισμού και της ανάγκης περιορισμού της ισχύος των σωματείων στον καθορισμό του επιπέδου των μισθών· το Institute of Economic Affairs αποτύπωσε τη δεκαετία του '60 αυτές τις θέσεις ένα πολιτικό πρόγραμμα για τον εκσυγχρονισμό της βρετανικής οικονομίας (Turner, 2008: 92-93). Για τις ΗΠΑ, η Σχολή του Σικάγο επεσήμαινε ότι ο ορισμός κατώτατου μισθού και ο έλεγχος των τιμών συνιστούν «παρέκκλιση» για μια καπιταλιστική κοινωνίας (Klein, 2010: 80).

Οι σκέψεις μεμονωμένων διανοούμενων αποκτούσαν σταδιακά μεγαλύτερη ορατότητα και συνδέονταν με θεσμούς, think tank και οργανισμούς <sup>55</sup> όπως το αμερικάνικο Heritage Foundation, το βρετανικό Institute of Economic Affairs και το σουηδικό Free Enterprise Foundation.

Στο πολιτικό επίπεδο, η μετατροπή του νεοφιλελευθερισμού σε πολιτικό πρόγραμμα της άρχουσας τάξης συνάντησε, αρχικά, δυσκολίες. Η προεκλογική εκστρατεία του ρεπουμπλικάνου Barry Goldwater το 1964 έφερε την επίδραση των νεοφιλελεύθερων ιδεών, ιδίως της επίθεσης στη «μεγάλη κυβέρνηση/big government» (Turner, 2008: 104). Το αποτέλεσμα δεν δικαίωσε αυτή την επιλογή. Η ήττα του

Goldwater με διαφορά 22 μονάδων από τον Τζόνσον είναι η 5<sup>η</sup> μεγαλύτερη εκλογική διαφορά στην ιστορία των αμερικανικών προεδρικών εκλογών και η 2<sup>η</sup> μεγαλύτερη από το 1950 μέχρι σήμερα<sup>56</sup>. Ωστόσο, έθεσε για πρώτη φορά με μαζικούς όρους ένα νέο πολιτικό σχέδιο στο προσκήνιο ενώ, μέσα από την προεκλογική εκστρατεία του, εμφανίστηκε για πρώτη φορά στην αμερικανική πολιτική σκηνή ο Ρόναλντ Reagan· ο ηθοποιός από την Καλιφόρνια εμφανίστηκε στην τηλεόραση λίγο πριν τις εκλογές και στήριξε την υποψηφιότητα του Goldwater<sup>57</sup>.

Ωστόσο, οι απόψεις αυτές παραμένουν περιθωριακές μέχρι το τέλος της δεκαετίας του '60 και τις αρχές της δεκαετίας του '70. Στον πρόλογο του 1982 στο *Καπιταλισμός και Ελευθερία*, ο Friedman αναφέρει ότι κατά την πρώτη έκδοση του βιβλίου το 1962, οι απόψεις που εξέφραζαν αυτός και η γυναίκα του θεωρούνταν εκκεντρικές «από τη μεγάλη πλειοψηφία των συναδέλφων μας διανοούμενων» (Friedman, 2012: 13). Ο Friedman θεωρούσε ότι αυτό μπορεί να αλλάξει μέσω του Νixon για τον οποίο έτρεφε μεγάλη εκτίμηση και είχε ελπίδες για μια μεταστροφή της οικονομικής πολιτικής μετά την εκλογή του. Ωστόσο, ο Νixon αντιμετώπισε την άνοδο του πληθωρισμού με διατίμηση στην τιμή του πετρελαίου και με επιβολή πλαφόν στα ενοίκια, προκαλώντας την απογοήτευση του Friedman (Klein, 2010: 183).

Όμως, οι βάσεις είχαν τεθεί και μέσα στα επόμενα δέκα χρόνια οι νεοφιλελεύθεροι διανοητές θα έβρισκαν το δρόμο τους προς τα πολιτικά επιτελεία. Παρόλα όσα, ο Friedman συνέβαλε στην απόφαση της κυβέρνησης Νixon το 1971 για άρση της συμφωνίας Bretton Woods και την προώθηση κυμαινόμενων συναλλαγματικών ισοτιμιών με βάση το δολάριο (Λιόσης, 2012: 97), πήρε το Νόμπελ Οικονομικών επιστημών το 1976 και έγινε οικονομικός σύμβουλος του Reagan, μετά την εκλογή του το 1980. Ο Hayek πήρε επίσης το Νόμπελ Οικονομικών Επιστημών το 1974 και επηρέασε τη διανοητική εξέλιξη της Thatcher πριν εκλεγεί πρωθυπουργός το 1979 (Toussaint, 2012: 56). Επιπλέον, από τα μέσα της δεκαετίας του '70, διεθνείς οργανισμοί όπως ο ΟΟΣΑ αρχίζουν να απομακρύνονται από τις κεϋνσιανές πολιτικές της διαχείρισης της ζήτησης, να προτείνουν ιδιωτικοποιήσεις δημόσιων τομέων και σχέδια σύμπραξης δημόσιου και ιδιωτικού τομέα (Crouch, 2011: 34). Υπάρχει ένα ρεύμα αλλαγής μέσα

στους οργανικούς διανοούμενους της άρχουσας τάξης, το πολιτικό σύστημα και τους «τεχνοκράτες».

Ο Friedman αναφέρεται στην τεράστια αλλαγή στην πρόσληψη του έργου του μεταξύ 1960-1980 (Friedman, 2012: 7) ενώ συγκρίνοντας τους Goldwater και Reagan λέει ότι πρόκειται για δύο άνδρες που «είχαν ουσιαστικά το ίδιο πρόγραμμα και μετέφεραν το ίδιο μήνυμα» (Friedman, 2012: 16). Η άνοδος του νεοφιλελευθερισμού ολοκληρώνεται και, από σύνολο σχετικά ετερόκλητων ιδεών μιας ακαδημαϊκής ελίτ, μετατρέπονται σε συνεκτικό πολιτικό πρόγραμμα για τη διαχείριση του καπιταλιστικού συστήματος.

Τα παραπάνω δεν πρέπει να μας κάνουν να παραγνωρίσουμε τη σχέση των νεοφιλελεύθερων ιδεών με δικτατορικά καθεστώτα και αυταρχικές κυβερνήσεις. Είναι ιδιαίτερα γνωστή η σχέση της Σχολής του Σικάγο, του Friedman και των μαθητών του με τη δικτατορία του Πινοσέτ και θα επανέλθουμε σε αυτό. Η Naomi Klein, καταλήγει στο συμπέρασμα ότι για τον Friedman «οι συνθήκες ενός απολυταρχικού καθεστώτος αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση για την απόλυτη εκπλήρωση του πραγματικού οράματος του» (Klein, 2010: 25)<sup>58</sup>. Ωστόσο, αν μείνουμε σε αυτή την πλευρά, κινδυνεύουμε να παραγνωρίσουμε τη μακροχρόνια και συστηματική δουλειά διανοούμενων, θεσμών και μέρους της άρχουσας τάξης προκειμένου να διαμορφώσουν ένα νέο τρόπο σκέψης και ένα νέο μοντέλο οικονομικής συσσώρευσης και απόσπασης της συναίνεσης.

#### 4.6 Βασικές ιδεολογικές αρχές του νεοφιλελευθερισμού

Η Turner αναγνωρίζει ότι ο νεοφιλελευθερισμός δεν αποτελεί ένα απόλυτα συνεκτικό ρεύμα, ωστόσο εντοπίζει 4 κεντρικά στοιχεία που του προσδίδουν μια διακριτότητα. Αυτά είναι α) η επιμονή στη σημασία της ελεύθερης αγοράς β) η προσήλωση στο στόχο του κράτους δικαίου και της κυριαρχίας του νόμου (rule of law) γ) ο περιορισμός της κρατικής παρέμβασης και δ) η υπεράσπιση της ιδιωτικής ιδιοκτησίας στα μέσα παραγωγής (Turner, 2008: 4-5). Θα ακολουθήσουμε το σκεπτικό



της με κάποιες προσθήκες και τροποποιήσεις. Αφενός, θεωρούμε ότι η ταύτιση το νεοφιλελευθερισμού με τη λογική του «μικρότερου κράτους» θέλει προσοχή καθώς πιάνει μια όψη της νεοφιλελεύθερης πολιτικής -την ποσοτική συρρίκνωση του κράτους και ιδίως του κράτους πρόνοιας- ωστόσο χάνει την ποιοτική διάσταση, ήτοι τον μετασχηματισμό στη λειτουργία του κράτους, όπως προσπαθήσαμε να δείξουμε παραπάνω. Αφετέρου, τα στοιχεία που αναφέρει η Turner χρειάζεται να συμπληρωθούν με την έννοια της απουσίας εναλλακτικής (There Is No Alternative) που αποτελεί κομβικό στοιχείο στη νεοφιλελεύθερη υπεράσπιση του καπιταλισμού ως κοινωνικοοικονομικού συστήματος.

**A) Η σημασία της ελεύθερης αγοράς.** Σύμφωνα με τον Keith Joseph, «οι αγορές είναι μια κατάσταση της φύσης που έχει προκύψει με αυθόρμητο/spontaneously τρόπο και το να αγνοήσει κανείς τους κανόνες τους είναι εξίσου ανούσιο με την προσπάθεια να αγνοηθούν οι νόμοι της βαρύτητας» (αναφέρεται σε Turner, 2008: 115). Για τον νεοφιλελευθερισμό, η αγορά είναι υπερ-ιστορική, υπερβαίνει τον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής. Με αυτή την έννοια, η κρατική παρέμβαση στη μακρο-οικονομία δεν είναι απλά λάθος αλλά κάτι το «αφύσικο» και παράλογο. Ο Hayek κάνει τη διάκριση μεταξύ ανθρώπινης δραστηριότητας (human action) και ανθρώπινου σχεδιασμού (human design), τονίζοντας ότι η αγορά αποτελεί προϊόν της πρώτης και όχι της δεύτερης, η οποία χαρακτηρίζει τόσο την κρατική παρέμβαση γενικά όσο και το σοσιαλισμό ειδικότερα. Η ανωτερότητα της αγοράς προκύπτει από μια οιονεί «φυσική εξέλιξη» που εκτείνεται σε ένα μεγάλο χρονικό βάθος και συμπεριλαμβάνει τον «πειραματισμό πολλών γενεών (Hayek, 1978: 62). Αυτό καθιστά την αγορά όχι αλάθητη ή τέλεια αλλά μια κατάσταση δεδομένα ανώτερη από τον σχεδιασμό που ενέχει τις προκαταλήψεις και τις στρεβλώσεις ενός ανθρώπου ή μιας ομάδας ανθρώπων

Για τον Friedman, η ελεύθερη αγορά συνιστά το πρότυπο της ατομικής ελευθερίας καθώς όλες οι σχέσεις που αναπτύσσονται εντός της βασίζονται στην οικειοθελή συνεργασία χωρίς καταναγκασμό έτσι ώστε «και τα δύο μέρη σε μια οικονομική συναλλαγή ωφελούνται από αυτήν, *αρκεί η συναλλαγή να είναι αμφίπλευρα οικειοθελής και ενημερωμένη*» (Friedman, 2012: 38, η σημείωση του συγγραφέα).

## **B) Η επιμονή σε μια οπτική της κοινωνίας ως άθροισμα ατόμων και όχι ως σύνολο.**

Η καθοριστική μονάδα ανάλυσης για τον νεοφιλελευθερισμό είναι το άτομο. Τα άτομα λειτουργούν με ορθολογικό τρόπο, σταθμίζοντας συγκριμένες θυσίες για να αποκομίσουν συγκεκριμένα οφέλη. Υπό αυτή την έννοια, η βασική αρχή όλης της κοινωνικής ανάλυσης είναι η οικονομική θεωρία κόστους-ωφέλειας (Toussaint, 2012: 62). Αυτή η προσέγγιση επεκτείνεται στη σύλληψη του «ατόμου-επιχειρηματία» και στη θεωρία του κοινωνικού κεφαλαίου που συλλαμβάνει το κεφάλαιο όχι ως χρήμα επενδυμένο σε μέσα παραγωγής (όπως το αντιλαμβανόταν ο Marx) αλλά ως ένα σύνολο δυνατοτήτων που υπάρχουν γενικά στα άτομα. Το «άτομο-επιχειρηματίας» αναλαμβάνει το ρίσκο να «επενδύσει» σε κάποιες από τις ικανότητες του προκειμένου να ανταμειφθεί. Έτσι, βεβαίως, δεν αναλαμβάνει απλώς την ευθύνη της επιτυχίας αλλά και της αποτυχίας: ευθύνεται για την ανεργία, τη φτώχεια και τους χαμηλούς μισθούς, «σα να ήταν “πόροι” και “επενδύσεις” του ατόμου που τις διαχειρίζεται ως “κεφάλαιο”, το “δικό του” κεφάλαιο» (Lazzarato, 2014: 73).

Το άτομο, για τη νεοφιλελεύθερη θεώρηση, νοείται με βάση τα αρνητικά δικαιώματά του, δηλαδή μέσα από τη δυνατότητα του να προστατεύεται από τις κρατικές παρεμβάσεις στην επιχειρηματική δραστηριότητα του (Crouch, 2006: 69). Αυτό σχετίζεται με τη μετατόπιση από το άτομο-πολίτη που εμπλέκεται με τα κοινά και τη δημόσια σφαίρα στο άτομο-επιχειρηματία που ασχολείται με τη δραστηριότητα του στην ελεύθερη αγορά και ανησυχεί για τον περιορισμό της ελευθερίας του από το κράτος. Το νεοφιλελεύθερο πολιτικό πρόγραμμα, στη θέση των δομών πρόνοιας και των θετικών δικαιωμάτων, έθεσε έννοιες όπως ο «λαϊκός καπιταλισμός» (popular capitalism) και η «επιχειρηματική κοινωνία» (“enterprise society”). Με βάση αυτές, εξοβελίζεται η κρατική παρέμβαση και η δημοκρατία θεμελιώνεται στο άτομο και την ιδιοκτησία του<sup>59</sup>.

Η μεγάλη πρόκληση για τον νεοφιλελευθερισμό είναι οι απειλές που προκύπτουν για την ελεύθερη αγορά και για το ελεύθερο άτομο-επιχειρηματία. Ο κίνδυνος αυτός προέρχεται κατά βάση από τη συγκεντρωμένη εξουσία του κράτους και κατά δεύτερον

από τις ενώσεις ατόμων που προσπαθούν να διαστρεβλώσουν τους όρους συναλλαγών στην ελεύθερη αγορά.

### **Γ) Ο περιορισμός της ισχύς του κράτους και των ενώσεων ατόμων.**

Καθώς τα άτομα αποτελούν το υποκείμενο της ιστορικής κίνησης, οι ενώσεις ατόμων –όπως τα εργατικά συνδικάτα– θεωρούνται παρέκκλιση που εμποδίζει την απρόσκοπτη λειτουργία των δημιουργικών δυνάμεων της ελεύθερης αγοράς. Υπό αυτήν την έννοια, η οργανωμένη σε συνδικάτα εργασία είναι κατά βάση καταπιεστική, καθώς περιορίζει την ελευθερία κίνησης των εργοδοτών αλλά και την ελευθερία των ασυνδικαλιστών εργατών, οι οποίοι μπορεί να επιλέξουν να εργαστούν με σχέσεις και μισθούς έξω από τις συλλογικές συμφωνίες συνδικάτων-καπιταλιστών (Toussaint , 2012 66-67, Hayek,2006: 212).

Από την άλλη, το κράτος γενικά και το κράτος πρόνοιας ειδικότερα αποτελούν μια απειλή τόσο οικονομική όσο και ηθική: αφενός είναι αναποτελεσματικό ως προς την οργάνωση της οικονομικής ζωής, αφετέρου καταπατά την αίσθηση της αυτονομίας του ατόμου και του αποστερεί τα κίνητρα για καινοτομία και ανταγωνιστικότητα (Turner,2008: 149). Η έννοια του «κοινού/δημόσιου καλού» τίθεται υπό αμφισβήτηση καθώς προϋποθέτει ένα καθολικό σύστημα αξιών που θα ορίσει τι είναι το καλό για κάθε άτομο· κάτι τέτοιο είναι και ανέφικτο και, κυρίως, επικίνδυνο, καθώς μόνο το άτομο μπορεί να ορίσει το τι επιθυμεί και χρειάζεται και αν αυτή η αρχή αναιρεθεί, τότε προβάλλει η ενίσχυση του κράτους (Hayek, 2006: 62-63).

Φυσικά, η ελευθερία δεν αφορά μόνο την επιδίωξη του πλουτισμού αλλά και την «ελευθερία» του να είναι κανείς φτωχός και να ζει σε ανέχεια. Η διασφάλιση του βιοτικού επιπέδου των ατόμων από το κράτος αποτελεί σημαντική απειλή για την ελευθερία του ατόμου. Όπως γράφει ο Hayek:

«Αν η κυβέρνηση δεν αρκείται απλά να διευκολύνει την επίτευξη ενός επιπέδου ζωής από τα άτομα αλλά επιδιώκει να διασφαλίσει ότι όλοι το απολαμβάνουν, μπορεί να το κάνει μόνο αν στερήσει από τα άτομα κάθε επιλογή σε αυτό το ζήτημα. Έτσι, το κράτος πρόνοιας γίνεται ένα οικιακό κράτος (σ. household state στο πρωτότυπο) στο οποίο μια

πατερναλιστική εξουσία ελέγχει το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος της κοινότητας και το κατανέμει στα άτομα σε μορφές και ποσότητες που τη ίδια κρίνει ότι χρειάζονται ή ότι τους αξίζει» (Hayek, 1978: 260).

Όπως βλέπουμε από το απόσπασμα, ο Hayek αναγνωρίζει ένα ρόλο στο κράτος: «να διευκολύνει τα άτομα». Ωστόσο, αυτό αναφέρεται κυρίως στην ευθύνη του κράτους να διασφαλίσει τις γενικές συνθήκες για την ελευθερία του ατόμου, δηλαδή το δικαιώματα του στην ιδιωτική ιδιοκτησία και την προστασία μέσω του κράτους δικαίου. Κάποιας μορφής πρόνοιας γίνεται ανεκτή από τους νεοφιλελεύθερους διανοητές, κυρίως για περιπτώσεις όπου το άτομο δεν μπορεί να εργαστεί άρα να εξασφαλίσει για τον εαυτό του. Όπως τονίζει ο Hayek, μια ελάχιστη εξασφάλιση είναι επιθυμητή αλλά έχει πλέον κατακτηθεί για όλα τα άτομα: στέγη, τροφή, ρουχισμός ώστε το άτομο να μπορεί να εργαστεί και να είναι ανεξάρτητο (Hayek, 2006: 125) Όλα τα προβλήματα ξεκινούν από τη στιγμή που αυτή η πρόνοια γενικευθεί και θεωρηθεί ότι το κράτος οφείλει, σε κάθε περίπτωση, να προστατεύσει το άτομο από τους κινδύνους των γηρατειών, της ανεργίας ή κάποια ασθένειας. Τότε, το άτομο οδηγείται σε αδράνεια και «εκπαιδεύεται» να αμελεί και να μην προνοεί για τέτοιες καταστάσεις, ως οφείλει (Hayek, 1978: 285).

#### **Δ) Η έννοια του κράτους δικαίου**

Το συνταγματικό δίκαιο, καθώς εγγυάται το δικαίωμα στην ιδιοκτησία, έχει μεγάλη σημασία για τη νεοφιλελεύθερη διάνοηση. Αυτό, όμως, που καθιστά τη θεώρηση της διακριτή σε σχέση με άλλα ρεύματα της πολιτικής σκέψης, είναι η σχετική αντίθεση που εισάγει ανάμεσα στο συνταγματικό νόμο και το κράτος δικαίου (rule of law) και τις νομοθετικές διαδικασίες της κοινοβουλευτικής δημοκρατίας. Όπως σχολιάζει η Turner, για τους νεοφιλελεύθερους, «η δημοκρατία δεν εγγυάται πάντα την ατομική ελευθερία. Η προσήλωση στο φιλελεύθερο σύνταγμα και στο κράτος δικαίου παρά στην αρχή της πλειοψηφίας, μπορεί να αποτρέψει την άνοδο της αυθαίρετης εξουσίας και της δικτατορίας» (Turner, 2008: 168). Πράγματι, ο Hayek αναφέρει ότι θεωρεί την αρχή της

πλειοψηφίας «τη λιγότερο κακή από τις μορφές διακυβέρνησης που έχουμε στη διάθεση μας» (Hayek 1978: 403). Το κεντρικό ζητούμενο για τον Hayek, όμως είναι ότι το κράτος δικαίου ορίζει τη διαφορά ανάμεσα στην αυταρχική διακυβέρνηση, που ταυτίζεται με την προσπάθεια σχεδιασμένης οικονομικής παρέμβασης, και ένα πλαίσιο ελευθερίας των ατόμων όπου το κράτος έχει καθορισμένο και περιορισμένο εύρος δράσης (Hayek, 2006: 75-76).

Ωστόσο, ο φιλελευθερισμός, κατά τη γνώμη του, εγγράφεται σε μια διαφορετική προβληματική από αυτή της δημοκρατίας. Όπως αναφέρει

«Η διαφορά ανάμεσα στα δύο ιδανικά (σ. εννοεί φιλελευθερισμό και δημοκρατία) γίνεται σαφής αν ονομάσουμε τα αντίθετα τους: για τη δημοκρατία, είναι η αυταρχική κυβέρνηση· για το φιλελευθερισμό είναι ο ολοκληρωτισμός. Κανένα από τα δύο συστήματα δεν αποκλείει αναγκαστικά το αντίθετο του άλλου: η δημοκρατία μπορεί να ασκήσει ολοκληρωτική εξουσία και είναι πιθανό ότι μια αυταρχική κυβέρνηση μπορεί να δρα βάση φιλελεύθερων αρχών» (Hayek, 1978: 103).

Το απόσπασμα είναι αρκετά ενδιαφέρον. Μας επαναφέρει καταρχάς στη δεύτερη αρχή του φιλελευθερισμού, την ατομική ελευθερία, η οποία εδώ αναδεικνύεται σε κατευθυντήρια αρχή σε σχέση με ζητήματα δικαίου. Επιπλέον, τα δύο ενδεχόμενα που καταγράφει, δεν είναι τόσο υποθετικά. Από όσα είδαμε μέχρι τώρα, εύλογα σκεφτόμαστε ότι η «ολοκληρωτική δημοκρατία», στη σκέψη του Hayek, αναφέρεται στις δυτικές μεταπολεμικές κοινωνίες της ισχυρής κρατικής παρεμβατικότητας. Τα ατομικά δικαιώματα καταπατήθηκαν από το κράτος πρόνοιας και τη μακροοικονομική πολιτική του. Όπως γράφει η Turner σχολιάζοντας τη σκέψη του Hayek για τη συνταγματική τάξη, «ο Hayek επεδίωκε ένα συνταγματικό μοντέλο που συνεπάγεται την “αποκαθήλωση της πολιτικής”... ωστόσο η νεοφιλελεύθερη σύλληψη ενός “φιλελεύθερου” Συντάγματος είναι εγγενώς πολιτική» (Turner, 2008: 188).

Από την άλλη, ο «αυταρχικός φιλελευθερισμός» μπορεί να μην αναφέρεται ρητά από τον Hayek. Ωστόσο, η Χιλή αποτελεί ένα τέτοιο παράδειγμα. Οι μαθητές του Friedman από το Σικάγο «επιστρατεύθηκαν» το 1975 από το δικτάτορα Πινοσέτ, αρχικά

για να διαπραγματευθούν ένα δάνειο με το ΔΝΤ και στη συνέχεια για να εφαρμόσουν μια νεοφιλελεύθερη οικονομική πολιτική με έμφαση στις εξαγωγές και ένα μεγάλο πρόγραμμα ιδιωτικοποιήσεων (Harvey, 2007β: 8-9).

Η λεγόμενη σχολή της Βιρτζίνια μπορεί να ειπωθεί ότι αποτέλεσε το θεσμικό συμπλήρωμα της σχολής του Σικάγο στα οικονομικά. Σε σχέση με το κράτος, οι βασικές θέσεις που διατυπώθηκαν συγκλίνουν στο ότι η κρατική δραστηριότητα είναι απόρροια των επιμέρους επιδιώξεων κάποιων αξιωματούχων και γραφειοκρατών· οι κρατικές υπηρεσίες δεν έχουν στόχους και δράση αλλά είναι κομμάτι ενός αυτοτροφοδοτούμενου φαύλου κύκλου γραφειοκρατίας (Crouch, 2011: 96). Επιπλέον, η δυσπιστία των νεοφιλελεύθερων για την αρχή της πλειοψηφίας γίνεται ξεκάθαρη στην πρόταση για ένα «δημοσιονομικό Σύνταγμα» όπως τη διαμόρφωσαν οι Buchanan και Tullock. Με βάση αυτή, υπάρχει ανάγκη για ένα σύνολο συνταγματικών κανόνων που θα οριοθετούν τον κρατικό προϋπολογισμό, με έμφαση στον περιορισμό της δημιουργίας ελλειμμάτων και στην αρχή του ισοσκελισμένου προϋπολογισμού.

Με αυτό τον τρόπο, επιδιώκεται να ενσωματωθούν στις καταστατικές αρχές του κράτους ορισμένες οικονομικές κατευθύνσεις που θεωρούνται διαχρονικές και σταθερές. Η πλειοψηφία που προκύπτει μέσα από εκλογικές διαδικασίες, από την άλλη, έχει τον κίνδυνο να είναι εφήμερη και να προβεί σε επιλογές που θίγουν τη θεμελιώδη ελευθερία του ατόμου. Όπως γράφει ο Friedman «η βασική απειλή για την ελευθερία είναι η δυνατότητα της εξουσίας να ασκεί καταναγκασμό, είτε αυτή η εξουσία βρίσκεται στα χέρια ενός μονάρχη...είτε στα χέρια μιας στιγμιαίας πλειοψηφίας» (Friedman, 2012: 42, σημείωση δική μας). Καθώς η αρχή της πλειοψηφίας ευνοεί ομάδες πολιτών με υψηλό επίπεδο οργάνωσης, οι κυβερνητικές πολιτικές ωθούνται σε υπέρογκα έξοδα (Turner, 2008: 184). Συνεπώς, το κράτος καθίσταται «ύποπτο» για μεροληψία καθώς είναι ευάλωτο στις πιέσεις οργανωμένων συμφερόντων — που, σύμφωνα με τη νεοφιλελεύθερη σκέψη, προέρχονται από το στρατόπεδο της εργασίας.

## **Ε)ΤΙΝΑ και τέλος της ιστορίας**

Οι νεοφιλελεύθεροι διανοούμενοι κατανοούν ότι οι πολιτικές που υποστηρίζουν δεν είναι δημοφιλείς και ότι «υπό φυσιολογικές συνθήκες» θα ήταν εξαιρετικά δύσκολο να προωθηθούν στην κεντρική πολιτική σκηνή. Υπό αυτή την έννοια, οραματίζονται μια οριακή Στιγμή όπου οι θέσεις τους όχι απλώς θα κερδίσουν κύρος αλλά θα καταστούν η μοναδική λύση. Ο Friedman έθετε το διανοητικό καθήκον ενός (νέο)φιλελεύθερου ως εξής: «Μόνο μια κρίση, πραγματική ή προσλαμβανόμενη ως τέτοια, επιφέρει πραγματική αλλαγή...Αυτό, πιστεύω, είναι η βασική μας δουλειά: να αναπτύσσουμε εναλλακτικές στις υπάρχουσες πολιτικές, να τις κρατάμε ζωντανές και διαθέσιμες μέχρι το πολιτικά αδύνατο να γίνει πολιτικά αναπόφευκτο» (Friedman, 2012: 17, σημείωση δική μου). Οι «υπάρχουσες πολιτικές» αναφέρονται προφανώς στον κυρίαρχο κεϋνσιανισμό-κολλεκτιβισμό. Η στροφή στο νεοφιλελευθερισμό μπορεί να ολοκληρωθεί μόνο όταν η εν λόγω επιλογή φαντάζει «αναπόφευκτη»· συνεπώς, οι ελίτ θα ακολουθήσουν αυτό το δρόμο, χωρίς φόβο πλέον για το κοινωνικό κόστος

Στην περίπτωση του «εφαρμοσμένου νεοφιλελευθερισμού», το ζήτημα της απουσίας εναλλακτικής επανερχόταν διαρκώς στο λόγο της Thatcher σε τέτοια βαθμό ώστε να της αποδίδεται πλέον η φράση «Δεν Υπάρχει Εναλλακτική» από την οποία προκύπτει και το ακρωνύμιο TINA (There Is No Alternative). Είναι δεδομένο ότι τη χρησιμοποιούσε σε ένα εύρος περιπτώσεων. Για παράδειγμα σε ένα συνέδριο Συντηρητικών Γυναϊκών το Μάιο του 1980 αναφέρει ότι «δεν υπάρχει εύκολη δημοτικότητα σε αυτό που προτείνουμε αλλά είναι ουσιαστικά λογικό. Οστόσο πιστεύω ότι οι άνθρωποι αποδέχονται ότι δεν υπάρχει πραγματική εναλλακτική (there is no real alternative)»<sup>60</sup>. Τον Ιούνιο του ίδιου έτους, απαντώντας σε ερωτήσεις Αμερικανών δημοσιογράφων σχετικά με την αντιμετώπιση του πληθωρισμού, τα υψηλά επιτόκια και την επιμονή στην ισχυρή λίρα, δηλώνει ότι η πολιτική της κυβέρνησης πρέπει να διατηρηθεί παρά τις χρεοκοπίες καθώς «πραγματικά δεν υπάρχει εναλλακτική... ως υποθέσουμε όμως ότι μειώναμε τα επιτόκια. Όμως, η αγορά δεν θα ενδιαφερόταν στο ελάχιστο επειδή η κυβέρνηση μείωσε τα επιτόκια. Καθώς η ζήτηση για χρήμα, αυτή τη στιγμή, είναι μεγαλύτερη από την προσφορά, δεν θα έκανε καμία διαφορά αν μείωνα τα ελάχιστα επιτόκια δανεισμού ενώ η αγορά κινούνταν πάνω από αυτό το όριο»<sup>61</sup>.

Συνεπώς, όχι μόνο δεν υπάρχει εναλλακτική στην πολιτική των υψηλών επιτοκίων αλλά η λύση θα δοθεί από την ίδια την ελεύθερη αγορά με τη διευκόλυνση της κυβέρνησης που θα περιορίσει τον ρόλο της. Η απουσία εναλλακτικής έρχεται να «κλειδώσει» με τα δύο συστατικά που είδαμε παραπάνω: τη μυστικοποίηση της αγοράς και τη συρρίκνωση των κρατικών δαπανών.

Όπως αναφέρει η Klein «για τον Φουκουγιάμα, η στρατηγική που έπρεπε να ακολουθήσουν οι υποστηρικτές του αχαλίνωτου καπιταλισμού ήταν ξεκάθαρη: μη συζητάτε με όσους μιλούν για τρίτο δρόμο· απλά διατρανώστε εκ τα των προτέρων τη νίκη σας» (Klein, 2010: 250). Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό. Η ομιλία του Fukuyama το Φεβρουάριο του 1989 στο Πανεπιστήμιο του Σικάγο πραγματοποιήθηκε δύο μήνες μετά από μια κομβική ομιλία του Gorbachev στον ΟΗΕ όπου εξήγγειλε επιτάχυνση των οικονομικών και πολιτικών μεταρρυθμίσεων, περιορισμό της εμπλοκής της Σοβιετικής Ένωσης στα εσωτερικά των κρατών της Ανατολικής Ευρώπης και συνολικά μια προσπάθεια άμβλυνσης των διαφορών με την καπιταλιστική Δύση<sup>62</sup>. Ο Fukuyama, στη δική του ομιλία, είναι εμφανές ότι «συνομιλεί» με τον Gorbachev αλλά δεν αποδέχεται την πρόταση του συμβιβασμού που διαπερνά όλη τη σκέψη του σοβιετικού ηγέτη. Αναφέρει ότι το τέλος του εικοστού αιώνα δεν φέρνει το «τέλος της ιδεολογίας» ή κάποιου είδους σύγκλιση ανάμεσα σε σοσιαλισμό και καπιταλισμό αλλά «την ολοφάνερη νίκη του οικονομικού και πολιτικού φιλελευθερισμού. Ο θρίαμβος της Δύσης, της Δυτικής ιδέας είναι εμφανής πρώτα από όλα στην πλήρη εξάντληση όλων των βιώσιμων συστημικών εναλλακτικών στο δυτικό φιλελευθερισμό» (Fukuyama, 1989: 3).

Τα παραπάνω πέντε σημεία πρέπει περισσότερο να διαβαστούν ως γενικές κατευθύνσεις στις οποίες συγκλίνουν νεοφιλελεύθεροι διανοητές και θεωρητικοί παρά ως ένα ιδεολογικά συμπαγές μπλοκ. Όπως και κάθε άλλο πολιτικό ρεύμα αντίστοιχης σημασίας, ο νεοφιλελευθερισμός έχει εσωτερικές αντιθέσεις που αντανακλούν αποκλίσεις μεταξύ θεωρητικών τάσεων, ανάμεσα στις διαφορετικές εθνικές εκδοχές του<sup>63</sup> και, πάνω από όλα, ανάμεσα στη θεωρία και την πράξη, δηλαδή ανάμεσα στη «φιλελεύθερη ουτοπία» που έθεσαν ως στρατηγικό στόχο οι διανοούμενοι του



νεοφιλελευθερισμού και τις πρακτικές προκλήσεις που συνάντησε η εφαρμογή της νεοφιλελεύθερης πολιτικής.

Συνολικά, στο πεδίο των ιδεών, ο νεοφιλελευθερισμός διεξάγει έναν αγώνα σε δύο μέτωπα: από τη μια, εντός του φιλελευθερισμού, όπως το περιγράφει η Turner, με στόχο την επανανοηματοδότηση του όρου και τη ρήξη με την παράδοση του κεϋνσιανισμού και του κρατικού παρεμβατισμού. Από την άλλη, ο νεοφιλελευθερισμός συγκρούεται με το κύμα ριζοσπαστικοποίησης στις δυτικές κοινωνίες. Από αυτή την έννοια, μπορεί να γίνει αντιληπτός και ως ένα «αντεστραμμένο '68» (Lazzarato, 2014: 110), μια ιδεολογική απάντηση στην άνοδο της ριζοσπαστικοποίησης τις δεκαετίες 1960-1970.

Υπό αυτή την έννοια, ο νεοφιλελευθερισμός, όσο και να ξορκίζει τη σύγκρουση Αριστεράς-Δεξιάς, όσο και να διακηρύσσει το «τέλος της ιστορίας», είναι φορέας –σε σύγχρονη εκδοχή– των πιο παραδοσιακών διαχωριστικών γραμμών της νεωτερικότητας. Αυτό είναι σημαντικό και ως στοιχείο συνέχειας με τη φιλελεύθερη παράδοση του 19<sup>ου</sup> αιώνα αλλά και με τον κεϋνσιανισμό. Οι υπαρκτές διαφορές και τομές που εισήγαγαν στο φιλελευθερισμό οι νεοφιλελεύθεροι διανοούμενοι, ιδίως για τη σχέση κράτους-οικονομίας, δεν πρέπει να μας κάνουν να παραγνωρίσουμε αυτές τις σχέσεις συνέχειας<sup>64</sup>.

#### 4.7 Νεοφιλελευθερισμός & πολιτική

Η κυβέρνηση των Εργατικών που εξελέγη το 1974 στο Ηνωμένο Βασίλειο προσπάθησε να αντιμετωπίσει την έκρηξη του πληθωρισμού με ένα μείγμα περικοπών αλλά και επίκλησης στον κορπορατισμό και το μεταπολεμικό κλίμα συναίνεσης, προκειμένου «όλοι να κάνουν υποχωρήσεις» για να καμφθεί ο πληθωρισμός (26% το 1975) (Harvey, 2007: 57-58). Σε αυτή την κατεύθυνση εγκαταλείφθηκε από μια σοσιαλδημοκρατική κυβέρνηση ο στόχος της πλήρους απασχόλησης προκειμένου να

εγκριθεί από το ΔΝΤ η δανειοδότηση του κράτους (Crouch, 2011: 35) Οι απεργίες που ακολούθησαν το 1978 έμειναν γνωστές ως χειμώνας της δυσαρέσκειας (winter of discontent).

Το 1979 η εκλογή της Thatcher σηματοδότησε τη μεταστροφή του πολιτικού συστήματος προς το νεοφιλελευθερισμό. Η νεοφιλελεύθερη οικονομική «απάντηση» στην κρίση του '73 και τη στασιμότητα της δεκαετίας του '70 έγκειτο στη μεταφορά εισοδήματος προς τα ανώτερα στρώματα της κοινωνίας (Lazzarato, 2014: 125). Η προσπάθεια αυτή απλώθηκε τόσο στη σφαίρα της παραγωγής, με τη στασιμότητα και τη μετέπειτα μείωση των μισθών αλλά και σε όλο το φάσμα της αναπαραγωγής της εργατικής δύναμης, μέσα από παρεμβάσεις στο κράτος πρόνοιας. Αυτό αποτυπώνεται στατιστικά α) στην καθήλωση των ρυθμών αύξησης μισθών τη δεκαετία του '80 σε ΗΠΑ και Ευρώπη ενώ η κερδοφορία είχε αποκατασταθεί (Dumenil & Levy, 2004: 36) και σε συνολική σταθερή μείωση του μεριδίου του 90% των μισθωτών επί του συνολικού εισοδήματος από το 1980 και μέχρι σήμερα (Dumenil & Levy, 2017: 64).

Είναι ενδιαφέρον το γεγονός ότι οι πολιτικοί ηγέτες που πρωτοστάτησαν σε αυτό τον μετασχηματισμό, τον αντιλαμβάνονταν με συνειδητό τρόπο ως τέτοιο. Η Thatcher, σε μια συνέντευξη του 1981 στους Sunday Times, περιγράφει –με ορολογία εμφανώς παρμένη από νεοφιλελεύθερους διανοούμενους όπως ο Hayek– αυτή τη διαδικασία:

«Αυτό που με ενοχλεί με την όλη κατεύθυνση της πολιτικής τα τελευταία 30 χρόνια είναι το γεγονός ότι πάντα στρέφεται προς την κολλεκτιβιστική κοινωνία. Οι άνθρωποι έχουν ξεχάσει την ατομική κοινωνία...αυτό που ξεκινά στην πραγματικότητα είναι η αλλαγή αυτής της προσέγγισης και η αλλαγή στα οικονομικά είναι το μέσο για την αλλαγή αυτής της προσέγγισης. Αν αλλάξεις την προσέγγιση, ακουμπάς πραγματικά την καρδιά και την ψυχή του έθνους. Τα οικονομικά είναι η μέθοδος· ο στόχος είναι να αλλάξουμε την καρδιά και την ψυχή.»<sup>65</sup>

Εδώ θυμίζει την κριτική του Hayek στην κρατική παρέμβαση που διαμορφώνει άτομα εξαρτημένα από το κράτος και όχι ανεξάρτητα και ικανά να πάρουν πρωτοβουλίες για να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες της ελεύθερης αγοράς. Η συνειδητοποίηση της πρόκλησης που έχουν μπροστά τους οι νεοφιλελεύθεροι ορίζει τη διάθεση τους να

προχωρήσουν σε τομές τόσο σε επίπεδο «νοοτροπίας» όσο και σε επίπεδο πρακτικών, όπως η σύγκρουση της κυβέρνησης Thatcher με τους ανθρακωρύχους και η επιμονή σε ένα πρόγραμμα περικοπών παρά τη μεγάλη διάρκεια της απεργίας. Το ζητούμενο ήταν να τεθεί ένα παράδειγμα που θα δείχνει τις προθέσεις και το στρατηγικό ορίζοντα της νέας πολιτικής.

Με σημείο τομής το 1989 και την κατάρρευση των σοσιαλιστικών χωρών, ο νεοφιλελεύθερος λόγος κυριαρχεί και μετασχηματίζει το πολιτικό σύστημα. Η απουσία εναλλακτικής γίνεται αποδεκτή και από τα σοσιαλδημοκρατικά κόμματα τα οποία «με την πρόφαση του “εκσυγχρονισμού” μετακινούνται σταθερά προς τα δεξιά και αναπροσδιορίζονται ως “κεντροαριστερά”» (Mouffe, 2010: 41). Η διαδικασία αυτή ορίστηκε ως «ανανέωση» της σοσιαλδημοκρατίας και βρήκε την πολιτική του έκφραση στο πρόσωπο του Tony Blair και τη θεωρητική στο έργο του Anthony Giddens (2010), μεταξύ άλλων. Στην πράξη, επρόκειτο για μια διαδικασία που ενέταξε τη σοσιαλδημοκρατία στο νεοφιλελεύθερο στρατόπεδο (Mouffe, 2010: 74) και την κατέστησε, στη δεκαετία του '90, παράγοντα προώθησης ιδιωτικοποιήσεων αλλά και της πολεμικής εμπλοκής στο Ιράκ (Hall, 2005).

Η επιδίωξη της ενδιάμεσης λύσης (το περίφημο “middle ground”) συνδυάστηκε με την αναβάθμιση του ρόλου των συμβούλων επικοινωνίας και οδήγησε στην απώλεια των πολιτικών χαρακτηριστικών -όπως η αναφορά στην ταξική διαίρεση της κοινωνίας και στη δημόσια περιουσία- που διέκριναν το κόμμα από το βασικό ανταγωνιστή του (Glasgow Media Group, 1995: 189). Οι Νέοι Εργατικοί θεωρούν ότι «η κοινωνία αποτελείται κατά βάση από μεσαίες τάξεις» (Mouffe, 2010: 76). Σε αυτό το νέο πλαίσιο, κυριαρχούν διάφορες παραλλαγές της έννοιας του «διαλόγου» καθώς θεωρείται ότι – κατ’ επέκταση της κρίσης των «μεγάλων αφηγήσεων»– έχουν αρθεί οι μεγάλες διαχωριστικές γραμμές Αριστεράς/Δεξιάς. Ο «διάλογος» αυτός, ωστόσο, είναι εξαρχής υπονομευμένος καθώς «δεν υφίσταται καμία πραγματική πολιτική επιλογή και οι συμμετέχοντες στη συζήτηση δεν μπορούν να διαλέξουν ανάμεσα σε σαφώς διαφοροποιημένες εναλλακτικές» (Mouffe, 2010: 10,) ενώ η «αντιπολίτευση» διεξάγεται με τους όρους του πολιτικού θεάματος και της έξυπνης ατάκας (sound bite) απέναντι

στον έτερο πόλο της νεοφιλελεύθερης σύγκλισης (Glasgow Media Group, 1995:194). Το αποτέλεσμα είναι η διαμόρφωση του «ακραίου κέντρου» (radical center) ως ενός χώρου συναίνεσης μεταξύ των βασικών διεκδικητών της κυβερνητικής εξουσίας.

Με αυτό τον τρόπο θωρακίζονται οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές καθώς αποτελούν τη μοναδική επιλογή που προσφέρουν τα ισχυρά κόμματα· σε συνδυασμό με αυτό, ενισχύεται η τάση απομείωσης (trivialization) της πολιτικής και η ενίσχυση ακροδεξιών κομμάτων που διαμορφώνουν το δικό τους λόγο εκτός της συναίνεσης<sup>66</sup> (Mouffe, 1998). Ούτε η Ελλάδα, χώρα έντονης πολιτικής πόλωση μεταπολιτευτικά, ξέφυγε από αυτό το παράδειγμα. Όπως σημειώνει χαρακτηριστικά ο Παπαθανασόπουλος για την Ελλάδα, στις ευρωεκλογές του 1994, τα τρία μεγαλύτερα κόμματα (ΠΑΣΟΚ, ΝΔ, Πολ. Αν.) προσομοιάζει σε πρόγραμμα αλλά και στα συνθήματα, οπότε «το μόνο στο οποίο ίσως διέφεραν ήταν η τεχνοκρατία» (Παπαθανασόπουλος, 1997: 179).

Το ερώτημα μετατοπίζεται από τον κεντρικό στόχο (που θεωρείται δεδομένος) στο βέλτιστο μέσο για την επίτευξη του στόχου. Εδώ έχουμε μια διαδικασία συρρίκνωσης της σφαίρας της πολιτικής με πολλαπλές εκφάνσεις: παρουσία τεχνοκρατών και στελεχών επιχειρήσεων σε θέσεις πολιτικών στελεχών, ιδιωτικοποιήσεις που οδηγούν στην εκχώρηση πεδίων της δημόσιας πολιτικής σε μερίδες του κεφαλαίου. Πεδία που παραδοσιακά αποτελούσαν αντικείμενα αντιπαράθεσης, τίθενται εκτός της δημόσιας σφαίρας, σε μια διαδικασία που εύστοχα χαρακτηρίζεται ως «αποπολιτικοποίηση των κοινωνικών ζητημάτων» που επιτείνεται λόγω της παράδοσης τους «στη λογική της αγοράς» (Κιουπκολής, εισαγωγή στο Crouch, 2006: 42). Με αυτό τον τρόπο θεωρείται ότι «ξορκίζονται» οι αρνητικές πλευρές της πολιτικής (διαπλοκή, ιδιοτέλεια) ενώ οι σημαντικές αποφάσεις λαμβάνονται από τις επιχειρήσεις που δεν έχουν συμφέρον να αναμειχθούν στην πολιτική. Στην πράξη, αναπτύσσεται ένας στενότερος εναγκαλισμός της πολιτικής εξουσίας με τις ιδιωτικές επιχειρήσεις (Crouch, 2006: 185). Αυτός είναι ο βαθύτερος αυταρχισμός της έννοιας του ΤΙΝΑ: «όταν ένας αποκλεισμός δικαιολογείται με τέτοιο τρόπο, δεν είναι ανοικτός στην πολιτική αμφισβήτηση και δεν γίνεται αντικείμενο ενός δημοκρατικού διαλόγου» (Mouffe, 2010: 69).

Ο Crouch χρησιμοποιεί τον όρο μεταδημοκρατία (2006) για να περιγράψει τη συνθήκη όπου τα τυπικά χαρακτηριστικά της κοινοβουλευτικής δημοκρατίας διατηρούνται ωστόσο συρρικνώνεται ο πυρήνας της πολιτικής διαδικασίας. Όπως τονίζει ο Σταυρακάκης, η ρητορική περί «τέλους της ιστορίας» ορίζει το πέρασμα σε έναν τύπο κυριαρχίας που δεν αντλεί νομιμοποίηση «από την εμπάθυνση της δημοκρατικής συμμετοχής από μια σειρά αξιώσεις μάλλον μετα-πολιτικής, αν όχι αντι-πολιτικής, τεχνοκρατικής μορφής (Σεβαστάκης & Σταυρακάκης, 2012: 51). Φυσικά, η συμμετοχή δεν εξοβελίζεται αλλά μετασχηματίζεται· βασικής οδός συμμετοχής νοείται η κατανάλωση η οποία υφίσταται ένα σχετικό εκδημοκρατισμό μέσω της διεύρυνσης του δανεισμού. Η «σύγκλιση» πολιτικής-κατανάλωσης αποτυπώνεται και στη σύγκλιση των τεχνικών του πολιτικού και του εμπορικού μάρκετινγκ, ιδίως στην τακτική επιλογή εστίασης σε επιμέρους διαφορές των κομμάτων εξουσίας (π.χ. στις διαφορετικές προσωπικότητες των πολιτικών ηγετών) προκειμένου να νοηματοδοτηθεί η επιλογή του πολίτη-καταναλωτή (Sennett, 2008: 167)<sup>67</sup>. Ο πολίτης-καταναλωτής μπορεί να επιλέξει από ένα εύρος προϊόντων που έχει διευρυνθεί ποσοτικά, ενώ οι διαφορές μεταξύ τους τονίζονται, αναδεικνύονται και αναλύονται με τους όρους της θεαματικής οργάνωσης της πληροφορίας. Αν τα καταναλωτικά προϊόντα διατηρούν μια κοινή μήτρα μέσα από την παραγωγή τύπου πλατφόρμας (Sennett, 2008: 148), τα πολιτικά προϊόντα έχουν τις κοινές ρίζες τους στον ιδεολογικό χώρο του «ακραίου κέντρου» και τη νεοφιλελεύθερη πολιτική.

Πλευρά της διαδικασίας μετασχηματισμού της πολιτικής είναι η προώθηση στη δημόσια σφαίρα μιας σειράς μη πολιτικών «ειδικών» η οποία συμβάλλουν ώστε «η νεοφιλελεύθερη ιδεολογία και πρακτική διασπείρεται από “ουδέτερους” κοινωνικούς φορείς, οι οποίοι διαθέτουν κοινωνικό και πολιτιστικό κεφάλαιο» (Μυλωνάς & Κομπατσιάρης, 2013, 391). Καθώς η πολιτική διαπάλη συρρικνώνεται σε επιλογή μεταξύ διαφορετικών ηγετών που θα κληθούν να αντιμετωπίσουν τεχνοκρατικά τα εκάστοτε ζητήματα, είναι εύλογο ότι υπάρχει ανάγκη για έναν «ειδικό» που θα προσφέρει λύσεις, χωρίς να εξετάζει την ουσία της ευρύτερης στρατηγικής. Μέσα από αυτό τον μετασχηματισμό, προκύπτει μια νέα κατηγορία διανοούμενου: ο «ειδικός» που

υπερβαίνει κοινωνικές και πολιτικές αντιθέσεις για να προωθήσει την ελευθερία και την ευμάρεια χάρη στις γνώσεις του για την ελεύθερη αγορά και τον τρόπο λειτουργίας.

Η διαδικασία αυτή έχει τις ρίζες της ήδη από τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια. Σταδιακά, ο διανοούμενος μετατρέπεται σε φορέα του εργαλειακού λόγου, ικανός να περιγράψει τα κατάλληλα μέσα προς το στόχο αλλά όχι να αμφισβητήσει το ηθικό και αξιακό φορτίο του ίδιου του στόχου. Η διαδικασία αυτή έχει τις απαρχές της στις μεταπολεμικές δεκαετίες της διεύρυνσης της κατανάλωσης (Marcuse, 1974). Στις χώρες της Δύσης και του μονοπωλιακού καπιταλισμού, ο ρόλος του διανοούμενου πήρε τη νέα μορφή του ως φορέας του γραφειοκρατικού εξορθολογισμού. Οι αλλαγές αυτές σε διάφορα πεδία που παράγουν διανοούμενους –κατά βάση οργανικούς διανοούμενους της άρχουσας τάξης– έχει να κάνει με την απαίτηση ενός νέου τύπου διανοούμενου-τεχνοκράτη, ικανού να μετασχηματίσει σφαίρες διανοητικής που ήταν παραδοσιακά περισσότερο προσανατολισμένες στην αναπαραγωγή του οικονομικού συστήματος (π.χ. πανεπιστήμια) και να τις φέρει εγγύτερα στη λογική της παραγωγής και ει δυνατόν να τις εντάξει πλήρως σε αυτή. Ο νέος αυτός ρόλος των διανοούμενων απεικονίζεται ίσως ιδανικά στο νέο ρόλο μιας μερίδας καθηγητών που αναλαμβάνουν ένα ρόλο μεσολαβητή ανάμεσα στο πανεπιστήμιο και την αγορά αλλά και μια θέση εργοδότη εντός του ιδρύματος (Χρύσης, 2011, Schiller, 2000, 4<sup>ο</sup> κεφάλαιο). Τα παραπάνω είναι βασικά στοιχεία της λογικής του νεοφιλελευθερισμού που δεν αρκείται στο να θέσει την προτεραιότητα της ελεύθερης αγοράς έναντι των υπόλοιπων σφαιρών της κοινωνικής δραστηριότητας. Πολύ περισσότερο, ο νεοφιλελευθερισμός θέτει την αγορά ως την «οργανωτική και ρυθμιστική αρχή για το κράτος και την κοινωνία» και αντίστοιχα οργανώνει τον κρατικό μηχανισμό ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της αγοράς αλλά και ώστε ο ίδιος να λειτουργεί με βάση τα ιδιωτικο-οικονομικά κριτήρια (Brown, 2003:42).

Όσα είδαμε παραπάνω, η μεταδημοκρατική-τεχνοκρατική μετεξέλιξη του κοινοβουλευτισμού, η σύμπραξη δημόσιου-ιδιωτικού τομέα, η σύγκλιση των κομμάτων εξουσίας, η αλλαγή στο ρόλο των διανοούμενων, όσα συνθέτουν ένα νεοφιλελεύθερο κράτος και ένα νεοφιλελεύθερο μοντέλο ηγεμονίας.

#### 4.8 Υπερεθνικοί οργανισμοί και δημοκρατικό έλλειμμα

Παρόλο που ο νεοφιλελευθερισμός προωθεί την αποκέντρωση της εξουσίας, η περίοδος της κυριαρχίας του συμπίπτει με την ενίσχυση του ρόλου υπερεθνικών οργανισμών, όπως η Παγκόσμια Τράπεζα, η Ευρωπαϊκή Ένωση και το ΔΝΤ. Αυτό συνδέεται με την τάση διεθνοποίησης του κεφαλαίου κατά την ίδια περίοδο. Εδώ, θα εξετάσουμε συνοπτικά το πώς συνέλαβαν νεοφιλελεύθεροι διανοητές αυτή την εξέλιξη και το πώς η συγκρότηση των εν λόγω θεσμών συνέβαλε στην περιστολή της σφαίρας της πολιτικής και την προώθηση των νεοφιλελεύθερων πολιτικών με όρους ΤΙΝΑ, ως μοναδικής διαθέσιμης επιλογής.

Καταρχάς, είναι γνωστό ότι υπάρχει αρκετά μεγάλη βιβλιογραφία γύρω από το αν και κατά πόσο οι οργανισμοί αυτοί λειτουργούν με βάση τα πρότυπα της κοινοβουλευτικής δημοκρατίας ή ακόμα και το αν οφείλουν να υπάγονται σε αυτά. Είναι διαδεδομένη η κριτική τόσο ως προς τη διακύμανση της ψήφου στο ΔΝΤ ανάλογα με την οικονομική συμβολή κάθε κράτους, ως προς το δικαίωμα βέτο των πέντε μόνιμων μελών του Συμβουλίου Ασφαλείας στον ΟΗΕ αλλά και ως προς τις περιορισμένες αρμοδιότητες του Ευρωκοινοβουλίου, του μόνου εκλεγμένου οργάνου της Ε.Ε. (Archibugi, 2004). Οι θεσμοί αυτοί θεωρούνται απομακρυσμένοι από τους πολίτες και αδιαφανείς με αποτέλεσμα η δράση τους να στερείται νομιμοποίησης (Lord, 2006). Ειδικά ο Habermas έχει αφιερώσει μεγάλο μέρος του έργου τις τελευταίες δύο δεκαετίες σχετικά με τη συνταγματική συγκρότηση των υπερ-εθνικών θεσμών και τη διαμόρφωση ενός ευρωπαϊκού «δήμου» και μιας αντίστοιχης δημόσιας σφαίρας (Habermas, 2011, 2012).

Από την άλλη, θεωρητικοί του ίδιου πεδίου, επηρεασμένοι από τον νεοφιλελευθερισμό, έχουν υπερασπιστεί το λεγόμενο «δημοκρατικό έλλειμμα», είτε ισχυριζόμενοι ότι κάτι τέτοιο αποτελεί μύθο (Moravcsik, 2002) είτε αναπτύσσοντας μια επιχειρηματολογία που ουσιαστικά θέτει τις διεθνείς σχέσεις των κρατών εκτός της πολιτικής διαπάλης. Ο Giandomenico Majone αναπτύσσει την έννοια του «ρυθμιστικού κράτους» (regulatory state), οι διαδικασίες διαβούλευσης και δράσης του οποίου είναι α) ιδιαίτερα σύνθετες και δυσνόητες και β) ικανές να παράγουν καθολικά επωφελή

αποτελέσματα (Majone, 1997). Η κυριαρχία των τεχνοκρατών και η υποτιθέμενη «αδιαφάνεια» δεν αποτελούν πρόβλημα στο βαθμό που παράγουν ικανοποιητικά αποτελέσματα και οι πολίτες ενδιαφέρονται για αυτά, όχι για το αν μια διαδικασία απόφασης τους συμπεριλαμβάνει ή όχι (Majone, 2005). Καθώς οι θεσμοί αυτοί δεν έχουν πολιτικά κίνητρα και δεν εξαρτάται η δράση τους από εκλογικές διαδικασίες, είναι ικανοί και να διορθώνουν τα λάθη τους αλλά και να παράγουν πολιτική σε βάθος χρόνου (Majone, 2005,). Η προσέγγιση αυτή συνδυάζει τη (νεοφιλελεύθερη) δυσπιστία στις πλειοψηφίες με την εμπιστοσύνη σε διαδικασίες check-and-balance κατά τις οποίες, οι υπερεθνικοί θεσμοί ελέγχουν τα αποτελέσματα της δράσης τους και αυτορρυθμίζονται — κατά παρόμοιο τρόπο με την ελεύθερη αγορά.

Ειδικότερα για την Ευρώπη, η Ε.Ε. πήρε τη σημερινή μορφή της την περίοδο ανόδου του νεοφιλελευθερισμού, συγκροτήθηκε τεχνοκρατικά με μια «καχεκτική δημοκρατία στο εσωτερικό της (Crouch, 2006: 183). Αυτό καθίσταται ακόμα πιο εμφανές στην εξέταση της ΕΚΤ η οποία έχει θεσμοθετήσει την αντι-πληθωριστική πολιτική του «σκληρού νομίματος» και παίρνει αποφάσεις με αυτή την κατευθυντήρια αρχή, θεωρώντας την αδιαμφισβήτητη (Λαπαβίτσας, 2010). Φυσικά, σε αυτό το πλαίσιο, η διαπάλη συνεχίζεται αλλά οργανώνεται κυρίαρχα ως λόμπι μεταξύ των ελίτ και μέσα από όργανα όπως η Ευρωπαϊκή Στρογγυλή Τράπεζα (European Round Table – ERT), η οποία αποτελείται από διευθυντικά στελέχη από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες όλων των χωρών της Ε.Ε. και ασχολείται σταθερά με την πορεία της ευρωπαϊκής ενοποίησης (Apeldoorn 2000). Η «περιστρεφόμενη πόρτα» (revolving door), η διαρκής εναλλαγή στελεχών μεταξύ πολυεθνικών επιχειρήσεων και των ανώτερων θεσμών της Ε.Ε. είναι ίσως η πιο εμφανής όψη αυτής της διαδικασίας<sup>68</sup>.

Στην πράξη, η «αποκεντρωμένη εξουσία» του νεοφιλελευθερισμού, μεταφράζεται σε ένα μοντέλο «πολύ-επίπεδης διακυβέρνησης» (multi-level governance), η οποία, κατανέμοντας αντίστοιχα αρμοδιότητες σε εθνικό και διεθνικό επίπεδο, θωρακίζει τις νεοφιλελεύθερες πολιτικές. Ο Harnes τονίζει ότι η γενική τάση της πολυεπίπεδης διακυβέρνησης συνίσταται στη συγκέντρωση σε διεθνικό επίπεδο των αρμοδιοτήτων απορρύθμισης και απελευθέρωσης ενώ διατηρεί στο εθνικό-τοπικό τις ειδικές μορφές



εφαρμογής και τη διαχείριση του κοινωνικού κόστους, «κλειδώνοντας», από χωροταξική και πολιτική άποψη, την ουσία της νεοφιλελεύθερης στρατηγικής μακριά από τις διαδικασίες της πολιτικής αντιπαράθεσης και την αμφισβήτηση των κοινωνικών κινημάτων (Harnes 2006)<sup>69</sup>.

Με την πολιτική κυριαρχία του νεοφιλελευθερισμού εξελίσσεται μια ανατροπή των συσχετισμών ισχύος, όπως προκύπτει μέσα από α) την άμβλυνση του αντιπολιτευτικού λόγου των σοσιαλδημοκρατικών, ακόμα και κομμουνιστικών κομμάτων (βλ. Ιταλία) β) τη μεταφορά αρμοδιοτήτων σε μη εκλεγμένους θεσμούς εντός των εθνικών κρατών και γ) την ενίσχυση του διεθνούς συντονισμού της άρχουσας τάξης μέσα από υπερεθνικούς θεσμούς με δομικό «δημοκρατικό έλλειμμα».

Ο νεοφιλελευθερισμός μετασχημάτισε όλες τις βασικές συνιστώσες ενός μοντέλου ηγεμονίας: το ίδιο το κράτος και τη σχέση του με τις τάξεις καθώς και τους μηχανισμούς απόσπασης συναίνεσης. Σε αυτό το πεδίο, ο εφαρμοσμένος νεοφιλελευθερισμός πραγματοποίησε μια ιδιαίτερα σημαντική τομή στο πεδίο των ΜΜΕ, τα οποία -από ένας μηχανισμός, μεταξύ πολλών, στη διαμόρφωση της ηγεμονίας- καθίστανται ο κεντρικός σε αυτή την περίοδο.

Προτού περάσουμε στο κομμάτι των ΜΜΕ, θα εξετάσουμε σύντομα τις επιτυχίες της νεοφιλελεύθερης διαχείρισης του καπιταλισμού και την κρίση του 2008.

#### 4.9 Το success story του νεοφιλελευθερισμού

Ο νεοφιλελευθερισμός αν κριθεί με βάση τις διακηρύξεις τους για ατομική ελευθερία, ανάπτυξη και περιορισμό της φτώχειας, είναι αμφίβολο αν μπορεί να θεωρηθεί επιτυχημένος. Στη Χιλή που καταγράφηκε στα πρώτα χρόνια της δικτατορίας του Πινοσέτ ως «οικονομικό θαύμα» (Chilean Miracle), το 1982 η οικονομία βρέθηκε αντιμέτωπη με την άνοδο της ανεργίας στο 30% και την υπερδιόγκωση του χρέους ενώ η δικτατορία οδηγήθηκε σε ένα γύρο κρατικοποιήσεων προκειμένου να ανταπεξέλθει στις νέες συνθήκες (Klein, 2010: 120). Στην Αργεντινή, η χούντα του Videla στελέχωσε το κράτος με οικονομολόγους που είχαν εκπαιδευτεί στο Σικάγο ωστόσο πολύ γρήγορα

βρέθηκε αντιμέτωπη με την άνοδο της ανεργίας και μια μείωση μισθών της τάξης του 40% (Klein, 2010: 125). Με εξαίρεση μια περίοδο οικονομικής άνθισης στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του '90<sup>70</sup>, η νεοφιλελεύθερη οικονομική διαχείριση αντιμετώπισε διαρκώς περιφερειακές κρίσεις και αναταραχές, είδε τα πρότυπα του να καταρρακώνονται (είτε πρόκειται για την κρίση στο αμερικανικό χρηματιστήριο το 1987<sup>71</sup> για τις «Ασιατικές τίγρεις» είτε για το «θαύμα της Χιλής) και απέτυχε να προσφέρει την καθολική ευημερία και ελευθερία που υποσχόταν ότι θα φέρει η πλήρης απελευθέρωση της αγοράς.

Από την άλλη, αν κριθεί ως ένα νέο μοντέλο οικονομικής διαχείρισης, οι επιτυχίες του είναι αδιαμφισβήτητες. Κατάφερε να αποσυνδέσει την άνοδο της παραγωγικότητας με την άνοδο των μισθών: στις ΗΠΑ, από 15.7 δολάρια την ώρα το 1973, η άνοδος του Reagan έριξε τους μισθούς στα 13 δολάρια την ώρα το 1990, ενώ η παραγωγικότητα συνέχισε να βρίσκεται σε ανοδική πορεία (Harvey, 2007β: 25). Την ίδια περίοδο, ο μέγιστος ατομικός συντελεστής φορολόγησης μειώνεται από το 70% στο 50% την περίοδο 1980-1985 ενώ πέφτει 28% την περίοδο 1985-1990 (Harvey, 2007β: 26). Την ίδια στιγμή και παρά τις διακηρύξεις για το «σπάταλο κράτος», οι νεοφιλελεύθερες κυβερνήσεις επιδοτούν με δημόσιο χρήμα το κεφάλαιο ισχυριζόμενες ότι με αυτό τον τρόπο θα αντιμετωπιστεί η ανεργία και θα προστατευτούν οι καταναλωτές από αυξήσεις των τιμών. Αυτή η πολιτική φτάνει, το 2006 στις ΗΠΑ, στο σημείο να επιδοτεί με 7 δις δολάρια πετρελαϊκές εταιρείες για να προχωρήσουν στο αυτονόητο: στην εξόρυξη πετρελαίου (Bauman, 2008: 20).

Τα παραπάνω φέρνουν απτά αποτελέσματα: το μερίδιο του ανώτερου 1% των εισοδηματικών κλιμακίων επί του εθνικού εισοδήματος των ΗΠΑ μεγαλώνει και από 10% το 1980, φτάνει σχεδόν το 24% λίγο πριν την κρίση του 2008 (Dumenil & Levy, 2017: 60)<sup>72</sup>. Σε αντίθεση με τις νεοφιλελεύθερες προσδοκίες της καθολικής ευημερίας μέσω της αγοράς, η παραπάνω διαδικασία δεν αποτυπώθηκε σε -έστω μικρότερης κλίμακας- ενίσχυση των μισθωτών. Αφαιρώντας το ανώτερο 5% των μισθωτών -που αντιστοιχεί σε διευθυντικά στρώματα και τμήματα της ανώτερης μεσαίας τάξης η οποία επωφελήθηκε από τις αλλαγές στο μοντέλο παραγωγής- προκύπτει, για το 95% των μισθωτών την περίοδο 1980-2009, «μια απώλεια ίση με 10.8 εκατοστιαίες μονάδες του συνολικού

εισοδήματος, από το 62.2 στο 51.5%» (Dumenil & Levy, 2017: 64-65). Η ίδια γενική τάση καταγράφεται στις μεγάλες ευρωπαϊκές οικονομίες ενώ στην Ε.Ε. των 15, οι μισθοί από το 75% του ΑΕΠ το 1981 πέφτουν στο 66% το 2004 (Παπακωνσταντίνου, 2008: 127). Συνοπτικά αναδεικνύεται μια συνθήκη μεγάλης μεταφοράς πλούτου προς την άρχουσα τάξη και ειδικά προς τα τμήματα εκείνα που συγκεντρώνονται στο χρηματοπιστωτικό κεφάλαιο<sup>73</sup>.

### **Και η κρίση του...**

Πριν την κρίση του 2008, στα τέλη της δεκαετίας του '90 και στις αρχές του νέου αιώνα εκδηλώθηκαν μια σειρά από οικονομικές αναταράξεις (κρίση στη νοτιοανατολική Ασία 1997, φούσκα dot com, χρεοκοπία Ρωσίας 1998( με την πιο προβεβλημένη μεταξύ αυτών να είναι η κρίση χρέους της Αργεντινής που οδήγησε στα γεγονότα του 2001 που έμειναν γνωστά ως Αργεντινάσο.

Ήδη στα πρώτα χρόνια της νέας χιλιετίας είχαν εμφανιστεί οι τάσεις που θα κορυφώνονταν στην κρίση του 2008. Μείωση των επενδύσεων σε άλλους τομείς, διόγκωση στον κλάδο της κατοικίας και πολλαπλασιασμός της αξίας των παραγώγων ήταν ορισμένα από τα στοιχεία της χρηματοπιστωτικής «φούσκας» (Dumenil & Levy, 2017: 52). Η περίοδος χαρακτηρίστηκε από μια επισφαλή οικονομική ανάπτυξη, συνδεδεμένη με τον «πόλεμο ενάντια στην τρομοκρατία» σε Ιράκ και Αφγανιστάν αλλά και τη χρηματοδότηση του αμερικανικού χρέους από την αγορά ομολόγων από την Κίνα (Michael Matsas 2010: 495) Από το 2006, εντείνονται φαινόμενα αδυναμίας πληρωμής ενυπόθηκων δανείων υψηλού κινδύνου τα οποία τροφοδοτούσαν την ανάπτυξη της αγοράς κατοικίας στις ΗΠΑ (ό.π.). Με την κατάρρευση της Lehman Brothers το Σεπτέμβριο του 2008 και την κρατική διάσωση της τελευταίας στιγμής για τη Citigroup και την American International Group (AIG)<sup>74</sup>, έγινε εμφανές ότι τα οικονομικά προβλήματα έχουν εξελιχθεί σε μια οικονομική κρίση που θα έπληττε όλο τον πλανήτη. Οι εξελίξεις αυτές έφτιαξαν τον «εκρηκτικό μηχανισμό» που θα έσκαγε στην αγορά

ακινήτων των ΗΠΑ όμως η εκρηκτική ύλη ήταν η μείωση της κερδοφορίας, η οποία ωθούσε το κεφάλαιο σε επενδύσεις στο χρηματοπιστωτικό σύστημα

Ο νεοφιλελευθερισμός μπορεί να στάθηκε επιτυχής ως μια διαδικασία μεταφοράς πλούτου στην άρχουσα τάξη και τους συμμάχους ωστόσο δεν μπόρεσε με σταθερό τρόπο να ανατάξει το ποσοστό κέρδους όπως δείχνουν οι Maniatis & Passas (2015: 108). Παρόλο που ο νεοφιλελευθερισμός ήταν επιτυχής στην ανόρθωση του ποσοστού κέρδους μετά την κρίση της δεκαετίας του '70, δεν κατάφερε ποτέ να το επαναφέρει στα ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα των πρώτων μεταπολεμικών δεκαετιών (Dumenil & Levy, 2017: 75). Ο Michael Roberts συνοψίζει την περίοδο ως εξής

«Από το 1997 και μετά, η κερδοφορία ξεκίνησε να υποχωρεί ξανά στις μεγάλες οικονομίες, θέτοντας τις βάσεις για το τέλος της ανόδου του χρηματιστηρίου. Το 2000, φούσκα των dot com στις χρηματοοικονομικές αγορές έσκασε με εντυπωσιακό τρόπο, με τους δείκτες του χρηματιστηρίου να πέφτουν πάνω από 50%, ακόμα περισσότερο όσοι σχετίζονται με την τεχνολογία. Λίγο μετά, ο παγκόσμιος καπιταλισμός έκανε βουτιά. Η ύφεση του 2001 ήταν σχετικά ήπια, καθώς οι μεγάλες οικονομίες ακόμα υποστηρίζονταν από μια σημαντική επέκταση της ύφεσης παγκοσμίως με την απορρύθμιση του τραπεζικού τομέα και τις προσπάθειες των τραπεζών να εισάγουν νέες μορφές πλασματικού κεφαλαίου, όπως το τιτλοποίημενο χρέος των υποθηκών, τα εταιρικά περιουσιακά στοιχεία και τα εξωτικά παράγωγα. Ο καπιταλισμός-καζίνο ανέλαβε τα ηνία και οι μεγάλες οικονομίες οδηγήθηκαν σε μια παράκρουση υποστηριζόμενη από την πίστωση (credit fueled binge) η οποία επιτάχυνε την ανάπτυξη από το 2002 και μετά — με αποτέλεσμα να στρώσει το δρόμο για την έντονη υποχώρηση που ξεκίνησε στα μισά του 2007» (Michael Roberts, 2016: 63). Υπό αυτή την έννοια, η κρίση του 2008 αποκτά ένα διπλό χαρακτήρα: κρίση του νεοφιλελεύθερου μοντέλου ανάπτυξης αλλά και δομική κρίση του καπιταλιστικού συστήματος συνολικά.

Συγχρόνως, έχουμε ένα ακόμα παράδειγμα ιδεολογικών αναπροσαρμογών υπό το πλαίσιο οικονομικών εξελίξεων. Όπως στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα, ο φιλελευθερισμός αναγκάστηκε να αναγνωρίσει ενισχυμένο ρόλο στο κράτος προκειμένου να διαχειριστεί τις πολιτικές συγκρούσεις και την κρίση του 1929 (Turner, 2008: 35-36), αντίστοιχα ο

νεοφιλελευθερισμός στράφηκε στην κρατική παρέμβαση για να περισώσει το χειμαζόμενο τραπεζικό σύστημα. Είναι ενδεικτικό ότι στην καρδιά του νεοφιλελευθερισμού, σε ΗΠΑ και Μεγάλη Βρετανία, οι κυβερνήσεις παρείχαν στήριξη στις τράπεζες που έφτασε το 75% του ΑΕΠ (Λιόσης, 2012, 87). Ειδικά στις ΗΠΑ, το πακέτο διάσωσης έφτασε τα 700 δισεκατομμύρια δολάρια με στόχο να στηριχθεί το τραπεζικό σύστημα και να αναλάβει το κράτος το ρίσκο των κόκκινων ενυπόθηκων δανείων<sup>75</sup>. Υπό αυτή την έννοια, η κρίση αποτέλεσε ισχυρό πλήγμα στις προσεγγίσεις που θεωρούν ότι ο νεοφιλελευθερισμός ισούται με τον περιορισμό του κράτους.

Πέραν αυτού, η κρίση κλονίζει τις θετικές διαστάσεις της νεοφιλελεύθερης ηγεμονίας, δηλαδή την προσμονή μιας βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου του συνόλου της κοινωνίας. Συγχρόνως, «επιτείνεται η προλεταριοποίηση κοινωνικών στρωμάτων που δεν ήταν ως τότε μισθωτοί» καθώς και η προλεταριοποίηση «νέων επαγγελματιών που γεννήθηκαν με την οικονομία των υπηρεσιών και της γνώσης» (Lazzarato, 2014: 164). Το τραπεζικό σύστημα διασώζεται από το κράτος ενώ η συσσώρευση εισοδήματος της περιόδου 2000-2007 δεν «κατρακύλησε» όπως θα ήθελαν τα trickle-down economics. Οι εξελίξεις αυτές επιβάλλουν μια εσωτερική ανακατάταξη του νεοφιλελεύθερου λόγου. Το TINA -σταθερά παρόν στη νεοφιλελεύθερη ρητορική- αποκτά κεντρικό ρόλο, πρώτα για να δικαιολογήσει τα τεράστια ποσά που κατευθύνονται στη διάθεση των τραπεζών και στη συνέχεια για να στηρίξει τα μέτρα λιτότητας που συνοδεύουν την προσπάθεια εξυπηρέτησης του δημόσιου χρέους σε μια σειρά χωρών.

Ωστόσο, οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές δεν υποχώρησαν ούτε αντικαταστάθηκαν. Όπως έχει δείξει η Ναόμι Klein, η αξιοποίηση των οικονομικών κρίσεων -που προκαλούνται από το νεοφιλελεύθερο άνοιγμα των αγορών- είναι «πεδίο δόξης λαμπρό» για τη διεθνοποίηση και επέκταση του νεοφιλελευθερισμού καθόλη τη διάρκεια των δεκαετιών του 1980-1990 (Klein, 2010: 193). Σε αυτή την κατεύθυνση, αξιοποιώντας την αύξηση του δημοσίου χρέους σε μια σειρά από χώρες, η νεοφιλελεύθερη πολιτική εντάθηκε, θέτοντας επιτακτικά κάποια από τα βασικά της ζητήματα ως άμεση αναγκαιότητα για να ορθοποδήσουν τα δημόσια οικονομικά. Υπό

αυτή την έννοια, η πίεση για λιτότητα, απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων, ιδιωτικοποιήσεις γενικεύθηκε (Toussaint , 2012: 12). Το δημόσιο χρέος μετατρέπεται σε μηχανισμό προώθησης νεοφιλελεύθερων πολιτικών στην «καρδιά» του ανεπτυγμένου καπιταλισμού, την Ευρωπαϊκή Ένωση και τις ΗΠΑ— και όχι πλέον αποκλειστικά για αναπτυσσόμενες οικονομίες του Τρίτου Κόσμου. Ειδικότερα στην Ευρώπη, το χρέος «συνδέει» τις περικοπές στην Ιταλία με την Πορτογαλία, την Ιρλανδία, την Ελλάδα αλλά και τη Μεγάλη Βρετανία (Lazzarato, 2014: 49).

#### 4.10 Νεοφιλελευθερισμός και ΜΜΕ

Στο 1<sup>ο</sup> κεφάλαιο , καταγράψαμε τέσσερις βασικές λειτουργίες των ΜΜΕ σε σχέση με τον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής: α) τη διαμόρφωση των γενικών όρων της παραγωγής, β) τη διαμόρφωση των ιδεολογικών και ευρύτερα πολιτισμικών συνθηκών που είναι αναγκαίες για τη θεμελίωση και διαίωνιση της καπιταλιστικής παραγωγής και γ) τη συγκρότηση τους ως πεδία κερδοφορίας, μέσω της της υπαγωγής τμήματος του χρόνου αναπαραγωγής της εργατικής τάξης στη διαδικασία παραγωγής, μέσα από την εμπορευματοποίηση των χαρακτηριστικών του κοινού. Επιπλέον, είδαμε ότι είναι στις συνθήκες του σύγχρονου καπιταλισμού που εμφανίζεται μια τέταρτη διάσταση που σχετίζεται με την ενίσχυση της παραγωγικότητας και τη διαμόρφωση των όρων ένταξης της εργατικής τάξης στην παραγωγή.

Υπό αυτό το πλαίσιο, τονίσαμε ότι τα ΜΜΕ δεν υπάγονται απλά στο εποικοδόμημα (ως ιδεολογικοί μηχανισμοί) ούτε μονοσήμαντα στη βάση (ως κομμάτι των παραγωγικών δυνάμεων) αλλά συνδυάζουν αυτά τα στοιχεία και από τα δύο και, πιθανώς το σημαντικότερο, συμβάλλουν στην ενότητα βάσης-εποικοδομήματος (Murdock, 1978). Τα ΜΜΕ μεσολαβούν στις σχέσεις ανάμεσα στις σφαίρες της παραγωγής και της κατανάλωσης με τη σφαίρα των ιδεών και του πολιτικού συστήματος.

Αυτό έχει μια σαφή ιστορική διάσταση. Στη μεταπολεμική περίοδο, το πλέγμα αντικομμουνιστικής ιδεολογίας-μαζικής κατανάλωσης (Marcuse, 1971, Herman & Chomsky, 1994).

Τι αλλάζει με τη κυριαρχία του νεοφιλελευθερισμού; Είδαμε ήδη παραπάνω για την ευέλικτη παραγωγή και την αποδιάθρωση του κοινωνικού κράτους. Οι αλλαγές αυτές βρίσκουν το αναγκαίο συμπλήρωμα στην ευέλικτη κατανάλωση και την εξατομίκευση της πολιτικής συμμετοχής. Ωστόσο, *η κρατικά ελεγχόμενη τηλεόραση στην Ευρώπη αλλά και η ύπαρξη φραγμών στις ΗΠΑ, διαμόρφωναν ένα πλαίσιο όπου το δημοφιλέστερο μέσο δεν μπορούσε να ανταποκριθεί σε αυτές τις αλλαγές*. Επιπλέον, τα όρια στην εμπορευματοποίηση ("κατάλοιπο" του προηγούμενου μοντέλου ηγεμονίας) δυσχέραιναν το να καταστούν τα ίδια τα ΜΜΕ πηγές κερδοφορίας.

Συνεπώς χρειάζεται μια συνεκτική κατανόηση των ιδιωτικοποιήσεων των ραδιοτηλεοπτικών συχνοτήτων, της έντασης της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας μαζί με την ανάδυση διαφοροποιημένων-εξατομικευμένων μοντέλων κατανάλωσης ως αναγκαίο συμπλήρωμα της νεοφιλελεύθερης ιδεολογικής κυριαρχίας (Harvey, 2007β: 42). Με βάση αυτό το πλαίσιο πρέπει, μεταξύ άλλων, να κατανοήσουμε την πιο γνωστή νεοφιλελεύθερη παρέμβαση στα ΜΜΕ, την απορρύθμιση αλλά και τις αλλαγές στο πεδίο της επικοινωνίας.

Αρχικά, θα δούμε εν συντομία τη σημασία των ΜΜΕ για τη διαμόρφωση της διεθνοποιημένης και ευέλικτης καπιταλιστικής παραγωγής των τελευταίων δεκαετιών, μετά θα περάσουμε στη νεοφιλελεύθερη πολιτική της απορρύθμισης καθώς και στις αλλαγές στο πεδίο της διαφήμισης για να κατανοήσουμε την ευρύτερη σημασία των ΜΜΕ για τη διαμόρφωση του νεοφιλελεύθερου μοντέλου συσσώρευσης. Τέλος, θα δούμε κάποιες πλευρές της νεοφιλελεύθερης ιδεολογίας στα ΜΜΕ.

#### 4.11 ΜΜΕ ως γενικοί όροι της παραγωγής στη νεοφιλελεύθερη εποχή

Το μοντέλο της ευέλικτης συσσώρευσης συνδέθηκε με νέες εξελίξεις στο πεδίο της επικοινωνίας και ειδικότερα με τη λεγόμενη «επανάσταση της πληροφορικής» η οποία, μεταξύ άλλων, διευκόλυνε τη μεταβίβαση πληροφοριών εντός των επιχειρήσεων, την καταγραφή και αναδιάταξη του εξοπλισμού και του εργατικού δυναμικού (Sennett,

2008: 50). Επιπλέον, οι εξελίξεις στα μέσα επικοινωνίας τροφοδοτήθηκαν από την ανάγκη της διεθνοποιημένης παραγωγής: προφανώς το διαδίκτυο αποτέλεσε το πιο σημαντικό βήμα σε αυτή την κατεύθυνση εκμηδενίζοντας τον χρόνο μετάδοσης πληροφορίας μεταξύ απομακρυσμένων παραγωγικών μονάδων αλλά και μεταξύ αυτών και του κέντρου σχεδιασμού της παραγωγικής δραστηριότητας.

Οι ρίζες του διαδικτύου βρίσκονται, όπως είναι γνωστό, σε δημόσιες επενδύσεις στο δίκτυο ARPANET που χρηματοδοτήθηκε από το αμερικανικό κράτος και αξιοποιήθηκε πρωτίστως για να συνδέσει την ακαδημαϊκή και ερευνητική κοινότητα στα πανεπιστήμια (Σμυρναίος, 2018: 30-31). Με το Telecommunications Act του 1996, η κυβέρνηση Κλίντον διαμόρφωσε το πλαίσιο του νέου επικοινωνιακού περιβάλλοντος και εγγυήθηκε ότι στη νέα εποχή της «κοινωνίας της πληροφορίας», οι ιδιωτικές επιχειρήσεις θα δρουν ελεύθερα, καθορίζοντας την κίνηση της πληροφορίας (McChesney, 1997: 42). Η ιδιωτικοποίηση του διαδικτύου –αυτή η πλευρά της απορρύθμισης που πολύ συχνά υποτιμάται– ανοίγει το δρόμο για τον έλεγχο της επικοινωνιακής υποδομής από το ίδιο το κεφάλαιο που τείνει να συγκροτείται όλο και πιο μονοπωλιακά στο κομμάτι των νέων επικοινωνιών (Murdock, 2017, Σμυρναίος, 2018). Αυτό αποτελεί ένα σημείο διαφοροποίησης που *«δείχνει σε ποιο βαθμό η πραγματική κοινότητα έχει συγκροτηθεί με τη μορφή του κεφαλαίου»* (Marx, 1990: 402) αλλά και τη σημασία που αποκτά ο τρόπος επικοινωνίας στο σύγχρονο καπιταλισμό για τη διευρυμένη αναπαραγωγή του τρόπου παραγωγής.

Αυτό, όπως επισημαίνει ο Murdock (2017) είναι το υπόβαθρο της διαδικασίας που ονομάζεται «μεσοποίηση»<sup>76</sup> και πρέπει να γίνει αντιληπτή υπό το ιστορικό πρίσμα του μετασχηματισμού του καπιταλισμού και όχι στενά ως μια διαδικασία που απορρέει από τις τεχνικές αλλαγές στα μέσα επικοινωνίας. Το νέο μοντέλο παραγωγής τροφοδοτεί την ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας και αμοιβαία τροφοδοτείται από αυτά. Η ενίσχυση της ευελιξίας στην «παραγωγή MP3» βρίσκει το συμπλήρωμα της στη συγχρονική επικοινωνία, η διεθνοποιημένη παραγωγή και κυκλοφορία στα διεθνή δίκτυα πληροφορίας και, προφανώς, στο διαδίκτυο.



#### 4.12 Απορρύθμιση – ένταση της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας

Υπό το πρίσμα της σχέσης τρόπου παραγωγής και τρόπου επικοινωνίας πρέπει να γίνει κατανοητή η πλέον γνωστή νεοφιλελεύθερη αλλαγή στα μέσα: η απορρύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού πεδίου και η εκχώρηση δημόσιων συχνοτήτων σε ιδιωτικούς φορείς. Η στροφή αυτή είχε δύο πλευρές, αξεδιάλυτες η μια από την άλλη καθώς και οι δύο αποτελούν πλευρές της κίνησης του κεφαλαίου για την υπέρβαση της κρίσης της δεκαετίας του '70 και την ανάπτυξη ενός νέου μοντέλου παραγωγής και άσκησης ηγεμονίας.

Η μια πλευρά σχετίζεται με την πολιτική του νεοφιλελεύθερου να συμβάλλει μέσα από πολιτικές ιδιωτικοποιήσεων στη διάνοιξη νέων πεδίων κερδοφορίας για το κεφάλαιο. Υπό αυτή την έννοια, η απορρύθμιση συνδέεται και με τη χαλάρωση του νομοθετικού πλαισίου και τη διευκόλυνση της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας στα ΜΜΕ. Η άλλη πλευρά, που συχνά υποτιμάται, σχετίζεται με τις ευρύτερες ιδεολογικές και πολιτισμικές απαιτήσεις που υπήρχαν για την εδραίωση, εμπέδωση και διαιώνιση του νέου μοντέλου παραγωγής. Η πλευρά αυτή σχετίζεται τόσο άμεσα όσο και έμμεσα με την τόνωση της κερδοφορίας.

Η απορρύθμιση, όπως και τόσες άλλες νεοφιλελεύθερες αλλαγές, ερχόταν σε σύγκρουση με το προηγούμενο μοντέλο διαχείρισης των συχνοτήτων και την κυριαρχία των κρατικά ελεγχόμενων μέσων. Το κεϋνσιανό μοντέλο οικονομικής ανάπτυξης συνδυαζόταν, στο επικοινωνιακό πεδίο, με την κυριαρχία του κράτους στο πεδίο της ραδιοτηλεόρασης που αποτυπωνόταν, στην Ευρώπη, στην ύπαρξη αποκλειστικά κρατικών ραδιοφώνων και τηλεοπτικών σταθμών.

Η νεοφιλελεύθερη ιδεολογία και πολιτική έρχεται να αναιρέσει αυτή τη συνθήκη · τονίζει τη σημασία της ελευθερίας του Τύπου, θεωρώντας ότι εχέγγυο αυτής αποτελεί μόνο η ελεύθερη αγορά που υφίσταται περιορισμούς από τα κρατικό μονοπώλιο στη ραδιοτηλεόραση. Σε αυτό το πλαίσιο, κλασικά επιχειρήματα αναβαπτίστηκαν στις δεκαετίες του '70 και του '80, επιζητώντας να αναδείξουν αναλογίες με τους αγώνες του 18<sup>ου</sup> και 19<sup>ου</sup> αιώνα ενάντια στις ευρωπαϊκές μοναρχίες αλλά και να τονίσουν την ιδεολογική συνέχεια των αξιών του φιλελευθερισμού στον ιδεολογικό απόγονο του (Keane, 2000: 60). Ωστόσο, πρέπει να τονιστεί ότι η διεκδίκηση του ελεύθερου Τύπου

συνδέθηκε ιστορικά με ένα οικονομικό περιβάλλον όπου κυριαρχούσε ο αποκεντρωμένος ανταγωνισμός και η εμπορευματοποίηση των ΜΜΕ βρισκόταν σε μια χαμηλότερη βαθμίδα (Keane, 2000:52).

Η νεοφιλελεύθερη ρητορική παράκαμψε το ζήτημα της ιδιοκτησίας στα ΜΜΕ, ταυτίζοντας τον αναδυόμενο Τύπο του 18<sup>ου</sup> αιώνα με τα ΜΜΕ στα μέσα του 20<sup>ου</sup> τα οποία είχαν ήδη εισαχθεί σε περίοδο συγκέντρωσης και διεθνοποίησης. Το επιχείρημα της απορρύθμισης είναι ότι, σε κάθε περίπτωση και ιστορική συγκυρία, η ελεύθερη αγορά αποτελεί το πλέον πρόσφορο πεδίο για την έκφραση και ικανοποίηση των αναγκών του κοινού. Η θέση αυτή ενισχύθηκε από επιχειρήματα που εστίαζαν

α) στο κόστος της γραφειοκρατικής και σπάταλης δημόσιας ραδιοτηλεόρασης (Δαρεμάς, 2004: 38)

β) στον υφέροντα πατερναλισμό και ελιτισμό των ελίτ και των διανοούμενων που διεύθυναν τα κρατικά ΜΜΕ και θεωρούσαν ότι γνωρίζουν καλύτερα από το κοινό των Μέσων τις ανάγκες και τις επιθυμίες του (Keane, 2000: 64)

γ) στην αρνητική επίδραση της κρατικής χρηματοδότησης που λειτουργεί ανασχετικά στην ιδιωτική πρωτοβουλία και

δ) στην εν γένει αδυναμία του μεταπολεμικού συμβολαίου –που πήρε τη μορφή του κορπορατισμού σε πολλά δυτικά κράτη- να εκφράσει τις πραγματικές επιθυμίες των πολιτών (Curran, 2003: 198-199)

ε) στην τεχνολογική εξέλιξη που καθιστούσε πλέον παρωχημένο το επιχείρημα της κρατικής ρύθμισης της ραδιοτηλεόρασης στο όνομα του περιορισμένου αριθμού των συχνοτήτων

Θεσμικά, η διαδικασία της απορρύθμισης ακολουθεί τη γενική τάση αποδυνάμωσης των εθνικών κυβερνήσεων και ενίσχυσης του ρόλου των υπερ-εθνικών οργανισμών. Οι τελευταίοι (ΔΝΤ, Ε.Ε., ΠΟΕ, GATT) εγγράφονται στη νεοφιλελεύθερη λογική της απελευθέρωσης της κίνησης του κεφαλαίου και διευκολύνουν την κατάργηση των συνόρων στο επικοινωνιακό πεδίο, διεθνοποιώντας τον ανταγωνισμό και τη συγκέντρωση ιδιοκτησίας στο πεδίο των ΜΜΕ (Χαιρετάκης, 2014α : 209)

Η απορρύθμιση είχε πιο έντονη επίδραση στα ευρωπαϊκά επικοινωνιακά συστήματα καθώς εκεί είχε διαμορφωθεί ισχυρό κρατικό μονοπώλιο στα μεταπολεμικά χρόνια. Ωστόσο, δεν πρέπει να υποτιμηθεί η σημασία αυτής της διαδικασίας στις ΗΠΑ. Επηρέασε την απόφαση του FCC για απελευθέρωση της καλωδιακής τηλεόρασης και τη χαλάρωση των όρων για την είσοδο μιας επιχείρησης στο συγκεκριμένο πεδίο. Το σκεπτικό της έκθεσης του 1981 αποτυπώνει τον πυρήνα της νεοφιλελεύθερης λογικής : «μια πολιτική που επεκτείνει την ελεύθερη είσοδο στην καλωδιακή τηλεόραση σε όλες τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις είναι περισσότερο πιθανός ότι θα συμβάλλει σε μια ταχέως αυξανόμενη τεχνολογικά δυναμική βιομηχανίας που ανταποκρίνεται στις ανάγκες των καταναλωτών» (αναφέρεται στο Sabbah, 1989: 225). Η χαλάρωση του ελέγχου των συγχωνεύσεων και των εξαγορών οδήγησε σε μια νέα συνθήκη όπου από το 1985 οι ιδιοκτήτες των μέσων στις ΗΠΑ μπορούσαν πλέον να κατέχουν έως 12 τηλεοπτικούς σταθμούς, 12 ραδιοφωνικούς και 12 εφημερίδες (από 7-7-7 που ίσχυε μέχρι τότε) αρκεί να μη συγκέντρωναν σε κάποια από τις επιμέρους αγορές πάνω από το 25% του κοινού (Herman-Chomsky, 1994:336).

Η απορρύθμιση στο πεδίο της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας επιτάχυνε τη συγκέντρωση κεφαλαίου στον κλάδο των μέσων επικοινωνίας. Στις ΗΠΑ, ο Bagdikian αναδεικνύει το πέρασμα από τους 50 ισχυρούς ιδιοκτήτες της δεκαετίας του '80 στους 5 (The Big Five). Οι εταιρείες Time Warner, Disney, Viacom, News Corporation και Bertelsmann επεκτείνονται σε τηλεόραση, εφημερίδες, βιβλία, κινηματογράφο και ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος από τα 37 χιλιάδες μέσα που δραστηριοποιούνταν στις ΗΠΑ στις αρχές του νέου αιώνα (Bagdikian, 2004:27-30). Επεκτείνονται, προφανώς, και στο Διαδίκτυο αλλά εκεί δεν καταλαμβάνουν αντίστοιχη μονοπωλιακή θέση λόγω της προνομιακής θέσης άλλων εταιρειών στο πεδίο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Η News Corporation του Rupert Murdoch αποτελεί παράδειγμα της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας σε διεθνές επίπεδο. Ήδη από τη δεκαετία του 1990 εκτείνονταν σε 4 ηπείρους, ενώ σε εθνικό επίπεδο ήλεγχε τα 2/3 της κυκλοφορίας εφημερίδων στα αστικά κέντρα της Αυστραλίας ενώ έχει υπό την ιδιοκτησία της μεγάλες tabloid εφημερίδες (*Sun*) μέχρι έγκριτες (*Boston Herald*) αλλά και μεγάλα

κινηματογραφικά στούντιο (20<sup>th</sup> Century Fox) (Keane, 2000: 79). Η επιρροή αυτή επεκτάθηκε διεθνώς με αποτέλεσμα, το 1998. Δεν προκαλεί έκπληξη ότι ο όμιλος του Murdoch (News International) ήταν ένα από τους υπερασπιστές της απορρύθμισης, ασκώντας σταθερά κριτική στη διατήρηση σφιχτών περιορισμών κατά την ίδρυση νέων ιδιωτικών σταθμών στο Ηνωμένο Βασίλειο<sup>77</sup>. Η τάση συγκέντρωσης ιδιοκτησίας επεκτάθηκε ιδιαίτερα γρήγορα στον αγγλοσαξονικό κόσμο. Κατά το 1988, ο Murdoch ήλεγχε το 63% της κυκλοφορίας των ημερήσιων εφημερίδων της Αυστραλίας, στη Βρετανία πέντε επιχειρήσεις ήλεγχαν το 93% των πωλήσεων εφημερίδων εθνικής κυκλοφορίας στα μέσα της δεκαετίας του '80 ενώ στις ΗΠΑ, στις αρχές της δεκαετίας του '90, τέσσερις επιχειρήσεις ήλεγχαν τα δύο τρίτα της τηλεοπτικής αγοράς (Curran, 2011: 138-139). Ταυτόχρονα, ενισχύεται η διαγώνια συγκέντρωση ιδιοκτησίας. Δεν πρόκειται απλά για πέρασμα εκδοτών εφημερίδων στο ραδιοτηλεοπτικών πεδίο (περίπτωση Murdoch) αλλά και εμπλοκή στα ΜΜΕ μεγάλων ομίλων από άλλους κλάδους. Η τάση αποτυπώνεται στις ΗΠΑ από την εξαγορά των τηλεοπτικών δικτύων NBC και CBS από τις General Electric και Westinghouse αντίστοιχα (Σμυρναίος, 2010: 148).

Ωστόσο, το πιο γνωστό παράδειγμα συγκέντρωσης ιδιοκτησίας διεθνώς έρχεται από την Ιταλία όπου ο όμιλος Berlusconi (MediaSet) έφτασε στις αρχές του 21<sup>ου</sup> αιώνα να έχει υπό την ιδιοκτησία του τα 3 μεγαλύτερα ιδιωτικά κανάλια της Ιταλίας (Keane, 2000: 77). Σε συνδυασμό με την άνοδο του Berlusconi στη θέση του Πρωθυπουργού, μπορεί να θεωρηθεί ότι, με τον έναν ή τον άλλο τρόπο, επηρέαζε ιδιωτικά και κρατικά ΜΜΕ που συγκέντρωναν σχεδόν το 90% της ακροαματικότητας και των διαφημιστικών εσόδων<sup>78</sup>.

Η συνένωση διαφορετικών μέσων «συντελεί στην ολιγαρχική συγκέντρωση ιδιοκτησία στον χώρο των μίντια και στη συναρτώμενη με αυτήν υπέρμετρη αύξηση κοινωνιο-συμβολικής ισχύος» (Δαρεμάς, 2000: 4). Η συγκέντρωση ιδιοκτησίας ενισχύει τη θέση του ιδιοκτήτη και συντείνει στη μεγαλύτερη σύγκλιση του περιεχομένου των ΜΜΕ με τις ιδιαίτερες επιδιώξεις και θέσεις του ιδιοκτήτη. Σύμφωνα με τον Harvey, το σύνολο των ΜΜΕ υπό την ιδιοκτησία του Rupert Murdoch σε ΗΠΑ, Αυστραλία και Ηνωμένο Βασίλειο στήριξαν τον πόλεμο στο Ιράκ (Harvey, 2007β: 35). Πρόκειται για

πάνω από 200 αρχισυντάκτες που «έτυχε» να πλαισιώσουν με παρεμφερή τρόπο τον πόλεμο.

Σε ένα πιο πρόσφατο παράδειγμα, η ιστοσελίδα FAIR (Fairness and Accuracy in Reporting) κατέγραψε σε έρευνα της την αποκλειστικά αρνητική κάλυψη της προεκλογικής καμπάνιας του Bernie Sanders για το χρίσμα των Δημοκρατικών από τη Washington Post<sup>79</sup>. Αυτό από μόνο του είναι αναμενόμενο, δεδομένης της απέχθειας της εφημερίδας σε προτάσεις επαναφοράς του κράτους πρόνοιας. Αυτό που ξεχωρίζει είναι Sanders η πιο σκληρή κριτική προήλθε από αρχισυντάκτη της εφημερίδας, ο οποίος επέκρινε ως «συνωμοσιολόγο» τον Sanders με αφορμή σχόλια του για την υψηλή κερδοφορία και χαμηλή φορολόγηση του Jeff Bezos, επιχειρηματία που κατέχει την Amazon και την ίδια τη Washington Post.

Αντίστοιχα, το νέο πλαίσιο αλλάζει τη θέση του δημοσιογράφου στο εσωτερικό των Μέσων. Εμφανίζεται συγχρόνως και ο «δημοσιογράφος-σταρ» που αναδεικνύεται από έναν μεγάλο δημοσιογραφικό οργανισμό και είναι ιδιαίτερα αναγνωρίσιμος αλλά και ο δημοσιογράφος-εργαζόμενος, που λόγω της οριζόντιας συγκέντρωσης έχει καταστεί περισσότερο αναλώσιμος και πιο ευάλωτος στις πιέσεις του ιδιοκτήτη (Σμυρναίος, 2010: 146). Πλευρά αυτής της τάσης είναι η αλλαγή της εργασιακής διαδικασίας προκειμένου να προσαρμοστεί στη μείωση του «χρονικού ορίζοντα των ειδήσεων» που συνεπάγεται την αύξηση του ρυθμού ανανέωσης των δημοσιογραφικών ιστοριών» (Πλειός, 2011: 109). Είναι προφανές ότι το παραπάνω συνδέεται με τις τεχνολογικές αλλαγές και ιδίως με την έλευση του διαδικτύου. Ωστόσο, ο τρόπος ενσωμάτωσης των αλλαγών μέσα στο δοσμένο εργασιακό περιβάλλον συναρτάται από το συσχετισμό κεφαλαίου-εργασίας και, συνακόλουθα, από τους βαθμούς αυτονομίας του δημοσιογράφου. Η χαμηλή συμμετοχή στα συνδικάτα, ιδίως στα ψηφιακά μέσα (Deuze & Marjoribanks, 2009), ισχυροποιεί την εργοδοσία. Μια σειρά ερευνών σε αυτό το ζήτημα, έχουν αναδείξει τόσο τη μείωση μισθών και την αύξηση των επισφαλών συμβάσεων εργασίας διεθνώς (Cushion, 2007) όσο και την ουσιαστική αλλαγή της εργασίας του δημοσιογράφου. Πλέον, ο χρόνος που περνάει στο γραφείο του αυξάνεται σημαντικά (Aviles et al., 2004), αυξάνεται ο φόρτος εργασίας (Deuze & Marjoribanks,

2009) ενώ μετασηματίζονται οι δεξιότητες του (reskilling): υποχωρεί το κομμάτι που σχετίζεται με τη διασταύρωση της είδησης και την αξιοποίηση των πηγών και ενισχύεται η διαχείριση και ο συνδυασμός οπτικο-ακουστικού υλικού. Από την ένταση της εξειδίκευσης εντός των ΜΜΕ στο τέλος του 19<sup>ου</sup> αιώνα, οδηγούμαστε σε ένα νέο μοντέλο συγκέντρωσης ειδικοτήτων, τον/τη δημοσιογράφο που παίρνει την είδηση έτοιμη, τη συνδυάζει με βίντεο ή/και φωτογραφίες και προσπαθεί, μέσα από τον κατάλληλο τίτλο και το αντίστοιχο cartion στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, να διαφοροποιήσει το προϊόν και να τραβήξει την προσοχή του κοινού (Deuze, 2008).

Τα παραπάνω μας αποκαλύπτουν ότι οι ανάγκες του κεφαλαίου (για μείωση του εργασιακού κόστους και αύξηση των διαφημιστικών εσόδων) καθοδηγούν τους μετασηματισμούς της εργασιακής διαδικασίας και όχι οι τεχνολογικές αλλαγές από μόνες τους (Örnebring, 2010).

Η διαδικασία της απορρύθμισης δεν μπορεί να γίνει κατανοητή έξω από τους ευρύτερους οικονομικούς μετασηματισμούς που είδαμε παραπάνω και την ανάγκη για ένα ευρύτερο ιδεολογικό-πολιτισμικό πλαίσιο που θα διευκολύνει την παραγωγή του νεοφιλελεύθερου υποκειμένου. Η διαφήμιση είναι το πεδίο όπου συμπυκνώνονται και επιταχύνονται αυτές οι αλλαγές.

#### 4.13 Αλλαγές στη διαφήμιση

Είδαμε ήδη στο προηγούμενο κεφάλαιο το πώς η διαφήμιση συνδέεται με την ανάταση της κερδοφορίας και την εξομάλυνση των αντιθέσεων μεταξύ προσφοράς και ζήτησης στην κίνηση των εμπορευμάτων. Αυτή είναι η γενική αρχή που διατηρείται. Ωστόσο, με την τεχνολογική εξέλιξη, την απορρύθμιση του ραδιοηλεκτρονικού πεδίου και τις αλλαγές στο μοντέλο ηγεμονίας/απόσπασης της συναίνεσης, οι απαιτήσεις από την αποτελεσματικότητα της διαφήμισης αυξάνονται σημαντικά. Η αντιμετώπιση της κρίσης της δεκαετίας του '70 περνάει και μέσα από την τόνωση της κατανάλωσης που απαιτεί αντίστοιχα αλλαγές στο μάρκετινγκ ώστε να ενισχυθεί η διαφοροποίηση της στόχευσης του κοινού αλλά και να συνδεθεί η ίδια η κατανάλωση με το βίωμα ενός συγκεκριμένου τρόπου ζωής και τη διαμόρφωση της προσωπικής ταυτότητας (Murdock, 2017: 123)

Σε σχέση με το πρώτο σημείο, προωθείται συστηματικά η εξειδίκευση της ανάλυσης και καταγραφής του κοινού. Η λογική του ενός μεγέθους (one size fits all)

καθίσταται ξεπερασμένη καθώς, ήδη από τη δεκαετία του '80, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις επιδιώκουν πολιτικές διαφοροποίησης των προϊόντων (product diversification) και σχεδιάζουν ανάλογες διαφημιστικές καμπάνιες (Schiller, 2000: 137). Οι κατηγορίες στις οποίες διαιρείται το κοινό-εμπόρευμα αυξάνονται και καθίστανται όλο και πιο σύνθετες προκειμένου να διευκολυνθεί η διαδικασία της στοχευμένης διαφήμισης (targeted marketing).

Η τάση αυτή υπάρχει ήδη από τη δεκαετία του '60 με τη διαρκή πίεση διαφημιστικών εταιρειών για όλο και πιο αναλυτικά και ακριβή δεδομένα για τα χαρακτηριστικά του κοινού (Ang, 1991: 47). Με την απορρύθμιση, και την αύξηση του αριθμού των καναλιών και του ανταγωνισμού για διαφημιστικά έσοδα, το κοινό διογκώνεται αλλά δεν συλλαμβάνεται πλέον ως μάζα αλλά ως άθροισμα επιμέρους ακροατηρίων, με αποτέλεσμα να έχουμε μια κίνηση «από το γενικό προς το ειδικό» (Χαιρετάκης, 2014β: 12). Μεταξύ αυτών, ξεχωρίζεται φυσικά το «δυναμικό κοινό» που αποτελείται από τις ηλικίες 15-44 και είναι αυτό που ενδιαφέρει περισσότερο τους διαφημιστές και τα μέσα. Η τάση αυτή διαπερνά και τη δημόσια τηλεόραση η οποία έτεινε να υποτιμά τη σημασία των μετρήσεων τηλεθέασης, θεωρώντας την ακατάλληλη ως μέτρο επιτυχίας της αποστολής της (Ang, 1991: 82). Ωστόσο, στην εποχή της μείωσης των κρατικών δαπανών στη ραδιοτηλεόραση και τον ανταγωνισμό με τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς, τα ιδιωτικο-οικονομικά κριτήρια λειτουργίας επεκτείνονται και σε αυτό το πεδίο (Δαρεμάς, 2004: 43)

Η απαίτηση βελτιστοποίησης της διαφήμισης αποκρυσταλλώνεται στη βελτίωση των τεχνικών ποσοτικοποίησης των μετρήσεων τηλεθέασης. Η αύξηση του διαφημιστικού περιεχομένου επιτάσσει αυξημένο εξορθολογισμό της διαδικασίας επιλογής του χρόνου και του χώρου κατανομής της διαφήμισης. Συνεπώς, το ζητούμενο είναι η ακρίβεια σχετικά με το μέγεθος και τα χαρακτηριστικά του ακροατηρίου · πλευρά της ακριβέστερης καταγραφής είναι η εξέλιξη των τεχνικών καταγραφής ώστε να μην εξαρτώνται πλέον από τις απαντήσεις των τηλεθεατών σε ερωτηματολόγια σχετικά με τις συνήθειες τηλεθέασης (Χαιρετάκης, 2007: 15). Παλαιότερες τεχνικές όπως το ημερολόγιο παρακολούθησης κρίνονται ξεπερασμένες ενώ με την εμφάνιση του βίντεο

και τη δυνατότητα καταγραφής εκπομπών και παρακολούθησης τους χωρίς τις διαφημίσεις, η ανασφάλεια των διαφημιζόμενων επιτείνεται (Ang, 1991: 58-59).

Το διαδίκτυο και η εμπορευματοποίηση του από τα τέλη της δεκαετίας του '90 έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην ένταση της στοχευμένης διαφήμιση: «Η άνοδος του ηλεκτρονικού εμπορίου και το οικονομικό μοντέλο της “μαζικής εξατομίκευσης”, που αποτελεί την προϋπόθεσή του, επιτάσσει οι επιχειρήσεις να παρακολουθούν στενά τη συμπεριφορά των καταναλωτών και να καταγράφουν τον κατάλογο των αγορών τους» (Mattelart, 2000: 79). Με τις τεχνικές της στοχευμένης διαφήμισης, «οι διαφημιστικές εταιρείες μπορούν να οργανώνουν σε πακέτα τους πελάτες με τρόπο που να αντανακλά, συγκεκριμένα, και τις πραγματικές αγορές τους. Αυτά τα πακέτα...μπορούν να πουληθούν στις εταιρείες οι οποίες πληρώνουν περισσότερα για αυτές τις πληροφορίες, καθώς θέλουν να προωθήσουν τα προϊόντα τους σε συγκεκριμένες ομάδες καταναλωτών» (Mosco, 2004: 158).

Αυτή είναι η μετεξέλιξη της εμπορευματοποίησης του κοινού που είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο. Όπως έχει τονίσει ο Christian Fuchs (2014: 2017), το κοινό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης υφίσταται αναβαθμισμένη εκμετάλλευση σε σχέση με το κοινό της τηλεόρασης καθώς δεν προσφέρει απλά την προσοχή του αλλά εργάζεται (εντός ή εκτός εισαγωγικών) και παράγει τόσο το περιεχόμενων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όσο και τα δεδομένα που καταχωρούνται στις βάσεις των εταιρειών, πρώτα και κύρια του Facebook και της Google. Ο/η χρήστης των ΜΚΔ παράγει περιεχόμενο που τα καθιστά ελκυστικά στον κοινωνικό κύκλο του/της, προσφέρει δεδομένα για τον εαυτό του/της και για τους διαδικτυακούς φίλους του/της (ενώ συγχρόνως γίνεται δέκτης πάσης φύσεων διαφημιστικών εκστρατειών που σχετίζονται με τα παραπάνω. Πρόκειται για μια συνθήκη παροξυσμού του φετιχισμού του εμπορεύματος και της παραγωγικής διαδικασίας που επεκτείνεται όλο και περισσότερο μέσα στο λεγόμενο ελεύθερο χρόνο της εργατικής τάξης.

Η άλλη διάσταση της διαφήμισης έχει να κάνει με τον ρόλο της ως ένα μέσο ερμηνείας των κοινωνικών διεργασιών. Είναι προφανές ότι σε όλο τον 20<sup>ο</sup> αιώνα και πολύ πριν τους μετασχηματισμούς που εξετάζουμε, η διαφήμιση είχε ξεπεράσει απλά



την ανάδειξη των χρηστικών ιδιοτήτων των προωθούμενων προϊόντων. Η διαφήμιση έχει μια σαφή ιδεολογική διάσταση, φетиχοποιώντας τη σφαίρα της κατανάλωσης και αποκρύπτοντας τη σφαίρα της παραγωγής, προσφέροντας πολύ συχνά την εικόνα μιας καθολικής μεσο-αστικής ζωής (Hardt, 2004), η ευημερία της οποίας δεν αποξενώνει τους θεατές και εμφανίζεται ως εφικτός στόχος, υπό την προϋπόθεση της αγοράς των προωθούμενων προϊόντων.

Το νέο στοιχείο, που έρχεται να προστεθεί σε αυτό παρά να το αναιρέσει, είναι η ανάδειξη της διαφορετικότητας, προσαρμοσμένη σε ένα πολιτισμικό πλαίσιο όπου τείνει να αποφεύγεται το να είσαι «συνηθισμένος -η» (Ang, 1991: 111). Η διαφήμιση έρχεται αντιμέτωπη με το πρόβλημα της διαφοροποίησης και της κατασκευής προσωπικών ταυτοτήτων και εμπειριών μέσα από την προώθηση και κατανάλωση προϊόντων που συνεχίζουν να παράγονται με τυποποιημένο τρόπο. Το κοινό-καταναλωτής γνωρίζει ότι τα προϊόντα και η διαφήμιση που βλέπει δεν δημιουργήθηκαν για αυτόν -ήν και κατανοεί ότι γενικά η ίδια διαφήμιση με τις ίδιες προτάσεις θα εμφανιστεί σε πάρα πολλούς χρήστες ακόμα. Ωστόσο, αυτή τη συγκεκριμένη στιγμή βιώνει τη διαφήμιση ως κάτι σχεδιασμένο για τον ίδιο/την ίδια, καθώς ανταποκρίνεται στην πιο πρόσφατη διαδικτυακή δραστηριότητα του. Ο συνδυασμός πληροφοριών για τον χρήστη από διαφορετικές πλατφόρμες μετατρέπεται σε απόδειξη της «ευφυΐας» του αλγόριθμου: «πράγματι σκεφτόμουν να αγοράσω αυτό το βιβλίο/παπούτσι/οτιδήποτε».

Επιπλέον, προκύπτει για τους διαφημιστές η ανάδειξη των επιμέρους διαφορών μεταξύ των προϊόντα, διαφορές που προσδιορίζονται και από το κόστος των προϊόντων με αποτέλεσμα π.χ. η διαφήμιση ενός ακριβού αυτοκινήτου να τείνει όλο και λιγότερο να αναφέρει τα χαρακτηριστικά του ή την τιμή του αλλά, αντιθέτως να αναδεικνύει την εμπειρία οδήγησης συνήθως μέσα σε ένα ειδυλλιακό τοπίο (Sennett, 2008: 149). Η τάση αυτή προφανώς δεν εξαντλείται σε προϊόντα που απευθύνονται σε μεσαία και ανώτερα στρώματα· αποτελεί καθολικό φαινόμενο που σχετίζεται με την κατανάλωση ως κατανάλωση συμβόλων και όχι αποκλειστικά υλικών αγαθών. Η διαφήμιση ορίζει τις επιμέρους ταυτότητες και τρόπους ζωής που συναρτώνται με ένα αντικείμενο, για παράδειγμα ένα ούισκι συμβολίζει μια πολυτελή διαβίωση σε μέρη απομονωμένα από

τον τρόπο ζωής στην πόλη ενώ ένα μικρό αυτοκίνητο συμβολίζει ακριβώς το αντίθετο, το άτομο που είναι εξοικειωμένο με το αστικό περιβάλλον και ξέρει να ελίσσεται εντός του. Το αυτοκίνητο μπορεί να μην είναι πράγματι τόσο μικρό ή τόσο βολικό αλλά ο αγοραστής καταναλώνει και το σύμβολο ενός ευέλικτου και πρακτικού ατόμου. Είναι αυτή η επίδραση της κατανάλωσης που οδήγησε τον Baudrillard στην εκτίμηση ότι είναι παρωχημένη η σημασία που απέδιδε ο Marx στις ανάγκες, την εργασία και την παραγωγή ως καθοριστικές για τη διαμόρφωση της υποκειμενικότητας (Baudrillard, 1990). Καθώς το άτομο καταναλώνει αυτά τα οποία το προϊόν συμβολίζει, η ανταλλαγή και κατανάλωση συμβόλων (σε μια αντιστροφή της μεθόδου του Marx) καθίσταται ο πρωταρχικός παράγοντας διαμόρφωσης συνείδησης.

Η συμβολική αξία δεν αναιρεί την εργασία ως μέτρο της ανταλλακτικής αξίας<sup>80</sup> ούτε η σημασία της διαφήμισης και της κατανάλωσης για τη διαμόρφωση του νεοφιλελεύθερου υποκειμένου αναιρούν τη σημασία την επίδραση της ευέλικτης παραγωγής και των επισφαλών εργασιακών σχέσεων. Το ζητούμενο είναι πώς συνδέονται τα παραπάνω και το πώς η διαφήμιση, ως εργασία που παράγει συμβολική αξία, ενισχύει την παραγωγικότητα των εργαζομένων και συνδέεται με την ενίσχυση της απόσπασης σχετικής υπεραξίας (Pleios, 2017), μέσα από την υπόσχεση ενός προϊόντος και μιας εύπλαστης ταυτότητας που μπορεί να ανανεωθεί ή και να αλλάξει μέσα από την κατανάλωση.

Χρειάζεται εδώ να επιστρέψουμε στα θέματα που εξετάσαμε στο 1<sup>ο</sup> κεφάλαιο. Τα νέα μέσα, ιδίως οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, φέρνουν έναν «εκδημοκρατισμό» στην παραγωγή συμβόλων καθώς τη διευρύνουν σε μεγάλα τμήματα του πληθυσμού. Συγχρόνως, διευρύνεται η κατανάλωση εμπορευμάτων-συμβόλων. Το γεγονός ότι «το ίδιο το σύμβολο δίνεται πλέον μέσα στο εμπόρευμα αλλά και το ίδιο το εμπόρευμα μέσα στο σύμβολο» (Πλειός, 1993: 61) προκύπτει από την αναδιάρθρωση των σχέσεων μεταξύ τρόπου επικοινωνίας και του τρόπου παραγωγής με τέτοιο τρόπο ώστε τα δύο πεδία να έρχονται πολύ κοντά και να καθίστανται πορρώδη τα όρια μεταξύ τους. Η απόδοση νοήματος στα εμπορεύματα δεν εξελίσσεται σε «δεύτερο χρόνο», μετά

την παραγωγή τους αλλά αντίθετα, η ίδια η οργάνωση της παραγωγής πραγματοποιείται με τέτοιο τρόπο ώστε να καταστήσει εφικτή τη μείξη συμβόλου και εμπορεύματος.

Σε σχέση με τη θεωρία των MME το σημαντικό για τα παραπάνω είναι να θυμόμαστε ότι όλα αυτά σχετίζονται πρώτα και κύρια με την εμπορευματοποίηση (ίσως πιο ακριβές: παραγωγικοποίηση) του πεδίου της επικοινωνίας και όχι με τη «γραμματική του μέσου» (Παπαθανασόπουλος, 1997: 319), η οποία, ειδικά στην περίπτωση του διαδικτύου, είναι ιδιαίτερα αμφισβητήσιμο το αν υπάρχει. Αν η νεοφιλελεύθερη ρητορική υποσχέθηκε περισσότερη ελευθερία λόγου, στην πράξη συνέβαλε στην απελευθέρωση του λόγου της διαφήμισης (Mattelart, 2000: 91), την οποία κατέστησε ρυθμιστική αρχή της επικοινωνίας. Η διαφήμιση έχει μια καθολική παρουσία και αποτελεί βασικό κομμάτι του σύγχρονου βιώματος του διακεκομμένου χρόνου, ως ένα άθροισμα χρονικών σημείων που καθένα «κυφορεί την πιθανότητας άλλης μιας “μεγάλης έκρηξης” » ωστόσο «τα περισσότερα σημεία αποδεικνύονται άκαρπα και οι περισσότερες εξάψεις θνησιγενείς» (Bauman, 2008: 50).

#### 4.14 Ενημερωδιασκέδαση

Η σχετικοποίηση των ορίων μεταξύ πεδίων διακριτών σε προηγούμενες ιστορικές περιόδους, εκκινεί από τη σχέση μεταξύ τρόπου παραγωγής-τρόπου επικοινωνίας, αναπτύσσεται με τον καθολικό χαρακτήρα του εμπορεύματος-συμβόλου και επιδρά στο επίπεδο του περιεχομένου των MME. Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η σύμφυση των βασικών ειδών περιεχομένου και τη δημιουργία του υβριδικού είδους της ενημερωδιασκέδασης.

Η σημασία της διασκέδασης στις σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες είναι δεδομένη. Ο Kellner τονίζει την αυξανόμενη σημασία της για την εθνική οικονομία αλλά και την τάση της να τραβάει και να αναμειγνύει διαφορετικά μέσα και είδη περιεχομένου, καθιστώντας όλες τις ανθρώπινες δραστηριότητες «διασκεδαστικές». Όπως ένα αυτοκίνητο δεν αγοράζεται απλώς για τη μετακίνηση, οι άνθρωποι δεν πάνε σε μια αλυσίδα fast food απλά για να φάνε αλλά για να διασκεδάσουν μέσα από την κατανάλωση εικόνων από χαρακτήρες της ποπ κουλτούρας. Η διασκέδαση δεν

προκύπτει μόνο από κάτι που θεωρείται τυπικά «ευχάριστο» αλλά μπορεί, υπό όρους, να συνδεθεί με κάτι «δυσάρεστο» όπως τα σκάνδαλα του προέδρου Clinton ή η δίκη του O.J. Simpson (Kellner, 2003: 3-4).

Η αναίρεση αυτών των ορίων και διακρίσεων είναι χαρακτηριστική στα μέσα επικοινωνίας. Στην τηλεόραση, το μέσο που «απελευθερώθηκε» χάρη στις νεοφιλελεύθερες πολιτικές, καθίστανται σαφείς οι νέες τάσεις με αποτέλεσμα «το διαφημιστικό και μη διαφημιστικό περιεχόμενο έχουν συγκλίνει ιδιαίτερα... η διάκριση ανάμεσα στη διαφήμιση και στο πρόγραμμα φαντάζει δυσδιάκριτη» (Παπαθανασόπουλος, 1997: 104). Η εμφάνιση καναλιών όπως το MTV όπου, πέρα από τις διαφημίσεις, το ίδιο το περιεχόμενο του προγράμματος του καναλιού είναι διαφήμιση, προωθώντας νέους καλλιτέχνες, βιντεοκλίπ, κ.α. που πληρώνουν για να τοποθετηθούν σε καλύτερη ζώνη του προγράμματος (Παπαθανασόπουλος 1997α: 107).

Καθώς η νεοφιλελεύθερη πολιτική εντείνει την εμπορευματοποίηση των Μέσων γενικότερα, ενισχύεται ο ρόλος της διαφήμισης στη διαμόρφωση του προγράμματος και εν γένει του περιεχομένου των ΜΜΕ. Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, η κριτική θεωρία έχει εστιάσει στο πώς η διαφήμιση ενισχύει το ψυχαγωγικό κομμάτι του περιεχομένου των Μέσων, το οποίο τείνει να είναι επαναλαμβανόμενο και απλοϊκό. Την ίδια στιγμή, τις τελευταίες δεκαετίες, αυξάνεται και το ποσοστό της διαφήμισης ως ποσοστό του περιεχομένου, τάση που έχει θεωρηθεί ότι συγχρόνως μειώνει την ποικιλομορφία και τη δυνατότητα δοκιμής νέων ειδών περιεχομένου στα ΜΜΕ (Keane, 2000: 87) και ότι εντείνει τη στροφή στο ψυχαγωγικό περιεχόμενο (Παπαθανασόπουλος, 1997: 115). Σε αυτό το πλαίσιο, εμφανίζεται πολύ συχνά η άποψη ότι η τηλεόραση έχει εγκαταλείψει την ενημέρωση των πολιτών και έχει στραφεί μονόπλευρα στην ψυχαγωγία.

Για τον Χαιρετάκη, για παράδειγμα, η απορρύθμιση μαζί με την εμπορευματοποίηση συνέβαλαν στην υποβάθμιση του δημόσιου διαλόγου καθώς «οι οικονομικές και πολιτικές πιέσεις έχουν υποχρεώσει τα ΜΜΕ στην προτίμηση της ανώδυνης δημοσιογραφίας (soft news), βασισμένης στο life style και στο σχολιασμό, εις βάρος της δημοσιογραφικής έρευνας με αντικείμενο τα δημόσια θέματα» (Χαιρετάκης, 2014,α: 129). Επιπλέον, άλλη πλευρά αυτής της τάσης είναι η διεύρυνση του πεδίου του

πολιτικού λόγου με τέτοιο τρόπο ώστε να συμπεριλαμβάνει δημοφιλείς προσωπικότητες του αθλητισμού και της ποπ κουλτούρας. Κατά τον Παπαθανασόπουλο, το γεγονός αυτό σχετίζεται με τη γραμματική της τηλεόρασης που «δεν θέλει δύσπεπτες σκέψεις αλλά εύπεπτες ατάκες... δεν θέλει τον επιστήμονα αλλά τον ηθοποιό» (Παπαθανασόπουλος, 2002: 49).

Από την άλλη, εκφράζεται η άποψη ότι η ανησυχία για την υποβάθμιση (*dumbing down*) του πολιτικού διαλόγου από την ενημερωδιασκέδαση δεν είναι βάσιμη καθώς δεν κατανοεί ότι αποτελεί κομμάτι μιας ευρύτερης αλλαγής στη δημόσια σφαίρα η οποία καθίσταται προσβάσιμη σε όλο και περισσότερους πολίτες. Ο McNair, υπό αυτό το πρίσμα, βλέπει τη δημοσιογραφική κάλυψη της κόμμωσης του Tony Blair πριν τις εκλογές του 1997 ως κομμάτι της αμφισβήτησης της υπερβολικά προσεγμένης και σκηνοθετημένης δημόσιας περσόνας του ηγέτη των (Νέων) Εργατικών. Αυτό που υποχωρεί δεν είναι η «σοβαρή ενημέρωση» αλλά ο ελιτίστικος αποκλεισμός της μάζας των τηλεθεατών από τη δημόσια σφαίρα (McNair, 2000: 51, 172). Υπό αυτή την έννοια, η ενημερωδιασκέδαση αποτελεί κομμάτι του εκδημοκρατισμού της δημόσιας σφαίρας.

Πρέπει στο σημείο αυτό να τονιστεί ότι η αλλαγή που πραγματοποιήθηκε τις τελευταίες δεκαετίες δεν είναι τόσο ποσοτική (περισσότερη ψυχαγωγία, λιγότερη ενημέρωση) όσο ποιοτική, αφορά δηλαδή τη συγκρότηση των ίδιων των κατηγοριών περιεχομένου. Καταρχάς, υπάρχουν αρκετά στοιχεία ερευνών που δείχνουν ότι τις τελευταίες δεκαετίες πραγματοποιείται μια ποσοτική αύξηση του ενημερωτικού/τεκμηριωτικού περιεχομένου (Πλειός, 2002,2011), λογικό αν σκεφτούμε ότι προστέθηκε ένα πλήθος εκπομπών πριν και, κυρίως, μετά το βραδινό δελτίο ειδήσεων που είχαν σα στόχο την ενημέρωση και το σχολιασμό για τις πολιτικές ή άλλες εξελίξεις.

Το ζητούμενο είναι ότι η διάκριση *soft-hard news* αμβλύνεται, κάτι που είναι στενά συνδεδεμένο με το φαινόμενο που ονομάστηκε ενημερωδιασκέδαση (*infotainment*), η οποία δεν πρέπει να κατανοηθεί ως κυριαρχία του δεύτερου συνθετικού (διασκέδαση) επί του πρώτου (ενημέρωση). Η ενημέρωση καθίσταται ευχάριστη, έντονα συναισθηματική με αποτέλεσμα να μειώνεται η «απόσταση ανάμεσα

στην αφήγηση-ερμηνεία του γεγονότος και το ίδιο το γεγονός...ενώ ταυτόχρονα κάνει την ερμηνεία-αφήγηση πιο δραματική και την εικόνα πιο “ρεαλιστική”» (Πλειός, 2002: 273). Αυτό αποτυπώνεται στη σκηνοθεσία του δελτίου ειδήσεων, τη χρήση τεχνικών που επιδιώκουν τη θεαματική αναπαράσταση του γεγονότος (π.χ. animation σε ατύχημα) και την οργάνωση της πολιτικής αντιπαράθεσης με όρους «μονομαχίας». Πλευρά αυτής της διαδικασίας είναι και η συρρίκνωση του πολιτικού λόγου σε όλο και πιο μικρά αποσπάσματα χρόνου (sound-bites) (Hallin, 1992)

Τα παραπάνω αναδεικνύουν μια κρίσιμη διάσταση του εμπορευματοποιημένου λόγου των Μέσων: ανεξαρτήτως του θέματος και του είδους λόγου, οφείλει να είναι ευχάριστος. Ο Πλειός γράφει σχετικά «αν η πληροφορία είναι η ποσοτική πτυχή των κειμένων στην ύστερη νεωτερικότητα, η “ευχάριστη πληροφόρηση” είναι ο ποιοτικός τους προσδιορισμός...η ευχάριστη πληροφόρηση, χωρίς θεματολογικά και ειδολογικά όρια, χωρίς εξάρτηση από το μέσο επικοινωνίας... αλλά ως μια ροή με τη μορφή του χάους, είναι ο τροπισμός των κειμένων στην ύστερη νεωτερικότητα» (Πλειός, 2011: 62).

Θέλει μια προσοχή με την έννοια του χάους. Είναι δεδομένο ότι οι θεματικοί διαχωρισμοί διατηρούνται. Η τυπική μορφή ενός δελτίου ειδήσεων, π.χ., εξακολουθεί να διαχωρίζει τα “hard news” (πολιτικά, διεθνή, «μεγάλα» γεγονότα) από τα soft (κοινωνικά, ενημέρωση για καλλιτέχνες, αθλητικές ειδήσεις κλπ). Ωστόσο, τα όρια μεταξύ τους καθίστανται πορρώδη και αυτό ανοίγει τον δρόμο τόσο στη μεταφορά στοιχείων από το ένα είδος στο άλλο όσο και για τη διαμόρφωση «υβριδικών-ενδιάμεσων» κατηγοριών (Πλειός, 2011: 82). Στην πρώτη περίπτωση έχουμε φαινόμενα όπου γνωστοί πολιτικοί καλούνται να σχολιάσουν ένα αθλητικό αποτέλεσμα π.χ. της Εθνικής ομάδας ή όταν η κάλυψη της ζωής ενός πολιτικού στελέχους δανείζεται στοιχεία από το χώρο της σοου μιζ<sup>81</sup>. Στη δεύτερη περίπτωση, έχουμε να κάνουμε εκπομπές ψυχαγωγικές που αντλούν περιεχόμενο αλλά και μορφή από την ενημερωτική δημοσιογραφία, πληροφορούν και σχολιάζουν θέματα της επικαιρότητας πάντα δίνοντας τους μια κωμική διάσταση.

Η ενημερωδιασκέδαση αποτελεί αποτέλεσμα αλλά και αίτιο των μετασχηματισμών στο πεδίο των ΜΜΕ. Προφανώς τροφοδοτείται από την ένταση του

ανταγωνισμού και της εμπορευματοποίησης. Την ίδια στιγμή, τροφοδοτεί την κρίση της δημόσιας τηλεόρασης και του αυστηρού διαχωρισμού των ειδών, εντείνοντας την αμφισβήτηση της αποστολής της «πολιτιστικής διαφώτισης» του τηλεοπτικού κοινού υπό την καθοδήγηση του κράτους (Branston, 1993).

#### 4.15 Νέα και Παλιά Στράτευση των Μέσων

Στο νέο πλαίσιο θεωρείται ότι τα ΜΜΕ «υιοθετούν και προωθούν κατεξοχήν την καταναλωτική ιδεολογία και τη δυνατότητα διευρυμένης κατανάλωσης του κοινού» (Πλειός, 2013: 92). Δεν εγγράφονται δηλαδή σε κάποιο συνολική ιδεολογική αφήγηση (φιλελευθερισμός, σοσιαλισμός, συντηρητισμός) αλλά επιδιώκουν το σύνολο του πολυσχιδούς περιεχομένου τους να συγκλίνει σε μια αρχή : να προωθεί την κατανάλωση ως τρόπο ζωής, να προωθεί συγκεκριμένα προϊόντα που έχουν πληρώσει για να κατοχυρωθούν και να είναι θεαματικά οργανωμένη με τέτοιο τρόπο ώστε να ανανεώνει με σταθερό τρόπο το ενδιαφέρον του κοινού. Αν και το παραπάνω ισχύει για όλα τα Μέσα, η τηλεόραση είναι το μέσο που βρέθηκε στην πρωτοπορία αυτής της τάσης τη δεκαετία του '90. «Αυτή η “αγοραία συνθήκη” της σύγχρονης τηλεόρασης αποτελεί και την υπέρτατη ιδεολογία της. Δεν έχει σημασία ο τρόπος με τον οποίο επιλέγεται, ερμηνεύεται ή παρουσιάζεται ένα θέμα. Σημασία έχει οτιδήποτε προβάλλεται από τη μικρή οθόνη θα πρέπει να μας ψυχαγωγεί και να μας ευχαριστεί» (Παπαθανασόπουλος, 1997: 435). Οι εξεικονιστικές ιδιότητες της τηλεόρασης, η δυνατότητα ρεαλιστικής και, συγχρόνως, θεαματικής αποτύπωσης της ιδεολογίας του εμπορεύματος και της κατανάλωσης, την κατέστησαν το ιδανικό μέσο για τοποθέτηση προϊόντων.

Προέκταση της κρίσης της ιδεολογίας, είναι η κρίση της κομματικής στράτευσης. Τα εμπορικά Μέσα (θεωρείται ότι) δεν έχουν πλέον την ανάγκη πρόσδεσης σε ένα πολιτικό κόμμα για να προσελκύσουν το κοινό (Παπαθανασόπουλος, 1997: 213). Αν ίσχυε κάτι τέτοιο, η λογική κατάληξη θα ήταν η υποχώρηση της ερμηνευτικής διάστασης των ΜΜΕ ή η αναδιοργάνωση τους σε πιο «κεντρώα-μετριοπαθή» κατεύθυνση. Πιθανότατα, κάτι τέτοιο να ήταν ανάμεσα στις προσδοκίες που υπήρχαν από τη

διαδικασία της απορρύθμισης. Σύμφωνα με αυτό το σκεπτικό, η εμπορευματοποιημένη ενημέρωση μπορεί να «έριχνε» κάπως το επίπεδο αλλά θα κέρδιζε σε μετριοπάθεια και σε βαθμούς ανεξαρτησίας από το πολιτικό σύστημα και το κράτος. Δεν ήρθαν όμως έτσι οι εξελίξεις στο επικοινωνιακό σύστημα.

Καταρχάς, τα πολιτικά κόμματα εξουσίας, την ίδια στιγμή που βλέπουν τις διαφορές τους να αμβλύνονται, εντείνουν την παρέμβαση τους στο πεδίο των ΜΜΕ για να τις αναδιατάξουν. Σε αυτό το πλαίσιο, η πολιτική διαφήμιση, δανειζόμενη τεχνικές από την εμπορική, συμβάλλει είτε στην κατασκευή της διαφοράς είτε στην υπέρμετρο τονισμό επιμέρους διαφοροποιήσεων στα πολιτικά προγράμματα. Έτσι, καθίσταται κεντρικής σημασίας στην πολιτική διαφήμιση το κεντρικό –νοηματικά ρευστό– πολιτικό σύνθημα (Hallin, 1992) αλλά και τα επιμέρους συνθήματα που χρησιμοποιούνται για να εξειδικευτεί το πολιτικό πρόγραμμα (Χαιρετάκης, 2014β: 9). Η συστηματοποίηση της πολιτικής επικοινωνίας συνδυάζεται με την ανάπτυξη των τεχνικών του πολιτικού marketing οι οποίες είναι αναγκαίες σε μια περίοδο απομάκρυνσης των ψηφοφόρων από τα κόμματα και ανόδου του πολιτικού κυνισμού. Κομμάτι αυτής της διαδικασίας είναι η αύξηση του αριθμού των αναποφάσιστων-αύξηση όσων αποφασίζουν τι θα ψηφίσουν κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου (και όχι από πριν). Η αναπροσαρμογή της πολιτικής εκστρατείας με βάση αυτές τις αλλαγές συνδέεται με την αναβάθμιση του ρόλου της ιδιωτικής τηλεόρασης (Κακεπάκη, 2002: 142).

Το πολιτικό marketing αντιλαμβάνεται τον ψηφοφόρο ως καταναλωτή-θεατή πολιτικών δρώμενων (Χαιρετάκης, 2002: 112) και συνεπακόλουθα, με τις τεχνικές που αναπτύσσει, τον διαμορφώνει ως τέτοιο. Στη συνθήκη όπου «ο καταναλωτής έχει θριαμβεύσει επί του πολίτη» (Crouch, 2006: 113), ευνοούνται τόσο τα ΜΜΕ αφού ακόμα και η θεωρούμενη «βαρετή» κεντρική πολιτική σκηνή έρχεται στα μέτρα τους όσο και τα ίδια τα κόμματα αφού μπορούν και ανανεώνουν το ενδιαφέρον του ψηφοφόρου-τηλεθεατή. Οι πολιτικοί καθίστανται ευάλωτοι (Παπαθανασόπουλος 1997α: 174) και εκτίθενται σε νέους κινδύνους που συναρτώνται με τη «ζωντανή κάλυψη» των πολιτικών εξελίξεων (Thompson, 1999) ωστόσο είναι και οι ίδιοι προετοιμασμένοι ώστε να ανταπεξέλθουν σε αυτές τις συνθήκες και να τις αξιοποιήσουν προς όφελος τους.



Αυτή τη συμβιωτική σχέση ΜΜΕ-πολιτικών κομμάτων περιγράφει ο Edelman μιλώντας για την «κατασκευή του πολιτικού θεάματος» (1999)<sup>82</sup>. Η κυριαρχία του πολιτικού θεάματος τροποποιεί τα ειδικά χαρακτηριστικά της πρόσδεσης των ΜΜΕ στην κρατική εξουσία αλλά δεν αναιρεί συνολικά αυτή την τάση. Ο Πόλεμος του Κόλπου προσφέρει ένα καλό παράδειγμα αυτής της συνθήκης: η κάλυψη του ήταν θεαματικά οργανωμένη από την 24ωρη κάλυψη του CNN και με τη χρήση πλάνων από την άκρη του πυραύλου που εκτοξεύεται ήταν όμως και κρατικά ελεγχόμενος: έχοντας αφομοιώσει τα «λάθη» του Βιετνάμ, τα στρατιωτικά επιτελεία άσκησαν αυστηρό έλεγχο στην πρόσβαση των δημοσιογράφων στα πεδία της μάχης και εφήρμοσαν τακτικές λογοκρισίας στις πληροφορίες που έστελναν οι ανταποκριτές πίσω στις ΗΠΑ (Ottosen, 1992).

Συνεπώς, η στράτευση των μέσων στη διατήρηση του στάτους κβο διατηρείται. Υπάρχουν όμως νέα στοιχεία που προέρχονται από δύο διαδικασίες που αλληλοεπιδρούν: α) την ισχυροποίηση του ρόλου του ιδιοκτήτη και β) τον κατακερματισμό του κοινού.

Όσον αφορά το πρώτο, είναι προφανές ότι νέοι και παλιοί ιδιοκτήτες Μέσων δεν αναζητούν απλώς πεδία κερδοφορίας αλλά και μέσα για να αυξήσουν την επιρροή τους. Αυτό αποτυπώνεται στον νέο-συντηρητικό προσανατολισμό των νέων κολοσσών των μέσων όπως η αυτοκρατορία του Murdoch και το εθνικό μονοπώλιο του Berlusconi. Η εφημερίδα Sun –που αποτέλεσε το πρώτο βήμα στο δρόμο της επέκτασης του Murdoch στα ΜΜΕ– είναι ένα ιδανικό παράδειγμα του πώς συνδυάζεται η ένταση του ψυχαγωγικού-σκανδαλοθηρικού περιεχομένου με την ανοιχτή εκφορά νεοσυντηρητικών θέσεων (Χαιρετάκης, 2014α: 143). Οι μελέτες για την επίδραση του καναλιού Fox στις προεδρικές εκλογές του 2000 (Della Vigna & Karlan, 2007) πιθανώς αποτελούν την πιο συστηματική ενασχόληση με το ζήτημα της επίδρασης των Μέσων στην ανάδειξη νέο-συντηρητικών/νεοφιλελεύθερων κυβερνήσεων όπως αυτή του Bush.

Στο διαδίκτυο, η εμφάνιση του ολιγοπωλίου των λεγόμενων GAFAM<sup>83</sup> (Σμυρναίος, 2018) σε συνδυασμό με την αντίθεση ανάμεσα στην πλήρη διαφάνεια για την ηλεκτρονική δραστηριότητα των χρηστών-πολιτών και την πλήρη αδιαφάνεια για τη δράση αυτών των εταιρειών (Murdock, 2017), διαμορφώνουν ένα νέο πλαίσιο

διαπλοκής πολιτικής και οικονομικής-συμβολικής εξουσίας. Δείγμα αυτής της διαπλοκής ήταν η συνεργασία της πλατφόρμας του Twitter με την αμερικανική κυβέρνηση για την –κατά παράβαση των αρχών της πλατφόρμας και όχι μόνο– παροχή πληροφοριών για μη Αμερικάνους πολίτες που συμμετείχαν στην πλατφόρμα του Wikileaks (Fuchs, 2014: 227). Η προηγμένες τεχνολογικές υποδομές σε συνδυασμό με έναν μεγάλο όγκο πληροφορίας αποτελούν δέλεαρ για τις κυβερνητικές αρχές, ενώ αντίστοιχα οι κρατικές εργολαβίες αποτελούν σημαντικούς οικονομικούς στόχους για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο πεδίο της επικοινωνίας.

Όσον αφορά τον κατακερματισμό του κοινού, έχει ιδιαίτερη σημασία το έργο του Πλειού αλλά και του McNair (2000). Με την αύξηση των διαθέσιμων πηγών και –ιδίως με την έλευση του διαδικτύου– το κοινό κατακερματίζεται. Φυσικά, στο διαδίκτυο αυτή η τάση καθίσταται πολύ πιο έντονη όπου πρόκειται για αλληλοεπικαλυπτόμενες δημόσιες σφαίρες· ο χρήστης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προσλαμβάνει μια ετερόκλητη ροή (feed) πληροφορίας που αντιστοιχεί στα διαφορετικά ενδιαφέροντα και κοινωνικές διασυνδέσεις του/της. Με αυτό τον τρόπο, το κοινό συγχρόνως ομογενοποιείται –όλοι και όλες καθίστανται πληροφορία προς πώληση σε διαφημιστές– και κατακερματίζεται. Έτσι, η πολιτική στράτευση των δημοσιογράφων στο διαδίκτυο αλλά και των ερασιτεχνών σχολιαστών π.χ. των blog είναι ιδιαίτερα έντονη. Ιστοσελίδες που προσελκύουν ένα συγκεκριμένο κομμάτι του ακροατηρίου τείνουν να διαμορφωθούν με αντίστοιχο τρόπο για να επιβιώσουν, εγκαταλείποντας κάθε επίκληση αντικειμενικότητας ή πλουραλισμού. Επιπλέον, η τάση αυτή δεν περιορίζεται στα νέα μέσα. Ο McNair αναδεικνύει ότι με την άνοδο της εμπορευματοποίησης του Βρετανικού τύπου, σημειώνεται σημαντική αύξηση στον αριθμό των στηλών σχολιασμού στις εφημερίδες (McNair, 2000: 68). Επιπλέον, με τη μείωση των διαφημιστικών εσόδων των παραδοσιακών Μέσων ενισχύεται η «πολιτική ή άλλη στράτευση/δέσμευση της τηλεόρασης» (Πλειός, 2011: 156).

Οι ερευνητές της σχολής του Birmingham, στην κλασική τους έρευνα για την κάλυψη της εγκληματικότητας αντελήφθησαν την κυριαρχία της ερμηνείας και του σχολιασμού ως μια διεύρυνση του μοντέλου δημοσιογραφίας της εφημερίδας Sun, η

οποία είχε αποδειχθεί «πρωτοπόρος» στη σχετικοποίηση των ορίων μεταξύ είδησης και σχολίου. Όπως γράφουν σχετικά οι ερευνητές

«η Sun είχε εμφανώς καταργήσει τις παραδοσιακές διακρίσεις μεταξύ “ειδησεογραφικού γεγονότος”, “διερεύνησης του ρεπορτάζ” και άποψης της σύνταξης σε όφελος μιας αποκλειστικής διάπλασης του γεγονότος μέσω του δικού της αυθαίρετου και σαφούς ορισμού. Οι επιπτώσεις αυτού του ιδεολογικού ζουρλομανδύα στην κατασκευή των ειδήσεων έχει καταλυτικές συνέπειες. Συνεπάγεται την εγκατάλειψη... κάθε στοιχειώδους δέσμευσης σε διαφορετικά είδη ανάλυσης και ερμηνείας αποκλείοντας τη δυνατότητα του επιχειρήματος και της διαμάχης» (Hall et al., 1989: 298). Ταυτόχρονα βέβαια η Sun είχε διακριθεί για τη σκανδαλοθηρία, τους εντυπωσιακούς τίτλους, την εκτεταμένη χρήση φωτογραφιών στα ρεπορτάζ. Ήταν, για τη δεκαετία του '80, μια εφημερίδα που εξέφραζε τις νέες τάσεις σε όλα τα επίπεδα.

Συνεπώς, η νέα στράτευση των μέσων δεν εξελίσσεται παρά την κυριαρχία του θεάματος αλλά λόγω και μέσω αυτής. Φυσικά, η στράτευση αυτού του τύπου δεν αναγνωρίζεται από τα ίδια τα ΜΜΕ. Την περίοδο της νεοφιλελεύθερης απορρύθμισης και εμπορευματοποίησης των Μέσων, η αντικειμενικότητα δεν εξοβελίζεται αλλά διαπλέκεται με την «ιδεολογία της αμεσότητας». Σύμφωνα με αυτή, η ίδια η ζωντανή παρουσία των Μέσων στο πεδίο του γεγονότος, εγγυάται την «αληθή» αναπαράσταση του. Κανάλια όπως το CNN πρωτοστάτησαν στην 24ώρη κάλυψη και στην πρακτική της ζωντανής κάλυψης που στηριζόταν στις νέες τεχνολογίες δορυφορικής σύνδεσης και στην επένδυση κεφαλαίου σε αντίστοιχο εξοπλισμό. Όπως σχολιάζει ο βρετανός δημοσιογράφος George Lanning, «το CNN χτίστηκε γύρω από την ιδέα ότι αν δεις κάτι σε ζωντανή μετάδοση, βλέπεις την αλήθεια» (αναφέρεται σε Glasgow Media Group, 1995:228) Με την κυριαρχία της θεαματικά σκηνοθετημένης εικόνας, η απόσταση καταγραφής και ερμηνείας συρρικνώνεται. Αποκρύπτεται έτσι η λειτουργία του μοντάζ ως σύνθεση της καταγραφής και της ερμηνείας, αποκρύπτεται ότι «μια διαφορετική σύνθεση στο χώρο ή στο χρόνο των καταγραφών που περιέχει η εικόνα μπορεί να αλλάξει όλο το νόημα...υπό την έννοια αυτή, η εικόνα δεν μπορεί να είναι απαλλαγμένη

από ιδεολογικές προκείμενες» (Πλειός, 2001: 300). Αυτό μας φέρνει στο πεδίο της ιδεολογίας και της σχέσης της με τα ΜΜΕ στο νέο πλαίσιο.

#### 4.16 ΜΜΕ και ιδεολογία στην εποχή κυριαρχίας της θεάματος

Είναι προφανές ότι η συζήτηση περί τέλους της ιδεολογίας βρίσκει το πιο πρόσφορο πεδίο ανάπτυξης στις συνθήκες των τελευταίων δεκαετιών. Ωστόσο, όποιο ορισμό της ιδεολογίας και αν αξιοποιεί κανείς, είναι δύσκολο να ισχυριστεί ότι η κάλυψη των ΜΜΕ παραμένει αποκομμένη από κάθε ιδεολογικό πρίσμα. Αντιθέτως, ερχόμενο σε διάλογο με μια θεωρία της ιδεολογίας, το έργο του Guy Debord (1986), ορίζει ένα διαφορετικό τρόπο απόσπασης της συναίνεσης στις κοινωνίες όπου η συμβολική αναπαράσταση οργανώνεται με τους όρους του θεάματος.

Μελετώντας τις ανεπτυγμένες κοινωνίες της μεταπολεμικής περιόδου, ο Debord καταλήγει στο ότι έχει συντελεστεί μια τομή στις κοινωνικές σχέσεις που συσχετίζεται με την κυριαρχία του θεάματος. Σύμφωνα με αυτή τη θέση, «το θέαμα δεν είναι ένα σύνολο εικόνων αλλά μια κοινωνική σχέση ατόμων μεσολαβημένη από εικόνες» με αποτέλεσμα να ισχύει πως «ό,τι είχε άμεσα βιωθεί απομακρύνθηκε σε μια αναπαράσταση» (Debord, 1986: 24).

Ο Debord θεωρεί την πορεία αυτή ως κορύφωση των τάσεων που ανέπτυξαν οι Marx-Lukács και είδαμε στο 2<sup>ο</sup> κεφάλαιο. Γράφει σχετικά: «η αρχή του φετιχισμού του εμπορεύματος, η κατακυρίευση της κοινωνίας από “αντικείμενα υπεραισθητά αν και γίνονται αισθητά”, ολοκληρώνεται απόλυτα μέσα στο θέαμα... το θέαμα είναι η στιγμή όπου το εμπόρευμα κατάφερε να φθάσει στην ολοκληρωτική κατοχή της κοινωνικής ζωής» (Debord, 1986: 38,41). Αντίστοιχα, η ιδεολογία που αναδύεται μέσα σε αυτό το πλαίσιο δεν είναι μια ψευδαίσθηση αλλά ένας ορισμένος τρόπος αντίληψης της πραγματικότητας, ριζωμένος στη διαδικασία της παραγωγής. Όπως τονίζει ο Debord : « Τα ιδεολογικά γεγονότα δεν υπήρξαν ποτέ απλές χίμαιρες αλλά η διαστρεβλωμένη συνείδηση της πραγματικότητας». Ωστόσο, η κοινωνία του θεάματος συντελεί μια τομή και σε αυτό το επίπεδο, καθώς πλέον η ιδεολογία δεν νοείται ως σύστημα ιδεών, εξωτερικό ως προς την κοινωνική δραστηριότητα αλλά έχει ενσωματωθεί σε αυτή χάρη

στο θέαμα, το οποίο «συγγχεί στην πράξη την κοινωνική πραγματικότητα με μια ιδεολογία». Συνεπεία αυτού είναι το γεγονός ότι «τα επιμέρους ονόματα των ιδεολογιών σβήνουν... η ίδια η υλοποιημένη ιδεολογία δεν έχει όνομα, όπως ακριβώς δεν έχει και ιστορικό πρόγραμμα για να εκφράσει. Αυτό σημαίνει ότι η ιστορία των ιδεολογιών έχει τελειώσει» (Debord, 1986: 152). Αν η ιδεολογία ερχόταν «από τα έξω» για να αποκρύψει την κίνηση της ιστορίας και τις αντιθέσεις της και να αποκόψει το μέρος από το όλο, αυτό πλέον έχει καταστεί πραγματικότητα. Το θέαμα απαλείφει τον ιστορικό χαρακτήρα των κοινωνικών φαινομένων, καθελώνοντας τα σε μια ακινητοποιημένη μη ιστορία.

Το σημαντικό είναι ότι αυτή η προσέγγιση επιχειρεί να υπερβεί τη ριζική διάκριση αλήθειας-ψεύδους, πραγματικού-εικονικού και να τα κατανοήσει τη διαλεκτική τους σύνθεση μέσα στο εμπόρευμα. Όπως ορθά αναφέρει ο Χαιρετάκης, «η κοινωνία του θεάματος δεν μπορεί να αντιπαρατεθεί με τον “πραγματικό” κόσμο των αληθινών ανθρώπων και πραγμάτων. Αυτά τα δύο αλληλοεπιδρούν. Το θέαμα αναποδογυρίζει το πραγματικό και το ίδιο παράγεται και είναι πραγματικό.» (Χαιρετάκης, 2014α: 58).

Ο Baudrillard, σαφώς επηρεασμένος από τον Debord, αναλύοντας τον πόλεμο του Κόλπου (1995) επεδίωξε να εισάγει μια τομή στη σχέση αναπαράσταση και αναπαριστώμενου, MME και εξουσίας. Το ζήτημα πλέον δεν ήταν η ανάλυση της φιλοπολεμικής προπαγάνδας των MME αλλά ο τονισμός της απόστασης ανάμεσα στο τι συνέβη και στη θεαματική οργάνωση του από τα Μέσα που με 24ώρη κάλυψη, χολυγουντιανή μουσική κατασκεύασαν τον πόλεμο με βάση τις δικές τους ανάγκες. Οι πολίτες-τηλεθεατές της Δύσης και του CNN δεν έμαθαν τίποτε για την καθεαυτή αναμέτρηση αλλά κατανάλωσαν μια εντυπωσιακή τηλεοπτική αναπαράσταση με χαλαρούς -στην καλύτερη- δεσμούς με την πολεμική σύγκρουση — εξ ου και ο προκλητικός τίτλος του βιβλίου του Baudrillard. Η άμεση και διαρκής κάλυψη παρήγαγε ομοιώματα, αναπαραστάσεις χωρίς αναφορά σε κάποιο αναπαριστώμενο και κατέστησε άκυρο το ερώτημα της αλήθειας και της ιδεολογικής αντιπαράθεσης γύρω από τη στήριξη ή αμφισβήτηση του πολέμου (Baudrillard, 1995: 66-68). Στο στρατιωτικό πεδίο, η επικράτηση των αμερικανικών στρατευμάτων ήταν τόσο απόλυτη, οι απώλειες τόσο

λίγες που είναι εξαιρετικά δύσκολο να μιλήσουμε για πόλεμο, η ιδεολογική διαπάλη γύρω από τις βάσεις νομιμοποίησης της σύγκρουσης δεν έχει που να σταθεί<sup>84</sup>.

Ο Πλειός προσεγγίζει σε κάποια σημεία τις θέσεις του Baudrillard, εκκινώντας, ωστόσο, από διαφορετική αφετηρία. Θεωρεί ότι στο νέο πλαίσιο, ο λόγος της εικόνας αποκτά τον ρόλο του κεντρικού κώδικα οργάνωσης του νοήματος στα Μέσα καθώς «η τηλεόραση δεν συμπεριφέρεται “δουλικά” απέναντι στις ιδεολογίες αλλά διατρέχει τις ιδεολογίες, τις αποδιαρθρώνει, συμπεριφέρεται εκλεκτικά και επιλεκτικά προς αυτές και εν τέλει διαμορφώνει μια ιδιότυπου “εικονική ιδεολογία”» (Πλειός, 2001: 295).

Συνεπώς, η εικόνα δεν αποτελεί ένα ακόμα μέσο έκφρασης των νεωτερικών ιδεολογιών, που συνδέονταν με την κουλτούρα του γραπτού λόγου. Η εικονική ιδεολογία δεν επιδιώκει να συμβιβάσει ανταγωνιστικά τμήματα της κοινωνίας ούτε να παράγει μια νέα συλλογική δέσμευση στην οποία να εντάξει τα άτομα αλλά αντίθετα αναδεικνύει και νομιμοποιεί το επιμέρους, αποκόπτει τη μεμονωμένη δραστηριότητα από το κοινωνικό σύνολο και στηρίζει την εξατομικευμένη πρόσληψη και οικειοποίηση του μηνύματος του μέσου (Πλειός, 2001: 400-404). Για να το κάνει αυτό, η εικονική ιδεολογία αντλεί επιλεκτικά από τις νεωτερικές ιδεολογίες (φιλελευθερισμός, συντηρητισμός, ριζοσπαστισμός) για να συγκροτήσει τη δική της. Η τηλεόραση, «δεν δεσμεύεται με καμία ιδεολογία...υπερβαίνει το πλαίσιο της νεωτερικότητας ή τουλάχιστον της πρώιμης και ώριμης νεωτερικότητας), γι' αυτό και μπορεί να χρησιμοποιήσει επιλεκτικά τις ιδεολογικές παραδόσεις (Πλειός, 2001: 406). Η προσέγγιση αυτή αναγνωρίζει ότι διατηρείται, με άλλο τρόπο και σε άλλο βαθμό, η επίδραση της ιδεολογίας κατ'αντιστοιχία θα λέγαμε με τη διατήρηση στοιχείων προηγούμενων περιόδων τόσο στον τρόπο παραγωγής όσο και στον τρόπο επικοινωνίας.

Η εικόνα δεν καταργεί την ιδεολογία, κάθε άλλο. Η ιδεολογία δεν εξαφανίζεται αλλά έχουμε «διάσπαση των μεγάλων ιδεολογικών αφηγήσεων σε πολλές επιμέρους ιδεολογικές αφηγήσεις για επιμέρους πτυχές της οργάνωσης και της λειτουργίας της κοινωνίας» που συντείνουν σε έναν «ιδεολογικό εκλεκτικισμό» (Πλειός, 2011: 159). Το ζητούμενο ήταν η έμμεση συμβολή στην άνοδο της παραγωγικότητας μέσω της «αναδιάρθρωσης του τηλεοπτικού λόγου σε νέα πρότυπα που οριοθετούνται από τα

δομικά χαρακτηριστικά της εικόνας χωρίς οποιουδήποτε ιδεολογικούς, πολιτικούς κ.λπ. περιορισμούς» (Πλειός, 2011: 267)<sup>85</sup>. Η ιδεολογία της εικόνας κυριαρχεί και ορίζει το πλαίσιο της ανάδυσης πολλών φαινομένων που εξετάσαμε παραπάνω (ένταση της ερμηνευτικής διάστασης, ενημερωδιασκέδαση, , διεύρυνση θεματολογίας). Ωστόσο, στην προσέγγιση του Πλειού, όλα αυτά συνδέονται με την κρίση των νεωτερικών ιδεολογιών και πολύ περισσότερο με την κρίση της σχέσης της σχέσης ΜΜΕ και ιδεολογίας. Συνεπώς η ένταση της προπαγανδιστικής διάστασης του τηλεοπτικού λόγου εγγράφεται στην «άμορφη αισθητική προσέγγιση των κοινωνικών και πολιτικών ζητημάτων» και όχι στη μιντιακή αναπαραγωγή της κυρίαρχης ιδεολογίας του νεοφιλελευθερισμού.

Η εκλεκτική δυναμική της εικόνας είναι μια σημαντική διάσταση της ιδεολογίας στο σύγχρονο καπιταλισμό. Αναδιατάσσει τη σχέση ανάμεσα στα ΜΜΕ και τις πολιτικές ελίτ, οδηγεί σε κρίση τη συμπαγή ιδεολογική ερμηνεία που προσέφερε η κρατική ραδιοτηλεόραση και μετασχηματίζει τον ιδεολογικό λόγο περί των ΜΜΕ, οδηγώντας στο πέρασμα από την αντικειμενικότητα στην αμεσότητα. Ωστόσο, μπορούμε να θεωρήσουμε εκλεκτική την εικονική ιδεολογία σε τέτοιο βαθμό ώστε ο τηλεοπτικός λόγος να αντλεί, ανάλογα με το θέμα και από τον φιλελευθερισμό και από τον συντηρητισμό αλλά και από το ριζοσπαστισμό, όταν π.χ. το θέμα είναι η ανεργία (Πλειός, 2001: 405);. Ή μήπως η τηλεόραση αντλεί πρωτίστως από τη νεοφιλελεύθερη ιδεολογία καθώς αυτή νομιμοποιεί την εξατομικευμένη-κατακερματισμένη κοσμοαντίληψη και, κατά αυτό τον τρόπο, συνδέεται στενά με την ιδεολογία της εικόνας;

Δεν θα ξεκινήσουμε χρονολογικά αλλά από το ζήτημα του πολέμου, που θέτει αρκετά συμπυκνωμένα τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουμε όταν προσπαθούμε να ορίσουμε τη σχέση ΜΜΕ-ιδεολογίας-εξουσίας. Οι Hallin & Gitlin αναγνωρίζουν πολλά από τα στοιχεία που αποδίδει ο Baudrillard στην αναπαράσταση του πολέμου: οι δημοσιογράφοι βρήκαν ιδιαίτερα θελκτική την αφηγηματική δυναμική του πολέμου και κατασκεύασαν μια αναπαράσταση του πολέμου με χαρακτηριστικά ποπ κουλτούρας : θεαματική αλλά και «καθαρή», ρομαντική και εξιδανικευμένη χωρίς τις εικόνες βίας και συγκρούσεων που διαπέρασαν την κάλυψη του πολέμου στο Βιετνάμ (Hallin & Gitlin,

1993: 422, βλ. και Hallin 1986 για το Βιετνάμ). Ωστόσο, όπως προσθέτουν, αυτή η κάλυψη ενίσχυε την εθνική ενότητα, μεταξύ άλλων και μέσα από την προβολή της αμερικανικής σημαίας ως σύμβολο της σύμπνοιας του πληθυσμού με την πολεμική προσπάθεια (Hallin & Gitlin, 1993: 413, 420). Οι σύγχρονες πολεμικές αναμετρήσεις συνεχίζουν να απαιτούν τη διαμόρφωση συναίνεσης μέσα στον αμερικανικό πληθυσμό για την αξιοποίηση πόρων και ανθρώπινων ζωών.

Κατ' επέκταση, η ιδεολογική λειτουργία των Μέσων προσδιορίζει και μια σχέση με τους φορείς εξουσίας. Ο πόλεμος δρα καταλυτικά για τη συσπείρωση των εμπορικών Μέσων γύρω από φορείς εξουσίας. Αυτό κατέστη ξεκάθαρο στον πόλεμο του Ιράκ. Ο Chomsky, σχολιάζει την κριτική στην κυβέρνηση Bush που κυριαρχούσε στα αμερικανικά και τα διεθνή ΜΜΕ πριν την 11<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου τονίζοντας ότι ο πόλεμος άλλαξε απότομα την κατάσταση: «Όταν τα ΜΜΕ υποχρεώθηκαν να συμπορευτούν, συμπορεύτηκαν, αν έβλεπες BBC ή CNN όταν άρχισε ο πόλεμος, έκαναν σαν μαζορέτες» (Chomsky, 2008: 137). Η συστράτευση ήταν τέτοια ώστε ακόμα και εξόφθαλμα ψέματα –όπως η ύπαρξη όπλων μαζικής καταστροφής στο Ιράκ, οι δεσμοί Σαντάμ -Αλ Κάιντα, η ύπαρξη πυραύλων που θα έπλητταν το Λονδίνο μέσα σε 45 λεπτά– αναπαράχθηκαν από τα ΜΜΕ χωρίς να διασταυρωθούν, τουλάχιστον για την πρώτη φάση της επίθεσης (Γαλάνης & Παπαδόπουλος 2003).

Φυσικά, η θεαματική οργάνωση της ενημέρωσης και μετασχηματίζει και το πώς αντιλαμβάνεται ο ίδιος ο στρατός την επικοινωνιακή διάσταση του πολέμου. Αντί να προσπαθεί πλέον να απομακρύνει τους δημοσιογράφους από το πεδίο της μάχης, προσαρμόζεται στην απαίτηση της αμεσότητας και της διαρκούς κάλυψης και εισάγουν τον θεσμό του ενσωματωμένου (embedded) δημοσιογράφου που κινείται μαζί με τα αμερικανικά στρατεύματα στο Ιράκ (Γαλάνης & Παπαδόπουλος, 2003: 131). Αυτό το είδος δημοσιογραφίας είναι θεαματικό και στρατευμένο συγχρόνως, αφού βάζει το κοινό μες το πεδίο της μάχης ενώ συγχρόνως προβάλλει τα αμερικανικά στρατεύματα ως ήρωες (Haigh, 2006).

Ας στραφούμε τώρα στο ζήτημα του αν μπορούμε, κυρίως μέσω της ατομοκεντρικής οπτικής, να εντοπίσουμε τη σχέση των ΜΜΕ με τον νεοφιλελευθερισμό



ως κυρίαρχη ιδεολογία. Ο Shanto Iyengar (1991) αναδεικνύει το πώς συσχετίζεται η περιπτώσιολογική πλαισίωση των ειδήσεων με την απόδοση της ευθύνης για συλλογικά-κοινωνικά προβλήματα στα άτομα. Ο Iyengar αποφεύγει, μάλλον συνειδητά, να αναφερθεί σε κυρίαρχη ιδεολογία. Ωστόσο είναι σαφές ότι περιγράφει τις αλλαγές, ιδεολογικές, πολιτικές, οικονομικές, της επίδρασης του νεοφιλελευθερισμού στο κράτος πρόνοιας. Ισχυριζόμαστε ότι ακριβώς σε αυτό το ζήτημα μπορούμε να δούμε την επίδραση του νεοφιλελευθερισμού, ως κυρίαρχης ιδεολογίας της περιόδου αλλά και τη διαμόρφωση, «εκλαΐκευση» και διάδοση της από τα ΜΜΕ,

Σε αυτό το ζήτημα είναι καθοριστική η συμβολή βρετανών ερευνητών. Με τις μελέτες των μοτίβων κάλυψης συγκεκριμένων γεγονότων τη δεκαετία του '70, εντόπισαν τις πρώτες αποτυπώσεις της νεοφιλελεύθερης ιδεολογίας στα ΜΜΕ. Οι έρευνες τους σχετίζονται με την προσπάθεια αναίρεσης των μεταπολεμικών κατακτήσεων των εργαζομένων και των λαϊκών στρωμάτων, η οποία είναι πρόδρομος της κυριαρχίας του νεοφιλελευθερισμού,

Κεντρικό ρόλο σε αυτή τη διαδικασία είχε η πρόκληση πανικών γύρω από τους κινδύνους που εκπροσωπεί η διατήρηση του κράτους πρόνοιας τόσο για την εθνική οικονομία όσο και για την ηθική της κοινωνίας. Όσοι και όσες γίνονται αποδέκτες οικονομικής βοήθειας αναπαρίστανται συχνά στο δημόσιο λόγο των ΜΜΕ ως άτομα εξαρτημένα και ηθικά εξαχρησμένα. Με αυτό τον τρόπο προκαλούνταν διαιρέσεις εντός των υποτελών τάξεων και διευκολύνονταν συγκεκριμένες νέο-συντηρητικές κυβερνητικές πολιτικές. Στηριγμένα σε ένα περιστατικό καταδίκης ενός 42χρονου από το Λίβερπουλ που έλαβε κρατική βοήθεια στη βάση ψευδών ισχυρισμών, μια σειρά από ΜΜΕ εθνικής εμβέλειας κάλυψαν το ζήτημα της κοινωνικής πρόνοιας με βάση 5 ερμηνευτικά πλαίσια (Golding & Middleton, 1979: 9-17):

A) Υπάρχει γενικευμένη εξαπάτηση του κρατικού μηχανισμού και το κοινό γνωρίζει ένα πολύ μικρό μέρος αυτής

B) Οι απάτες διαπράττονται από άτομα που δεν είναι πολίτες αλλά ανήκουν σε περιθωριακές ομάδες με αντικοινωνικές συμπεριφορές

Γ) Η επέκταση των επιδομάτων πρόνοιας σε μεγάλα τμήματα του πληθυσμού είναι επιβλαβής οικονομικά και ηθικά

Δ) Η διαδικασία εξαπάτησης είναι ιδιαίτερα εύκολη καθώς ο κρατικός μηχανισμός είναι αφελής και ανυπεράσπιστους απέναντι σε πανούργα άτομα

Ε) Τα παραπάνω πλαισιώνονται με θεματικό τρόπο σε σύνδεση με την κοινοβουλευτική πολιτική (ειδικά την απαίτηση για σύσφιξη του κρατικού ελέγχου) και το έγκλημα.

Τα παραπάνω συμβάλλουν συγχρόνως στη διαίρεση των φτωχότερων στρωμάτων (*deserving – undeserving poor*) και τη μετατόπιση της ευθύνης για τη δυσκολία επιβίωσης στο άτομο που επέλεξε να μην εργαστεί προκειμένου να λάβει κρατικά επιδόματα. Σε επίπεδο εφαρμοσμένης πολιτικής, τα παραπάνω πλαίσια κάλυψης συντείνουν στην υποστήριξη σε περικοπές των δαπανών για την κοινωνική πρόνοια αλλά και στην ανακατεύθυνση πόρων προς τη δημιουργία μηχανισμών ελέγχου των ανέργων, των ανάπηρων και όποιων άλλων λαμβάνουν επιδόματα βοήθειας. Έτσι, η δημοσιονομική κρίση του βρετανικού κράτους μετατρέπεται σε μια κρίση ηθική που εδράζεται στις αξίες και στάσεις μεμονωμένων ατόμων.

Σε παρόμοια κατεύθυνση με τα παραπάνω είναι η μελέτη των Hall, Critcher, Jefferson, Clarke & Roberts (*Policing the Crisis - Hall et al. 1978*). Η μελέτη αυτή περιγράφει κρίσιμα ιδεολογικά στοιχεία ορισμού και αντιμετώπισης της παραβατικότητας τα οποία στη συνέχεια θα συναρθρωθούν γύρω από τον νεοφιλελευθερισμό και την κυριαρχία της Thatcher τη δεκαετία του '80 Στο τέταρτο μέρος της μελέτης τους, εστίασαν στην κάλυψη από τον Τύπο εθνικής εμβέλειας ενός εγκλήματος στην περιοχή Handsworth του Birmingham. Σε αυτή την περίπτωση, τρεις νεαροί μεταξύ 15 και 16 ετών επιτέθηκαν σε έναν εργαζόμενο, του προκάλεσαν σημαντικά τραύματα, έκλεψαν ένα μικρό ποσό και λίγα τσιγάρα και στη συνέχεια καταδικάστηκαν σε 20 χρόνια φυλάκιση. Καθώς το θέμα κυριάρχησε στα εξώφυλλα των εφημερίδων, οι ερευνητές της σχολής του Birmingham εστίασαν σε αυτό που ονόμασαν «ιδεολογίες του εγκλήματος και της τιμωρίας» (Hall et al. 1978: 83).

Κατέληξαν σε δύο συμπεράσματα. Από τη μια, οι περισσότερες εφημερίδες υποστήριξαν τις ποινές ως αυστηρές αλλά αναγκαίες, (Hall et al., 1978: 89-90). Από την άλλη, σε σχέση με το ζήτημα του περιβάλλοντος (background) των νεαρών, τα ρεπορτάζ των εφημερίδων είτε δεν αναφέρθηκαν καθόλου στις πιθανές συσχετίσεις είτε συγκέρασαν ζητήματα φτώχειας, φυλής, γκετοποίησης σε εικόνες βρωμιάς και ερείπωσης (Hall et al., 1978: 115). Με αυτό τον τρόπο, οι λύσεις που προκρίνονταν δεν αμφισβητούσαν την κοινωνική δομή και μπορούσαν να αξιοποιηθούν στην κατεύθυνση ενίσχυσης του αστυνομικού μηχανισμού (Hall et al., 1978: 99-100). Με αυτό τον τρόπο, καλλιεργείται μια «διοικητικής αντίληψη και πρακτική για τα πολιτικά ζητήματα» (Πλειός, 2002: 280) καθώς περισσότερο στρέφεται η συζήτηση γύρω από την αποτελεσματικότητα της διαχείρισης και ωθούνται στο περιθώριο τα ερωτήματα σχετικά με το ποιοι θα πρέπει να είναι οι στόχοι αυτής.

Σε παρόμοια συμπεράσματα κατέληξε μερικά χρόνια αργότερα ο Iyengar που αναφέρει ότι η περιπτωσιολογική πλαισίωση του εγκλήματος και της φτώχειας συνέβαλε αφενός στη μεταστροφή της αμερικανικής κοινής γνώμης υπέρ πολιτικών που δίνουν έμφαση στην αστυνόμευση (law & order policies) και αφετέρου στην υποβάθμιση της ανάγκης προγραμμάτων κοινωνικών πρόνοιας εθνικής κάλυψης (Iyengar 1991: 101). Καθώς η φτώχεια παρουσιάζεται συχνά ως ένα ζήτημα που βιώνεται με ατομικό τρόπο, το κοινό τείνει να ερμηνεύει το φαινόμενο με αντίστοιχο, ατομοκεντρικό τρόπο (Iyengar 1991: 60). Συνακόλουθα, η αναζήτηση λύσεων είναι λιγότερο πιθανό, να στραφεί προς τους επίσημους φορείς εξουσίας, οι οποίοι ενισχύουν τη θέση τους με αυτό τον τρόπο (Iyengar, 1991: 137). Όχι τυχαία, ο Iyengar συσχετίζει τα παραπάνω με την ένταση του ανταγωνισμού για διαφήμιση. Η ανάγκη να διατηρηθεί με σταθερό τρόπο η προσοχή του κοινού συντείνει στην κάλυψη των ζητημάτων ως μεμονωμένα περιστατικά που προκαλούν έκπληξη λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους (Iyengar, 1991: 138).

Η συστηματικότητα του ατομοκεντρισμού προκύπτει οργανικά από τον κατακερματισμό του ακροατηρίου και την άνοδο της στοχευμένης διαφήμισης αλλά είναι και κομμάτι των πολιτικών στόχων του νεοφιλελευθερισμού που σχετίζονται με την

εγκατάλειψη, από τη μεριά του κράτους, της ευθύνης μετριασμού των επιπτώσεων της ελεύθερης αγοράς.

Η κρίση του 1973 συνδέθηκε με το φαινόμενο του στασιμοπληθωρισμού στις αναπτυγμένες καπιταλιστικές χώρες και αποτελεί χρήσιμο παράδειγμα για να κατανοήσουμε το πώς μετατοπίστηκε ιδεολογικά η ευθύνη για την κρίση στις υποτελείς τάξεις και ιδίως οι οικονομικές παραχωρήσεις που έγιναν μεταπολεμικά από την άρχουσα τάξη. Η Ερευνητική Ομάδα της Γλασκώβης (Glasgow Media Group), μελετώντας τα 3 κανάλια εθνικής εμβέλειας του Ηνωμένου Βασιλείου (BBC1-BBC2-ITV), κατέληξε ότι η συσχέτιση μισθών/πληθωρισμού κυριαρχούσε και ποσοτικά –αυτή ήταν η ερμηνεία που αναφερόταν πιο συχνά– αλλά κυρίως ποιοτικά. Γράφουν σχετικά ότι «αυτή η ερμηνεία υιοθετήθηκε και χρησιμοποιήθηκε ως οργανωτική αρχή της κάλυψης» (Ερευνητική Ομάδα Γλασκώβης, 1989: 267). Λογική προέκταση αυτής της συνθήκης είναι η κυριαρχία της συγκράτησης των μισθών ως η πλέον προβεβλημένη λύση, τόσο από τους δημοσιογράφους όσο και από τους «ειδικούς» που επελέγησαν από τα κανάλια (Ερευνητική Ομάδα Γλασκώβης, 1989: 270-271). Αυτό που έχει σημασία είναι ότι στην περίοδο που ακολούθησε της κρίσης του 1973 εκφράζεται μέσα από τη δημοσιογραφική κάλυψη η αμφισβήτηση του μεταπολεμικού κοινωνικού συμβολαίου μέσα από την κριτική σε έναν από τους βασικούς «συμβαλλόμενους», τα εργατικά συνδικάτα.

Όπως είναι αναμενόμενο, οι οικονομικές κρίσεις τροφοδοτούν την αναδιάρθρωση του δημοσίου διαλόγου. Ερωτήματα σε σχέση με τα αίτια και τους βέλτιστους τρόπους αντιμετώπισης της κρίσης έρχονται στο προσκήνιο και επιδρούν στην εφαρμοζόμενη πολιτική. Στην κρίση του 2008, ο νεοφιλελευθερισμός είχε πλέον αναδιαρθρώσει το πεδίο της επικοινωνίας και της πολιτικής και είχε αναδειχθεί σε κυρίαρχη ιδεολογία. Η ευθύνη μετατοπίστηκε εκ νέου στους πολίτες μέσα από το ερμηνευτικό σχήμα ότι τα άτομα «ζουν πέρα από τις δυνατότητες τους». Αναδεικνύοντας τα κυρίαρχα κόμματα εξουσίας σε βασικές πηγές τους, τα ΜΜΕ του Ηνωμένου Βασιλείου συνέβαλαν στην κυριαρχία αυτής της ερμηνείας της κρίσης, την ίδια στιγμή που περιθωριοποίησαν εναλλακτικές προσεγγίσεις (Mullen, 2018: 198-202). Σε ένα πλαίσιο σύγκλιση γύρω από το «ακραίο κέντρο», τα κόμματα της Κεντροαριστεράς (Εργατικοί) και τα ΜΜΕ που

πρόσκεινται σε αυτά (Guardian) έτειναν περισσότερο στην ανάδειξη των συνεπειών των πολιτικών λιτότητας απαξιώνοντας συγχρόνως κάθε εναλλακτική πρόταση (Mullen, 2018: 214). Εδώ έχουμε ένα σημαντικό μετασχηματισμό.

Είδαμε παραπάνω ότι η απουσία εναλλακτικής (TINA) είναι βασικό κομμάτι της νεοφιλελεύθερης ιδεολογίας. Ωστόσο, αυτή η εκδοχή του TINA χαρακτηρίζεται από την απουσία θετικής προοπτικής. Οι πολίτες πρέπει να αποδεχθούν ότι ευθύνονται για την κρίση, να αποδεχθούν ως η μόνη επιλογή τα μέτρα λιτότητας χωρίς να υπάρχει μια προοπτική ανάκαμψης μέσα από αυτή τη διαδικασία.

Την ίδια στιγμή, απαξιώνονται από τα εμπορικά ΜΜΕ και οι εναλλακτικές πηγές ενημέρωσης όπως τα Wikileaks και δημοσιογράφοι όπως ο Assange που αμφισβήτησαν και εξέθεσαν τους φορείς της πολιτικής εξουσίας (Broudy & Tanji, 2018). Μάλιστα, αφού ο Assange εκδιώχθηκε από την πρεσβεία του Εκουαδόρ στο Λονδίνο (Απρίλιος 2019) και όσο εκκρεμεί η δίκη για την έκδοση του στις ΗΠΑ, εντάθηκε η επίθεση εναντίον του από αρθρογραφία στα βρετανικά εμπορικά ΜΜΕ. Εστιάζοντας στην εμφάνιση του αφού βγήκε από τον περιορισμό σε ένα μικρό χώρο για επτά χρόνια, προσπάθησαν να τον απαξιώσουν ως δημοσιογράφο και να υποτιμήσουν τον γενικό κίνδυνο για την ελευθερία έκφρασης που αναδύεται από την υπόθεση του. Συγχρόνως, με αυτό τον τρόπο και με την ταυτόχρονη δίωξη της Chelsea Manning, εμπεδώνεται εκ νέου η σημασία των επίσημων πηγών ως οι κατεξοχήν κατάλληλες για την πληροφόρηση των δημοσιογράφων.

Ένα διαφορετικό ερώτημα είναι το κατά πόσο αποτέλεσε αντικείμενο διαπάλης η μετατόπιση των ΜΜΕ προς το νεοφιλελεύθερο λόγο. Σύμφωνα με τον Πλειό, η ιδιωτικοποίηση της τηλεόρασης –και ολόκληρο το πλαίσιο αλλαγών που έφερε η ένταση της εμπορευματοποίησης της επικοινωνίας– σχετίζεται με μεταβολές «του αξιακού και ιδεολογικού πλαισίου γύρω από το οποίο αρθρώνεται ο λόγος» (Πλειός 2002: 252) αλλά δεν συνιστά αποτέλεσμα «της ιδεολογικής στρατηγικής των ηγεμονικών κοινωνικών τάξεων» (Πλειός, 2002: 257), καθώς δεν προηγήθηκε της ιδιωτικοποίησης μια όξυνση των ιδεολογικών συγκρούσεων. Πράγματι, αυτή η διαδικασία προκύπτει οργανικά από

τις αλλαγές που βίωσαν οι δυτικές κοινωνίες. Σημαίνει, όμως, αυτό ότι εξέλειπε το στοιχείο σύγκρουσης;

Δεν πρέπει να υποτιμάται η ανάδυση του νεοφιλελευθερισμού ως μιας ενεργητικής διαδικασίας παρέμβασης της άρχουσας τάξης προκειμένου να υπερβεί την κρίση του '73 και να αφήσει πίσω της τα «βαρίδια» του μεταπολεμικού κοινωνικού συμβολαίου και της ισχυρής κρατικής ρύθμισης της ραδιοτηλεόρασης.

Ο Πλειός τονίζει ότι η κρατική τηλεόραση ήταν ξεπερασμένη, καθώς το πολιτιστικό προφίλ της, αντιστοιχούσε «σε μια κορπορατιστική κοινωνία, η οποία εδράζεται στη συναίνεση, προσβλέπει στη χείρα βοήθειας του παρεμβατικού κράτους» (Πλειός, 2002: 260). Η εγκατάλειψη αυτού του μοντέλου συναίνεσης είναι κομμάτι -και μιας διαδικασίας ιδεολογικής σύγκρουσης όπου επανήλθαν, με νέο τρόπο, τα ζητήματα της ελεύθερης αγοράς και εισήχθησαν τα πρώτα στοιχεία ενός νέου ρόλου των ΜΜΕ και ιδίως της τηλεόρασης.

Η διαδικασία αυτή ήταν επίπονη και συγκρουσιακή, όπως έχει δείξει η δουλειά του Glasgow Media Group για τη σχέση κυβέρνησης Thatcher-BBC. Οι πιέσεις της κυβέρνησης προς το δημόσιο φορέα ραδιοτηλεόρασης αυξήθηκαν και έφεραν αποτελέσματα όπως η γραπτή απολογία του BBC προς τον πρόεδρο των Συντηρητικών, Norman Tebbit, επειδή ένα δελτίο ειδήσεων δεν ανέφερε ορισμένα στοιχεία του εξωτερικού εμπορίου που η κυβέρνηση θεωρούσε σημαντικά (Glasgow Media Group, 1995: 225). Η ένταση κορυφώθηκε γύρω από τα λεγόμενα «εθνικά ζητήματα» και τον πόλεμο των Φόκλαντ. Κατά το 1985, η πίεση της κυβέρνησης να μην προβληθεί μια εκπομπή του BBC για τη Βόρειο Ιρλανδία (όπου, μεταξύ άλλων, έπαιρνε το λόγο και ένας βουλευτής του Sinn Fein) προκάλεσε απεργία στο σταθμό αλλά και στον ιδιωτικό ITN, ενώ αντίστοιχη ένταση υπήρξε με την κριτική της κυβέρνησης στον ιδιωτικό σταθμό Thames Television για μια εκπομπή σχετικά με τη δολοφονία μελών του IRA στο Γιβραλτάρ από τις ειδικές δυνάμεις του βρετανικού σταθμού (Glasgow Media Group, 1995: 205).

Συνοπτικά, θα λέγαμε ότι η σχέση ΜΜΕ και ιδεολογίας την περίοδο του νεοφιλελευθερισμού μετασχηματίζεται αλλά δεν διαρρηγνύεται. Η «ευχάριστη

πληροφορία» υπάγεται στην ιδεολογία της εικόνας αλλά αυτό είναι η μια πλευρά. Η άλλη είναι η νέα κυρίαρχη ιδεολογία του νεοφιλελευθερισμού. Η ιδεολογία δρα μέσα από τη φетиχοποίηση: η «ελεύθερη αγορά» αποκόπτεται από το ιστορικό της πλαίσιο και καθίσταται η αιώνια συνθήκη της κοινωνίας, φαινόμενα όπως η φτώχεια και η ανεργία αποκόπτονται από το κοινωνικό πλαίσιο τους. Οι πολιτικές λιτότητας αποκτούν διαστάσεις φυσικού φαινομένου που πρέπει να γίνει αποδεκτό ως τέτοιο αφού «δεν υπάρχει εναλλακτική». Η θεώρηση του ΤΙΝΑ καθίσταται «αυτοεκπληρούμενη, μια υπόθεση σχεδόν αυτοβεβαιούμενη» (Bauman, 2008: 89), οδηγώντας τη σκέψη σε εγκλωβισμό σε ένα φαύλο κύκλο. Διατηρούνται, με νέο τρόπο, τα στοιχεία της ιδεολογίας όπως τα είδαμε στο δεύτερο κεφάλαιο.

Σημαίνουν, μήπως τα παραπάνω ότι ο νεοφιλελευθερισμός είναι το «περιεχόμενο» του ιδεολογικού λόγου των ΜΜΕ και η ευχάριστη πληροφόρηση η μορφή; Δεν είναι ακριβώς έτσι. Αμφότερα είναι στοιχεία της νέας κυρίαρχης ιδεολογίας –άρα και ενός νέου τρόπου άσκησης ηγεμονίας– που έχει στο επίκεντρο του τη συρρίκνωση της σφαίρας της πολιτικής διαπάλης, το πέρασμα από τον πολίτη του κράτους πρόνοιας στον καταναλωτή-στόχο των προσωποποιημένων στρατηγικών διαφήμισης. Το γενικό υπόβαθρο της ιδεολογίας συνεχίζει να είναι η κυριαρχία του φетиχισμού του εμπορεύματος που εκδηλώνεται (και) μέσα στην κίνηση του θεάματος όπου «ο αισθητός κόσμος αντικαθίσταται από μια επιλογή εικόνων που υπάρχει πάνω απ' αυτόν και που παράλληλα, έχει κατορθώσει να αναγνωριστεί ως το κατεξοχήν αισθητό» (Debord, 1986: 38). Η κυρίαρχη ιδεολογία μπορεί να κρύβεται μέσα στο εμπόρευμα-σύμβολο όμως η επίδραση της -λόγω του υβριδισμού των ειδών του λόγου- επεκτείνεται και αναδιατάσσει όλο και περισσότερα πεδία της κοινωνικής ζωής ως πεδία ιδεολογικής και πολιτικής διαπάλης. Από αυτή την άποψη, μπορεί να υποστηριχθεί ότι οι κοινωνίες της ενημερωδιασκέδασης και της έντασης της στράτευσης των Μέσων είναι *περισσότερο* ιδεολογικές από τις μεταπολεμικές κοινωνίες των μεγάλων ιδεολογικών αφηγήσεων και του αυστηρού διαχωρισμού ενημέρωσης-ψυχαγωγίας-πολιτικής κοκ.

#### 4.17 Σύνοψη κεφαλαίου

Μέχρι στιγμής, εξετάσαμε τον νεοφιλελευθερισμό ως ένα σύνολο αλλαγών τις τελευταίες τέσσερις δεκαετίες στους όρους διεξαγωγής της ταξικής πάλης, αλλαγές προς όφελος του κεφαλαίου και εις βάρος της εργασίας. Ο νεοφιλελευθερισμός είναι ένας συνδυασμός συνειδητών επιλογών και προσπαθειών τμημάτων της άρχουσας τάξης και οργανικών, «αυθόρμητων» ανακατατάξεων μέσα στην καπιταλιστική κοινωνία.

Από τη μια, ένα τμήμα της διανοήσης –που κατόρθωσε να αναδειχθεί σε οργανική διανοήση– θεώρησε απαράδεκτους τους συμβιβασμούς των μεταπολεμικών δεκαετιών και παρενέβη ώστε να τους αναιρέσει και να ορίσει εκ νέου το περιεχόμενο του φιλελευθερισμού. Η κρίση της δεκαετίας του '70 επιτάχυνε αυτές τις εξελίξεις και κατέστησε στην άρχουσα τάξη σαφή την ανάγκη ενός διαφορετικού μοντέλου ηγεμονίας.

Ο νεοφιλελευθερισμός αποδιαρθρώνει και αναδιαρθρώνει το μεταπολεμικό μοντέλο ηγεμονίας και τροποποιεί τον ρόλο του κράτους. Μέσα από την έννοια του «ατόμου-επιχειρηματία» καταστρατηγεί τις βασικές αρχές του κορπορατισμού και της πρόνοιας, μέσα από την άρνηση της στρατηγικής διαπάλης Αριστεράς-Δεξιάς, εγκαταλείπεται η πολιτική ως πεδίο σύγκρουσης «μεγάλων αφηγήσεων».

Οι υποτελείς τάξεις συμμετέχουν σε ένα νέο κοινωνικό συμβόλαιο με την ιδιότητα του ατόμου-καταναλωτή πλέον. Υλικά, το συμβόλαιο αυτό θεμελιώνεται στη διευρυμένη/εξατομικευμένη κατανάλωση που στηρίζεται στον τραπεζικό δανεισμό και πολιτιστικά-ιδεολογικά στο εμπόρευμα-σύμβολο που είναι φορέας κύρους και προσωπικής διαφοροποίησης. Η κατανάλωση έχει κεντρικό ρόλο σε αυτή τη διαδικασία μετάβασης.

Ο Fukuyama, από τη δική του οπτική, φαίνεται να κατανοεί αυτή τη δυναμική γράφοντας, το 1989, σχετικά με την επικράτηση της Δύσης και του φιλελευθερισμού. «Αλλά αυτό το φαινόμενο (σ. η επικράτηση φιλελευθερισμού) εκτείνεται πολύ πέρα από την υψηλή πολιτική και μπορούμε να το δούμε επίσης στην αναπόφευκτη επέκταση της καταναλωτικής δυτικής κουλτούρας σε ένα εύρος πλαισίων, από τις αγροτικές αγορές και την έγχρωμη τηλεόραση που είναι πλέον πανταχού παρούσα στην Κίνα, τα συνεργατικά εστιατόρια και μαγαζιά με ρούχα που άνοιξαν τον τελευταίο χρόνο στη



Μόσχα, τον Μπετόβεν που ακούγεται σε ιαπωνικά καταστήματα και τη ροκ μουσική που απολαμβάνουν εξίσου στην Πράγα, την Γιανγκόν και την Τεχεράνη» (Fukuyama, 1989:3-4).

Ο «καταναλωτισμός νέου τύπου» (δυτικού κατά τον Fukuyama) είναι ο κρίκος που συνέχει την επέκταση των εμπορευματικών σχέσεων στο πρώην σοσιαλιστικό μπλοκ με την ανάπτυξη θεσμών κοινοβουλευτικής δημοκρατίας. Ο Bauman που τονίζει ότι η κατανάλωση εμπορευματοποιεί και τους ίδιους τους καταναλωτές και τους εκπαιδεύει στο πώς να είναι διαθέσιμοι και οι ίδιοι στην αγορά, να είναι αρκετά ευέλικτοι ώστε να καταστούν «αξιόπιστα εμπορεύματα» (Bauman, 2008: 85,91). Επιπλέον, ένα μοντέλο κατανάλωσης που παρέχει το εμπόρευμα-σύμβολο «ειδικά για σένα», συμβάλλει στην αναγκαία εξατομίκευση που έχει ανάγκη το ευέλικτο μοντέλο συσσώρευσης.

Η παραγωγή και η «εργασιακή ηθική» σε καμία περίπτωση δεν έχουν χάσει τη δυναμική τους στη διαμόρφωση των ζωών των ανθρώπων στον σύγχρονο καπιταλισμό. Όμως, πολλές φορές χρειάζεται να εργαστούμε «αντίστροφα» (εκκινώντας δηλαδή από την κατανάλωση και την αναπαραγωγή της εργατικής δύναμης) για να κατανοήσουμε την «παραγωγικοποίηση» δηλαδή την τάση επέκταση της λογικής της καπιταλιστικής παραγωγής σε όλες τις σφαίρες της κοινωνικής δραστηριότητας. Ο Δαρεμάς αναφέρει ότι «η κοινωνικοοικονομική αλύσωση των τηλεθεατών-πολιτών με τις διαφημιζόμενες εταιρείες μέσω της αγοραίας τηλεόρασης και των διαφημιστών συγκροτεί τον κοινωνικοπολιτισμικό πυρήνα του διεθνοποιημένου καπιταλισμού»(Δαρεμάς, 2004: 59).

Επιπλέον, η αλύσωση αυτή στο πλαίσιο των «νέων μέσων» περιλαμβάνει την εργασία του κοινού στον ελεύθερο χρόνο του με την παροχή προσωπικών δεδομένων, τη δημιουργία και συντήρηση ψηφιακών δικτύων (π.χ. γκρουπ κοινών ενδιαφερόντων) μέσα σε πλατφόρμες που εμπορευματοποιούν τα δεδομένα των χρηστών τους (Fuchs, 2014, 2017). Το κοινό παράγει τον εαυτό του ως εμπόρευμα και ως καταναλωτή. Με αυτό τον τρόπο τα MME καθίστανται κερδοφόρο πεδίο χωρίς καν να παράγουν περιεχόμενο, αρκεί να συντηρούν τη δυνατότητα της πλατφόρμας να δέχεται την εργασία των χρηστών. Όμως δεν περιορίζεται αυτή η επίδραση στο ζήτημα της κερδοφορίας των MME.

Η ψηφιακά διαμεσολαβημένη συμμετοχή στη διαφοροποιημένη και εξατομικευμένη κατανάλωση αποτελεί συγχρόνως όρο για την απόσπαση συναίνεσης – ιδιαίτερα σημαντικό σε μια περίοδο κρίσης του καπιταλισμού και των νεοφιλελεύθερων πολιτικών– αλλά και όρο για την ενίσχυση της παραγωγικότητας των εργαζομένων. Εξοικειώνει την εργατική τάξη σε μια εξατομικευμένη σχέση με την εργασία, ως μια διαδικασία επιδίωξης προσωπικών στόχων και ικανοποίησης (Pleios, 2017: 126-128). Μέσα από τη μορφή του παραγωγού-καταναλωτή (prosumer), αναδιαμορφώνονται οι όροι της εκμετάλλευσης αλλά και η διαμόρφωση της συνείδησης (Briziarelli & Hoffmann, 2019: 115). Το έργο του Dallas Smythe ως προς την ανάδειξη της παραγωγικής διάστασης της χρήσης των μέσων από το κοινό αποκτά νέα σημασία στην εποχή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Smythe, 1977, 1981 & Fuchs, 2017). Η εργατική τάξη που «μπορεί να θέλει» (Πλείος, 1993: 55) να είναι πιο παραγωγική στο νέο πλαίσιο, έχει «εκπαιδευτεί» για αυτό μέσα από τη χρήση των νέων μέσων, μέσα από την οργανική διαπλοκή τους σε κάθε διάσταση της καθημερινότητας. Αυτό είναι μια πλευρά της απόσπασης συναίνεσης που υπερβαίνει την ιδεολογική διάσταση των μέσων.

Αυτό δεν συνεπάγεται υποβάθμιση της αμιγώς ιδεολογικής διάστασης των μέσων επικοινωνίας. Είναι σημαντικό να τονίσουμε ξανά ότι η ιδεολογική διάσταση των μέσων επικοινωνίας διατηρείται και ιδίως σε περιόδους κρίσεων έρχεται στο προσκήνιο καθώς ενεργοποιούνται, με νέο τρόπο στις νέες συνθήκες, οι ιδεολογικές τακτικές της αποσπασματικότητας και της εξατομίκευσης. Έχουμε μια διαδικασία με την οποία η ιδεολογία και η εργασία έρχονται πιο κοντά, πάντα υπό την επίδραση των μέσων επικοινωνίας και της «ευχάριστης πληροφορίας».

Η κυριαρχία της «ευχάριστης πληροφορίας» επεκτείνεται στο πεδίο της παραγωγής μέσα από την παιγνιοποίηση (gamification) της παραγωγικής διαδικασίας προκειμένου το εργατικό δυναμικό να την αντιληφθεί μέσα από το πρίσμα βιντεοπαιχνιδιών (βραχυπρόθεσμοι στόχοι, ανταγωνισμό, άμεσες ανταμοιβές). Ο Woodcock αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο η διοίκηση ενός τηλεφωνικού κέντρου είχε συνδέσει σε ζωντανό χρόνο τις αποδόσεις όλων των εργαζομένων και τις μετέδιδε σε έναν πίνακα εντός του κέντρου ώστε όλοι οι εργαζόμενοι να βλέπουν τη θέση τους

στην κατάταξη – κάθε φορά υπήρχαν διαφορετικά μόνους για όσους κατατάσσονταν στις πρώτες θέσεις (Woodcock, 2019: 136<sup>86</sup>). Αντλώντας από μια δραστηριότητα του χρόνου αναπαραγωγής, η διοίκηση ήθελε να ενισχύσει την παραγωγικότητα των εργαζομένων την ίδια στιγμή που αποξένωνε τον έναν από τον άλλον. Η μείξη παιχνιδιού και εργασίας (playbour, play + labour) είναι ένα στοιχείο του σύγχρονου καπιταλισμού που θα ήταν αδιανόητο σε προηγούμενες περιόδους του καπιταλισμού όπου η εργασία ήταν αυστηρά διαχωρισμένη από την ψυχαγωγία και η πρώτη αποτελούσε προϋπόθεση της δεύτερης.

Ειδικότερα, η (διαρκώς διευρυνόμενη) ψηφιακή εργασία είτε στα ίδια τα μέσα επικοινωνίας είτε μέσω αυτών συνδυάζει στοιχεία έκφρασης και δημιουργικότητας με την ένταση της εκμετάλλευσης -που φθάνει στο βαθμό της απλήρωτης εργασίας- και την εμπορευματοποίηση των επικοινωνιακών δεξιοτήτων των ατόμων (Briziarelli & Hoffmann, 2019: 117).

Τα ΜΜΕ αποτελούν το κατεξοχήν πεδίο που τροφοδοτεί όλους αυτούς τους υβριδισμούς και τη σχετικοποίηση των ορίων<sup>87</sup> που είναι τόσο χαρακτηριστική των νέων μοντέλων παραγωγής, κατανάλωσης και απόσπασης της συναίνεσης. Συγχρόνως, εντός των ΜΜΕ διαμορφώνονται οι νέοι όροι ηγεμονίας και ταξικών συνασπισμών με τη διαφορά ότι στην κυρίαρχη νεοφιλελεύθερη ιδεολογία κυριαρχεί η εικόνα μιας κοινωνίας ατόμων. Σε αυτό το πλαίσιο, αναβαθμίζεται ο ρόλος των Μέσων ως ιδεολογικών μηχανισμών καθώς αποτελούν τους «κατεξοχήν χώρους που συγκροτούν εξατομικευμένες πρακτικές και αναπαραστάσεις» (Σακελλαρόπουλος & Σωτήρης, 2004: 41). Ο πολίτης που απευθύνεται στα δελτία των 8 για να λύσουν τα προβλήματα του έχει ενσωματώσει τη νέα λειτουργία του κοινωνικού συμβολαίου στην εποχή του νεοφιλελευθερισμού<sup>88</sup>.

Σε κάθε περίπτωση είναι το άτομο που δαιμονοποιείται για τις αποτυχίες του ή εξυμνείται για τις επιτυχίες. Αυτό συμπληρώνεται και τροφοδοτεί τη ρητορική της απουσίας εναλλακτικής. Η εργατική τάξη και τα λαϊκά στρώματα καλούνται να αποδεχθούν ως μοναδική εναλλακτική το σταδιακό ξήλωμα δομών πρόνοιας, να εξατομικεύσουν την ευθύνη για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν και να

επικροτήσουν τιμωρητικές πολιτικές απέναντι σε όποιον κρίνεται «παραβατικός». Η κυρίαρχη τάση αφορά τη μετατόπιση από το έθνος και τις τάξεις στο άτομο και τον καταναλωτή.

Ο Crouch προσφέρει μια εύστοχη διατύπωση σχετικά με τη δυσκολία των υποτελών τάξεων να εκφραστούν ως τέτοιες: τάξεις υπάρχουν αλλά είναι η κυρίαρχη και οι σύμμαχοι της που έχουν πλέον την ικανότητα αυτό-προσδιορισμού. Αντίθετα, «οι άλλες τάξεις δυσκολεύονται όλο και περισσότερο να δουν τον εαυτό τους, ή να τις δουν οι άλλοι, ως μια σαφώς προσδιορισμένη κοινωνική ομάδα» (Crouch, 2006: 117).

Δεν σημαίνει όμως αυτό το νεοφιλελεύθερο μοντέλο ηγεμονίας είναι άτρωτο ή ότι στερείται αντιφάσεων. Η κρίση του 2008 υπέσκαψε τα οικονομικά θεμέλια της νεοφιλελεύθερης ηγεμονίας, ιδίως την τροφοδότηση της κατανάλωσης μέσω της διευκόλυνσης του δανεισμού. Συγχρόνως, η ιδεολογική ενοχοποίηση των «σπάταλων» λαϊκών στρωμάτων για την κρίση παροξύνει τις αντιφάσεις του κυρίαρχου λόγου και των μηχανισμών του: τα ΜΜΕ που στηρίζουν τη λιτότητα είναι αυτά που προώθησαν τα νέα μοντέλα κατανάλωσης. Η κατανάλωση ενοχοποιείται αλλά συγχρόνως δεν μπορεί να σταματήσει ούτε όμως μπορεί πλέον να διογκώνει διαρκώς το χρέος, δημόσιο και ιδιωτικό. Τα άτομα-πολίτες-καταναλωτές καλούνται να καταφέρουν το ακατόρθωτο: σε μια περίοδο συρρίκνωσης των εισοδημάτων τους, να συνεχίσουν να καταναλώνουν και συγχρόνως να είναι συνεπείς ως προς την αποπληρωμή του χρέους τους. Η αντίφαση ανάμεσα στην «ασκητική ηθική της εργασίας και του χρέους» και στην «ηδονιστική ηθική της μαζικής κατανάλωσης» απονομιμοποιεί τα ΜΜΕ (Lazzarato, 2014: 12) αλλά και το σύνολο των βασικών θεωρήσεων των προηγούμενων δεκαετιών.

Θα στραφούμε τώρα στο ζήτημα αυτό, εξετάζοντας τα ελληνικά ΜΜΕ, την πορεία τους μέχρι το 2008, την πορεία τους μέσα στην κρίση και τις αλλαγές που αυτή επέφερε.

## Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> : Νεοφιλελευθερισμός και ελληνικά ΜΜΕ

Στο παρόν κεφάλαιο θα εξεταστεί αρχικά ο χαρακτήρας του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού και οι όροι διαμόρφωσης του ελληνικού καπιταλισμού. Θα γίνει προσπάθεια να συναρθρωθεί η «ελληνική ιδιαιτερότητα» με τις διεθνείς εξελίξεις και ιδίως με την κυριαρχία του νεοφιλελευθερισμού. Το ζήτημα αυτό θα επανέλθει, εξετάζονται τις ερμηνείες της ελληνικής κρίσης.

Μετέπειτα, θα στραφούμε στο επικοινωνιακό σύστημα της Ελλάδας. Αρχικά θα παρουσιαστεί η επίδραση της απορρύθμισης στις ιδιοκτησιακές σχέσεις και τα βασικά χαρακτηριστικά των ΜΜΕ στην περίοδο πριν από την κρίση. Στη συνέχεια θα εξεταστεί η επίδραση της κρίσης στην πολιτική οικονομία των ΜΜΕ αλλά και η αναπαράσταση της κρίσης και των μνημονιακών πολιτικών από τα ΜΜΕ, όπου αξιοποιώντας την υπάρχουσα βιβλιογραφία θα καταδειχθεί η στράτευση των εμπορικών ΜΜΕ στην κυρίαρχη ιδεολογία και τις αντίστοιχες ερμηνείες για την κρίση. Στο τέλος του κεφαλαίου, θα γίνει σύντομη αναφορά στον μετασχηματισμό του επικοινωνιακού συστήματος μετά το 2015.

### 5.1 Εισαγωγή – ελληνικός κοινωνικός σχηματισμός και πελατειακές σχέσεις

Αποτελεί πάγια συζήτηση των τελευταίων αρκετών δεκαετιών το αν και υπό ποιους όρους μπορεί να χαρακτηριστεί καπιταλιστικός, ο ελληνικός κοινωνικός σχηματισμός. Έχει αναπτυχθεί ένα σύνολο κοινωνιολογικών θεωρήσεων που είτε αρνούνται τον καπιταλιστικό χαρακτήρα της ελληνικής κοινωνίας είτε τονίζουν σε υπέρτερο βαθμό τις (δεδομένες) ιδιαιτερότητες του.

Το ζήτημα των πελατειακών σχέσεων αποτελεί ένα χαρακτηριστικό σημείο της συζήτησης γύρω από την «ελληνική ιδιαιτερότητα» στην ανάπτυξη ενός καπιταλιστικού κοινωνικο-οικονομικού σχηματισμού στον ελλαδικό χώρο και συνακόλουθα, μιας αστικής τάξης ως ηγέτιδας δύναμης εντός του.

Από τη σκοπιά της καχεκτικής ανάπτυξης της αστικής τάξης και της αντίστοιχης ιδεολογίας και πολιτισμού, ο Παναγιώτης Κονδύλης προσφέρει την πιο συνεκτική

ερμηνεία. Σύμφωνα με αυτή, στην Ελλάδα δεν διαμορφώθηκε ποτέ αστική τάξη με την «ειδοποιό σημασία του όρου» (Κονδύλης, 2011: 12) και σε αντιστοιχία με τα δυτικό-ευρωπαϊκά πρότυπα από τα οποία αντλήθηκε και ο κοινωνιολογικός όρος. Η προκαπιταλιστική, τουρκοκρατούμενη Ελλάδα δεν είχε μια οικονομική άνθηση ικανή να μετατραπεί στην πρωταρχική συσσώρευση που είναι αναγκαία για την ανάπτυξη καπιταλιστικών σχέσεων (Κονδύλης, 2011: 19). Αν και τμήματα του πληθυσμού εντάχθηκαν στις αναπτυσσόμενες καπιταλιστικές σχέσεις του 19<sup>ου</sup> αιώνα μέσω του εμπορίου, δεν κατόρθωσαν να μετασχηματίσουν την αγροτική-πατριαρχική οικονομία που κυριαρχούσε στην Ελλάδα.

Στη σκέψη του Κονδύλη, οι αλλαγές, όπως το πέρασμα στον βασιλευόμενο κοινοβουλευτισμό, έχουν έντονα το στίγμα της έξωθεν παρέμβασης (Κονδύλης, 2011: 25) και δεν αποτελούν προέκταση στο πολιτικό πεδίο των φιλοδοξιών της ανερχόμενης αστικής τάξης. Αποτέλεσμα αυτής της συνθήκης είναι η κυριαρχία των πελατειακών σχέσεων ως «παιδί» που γεννήθηκε από τη μείξη στενά τοπικιστικών συμφερόντων με το καθολικό εκλογικό δικαίωμα. Το ελληνικό κράτος του 20<sup>ου</sup> αιώνα επιτελεί παρεμφερή ρόλο με τα αστικά βιομηχανικά κέντρα του ευρωπαϊκού καπιταλισμού (Κονδύλης, 2011: 28) αφού εγγυάται την οικονομική μεγέθυνση –μεγεθυνόμενο το ίδιο- και την εξασφάλιση της απασχόλησης μέσα από ρουσφέτια, εξυπηρετήσεις κλπ. Τα κόμματα, σε αυτό το σχήμα, επιτελούν το ρόλο μεσάζοντα καθώς εκποιούν τον κρατικό μηχανισμό με αντάλλαγμα ψήφους και υποστήριξη. Σε κάθε περίπτωση, έχουμε ένα πλαίσιο όπου η διαίρεση κράτους-κοινωνίας και οι ταξικές διαιρέσεις αμβλύνονται. Το αποτέλεσμα είναι η κυριαρχία του μικροαστικού στοιχείου στη σύγχρονη Ελλάδα που αποτυπώνεται στη μεγάλη μάζα μικρο-ιδιοκτητών. Η περίοδος που ανοίγει με τη μεταπολίτευση οξύνει τις αντιφάσεις αυτού του μοντέλου ανάπτυξης καθώς διογκώνει το μικροαστικό στοιχείο και αναβαθμίζει το βιοτικό επίπεδο του μέσα από τη γενίκευση της κατανάλωσης, η οποία πραγματοποιείται με ένταση του εξωτερικού δανεισμού. (Κονδύλης, 2011: 60-62).

Σύνοψη αυτού του τρόπου σκέψης είναι η θέση ότι ο ελληνικός κοινωνικός σχηματισμός διακρίνεται από καχεκτική ανάπτυξη του καπιταλισμού (underdeveloped capitalism), ισχυρή κρατική παρέμβαση και, συνεπακόλουθα, απουσία αυτορρύθμισης

της αγοράς – σε αντίστιξη με προηγμένες καπιταλιστικές χώρες. Η ισχυρή κρατική παρέμβαση είναι προϊόν της αντίθεσης ανάμεσα στα συγκρότηση ενός εθνικού κράτους κατά τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, τη στιγμή που κατά την ίδια περίοδο η αντίστοιχη οικονομική βάση (καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής) ήταν περιορισμένη. Το αποτέλεσμα ήταν η ανάδειξη του συλλογικού κεφαλαιοκράτη σε ρυθμιστικού παράγοντα της οικονομικής ανάπτυξης. Επιπλέον, η ασθενής ανάπτυξης των καπιταλιστικών ταξικών σχέσεων οδηγούσε σε μια ασθενή ανάπτυξη των απρόσωπων μορφών κυριαρχίας που σχετίζονται με την καπιταλιστική παραγωγή και το χρήμα ως «γενικό ισοδύναμο» που ρυθμίζει την καπιταλιστική οικονομία.

Ο Μουζέλης, τονίζει ότι σε αυτό το πλαίσιο αναγκαστικά κυριαρχούν οι πελατειακές σχέσεις που οδηγούν ακόμα και τα κυρίαρχα κόμματα και συμφέροντα να προωθούν τις διεκδικήσεις τους με αυτό τον τρόπο (Μουζέλης 1980: 263, αναφέρεται σε Parathanassopoulos 1999). Οι πελατειακές σχέσεις θεωρούνται βαρίδι ως προς την ανάπτυξη μιας ισχυρής κοινωνίας πολιτών, διακριτής από το κράτος. Καθώς τονίζεται με αυτό τον τρόπο η σημασία του κρατικού μηχανισμού, η ταξική πάλη είτε εξαλείφεται σε αυτές τις αναλύσεις είτε θεωρείται ότι υπάρχει μόνο μέσα από συντεχνίες που αντιμάχονται για έσοδα από τον κρατικό προϋπολογισμό.

Ο Δημήτρης Χαραλάμπης (1989) δίνει την πιο ολοκληρωμένη σύλληψη σε σχέση με τον κομβικό ρόλο των πελατειακών σχέσεων στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τη δική του προσέγγιση, η ανάπτυξη του κοινωνικού συμβολαίου του κοινοβουλευτισμού αποτελεί προέκταση, στη σφαίρα της πολιτικής, του άνισου συμβολαίου μεταξύ κεφαλαίου-εργασίας στο πεδίο της παραγωγής. Η θεσμοθέτηση της κοινωνικής και πολιτικής σύγκρουσης αποτελεί χαρακτηριστικό των καπιταλιστικών κοινωνικών και ορίζει τις μη εμπρόσωπες και διαμεσολαβημένες σχέσεις που αναπτύσσονται εντός τους. Ωστόσο, η υλική βάση αυτή της θεσμοθέτησης απουσιάζει στην Ελλάδα του 19<sup>ου</sup> αιώνα κατά την εγκαθίδρυση του κοινοβουλευτισμού — απουσιάζει δηλαδή η πραγματική υπαγωγή της εργασίας στο κεφάλαιο <sup>89</sup>. Αυτό, σύμφωνα με τον Χαραλάμπη, σφραγίζει την πορεία του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού καθώς η αναπαραγωγή του «πραγματώνεται κατά

κύριο λόγο εξωθεσμικά, εξωσυμβολαϊκά. Οι διαδικασίες συναίνεσης είναι διαδικασίες διαπροσωπικής βάσης (πελατεία-πατρωνεία)» (Χαραλάμπης, 1989: 31).

Αυτό έχει σημαντικές συνέπειες σε όλη την πορεία της Ελλάδας στον 20<sup>ο</sup> αιώνα: καχυποψία απέναντι στον κοινοβουλευτισμό και την έννοια των δικαιωμάτων, αδυναμία συγκρότησης μαζικών κομμάτων και, κυρίως, εκπροσώπηση κοινωνικών συμφερόντων και συγκρούσεων μέσα από πελατειακά συστήματα που διαγωνίζονται για την πρόσβαση στον κρατικό μηχανισμό. Ο Χαραλάμπης συνάγει το συμπέρασμα ότι η έκφραση «η Ελλάδα καταναλώνει περισσότερα από όσα παράγει, δεν αποτελεί ουσιαστικά μομφή αλλά περιγραφή των όρων με τους οποίους πραγματοποιήθηκε η οικονομική ανάπτυξη και η κοινωνική ενσωμάτωση στα πλαίσια του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού» (Χαραλάμπης, 1989: 190). Στο πλαίσιο της περιόδου μετά τη δικτατορία, το ίδιο πρόβλημα μετατοπίζεται στο πεδίο της δανειοδότησης από την ΕΟΚ με το ΠΑΣΟΚ να συμπυκνώνει τις νέες πελατειακές σχέσεις μέσα από το συνδυασμό επιδοτήσεων και προσλήψεων στο δημόσιο, διογκώνοντας με αυτό τον τρόπο το δημόσιο έλλειμμα (Χαραλάμπης, 1989: 311).

Για τον Χαραλάμπη, η υπέρβαση αυτής της συνθήκης (την οποία ονομάζει εκσυγχρονισμό) αναγκαστικά περνάει μέσα από τη βαθύτερη πρόσδεση της Ελλάδας με την πορεία ευρωπαϊκής ενοποίησης μέσα από την οποία θα επέλθει η ολοκλήρωση της κεφαλαιοκρατικής συσσώρευσης στο εσωτερικό και θα επέλθει μια καλύτερη ισορροπία στις σχέσεις με το ξένο κεφάλαιο (Χαραλάμπης, 1989: 286-287)<sup>90</sup>.

Η ένταξη στην ευρωπαϊκή ενοποίηση (ΕΟΚ) και η επιδίωξη συμμετοχής στα επόμενα βήματα (Μάαστριχτ-Ε.Ε./ Ευρωζώνη) θεωρείται κομβικό στοιχείο για τον εκσυγχρονισμό τόσο του ελληνικού κράτους όσο και τη οικονομίας. Ο Διαμαντούρος θεωρεί ότι εδώ βρίσκεται το «κλειδί» για την υπέρβαση αυτού που ονομάζει πολιτισμικός δυισμός, της σύγκρουσης μεταξύ παρωχημένης και μεταρρυθμιστικής κουλτούρας (Διαμαντούρος, 2000). Η διαπάλη αυτή τέμνει την ελληνική κοινωνία, το πολιτικό σύστημα και τους θεσμούς κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μην μπορεί να ταυτιστεί με μόνιμο τρόπο κάποια δομή με μια από τις δύο κουλτούρες (Διαμαντούρος, 2000: 40, 83). Οι δύο ιδεότυποι της προσέγγισης του Διαμαντούρου μας δίνουν τη θεώρηση του



εκσυγχρονισμού στην πιο καθαρή μορφή της. Από τη μια, η παρωχημένη κουλτούρα που εστιάζει στην παράδοση, στην ισχύ του κράτους ενάντια στην κοινωνία των πολιτών, υπερτονίζει τη σημασία των δικαιωμάτων και στέκεται καχύποπτα απέναντι στην αξιοκρατία, επιδιώκοντας έναν «ισοπεδωτικό εξισωτισμό» (Διαμαντούρος, 2000: 54-57, 79-80). Από την άλλη, η μεταρρυθμιστική κουλτούρα επηρεάζεται από τα δυτικά φιλελεύθερα πολιτικά μοντέλα, επιδιώκει μια πιο ανταγωνιστική οικονομία και συνδέεται στενά με την ευρωπαϊκή ενοποίηση (Διαμαντούρος, 2000: 61-62,85)<sup>91</sup>.

Αυτό που διαφοροποιεί τον Διαμαντούρο από τον Χαραλάμπη είναι το αντεστραμμένο ταξικό πρόσημο που έχουν οι έννοιες του εξορθολογισμού και του εκσυγχρονισμού στο σχήμα του. Για παράδειγμα, αυτοί που αντιδρούν στο πρόγραμμα σταθεροποίησης του 1985 είναι «προνομιούχα συνδικάτα των υπαλλήλων του ευρύτερου δημόσιου τομέα» (Διαμαντούρος, 2000: 98) ενώ η ένταξη της ΓΣΕΕ στους εκσυγχρονιστές επικυρώνεται με την υπογραφή –τόσο το 1990 όσο και το 1993– γενικής συλλογικής σύμβασης που οι αυξήσεις κινούνται κάτω από τον πληθωρισμό (Διαμαντούρος, 2000: 108-109). Συνεπώς, η μείωση του πραγματικού μισθού θεωρείται στοιχείο εκσυγχρονισμού της ελληνικής οικονομίας όπως και η συγκέντρωση κεφαλαίου και ο περιορισμός των μικρών επιχειρήσεων (Διαμαντούρος, 2000: 115-116). Η μείωση της σημασίας των συλλογικών διαπραγματεύσεων είναι κατεξοχήν στοιχείο του νεοφιλελευθερισμού που απαξιώνει ως αντι-παραγωγικό το μεταπολεμικό κοινωνικό συμβόλαιο και τη συλλογική διασφάλιση των εργαζομένων. Η προσέγγιση του εκσυγχρονισμού, αποδίδοντας τα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας στη χαμηλή ανταγωνιστικότητα (που επίσης αποδίδεται στα προνόμια των εργαζομένων, ιδίως του δημόσιου τομέα), αποτελεί κρίσιμο κομμάτι της ελληνικής εκδοχής της ιδεολογίας του νεοφιλελευθερισμού.

Όχι τυχαία, η προσέγγιση αυτή απέκτησε νέα δυναμική μετά το 2010, θεωρώντας ότι η κρίση αποτελεί το σημείο έκρηξης των αντιθέσεων που χαρακτηρίζουν την ελληνική κοινωνία. Οι εν λόγω αντιθέσεις πλαισιώνονται ως σύγκρουση μεταξύ «"παρωχημένης" και "μεταρρυθμιστικής" κουλτούρας» με την πρώτη να «κυριαρχεί επί της δεύτερης» (Ζάραλη & Φραγκονικολόπουλος, 2013: 273-274). Στα πλαίσια αυτής της ερμηνείας,

ψυχιατρικοποιούνται οι αντιδράσεις του πληθυσμού στις συνέπειες της κρίσης και κάθε αντίληψη αμφισβήτησης του πλαισίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης απορρίπτεται συλλήβδην ως κομμάτι συνωμοσιολογίας που συνδέεται με την εικόνα των Ελλήνων ως «λαός περιούσιος μα πάντα προδομένος» (Ζάραλη & Φραγκονικολόπουλος, 2013: 275-276)<sup>92</sup>.

Πλευρά της παραπάνω αφήγησης είναι η άρνηση (ή μετριασμός) της επίδρασης του νεοφιλελευθερισμού στην Ελλάδα. Για παράδειγμα, η άνοδος του ατομικισμού από τη δεκαετία του '80 δεν θεωρείται ότι συνδέεται με το αντίστοιχο διεθνές ρεύμα αλλά είναι μια ιδιαίτερη ελληνική περίπτωση. Όπως αναφέρει ο Βαμβακάς «ο νέος ατομικισμός είναι ... πιο πολύ ψυχολογικά παρά οικονομικά προσανατολισμένος (δίπλα στον fashion victim τουρίστα της Μυκόνου επιτρέπει την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρίστα, π.χ. της Αστυπάλαιας ή των Κουφονησίων)» (Βαμβακάς, 2014: 261).<sup>93</sup>

Η έμφαση στις πελατειακές σχέσεις έχει κεντρικό ρόλο και στις κυρίαρχες αναλύσεις για το ελληνικό επικοινωνιακό σύστημα. Σύμφωνα με τον Παπαθανασόπουλο «ένα πλεονέκτημα της θεώρησης των πελατειακών σχέσεων είναι ότι μας πηγαίνει πέρα από μια απλή διχοτόμηση που υιοθετούν οι προσεγγίσεις της φιλελεύθερης και της πολιτικής οικονομίας των ΜΜΕ» (Παπαθανασόπουλος, 2010: 145). Τονίζει και αυτός ότι ο κύριος παράγοντας που στηρίζει την ανάπτυξη πελατειακών σχέσεων είναι ο κεντρικός ρόλος του κράτους σε κοινωνίες όπου καθυστέρησαν οι καπιταλιστικοί μετασχηματισμοί και το πέρασμα στην κοινοβουλευτική δημοκρατία (Παπαθανασόπουλος, 2010: 138, 144). Αυτό οδηγεί σε μια ιδιαίτερα έντονη πρόσδεση των οικονομικών ελίτ στον κρατικό μηχανισμό που εκφράζεται, μεταξύ άλλων, στην πίεση προς τους πολιτικούς για επιλεκτική έκθεση της διαφθοράς με στόχο, μέσω αυτή της μορφής εκβιασμού, να υπάρξουν οφέλη για τους ιδιοκτήτες των Μέσων (Παπαθανασόπουλος, 2010: 153-154).

Οι προσεγγίσεις που εξετάσαμε παραπάνω δεν αρνούνται τον νεωτερικό-καπιταλιστικό χαρακτήρα της Ελλάδας. Ωστόσο, μέσα στο σχήμα του εξορθολογισμού-εκσυγχρονισμού, ενυπάρχει η θεώρηση μιας ενιαίας και απaráλλακτης νεωτερικότητας προς την οποία οφείλει να συγκλίνει ο ελληνικός κοινωνικός σχηματισμός. Υπάρχει μια σαφής κανονιστική διάσταση σε αυτή την ανάλυση: η σύγχρονη ελληνική ιστορία φέρει

το στίγμα της παρέκκλισης από το οποίο μπορεί και πρέπει να απαλλαγεί. Το πρώτο βήμα σε αυτή την κατεύθυνση είθισται να είναι η ένταση της πρόσδεσης στην πορεία της ευρωπαϊκής ενοποίησης.

Καταρχάς, απαιτείται συνοπτικά μια κριτική στην υφέρπουσα θεωρία της νεωτερικότητας που υπάρχει σε αυτές τις προσεγγίσεις. Μετατρέποντας τη βιομηχανική επανάσταση σε έναν ιδεότυπο, αποκλείουν την Ελλάδα από αυτό και ξεκινάνε την κατασκευή άλλων θεωρητικών σχημάτων για να ερμηνεύσουν τον «ιδιαιτέρο» ελληνικό κοινωνικό σχηματισμό. Εδώ πέρα θα μας βοηθήσει η σκέψη του Fredric Jameson που αντιλαμβάνεται τη νεωτερικότητα μόνο σε στενή σύνδεση με την έννοια του καπιταλισμού (Jameson, 2012: 13).

Δανειζόμενος από τη θεωρία του Marx για τη γέννηση του καπιταλισμού, ο Jameson τονίζει τη διαλεκτική σχέση του γενικού ιστορικού περάσματος στη νεωτερικότητα με τις συγκεκριμένες, ιστορικά προσδιορισμένες, συνθήκες κάθε έθνους. Γράφει σχετικά «κάθε εθνική πορεία -συμπεριλαμβανομένης της κεντρικής, και παλαιότερη από όλες, αναπαράστασης του Βρετανικού καπιταλισμού ως τέτοιου- επικαθορίζεται με μοναδικό τρόπο από τον εμπειρικά συγκεκριμένο χαρακτήρα της εθνικής κουλτούρας και της ιστορικής συνθήκης ως τέτοιας με έναν τέτοιο τρόπο ώστε... να μην υπάρχει “βασικό” ιστορικό υπόδειγμα (paradigm), όλα τα μονοπάτια της καπιταλιστικής ανάπτυξης είναι μοναδικά και ανεπανάληπτα» (Jameson, 2012: 182). Με αυτό τον τρόπο αντιλαμβάνεται τη διαλεκτικού καθολικού-μερικού, ως αλληλεπίδραση μια νοητικής κατασκευής (conceptual construction στον Jameson, που μάλλον αντιστοιχεί στον ιδεότυπο του Weber) με ιστορικά και εθνικά συγκεκριμένες συνθήκες που επικαθορίζουν την εκδήλωση του καθολικού (Jameson, 2012: 183). Η νεωτερικότητα, σε αυτό το σύστημα, έχει αντικείμενο, αναφέρεται σε πραγματικές διαδικασίες μετασχηματισμού αλλά, συγχρόνως, είναι επηρεασμένη από την ιδεολογία. Η «νεωτερικότητα ως ιδεολογία» σχετίζεται, για τον Jameson, με την προσπάθεια, μεταπολεμικά, σταθεροποίησης των κοινωνικών συστημάτων σε Ανατολή και Δύση και την αποφυγή αναταραχών μέσα από την εξέλιξη των τεχνικών κοινωνικού ελέγχου (Jameson, 2012: 166). Αυτό δεν αναιρεί ότι εντός ενός κοινωνικού σχηματισμού, λόγω

του ιδιαίτερου τρόπου περάσματος στη νεωτερικότητα, μπορεί να συνυπάρχουν στοιχεία διαφορετικών φάσεων της νεωτερικότητας καθώς και προ-νεωτερικά στοιχεία. Όπως θα δούμε παρακάτω, αυτό έχει σημασία για την κατανόηση του ελληνικού επικοινωνιακού συστήματος.

Ωστόσο, αυτό που θέλουμε να τονίσουμε εδώ είναι ότι η θεώρηση ότι κάποιος κοινωνικός σχηματισμός δεν είναι «νεωτερικός» ή «δεν έχει περάσει Διαφωτισμό» εγγράφεται στην κυρίαρχη ιδεολογία με στόχο την αποδοχή της τεχνογνωσίας κάποιων άλλων, «ανώτερων», «ειδικών» που είναι φορείς των αξιών της νεωτερικότητας και δη του ορθολογισμού. Υπό αυτή την έννοια, είμαστε ξανά μπροστά σε μια από τις βασικές λειτουργίες της ιδεολογίας: την αναπαράσταση μιας συνθήκης με τέτοιο τρόπο ώστε να «φυσικοποιείται» και να χάνει τη συγκρουσιακή δυναμική της ώστε να μην αποτελεί διακύβευμα της διαπάλης.

Πιο συγκεκριμένα, πρέπει να εξετάσουμε με αυτό τον τρόπο, ως ιδεολογία, τη συζήτηση για τον εκσυγχρονισμό στην Ελλάδα στη δεκαετία του '80 και -ιδίως- στη δεκαετία του '90. Για τους Σακελλαρόπουλο και Σωτήρη (2004), η συζήτηση γύρω από τον εκσυγχρονισμό πρέπει να ιδωθεί εντός του πλαισίου των καπιταλιστικών αναδιαρθρώσεων της δεκαετίας του '90 και της προσπάθειας να συγκροτηθεί ένας νέος ηγεμονικός ταξικός συνασπισμός, απαλλαγμένος από τα βαρίδια των παραχωρήσεων προηγούμενων δεκαετιών (κυρίαρχα της μεταπολίτευσης) προς τις υποτελείς τάξεις και στρώματα. Ασκούν κριτική στους Διαμαντούρο & Μουζέλη, θεωρώντας ότι η επίκληση του εκσυγχρονισμού έχει σαφή και δεδηλωμένο στόχο «ο ένας πόλος της κοινωνικής αντίθεσης να κυριαρχήσει πάνω στον δεύτερο» (Σακελλαρόπουλος & Σωτήρης, 2004: 90). Στο ζήτημα αυτό θα επανέλθουμε εξετάζοντας το κοινωνικό-ταξικό πρόσημο των μνημονιακών μέτρων.

Επιπλέον, ο εκσυγχρονισμός δεν αποτελεί μόνο μια ρητορική ή μια θεωρητική προσέγγιση. Μέσα στο ιστορικό πλαίσιο του τέλους του 20<sup>ου</sup> αιώνα, τέθηκαν μια σειρά από ζητήματα για τον ελληνικό κοινωνικό σχηματισμό. Η ένταση της διεθνοποίησης του κεφαλαίου και του διεθνούς ανταγωνισμού, οι αλλαγές στην παραγωγή (με την ενίσχυση του ρόλου της διανοητικής εργασίας και την απαίτηση για ευελιξία) έθεταν μια σειρά

από προκλήσεις αλλά και κινδύνους. Ουσιαστικά, το σύνολο των αλλαγών που είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο φάνηκε να απειλούν τη διεθνή θέση ενός κοινωνικού σχηματισμού που ήταν εμφανές ότι δεν μπορούσε να ανταγωνιστεί ανεπτυγμένους καπιταλιστικούς σχηματισμούς του ευρωπαϊκού κέντρου.

Ο ηγεμονικός ταξικός συνασπισμός συγκρότησε μια αντίστοιχη στρατηγική που περιελάμβανε την ένταξη στην Ε.Ε. (υπογραφή Συνθήκης του Μάαστριχτ) και την Ευρωζώνη και την αναίρεση κατακτήσεων των υποτελών τάξεων και στρωμάτων. Υπό αυτή την έννοια, ο εκσυγχρονισμός αποτέλεσε ένα πολιτικό σχέδιο που συμπυκνώθηκε αρχικά, κατά τους Σακελλαρόπουλος & Σωτήρη, στη λεγόμενη εκσυγχρονιστική πτέρυγα του ΠΑΣΟΚ και στο πρόσωπο του Κώστα Σημίτη<sup>94</sup>. Στη σκέψη του (μετέπειτα) πρωθυπουργού στις αρχές της δεκαετίας του '90 διακρίνεται η πρόσδεση στην ευρωπαϊκή ενοποίηση με όρους φυσικής νομοτέλειας (Σακελλαρόπουλος & Σωτήρης, 2004: 98). Με αυτό τον τρόπο νομιμοποιούνται αρνητικές εξελίξεις όπως η αύξηση της ανεργίας και η μείωση των μισθών (Σακελλαρόπουλος & Σωτήρης, 2004: 169-171) και εν γένει αναιρείται η τάση κοινωνικής ρύθμισης των ανισοτήτων της καπιταλιστικής αγοράς.

Η στροφή στο νεοφιλελευθερισμό αποτελεί επίσης κομμάτι μιας ταξικής στρατηγικής αντιμετώπισης μιας οικονομικής κρίσης. Αν στο διεθνές πλαίσιο συνδέθηκε με την πετρελαϊκή κρίση του 1973, στην Ελλάδα συνδέθηκε με το διπλασιασμό του ελλείμματος στο ισοζύγιο συναλλαγών από 4.9% του ΑΕΠ το 1982 στο 10% του ΑΕΠ το 1985 (Sakellaropoulos, 2019: 213). Αυτό δεν σημαίνει ότι η κρίση του 1973 δεν επηρέασε την ελληνική οικονομία καθώς είναι γνωστή η ραγδαία αύξηση των ζημιολόγων επιχειρήσεων στα τέλη της δεκαετίας του '70. Ωστόσο, οι ειδικές συνθήκες της μεταπολίτευσης και η πίεση για παραχωρήσεις προς τους εργαζόμενους και τα λαϊκά στρώματα τόσο σε επίπεδο θεσμικό όσο και οικονομικό, δεν επέτρεπαν την εκδήλωση της νεοφιλελεύθερης πολιτικής νωρίτερα. Επιπλέον, στο πεδίο της οικονομίας εμφανίζεται η άνοδος του δανεισμού των νοικοκυριών και η χαλάρωση γενικά της δανειοδότησης εκ μέρους των τραπεζών (Λαπαβίτσας, 2010). Όπως είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, ο νεοφιλελευθερισμός δεν αποκλείει εξ ολοκλήρου τις

υποτελείς τάξεις και στρώματα αλλά ενσωματώνει τις διεκδικήσεις τους με διαφορετικό τρόπο, επενδύοντας στην εξατομίκευση και την κατανάλωση που τροφοδοτείται από το χρέος.

Συνοπτικά, θα λέγαμε ότι ο εκσυγχρονισμός αποτέλεσε την ελληνική έκφραση της νεοφιλελεύθερης ιδεολογίας. Αυτό δεν συνεπάγεται ότι οι αφετηρίες των ερωτημάτων που τίθενται είναι εσφαλμένες ή εξυπηρετούν μόνο στόχους ιδεολογικούς. Είναι δεδομένο ότι το ζήτημα της καθυστερημένης ανάπτυξης των καπιταλιστικών σχέσεων στην Ελλάδα ή της μεγάλης σημασίας του κράτους για την οικονομία και την κοινωνική ζωή. Όμως, η πλαισίωση αυτών των ζητημάτων εντός μιας απολυτοποιημένης αντίθεσης ανάμεσα στην παράδοση και τον εκσυγχρονισμό δεν μπορεί να αποτελέσει γόνιμο εργαλείο ανάλυσης. Χρειάζεται να σκεφτούμε τόσο πάνω στο ζήτημα της συνύπαρξης στοιχείων από διαφορετικές φάσεις ανάπτυξης ενός κοινωνικού σχηματισμού όσο και πάνω στην επίδραση που έχουν στο μοντέλο ανάπτυξης οι ανισόμετρες σχέσεις μεταξύ ενός εθνικού καπιταλιστικού σχηματισμού της λεγόμενης περιφέρειας και του ανεπτυγμένου κέντρου του διεθνούς καπιταλισμού.

### 5.3 Εξάρτηση και ένταξη στην ευρωπαϊκή ενοποίηση

Η θεωρία αυτή εδράζεται στα κλασικά έργα των Lenin-Bukharin για τον ιμπεριαλισμό και την ανισόμετρη ανάπτυξη των διαφορετικών οικονομιών εντός του διεθνούς καπιταλισμού (Lenin, 1988, Bukharin, 2004). Ο Λιόσης επιχειρεί να δώσει ένα γενικό ορισμό της εξάρτησης ως εξής «εντός του ιμπεριαλιστικού συστήματος λαμβάνει χώρα η ανισόμετρη οικονομική και πολιτική ανάπτυξη...άρα υπάρχουν κρατικές οντότητες, εν προκειμένω ιμπεριαλιστικές, που χαράζουν πολιτική και την επιβάλλουν και κρατικές οντότητες που ακολουθούν τη σχεδιασμένη πολιτική είτε με την ενεργητική συναίνεση τους είτε γιατί αναγκάζονται... οι σχέσεις εξάρτησης αποτυπώνονται... με διάφορες μορφές: εμπορικά ελλείμματα, δανειοδότηση με επαίσχυντες συμφωνίες, εξαγορά κρατικής περιουσίας και πλουτοπαραγωγικών πηγών της χώρας από το ξένο κεφάλαιο με όρους υπέρ του αγοραστή, εκτέλεση δημόσιων έργων από πολυεθνικές που συνοδεύεται από τη χρηματοδότηση των πολυεθνικών από το κράτος στο οποίο εκτελούνται τα έργα...υπαγόρευση ή επιβολή πολιτικών, στρατιωτική, ενεργειακή και

τεχνολογική εξάρτηση..» (Λιόσης, 2012: 146). Αυτός ο ορισμός έχει το πλεονέκτημα ότι δεν αποκλείει το στοιχείο του καταναγκασμού μέσω της βίας (όπως, για παράδειγμα, στην κλασική αποικιοκρατία) αλλά δεν το καθιστά διακριτικό γνώρισμα της εξάρτησης. Επιπλέον, αναγνωρίζει την ύπαρξη εσωτερικών αντιθέσεων στον εξαρτημένο κοινωνικό σχηματισμό, η ανάπτυξη του οποίου οριοθετείται και κατευθύνεται από τους ισχυρότερους παράγοντες του διεθνούς καπιταλιστικού συστήματος σε συνδυασμό, όμως, με τις επιλογές της εγχώριας άρχουσας τάξης. Υπό αυτή την έννοια, η εξάρτηση είναι προϊόν των ειδικών όρων ένταξης ορισμένων καπιταλιστικών κοινωνικών σχηματισμών στο διεθνές πλαίσιο ανταγωνισμού.

Σε αυτό το πλαίσιο, αξιοποιείται συχνά η έννοια της νεοαποικιοκρατίας προκειμένου να περιγραφεί η εξάρτηση στο πλαίσιο του τέλους του 20<sup>ου</sup> αιώνα και στις αρχές του 21<sup>ου</sup> (Λιόσης, 2012: 71). Ανεξαρτήτως μιας συζήτησης σχετικά με το πόσο επιτυχημένος ή όχι είναι αυτός ο όρος, έχει σημασία το τι προσπαθεί να περιγράψει. Στις νέες συνθήκες, η οικονομική και πολιτική ανισότητα δεν εκφράζεται μέσω της στρατιωτικής κατοχής αλλά μέσω της προσάρτησης σε υπερεθνικούς οργανισμούς και στο πλαίσιο που θέτει το διεθνές χρηματιστικό κεφάλαιο. Το αμερικανικό κράτος, παρόλο που έχει τη δική του ιστορία εμπλοκής σε πραξικοπήματα, πρωτοστάτησε σε αυτό το νέο μοντέλο, αφομοιώνοντας με αυτό τον τρόπο τα διδάγματα από την κατάλυση της αποικιοκρατίας. Στις νέες συνθήκες, όπως εκφράστηκαν στη χρεοκοπία του Μεξικού την περίοδο 1982-84 και την εμπλοκή του ΔΝΤ στη χώρα, το ζητούμενο είναι η συναίνεση της άρχουσας τάξης στο εσωτερικό της χώρας-στόχος και η αξιοποίηση του δημοσίου χρέους ως μοχλό «φιλελευθεροποίησης της οικονομίας» (Harvey 2007β: 28-29). Στο πολιτικό επίπεδο, η συμμετοχή των ειδικών που προέρχονται από υπερεθνικούς οργανισμούς χρησιμεύει τόσο ως καθοδήγηση στο εγχώριο πολιτικό προσωπικό όσο ως μεταφορά εξουσίας προς μηχανισμούς που δεν υπάγονται σε κοινοβουλευτικό έλεγχο και ενσωματώνουν σε μικρότερο βαθμό τη δυσαρέσκεια των πολιτών.. Η «εξαγωγή» του νεοφιλελευθερισμού –όπως τον εξετάσαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο– είναι βασικό στοιχείο των νέων σχέσεων εξάρτησης και ανισότητας στις διεθνείς σχέσεις την εποχή του παγκοσμιοποιημένου καπιταλισμού.

Με αυτή την έννοια, ο ορισμός της εξάρτησης με αυτό τον τρόπο είναι χρήσιμος για την περίοδο του νεοφιλελευθερισμού και του αναβαθμισμένου ρόλου των υπερεθνικών οργανισμών, όπως είδαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο. Η «οριοθετημένη ανάπτυξη» -αν μπορεί να ειπωθεί έτσι- δεν έχει να κάνει μόνο με την ποσοτική διάσταση αλλά και με την ποιοτική. Ένας εξαρτημένος κοινωνικός σχηματισμός εντάσσεται από μειονεκτική θέση στο διεθνή καταμερισμό εργασίας και αυτό επικαθορίζει, μεταξύ άλλων, το σε ποιους τομείς δραστηριότητας μπορεί να στραφεί.

Στην Ελλάδα η εξάρτηση προσδιορίζεται από την ιστορική ανάπτυξη του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής εντός της. Δεν είναι απλώς το ζήτημα μιας «καθυστέρησης» στη διαμόρφωση καπιταλιστικών σχέσεων στην παραγωγή — όπως είδαμε στον Κονδύλη παραπάνω. Ο Πουλαντζάς εντοπίζει το ζήτημα στην αντίφαση που προέκυψε κατά τον 19<sup>ο</sup> αιώνα στην Ελλάδα όπου η πρωταρχική συσσώρευση κεφαλαίου πραγματοποιούνταν κυρίως μέσω του εξωτερικού εμπορίου ενώ η ενδογενής συσσώρευση καθίστατο ιδιαίτερα δύσκολη. Αυτό διαμόρφωσε μια συνθήκη όπου καπιταλιστικές σχέσεις παραγωγής συναρθρώνονται με προηγούμενους, προκαπιταλιστικούς τρόπους παραγωγής που παρουσιάζουν αντοχή λόγω της αδύναμης εκβιομηχάνισης. Το αποτέλεσμα των παραπάνω είναι μια άρχουσα τάξη που έχει στοιχεία ολιγαρχίας, στρέφεται σε μεταπρατικές οικονομικές δραστηριότητες και εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το ξένο εμπορικό και χρηματιστικό κεφάλαιο (Πουλαντζάς, 2006: 12-13).

Η συνύπαρξη διαφορετικών φάσεων ανάπτυξης είναι ενσωματωμένη στον τρόπο ύπαρξης και εξέλιξης τόσο του ελληνικού καπιταλισμού όσο και του τρόπου άσκησης κυριαρχίας. Η βιομηχανική παραγωγή αναπτύσσεται με αργό τρόπο και επιταχύνει μόνο με την είσοδο ξένων επενδύσεων τη δεκαετία του '60, με αποτέλεσμα η ραγδαία αύξηση του ΑΕΠ της περιόδου να συμβαδίζει με την ένταση της εξάρτησης (Πουλαντζάς, 2006: 17-18). Αυτό είναι ένα ακόμα σημαντικό στοιχείο απέναντι σε ερμηνείες της εξάρτησης που την ταυτίζουν εσφαλμένα με την οικονομική στασιμότητα.

Εντός αυτού του πλαισίου, αναγνωρίζεται ο ιδιαίτερα ισχυρός ρόλος του κράτους (και) ως προς τη στήριξη της οικονομικής ανάπτυξης. Η ιστορική καθυστέρηση στην



ανάπτυξη της ελληνικής αστικής τάξης<sup>95</sup> οδήγησε στη δημιουργία ενός γραφειοκρατικού κρατικού μηχανισμού που, προκειμένου να ενισχύσει το εγχώριο κεφάλαιο, στράφηκε σε ένα οικονομικό μοντέλο ανάπτυξη που στηρίζονταν στο χρέος (debt-led growth) και που καθιστούσε την οικονομία «εξαιρετικά ευαίσθητη στις ροές ξένου κεφαλαίου και στις παγκόσμιες τάσεις του καπιταλισμού» (Michael-Matsas, 2010: 497).

Υπό αυτή την έννοια, όλες οι χρεοκοπίες του ελληνικού κράτους (1893, 1932, 2010), σχετίζονται με διεθνείς κρίσεις που έπληξαν με ιδιαίτερη σφοδρότητα την ελληνική οικονομία. Αυτό δεν ήταν αποτέλεσμα κάποιας διεθνούς συνωμοσίας απέναντι στον ελληνικό λαό αλλά αποτέλεσμα της έκθεσης του ελληνικού καπιταλισμού στο διεθνή ανταγωνισμό. Η διαδικασία αυτή ενισχύεται μετά την έσοδο στην ΕΟΚ και την άρση προστατευτικών φραγμών στο εξωτερικό εμπόριο. Η αποδυνάμωση του παραγωγικού ιστού της χώρας αποτυπώνεται στη μείωση του αγροτικού πληθυσμού (από 31% το 1981 στο 13% το 2006, Michael-Matsas, 2010: 498), την επιδείνωση της εμπορικής θέσης του ελληνικού καπιταλισμού –ως προϊόν, μεταξύ άλλων, της απώλειας ελέγχου επί εργαλείων νομισματικής πολιτικής (Manroudeas & Paitaridis, 2013: 37-38), την αποδιάρθρωση της ούτως ή άλλως ασθενικής βιομηχανίας και την άνοδο του κρατικού δανεισμού (Maniatis, 2015: 37). Αν η Μικρασιατική καταστροφή έβαλε απότομα τέλος στις τυχοδιωκτικές προσδοκίες του ελληνικού κράτους και της άρχουσας τάξης για την Ελλάδα των «δύο ηπείρων και πέντε θαλασσών», η κρίση δημοσίου χρέους του 2010 μπορεί να διαβαστεί ως η κατάρρευση των προσδοκιών της «ισχυρής Ελλάδας» που περνάει στον κύκλο των «ανεπτυγμένων οικονομιών» χάρη στην ένταξη της στην Ευρωζώνη το 1999 (Sakellaropoulos, 2019: 215, Michael-Matsas, 2010: 496).

Έχει σημασία να τονίσουμε την ενεργητική διάσταση του ηγεμονικού ταξικού συνασπισμού στην Ελλάδα. Μια από τις πιο συνηθισμένες κριτικές στη θεωρία της εξάρτησης -και εν μέρει δικαιολογημένη- είναι ότι υποτιμά τις διαφορετικές επιδιώξεις και στρατηγικές που αναπτύσσονται στο εσωτερικό ενός εξαρτημένου κοινωνικού σχηματισμού που εντάσσεται ως ηγεμονευόμενος σε διαδικασίες όπως αυτή της ευρωπαϊκής ενοποίησης. Δεν μπορεί εύλογα να υποστηριχθεί ότι ο ηγεμονικός ταξικός συνασπισμός στην Ελλάδα εξαναγκάστηκε τη δεκαετία του '90 να εντείνει την πρόσδεση

του με την ευρωπαϊκή ενοποίηση. Όπως τονίζουν οι Σακελλαρόπουλος & Σωτήρης, πρόκειται για μια συνειδητή επιλογή έκθεσης σε ένα πλαίσιο εντεινόμενου ανταγωνισμού με στόχο «να διαπλακούν με κινήσεις κεφαλαίων, να εκμεταλλευτούν τη διαρκή πίεση από σχηματισμούς με υψηλότερη παραγωγικότητα, να αξιοποιήσουν την ώθηση για συσσώρευση αλλά και να θωρακίσουν πολιτικά και ιδεολογικά την αναδιαρθρωτική διαδικασία στο εσωτερικό τους» (Σακελλαρόπουλος & Σωτήρης, 2004: 136). Υπό αυτή την έννοια, δεν μιλάμε απλά για επιβολή «από τα έξω» αλλά για μια πιο σύνθετη διαδικασία όπου η εξαρτημένη θέση του ελληνικού καπιταλισμού, ορίζει το γενικό πλαίσιο. Εντός αυτού, η άρχουσα τάση παίρνει την επιλογή να μεταφερθεί στο εσωτερικό η πίεση του διεθνούς ανταγωνισμού και να αξιοποιηθεί για την εσωτερική αναδιάρθρωση.

Ήδη από τις μεταπολεμικές δεκαετίες που ο ελληνικός καπιταλισμός επιτυγχάνει σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης, γεννιέται σε μερίδες της άρχουσας τάξης η φιλοδοξία ένταξης στην ΕΟΚ ως μέσο ανόδου της παραγωγικότητας, εκκαθάρισης των πιο αδύναμων μερίδων του κεφαλαίου και πολιτικής σταθεροποίησης (Sakellagorou, 2019: 210). Αυτό καθίσταται πάγια πολιτική του ελληνικού κράτους μέχρι σήμερα με σημείο τομής τη δεκαετία του '90 που σφραγίστηκε από την υπογραφή της Συνθήκης του Μάαστριχτ το 1992 και την ένταξη στην Ευρωζώνη το 2001. Σε όλη αυτή την περίοδο, η ελληνική οικονομία μετατοπίζεται με πολύ αργούς ρυθμούς προς τομείς με υψηλότερη προστιθέμενη αξία, ενώ την ίδια στιγμή το έλλειμμα στο εμπορικό ισοζύγιο και το δημόσιο χρέος διογκώνονται (βλ. στοιχεία σε Sakellagorou, 2019: 215-216, Λαπαβίτσας, 2010). Η πρόσδεση από ηγεμονευόμενες θέσεις στο εγχείρημα της ευρωπαϊκής ενοποίησης δημιούργησε προβλήματα που κατέλαβαν, όπως θα δούμε παρακάτω, κομβικό ρόλο στο πώς εκφράστηκε η διεθνής κρίση του 2008 στην Ελλάδα.

Συνοπτικά, η θεωρία της εξάρτησης, από τη μεταπολεμική περίοδο και μετά, συνοψίζεται στην εκτίμηση ότι ο ελληνικός καπιταλισμός είναι μεσαίου επιπέδου ανάπτυξης<sup>96</sup>, τείνει σταθερά να διαπλέκεται ανισομερώς με την πορεία της ευρωπαϊκής ενοποίησης ενώ αναπτύσσει βλέψεις επέκτασης της επιρροής του στην περιοχή των Βαλκανίων. Οι τάσεις αυτές ενισχύθηκαν τη δεκαετία του '90 καθώς καλλιεργήθηκαν

ελπίδες για την αναβάθμιση του ρόλου του ελληνικού καπιταλισμού, οι οποίες συνετρίβησαν απότομα μες την κρίση. Όπως γράφει ο Γιώργος Δελαστικός «ούτε το κοινωνικό σύστημα ούτε η σχέση εξάρτησης του ελληνικού καπιταλισμού από τα ιμπεριαλιστικά κέντρα άλλαξε θεμελιωδώς τον μισόν αιώνα από το 1950 ως το 2000, παρά τις σχετικές αλλαγές της θέσης του ελληνικού καπιταλισμού μέσα σε αυτό το πλαίσιο. Η άρχουσα τάξη όμως προσπαθούσε κάθε φορά, σε κάθε φάση, να δώσει κάποιο όραμα στον ελληνικό λαό, να τον πείσει ότι είναι ισότιμο μέλος κάποιας συμμαχίας και όχι υποτελές όργανο» (ΠΡΙΝ, 4/8/2010, αναφέρεται σε Λιόσης, 2012, 348).

Αυτό έχει σημασία: η εξάρτηση -τουλάχιστον πριν την κρίση- στο ιδεολογικό επίπεδο δεν εκφραζόταν ως μια παραδοχή ηγεμόνευσης απέναντι στην ευρωπαϊκή ενοποίηση ή, νωρίτερα, απέναντι στις ΗΠΑ. Στη συγκρότηση ταξικών συνασπισμών στο εσωτερικό της χώρας, η ιδεολογική έκφραση της εξάρτησης ήταν η σύγκλιση προς τις ισχυρότερες οικονομίες, η προοπτική της «Ισχυρής Ελλάδας», ισότιμης με τις καπιταλιστικές οικονομίες πρώτης γραμμής. Αυτή η σχέση είναι που ορίζει και τον τρόπο που αναπτύσσεται ο ελληνικός καπιταλισμός και οι παραχωρήσεις που κάνει στις υποτελείς τάξεις και στρώματα εντός του αλλά και τον τρόπο που διέρχεται σε κρίση. Αυτό είναι που ορίζει ό,τι ο Πουλαντζάς ονομάζει «προτεραιότητα των εσωτερικών παραγόντων» για να τονίσει ότι οι λεγόμενες «εξωτερικές συνθήκες», δηλαδή το διεθνές πλαίσιο του ιμπεριαλισμού, τουλάχιστον από το 2<sup>ο</sup> μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα, εκδηλώνει την επίδραση του στο εσωτερικό μιας χώρας στο βαθμό που συναρθρώνονται με στρατηγικές και αντιθέσεις στο εσωτερικό τους (Πουλαντζάς, 2006: 22). Συνεπώς, προκειμένου να αποκτήσει σημαίνοντα ρόλο στις ελληνικές εξελίξεις και ο «αμερικάνικος παράγοντας» μετά τον εμφύλιο αλλά και η πρόσδεση στην ευρωπαϊκή ενοποίηση και την Ευρωζώνη, ήταν προϋπόθεση να συναινέσει, για τους δικούς του σκοπούς, ο ηγεμονικός ταξικός συνασπισμός εντός της Ελλάδας.

Συχνά, μπροστά στις δυσκολίες της περιόδου της κρίσης, οι επιλογές αυτές εξιδανικεύονται και η αναφορά για αυτές στο δημόσιο λόγο γίνεται με ένα νοσταλγικό τόνο. Οι επιλογές του ηγεμονικού ταξικού συνασπισμού δεν παρουσιάζονται ως τέτοιες

αλλά ως επιλογές του συνόλου της ελληνικής κοινωνίας, η οποία (υποτίθεται ότι) εξίσου συμμετείχε σε μια περίοδο ευημερίας.

Η βάση της κοινής-εθνικής ευθύνης για την κρίση («μαζί τα φάγαμε», που θα το δούμε και παρακάτω) εδράζεται ακριβώς σε μια τέτοια ιδεολογική αναπαράσταση προηγούμενων δεκαετιών κατά τις οποίες (υποτίθεται ότι) τα χρήματα από τα ευρωπαϊκά ταμεία έρρεαν άφθονα και προς όλους. Ωστόσο, από ένα σύνολο στοιχείων δίνεται μια σημαντικά διαφορετική εικόνα. Καταρχάς, η αποβιομηχανοποίηση, η στροφή στο χρηματιστικό κεφάλαιο και η ένταξη στην ευρωπαϊκή ενοποίηση από υποτελείς θέσεις, για ένα πρώτο διάστημα είχαν θετικά αποτελέσματα για την ελληνική άρχουσα τάξη: οι μισθοί έμειναν στάσιμοι και στη δεκαετία του '90 και μέχρι τις αρχές του 2000, η κερδοφορία του ελληνικού κεφαλαίου τονώθηκε (Mavroudea & Paitaridis, 2013: 30-35). Με βάση το δείκτη S80/S20 -που καταγράφει το ποσοστό του εισοδήματος που κατέχουν το πλουσιότερο και το φτωχότερο 20% του πληθυσμού- στην Ελλάδα μεταξύ 1990 και 2009, το μεν πλουσιότερο τμήμα ανέβασε το μερίδιό του από το 44% στο 50% ενώ το φτωχότερο είδε το δικό του μερίδιο να συρρικνώνεται από το 3.5% στο 2.1%. Τα στοιχεία γίνονται ακόμα πιο σημαντικά αν συγκριθούν με το 1960 που ήταν 43% και 8%, αντίστοιχα (Χαιρετάκης, 2014β: 47-48). Ακόμα και στο πεδίο της φορολογίας, κατά την περίοδο 2003-2010 μειώθηκαν κατά 24% τα έσοδα του κράτους από τους άμεσους φόρους εταιρειών ενώ αυξήθηκαν κατά 40% τα έσοδα των έμμεσων φόρων και σχεδόν διπλασιάστηκαν τα έσοδα από τους φόρους κατανάλωσης (Χαιρετάκης, 2014β: 41). Παρόλο που οι κοινωνικές δαπάνες ως ποσοστό του ΑΕΠ αυξήθηκαν κατά την περίοδο 1995-2011, αντίστοιχα αυξήθηκε και η συμμετοχή των μισθωτών στη φορολογία σε βαθμό που καθόλη τη σχετική περίοδο (με εξαίρεση μόνο μια χρονιά), οι κρατικές δαπάνες προς όφελος των μισθωτών να υστερούν σταθερά απέναντι στη φορολογία των μισθωτών (Maniatis, 2016: 44-45).

Βλέπουμε ότι παρά την ανάπτυξη, το κόστος της συντήρησης του κράτους σταδιακά μετατοπίστηκε στις πλάτες των εργαζόμενων παρά στην αστική τάξη. Αντίστοιχα, ενώ η προ κρίσης περίοδος αποτυπώνεται στη συνείδηση πολλών με την εικόνα του Έλληνα που γλεντάει στα μπουζούκια/κλπ, η κατανομή των δαπανών των

νοικοκυριών για την περίοδο 2001-2010 δεν δικαιώνει αυτή την εικόνα. Κατά την υπόπερίοδο 2001-2004, υπάρχει μια μικρή άνοδος στο ποσοστό που κατανέμεται σε ποτά, καπνό (από 4.5% στο 4.8%) και στα τρόφιμα (από 16.2% στο 18.3%) ωστόσο, στην ίδια περίοδο, υπάρχει μείωση στο ποσοστό που καταλαμβάνουν ξενοδοχεία και εστιατόρια (από 15.9% στο 13.8%) και στην ψυχαγωγία (από 7.7% στο 7.3%). Επιπλέον, το πιο σημαντικό στοιχείο είναι η άνοδος στα βασικά έξοδα, στέγαση, ύδρευση, ηλεκτρισμός που από 15.9% ακολουθεί ανοδική πορεία και φτάνει το 21.9% το 2010 (όλα τα στοιχεία είναι ΕΛ.ΣΤΑΤ, από Χαιρετάκης, 2014β: 283).

Όλα τα παραπάνω είναι στοιχεία που συνοδεύουν την είσοδο του ελληνικού καπιταλιστικού κοινωνικού σχηματισμού στη νεοφιλελεύθερη φάση. Η «ελληνική ιδιαιτερότητα» συνίσταται στην τυχοδιωκτική αξιοποίηση από την άρχουσα τάξη των νεοφιλελεύθερων μετασχηματισμών και της καπιταλιστικής διεθνοποίησης. Η οικονομική βάση της χώρας αδυνατίζει καθώς έρχεται σε ανταγωνισμό με ισχυρότερες οικονομίες από μειονεκτική θέση, έχοντας πρώτα παραχωρήσει σε υπερ-εθνικούς οργανισμούς βασικά εργαλεία νομισματικής και δημοσιονομικής πολιτικής (Manroudeas & Paitaridis, 2013). Η άρχουσα τάξη αποδέχθηκε αυτές τις αλλαγές προσδοκώντας οικονομικά οφέλη –που αποδείχθηκαν πρόσκαιρα– καθώς και τη διαμόρφωση ενός κατεξοχήν νεοφιλελεύθερου μοντέλου συναίνεσης όπου κυριαρχεί η μισθολογική στασιμότητα και η χρηματοδοτούμενη από το χρέος κατανάλωση. Στρεφόμαστε τώρα σε μια συνοπτική μελέτη της εξάρτησης στο πεδίο των μέσων επικοινωνίας. Θα στραφούμε τώρα στο κυρίως μέρος του παρόντος κεφαλαίου, το ελληνικό επικοινωνιακό σύστημα και τους μετασχηματισμούς του κατά τη νεοφιλελεύθερη περίοδο και ειδικά μετά την κρίση του 2008. Ξεκινάμε με την εξέταση των γενικών χαρακτηριστικών του ελληνικού επικοινωνιακού συστήματος.

#### 5.4 Ελληνικό επικοινωνιακό σύστημα – γενικά χαρακτηριστικά

Όσα είδαμε παραπάνω, βρίσκουν την ειδική έκφραση τους στην ανάπτυξη των ΜΜΕ στην Ελλάδα. Τα ΜΜΕ, όπως είδαμε σε προηγούμενα κεφάλαια, συναρθρώνονται με τον τρόπο παραγωγής (τον αναπαράγουν διευρυμένα αλλά και στο εσωτερικό τους) αλλά και με την κυρίαρχη ιδεολογία. Συνεπώς επηρεάζονται από την οικονομία αλλά και

από το κράτος, στο βαθμό που τα ΜΜΕ συνδέονται με την εδραίωση και τον μετασχηματισμό του εκάστοτε μοντέλου ηγεμονίας. Όμως, το μοντέλο ηγεμονίας είναι πάντα ιστορικά και εθνικά προσδιορισμένο. Στην περίπτωση, του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού, η συνύπαρξη και σύμφυση διαφορετικών φάσεων ανάπτυξης εντός του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού, η αυξημένη βαρύτητα του κράτους στην πορεία της οικονομίας, μια άρχουσα τάξη που αδυνατίζει τυχοδιωκτικά την παραγωγική βάση της χώρας και την εμπορική της θέση, η σημασία των πελατειακών σχέσεων στη διαμόρφωση του μοντέλου ηγεμονίας, είναι όλα στοιχεία που επιδρούν στο πώς διαμορφώνονται ταξικές συμμαχίες και κατ' επέκταση, στα ΜΜΕ ως θεσμούς.

Στο κλασικό μοντέλο κατηγοριοποίησης των επικοινωνιακών συστημάτων από τους Hallin & Mancini, καταγράφονται ορισμένα από αυτά τα στοιχεία. Η Ελλάδα κατατάσσεται στο λεγόμενο «μεσογειακό/ πολωμένο πλουραλιστικό μοντέλο» μαζί με τις Γαλλία, Πορτογαλία, Ισπανία και Ιταλία. Οι χώρες αυτές –κυρίως οι μεσογειακές<sup>98</sup>– χαρακτηρίζονται από ισχυρή παρεμβατικότητα του κράτους στην οικονομία και την κοινωνική ζωή, που σχετίζεται με μεγάλες περιόδους αυταρχισμού και δικτατορικών καθεστώτων και μια «αργοπορημένη» ένταξη στην κοινοβουλευτική δημοκρατία (Hallin & Mancini, 2004: 30). Το μοντέλο αυτό όπως και τα άλλα δύο (φιλελεύθερο & δημοκρατικό κορπορατιστικό) αποτελούν ιδεότυπους που διαφορετικά επικοινωνιακά συστήματα τους προσεγγίζουν σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό. Το ελληνικό επικοινωνιακό σύστημα φαίνεται να είναι αυτό που προσεγγίζει περισσότερο τον ιδεότυπο του πολωμένου πλουραλισμού, γεγονός που σχετίζεται με την παράδοση του έντονα στρατευμένου ιδιωτικού Τύπου και τους δεσμούς μεταξύ κομμάτων-εκδοτών που τροφοδοτούν τη σχολιαστική δημοσιογραφία (Hallin & Mancini, 2004: 70, 98).

Σε σχέση με τη δημόσια ραδιοτηλεόραση, οι Hallin & Mancini κατατάσσουν την Ελλάδα στο κυβερνητικό μοντέλο, όπου η κυβέρνηση έχει απευθείας τον έλεγχο των κρατικών ΜΜΕ και διορίζει τη διοίκηση τους (Hallin & Mancini, 2004: 30) – και σε αυτή την περίπτωση, η Ελλάδα κατατάσσεται μαζί με της Πορτογαλία και Ισπανία. Επιπλέον, συσχετίζουν αυτή τη συνθήκη με την ύπαρξη ανταγωνιστικού/πλειοψηφικού (majoritarian system) κοινοβουλευτικού μοντέλου (Hallin & Mancini, 2004: 51-52). Η

ύπαρξη ενός μοντέλου ενισχυμένης αναλογικής αλλά και η ευρύτερη κουλτούρα μη συνεργασιών (τουλάχιστον προ του 2012) ορίζουν το πλειοψηφικό σύστημα όπου το κόμμα που έρχεται πρώτο στις εκλογές σχηματίζει αυτοδύναμη κυβέρνηση και δεν μοιράζει κομμάτι της εξουσίας. Αυτό διαφοροποιεί την Ελλάδα α) από χώρες όπου η συνήθης εμφάνιση κυβερνήσεων συνεργασίας οδηγεί σε έναν κομματικό καταμερισμό των δημόσιων συχνοτήτων (αναλογικό σύστημα) αλλά και από β) χώρες όπου η κατανομή γίνεται στη βάση πολιτικών και πολιτιστικών χαρακτηριστικών (κορπορατιστικό σύστημα, πχ Ιταλία) (Hallin & Mancini, 2004: 31-32, για το κορπορατιστικό σύστημα βλ. και Ang, 1991).

Ο Παπαθανασόπουλος καταγράφει έξι χαρακτηριστικά που διέπουν τα επικοινωνιακά συστήματα της Νότιας Ευρώπης –και της Ελλάδας- και τα διαφοροποιούν από τη Βόρεια και Κεντρική Ευρώπη. Αυτά είναι τα εξής:

A) τα χαμηλά επίπεδα στην κυκλοφορία εφημερίδων

B) η παράδοση στην ερμηνευτική δημοσιογραφία

Γ) την εκμετάλλευση των ιδιωτικών ΜΜΕ από τους ιδιοκτήτες τους για αλλότριους των ΜΜΕ σκοπούς

Δ) την πολιτικοποίηση της δημόσιας τηλεόρασης και του τηλεοπτικού πεδίου

Ε) την απορρύθμιση της ραδιοτηλεόρασης σε συνθήκες αδύναμης εποπτείας των ιδιωτικών καναλιών

ΣΤ) την περιορισμένη ανάπτυξη της δημοσιογραφίας ως αυτόνομου επαγγέλματος (Παπαθανασόπουλος 2010: 37-73)

Σχετικά με την ερμηνευτική δημοσιογραφία, ο Παπαθανασόπουλος αναφέρει ότι τα επικοινωνιακά συστήματα δίνουν «προτεραιότητα και έμφαση στο σχολιασμό παρά στην καταγραφή γεγονότων» (Παπαθανασόπουλος, 2010: 48). Αντιπαραβάλλει την κατάσταση αυτή με τη δημοσιογραφία της Βόρειας και Κεντρικής Ευρώπης καθώς και της Βόρειας Αμερικής οι οποίες θεωρεί ότι ακολουθούν το «αγγλοαμερικανικό μοντέλο της επαγγελματικής ουδετερότητας» (Παπαθανασόπουλος, 2010: 48). Το σημείο αυτό

εξηγείται σε συνδυασμό με το σημείο α (χαμηλή κυκλοφορία Τύπου) και τα γενικά χαμηλά επίπεδα ανάπτυξης των δυνάμεων της αγοράς στις Μεσογειακές χώρες (Παπαθανασόπουλος, 2010: 138). Σε αυτό το πλαίσιο, διαμορφώθηκε μια συνθήκη όπου οι εφημερίδες στηρίζονταν οικονομικά από άλλους πόρους, πέρα από το κοινό τους και τη διαφήμιση, αναπτύσσοντας μορφές εξάρτησης από τα κόμματα και το πελατειακό σύστημα. Έτσι οδηγηθήκαμε σε ΜΜΕ με ισχυρή πολιτική-κομματική στράτευση, γεγονός που τροφοδοτεί την εκμετάλλευση των ΜΜΕ από τους ιδιοκτήτες με στόχο να επηρεάσουν το πολιτικό πεδίο. Απόρροια αυτής της κατάστασης είναι οι δυσκολίες που συναντάει το επάγγελμα της δημοσιογραφίας στην προσπάθεια του να αυτό-ρυθμιστεί και να αναπτυχθεί με αυτόνομο τρόπο (Παπαθανασόπουλος, 2010: 73)

Η προσέγγιση του Παπαθανασόπουλου είναι συνεκτική και αναδεικνύει όλους τους κρίσιμους κόμβους που πρέπει να περάσει κάποιος για να κατανοήσει την εξέλιξη των ΜΜΕ στην Ελλάδα. Ωστόσο, διέπεται από μια εξιδανίκευση των επικοινωνιακών συστημάτων των κρατών στο κέντρο του σύγχρονου δυτικού κόσμου, η οποία δεν μπορεί να υποστηριχθεί. Η εκτίμηση αυτή οδηγεί στο συμπέρασμα ότι σε αυτές τις χώρες έχει κατακτηθεί η αυτονομία του δημοσιογραφικού επαγγέλματος με γνώμονα το δημόσιο συμφέρον και ότι η οικονομική ανεξαρτησία των ΜΜΕ συμβάλλει στο να επιτελούν το ρόλο του φύλακα που δεν φοβάται να δημοσιοποιήσει πληροφορίες που θίγουν πολιτικό σύστημα (Παπαθανασόπουλος, 2010: 166). Αν και ο ίδιος γράφει ότι θέλει να αποφύγει την αξιολόγηση των επικοινωνιακών συστημάτων (Παπαθανασόπουλος, 2010: 158), η θέση του είναι σαφής.

Τα παραπάνω μοντέλα είναι πολύτιμα καθώς καταγράφουν την πορεία εξέλιξης και αλληλεπίδρασης των πολιτικών συστημάτων και των επικοινωνιακών συστημάτων, τοποθετώντας τις «εθνικές ιδιαιτερότητες» μέσα σε ιστορικό πλαίσιο. Το στίγμα της διαπλοκής -όπως θα δούμε και στη συνέχεια- παραμένει ως διαχρονικό στοιχείο του ελληνικού επικοινωνιακού συστήματος και επικαθορίζει τις σχέσεις ΜΜΕ-εξουσίας με τρόπους που δεν εμφανίζονται (ή δεν εμφανίζονται στον ίδιο βαθμό) σε άλλες χώρες. Ωστόσο τείνει να υποτιμηθεί η πολιτική οικονομία των Μέσων (καθώς θεωρείται



επουσιώδης σε σχέση με τις πελατειακές σχέσεις) και η επίδραση των ΜΜΕ σε νέα μοντέλα κατανάλωσης.

Επιπλέον, απολυτοποιείται, στο επίπεδο της ενημέρωσης, η διάκριση του μεσογειακού/νοτιο-ευρωπαϊκού μοντέλου από την υπόλοιπη Ευρώπη ή από το φιλελεύθερο/Αγγλοσαξονικό μοντέλο. Έτσι, συνδέεται η σχολιαστική δημοσιογραφία και, εν γένει, η στράτευση των δημοσιογράφων με το πρώτο. Κάτι τέτοιο, όπως είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο και όπως έχουν δείξει οι Πλειός (2011) & McNair (2000) δεν ισχύει. Η ένταση της συγκέντρωσης της ιδιοκτησίας, η εμπορευματοποίηση του περιεχομένου των ΜΜΕ, η τάση θεαματικής οργάνωσης της είδησης είναι διεθνή φαινόμενα που συνδέονται με τον νεοφιλελευθερισμό και ενισχύουν την στράτευση των Μέσων, ιδίως τις τελευταίες δεκαετίες. Επιπλέον, είδαμε στο 3ο κεφάλαιο ότι η ανεξαρτησία των δημοσιογράφων υφίσταται υπό όρους και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να θεωρείται κάτι δεδομένο σε κανένα επικοινωνιακό σύστημα. Δεν μπορούμε να δεχθούμε ότι πρόκειται για ελληνική (ή Νοτιοευρωπαϊκή) ιδιαιτερότητα η πρόσδεση στην κρατική εξουσία ούτε η ένταση της ερμηνείας εις βάρος της καταγραφής<sup>99</sup>. Ωστόσο, στην εξέταση μας για τα ελληνικά ΜΜΕ θα προσπαθήσουμε να αποδώσουμε τον ιδιαίτερο τρόπο με τον οποίο εκφράζονται αυτές οι τάσεις στην Ελλάδα.

Περνάμε τώρα σε μια εξέταση της πορείας των ΜΜΕ με έμφαση στην περίοδο από την απορρύθμιση και μετά και προσπαθώντας να αποδώσουμε τις αλλαγές μέσα στο ευρύτερο κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο.

## 5.6 Ιστορική πορεία των ελληνικών ΜΜΕ

Ο ελληνικός Τύπος πριν τις δεκαετίες του '70 και '80 βρίσκεται ακόμα σε ένα πρώιμο στάδιο ανάπτυξης. Αποτελεί το κυρίαρχο μέσο της χώρας, αφού η ανάπτυξη της τηλεόρασης παραμένει σε χαμηλά επίπεδα και έχει ταυτιστεί με τη Χούντα (ΥΕΝΕΔ) αλλά και μεταπολιτευτικά, με την ισχυρή κυβερνητική παρέμβαση. Ακόμα και στη δεκαετία του '80, ο Τύπος παραμένει το κυρίαρχο Μέσο, ιδίως στο πεδίο της πολιτικής ενημέρωσης αφού η κρατική ΕΡΤ είναι «στιγματισμένη» (Κακεπάκη, 2002: 151).

Για την ανάπτυξη του Τύπου, είναι χαρακτηριστικό το στοιχείο που αναφέρει ο Λεάνδρος: το 1980, από τους εννιά επιχειρηματίες στο χώρο του Τύπου, οι τέσσερις δεν είχαν δραστηριότητα σε κανένα άλλο κλάδο, ούτε των ΜΜΕ ούτε γενικά (Leandros, 2010: 889). Επιπλέον, οι υπόλοιποι είχαν κατά βάση εμπλοκή σε επιχειρήσεις που ασχολούνταν με εκδόσεις και με το τεχνικό σκέλος της εκτύπωσης (Leandros, 2010: 889.). Συνεπώς, υπάρχει ένας μικρός βαθμός κάθετης συγκέντρωσης ιδιοκτησίας που επεκτείνεται σε διαφορετικά στάδια της παραγωγής αλλά απουσιάζει η οριζόντια συγκέντρωση και, όπως είναι λογικό, η διαγώνια. Αυτό έχει ως συνέπεια τη μεγαλύτερη εμπλοκή των εκδοτών στην ίδια την εφημερίδα. Οι εκδότες προέρχονται από το χώρο της διανομής, έχουν εργαστεί οι ίδιοι ως δημοσιογράφοι και είναι πιο κοντά στο μοντέλο που αναφέρει ο Marx και είδαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο: είναι τμήματα της άρχουσας τάξης που έχουν αποσπαστεί μερικώς από αυτή για να ασχοληθούν με το πεδίο των ιδεών. Η διαφοροποίηση έρχεται τη δεκαετία του '80 με την είσοδο βιομήχανων και εφοπλιστών στο πεδίο των ΜΜΕ (Leandros, 2010: 890). Μερίδες του ελληνικού κεφαλαίου που βλέπουν τη θέση τους να ενισχύεται, επιδιώκουν με την είσοδο στο πεδίο των ΜΜΕ, να ισχυροποιηθούν. Για παράδειγμα, ο Γιώργος Μπόμπολας που δραστηριοποιούνταν στις κατασκευές, εξαγοράζει το Έθνος που είχε αναστείλει, εν μέσω της δικτατορίας, τη λειτουργία του. Οι εκδότες που πούλησαν το Έθνος στον Μπόμπολα (Νικολόπουλος-Κυριαζής) εξέφραζαν το μοντέλο της προηγούμενης γενιάς, ο μόνος Νικολόπουλος είχε σπουδάσει στη Νομική και ανέλαβε την εφημερίδα από τον πατέρα του και συνεργάστηκε με τον Κυριαζή που ήταν συγγραφέας και δημοσιογράφος. Αντίστοιχα, η *Καθημερινή*, που αντιμετώπιζε οικονομικά προβλήματα, πούληθηκε το 1987 από την Ελένη Βλάχου -κόρη του ιδρυτή της εφημερίδας, Γιώργου Βλάχου- στον Γιώργο Κοσκωτά. Ο τελευταίος, έχοντας ήδη αγοράσει εκείνη την περίοδο την Τράπεζα Κρήτης, χρησιμοποιούσε την εκδοτική Γραμμή ΑΕ για να εγκαθιδρυθεί στον χώρο των ΜΜΕ με τη δημιουργία ραδιοφωνικού σταθμού (ΣΚΑΙ), την έκδοση εφημερίδων και περιοδικών. Συνεπώς, γίνεται κατανοητό ότι εγκαταλείπεται το ένα μοντέλο οικογενειακής ιδιοκτησίας και ο έλεγχος του Τύπου περνάει σε επιχειρηματίες που έχουν υπό την κατοχή τους μια σειρά επιχειρήσεων.

Φυσικά, η εξέλιξη αυτή αποτελεί μια, κάπως καθυστερημένη, ελληνική εκδοχή μιας διεθνούς τάσης συγκέντρωσης ιδιοκτησίας που είχε εκδηλωθεί κατά τις δεκαετίες 1960-1970 (Bagdikian, 2004).

Σε αυτό το πλαίσιο, καταγράφεται μια απομάκρυνση από τη στενή κομματική πρόσδεση των εφημερίδων και μια μετατόπιση προς την κάλυψη ενός ευρύτερου πολιτικού ρεύματος (Κεντροδεξιό-Κεντροαριστερό). Με αυτό τον τρόπο, επιδιώχθηκε και η προσέγγιση ευρύτερων ακροατηρίων αλλά και η προσαρμογή στο αναδυόμενο δικομματικό σύστημα που κυριάρχησε στις πρώτες δεκαετίες της Μεταπολίτευσης (Parathanasopoulos, 1999: 384) το οποίο γινόταν όλο και πιο πολυσυλλεκτικό την ίδια στιγμή που τα δύο κόμματα εξουσίας συνέκλιναν γύρω από τις ίδιες στρατηγικές κατευθύνσεις.

#### 5.7 Τηλεόραση: Κρατικός έλεγχος, Εμπορευματοποίηση & απορρύθμιση

Ο Χαιρετάκης καταγράφει 5 διακριτές φάσεις στην πορεία της ελληνικής τηλεόρασης (Χαιρετάκης 2014α: 73) οι οποίες συμβαδίζουν με αλλαγές στο πολιτικό σύστημα της χώρας κατά την ίδια περίοδο. Οι πρώτες δύο αφορούν τις περιόδους 1960-1967 και 1967-1974, δηλαδή τα πρώτα βήματα της ελληνικής τηλεόρασης υπό την αιγίδα του κράτους και την περίοδο της δικτατορίας και της YENEΔ. Και στις δύο περιόδους κυριαρχεί ο ρόλος της ενημέρωσης και η εμπορευματοποίηση απουσιάζει. Ωστόσο, εντός της χούντας καταγράφονται τα πρώτα παραδείγματα ψυχαγωγικού προγράμματος που συνυπάρχουν με την άμεση επιβολή του στρατιωτικού καθεστώτος στην ενημέρωση και την προβολή της κυβέρνησης. Η μεταπολιτευτική περίοδος χαρακτηρίζεται από την παγίωση της σχέσης της τηλεόρασης με ένα «εκπαιδευμένο» πλέον κοινό τηλεθεατών, ωστόσο δεν παρατηρούνται ριζικές αλλαγές στην αισθητική.

Ο Παπαθανασόπουλος, από την άλλη, αναγνωρίζει 3 περιόδους της ελληνικής τηλεόρασης από τα πρώτα της βήματα μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1990. Καταρχάς, παρουσιάζει με σχετικά ενιαίο τρόπο την περίοδο 1968-1989 όπου υπάρχουν

αποκλειστικά κρατικά κανάλια και κυριαρχεί στη θεματολογία η δραστηριότητα της κυβέρνησης και των στελεχών της. Στη συνέχεια, είναι η περίοδος 1989 έως 1994 όπου γίνονται αντιληπτές οι πρώτες σημαντικές αλλαγές της απορρύθμισης, κυριαρχούν το Mega και ο Antenna και ενισχύεται η δραματοποίηση και η οπτικοποίηση της ενημέρωσης και αναβαθμίζεται ο ρόλος του παρουσιαστή. Τέλος, αναφέρεται την περίοδο από το 1994 μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1990 όπου προστίθενται δύο ακόμα κανάλια πανελλαδικής εμβέλειας (ΣΚΑΙ και Star), αυξάνεται ο χρόνος μετάδοσης των δελτίων ειδήσεων, οι παρουσιαστές αναδεικνύονται σε πρόσωπα κύρους της δημόσιας σφαίρας και διευρύνεται το περιεχόμενο τους για να ενταχθεί το αστυνομικό ρεπορτάζ, οι celebrities, ανεξαρτήτως βεληνεκούς και να ολοκληρωθεί η δραματοποίηση της ενημέρωσης (Παπαθανασόπουλος, 1997: 276-277).

Γενικά, αν ορίσουμε την απορρύθμιση σε ένα φάσμα, από την πιο «συγκρατημένη» και ελεγχόμενη μέχρι την πλέον ανεξέλεγκτη, τότε θα βρούμε στο ένα άκρο τη Μεγάλη Βρετανία και στο άλλο την Ελλάδα. Στην πρώτη περίπτωση, υπήρξε διαδικασία χορήγησης αδειών επί πληρωμή ενώ η απουσία του ποιοτικού κριτηρίου ως προϋπόθεση για τη χορήγηση αδειών, υπήρξε κύμα διαμαρτυρίας και πιέσεων προς το νέο ρυθμιστικό φορέα, αποτέλεσμα των οποίων υπήρξε ένα συμβιβασμός με την κυβέρνηση των Συντηρητικών σχετικά με τον εντονότερο έλεγχο της εμπορικής τηλεόρασης (Glasgow Media Group, 1995: 223). Αντίθετα, στην περίπτωση της Ελλάδας, η απορρύθμιση έγινε απότομα και άναρχα ενώ απουσίασαν -ή ήταν ιδιαίτερα περιορισμένες- οι αντιδράσεις σε αυτή<sup>100</sup>.

Η απόρρυθμιση του ραδιοτηλεοπτικού πεδίου στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκε μέσα σε συνθήκες απουσίας κρατικής παρέμβασης. Το ΕΣΡ δεν κατόρθωσε να θέσει κριτήρια για τη νόμιμη λειτουργία των ραδιοτηλεοπτικών σταθμών. Ο σχετικός νόμος (1866/89) έθετε ως κριτήριο την εμπειρία των επιχειρηματιών στο πεδίο των ΜΜΕ, προκρίνοντας την ιδιοκτησία σταθμών από τις υπάρχουσες εταιρείες στο πεδίο των εκδόσεων, δίνοντας έτσι προνομιακό ρόλο στους ήδη υπάρχοντες εκδότες που ήδη από τον Μάιο του 1989 είχαν συστήσει την εταιρεία Τηλέτυπος.

Στην πράξη, οι νέοι σταθμοί κατέλαβαν συχνότητες και ξεκίνησαν να εκπέμπουν χωρίς άδειες, εκμεταλλευόμενοι το θεσμικό κενό. Οι Hallin & Mancini παίρνουν από τον Tarquina την έννοια της «βάρβαρης απορρύθμισης» (savage deregulation) για να περιγράψουν αυτή τη συνθήκη όπου σε επικοινωνιακά συστήματα με έντονη κρατική παρέμβαση, το πέρασμα στην ιδιωτική ραδιοτηλεόραση γίνεται απότομα και χωρίς σχεδιασμό. Το αποτέλεσμα είναι η είσοδος των ιδιωτών να μη διέπεται από κανόνες, τα νέα Μέσα να μην οριοθετούνται από ένα πλαίσιο λειτουργίας, ο πλουραλισμός να μην προστατεύεται και η προσπάθεια οργανωμένης κατανομής αδειών να αργεί σε βαθμό που να καθίσταται αδύνατη (Hallin & Mancini, 2004 : 124-125).

Απόρροια της απότομης διαδικασίας της απορρύθμισης και της διεύρυνσης του επικοινωνιακού πεδίου (περισσότεροι σταθμοί, ραδιόφωνα, δημοσιογράφοι κλπ) ήταν η απουσία ενός συγκεκριμένου θεσμικού πλαισίου για το δημοσιογραφικό επάγγελμα<sup>101</sup> — άρα και μια αντίστοιχη δεοντολογία και ιδεολογία όπως την είδαμε στο πρώτο κεφάλαιο. Οι Έλληνες δημοσιογράφοι αφομοιώνουν με έναν ιδιαίτερο τρόπο την έννοια της αντικειμενικότητας —καθώς απουσιάζει το πλαίσιο της «διάκρισης γεγονότος και σχολιασμού»— και τη συνδέουν περισσότερο με «την ηθική ακεραιότητα στην πολιτική στάση που κρατάει έκαστος παρά με την ακρίβεια και την αυστηρά πραγματολογική δημοσιογραφική κάλυψη» (Parathanasopoulos, 1999: 391).

Παρόλα αυτά, η όλη διαδικασία έτυχε θερμής υποδοχής στην Ελλάδα, οδηγώντας στην ταχύτατη καθίζηση της τηλεθέασης των κρατικών καναλιών και στην αντίστοιχη κυριαρχία των ιδιωτικών-εμπορικών. Συνολικά, η γενική νεοφιλελεύθερη αφήγηση όπου κάθε τι το δημόσιο αντιμετωπίζεται ως πρόβλημα συναντήθηκε στην Ελλάδα με την αποξένωση του κοινού από τα κρατικά μέσα .

Αυτό έχει διπλή διάσταση. Η μια πλευρά, που τείνει να θεωρείται κυρίαρχη, είναι η απαξίωση της κρατικής τηλεόρασης ως εμφανώς μεροληπτικής και στρατευμένης στην προώθηση της εκάστοτε κυβέρνησης. Η κρατική τηλεόραση, προ απορρύθμισης αλλά και μετά, είχε ταυτιστεί —όχι αδικώς— με έναν κρατικό παρεμβατισμό που οδηγούσε στη μονοπώληση της ενημέρωσης από τα κυβερνητικά στελέχη και το έργο τους. Η άλλη

πλευρά έχει να κάνει με την ευρύτερη ιδεολογική και πολιτισμική μετατόπιση της περιόδου του νεοφιλελευθερισμού που καθιστά την κρατική τηλεόραση απαρχαιωμένη.

Σε συνθήκες ανόδου της εξατομικευμένης και διαφοροποιημένης κατανάλωσης και σύγκλισης ενημέρωσης-ψυχαγωγίας (στοιχεία που είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο), η κρατική τηλεόραση με τους όρους που υπήρχε, ήταν ασύμβατη με το νέο, αναδυόμενο μοντέλο ηγεμονίας. Αυτό δεν σημαίνει απλά ότι η άρχουσα τάξη προωθούσε την είσοδο επιχειρηματιών στο πεδίο της ραδιοτηλεόρασης – αυτό είναι αυτονόητο. Ήταν και το ίδιο το κοινό ή μέρη του -που αποτελούνταν και από μέλη των υποτελών τάξεων και στρωμάτων- που επεδίωκε ένα διαφορετικό μοντέλο τηλεόρασης που θα στήριζε ένα διαφορετικό τρόπο ζωής και κατανάλωσης (Πλειός, 2001). Αυτό φυσικά δεν σημαίνει ότι το κοινό στήριζε την απορρύθμιση στη συγκεκριμένη μορφή που πήρε ή την είσοδο (με όρους εφόδου και κατάληψης θέσεων) μερίδων του κατασκευαστικού κεφαλαίου στα ΜΜΕ. Ωστόσο, αυτό που πρέπει να τονιστεί, είναι ότι υπήρχε σημαντική κοινωνική συναίνεση γύρω από αυτό το πλαίσιο αλλαγών.

Η συναίνεση αυτή αποτυπώνεται και στις ραγδαίες αλλαγές στα επίπεδα τηλεθέασης.

Μεταξύ 1990 και 1995, το μερίδιο της δημόσιας τηλεόρασης στην τηλεθέαση μειώνεται από το 28% στο 7% που αποτελεί και ιστορικό χαμηλό (Χαιρετάκης, 2014α: 418). Με την αναδιάρθρωση του 1997 και τη δημιουργία της ΝΕΤ, τα ποσοστά αυτά ανακάμπτουν φτάνοντας το 15% το 2005, όμως παραμένουν μεταξύ των χαμηλότερων στην Ευρώπη (Χαιρετάκης, 2014α: 418). Η Ελλάδα της δεκαετίας του '90, της «σύγκλισης με την Ευρώπη» και του «εκσυγχρονισμού» θα ταυτιστεί με την κυριαρχία της ιδιωτικής τηλεόρασης. Η τάση αυτή κορυφώθηκε με τη νέα χιλιετία. Μεταξύ των χωρών του ΟΟΣΑ, η Ελλάδα κινείται σταθερά σε υψηλά επίπεδα σχετικά με το μέσο ημερήσιο χρόνο τηλεθέασης · ώσπου το 2009 καταλαμβάνει την 3<sup>η</sup> θέση (4.4 ώρες, ελάχιστα πίσω από τη δεύτερη Ουγγαρία με 4.42 και αρκετά πίσω από τις ΗΠΑ με 8.35) (Χαιρετάκης, 2014α: 196) Σύμφωνα με στοιχεία της Eurodata για το 2004, το ελληνικό κοινό κατατάσσεται πρώτο στην Ευρωπαϊκή Ένωση με μέσο όρο 3 ώρες και 53 λεπτά (Σμυρναίος, 2010: 144). Κατ' επέκταση, η Ελλάδα βρίσκεται πολύ χαμηλά, σε σύγκριση με τα υπόλοιπα κράτη-

μέλη της Ε.Ε.- στην ενημέρωση μέσω του ραδιοφώνου και των εφημερίδων<sup>102</sup>. Συγχρόνως, σύμφωνα με έρευνα της AGB Hellas για το 1998, το κοινό αναγνωρίζει -με συντριπτική διαφορά- την τηλεόραση ως το κατεξοχήν μέσο στο οποίο στηρίζεται για την ενημέρωση του (αναφέρεται στο Παπαθανασόπουλος, 1999: 387).

Όπως είναι λογικό, η κυριαρχία της τηλεόρασης στις προτιμήσεις του κοινού, επέδρασε στην κατανομή της διαφημιστικής δαπάνης στα ΜΜΕ. Με χρονιά τομή το 1990, η δαπάνη προς την τηλεόραση ανεβαίνει από το 45.2% στο 69.8% μέχρι το 1995, οδηγώντας αντίστοιχα σε συρρίκνωση της δαπάνης προς περιοδικά, ραδιοφώνο και εφημερίδες από το 54.8% στο 30.2% για την ίδια περίοδο — πρόκειται για στοιχεία της Amer Nielsen Research που παρατίθενται στο Παπαθανασόπουλος 1997α: 127). Μια συγκριτική έρευνα για 11 ευρωπαϊκές χώρες για το 1995, δίνει ένα ελαφρά διαφορετικό ποσοστό διαφημιστικής δαπάνης για την τηλεόραση (65.6%) αλλά, το κυριότερο, μας προσφέρει ένα σημαντικό δεδομένο: η ελληνική περίπτωση έρχεται πρώτη μεταξύ αυτών των 11 χωρών σε μεγάλη απόσταση από χώρες όπως η Γερμανία και η Γαλλία ενώ είναι συγκρίσιμη μόνο με τις υπόλοιπες χώρες του Νότου. Αλλά και σε αυτή την περίπτωση υπερτερεί σημαντικά · 65.6% έναντι 57.3% της Ιταλίας, 54.8% της Πορτογαλίας και 37.2% της Ισπανίας. (τα παραπάνω στοιχεία συγκεντρώθηκαν από την European Advertising & Media Forecast και αναφέρονται επίσης στο Παπαθανασόπουλος 1997α: 129). Τα στοιχεία αυτά δεν αναιρούν τη γενική θέση που εκφράστηκε παραπάνω: ο ελληνικός κοινωνικός σχηματισμός εγγράφεται στις διεθνείς τάσεις εμπορευματοποίησης του επικοινωνιακού πεδίου με έναν ιδιαίτερο τρόπο που σχετίζεται με την εμφάνιση της μαζικής κατανάλωσης τη δεκαετία του '80 και τον ιστορικά συγκεκριμένο τρόπο ανάπτυξης της δραστηριότητας του κεφαλαίου στο πεδίο των ΜΜΕ. Ωστόσο, παρατηρείται και το φαινόμενο το ελληνικό επικοινωνιακό σύστημα να «πρωτοπορεί» σε διεθνείς τάσεις. Για παράδειγμα, το ενημερωτικό περιεχόμενο -που όπως είδαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, τείνει να αυξάνεται με την απορρύθμιση- στην Ελλάδα καταλαμβάνει το συντριπτικά μεγαλύτερο μέρος του προγράμματος της κρατικής τηλεόρασης αλλά και ένα μεγάλο μέρος της ιδιωτικής τηλεόρασης<sup>103</sup>. Φαίνεται, μάλιστα να καταλαμβάνει μεγαλύτερο από ότι στη Μεγάλη Βρετανία (Μαδιανού, 2002,

341). Αυτό φαίνεται να διαψεύδει εκτιμήσεις που θεωρούν ότι το περιεχομένων των νέων τηλεοπτικών σταθμών ήταν κυρίαρχα ψυχαγωγικό (Χαιρετάκης, 2007: 65).

Διαψεύδονται και στην περίπτωση της Ελλάδας οι εκτιμήσεις ότι η εμπορευματοποίηση συνδέεται μονοσήμαντα με την κατίσχυση της ψυχαγωγίας επί της ενημέρωσης. Η κυριαρχία του ενημερωτικού περιεχομένου εγγράφεται επίσης στις διεθνείς τάσεις της περιόδου και, όπως θα δούμε στη συνέχεια, επιδρά στη συγκρότηση της πολιτικής επικοινωνίας και στις σχέσεις κομμάτων-ΜΜΕ.

### 5.8 Πολιτική επικοινωνία και εμπορική τηλεόραση

Σε σχέση με την πολιτική επικοινωνία, η διαδικασία της απορρύθμισης συνδέθηκε με την άνοδο της πολιτικής διαφήμισης, ιδίως στο τηλεοπτικό πεδίο αλλά και υποχώρηση της μαζικής κινητοποίησης των ψηφοφόρων στις προεκλογικές εκστρατείες κατά τα μεταπολιτευτικά πρότυπα. Οι εκλογές 1996 χαρακτηρίστηκαν ως «εκλογές του καναπέ» (Παπαθανασόπουλος, 2002: 40) και έδωσαν το έναυσμα για τη μελέτη του τηλεοπτικού προεκλογικού αγώνα ως νέας μορφής οιονεί κινητοποίησης των ψηφοφόρων. Την ίδια περίοδο, τα κόμματα προσανατόλισαν το συντριπτικά μεγαλύτερο μέρος των διαφημιστικών εξόδων τους προς την τηλεόραση (85%) ενώ στις εκλογές του 1993 και 1996, ΝΔ και ΠΑΣΟΚ προέβαλαν αθροιστικά περίπου 3 χιλιάδες διαφημιστικά μηνύματα (Παπαθανασόπουλος 1997α: 196). Ο δικομματισμός έχει τους πόρους για να κυριαρχήσει στο νέο τηλεοπτικό περιβάλλον · καταλαμβάνει το 83% του συνολικού χρόνου πολιτικής διαφήμισης το 1993, το 91% το 1996 αλλά και το 2000 (Παπαθανασόπουλος, 2002: 72). Φυσικά, η δυνατότητα διάθεσης χρημάτων είναι η μια πλευρά του φαινομένου. Η άλλη, όπως θα δούμε στη συνέχεια, είναι η ιδεολογική συνάφεια των δύο κυρίαρχων κομμάτων με την ιδιωτική τηλεόραση και το ευρύτερο κλίμα της περιόδου.



Ειδική πλευρά των νέων φαινομένων είναι η αρνητική πολιτική διαφήμιση που αξιοποιεί τα νέα τεχνολογικά μέσα για να οξύνει τις διαφορές μεταξύ των κομμάτων και ειδικά μεταξύ των προσώπων. Εγγράφεται, συνεπώς, στην ευρύτερη τάση της σύγκλισης των κομμάτων του δικομματισμού και στη θεαματική οργάνωση της πολιτικής. Όπως είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, η πολιτική διαφήμιση που διογκώνεται στην περίοδο της απορρύθμισης, έχει κοινά στοιχεία με την εμπορική διαφήμιση. Στην περίπτωση της Ελλάδας του '90 αυτό αποτυπώνεται στην επιστράτευση γνωστών διαφημιστικών εταιρειών από τα ισχυρά κόμματα για να σχεδιάσουν, πλέον, πολιτικές καμπάνιες αλλά και στην ενίσχυση της προσωποποίησης της πολιτικής (Παπαθανασόπουλος, 2002: 66,70).

Με την ενίσχυση της μεσοποίησης, διακρίνεται και ένα κομμάτι δημοσιογράφων-σταρ που τραβάνε οι ίδιοι τα φώτα της δημοσιότητας και μετατρέπονται σε επιφανείς προσωπικότητες. Οι δημοσιογράφοι που αναδεικνύονται μέσα στη δεκαετία το '90, αποκτούν κύρος που τους καθιστά, μεταξύ άλλων, κατάλληλους ως «διαιτητές» στα πρώτα ντιμπέιτ, του 1996 και του 2000 (Παπαθανασόπουλος, 2002: 63)<sup>104</sup>. Συγκροτούνται ως ελίτ του επαγγέλματος με σημαντικό βαθμό αυτονομίας, γεγονός που τους φέρνει σε αντίθεση με το μεγάλο όγκο των δημοσιογράφων που εργάζονται σε επισφαλείς συνθήκες -ακόμα και τη δεκαετία του '90- και βρίσκονται σε μια σχέση εντεινόμενης ανισότητας απέναντι στον ιδιοκτήτη του εκάστοτε μέσου (Parathanasopoulos, 1999: 392). Από την άλλη, η ελίτ των δημοσιογράφων –συνήθως, κεντρικοί παρουσιαστές δελτίων ειδήσεων– αναβαθμίζονται ως διαμεσολαβητές ανάμεσα στον «απλό πολίτη» και τα κόμματα, το κράτος, ομάδες συμφερόντων κλπ. Συγχρόνως, με την ιδιότητα αυτή αυτό-παρουσιάζοντας ως «προστάτες του απλού πολίτη».

Η Λογοθέτη ασκεί κριτική σε αυτή τη διαδικασία τονίζοντας ότι η προσφυγή των πολιτών στα ΜΜΕ πραγματοποιείται σε ένα πλαίσιο όπου τα Μέσα έχουν καθορίσει τα προβλήματα προς επίλυση αλλά και τη σχέση του πολίτη με αυτά (Λογοθέτη 2002: 288)<sup>105</sup>. Αποτελεί, συνεπώς, μια σύγχρονη εκδήλωση της «ιδεολογίας των μέσων» όπου το ζήτημα της αντικειμενικότητας μετασχηματίζεται. Τα ΜΜΕ δεν διεκδικούν τόσο τον

ρόλο του αποστασιοποιημένου κριτή όσο του «υπερασπιστή των αδύναμων» απέναντι σε ένα πολιτικό σύστημα που εμφανίζεται αποστασιοποιημένο από τον «καθημερινό πολίτη». Φυσικά, και αυτό εντάσσεται στις αλλαγές που φέρνει ο νεοφιλελευθερισμός καθώς έχουμε τη μεταστροφή στην εξατομικευμένη πολιτική συμμετοχή που διαμεσολαβείται από τα ΜΜΕ και όχι πλέον από κόμματα, συνδικάτα ή άλλους συλλογικούς φορείς.

Αυτός ο ρόλος του μεσολαβητή των προβλημάτων του «απλού πολίτη» διαπλέκεται με την επιδίωξη προσέλκυσης μεγάλων τμημάτων του ακροατηρίου που τείνουν να μην χωρίζονται με σαφή πολιτικά κριτήρια. Οι Δεμερτζής-Αρμενάκης γράφουν σχετικά ότι «ο ραδιοτηλεοπτικός πολιτικός λόγος τείνει για λόγους εμπορικότητας να είναι, μεταξύ άλλων, “ουδέτερος” και “αμερόληπτος”» (Δεμερτζής & Αρμενάκης, 2002: 226). Τα εισαγωγικά που χρησιμοποιούν οι συγγραφείς υποδηλώνουν ότι δεν θεωρούν ότι τα Μέσα είναι όντως ουδέτερα και αμερόληπτα αλλά ότι μετατοπίζεται ο λόγος τους περί πολιτικής με έναν τέτοιο τρόπο ώστε να συμπεριλάβει όσο το δυνατόν μεγαλύτερα τμήματα του κοινού, ανεξαρτήτως πολιτικών πεποιθήσεων. Είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο ότι αυτό αποτελούσε μια ευρύτερη εκτίμηση για τη διαδικασία της απορρύθμισης. Βέβαια, τα Μέσα μπορεί να ισχυρίζονται ότι είναι ουδέτερα και ότι εκπροσωπούν τα συμφέροντα των πολιτών αδιακρίτως, ωστόσο το κοινό κατανοεί τις εκάστοτε στρατεύσεις και διατάσσεται ανάλογα με αποτέλεσμα «οι όποιες επιδράσεις της εκστρατείας σκιαγραφούν ένα μοντέλο ενίσχυσης και ενδυνάμωσης των ήδη διαμορφωμένων πεποιθήσεων» (Κακεπάκη, 2002: 167).

Μαζί με παραπάνω, φυσικά, εμφανίζονται οι προβληματισμοί σχετικά με την επίδραση της τηλεόρασης στα παιδιά(ειδικά για επίδραση σκηνών βίας, Παπαθανασόπουλος, 1997: κεφάλαιο 6<sup>ο</sup>) και χρησιμοποιούνται φράσεις όπως «το χαζοκούτι» που δείχνουν την απαξίωση για το νέο μέσο, η οποία σε καμία περίπτωση δεν αναιρεί την κυριαρχία του. Δεν είναι τυχαίο ότι σε έρευνα της ίδιας περιόδου, καταγράφεται ένα μεγάλο ποσοστό του κοινού (73.2%) που θεωρεί ότι τα ΜΜΕ «μεγαλοποιούν ή παραποιούν τα γεγονότα» (έρευνα της Project Research Consulting –

αναφέρεται Παπαθανασόπουλος 1997α: 299). Αυτό φυσικά δεν σημαίνει ότι δεν παρακολουθούν τις ειδήσεις. Κάθε άλλο.

Εμφανίζεται συχνά, σε σχέση με το ελληνικό κοινό, η αντιφατική εικόνα της προσκόλλησης στην τηλεόραση σε συνδυασμό με την απαξίωση της. Το κοινό εμφανίζεται απογοητευμένο από το «βομβαρδισμό» διαφημίσεων στο νέο ραδιοτηλεοπτικό περιβάλλον. Για παράδειγμα, σε έρευνα κοινού που διεξήγαγε η AGB Hellas κατά την περίοδο 1994-1995, αναδεικνύονται ορισμένα σημαντικά ευρήματα από τις απαντήσεις των τηλεθεατών

A) υπάρχει μια οριακή πλειοψηφία (22.2% μάλλον διαφωνώ, 39% διαφωνώ απόλυτα) που αντιτίθεται στη θέση ότι «αν η διαφήμιση απαγορευόταν αύριο θα μου έλειπε»

B) υπάρχει μια πλειοψηφία (25.4% συμφωνώ απόλυτα, 29.7% μάλλον συμφωνώ) που είναι υπέρ της θέσης ότι «το μόνο που κάνει η διαφήμιση είναι να αυξάνει το κόστος των προϊόντων» .

Γ) υπάρχει μια σημαντική πλειοψηφία (67.3%) που δηλώνει πως αλλάζει πάντα ή σχεδόν πάντα κανάλι όταν αρχίζουν οι διαφημίσεις

(Τα στοιχεία αναφέρονται στο Παπαθανασόπουλος, 1997: 118-119)

Τα παραπάνω δεν αναιρούν ότι το κοινό «αγκάλιασε» τα εμπορικά ΜΜΕ που χρηματοδοτούνταν από τα διαφημιστικά έσοδα. Μια παρόμοια αντίφαση παρατηρείται σε έρευνες σχετικά με την αξιοπιστία τα ΜΜΕ κατά τη δεκαετία του 1990. Σε μια έρευνα του 1995 της Project Research Consulting, σε ερωτήσεις σχετικά με την αξιοπιστία των ΜΜΕ φαίνεται να υπάρχει μια πλειοψηφία που θεωρεί ακριβή την αναπαράσταση των γεγονότων από την τηλεόραση (45.2% περίπου αξιόπιστη, 9.5% ακριβώς ), ενώ σε κοντινά, αν και χαμηλότερα νούμερα κινούνται το ραδιόφωνο και οι εφημερίδες (47.3% περίπου, 6.4% ακριβώς για το ραδιόφωνο και 41.8% περίπου και 2.9% ακριβώς οι εφημερίδες) . Ωστόσο, μια έρευνα της adBusiness που διεξήχθη μερικούς μήνες αργότερα μέσα στο 1995, έδωσε το εντυπωσιακό στατιστικό σύμφωνα με το οποίο η μεγάλη πλειοψηφία συμφωνεί με την άποψη ότι οι δημοσιογράφοι δεν λένε την αλήθεια (25% πολύ, 53% πάρα πολύ) — τα στοιχεία αναφέρονται στο Παπαθανασόπουλος, 1997:

157). Το ελληνικό κοινό παρακολουθεί τηλεόραση αλλά, σε αντίθεση με την πεποίθηση ότι οι τηλεθεατές είναι «αποβλακωμένοι», κατανοεί τις προβληματικές πλευρές της, όπως είναι η λειτουργία των καναλιών σε συνθήκες (ημί)παρανομίας, η οποία διατηρείται μέσω των κρατικών παρεμβάσεων (Χαιρετάκης, 2014α : 177). Το πιο εξόφθαλμο παράδειγμα είναι οι διαρκείς αναβολές εφαρμογής του νόμου σχετικά με την αδειοδότηση των καναλιών. Υπό μια έννοια, το τηλεοπτικό κοινό απομακρύνθηκε από την κρατική τηλεόραση, για τους λόγους που αναφέραμε παραπάνω. Ωστόσο, βρέθηκε μπροστά σε ένα νέο φαινόμενο, τη διαπλοκή κράτους και ιδιωτικών ΜΜΕ –θα επιστρέψουμε παρακάτω σε αυτό- και για αυτό το λόγο δεν είναι να απορεί κανείς που γρήγορα απομυθοποιεί την ιδιωτική τηλεόραση σχετικά σύντομα.

Ταυτόχρονα, στο νέο πεδίο έντονης εμπορευματοποίησης της επικοινωνίας γενικά και του τηλεοπτικού χρόνου ειδικότερα, δεν έλειψαν οι τριβές και οι συγκρούσεις μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών. Πλευρά αυτής ήταν η αντιπαράθεση ΜΜΕ και media shops σχετικά με τον ρόλο των δεύτερων στον καθορισμό της θεματολογίας των μέσων (Παπαθανασόπουλος, 1997: 117). Η δυνατότητα τους να συγκεντρώνουν διαφημιστικά έσοδα και να τα διαχειρίζονται, θεωρήθηκε ότι διαμόρφωσε ένα πλαίσιο «εκβιαστικό» για τη λειτουργία ακόμα και των μεγαλύτερων καναλιών. Πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα της ισχύς των διαφημιστών, ακόμα και απέναντι στα ισχυρότερα μέσα, ήταν η καθιέρωσή της πολιτικής των «επιστροφών-εκπτώσεων», βάσει της οποίας οι διαφημιστές, όταν έπαιρναν μεγάλα διαφημιστικά πακέτα διεκδικούσαν από τα μέσα είτε την επιστροφή χρημάτων είτε την επιπλέον παροχή διαφημιστικού χώρου/χρόνου, χωρίς αντίτιμο (Χαιρετάκης, 2014β: 71-72).<sup>106</sup> Από την άλλη, έχει καταγραφεί αναλυτικά η σύγκρουση ορισμένων τηλεοπτικών καναλιών με την AGB σχετικά με την αξιοπιστία των μετρήσεων (Χαιρετάκης, 2007).

### 5.9 Τα ελληνικά 90s ως σημείο τομής στη διαμόρφωση ενός νέου μοντέλου ηγεμονίας

Για τον ελληνικό κοινωνικό σχηματισμό και τις μορφές άσκησης ηγεμονίας εντός του, η απορρύθμιση του επικοινωνιακού πεδίου και η κυριαρχία της ιδιωτικής τηλεόρασης συνιστούν την ολοκλήρωση μιας διαδικασίας κλεισίματος του κύκλου που

άνοιξε η περίοδος της μεταπολίτευσης και που συνδέθηκε με οικονομικές και πολιτικές παραχωρήσεις προς τις υποτελείς τάξεις και στρώματα<sup>107</sup>. Για τη Λογοθέτη, η μεταπολίτευση συνιστά μια διαδικασία αλλαγής του μοντέλου κατασκευής της συναίνεσης με στόχο να διατηρηθεί η εξουσία της άρχουσας τάξης αλλά και να ενσωματωθούν σε αυτήν οι πρότερα αποκλεισμένοι (Λογοθέτη, 2002: 285). Εντάσσει σε αυτή την προσπάθεια τη νομιμοποίηση του ΚΚΕ, τη θέσπιση κράτους δικαίου αλλά και ενός κρατικο-κορπορατίστικου μοντέλου<sup>108</sup>. η άνοδος του ΠΑΣΟΚ στην εξουσία συμπυκνώνει την εικόνα της «κατάληψης» του κράτους από τους τ έως αποκλεισμένους του» (Λογοθέτη, 2002: 286.).

Στο πεδίο της πολιτικής επικοινωνίας και με την κυριαρχία της ιδιωτικής τηλεόρασης, ολοκληρώνεται το πέρασμα σε μορφές ήπιου καταναγκασμού «όπως είναι οι λογικές χαμένης ψήφου, της αρνητικής διαφήμισης, του διπολισμού» (Χαιρετάκης, 2002: 106) οι οποίες κυριαρχούν στην Ελλάδα των 90s και συμβάλλουν στην καθιέρωση του δικομματισμού, την αποδυνάμωση των μικρότερων κομμάτων -και της, ούτως ή άλλως αποδυναμωμένης από το εθνικό και διεθνές '89, Αριστεράς - και τη παγίωση ενός συγκεκριμένου ταξικού συσχετισμού. Η σύμπλευση Κεντροαριστεράς-Κεντροδεξιάς εκφράζεται στην Ελλάδα με τη σύγκλιση ΝΔ-ΠΑΣΟΚ τη δεκαετία του '90 γύρω από την εκτίμηση ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση και η πολιτική της αποτελούν τη μοναδική επιλογή για το ελληνικό κράτος (Κιουπκολής στο Crouchm 2006: 31). η σύγκλιση επεκτείνεται ευρύτερα στην εκτίμηση ότι οι δυνάμεις της ελεύθερης αγοράς μπορεί να είναι πιο επωφελείς όταν δρουν χωρίς κρατική παρέμβαση — θέση που σταδιακά υιοθέτησε και το ΠΑΣΟΚ, εγκαταλείποντας το προηγούμενου τύπου σοσιαλδημοκρατικό μοντέλο πολιτικής.

Η μετατόπιση αυτή του ΠΑΣΟΚ έχει ξεκινήσει ήδη από την περίοδο 1985-1987 και τη σύγκρουση εκσυγχρονιστών-σοσιαλδημοκρατών στο ΠΑΣΟΚ αλλά και την άσκηση πολιτικών λιτότητας (Βερναρδάκης, 2011: 2). Κατά τον Βερναρδάκη, η αλλαγή ηγεσίας του 1996 στο ΠΑΣΟΚ (εκλογή Σημίτη) «δεν θα είναι μια τυπική αλλαγή προσώπων κορυφής. Θα σημάνει την προσπάθεια για μια βαθιά αλλαγή του ΠΑΣΟΚ» κατά τα πρότυπα των Νέων Εργατικών του Μπλερ (Βερναρδάκης, 2011: 5)<sup>109</sup>. Με αυτό τον τρόπο,

αποδυναμώνονται οι διαχωριστικές γραμμές της μεταπολίτευσης και υποχωρεί το διακύβευμα των εκλογικών αναμετρήσεων, καθώς οι δύο ανταγωνιζόμενοι συμφωνούν στο βασικό σχέδιο. Η συναίνεση θεμελιώνεται στην κοινή αφήγηση περί εκσυγχρονισμού που προβάλλεται ως ένα «υπερταξικό, εθνικό και “τεχνικοοικονομικό” πρόταγμα» (Κιουπκολής στο Crouch, 2006: 42). Η πολιτική διαπάλη περιορίζεται στο ζήτημα του ποιος είναι ο ικανότερος διαχειριστής του σχεδίου του εκσυγχρονισμού, ποιος μπορεί να φέρει σε πέρας την προσέγγιση του σκληρού πυρήνα της Ευρωζώνης, τις κοινωνίες της Κεντρικής και Δυτικής Ευρώπης.

Ταυτόχρονα, ο νέος ηγεμονικός λόγος του «εκσυγχρονισμού» δεν απογαλακτίστηκε πλήρως από κάποια παραδοσιακά στοιχεία του λόγου των ΜΜΕ όπως είναι ο κομβικός ρόλος τους στη διαμόρφωση και ενίσχυση της εθνικής ταυτότητας. Έτσι, τα εμπορικά ΜΜΕ της δεκαετίας του '90, μαζί με τμήματα του πολιτικού συστήματος κυρίως γύρω από τη Ν.Δ., πήραν θέση στην περίπτωση του «Μακεδονικού», συμμετέχοντας στην εθνικιστική προσπάθεια εξαφάνισης «μιας χώρας με μακεδονική - και όχι ελληνική- εθνική ταυτότητα» (Δοξιάδης, 2016: 74). Αυτό φαντάζει παράδοξο μόνο αν προσπαθούμε να ερμηνεύσουμε την ελληνική κοινωνική συγκρότηση μέσα από αυστηρά δίπολα «εκσυγχρονισμός-παράδοση». Πραγματικά μέσα στα κυρίαρχα κόμματα της περιόδου υπήρχαν διαφορετικές προσεγγίσεις για το Μακεδονικό, όπως υπήρχαν αργότερα συγκρούσεις για την αναγραφή του θρησκευόμενου στις ταυτότητες. Αυτό δεν αναιρεί τη σύγκλιση τους γύρω από τη στρατηγική του εκσυγχρονισμού.

Επιπλέον, αυτό το πλαίσιο συναίνεσης, για να αναπαραχθεί, έχει ανάγκη (και) την κατασκευή ενός εχθρού που θα καταγγελθεί και θα τονώσει το πνεύμα ομοψυχίας. Η θεαματικά οργανωμένη πολιτική αντιπαράθεση, έχει ανάγκη έναν εξωτερικό παράγοντα, κάτι που να βρίσκεται εκτός του «ακραίου κέντρου» που με τη δράση του να ανανεώνει τη συναίνεση σε ένα πολιτικό σύστημα όπου οι βασικές διαφορές τείνουν να εκλείψουν. Αυτό το «ρόλο» μπορούν να επιτελέσουν είτε οι απεργίες που θεωρείται ότι βλάπτουν την κοινωνική πλειοψηφία (Λογοθέτη, 2002: 298), είτε οι μετανάστες που, καθώς στερούνται βασικών πολιτικών δικαιωμάτων, τα ΜΜΕ δεν ένιωθαν την πίεση να λειτουργήσουν ως μεσολαβητές τους (Λογοθέτη, 2002: 302) είτε πολιτικές ομάδες της

εξωκοινοβουλευτικής Αριστεράς και του αναρχικού χώρου. Ο στιγματισμός των κοινωνικών αγώνων και διεκδικήσεων ως «κοινό εσωτερικό εχθρό» (Λογοθέτη, 2002:325), αφορούσε μετωνυμικά την αναίρεση-υπέρβαση ενός προηγούμενου μοντέλου ηγεμονίας που κυριάρχησε κατά τη μεταπολίτευση και θεωρούνταν πλέον παρωχημένο.

Η αφήγηση περί εκσυγχρονισμού, όπως είδαμε και παραπάνω, νομιμοποίησε ένα σχέδιο καπιταλιστικής αναδιάρθρωσης, κομβικό κομμάτι του οποίου ήταν τα ΜΜΕ. Το νέο επικοινωνιακό σύστημα στο ιδεολογικό επίπεδο υποβοήθησε τη σύγκλιση των δύο κομμάτων εξουσίας γύρω από το στόχο της ευρωπαϊκής ενοποίησης. Επιπλέον -και, τουλάχιστον, εξίσου σημαντικό- συνέβαλε στην καθιέρωση ενός νέου μοντέλου κατανάλωσης. Η κυριαρχία του lifestyle περιοδικού τύπου τη δεκαετία του '90 συνέβαλε στη «μετατόπιση προς τη φιγούρα του αντιπολιτικού, ατομοκεντρικού καταναλωτή» (Σακελλαρόπουλος & Σωτήρης, 2004: 209). Αναδύονται νέοι ανθρωπότυποι, διαμορφωμένοι σε ένα ιδεολογικό-πολιτικό-πολιτισμικό πλαίσιο που επιβραβεύει μια στάση ζωής όπου κυριαρχεί «το έθος του Έλληνα μικρομεσαίου την εποχή του ευρώ... ιδιώτευση, καταναλωτισμός, μίμηση, ταύτιση (όχι χωρίς μνησικακία) με τους ισχυρούς του χρήματος, τους διάσημους, τους πετυχημένους» (Χαιρετάκης, 2014α: 165).

Τα παραπάνω συγκλίνουν στην εικόνα της δεκαετίας του '90 ως μια περίοδο που διέπεται από σταθερότητα. Φυσικά, μια τέτοια προσέγγιση είναι αφαιρετική και κινδυνεύει να παραβλέψει τις συνεχείς εκλογικές μάχες στο πρώτο μισό της δεκαετίας, σημαντικούς κοινωνικούς αγώνες στο δεύτερο μισό καθώς και να υποτιμήσει, στο επικοινωνιακό πεδίο, τον βίαιο χαρακτήρα της απορρύθμισης και του μετασχηματισμού του επικοινωνιακού συστήματος συνολικά – και όχι αποκλειστικά της ραδιοτηλεόρασης. Ωστόσο, η έννοια της σταθερότητας απηχεί την κυριαρχία της ιδιωτικής τηλεόρασης, του δικομματικού πολιτικού συστήματος και της σχέσης μεταξύ τους. Σε αυτό το πλαίσιο, η Κακεπάκη συμπεραίνει, με βάση την έρευνα της για τη συσχέτιση διαφορετικών τύπων ψηφοφόρων και παρακολούθησης τηλεόρασης, ότι «μισό αιώνα μετά τις διαπιστώσεις του Lazarsfeld επιβεβαιώνονται οι ισχυρισμοί του, ότι όσοι εκτίθενται περισσότερο στην προεκλογική εκστρατεία αφενός παρουσιάζουν υψηλό ενδιαφέρον για την πολιτική και

αφετέρου έχουν ήδη αποφασίσει τι θα ψηφίσουν πριν από την έναρξη της» (Κακεπάκη, 2002: 163). Ένα σταθερό πολιτικό σύστημα, δομημένο γύρω από τον δικομματισμό, αναπτύσσει σχέσεις αλληλοτροφοδότησης με ένα αντίστοιχα διατεταγμένο επικοινωνιακό σύστημα<sup>110</sup>. Φυσικά, η σταθερότητα αυτή αποδείχθηκε προσωρινή, όπως θα δούμε στη συνέχεια, και το μοντέλο του Lazarsfeld δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί σήμερα ως αναλυτικό εργαλείο. Είναι όμως ενδεικτικό το γεγονός ότι η ελληνική δεκαετία του '90 φαινόταν πρόσφορη για αυτό.

Συνολικά, βλέπουμε το πώς η απόρρυθμιση-εμπορευματοποίηση των ΜΜΕ έπαιξε κομβικό ρόλο σε αυτή τη διαδικασία αναδιάταξης των ταξικών συνασπισμών, κατά αντίστοιχο τρόπο που έγινε κάτι τέτοιο στο διεθνές πλαίσιο. Οι συνέπειες της ανόδου του νεοφιλελευθερισμού στα ΜΜΕ φιλτράρονται από το ελληνικό περιβάλλον, ωστόσο κινούνται στην ίδια κατεύθυνση: περισσότερη ενημέρωση, περισσότερη ευχάριστη ενημέρωση, αναγνωρισιμότητα για ένα τμήμα των δημοσιογράφων, κυριαρχία της εικόνας. Προκειμένου να κατανοήσουμε καλύτερα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτής της μετατόπισης, θα στραφούμε τώρα στην πολιτική οικονομία των ελληνικών ΜΜΕ της περιόδου μέχρι και το 2008, προσπαθώντας να δώσουμε έμφαση α) στη συγκέντρωση ιδιοκτησίας και β) στο πώς διαρθρώθηκαν ταξικές συμμαχίες της άρχουσας τάξης μέσα από τη συνιδιοκτησία Μέσων

#### 5.10 Πολιτική οικονομία των προ κρίσης ΜΜΕ

Λίγο πριν την κρίση, η εικόνα των ΜΜΕ στην Ελλάδα είναι σύνθετη. Στο οικονομικό πεδίο, το βιοτεχνικό στάδιο έχει ξεπεραστεί πλήρως μέσα από τους μετασχηματισμούς της δεκαετίας του 1990. Στο επίπεδο της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας, την περίοδο 1990-2007 ενεργοποιούνται όλες οι διαδικασίες συγκέντρωσης, με τη συμβολή της χρηματιστικοποίησης των ΜΜΕ. Είναι ενδεικτικό ότι το 2007, τα τέσσερα μεγαλύτερα ιδιωτικά κανάλια (Mega, ANT1, ALPHA, STAR) συγκεντρώνουν το 60.7% της τηλεθέασης και το 84.4% της διαφημιστικής δαπάνης (Σμυρναίος, 2010: 142). Με βάση άλλα στοιχεία, το 2008, τα πέντε μεγαλύτερα ιδιωτικά κανάλια (Mega, Ant1, Alpha, Star, Alter) συγκεντρώνουν το 68.5% της τηλεόρασης ενώ τα τέσσερα μεγαλύτερα εκδοτικά



συγκροτήματα (ΔΟΛ, Πήγασος, Καθημερινές Εκδόσεις, Τεγόπουλος ΑΕ) συγκεντρώνουν το 69.7% της ημερήσιας κυκλοφορίας (Leandros, 2010: 892-893).

Οι μεγαλύτεροι όμιλοι της περιόδου συγκεντρώνουν μια μεγάλη γκάμα εκδόσεων, ραδιοφώνων, καναλιών καθώς και ιστοσελίδων με μεγάλη επισκεψιμότητα (Σμυρναίος, 2010: 150-153). Ο ΔΟΛ είναι μέτοχος στο πρακτορείο διανομής Άργος (με 38.5%), εκδίδει Τα Νέα και το Βήμα<sup>111</sup>, περιοδικά όπως το Cosmopolitan, Free, Marie Clair και άλλα, έχει ιστοσελίδες όπως το in.gr και συγχρόνως είναι μέτοχος (με 21.7%) της Τηλέτυπος η οποία έχει μερίδιο στην Εκδοτική Βόρειας Ελλάδας, στα βιβλιοπωλεία Παπασωτηρίου, σε εκτυπωτικές εταιρείες, τη συνδρομητική Multichoice Hellas (Nova) και, βεβαίως, είναι ιδιοκτήτρια του *Mega*. Μετοχές στην Τηλέτυπος κατέχει και η Πήγασος Εκδοτική (23.9%) που ανήκει στην οικογένεια Μπόμπολα και εκδίδει το *Έθνος*<sup>112</sup>, την *Ημερησία*<sup>113</sup>, περιοδικά όπως το *Elle* και το *Σινεμά* ενώ το 2008 αγοράζει το πλειοψηφικό πακέτο στο *Πρώτο Θέμα*<sup>114</sup>. Από την άλλη, η Χ.Κ. Τεγόπουλος Εκδόσεις Α.Ε. είναι ένας ακόμα ισχυρός παράγοντας της περιόδου · εκδίδει την *Ελευθεροτυπία*<sup>115</sup>, την εφημερίδα μικρών αγγελιών *Χρυσή Ευκαιρία* και είναι μέτοχος τόσο της *Τηλέτυπος* (με μικρό μερίδιο, 2.6%) όσο και του πρακτορείου Άργος ( με 24.1%).

Στο πεδίο της τηλεόραση έχουμε τον όμιλο Αντένα με κύριο μέτοχο την οικογένεια Κυριακού · ο όμιλος έχει μια σειρά τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών (*ANT1*<sup>116</sup>, *ANT1 Gold*, *Μακεδονία TV*, *Ρυθμός 94.9* κ.α.), εκδίδει περιοδικά (Παιδί και νέο γονείς, Αστρολόγος, Penthouse κ.α.), τη δισκογραφική Heaven και τις εταιρείες παραγωγής Επικοινωνία ΑΕ και Epa Production καθώς ένα ποσοστό μετοχών της Multichoice Hellas (4.2%). Μέσω της οικογένειας Κυριακού, ο όμιλος του Αντένα συνδέεται με την εφοπλιστική εταιρεία Athenian Sea Carriers. Από την άλλη, ο όμιλος Κοντομηνά έχει επίσης τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς (*Alpha*<sup>117</sup>, *Channel 9*, *Αλφα 98,9* και *Παλμός 96.5*) τις εκδόσεις *Ιλισσός* και ποσοστό μετοχών της *Sport Day*<sup>118</sup>. Ο όμιλος Αλαφούζου κατέχει το πλειοψηφικό πακέτο από τις *Καθημερινές Εκδόσεις ΑΕ* που εκδίδει την *Καθημερινή*<sup>119</sup> και έχει υπό την κατοχή του το κανάλι ΣΚΑΙ120 και τους ραδιοφωνικούς σταθμούς ΣΚΑΙ 100.3, Red και Μελωδία. Επιπλέον έχει ποσοστό στις εκδόσεις Άρκτος (30%) και στο πρακτορείο διανομής Ευρώπη (21%). Τα Μέσα αυτά

συνδέονται με επιχειρήσεις στον εφοπλιστικό (Αργοναύτης) και κατασκευαστικό τομέα (Εργων ΑΤΕ).

Από την άλλη, ο όμιλος Βαρδινογιάννη έχει υπό την ιδιοκτησία του το κανάλι Star<sup>121</sup> και μερίδιο μετοχών στο Mega, εφημερίδες όπως η *Μεσημβρινή* και η *Espresso*<sup>122</sup> και έχει τις Αττικές Εκδόσεις που εκδίδουν περιοδικά όπως *Madame Figaro*, *Τηλεθεατής*, *Mirror*. Επίσης δραστηριοποιείται στο χώρο του κινηματογράφου μέσω των *Ster Cinemas* και των τηλεοπτικών παραγωγών μέσω της *On Productions*. Επιπλέον, ο όμιλος Βαρδινογιάννη δραστηριοποιείται στη ναυτιλία και τα πετρελαιοειδή και έχει υπό την ιδιοκτησία του την ποδοσφαιρική ομάδα του Παναθηναϊκού. Η διαγώνια συγκέντρωση ιδιοκτησίας στον επαγγελματικό αθλητισμό και τα ΜΜΕ αποτελεί εξαίρεση για εκείνη την περίοδο, όμως, όπως θα δούμε στη συνέχεια, θα γενικευθεί σε φαινόμενο μετά το 2016.

Τέλος, μικρότερη αλλά υπαρκτή επιρροή έχουν οι όμιλοι Κουρή και Γιαννίκου. Ο πρώτος έχει υπό την ιδιοκτησία του τα κανάλια *Mad* και *Alter*<sup>123</sup> και τις εφημερίδες *Αυριανή* και *Φίλαθλος*, διατηρεί μικρό ποσοστό (3%) στο πρακτορείο Άργος και έχει υπό την ιδιοκτησία του τα καταστήματα δίσκων *Μετρόπολις* που κατείχαν σημαντικό μερίδιο στην αγορά<sup>124</sup>. Ο δεύτερος έχει μερίδιο μετοχών στο *Alter*, εκδίδει την εφημερίδα *Κόσμος του Επενδυτή* και έχει την ιδιοκτησία των δισκογραφικών *Legend*, *Lyra* και *ΜΒΙ*.

Η εικόνα που δίνεται συνδυάζει όλα τα επίπεδα της συγκέντρωσης και τον κεντρικό ρόλο του εφοπλιστικού και του κατασκευαστικού κεφαλαίου. Τα προ κρίσης επικοινωνιακό σύστημα στην Ελλάδα διέπεται, επιπλέον, από έντονο ανταγωνισμό τόσο για την κυκλοφορία των εφημερίδων όσο και για την τηλεοπτική τηλεθέαση. Ωστόσο, πρέπει να τονιστεί ότι ο ανταγωνισμός συνδυάζεται με διάφορα πεδία σύγκλισης και συνιδιοκτησίας. Στα στοιχεία που δίνει ο Σμυρναίος (Σμυρναίος, 2010: 154) διαφαίνεται ποια είναι. Το πρακτορείο Άργος είναι υπό τη συνδιοκτησία τριών ομίλων (ΔΟΛ, Τεγόπουλος, Κουρή). Αντίστοιχα, στη *Multichoice Hellas* (Nova) –στο πεδίο της συνδρομητικής δορυφορικής τηλεόρασης– συγκλίνει ο όμιλος Αντένα με τον ΔΟΛ, ενώ συγχρόνως ανταγωνίζονται για τα μερίδια της τηλεθέασης πανελλαδικής εμβέλειας, μέσω των καναλιών *ANT1* και *Mega*. Ο συνδυασμός ανταγωνισμού-συνεργασίας

διαφορετικών ομίλων μέσα στο ίδιο επικοινωνιακό σύστημα αντανακλά κινήσεις μερίδων της άρχουσας τάξης· κάθε μια επιδιώκει ένα καλύτερο μερίδιο για τον εαυτό της αλλά επιζητεί και συμμαχίες για να βελτιώσει τη θέση της τόσο οικονομικά όσο και πολιτικά. Δεν υπάρχει βέβαια «ανόθευτος ανταγωνισμός» ούτε θα μπορούσε να υπάρξει σε μια ιστορική περίοδο που εντείνεται η συγκέντρωση ιδιοκτησίας με κάθε τρόπο.

Εντός αυτού του πλαισίου, το *Mega* αναδεικνύεται σε κεντρικό κόμβο. Τα διάφορα τμήματα του κεφαλαίου που ανταγωνίζονται στα ΜΜΕ, συγκλίνουν γύρω από το *Mega* από την ίδρυση του. Επιχειρηματίες που προέρχονται από την παραδοσιακή γενικά εκδοτών (Τεγόπουλος, Λαμπράκης) συναντιούνται με τμήματα του κατασκευαστικού κεφαλαίου (Μπόμπολας) και δημιουργούν το *Mega* (Leandros, 2010: 895) ενώ αργότερα στους μετόχους θα προστεθεί και το εφοπλιστικό κεφάλαιο (Βαρδινογιάννης). Υπό αυτό το πρίσμα, το *Mega* επιτελούσε ένα διπλό ρόλο: μια επιτυχημένη επιχείρηση αλλά και ένας μηχανισμός ηγεμονίας με καθοριστικό συμβολή στη σύμπτυξη συμμαχιών της αστικής τάξης. Το *Mega* δεν ήταν μόνο το «μεγάλο κανάλι», η «ναυαρχίδα των ελληνικών μίντια» και διάφορά άλλα ονόματα που τους έχουν αποδοθεί κατά καιρούς αλλά και η εγγύηση της στρατηγικής ενότητας μεταξύ ισχυρών επιχειρηματιών που συγχρόνως είναι ανταγωνιστές, πχ στο πεδίο των εκδόσεων. Επιπλέον, όπως βλέπουμε, η είσοδος στην εποχή της ιδιωτικής ραδιοτηλεόραση συνδυάζεται -όχι τυχαία- με την ένταση της οριζόντιας συγκέντρωσης ιδιοκτησίας, με τους ιδιοκτήτες των μεγαλύτερων εφημερίδων να επεκτείνονται στο κομμάτι της τηλεόρασης.

Η έτερη ναυαρχίδα των προ κρίσης μέσων είναι ο ΔΟΛ που, όπως είδαμε, συμμετέχει στο *Mega* και εκδίδει εφημερίδες με σημαντικό κύρος και την αύρα της εγκυρότητας. Ο ΔΟΛ επωφελείται της χρηματιστικοποίησης και με την είσοδο του στο χρηματιστήριο διευρύνει σημαντικά τον κύκλο εργασιών του, «φτάνοντας τα 360,1 εκατομμύρια ευρώ το 2000, έναντι 158.3 εκατ. ευρώ το 1998 και 125.8 εκατ. ευρώ το 1993» (Λέανδρος, 2013: 39). Έτσι, μεταξύ των σημαντικότερων ομίλων που δραστηριοποιούνται στα έντυπα μέσα, ο ΔΟΛ διατηρεί στην αρχή της κρίσης το μεγαλύτερο κύκλο εργασιών (Λέανδρος, 2013: 45-46). Εκφράζει το νέο μοντέλο

χρηματοδότησης που αντλεί πόρους τόσο από τη διαφήμιση –οι εκδόσεις του καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις σε κάθε σχετική κατηγορία– όσο και από το τραπεζικό σύστημα. Όχι τυχαία, ο ΔΟΛ εισάγεται στην κρίση με τη μεγαλύτερη δανειακή επιβάρυνση σε σχέση με τους ανταγωνιστές του (220 εκατομμύρια έναντι 208 της Πήγασος, 57 της Καθημερινής Α.Ε. και 153 της Τεγόπουλος Α.Ε., στοιχεία από Λέανδρος, 2013: 48-49). Ωστόσο, μπορεί και εξυπηρετεί τις δανειακές υποχρεώσεις και κανείς δεν περίμενε αυτό που θα ακολουθούσε.

Η «χρυσή εποχή» των Μέσων αποτυπώνεται στα διαφημιστικά έσοδα που γνωρίζουν σταθερή άνοδο. Στα τέσσερα κύρια ΜΜΕ (εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, τηλεόραση) από το 1.5 δις ευρώ του 2000 οδηγούμαστε στα 2.6 δις το 2008, χρονιά ρεκόρ στην ιστορία των ελληνικών ΜΜΕ (Χαιρετάκης, 2014β: 148). Όλες οι κατηγορίες Μέσων γνωρίζουν άνθιση σε αυτή την περίοδο και –όχι τυχαία– όλες πιάνουν τη μέγιστη απόδοση είτε το 2007 (εφημερίδες, τηλεόραση) είτε το 2008 (περιοδικά, ραδιόφωνο). Η αναφορά σε «χρυσή εποχή» δεν συνιστά εξιδανίκευση αλλά περισσότερο κατ' ευφημισμό χρήση του όρου. Όπως αναφέρει ο Λέανδρος, «η χρυσή εποχή που προηγήθηκε (σ.σ. της κρίσης) δεν οδήγησε σε σύγχρονους υγιείς οργανισμούς αλλά σε υπερεπέκταση, υψηλό κόστος λειτουργίας και φαινόμενά αλληλεξάρτησης με την πολιτική εξουσία» (Λέανδρος, 2013: 32).

Συνολικά, το τοπίο των ελληνικών ΜΜΕ προ κρίσης χαρακτηρίζεται από κάποιες ελληνικές ιδιαιτερότητες (διαπλοκή, καθεστώς ημί-παρανομίας, μεγάλος αριθμός τίτλων και σταθμών). Ιδιαίτερα, ο αριθμός των τίτλων εφημερίδων, από τη μεταπολίτευση μέχρι το 2010, ακολουθεί αντιστρόφως ανάλογη πορεία με την πορεία των πωλήσεων, αντίθεση που καθίσταται ιδιαίτερα έντονη μετά το 1990 όταν μιλάμε πλέον για ραγδαία συρρίκνωση των πωλήσεων (από τις 350.00 ημερησίων το 1989 σε κάτω από 200.000 το 2006) και απότομη αύξηση των τίτλων (για την ίδια περίοδο, από 50 τίτλους άνοδος στους 80) (Siarera, Paradooulou, Archontakis, 2015: 453). Είναι εμφανές ότι πρόκειται για ζημιογόνα ΜΜΕ που συνεχίζουν να υπάρχουν (ενώ ιδρύονταν διαρκώς νέα) για να εξυπηρετήσουν επιδιώξεις των εκδοτών και τη διαπλοκή πολιτικών και οικονομικών συμφερόντων. Στο πεδίο της τηλεόρασης μπορεί η απόκλιση να μην είναι τόσο

κραυγαλέα ωστόσο, για τη συντριπτικά μεγαλύτερη περίοδο ζωής της ιδιωτικής τηλεόρασης, οι ισολογισμοί είναι κατά βάση αρνητικοί<sup>125</sup> με εξαίρεση κατά κύριο λόγο την Τηλέτυπο (Mega) της περιόδου 2004-2007 (Χαιρετάκης, 2014α:409 ).

Ωστόσο, στο επίπεδο της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας και πωλήσεων φέρει τα χαρακτηριστικά των επικοινωνιακών συστημάτων της καπιταλιστικών κοινωνικών σχηματισμών της αντίστοιχης περιόδου Αυτό είναι το επικοινωνιακό σύστημα που προέκυψε ως αποτέλεσμα των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού που πέρασε το μετασχηματισμό του νεοφιλελευθερισμού και της απορρύθμισης. Όπως είδαμε σε προηγούμενη ενότητα, η άμβλυνση των πολιτικών διαφορών των κομμάτων εξουσίας, η ενίσχυση της σημασίας της πολιτικής επικοινωνίας και η εμπλοκή των ισχυρότερων μερίδων του κεφαλαίου στα ΜΜΕ, είναι στοιχεία στενά δεμένα με την περίοδο που ανοίγει διεθνώς μετά το 1980. Θα στραφούμε τώρα στο ζήτημα της διαπλοκής που θεωρείται κατεξοχήν ζήτημα της ελληνικής ιδιαιτερότητας.

### 5.11 Διαπλοκή

Η διαπλοκή φαίνεται να αποτελεί διαχρονικό χαρακτηριστικό των ελληνικών Μέσων. Η φράση «ή υπουργή μου δίνεις ή εφημερίδα βγάζω» φαίνεται να χρονολογείται από την περίοδο του Όθωνα (Μπαλά & Παπαδημητρίου, 1993: 8). Αποτελεί ένδειξη της χρήσης του Τύπου ως μέσο εκβιασμού προκειμένου ο εκάστοτε εκδότης να αποκτήσει πρόσβαση σε θέσεις-κλειδιά της πολιτικής ζωής. Σχετίζεται με όσα βλέπαμε παραπάνω για τον ισχυρό ρόλο του κράτους μες τον ελληνικό καπιταλιστικό σχηματισμό ως αντιστάθμισμα της αδύναμης ανάπτυξης της αστικής τάξης. Παρόλο που αυτή η πλευρά δεν έχει εκλείψει, έχει σημασία να διακρίνουμε αυτό τον τύπο διαπλοκής –που αναφέρεται σε μια ιστορική φάση που απουσιάζει η εμπορευματοποίηση των ΜΜΕ– από τη διαπλοκή που εμφανίζεται στα τέλη του 20<sup>ου</sup> αιώνα στο ελληνικό επικοινωνιακό σύστημα και μετασχηματίζεται μέσα στην κρίση. Στη δεύτερη περίπτωση έχει κεντρικό ρόλο το χρηματιστικό και κατασκευαστικό κεφάλαιο, τα δημόσια έργα μεγάλης κλίμακας αλλά και οι ειδικές απαιτήσεις της αναπαραγωγής του ελληνικού καπιταλισμού μέσα στις συνθήκες της κρίσης χρέους.

Σε κάθε περίπτωση όμως, η διαπλοκή σχετίζεται με τη συνύπαρξη διαφορετικών φάσεων ανάπτυξης εντός του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού που αναφέρθηκε παραπάνω. Σε αυτό το πλαίσιο, διατηρούνται και αναπαράγονται εμπρόσωπες σχέσεις μεταξύ της αστικής τάξης και των υποτελών αλλά και μεταξύ της αστικής τάξης και του κυρίαρχου πολιτικού προσωπικού. Είναι προφανές ότι η εικόνα ενός απρόσωπου-εξορθολογισμένου καπιταλισμού, όπου κυριαρχούν μόνο αφηρημένοι δεσμοί εκπροσώπησης είναι ιδεοτυπική. Μόνο απολυτοποιώντας κάποια χαρακτηριστικά των κοινωνικών σχηματισμών του ανεπτυγμένου καπιταλισμού μπορεί να συνάγει κάποιος το συμπέρασμα ότι η διαπλοκή είναι στενά ελληνικό φαινόμενο. Επίσης, κάνοντας το αυτό, θα παρακάμψει αναγκαστικά μια σειρά από σκάνδαλα και εγκλήματα λευκού κολλάρου στην «καρδιά» του ανεπτυγμένου καπιταλισμού. Ωστόσο, αν σκεφθούμε περισσότερο με όρος ενός φάσματος, είναι σαφές ότι στην Ελλάδα οι εμπρόσωπες σχέσεις είναι πολύ πιο έντονες. Συναρθρώνονται μάλιστα, στο πεδίο των ΜΜΕ, με το καθεστώς ημι-παρνομίας και μόνιμης ζημίας στο οποίο λειτουργούν τα Μέσα για δεκαετίες.

Ο Χαιρετάκης ορίζει τη διαπλοκή ως εξής:

*«Η διαπλοκή αποτελεί τη συνάρθρωση πολιτική, οικονομικών (ιδίως ιδιωτικών επιχειρηματικών) και ΜΜΕ συμφερόντων για την εκπλήρωση ιδιοτελών στόχων [...]. Ένα από τα κύρια “όπλα” της είναι οι αδιαφανείς ή και μυστικά (και αμοιβαία επωφελείς) συμφωνίες και η οικονομική διαφθορά, κυρίως το άδηλο χρήμα και η δυνατότητα διευρυμένης κυκλοφορίας του» (αναφέρεται στο Χαιρετάκης, 2014α: 81).*

Ο Χαιρετάκης θεωρεί τη διαπλοκή ως ένα δείγμα της ανωριμότητας της ελληνικής αγοράς των ΜΜΕ και τονίζει ότι η διαπλοκή ενισχύεται από την προβολή των ΜΜΕ – ιδίως της τηλεόρασης- ως παντοδύναμων κοινωνικών παραγόντων (Χαιρετάκης, 2007: 69). Είναι δεδομένο ότι συνδυάζονται τόσο η διάθεση πολιτικών παραγόντων να αξιοποιήσουν τα ΜΜΕ αλλά και η τάση των ιδιοκτητών των μίντια να αξιοποιήσουν την οικονομική θέση τους για να επιδράσουν στην πολιτική εξουσία. Πολιτικοί παράγοντες επιζητούν την ισχυροποίηση μέσω προνομιακών σχέσεων με συγκεκριμένα ΜΜΕ, σε ένα

πλαίσιο που χαρακτηρίζεται και από τη σπατάλη δημόσιου χρήματος αλλά και την αναπαραγωγή προνεωτερικών μοντέλων εξουσίας, όπως η οικογενειοκρατία (Χαιρετάκης, 2014α: 243-244). Ταυτόχρονα, η διαπλοκή καθορίζεται και από σύγχρονα φαινόμενα · για παράδειγμα, με τη σταδιακή αποψίλωση της βάσης των κομμάτων, τα κόμματα εξουσίας –κυρίως αλλά όχι μόνο– εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την κρατική χρηματοδότηση<sup>126</sup> ενώ συγχρόνως διογκώνουν τα χρέη τους. Αυτό δημιουργεί και ανάγκη για προβολή στα ΜΜΕ με στόχο την εξασφάλιση ψήφων –και άρα μεγαλύτερο μερίδιο από το κρατικό χρήμα– αλλά και εξάρτηση από τις τράπεζες για τη χρηματοδότηση ενός χρέους που μεγαθύνεται.

Οι σχέσεις ΜΜΕ και κυβερνήσεων έχει τραβήξει το ενδιαφέρον διεθνών παραγόντων, όπως οι εκθέσεις της αμερικανικής πρεσβείας στην Ελλάδα το 2006 προς το αμερικανικό ΥΠΕΞ, οι οποίες διέρρησαν από τα Wikileaks. Μέσα στην έκθεση τονίζει ο μη κερδοφόρος χαρακτήρας των ελληνικών ΜΜΕ και το «παράδοξο» επεξηγείται ως εξής: τα ΜΜΕ «χρηματοδοτούνται από τους ιδιοκτήτες τους που, αν και καλωσορίζουν οποιοδήποτε εισόδημα από τις δραστηριότητες των ΜΜΕ τα χρησιμοποιούν κυρίως για να ασκήσουν πολιτική και οικονομική επιρροή και ως εκ τούτου ενδιαφέρονται λιγότερο για τα κέρδη από τα ΜΜΕ»<sup>127</sup>. Η ίδια έκθεση αποδίδει με ένα «λυρισμό» τις σχέσεις μεταξύ διαφορετικών ΜΜΕ αλλά και μεταξύ ΜΜΕ και κυβέρνησης, γράφοντας ότι «οι σχέσεις είναι πιο περίπλοκες και αιμομικτικές από εκείνες μεταξύ των θεών, των ημίθεων και των ανθρώπων της ελληνικής μυθολογίας».

Μεταξύ των πλέον γνωστών εκφράσεων της διαπλοκής είναι αφενός η λειτουργία (μέχρι το 2017) των τηλεοπτικών καναλιών χωρίς να έχει προηγηθεί διαδικασία αδειοδότησης καθώς και ο ελλιπής έλεγχος στο ασυμβίβαστο της ιδιοκτησίας των ΜΜΕ. Η απορρύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού πεδίου παρήγαγε μία συνθήκη απουσίας ρύθμισης η οποία αξιοποιήθηκε διαδοχικά από τις κυβερνήσεις (ΝΔ1990-1993, ΠΑΣΟΚ 1993-1996) στα πλαίσια του «πολιτικού παιχνιδιού» και της προσπάθειας ελέγχου των νέο-ιδρυθέντων ΜΜΕ από την πολιτική εξουσία. Το ασαφές θεσμικό πλαίσιο (προσωρινές άδειες-μη καθορισμένος αριθμός) αποτελεί ένα μέσο εκβιασμού ώστε τα κόμματα εξουσίας να τύχουν ευνοϊκής μεταχείρισης (Parathanassopoulos,1999: 398-

399). Την ίδια στιγμή, όμως, οι ιδιοκτήτες των μέσων επικοινωνίας έχουν τα δικά τους κίνητρα να ενταχθούν στο πλέγμα διαπλεκόμενων συμφερόντων. Επιδιώκουν αφενός να ασκήσουν γενική πολιτική πίεση στα κόμματα εξουσίας και, αφετέρου, να βρεθούν σε προνομιακή θέση για την εξασφάλιση (από τις άλλες επιχειρήσεις τους) συμβάσεων με το κράτος, κυρίως για δημόσια έργα (Parathanassopoulos, 1997b: 359, Sims, 2003). Υπό αυτή την έννοια, η σχέση εξελίσσεται σε αμοιβαία επωφελής, την ίδια στιγμή που αμφότερες οι πλευρές εκβιάζουν και εκβιάζονται. Η Sims καταγράφει 7 «βαρόνους των ΜΜΕ» στην Ελλάδα (Αριστείδης Αλαφούζος, Χρήστος Μπόμπολας, Σωκράτης Κόκκαλης, Μίνως Κυριακού, Χρήστος Λαμπράκης, Χρήστος Τεγόπουλος και Βαρδής Βαρδινογιάννης) οι οποίοι επωφελούνται από τη νέα συνθήκη μετά την απορρύθμιση και διαμορφώνουν ένα σκηνικό όπου «η διαπλοκή εμφανίζεται ως πλουραλισμός» (Sims, 2003: 212).

Ωστόσο, αν μείνουμε μόνο στη σχέση πολιτικών κομμάτων και θεσμών με τα ΜΜΕ δεν αποκτούμε πλήρη εικόνα της διαπλοκής. Ο τρίτος παράγοντας του λεγόμενου «τριγώνου της διαπλοκής» είναι το τραπεζικό σύστημα που παρεμβαίνει χρηματοδοτώντας τόσο τα ΜΜΕ που είναι ζημιογόνα όσο και τα πολιτικά κόμματα που, ιδίως από τη δεκαετία του '90 και μετά, ο Λαυρεντιάδης και το σκάνδαλο της Proton είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα της διαπλοκής στον χώρο του ΜΜΕ και της σχέσης της, ευρύτερα, με παράνομες οικονομικές δραστηριότητες. Η εξαγορά μέρους της «Πήγασος» και η μέσω αυτής προσπάθεια εισόδου στο Mega<sup>128</sup> μας επαναφέρει στη σημασία του συγκεκριμένου καναλιού για την κυρίαρχη μερίδα της ελληνικής αστικής τάξης. Ο υπέρμετρα φιλόδοξος Λαυρεντιάδης, προκειμένου να αναγνωριστεί ως κομμάτι της επιχειρηματικής ελίτ, έπρεπε να συμμετέχει σε αυτή την ιδιότυπη συμμαχία που εξέφραζε το *Mega*. Συγχρόνως, ακολουθώντας ένα δρόμο που άλλοι χάραξαν πριν από αυτόν, εξαγόραζε ΜΜΕ πολύ μικρής αξίας δαπανώντας τεράστια ποσά · για παράδειγμα αγόρασε πλειοψηφικό πακέτο στην εφημερίδα VETO, δίνοντας έως 60 φορές το αρχικό κεφάλαιο της εφημερίδας <sup>129</sup>.

Με την περίοδο της κρίσης, οι τράπεζες (ενισχυμένες πλέον από πόρους του μηχανισμού στήριξης) συνέχισαν να υποστηρίζουν τα ισχυρά εμπορικά ΜΜΕ ακόμα και



σε περιπτώσεις που ήταν δεδομένο ότι τα δάνεια δεν μπορούσαν να εξυπηρετηθούν. Χαρακτηριστική είναι η δήλωση του Παναγιώτη Ψυχάρη, γιού του εκδότη Σταύρου Ψυχάρη, ότι υπέγραφε εγγυήσεις 15 εκατομμυρίων ευρώ για νέο δάνειο από τράπεζα χωρίς να έχει πραγματικά αυτό το ποσό<sup>130</sup> — αντίστοιχη απορία προκαλούν οι τράπεζες που δέχονταν τέτοιου είδους «εγγυήσεις». Αντίστοιχη «απορία» προκαλεί το πώς υπερχρεωμένα ΜΜΕ (όπως ο ΔΟΛ και το Mega), που στη συνέχεια έκλεισαν, κατάφεραν να συνεχίσουν να παίρνουν δάνεια, εν μέσω κρίσης, ενώ είχε ακόμα μη εξυπηρετούμενα χρωστούμενα από προηγούμενα δάνεια<sup>131</sup>. Είναι δύσκολο να ερμηνευθεί κάτι τέτοιο ως συνεχιζόμενο λάθος του τμήματος δανειοδοτήσεων των τραπεζών — πολύ πιο πειστική φαίνεται η εξήγηση ότι τα δάνεια προς τα κόμματα συνέχιζαν ως αντάλλαγμα για τη σταθερή στήριξη τους προς τη μνημονιακή πολιτική που εγγυόνταν τη βιωσιμότητα των τραπεζών. Η ενεργητική συμμετοχή των τραπεζών στο σύστημα της διαπλοκής φαίνεται και στην περίπτωση της *Αυγής* που μετά την επικράτηση του ΣΥΡΙΖΑ στις ευρωεκλογές του 2014 τριπλασιάζει τη χρηματοδότηση από τράπεζες χωρίς να έχει αντίστοιχη αύξηση κυκλοφορίας<sup>132</sup> — και σε αυτή την περίπτωση, τα στελέχη των τραπεζών διακρίθηκαν για την αμηχανία τους μπροστά στις, φαινομενικά μόνο, ανορθολογικές επιλογές τους.

## 5.12 Νομικές παρεμβάσεις ενάντια στη διαπλοκή

Από το 1995 μέχρι σήμερα, μία σειρά νομοθετικών παρεμβάσεων έχουν επιχειρήσει να αντιμετωπίσουν τη διαπλοκή και, ειδικότερα, να θεσμοθετήσουν το πεδίο της ραδιοτηλεόρασης, εκδίδοντας άδειες για κανάλια και ραδιοφωνικούς σταθμούς. Οι προσπάθειες αυτές είναι συχνά αναιμικές και σχεδόν πάντα ημιτελής: διαμορφώνουν ένα πολυδαίδαλο θεσμικό πλαίσιο που ποτέ δεν ολοκληρώνουν και το οποίο ανατρέπεται από την επόμενη ρύθμιση. Το πολιτικό σύστημα είναι σταθερά απρόθυμο να ρυθμίσει το πλαίσιο της αδειοδότησης καθώς «οποιαδήποτε διαδικασία αδειοδότησης θα κατέληγε στη μη αδειοδότηση κάποιων, περισσότερων ή λιγότερων, από τους ήδη λειτουργούντες σταθμούς. Αυτό εξηγεί –χωρίς εννοείται να δικαιολογεί–

τη διαχρονική απροθυμία των κυβερνήσεων να κλείσουν αυτή την εκκρεμότητα» (Σωτηρέλης, Καϊδατζής, Οικονόμου, Δημητρόπουλος, 2019:100-101).

Πιο συγκεκριμένα, το 1995, έγινε η πρώτη προσπάθεια θεσμοθέτησης του ραδιοτηλεοπτικού πεδίου, ορίστηκαν οι προϋποθέσεις αδειοδότησης τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών, τα ασυμβίβαστα των ιδιοκτητών, ιδίως σε σχέση με εταιρείες που αναλαμβάνουν έργα από το Δημόσιο, τέθηκαν όρια στην αθέμιτη συγκέντρωση ιδιοκτησίας και καθιερώθηκε πλαίσιο οικονομικής διαφάνειας (Σωτηρέλης, Καϊδατζής, Οικονόμου, Δημητρόπουλος, 2019:28). Είναι χαρακτηριστικό ότι η εφαρμογή του συγκεκριμένου νόμου (ν. 2328/1995) απαιτούσε την έκδοση 35 προεδρικών διαταγμάτων και, όχι τυχαία, δεν εφαρμόστηκε (Parathanassopoulos, 1997b: 359).

Το 2001, με τη συνταγματική αναθεώρηση επεκτάθηκε η απαγόρευση ανάληψης δημοσίων έργων από ιδιοκτήτες ΜΜΕ ώστε να συμπεριλαμβάνει τους συγγενείς τους, ενδιάμεσες εταιρείες καθώς και όσους είναι οικονομικά εξαρτημένοι από αυτούς. Σε αυτή τη βάση, το 2004 το ΕΣΡ αρνήθηκε να εκδώσει πιστοποιητικό διαφάνειας, θεωρώντας ότι υπάρχουν «σχέσεις οικονομικής και οικογενειακής εξάρτησης μεταξύ του υιού Λεωνίδα (της ΑΚΤΩΡ) και του πατρός Γιώργου Μπόμπολα του “Εθνους” και του Mega.»<sup>133</sup>. Πρέπει βέβαια να σημειωθεί ότι την προηγούμενη περίοδο το ΕΣΡ είχε εκδώσει πλήθος πιστοποιητικών διαφάνειας (4078 μόνο το 2003, μόλις 22 από αυτά πέρασαν από την ολομέλεια της Αρχής)<sup>134</sup>. Το ίδιο το ΕΣΡ αναφέρει το 2003 προβλήματα τόσο σε σχέση με την ελλιπή στελέχωση του όσο και με το ασαφές θεσμικό πλαίσιο, ιδίως στο κομμάτι των συγγενικών προσώπων<sup>135</sup>. Στην προεκλογική περίοδο πριν τις βουλευτικές εκλογές στις 7 Μαρτίου του 2004, η Νέα Δημοκρατία ανέδειξε το ζήτημα της διαπλοκής και κατάφερε να ταυτίσει την έννοια της διαπλοκής με το αντίπαλο κόμμα εξουσίας, διαμορφώνοντας ένα ευνοϊκό, για την ίδια, προεκλογικό περιβάλλον. Μετά την εκλογή της, η απόφαση του Συμβουλίου της Επικρατείας να ακυρώσει 2 από τα πιστοποιητικά διαφάνειας που είχε εκδώσει το ΕΣΡ, λόγω ασυμβίβαστου με την εμπλοκή συγγενικών προσώπων σε ΜΜΕ<sup>136</sup>. Η εξέλιξη αυτή διευκολύνει τη νέα κυβέρνηση να προχωρήσει στην ψήφιση του νόμου 3310/2005 — που έμεινε γνωστός ως «βασικός μέτοχος».

Με τον νέο νόμο επεκτάθηκε η απαγόρευση σε συγγενικά πρόσωπα έως τρίτου βαθμού ενώ έθεσε ως όριο την κατοχή του 1% των μετοχών μιας εταιρείας στον τομέα των ΜΜΕ για να θεωρηθεί κάποιος βασικός μέτοχος και να αποκλειστεί από διαγωνισμούς δημοσίων έργων — το προηγούμενο όριο ήταν 5% (Leandros, 2010: 897). Ο νόμος αυτός επικρίθηκε, μεταξύ άλλων, επειδή περιόριζε τη διαπλοκή στη σφαίρα των σχέσεων μεταξύ επιχειρηματικών συμφερόντων, υποτιμώντας τη διάσταση του φαινομένου που σχετίζεται με τη σχέση κομμάτων-ΜΜΕ<sup>137</sup>. Ωστόσο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Κομισιόν), μέσω του Επίτροπου για θέματα ανταγωνισμού Charles McCreevy, θεώρησε ότι ο νόμος πρέπει να τροποποιηθεί καθώς «αντίκειται σε βασικές αρχές της κοινής αγοράς, αυτές της ελεύθερης επιχειρηματικής δραστηριότητας και της ελεύθερης διακίνησης του κεφαλαίου»<sup>138</sup>. Ακολούθησαν μια σειρά από διαπραγματεύσεις και ανταλλαγές νομοσχεδίων μεταξύ της κυβέρνησης και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Το τελικό αποτέλεσμα ήταν να σταματήσει το ΕΣΡ να εκδίδει πιστοποιητικά διαφάνειας ενώ με το νέο νόμο 3592/2007, καταργήθηκε το ζήτημα του ποσοστού μετοχών και τέθηκε η έννοια της «δεσπόζουσας θέσης». Ένα άτομο μπορεί να κατέχει ένα μέσο μιας κατηγορίας και να συμμετέχει σε ένα ακόμα αρκεί να μην κατέχει δεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά (γεωγραφική, περιεχομένου, τεχνολογική) (Leandros, 2010: 899). Η δεσπόζουσα θέση ορίζεται ως η κατοχή του 35% του μεριδίου αγοράς (διαφημιστικά έσοδα και πωλήσεις) στην οποία δραστηριοποιείται ένα μέσο ή -σε περίπτωση που δραστηριοποιείται σε δύο αγορές- το όριο τίθεται στο 32%<sup>139 140</sup>. Ο Λέανδρος θεωρεί ότι παρά τις προεκλογικές υποσχέσεις, με την τελική κατάληξη του νομοθετικού πλαισίου, κυριάρχησαν οι πελατειακές σχέσεις που «εγγυώνται τη διατήρηση των συμμαχιών μεταξύ ΜΜΕ και πολιτικών ελίτ» (Leandros, 2010: 900). Ο Παπαθανασόπουλος τονίζει ότι η συμμαχία ΜΜΕ και πολιτικών στα επικοινωνιακά συστήματα της Ν. Ευρώπης έχει καταστήσει αναποτελεσματικό το θεσμικό πλαίσιο ελέγχου της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας (Παπαθανασόπουλος, 2010: 143).

Από την άλλη, ο Σμυρναίος ασκεί κριτική και στην κυβέρνηση της ΝΔ καθώς —με βάση την επισήμανση αυτής προς την Κομισιόν ότι τα μέτρα αφορούν τις ελληνικές επιχειρήσεις— θεωρεί ότι στόχος ήταν «η αναδιάρθρωση του οικονομικού συστήματος

μέσω της διευκόλυνσης της δραστηριοποίησης πολυεθνικών συγκροτημάτων στην ελληνική αγορά» σε συνδυασμό με την «εξασθένιση μη φίλα προσκείμενων προς την κυβέρνηση οικονομικών παραγόντων» (Σμυρναίος, 2010: 162). Θεωρεί ότι όλο το εγχείρημα αφορούσε την «αναπροσαρμογή της ισορροπίας δυνάμεων μεταξύ πολιτικής και οικονομικής εξουσίας». Έχουν σημασία οι επισημάνσεις του Σμυρναίου καθώς τονίζουν ότι οι καταγγελίες της Νέας Δημοκρατίας για το ζήτημα της διαπλοκής ούτε αποτελούσαν προεκλογικό ρητορικό τρικ ούτε σκόπευαν στην επίλυση του ζητήματος αλλά εντάσσονταν στη διαπάλη για τους συσχετισμούς εντός του συστήματος του δικομματισμού. Μετά από έντεκα χρόνια διακυβέρνησης από το ΠΑΣΟΚ (1993-2004), η ΝΔ θεωρούσε ότι είχαν εγκαθιδρυθεί σχέσεις πελατείας με τους ιδιοκτήτες των μέσων που την απέκλειαν από την κατανομή πόρων και επιρροής.

Ταυτόχρονα, πρέπει να επισημανθεί η ευθύνη της Ε.Ε. –που συχνά εμφανίζεται στο δημόσιο διάλογο ως εγγυητής του εκσυγχρονισμού– καθώς συνέβαλε στην αποδιάρθρωση των μηχανισμών ελέγχου και κατέστησε το ζήτημα του πλουραλισμού δευτερεύον σε σχέση με την ελεύθερη κίνηση (και συγκέντρωση) του κεφαλαίου. Επιπλέον, υπάρχει και το ζήτημα της στάσης της κυβέρνησης απέναντι στην Κομισιόν. Υπάρχει μια διαδικασία διαπραγμάτευσης, ωστόσο εξ αρχής η κυβέρνηση επιδιώκει να τροποποιήσει το νόμο για να γίνει αποδεκτός από την Κομισιόν και να αποφύγει την κίνηση διαδικασίας –εκ μέρους της Κομισιόν– για παράβαση νόμου της Ε.Ε. Αυτό είναι απόρροια τόσο του λόγου της ΝΔ η οποία σταθερά τονίζει ότι στηρίζει τη συμμετοχή της Ελλάδας στην ευρωπαϊκή ολοκλήρωση όσο και της γενικής υποτελούς θέσης του ελληνικού κράτους σε σχέση με το πλαίσιο της Ε.Ε. Η κυβέρνηση, στην περίπτωση του βασικού μετόχου, μπορούσε εξ αρχής να διεκδικήσει την αναρμοδιότητα της Κομισιόν στο ζήτημα, ισχυριζόμενη ότι άπτεται των ζητημάτων επικοινωνίας και πολιτισμού - καθότι στο πεδίο των ΜΜΕ και της ενημέρωσης- και όχι στο πεδίο του ανταγωνισμού. Σε αυτή την περίπτωση, θα υπερερούσε το κοινοτικό δίκαιο του εθνικού και δεν θα υπήρχε ανάγκη εναρμονισμού με τις κατευθύνσεις της Κομισιόν (Σμυρναίος, 2010: 161). Είναι ενδεικτικό το γεγονός ότι δεν ακολουθήθηκε αυτή η τακτική.

Σε κάθε περίπτωση, παρά τις επιμέρους προσπάθειες, το νομικό πλαίσιο για την καταπολέμηση της διαπλοκής -αλλά και της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας- έγινε πιο «χαλαρό», εστιάζοντας στο αν ένας μεμονωμένος επιχειρηματίας κατέχει κομβική θέση στην αγορά αντί να μελετά τη συνολική συγκέντρωση ιδιοκτησίας που, όπως είδαμε παραπάνω, είναι ιδιαίτερα υψηλή στην προ κρίσης περίοδο γύρω από ένα μικρό αριθμό ομίλων.

Η επόμενη προσπάθεια νομοθετικής ρύθμισης του ραδιοτηλεοπτικού πεδίου και περιορισμού της διαπλοκής έρχεται το 2015, από την κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ. Η κυβέρνηση αυτή, εκλεγμένη τον Σεπτέμβριο του 2015 μετά την υπογραφή του 3<sup>ου</sup> μνημονίου εστίασε στο κομμάτι των τηλεοπτικών αδειών διαμορφώνοντας μία πρόταση που εστίαζε α) στην παροχή 4 αδειών για κανάλια υψηλής ευκρίνειας και εθνικής εμβέλειας β) την παροχή αδειών μέσα από δημοπρασία και γ) την ερμηνεία της διαπλοκής ως απότοκο της μη οικονομικής βιωσιμότητας των τηλεοπτικών καναλιών. Ο νέος νόμος (4336/2015) ήρθε αντιμέτωπος (και) με θεσμική αμφισβήτηση καθώς, παρακάμπτοντας το ΕΣΡ που δεν είχε νόμιμη συγκρότηση, απέδιδε στον αρμόδιο για τα ΜΜΕ υπουργό την ευθύνη να προκηρύξει τη δημοπρασία και να ορίσει τον αριθμό των αδειών. Από τη σχετική δημοπρασία, συγκεντρώθηκαν αρχικά 250 εκατομμύρια ευρώ, τα οποία η κυβέρνηση δεσμεύτηκε ότι θα αξιοποιήσει στην κοινωνική πολιτική, ενώ άδεια πήραν οι εταιρείες Ειδήσεις Ντοτ Κομ (ιδιοκτήτης Γιάννης Αλαφούζος), Ιωάννης Βλαδίμηρος Καλογρίτσας (ιδιοκτήτης Χρήστος Καλογρίτσας), Αντέννα T.V. (ιδιοκτησία οικογένειας Κυριακού), Alter Ego (ιδιοκτήτης Βαγγέλης Μαρινάκης). Ωστόσο, με την απόφαση 95/2017 του ΣτΕ η δημοπρασία ακυρώθηκε καθώς κρίθηκε αντισυνταγματικός ο αποκλεισμός του ΕΣΡ. Τροποποιώντας, προτού καν εκδοθεί η απόφαση του ΣτΕ, το νομικό πλαίσιο, η κυβέρνηση είχε ορίσει ότι ο αριθμός των δημοπρατούμενων αδειών καθορίζεται με υπουργική απόφαση μετά από *σύμφωνη γνώμη* του ΕΣΡ (Σωτηρέλης, Καϊδατζής, Οικονόμου, Δημητρόπουλος, 2019:103). Με το νέο θεσμικό πλαίσιο, οι άδειες ανέβηκαν στις 7 και τελικώς πήραν άδεια 5 τηλεοπτικά κανάλια<sup>141</sup>.

Στην ουσία του θέματος και πέρα από την επικοινωνιακή και πολιτική ήττα της κυβέρνησης ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ, το νέο θεσμικό πλαίσιο στην καλύτερη περίπτωση δεν

αντιμετωπίζει τη διαπλοκή και στη χειρότερη εντείνει την εμπορευματοποίηση της ενημέρωσης. Ειδικότερα, το σύστημα της δημοπρασίας καθιστά ως «κύριο και αποκλειστικό κριτήριο αξιολόγησης την οικονομική δύναμη των υποψηφίων» (Σωτηρέλης, Καϊδατζής, Οικονόμου, Δημητρόπουλος, 2019:62) και αποκλείει εναλλακτικά/ριζοσπαστικά εγχειρήματα στα ΜΜΕ — ένα τέτοιο παράδειγμα ήταν η Ert Open και η αυτοδιαχειριζόμενη ΕΡΤ3 που η νέα κυβέρνηση δεν στήριξε, προτιμώντας την επιστροφή στην κυβερνητικά ελεγχόμενη δημόσια τηλεόραση. Ουσιαστικά, το νέο θεσμικό πλαίσιο βασίζεται σε εσφαλμένη αντίληψη για τη διαπλοκή καθώς θεωρεί ότι τα εμπορικά ΜΜΕ «παρασύρονται» σε αυτή λόγω οικονομικής αδυναμίας, ενώ στην πραγματικότητα έχουν ενεργητικό ρόλο και επιδιώκουν να έχουν θέση στο τρίγωνο ΜΜΕ-τράπεζες-πολιτική εξουσία. Ειδικότερα, σε σχέση με τη λειτουργία των ΜΜΕ, το νέο πλαίσιο εγγυάται κάποια σημαντικά κριτήρια (όπως είναι ο ελάχιστος αριθμός εργαζομένων για μέσο εθνικής εμβέλειας), ωστόσο δεν εγγυάται την οικονομική διαφάνεια ως προς την ιδιοκτησία των μέσων ούτε επιλύει τα ζητήματα ασυμβίβαστου που έμειναν ανοιχτά μετά την κατάρρευση της νομοθεσίας περί «βασικού μετόχου»<sup>142</sup>. Η διαπλοκή εξελίσσεται, αλλάζει αλλά και φαίνεται να παγιώνεται ως χαρακτηριστικό του ελληνικού επικοινωνιακού συστήματος.

### 5.13 Κρίση και πολιτικές λιτότητας

Ακολουθώντας τη μεθοδολογία που προσπαθήσαμε να σκιαγραφήσουμε παραπάνω, ο ελληνικός κοινωνικός σχηματισμός δέχθηκε το πλήγμα της διεθνούς κρίσης σε συνδυασμό με τις δομικές «αδυναμίες»<sup>143</sup> της Ευρωζώνης αλλά και τα πάγια προβλήματα του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού. Σε αυτό το πλαίσιο, με την έναρξη της κρίσης το ελληνικό κράτος είναι εγκλωβισμένο σε ένα «φαύλο κύκλο συσσώρευσης χρέους» (Michael-Matsas, 2010: 499) καθώς δανείζεται μεγάλα ποσά για να αποπληρώσει προηγούμενα χρέη αλλά και για να ενισχύσει το κλονιζόμενο τραπεζικό σύστημα .

Η ερμηνεία της κρίσης είναι σταθερά πεδίο διαπάλης τόσο μεταξύ διαφορετικών σχολών οικονομολόγων (βλ. τη σύνοψη που επιχειρούν από μαρξιστική οπτική οι

Manroudeas & Paitaridis, 2016) όσο και εντός των ΜΜΕ και φυσικά στο πεδίο της πολιτικής. Δεν μπορούμε να επεκταθούμε σε αυτό το ζήτημα.

Συνοπτικά θα λέγαμε ότι διαμορφώθηκε μια κυρίαρχη οπτική που απέδιδε την κρίση χρέους στην ιδιαιτερότητα του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού με έμφαση στις μεγάλες κρατικές δαπάνες και την απώλεια ανταγωνιστικότητας του ιδιωτικού τομέα. Όπως τονίζει όμως ο Μανιάτης, μια εξέταση των στοιχείων των κρατικών δαπανών ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 1995-2012, μας δείχνει ότι η Ελλάδα απέκλινε ελάχιστα από την Ε.Ε. των 15 (+0.6), ενώ σε τομείς όπως η εκπαίδευση, η υγεία και η πρόνοια, υστερούσε. Εκεί που σημειώνεται σημαντική διαφορά είναι οι τόκοι για την αποπληρωμή του χρέους (6.9% του ΑΕΠ της Ελλάδας έναντι 3.5% για την Ε.Ε. των 15), στις πολεμικές δαπάνες (2.9% έναντι 1.6) και στις γενικές κρατικές δαπάνες (12.2% έναντι 7.0%). Αυτά τα στοιχεία σε συνδυασμό με την υστέρηση των εσόδων στη φορολογία εισοδήματος (7.8% έναντι 12.4%) δίνουν μια πολύ διαφορετική εικόνα από αυτή του σπάταλου κράτους που δανείζεται για να δίνει παροχές, μισθούς και συντάξεις. Επιπλέον, στη συζήτηση περί ανταγωνιστικότητας α) εσφαλμένα ταυτίζεται αποκλειστικά με το υψηλό μισθολογικό κόστος (για μια κριτική στη θέση αυτή βλ. Manroudeas & Paitaridis, 2016: 22-24, β) παραβλέπεται το χάσμα μεταξύ ασθενικής ανόδου των μισθών και σημαντικής αύξησης της παραγωγικότητας στην Ελλάδα, ιδίως από το 1990 και μετά (Maniatis & Passas, 2016) και γ) στο γεγονός ότι η αύξηση του εμπορικού ελλείματος τροφοδοτεί το δημοσιονομικό έλλειμμα, ιδίως μετά την είσοδο της Ελλάδας στην ΟΝΕ το 1981 (Katrakalidis & Trachanas, 2011) — ζήτημα που μας επαναφέρει στη συζήτηση περί εξάρτησης.

Τα παραπάνω δεν αναιρούν την ύπαρξη κρίση χρέους· αντίθετα είναι μια προσπάθεια να γίνει αυτή αντιληπτή ιστορικά και διαλεκτικά, ως προϊόν α) της ένταξης του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού στην καπιταλιστική διεθνοποίηση από υποτελείς θέσεις και β) τις επιμέρους επιδιώξεις της άρχουσας τάξης όπως αυτές αποτυπώνονται τόσο στους μισθούς του ιδιωτικού τομέα όσο και στην κρατική πολιτική.

Η κρίση χρέους, πέρα από την ιδιαίτερη θέση του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού, επιδεινώθηκε και από τη διεθνή κερδοσκοπία εις βάρος των κρατικών

ομολόγων αλλά και της Ευρωζώνης γενικότερα. Η μαζική αγορά CDS από το Δεκέμβριο του 2009 έως το Φεβρουάριο του 2010 έφτασε τα 85 εκατομμύρια δολάρια σε σχέση με την Ελλάδα και τα 7.6 δις σε σχέση με το Ευρώ (Tracy, 2012: 516). Η κερδοσκοπία ευνοήθηκε από τις δηλώσεις του υπουργού Οικονομικών, Γιώργου Παπακωνσταντίνου, που χαρακτήρισε «Τιτανικό» την πορεία της ελληνικής οικονομίας<sup>144</sup>.

Με αυτό τον τρόπο εισαγόμαστε σε μια περίοδο «διαρθρωτικής προσαρμογής» της ελληνικής οικονομίας υπό την καθοδήγηση της Τρόικας (ΕΕ-ΕΚΤ-ΔΝΤ) και με τη συναίνεση όλων των διαδοχικών κυβερνήσεων. Ο Harvey περιγράφει δύο μοντέλα «διαρθρωτικής προσαρμογής» με την παρέμβαση υπερεθνικών οργανισμών. Στην πρώτη περίπτωση, η άρχουσα τάξη μιας χώρας έχει ανάγκη από διεθνή υποστήριξη για να προωθήσει ένα σύνολο μέτρων που θα προκαλέσουν αντιδράσεις (περίπτωση ένταξης της Σουηδίας στην Ε.Ε. το 1995). Στη δεύτερη, οι ταξικές δομές ενός κοινωνικού σχηματισμού έχει αποσαρθρωθεί πλήρως και έχει εκκινήσει μια διαδικασία αναδόμησης τους από σχεδόν μηδενική βάση (περίπτωση Ρωσίας τη δεκαετία του '90 και εμπλοκή ΔΝΤ) (Harvey, 2007β: 117). Είναι δεδομένο ότι στην Ελλάδα πρόκειται για την πρώτη περίπτωση καθώς υπάρχει ένα ήδη δομημένο σύνολο ταξικών σχέσεων και το ελληνικό κράτος συμμετέχει σε υπερεθνικούς οργανισμούς (Ε.Ε.-ευρωζώνη-NATO) πριν το ξέσπασμα της κρίσης. Το νέο στοιχείο που έφερε η κρίση ήταν η ανάμειξη του ΔΝΤ και η διαμόρφωση της Τρόικας, η οποία ουσιαστικά συγκροτούνταν από έναν άτυπο ευρωπαϊκό θεσμό (γιουρογκρουπ) και δρούσε στο πλάι του κοινοτικού δικαίου.

Εξαρχής επικρίθηκαν οι στόχοι που έθετε η Τρόικα. Όπως αποδείχθηκε στην πορεία, τα μέτρα που συνόδευαν τα δάνεια του μηχανισμού στήριξης, διόγκωσαν και το χρέος και το έλλειμμα. Το 2013, μετά από τρία μνημόνια, το χρέος ως ποσοστό του ΑΕΠ έχει αυξηθεί στο 179% σε σχέση με το 113% το 2009, γεγονός που προκύπτει τόσο από τη διόγκωση του χρέους όσο και από τη συρρίκνωση του ΑΕΠ. Παρόμοια αποτελέσματα σημειώνονται στην Πορτογαλία, την Ιρλανδία και την Κύπρο που εφαρμόστηκαν αντίστοιχες πολιτικές (Βατικιώτης, 2018: 126). Φυσικά, αν θεωρηθεί ότι οι στόχοι των μέτρων δεν ήταν οι διακηρυγμένοι αλλά αντίθετα επεδίωκαν α) την αλλαγή σύνθεσης του δημόσιου χρέους β) την αναδιανομή εισοδήματος στο εσωτερικό της χώρας και γ)



την ιδιωτικοποίηση κομβικών τομέων της οικονομίας, τότε μπορούν να κριθούν, όπως θα δούμε, απολύτως επιτυχημένα. Καθώς το εξωτερικό δημόσιο χρέος μετατοπίστηκε από τα χέρια ιδιωτικών τραπεζών (ιδίως γαλλικών και γερμανικών) προς την Ευρωπαϊκή Ένωση και το ΔΝΤ, εξασφαλίστηκε η σταθερότητα χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων που είχαν «τζογάρει» στο ελληνικό χρέος.

Φυσικά, τα μέτρα αυτά υπονόμεισαν το λεγόμενο «κοινωνικό συμβόλαιο» (Χαιρετάκης, 2014β: 176), πρώτα και κύρια μέσα από την ουσιαστική προσπάθεια κατάργησης των συλλογικών συμβάσεων. Ουσιαστικά, αναιρείται η βασική αρχή του κοινωνικού συμβολαίου, η προσπάθεια επίτευξης συμφωνίας για το εύρος των μισθών μεταξύ κεφαλαίου-εργασίας με το κράτος να αναλαμβάνει ρόλο «διαιτητή».

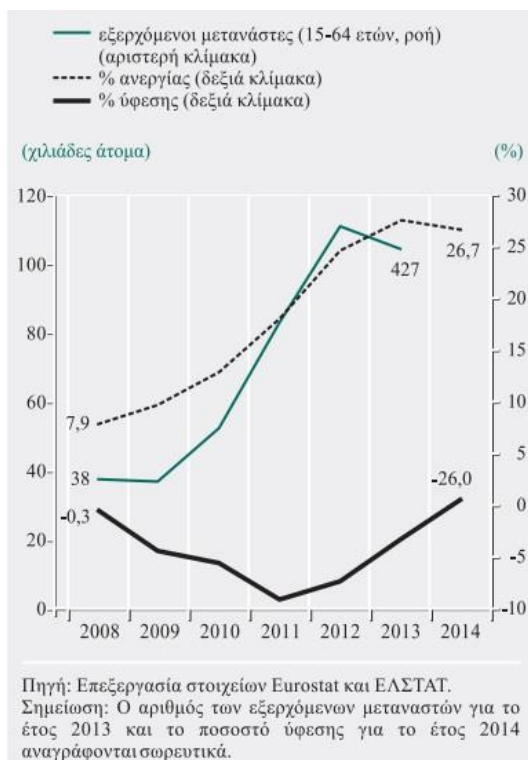
Δεν χρειάζεται να επεκταθούμε εδώ στα αποτελέσματα των μνημονιακών πολιτικών. Συνοπτικά, μόνο θα παρατεθούν κάποια στοιχεία για να γίνει σαφής η επιδείνωση του συσχετισμού δύναμης εις βάρος της εργασίας. Συνολικά και τα τρία μνημόνια στόχευαν, στο επίπεδο της εργασίας στον ιδιωτικό τομέα α) στην απελευθέρωση των απολύσεων β) ενίσχυση ευέλικτης απασχόλησης γ) αποδυνάμωση έως εξαφάνιση των συλλογικών συμβάσεων δ) ελαστικοποίηση του χρόνου εργασίας αλλά και στην επιδείνωση των συνθηκών στο δημόσιο τομέα (Κουζής, 2018: 162-167). Οι στόχοι αυτοί προωθήθηκαν, μεταξύ άλλων, με τη μείωση του κόστους των απολύσεων και την αύξηση των ορίων ομαδικών απολύσεων, με τη διευκόλυνση της προσωρινής και ευέλικτης απασχόλησης, τη μείωση του κατώτατου μισθού με νομοθετική ρύθμιση, τη θέσπιση υπο-κατώτατου μισθού για τους νέους κάτω των 25, την αναστολή της ευνοϊκότερης ρύθμισης και τη μείωση του κόστους της υπερωρίας (Κουζις, 2019). Στο επίπεδο του δημοσίου τομέα, πέρα από τη μείωση των αποδοχών, εφαρμόστηκε η καθιέρωση της σχέσης 1:5 μεταξύ προσλήψεων και αποχωρήσεων, η αύξηση του ωραρίου αλλά και ο περιορισμός του μόνιμου προσωπικού. Τα μέτρα αυτά είχαν σημαντικά αποτελέσματα. Μεταξύ αυτών, η μείωση του κόστους της εργασίας που αποτυπώνεται στη σύγκριση μεταξύ 2009 & 2017 με τον «τριπλασιασμό όσων αμείβονται με λιγότερα από 700 ευρώ τον μήνα (από 13% του συνόλου το 2009 αυξάνονται σε 38% το 2018)» και συνολικότερα παρατηρείται μια συρρίκνωση στο

ποσοστό των μισθωτών στις κλίμακες μεταξύ 900 και 1300 ευρώ, διόγκωση στο διάστημα μέχρι 700 ευρώ και μικρή μείωση σε όσους βρίσκονται από 1300 και πάνω (Βατικιώτης, 2018: 129-130). Αντίστοιχα, διογκώνεται το μερίδιο των συμβάσεων με σχέση μερικής ή εκ περιτροπής απασχόλησης. Στην κατηγορία των νέων προσλήψεων, το 2014 οι συμβάσεις ευέλικτης απασχόλησης ξεπερνούν το 50% και παγιώνονται στη συνέχεια γύρω από το 55% (Βατικιώτης, 2018: 130).

Μέτρα όπως τα παραπάνω δεν ήταν κάτι καινοφανές – αντιθέτως, ήταν κομμάτι της εφαρμοζόμενης πολιτικής στην Ευρώπη -και όχι μόνο- τις τελευταίες δεκαετίες καθώς συμπλέουν με την κυρίαρχη νεοφιλελεύθερη πολιτική. Τέτοιας κατεύθυνσης μέτρα είχαν ήδη εφαρμοστεί προ κρίσης στη Γερμανία, εγγυούμενα την ανταγωνιστικότητα της μέσα από τη συρρίκνωση του κόστους της εργασίας (Λαπαβίτσας 2010). Ωστόσο, η εμφάνιση τους με τέτοια πυκνότητα και ένταση είναι πρωτοφανή (Κουζής, 2018: 161) και δημιούργησαν συνθήκες που θυμίζουν το «δόγμα του σοκ». Ο Βατικιώτης αναφέρεται σε δικαίωση του David Harvey και των εκτιμήσεων του για το βασικό στόχο του νεοφιλελευθερισμού, την ισχυροποίηση της άρχουσας τάξης (Βατικιώτης, 2018: 134).

Η σύνδεση των παραπάνω με την άνοδο της μετανάστευσης είναι γνωστή και δεδομένη. Όπως αναφέρει η Λαζαρέτου, αξιοποιώντας στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, «σωρευτικά, μεταξύ των ετών της κρίσης 2008-2013, 427 χιλιάδες μόνιμοι κάτοικοι Ελλάδος εξήλθαν μόνιμα από τη χώρα.<sup>5</sup> Εξάλλου, μεταξύ των ετών 2010 και 2013 σχεδόν 209 χιλιάδες Έλληνες υπήκοοι και σχεδόν 187 χιλιάδες μη Έλληνες υπήκοοι, μόνιμοι κάτοικοι Ελλάδος, εξήλθαν μόνιμα από τη χώρα. Το 2014 ο συνολικός αριθμός των εξερχομένων μεταναστών εκτιμάται σε 106,8 χιλιάδες άτομα» (Λαζαρέτου, 2016:34). Τα στοιχεία της Λαζαρέτου (2016:40) αποτυπώνουν τη σχέση ανάμεσα στη μετανάστευση, την άνοδο της ανεργίας (από το 8% το 2008 στο 26. 7% το 2014) και τη συνεχιζόμενη πτώση του ΑΕΠ που σε απόλυτους αριθμούς έπεσε από τα 350 δις ευρώ το 2008 στα 237 δις το 2014). Σε αντίθεση με τα μεταναστευτικά κύματα των πρώτων δεκαετιών, κατά τις οποίες η Ελλάδα «εξάγει» ανειδίκευτο εργατικό δυναμικό, στο ρεύμα της μετανάστευσης στην περίοδο της κρίσης, η συντριπτική πλειοψηφία είναι κάτοχοι

πτυχίου ενώ η πλειοψηφία είναι κάτοχοι και μεταπτυχιακού τίτλου (Λαζαρέτου, 2016: 37,44).



Αυτή η νέα συνθήκη έχει μια διπλή διάσταση. Από τη μια είναι δείγμα της ισχυροποίησης της ελληνικής αστικής τάξης απέναντι στους εργαζομένους και της επιτυχούς -σε μεγάλο βαθμό- προσπάθειας να μετατοπιστεί το κόστος της οικονομικής κρίσης στις υποτελείς τάξεις και στρώματα

Ωστόσο, την ίδια περίοδο υποβαθμίζεται ο ρόλος της ελληνικής άρχουσας τάξης διεθνώς. Με την κρίση, ουσιαστικά συντρίβονται οι ελπίδες -ή αυταπάτες- της ελληνικής άρχουσας τάξης για ένταξη της Ελλάδας στις οικονομίες πρώτης γραμμής και για αναβαθμισμένο ρόλο στην περιοχή των Βαλκανίων και της Μεσογείου (Sakellariopoulos, 2019). Η κρίση λειτουργεί ως επιταχυντής των αποκλίσεων εντός της ευρωζώνης οι οποίες προϋπάρχουν του 2008 και εκδηλώνονται στην απόκλιση στο ισοζύγιο των τρεχουσών συναλλαγών μεταξύ Γερμανίας και ευρωπαϊκού Νότου (Ισπανία, Ιταλία, Ελλάδα) και στη διόγκωση του δανεισμού των δεύτερων από τις χώρες της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης (Λαπαβίτσας, 2010: 40-44).

Το πρώτο μνημόνιο -πέρα από τα νεοφιλελεύθερα μέτρα σχετικά με μισθούς, συντάξεις, κρατικές δαπάνες- συντάσσεται σε ένα πλαίσιο βαθιάς εξάρτησης από την Ευρωπαϊκή Ένωση και ειδικά από τη Γερμανία. Εντός αυτού, το ελληνικό κράτος δεν αξιοποίησε τη δυνατότητα διεκδίκησης των γερμανικών αποζημιώσεων, αποδέχθηκε το μνημόνιο να συνταχτεί με βάση το αγγλικό δίκαιο και αποδέχθηκε ότι η εθνική κυριαρχία δεν προστατεύει περιουσιακά στοιχεία του ελληνικού Δημοσίου (Λιόσης, 2012: 208-209). Η εξάρτηση αποτυπώνεται και στην ανισόμετρη διεκδίκηση μεριδίου από τις ιδιωτικοποιήσεις. Η γερμανική Frapport πήρε 14 περιφερειακά αεροδρόμια<sup>145</sup>, η ιταλική Ferrovie dello Stato Italiane πήρε την ΤΡΑΙΝΟΣΕ<sup>146</sup> και η κινέζικη COSCO τη διαχείριση του λιμανιού του Πειραιά. Φυσικά, το ελληνικό κεφάλαιο δεν έμεινε τελείως εκτός, με πιο χαρακτηριστική περίπτωση την εξαγορά του ΟΠΑΠ από το fund της Emma Delta στο οποίο έχει εξέχουσα θέση ο Δημήτρης Μελισσανίδης<sup>147</sup>. Ωστόσο, η γενική τάση είναι ότι από το γύρο ιδιωτικοποιήσεων ευνοήθηκε κατά βάση το ξένο κεφάλαιο και ξένοι κρατικοί οργανισμοί (το γερμανικό κράτος συν-διοικεί τη Frapport μαζί με επενδυτές<sup>148</sup>).

Η ένταση της εξάρτησης αποτυπώνεται πολιτικά στον υψηλό βαθμό ταύτιση των στελεχών της κυβέρνησης του ΠΑΣΟΚ με ξένους πολιτικούς και αξιωματούχους της ΕΕ κατά τη δημόσια συζήτηση πριν την ψήφιση του πρώτου μνημονίου (Πουλακιδάκος & Κάρουλας, 2013: 371-372). Εκφράζεται όμως και με πιέσεις απέναντι στην κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ ακόμα και όταν προωθούνται οι απαιτούμενες αλλαγές στα πλαίσια του μνημονίου. Όταν ο Παπανδρέου εξήγγειλε δημοψήφισμα σχετικά με το νέο πακέτο, δέχθηκε σφοδρή κριτική από τους υπόλοιπους ηγέτες των κρατών μελών της Ε.Ε. ενώ στην έκτακτη συνάντηση στις Κάννες ασκήθηκε πίεση για να περιλαμβάνει το δημοψήφισμα το ερώτημα της παραμονής ή όχι στην Ευρωζώνη<sup>149</sup> ενώ μοχλό πίεσης αποτέλεσε η εκταμίευση της 6<sup>ης</sup> δόσης του δανείου (Λιόσης, 2012: 214). Η αλλαγή κυβέρνησης και η σύγκλιση γύρω από το πρόσωπο του Λουκά Παπαδήμου μπορεί επίσης να θεωρηθεί κίνηση προσαρμογής του ελληνικού πολιτικού συστήματος στις υποδείξεις των δανειστών. Η διαδικασία αυτή βρήκε την πιο χαρακτηριστική της έκφραση στην απαίτηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης για «επιστολή δέσμευσης για την τήρηση της νέας συμφωνίας, την οποία θα υπογράψουν ο απερχόμενος πρωθυπουργός, ο νέος

πρωθυπουργός, ο υπουργός Οικονομικών, ο αρχηγός της αξιωματικής αντιπολίτευσης, καθώς και ο διοικητής της Τράπεζας της Ελλάδος.»<sup>150</sup>.

Στο επίπεδο των ΜΜΕ, η εξάρτηση εκφράζεται άμεσα και έμμεσα. Αναφέραμε παραπάνω τις αποκαλύψεις του Wikileaks για το «monitoring» των ελληνικών ΜΜΕ από την αμερικάνικη πρεσβεία. Επιπλέον, στην επιτροπή για το χρέος που συγκροτήθηκε το 2015, ο πρώην εκπρόσωπος της Ελλάδας στο ΔΝΤ αναφέρθηκε σε «δημοσιογράφους που παρακολουθούσαν σεμινάρια που διοργάνωνε το ΔΝΤ»<sup>151</sup>. Το κυριότερο ωστόσο είναι η έμμεση επίδραση στα ΜΜΕ που συγκροτήθηκε μέσω της αναβάθμισης της διαπλοκής, με σημαντικά ελληνικά ΜΜΕ να είναι οικονομικά πλήρως εξαρτημένα από τις τράπεζες. Η αναδιάταξη της διαπλοκής μετά το 2008 είχε στο επίκεντρο της την ανάγκη νομιμοποίηση του μηχανισμού στήριξης, καθώς τμήμα από τα «πακέτα διάσωσης» πήγαινε στο εγχώριο τραπεζικό σύστημα. Ο κύκλος έκλεινε με τη – φαινομενικά παράλογη– δανειοδότηση ζημιωγόνων και υπερχρεωμένων ΜΜΕ (Λέανδρος, 2013).

Βλέπουμε, σε κάθε περίπτωση ότι πληρούνται τα τρία κριτήρια που θέτουν οι Duménil & Lévy ως αναγκαία για την «εξαγωγή» και καθιέρωση του νεοφιλελευθερισμού : α) η ύπαρξη «μιας τοπικής κυβέρνησης φιλικής προς τον ιμπεριαλισμό» που συσχετίζεται με β) τη «συνεργασία των ελίτ της κυριαρχούμενης χώρας» και όλα αυτά συντονίζονται μέσα από γ) «τη δράση διεθνών οργανισμών» (Duménil & Lévy, 2017:17).

#### 5.14 Αντιδράσεις και κινήματα

Σχολιάζοντας το ζήτημα των μεγάλων μετασχηματισμών σε σύνδεση με την άνοδο των κοινωνικών κινημάτων, η Della Porta τονίζει ότι τα κινήματα εντός της κρίσης δεν πρέπει να κατανοηθούν ως κομμάτι μιας «πολιτικής ρουτίνας»<sup>152</sup> αλλά ως κομμάτι μιας ιδιαίτερα έντονης περιόδου που πυροδότησε αλλαγές με βάθος και διάρκεια (Della Porta, 2020: 569). Οι αλλαγές αυτές εγγράφονται σε μια αλληλουχία ρήξης (cracking), αντήρησης (vibrating) και ιζηματοποίησης (sedimentation) (Della Porta, 2020: 559). Μέσα σε συνθήκες συμπύκνωσης του χρόνου και υψηλών διακυβευμάτων (critical conjuncture, Della Porta, 2020: 558), διαρρηγνύεται η ομαλή συνέχεια και αναπαραγωγή ενός κοινωνικο-οικονομικού συστήματος και παράγονται αλλαγές που διαπερνούν όλες

τις σφαίρες και ακόμα και μετά την ολοκλήρωση τους έχει κατακαθίσει σαν ίζημα, παράγοντας ριζικές αλλαγές. Σε συνθήκες συμπύκνωσης του ιστορικού χρόνου (Kanellopoulos, Kostopoulos, Paranikoloropoulos & Rongas, 2017), η πολιτική αντιπαράθεση οξύνεται και μεγάλο μέρος του πληθυσμού συμμετέχει με ένα πλήθος τρόπων στην αμφισβήτηση της κυρίαρχης πολιτικής. Η άνοδος των κοινωνικών κινημάτων στην Ελλάδα –όπως και διεθνώς– συνέβαλε στη διάρρηξη της νεοφιλελεύθερης συναίνεσης και αποτέλεσαν μια έμπρακτη κριτική της μετατροπής της πολιτικής σε διαχειριστικό ζήτημα (Fominaya, 2017). Όπως αναφέρει ο Σταυρακάκης, «τόσο οι πραγματικοί όσο και οι συμβολικοί όροι αναπαραγωγής της καταναλωτικής μεταδημοκρατίας καταρρέουν. Τώρα η φύσκα σπάει, η ματαίωση των προσδοκιών είναι οδυνηρή, η αγανάκτηση ξεχειλίζει. Ο καταναλωτής/πελάτης ξαναγίνεται πολίτης και διεκδικεί» (Σεβαστάκης & Σταυρακάκης Γ. 2012: 53).

Η πορεία αυτή, για την Ελλάδα, ξεκίνησε από τον Μάρτιο του 2010, όταν ανακοινώνονται τα πρώτα μέτρα λιτότητας, δύο μήνες πριν την υπογραφή του πρώτου μνημονίου. Οι κινητοποιήσεις οργανώνονταν κυρίως στη βάση γενικών απεργιών με μεγάλη συμμετοχή ιδίως στο δημόσιο τομέα, κορυφώνουν την ημέρα ψήφησης του 1<sup>ου</sup> μνημονίου (5<sup>η</sup> Μαΐου 2010) και μετά υποχωρούν (Psimitis, 2011)<sup>153</sup>. Οι γενικές απεργίες συνεχίζονται στο τέλος του 2010 και στις αρχές του 2011, ωστόσο το νέο στοιχείο είναι το κίνημα των Αγανακτισμένων με χιλιάδες πολίτες να καταλαμβάνουν πλατείες σε όλη τη χώρα, ξεκινώντας από την πλατεία Συντάγματος στις 25 Μαΐου του 2011. Με την κατάθεση του Μεσοπρόθεσμου Πλαισίου Δημοσιονομικής Στρατηγικής από την κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ, τον Ιούνιο του 2011, οι δύο μορφές πάλης (πλατείες και απεργίες) έρχονται κοντά στη διήμερη απεργία, 28-29 Ιουνίου (Diani & Kousis, 2014). Στις 30 Ιουλίου, ο δήμος Αθηναίων αναλαμβάνει να απομακρύνει τις σκηνές των Αγανακτισμένων από την πλατεία Συντάγματος, καθώς το κίνημα υποχωρεί προσωρινά. Ωστόσο, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των Diani & Kousis, οι πιο μαζικές κινητοποιήσεις του 2011 ακολουθούν τον Οκτώβριο, με τους συμμετέχοντες στη 48ωρη απεργία στις 19-20 Οκτωβρίου να υπολογίζονται στις 500.000 μόνο για την Αθήνα (Diani & Kousis, 2014: 391). Στην έρευνα για τα κινήματα του 2011, των Rüdiger & Karyotis (2014: 493), το 43%

των ερωτηθέντων απαντάει ότι έχει συμμετάσχει είτε σε κινητοποιήσεις ενάντια στα μέτρα λιτότητας είτε στις συνελεύσεις των πλατειών, ενώ το 70% όσων συμμετείχαν σε κάποια κινητοποίηση, δηλώνουν ότι είχαν συμμετάσχει και στις δύο μορφές αγώνα. Η συμμετοχή είναι μαζική και εμπλέκει μεγάλα τμήματα του κοινωνικού συνόλου. Παρά τη σημαντική συμμετοχή ατόμων νεαρής ηλικίας, ατόμων που πρόσκεινται στην Αριστερά και ατόμων με πρότερη εμπειρία από κινητοποιήσεις, ο κύριος όγκος των συμμετεχόντων είναι εργαζόμενοι και εργαζόμενες από όλες τις ηλικιακές ομάδες και τα επίπεδα μόρφωσης (Rüdig & Karyotis, 2014). Με όλο τον κίνδυνο του ελιτισμού που κρύβει αυτή η φράση, στις κινητοποιήσεις συμμετέχουν καθημερινοί άνθρωποι, που έχουν δυσανεχθεί με την προοπτική επιδείνωσης του βιοτικού επιπέδου τους.

Συνοπτικά, η όξυνση της πολιτικής και κοινωνικής αντιπαράθεσης την περίοδο 2010-2015 μπορεί να χωριστεί σε 3 υπό-περιόδους. Η μια αφορά το 2010 και τις απεργίες ενάντια στο πρώτο μνημόνιο, η δεύτερη το 2011-12, την εμφάνιση του κινήματος των Αγανακτισμένων και το συνδυασμό του με νέες, ακόμα πιο μαζικές απεργίες και η τρίτη την περίοδο από το 2012 μέχρι το 2015, όπου οι αγώνες υποχωρούν εν μέρει, η πόλωση διατηρείται και αυξάνεται και κυριαρχεί (στο στρατόπεδο της αντίθεσης στα μέτρα) η προοπτική ανάδειξης του ΣΥΡΙΖΑ σε κυβέρνηση (Rüdig & Karyotis, 2014). Όχι τυχαία, μετά την υπογραφή του 3<sup>ου</sup> μνημονίου από την κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ (μαζί με τα κόμματα ΝΔ-ΠΑΣΟΚ-Ποτάμι), οι κινητοποιήσεις υποχωρούν σημαντικά. Οι Kanelloroulos & Kousis (2018: 96-97), καταγράφουν 49 μεγάλες κινητοποιήσεις (μίνιμουμ συμμετοχής 5 χιλιάδες άτομα) την περίοδο 2010-2016, με μόλις 2 εξ αυτών εντός του 2016.

Σε ένα πλαίσιο πόλωσης, οι κινητοποιήσεις ενάντια στα μνημόνια έχουν έναν ρόλο ενεργοποίησης της πολιτικής συζήτησης, πέρα από την εναντίωση στο ένα ή το άλλο μέτρο της κυβέρνησης. Μετά την κυβέρνηση –που αποτελεί το νούμερο ένα στόχο των συνθημάτων και αιτημάτων των κινητοποιήσεων– η Ε.Ε., η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο μπαίνουν πολύ συχνά στο στόχαστρο, ενώ ακολουθούν οι τράπεζες και σε μικρότερο βαθμό το γερμανικό κράτος και οι θεσμοί των G20/G8 (Kanelloroulos & Kousis, 2018: 99). Συνεπώς, οι στόχοι των κινητοποιήσεων αφορούν σε μεγάλο βαθμό τη δράση εθνικών και διεθνών θεσμών. Το ζητούμενο δεν

είναι απλά οι οικονομικές συνέπειες των μνημονίων αλλά η συσχέτιση τους με το ζήτημα της δημοκρατίας και της άσκησης κυριαρχίας (sovereignty) εντός του ελληνικού κράτους (Diani & Kousis, 2014: 400-401).

Η πολυσημία της έννοιας του «λαού» (Σεβαστάκης & Σταυρακάκης, 2012: 49) ακολουθεί όλες αυτές τις διαδικασίες — το περιεχόμενο της έννοιας «λαός» αλλά και το ποιο είναι το τμήμα της κοινωνίας που στέκεται πέρα και ενάντια στο «λαό» είναι ζητήματα που έρχονται στο επίκεντρο. Σε ένα πλαίσιο κλονισμού του προηγούμενου ηγεμονικού μπλοκ συμμαχιών, εντείνεται η απόσταση ανάμεσα στους πολίτες και τις πολιτικές ελίτ. Εντός αυτού του κενού, που μεγαλώνει υπό την επίδραση των κοινωνικών κινήματων, συγκρούονται διαφορετικές στρατηγικές σχετικά με το πώς σημασιοδοτείται το «αυτοί» και το «εμείς». Χονδρικά, πέρα από το νεοφιλελεύθερο μπλοκ που συσπειρώνεται με τον έναν ή τον άλλο τρόπο γύρω από τα Μνημόνια, εμφανίζεται τόσο μια ακροδεξιά, ρατσιστική οπτική όπου το «εμείς» ορίζεται ως το ενιαίο ελληνικό έθνος (σε ταύτιση με τον λαό) και, αντίστοιχα, το «αυτοί» ορίζεται ως οι εχθροί του έθνους που θέλουν να αλλοιώσουν τον πολιτισμό του · από την άλλη, αναδύεται μια αριστερή προοπτική όπου το «εμείς» αναφέρεται στο λαό με την έννοια των υποτελών τάξεων και το «αυτοί» αναφέρεται στους εκπροσώπους της κυρίαρχης πολιτικής (Σεβαστάκης & Σταυρακάκης 2012: 32-33).

Ο ΣΥΡΙΖΑ είναι το κόμμα που βγαίνει κερδισμένο περισσότερο από κάθε άλλο από τον κύκλο κινητοποιήσεων της περιόδου 2010-2015. Όπως δείχνει η έρευνα των Karyotis & Rüdig (2018:163), το 54% των ερωτηθέντων που συμμετείχε στις κινητοποιήσεις του 2011, ψηφίζει ΣΥΡΙΖΑ τον Ιανουάριο του 2015. Αυτό αποτελεί μια πολιτική και εκλογική αποκρυστάλλωση των πολιτικών συζητήσεων και αντιπαραθέσεων που είχαν ήδη ανοίξει τα προηγούμενα χρόνια. Ο ΣΥΡΙΖΑ επικρατεί έναντι ανταγωνιστικών σχεδίων, προκρίνοντας μια στρατηγική εναντίωσης στα μέτρα των μνημονίων αλλά παραμονής στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Τα παραπάνω είναι ακόμα ένα δείγμα της πολιτικής διάστασης των κινητοποιήσεων. Οι απεργίες και οι καταλήψεις των πλατειών αφήνουν το αποτύπωμα τους στο κεντρικό πολιτικό σκηνικό, στις ριζικές αλλαγές του εκλογικού τοπίου, τις



διασπάσεις κομμάτων, τις αποχωρήσεις βουλευτών αλλά και της δημιουργίας νέων σχηματισμών και διακομματικών συμμαχιών (Kapelloropoulos & Kousis, 2018: 102).

### 5.15 Πόλωση, σύγκλιση και κρίση ηγεμονίας

Δεν υπάρχει τρόπος να υπερβάλλει κανείς περιγράφοντας το βάθος και την ένταση των αλλαγών στο πολιτικό σύστημα οι οποίες αντανακλούν την ουσιώδη κρίση νομιμοποίησης της κυρίαρχης πολιτικής στην Ελλάδα την ίδια περίοδο. Τα κόμματα εξουσίας βρέθηκαν σε δίλημμα ανάμεσα στη διατήρηση κοινωνικών εκπροσωπήσεων των προηγούμενων δεκαετιών και στη διάρρηξη τους, μέσω των μνημονίων, για να προστατεύσουν τις στρατηγικές επιλογές της κυρίαρχης πολιτικής, την παραμονή στην Ε.Ε. και την Ευρωζώνη και εν γένει στο «δυτικό πλαίσιο».

Είναι δεδομένο, από τα παραπάνω, ότι -παρά τις όποιες διαφοροποιήσεις στελεχών- επέλεξαν το δεύτερο και πλήρωσαν το αντίστοιχο τίμημα. Υπό αυτή την έννοια, δεν μπορούμε να συμφωνήσουμε με την άποψη ότι μέσα στην κρίση «το πολιτικό σύστημα... δεν έχει αντιληφθεί την κρισιμότητα της κατάστασης...» ούτε θεωρούμε ότι μπορεί να αποτελέσει σημείο κριτική το ότι «οι πολιτικοί επιλέγουν σε ακόμα μια κρίσιμη συγκυρία την οδό της προπαγανδιστικής παρουσίασης των θέσεων τους» (Πουλακιδάκος & Κάρουλας, 2013: 383). Σε σχέση με το πρώτο, θεωρούμε ότι ισχύει το αντίθετο: το πολιτικό σύστημα παραμέρισε τις επιμέρους διαφορές των κομμάτων εξουσίας ακόμα και γύρω από τη νομή της εξουσίας, διακινδυνεύοντας την πολιτική ισορροπία δεκαετιών. Με τη συνεργασία των δύο μεγάλων κομμάτων γύρω από την κυβέρνηση Παπαδήμου και την ψήφιση του 2<sup>ου</sup> μνημονίου, κλείνει απότομα ο κύκλος του δικομματισμού όπως αυτός είχε διαμορφωθεί μεταπολιτευτικά και σφραγίζεται αυτό το κλείσιμο από το αποτέλεσμα των εκλογών του Μαΐου του 2012<sup>154</sup>. Σε σχέση με την επιμονή στον προπαγανδιστικό λόγο, καταρχάς να επισημάνουμε ότι αν η προπαγάνδα αποτελεί δομικό συστατικό της σύγχρονης κοινωνικής συγκρότησης, όπως γράφει αλλού ο Πουλακιδάκος (2013), πώς αλλιώς θα μπορούσε να εκφραστεί η πολιτική εξουσία πάνω σε ένα τόσο κρίσιμο ζήτημα; Κατά δεύτερον, αν, όπως είδαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, αντιλαμβανόμαστε την προπαγάνδα σε στενή σύνδεση με την

προσπάθεια παρακίνησης-κινητοποίησης της κοινής γνώμης, τότε η κρίση αποτελούσε το κατεξοχήν πεδίο έκφρασης του προπαγανδιστικού λόγου. Εντός συνεχών ανακατατάξεων, αναδείχθηκαν μια σειρά από κρίσιμοι κόμβοι, όπου κυβέρνηση και αντιπολίτευση όφειλαν να αξιοποιήσουν για να μεταβάλλουν τον συσχετισμό δύναμης. Τέτοια παραδείγματα ήταν οι μαζικές κινητοποιήσεις –είτε με τη μορφή απεργίας είτε διαδήλωσης είτε των Αγανακτισμένων του 2011–οι αλληπάλληλες εκλογικές μάχες και, προφανώς, το δημοψήφισμα του 2015. Η κρίση ευνόησε την πόλωση μεταξύ αντιπαρατιθέμενων σχεδίων, θρυμματίζοντας τη συναίνεση της προηγούμενης εικοσαετίας. Η προπαγάνδα δεν θα μπορούσε παρά να έχει κεντρικό ρόλο εντός της.

Σε αυτό το πλαίσιο όξυνσης των αντιθέσεων «οι θεωρίες για την οικοδόμηση της συναίνεσης που αποτελούσε το προσφιλέθιμα θέμα των κατεστημένων ΜΜΕ έδειξαν το κενό τους, όταν η πολιτική έχει κατά βάση συγκρουσιακό χαρακτήρα» (Χαιρετάκης, 2014β : 187). Η οργάνωση της πολιτικής γύρω από τη διάκριση «εμείς/αυτοί» (Mouffe, 2010) επανέρχεται στο προσκήνιο και αποτελεί αντικείμενο διαπάλης το να οριστεί ποιοί είμαστε «εμείς» και ποιοί είναι «αυτοί». Χωρίς να θέλουμε να επεκταθούμε στο θέμα, μπορούμε να καταγράψουμε κάποιες από τις εκφράσεις αυτής της διάκρισης όπως αποτυπώθηκαν στη δημόσια σφαίρα: «μνημονιακοί/αντιμνημονιακοί», «ευρωπαϊστές/δραχμολάγνοι», «λαός/καπιταλισμός», «Έλληνες/ξένοι». Ανεξαρτήτως του πώς αντιλαμβάνεται κανείς τη διάκριση ή ποιον ορισμό διαλέγει/προωθεί, η ουσία είναι ότι η πολιτική διαπάλη σε μια περίοδο πόλωσης αναγκαστικά απέκτησε αυτή τη μορφή.

Συνεπώς, υπονομεύεται τόσο η επιδίωξη της νομιμοποίησης μέσα από τη διαβούλευση όσο και η θεμελίωση της κοινοβουλευτικής δημοκρατίας μέσω της συναίνεσης που παράγεται χάρη στη συμμετοχή των πολιτών στη δημόσια σφαίρα (Παναγιωτοπούλου, 2013: 426). Η συμμετοχή στη δημόσια σφαίρα εξελίσσεται με όρους πόλωσης και διχασμού σε αντίπαλα στρατόπεδα. Ωστόσο, η σύγκρουση αυτή δεν μπορεί να γίνει κατανοητή ως αντιπαραθήση ανάμεσα σε ένα ορθολογικό και ένα ανορθολογικό στρατόπεδο ούτε υπήρχε διχασμός ανάμεσα σε κάποιους που ήθελαν να ακούσουν και σε κάποιους «φανατισμένους». Επίσης, όπως αναφέρει ο Δοξιάδης, η σύγκρουση την

περίοδο της κρίσης –σε αντίθεση με ό,τι ίσχυε τις προηγούμενες δεκαετίες– δεν περιορίστηκε στο κομματικό πεδίο αλλά είχε πλέον ένα χαρακτήρα «βαθύτατα ταξικό και ευρύτερα κοινωνικό» (Δοξιάδης, 2016: 18). Συγκρούστηκαν ταξικά-ιδεολογικά μπλοκ που είχαν βαθύτατες αποκλίσεις ως προς την ερμηνεία της κρίσης και ως προς την κατεύθυνση υπέρβασης της. Σε γενικές γραμμές, η σύγκρουση αυτή ήταν απόρροια της οικονομικής κρίσης αλλά και της κρίσης ηγεμονίας του κυρίαρχου ιστορικού μπλοκ εντός του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού — ουσιαστικά δεν μπορούμε να σκεφτούμε τη μια κρίση χωρίς την άλλη όπως δεν μπορούμε να σκεφθούμε την ύπαρξη της βάσης χωρίς το εποικοδόμημα.

Ξανά εδώ μας είναι χρήσιμος ο Gramsci. Ο ορισμός τους για την κρίση ηγεμονίας, βρίσκει εξαιρετική εφαρμογή στην περίπτωση της Ελλάδας.

Γράφει σχετικά (όλα τα παρακάτω αποσπάσματα είναι από Gramsci, 2005α: 94-95) : «σε μια ορισμένη στιγμή της ιστορικής τους ζωής, οι κοινωνικές ομάδες αποσπώνται από τα παραδοσιακά τους κόμματα, δηλαδή τα παραδοσιακά κόμματα με κείνη τη δεδομένη οργανωτική μορφή...δεν αναγνωρίζονται πια σαν έκφραση τους από την τάξη τους ή το τμήμα της τάξης τους». Πράγματι μια τέτοια κίνηση εκδηλώθηκε και στην Ελλάδα με την αποστοίχιση της εργατικής τάξης και άλλων υποτελών στρωμάτων από το ΠΑΣΟΚ (πρωτίστως) και από τη ΝΔ (δευτερευόντως). Η κίνηση αυτή εκδηλώθηκε και διεθνώς, σε τέτοιο βαθμό ώστε να φτάνουμε στο σημείο το *pasokification* να αποτελέσει όρο που περιγράφει την απειλή που βιώνουν τα σοσιαλδημοκρατικά κόμματα λόγω της πλήρους προσχώρησης τους στη νεοφιλελεύθερη πολιτική<sup>155</sup>. Όπως τονίζει ο Gramsci

«Σε κάθε χώρα η διαδικασία είναι διαφορετική, αν και το περιεχόμενο είναι ίδιο. Και το περιεχόμενο είναι η κρίση ηγεμονίας της άρχουσας τάξης, που συμβαίνει είτε γιατί η άρχουσα τάξη απότυχε σε κάποια μεγάλη πολιτική της επιχείρηση που γι' αυτήν είχε ζητήσει ή επιβάλει με τη βία τη συγκατάθεση των μεγάλων μαζών (όπως ο πόλεμος) ή γιατί πλατιές μάζες (ιδιαίτερα αγροτών και διανοούμενων μικροαστών) πέρασαν ξαφνικά από την πολιτική παθητικότητα σε μια ορισμένη δραστηριότητα»

Στην Ελλάδα και η άρχουσα τάξη απέτυχε να εκπληρώσει τη «σύγκλιση με την Ευρώπη» (με όρους καθολικά επωφελείς) και ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού πέρασε στην πολιτική δραστηριότητα με διάφορους τρόπους. Αυτή τη συνθήκη ο Gramsci ονομάζει κρίση εξουσίας λέγοντας ότι «αυτό ακριβώς είναι η κρίση ηγεμονίας, η κρίση του κράτους στο σύνολο του».

Η άρχουσα τάξη ανταποκρίθηκε στις νέες συνθήκες καθώς «αλλάζει ανθρώπους και προγράμματα και ξαναπαίρνει τον έλεγχο που της ξέφευγε με μια ταχύτητα μεγαλύτερη από ό,τι συμβαίνει στις υποτελείς τάξεις». Η διαδικασία αυτή εξελίχθηκε και στην Ελλάδα, επικαθοριζόμενη από το πλαίσιο επιτήρησης και επιτροπείας που οδήγησε ένα διεθνές μπλοκ της άρχουσας τάξης να εμπλακεί στα εσωτερικά του ελληνικού κράτους. Έτσι, η κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ και του Γιώργου Παπανδρέου μπορεί να στηρίχθηκε για δύο χρόνια –καθώς ψήφισε το 1<sup>ο</sup> μνημόνιο και το Μεσοπρόθεσμο Πρόγραμμα– αλλά εγκαταλείφθηκε από τους διεθνείς συμμάχους της τον Νοέμβριο του 2011, όταν εξήγγειλε την πραγματοποίηση δημοψηφίσματος, πιθανότατα για να κρατήσει αποστάσεις από το νέο πακέτο μέτρων. Στη συνέχεια, η κυβέρνηση Παπαδήμου στηρίχθηκε από το σύνολο της εγχώριας άρχουσας τάξης, των διεθνών συμμαχιών της και από τα κόμματα ΠΑΣΟΚ-ΝΔ-ΛΑΟΣ. Ωστόσο και αυτή η επιλογή εγκαταλείφθηκε γρήγορα μετά την ψήφιση του 2<sup>ου</sup> μνημονίου και τις κινητοποιήσεις της 12<sup>ης</sup> Φλεβάρη του 2012. Η νέα κυβέρνηση που προέκυψε μετά τις διπλές εκλογές (Μάιος-Ιούνιος) του 2012, είχε τη στήριξη ΝΔ-ΠΑΣΟΚ-ΔΗΜΑΡ υπό τον Αντώνη Σαμαρά και του συνόλου του ταξικού μπλοκ που στήριζε το μνημόνιο και τις αναδιαρθρώσεις. Ουσιαστικά, από το καλοκαίρι του 2011 και μετά, η διαφοροποίηση ΝΔ-ΠΑΣΟΚ πάνω στο ζήτημα του μνημονίου αίρεται και συγκροτούνται αλληπάλληλες συγκυβερνήσεις με τη ΝΔ να έχει τον πρώτο λόγο.

Ο Gramsci μας βοηθάει να κατανοήσουμε τις διαδικασίες σύγκλισης: «το πέρασμα των δυνάμεων πολλών κομμάτων κάτω από τη σημαία ενός μοναδικού κόμματος, που αντιπροσωπεύει καλύτερα και συνοψίζει τις ανάγκες ολόκληρης της τάξης, είναι ένα φαινόμενο οργανικό και φυσιολογικό... αντιπροσωπεύει τη συγχώνευση μιας ολόκληρης κοινωνικής ομάδας, κάτω από μια μοναδική ηγεσία που θεωρείται σαν

η μόνη ικανή να λύσει ένα πρωτεύον πρόβλημα ύπαρξης και να απομακρύνει ένα θανάσιμο κίνδυνο».

Αν το «πρόβλημα» ήταν η οικονομική κρίση και η χρεοκοπία του ελληνικού κράτους, ο «θανάσιμος κίνδυνος» αφορούσε την αδυναμία εφαρμογής της κατάλληλης νεοφιλελεύθερης πολιτικής η οποία θα συνεπάγονταν τη στάση πληρωμών απέναντι στους δανειστές και τη ρήξη με την Ευρωπαϊκή Ένωση. Η άρχουσα τάξη δεν θυσίασε απλώς πρόσωπα και προγράμματα αλλά ολόκληρη την ισορροπία του πολιτικού συστήματος των προηγούμενων δεκαετιών για να διασφαλίσει την παραμονή στην Ευρωζώνη και την Ε.Ε. Αυτό αποτελούσε το σημείο σύγκλισης και υπό αυτή την έννοια πρέπει να κατανοήσουμε διασταλτικά την έννοια του «μοναδικού κόμματος» στο παραπάνω απόσπασμα του Gramsci. Το θέμα δεν είναι στενά η οργανωτική κατάλυση-συγχώνευση κομμάτων αλλά η ενότητα γύρω από το ευρύτερο «κόμμα του Μνημονίου και της Ε.Ε.»<sup>156</sup>. Καθώς η κρίση οξυνόταν, η σύγκλιση αυτή κρίθηκε επιτακτική μέχρι να αποδειχθεί ότι «κάθε τάξη έχει ένα μόνο κόμμα... η πολλαπλότητα που υπήρχε πρώτα ήταν μόνο “ρεφορμιστικού” χαρακτήρα, αφορούσε δηλαδή ζητήματα μερικά · με μια ορισμένη έννοια, ήταν ένας πολιτικός καταμερισμός εργασίας... αλλά κάθε μέρος προϋπόθετε το άλλο, τόσο που στις κρίσιμες στιγμές, ακριβώς δηλαδή όταν μπαίνουν στο παιχνίδι τα κύρια ζητήματα, η ενότητα έχει διαμορφωθεί, ο συνασπισμός έχει πραγματοποιηθεί» (Gramsci, 2005α: 54)

Το παραπάνω απόσπασμα έχει σημασία γιατί τονίζει ακριβώς το σημείο τομής · όταν τίθενται υπό αίρεση τα «κύρια ζητήματα» τότε η προηγούμενη διάταξη των πολιτικών κομμάτων αναγκαστικά αμφισβητείται. Επιστρέφουμε στη συζήτηση για τη βάση και το εποικοδόμημα · το ζήτημα είναι ο επικαθορισμός της αυτοτέλειας του πολιτικού συστήματος από ένα συγκεκριμένο πλαίσιο που την καθιστά λειτουργική. Η μεταβολή αυτού του πλαισίου παράγει πιέσεις στην κατεύθυνση της σύγκλισης καθώς ο προηγούμενος «καταμερισμός» του δικομματισμού διέρχεται κρίση. Ωστόσο, αυτή η νέα συνθήκη δεν αναιρεί την αυτοτέλεια των πολιτικών σχηματισμών. Κάθε άλλο, μέσα στην κρίση εξελίχθηκε ένα σύνολο επιμέρους πολιτικών σχεδίων που προσπάθησαν να εκμεταλλευτούν το σκηνικό ρευστότητας. Μέσα από τη Νέα Δημοκρατία, βγήκαν τόσο η

Δημοκρατική Συμμαχία της Ντόρας Μπακογιάννη -που λειτούργησε από το Νοέμβριο του 2010 σαν προάγγελος της συμμαχίας με το ΠΑΣΟΚ γύρω από το Μνημόνιο157- όσο και οι Ανεξάρτητοι Έλληνες του Πάνου Καμμένου που τάχθηκε κατά του Μνημονίου και της προσχώρησης σε συμμαχία με το ΠΑΣΟΚ για να στηριχθεί η κυβέρνηση του Παπαδήμου, χωρίς ωστόσο να αμφισβητεί την παραμονή της χώρας σε Ευρωζώνη και Ε.Ε.

Κατά μια –καθόλου τυχαία– «ειρωνεία της τύχης», τα δύο στελέχη που διασπάστηκαν σε αντιδιαμετρικές κατευθύνσεις από τη ΝΔ, βρέθηκαν μια ακόμα φορά να ψηφίζουν από κοινού. Όταν τέθηκαν ξανά επί τάπητος τα «κύρια ζητήματα», το καλοκαίρι του 2015, οι Μπακογιάννη και Καμμένος υπερψήφισαν το 3<sup>ο</sup> μνημόνιο, η μεν πρώτη ως μέλος της ΝΔ ξανά -είχε επιστρέψει το 2012- ο δε δεύτερος ως Υπουργός Εξωτερικών και μέλος του κυβερνητικού συνασπισμού ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ. Ακόμα μια φορά, αναδείχθηκε ως κομβικό ζήτημα η ανάγκη παραμονής της Ελλάδας στην ευρωπαϊκή ενοποίηση. Αυτή η διαλεκτική σύγκλισης-διάσπασης –με την πρώτη να αποτελεί τον ηγεμονικό πόλο της σχέσης– ακολουθεί το ελληνικό πολιτικό σύστημα καθόλη την πορεία της κρίσης και, όπως θα δούμε παρακάτω, επεκτείνεται και στο κομμάτι των ΜΜΕ.

Ολόκληρο ο πολιτικός λόγος της περιόδου της κρίσης κυριαρχείται, συνεπώς από την πώλωση. Το δεύτερο χαρακτηριστικό που επικρατεί τη δημόσια σφαίρα είναι η διαρκής παρουσία απειλών σχετικά με τις επιλογές του ελληνικού κράτους. Αν για όσους αντιτίθενται στις αναδιαρθρώσεις, η απειλή σχετίζεται με την προοπτική φτωχοποίησης μεγάλων τμημάτων του πληθυσμού, για όσους προωθούν τα «αναγκαία» μέτρα, η απειλή που επισείουν είναι έξοδος από την Ευρωζώνη και η μη τήρηση των δανειακών υποχρεώσεων της χώρας. Η ρητορική αυτή έχει επικριθεί ως μορφή εκβιασμού. Όπως γράφει ο Lazzarato: « οι πολιτικές συγκρούσεις για τις συντάξεις και τα κοινωνικά δικαιώματα επικαλύπτονται διαρκώς από την ίδια πολιτική του εκβιασμού... ο εκβιασμός είναι ο τρόπος “δημοκρατικής” διακυβέρνησης στον οποίο καταλήγει ο νεοφιλελευθερισμός» (Lazzarato, 2014: 180).

Με αυτό τον τρόπο βλέπουμε το μετασχηματισμό του ΤΙΝΑ : από μια δήλωση θριάμβου της καπιταλιστικής Δύσης στο τέλος του 20<sup>ου</sup> αιώνα (βλ. προηγούμενο κεφάλαιο) μετατρέπεται σε μια παραδοχή αδυναμίας. Ελλείψει μιας θετικής προοπτικής επί της οποίας να μπορεί να ανανεωθεί η συμμαχία με τμήματα των υποτελών τάξεων, η κυρίαρχη ιδεολογία ωθείται στην παραδοχή ότι η εφαρμοζόμενη πολιτική είναι επώδυνη και πρέπει να γίνει ανεκτή — καθώς δεν μπορεί να τύχει θετική υποστήριξης ούτε μπορεί να υπάρξει μαζική κινητοποίηση γύρω από αυτή. Ωστόσο, με αυτό τον τρόπο δεν επιτυγχάνεται η απονέκρωση της πολιτικής διαπάλης — πάγιος στόχος του νεοφιλελευθερισμού όπως είδαμε παραπάνω. Ο «εξορκισμός» των αντιθέσεων γινόταν στη βάση της εκτίμησης ότι αυτό που συμβαίνει —π.χ. η απορρύθμιση του ραδιοηλεκτρονικού πεδίου— ωφελεί όλα τα μεμονωμένα άτομα είτε ως καταναλωτές είτε ως επιχειρηματίες. Πλέον, με τη διακήρυξη του ΤΙΝΑ σε νέα μορφή, η πολιτική επιστρέφει δυναμικά και διαχέεται -με τη συμβολή των κινημάτων- σε όλες τις σφαίρες της κοινωνικής ζωής. Η κρίση ηγεμονίας του «ακραίου κέντρου» είναι, συγχρόνως, η στιγμή της επανόδου της πολιτικής διαπάλης.

Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε το πώς εκδηλώνεται η κρίση ηγεμονίας στα ελληνικά ΜΜΕ την περίοδο της κρίσης.

#### 5.16 Η κρίση στα ΜΜΕ

Στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να αποτυπώσουμε με κάποια στοιχεία τη μετάβαση των ελληνικών ΜΜΕ στην κρίση, την κατάρρευση τους μέσα σε αυτή και την προσπάθεια αναδόμησης του τοπίου των ΜΜΕ στην Ελλάδα. Θα χρησιμοποιούμε στοιχεία από την περίοδο 2000-2010, στοιχεία από το 2010 για να δείξουμε το απότομο πέρασμα σε μια νέα περίοδο για τα ελληνικά ΜΜΕ, στοιχεία της περιόδου 2010-2015 για να αποτυπώσουμε την καθίζηση πωλήσεων, εσόδων και κερδών και —όσα είναι διαθέσιμα— στοιχεία από την περίοδο 2016 και μετά για να δείξουμε μια σταθερότητα, η οποία επήλθε μετά τη σχετική «εκκαθάριση» του τοπίου των ΜΜΕ και την είσοδο νέων επενδυτών που επανεκκίνησαν τη συγκέντρωση ιδιοκτησίας στα ΜΜΕ.

Το 2010 θα μας χρησιμεύσει, συνεπώς, ως σημείο-τομής και όχι τυχαία. Είναι η χρονιά της ψήφησης του 1<sup>ου</sup> μνημονίου και της έντονης αντιπαράθεσης στη δημόσια σφαίρα για την κατάσταση της ελληνικής οικονομίας και της δυνατότητας ή μη του κράτους να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις του.

Είναι προφανές ότι τα ελληνικά ΜΜΕ ήταν ιδιαίτερα ευάλωτα κατά την εκδήλωση της κρίσης. Όπως είδαμε και παραπάνω, τα οικονομικά προβλήματα στα ελληνικά ΜΜΕ προηγούνται κατά πολύ του 2008 ή του 2010. Ωστόσο, καλύπτονται με ένα πλήθος τρόπων: υπάρχουν μεγάλα συγκροτήματα συνδεδεμένα με ισχυρούς πόλους του ελληνικού κεφαλαίου (πρωτίστως κατασκευαστικό κεφάλαιο) και εισηγμένα στο χρηματιστήριο. Σε στενή συνάρτηση με το φαινόμενο της διαπλοκής που εγγυάται τη λειτουργία ζημιογόνων ΜΜΕ, η Ελλάδα του 2008 έχει 116 κανάλια (16 πανελλαδικής εμβέλειας), πάνω από 1000 ραδιοφωνικούς σταθμούς, πάνω από 600 εφημερίδες και 180 περιοδικά (Χαιρετάκης, 2014α : 410). Είναι ενδεικτικό ότι μεταξύ 1990 και 2008, η μέση ημερησία κυκλοφορία των εφημερίδων εθνικής εμβέλειας μειώθηκε κατά 58% (από 834 χιλιάδες στις 351) ενώ την ίδια στιγμή ο αριθμός τίτλων αυξήθηκε από τους 19 στους 22, ενώ αυξήθηκε και η συγκέντρωση της κυκλοφορίας στις τέσσερις ισχυρότερες επιχειρήσεις -όπως είδαμε και παραπάνω- από το 59% στο 69% (Leandros, 2010: 893). Αυτό το «πλεόνασμα» ζημιογόνων Μέσων (που εξυπηρετούσαν διαπλεκόμενα πολιτικά και επιχειρηματικά σχέδια) ήταν δεδομένο ότι δεν θα μπορούσε να διατηρηθεί σε συνθήκες κλονισμού του τραπεζικού και του πολιτικού συστήματος.

Αυτό δεν σημαίνει ότι στην αρχή της κρίσης τα ΜΜΕ ήταν σε θέση αδυναμίας συνολικά. Όσον αφορά την τηλεόραση συνολικά, οι αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα βρίσκουν τα ελληνικά κανάλια σε σημαντική αύξηση επιρροής αλλά και σε οικονομική άνοδο. Παρόλο που κατά βάση δεν καταγράφουν κερδοφόρους ισολογισμούς, τα κυριότερα εμπορικά κανάλια (Mega, ANT1, Star , Alpha, ΣΚΑΙ) καταγράφουν μια αύξηση εσόδων από τα 332 εκατομμύρια ευρώ το 2000 στα 576 το 2008 (χρονιά που ξεσπάει η κρίση) ενώ καταγράφουν και υψηλότερο σημείο της περιόδου 2010-2011 το 2007, στα 598 εκατομμύρια (Χαιρετάκης, 2014α: 220).



Η διεθνής συζήτηση για την «κρίση του Τύπου» είχε εκδηλωθεί και στην Ελλάδα. Ακόμα και στον Τύπο που εντοπίζεται μια σημαντική υποχώρηση των πωλήσεων και πριν την κρίση, υπάρχει μια πανσπερμία εκδόσεων. Ωστόσο, σε σύγκριση με όσα θα ακολουθήσουν, οι πτώσεις στις πωλήσεις εφημερίδων και περιοδικών την περίοδο 2000-2008 είναι ασήμαντες. Ενδεικτικά, από τα 289 εκατομμύρια φύλλα το 2000 –συνολικές πωλήσεις εφημερίδων– υπάρχει πτώση στα 232 εκατομμύρια το 2008 (Χαιρετάκης, 2014α: 402), δηλαδή κατά 20%. Ωστόσο, μόνο την περίοδο μεταξύ 2009 και 2010 η πτώση κυμαίνεται στο 20%, από τα 232 εκατομμύρια στα 190. Στα δε περιοδικά, μεταξύ 2000 και 2008 είχε σημειωθεί άνοδος στις πωλήσεις -από 77 εκατομμύρια στα 84 (Χαιρετάκης 2014α: 402, 406), πιθανώς επειδή η «χρυσή περίοδος» του 2002-2006 είχε ως αναγκαίο συμπλήρωμα την ενίσχυση του καταναλωτισμού μέσω της αγοράς περιοδικών με αντίστοιχη θεματολογία. Ωστόσο, το 2010, οι πωλήσεις βρίσκονται στα 71 εκατομμύρια, αντιστοιχώντας σε μια πτώση κατά 16% μέσα σε δύο χρόνια.

Είναι ενδεικτικό ότι το 2010, σε σχέση με το 2009, 8 εταιρείες ΜΜΕ εισηγμένες στο χρηματιστήριο (Αττικές, ΔΟΛ, Καθημερινή, Ναυτεμπορική, Πήγασος, Τεγόπουλος, Τεχν. Εκδόσεις, Τηλέτυπος), καταγράφουν μείωση του κύκλου εργασιών από τα 894 εκατομμύρια στα 704 (μείωση κατά 21%) και αύξηση των ζημιών στα 137 εκατομμύρια σε σύγκριση με τα 53 του 2009, (στοιχεία του περιοδικού ad business, τεύχος 732, 2011, αναφέρονται στο Χαιρετάκης, 2014α : 134). Ο ΔΟΛ καταγράφει ζημιές 47 εκατομμυρίων την περίοδο 2009-2010 ενώ η Τηλέτυπος 27 εκατομμυρίων στην ίδια περίοδο. Και αν για τον μεν ΔΟΛ, οι ζημιές ήταν συνηθισμένο φαινόμενο την περίοδο 2004-2010 -μόνο το 2004 κατέγραψε κέρδη, μικρότερα του 1 εκατομμυρίου- για την Τηλέτυπο ίσχυε το αντίθετο, καθώς αποτελούσε το συγκρότημα ΜΜΕ με τα σημαντικότερα κέρδη, φτάνοντας τα 42 εκατομμύρια την περίοδο 2007-2008 (Χαιρετάκης, 2014α: 409). Με το πέρασμα στην περίοδο του μνημονίου, τα πιο ισχυρά ΜΜΕ είναι αυτά που πλήττονται περισσότερο.

Καθώς τα μνημονιακά μέτρα πλήττουν τόσο τον άμεσο όσο και τον έμμεσο/κοινωνικό μισθό, η κατανάλωση υποχωρεί σημαντικά. Η υποχώρηση της διαφημιστικής δαπάνης έχει ήδη εκκινήσει από τη χρονιά 2008-2009 (συμπίπτει με το

διεθνές ξέσπασμα της κρίσης) όπου από μια οριακά θετική άνοδο των εσόδων (+0.5% την περίοδο 2007-08), περνάμε σε μια μείωση κατά 17%, η οποία εκδηλώνεται σε όλα τα Μέσα και με μεγαλύτερη ένταση στο ραδιόφωνο (-22%) (Χαιρετάκης, 2014β: 142). Την περίοδο 2010-2011 επιταχύνεται η καθίζηση της διαφημιστικής δαπάνης, ωστόσο πρόκειται για επιτάχυνση μιας διαδικασίας που έχει εκκινήσει από το 2008. Μεταξύ 2008 και 2011, η διαφημιστική δαπάνη μειώνεται κατά 40% (Λέανδρος, 2013: 54) ενώ μεταξύ 2010-2011 υποχωρεί κατά 16% -από 1887 εκατομμύρια στα 1593. Η μείωση ανά μέσο είναι 3% για την τηλεόραση, 18% για τις εφημερίδες, 23% για τα περιοδικά και 30% για το ραδιόφωνο (Λέανδρος, 2013: 43).

Η χρηματιστηριακή αποτύπωση της κρίσης των ελληνικών ΜΜΕ είναι εντυπωσιακή. Το 2012 η αξία των χρηματιστηριακών ομίλων ΜΜΕ είναι 117 εκατομμύρια ευρώ · ούτε το 1/20 της αξίας τους το 2000 (2.8 δις) ενώ τέσσερις όμιλοι αποχώρησαν από το χρηματιστήριο από 2009 (Χαιρετάκης, 2014α: 215-216). Η κίνηση αυτή συνδέεται με την επιδείνωση όλων των χρηματοοικονομικών δεικτών την περίοδο 2009-2010 . Σημειώνεται άνοδος της δανειακής επιβάρυνσης, με προεξέχοντες την Τεγόπουλος Α.Ε. όπου υπερδιπλασιάζεται και τον ΔΟΛ όπου ανεβαίνει κατά 3.4 φορές· συγχρόνως, υποχωρεί η φερεγγυότητα των μεγαλύτερων ομίλων, καθώς εξανεμίζονται τα ίδια κεφάλαια (Λέανδρος, 2013: 48-49).

### 5.17 Η επιδείνωση των εργασιακών συνθηκών

Τα μεγάλα εμπορικά ΜΜΕ προσπάθησαν να αντιρροπήσουν την κρίση τους, μετακυλώντας καταρχάς το κόστος στους εργαζόμενους της. Αυτό αποτυπώθηκε σε μειώσεις μισθών, απολύσεις και επέκταση της επισφαλούς εργασίας. Εκτιμάται, ότι στα μεγάλα συγκροτήματα Τύπου, στις αρχές του 2011 πραγματοποιήθηκαν μειώσεις μισθών από 10% έως 20% αναλόγως το συγκρότημα, ενώ σε ΔΟΛ και Πήγασο –πιθανώς τα δύο ισχυρότερα μπλοκ–α οι απολύσεις κυμάνθηκαν από διακόσιους μέχρι τριακόσιους εργαζόμενους στο καθένα<sup>158</sup>. Αντίστοιχα κινήθηκαν τα κανάλια εθνικής εμβέλειας. Σε πολλές περιπτώσεις, τις μειώσεις μισθών ακολούθησαν «εθελούσιες» έξοδοι εργαζομένων<sup>159</sup>. Οι απολύσεις –αν και πολλές φορές, μαζικές– σε κάποιες περιπτώσεις είναι «στοχευμένες» σε εργαζόμενους που συμμετέχουν σε απεργιακές

κινητοποιήσεις<sup>160</sup>. Η λειτουργία της ΕΣΗΕΑ δεν βοηθάει ιδιαίτερα τη στατιστική απεικόνιση των εξελίξεων στα εργασιακά των δημοσιογράφων καθώς η Ένωση διατηρούσε αυστηρά κριτήρια για την εγγραφή νέων μελών. Ωστόσο, τα στοιχεία που δημοσιοποίησε το 2019 σε σχέση με τις απολύσεις μελών της, μας δίνουν μια εικόνα τουλάχιστον από την «κορυφή του παγόβουνου». Σύμφωνα με τα στοιχεία (ΕΣΗΕΑ, 2019α: 7), μεταξύ 1993 και 2000 απολύθηκαν 18 δημοσιογράφοι, μεταξύ 2001 και 2008 364 και μεταξύ 2009 και 2016, 1509 (κυρίως σε *Alter*, *EPT*, *Mega*, *Πήγασο* και *ΔΟΛ*) ενώ απολύθηκαν άλλοι 180 από το 2017 μέχρι το Σεπτέμβριο του 2019. Στην εισαγωγή της έκθεσης της (ΕΣΗΕΑ, 2019α:2) αναφέρεται η κυριαρχία επισφαλών συμβάσεων εργασίας και η απότομη αύξηση του αριθμού των δημοσιογράφων που πληρώνονται μεταξύ 200 και 500 ευρώ μηνιαίως. Με βάση αυτά τα στοιχεία καταλαβαίνουμε ότι πρώτον, η επιδείνωση των εργασιακών συνθηκών είχε ξεκινήσει προ κρίσης αλλά ότι εντός της κρίσης οι τάσεις αυτές πολλαπλασιάστηκαν.

#### 5.18 Καταρρεύσεις – ανακατατάξεις

Όπως είναι αναμενόμενο από τα παραπάνω, ακολουθούν μια σειρά σημαντικών καταρρεύσεων. Το Δεκέμβριο του 2011 αναστέλλεται η κυκλοφορία της *Ελευθεροτυπίας* και στη συνέχεια η Τεγόπουλος Εκδόσεις Α.Ε. κάνει αίτηση υπαγωγής στο άρθρο 99 του πτωχευτικού κώδικα (Λέανδρος, 2013: 53). Τον Ιανουάριο του 2012 η Imako Media AE αναστέλλει τη λειτουργία της. Σε μια εποχή συρρίκνωσης της κατανάλωσης και κρίσης του αφηγήματος της «ισχυρής Ελλάδας», φαντάζει ταιριαστό το κλείσιμο της εταιρείας που συνδέθηκε με περιοδικά όπως το *Nitro* και το *Down Town*. Οι εκδόσεις της Imako εξέφρασαν το σύγχρονο μοντέλο εξατομικευμένης κατανάλωσης που περιστρέφεται γύρω από εμπορεύματα-σύμβολα κύρους, ευζωίας. Κλείνοντας, άφησε απλήρωτους εργαζόμενους –οι ίδιοι ισχυρίζονται ότι τα συνολικά χρέη σε μισθούς φτάνουν τα 2.5 εκατομμύρια ευρώ<sup>161</sup>– ενώ ο ιδιοκτήτης, Πέτρος Κωστόπουλος, στο δημόσιο απολογισμό του, τόνισε ότι δεν ενεπλάκη ποτέ στα κυκλώματα της διαπλοκής αλλά και ότι για την κατάρρευση ευθύνεται ο μεγάλος αριθμός των εργαζομένων<sup>162</sup>.

Οι ΔΟΛ και Πήγασος, προτού κλείσουν, είχαν μεγάλη χρέη προς τις τράπεζες (134 και 164 εκατομμύρια ευρώ αντίστοιχα (Χαιρετάκης 2014α: 43). Οι πιέσεις των τραπεζών εντάθηκαν μετά το 2015, φτάνοντας στο σημείο οι ίδιες οι τράπεζες να κηρύττουν την πτώχευση μέσω του ΒΗΜΑ FM<sup>163</sup>. Στους τηλεοπτικούς σταθμούς, η αρχή γίνεται με το *Alter* του Κουρή. Τους πρώτους μήνες του 2011, οι απλήρωτοι εργαζόμενοι προχωράνε σε απεργίες<sup>164</sup>. Καθώς ο ιδιοκτήτης κάνει αίτηση υπαγωγής στο άρθρο 99, οι εργαζόμενοι προχωράνε σε κατάληψη του σταθμού και μεταδίδουν τα δικά τους μηνύματα ενάντια στην εργοδοσία<sup>165</sup>. Ωστόσο, οι ανακατατάξεις δεν περιορίζονται στα μέσα «πρώτης γραμμής». Επεκτείνονται σε μικρότερου βεληνεκούς μέσα με το κλείσιμο και την πώληση του καναλιού 902, το κλείσιμο της εφημερίδας *Απογευματινή*. Τα κενά που καλύφθηκαν έσπευσαν να καλύψουν νέα έντυπα όπως τα Παραπολιτικά ή η εφημερίδα «6 μέρες» που κυκλοφόρησε για κάτι λιγότερο από 6 μήνες. Στο παράρτημα της έκθεσης της, η ΕΣΗΕΑ (2019β) καταγράφει 48 εφημερίδες (χωρίς να υπολογίζονται εκδόσεις Κυριακής ή Δευτέρας της ίδιας εφημερίδας) που έκλεισαν την περίοδο 2009-2018, 4 τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας, 10 τηλεοπτικούς σταθμούς περιφερειακής εμβέλειας, 3 δορυφορικά κανάλια καθώς και την πλατφόρμα *Alpha Digital* ενώ καταγράφει και 9 ενημερωτικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς όπου οι θέσεις των δημοσιογράφων καταργήθηκαν και ο σταθμός μετατράπηκε παράτυπα σε μουσικός ενώ στη συνέχεια οι ιδιοκτήτες πούλησαν την άδεια (που επίσης διατηρούσαν παράτυπα) για να αποκομίσουν κέρδη.

Συγχρόνως, οι πιεστικές οικονομικές συνθήκες, προκαλούν και εντάσεις στο πολιτικό επίπεδο. Ο Γιώργος Παπανδρέου, αποχωρώντας στο τέλος του 2011 από πρωθυπουργία «καταγγέλλει υπονόμευση της κυβέρνησης του από το Δημοσιογραφικό Οργανισμό Λαμπράκη επειδή δεν μεσολάβησε για την έγκριση δανείου από την Εθνική Τράπεζα», ενώ ο ΔΟΛ απαντάει με νέα καταγγελία για προσπάθεια του πρώην πρωθυπουργού να παρέμβει στη δανειοδότηση των τραπεζών. (Λέανδρος, 2013: 55)<sup>166</sup>. Καθώς η κρίση διαρρηγνύει το ιστορικό μπλοκ που είχε συγκροτηθεί γύρω από την ιδεολογία του «εκσυγχρονισμού», οι επιμέρους πλευρές δεν διστάζουν να εκθέσουν τους μηχανισμούς της διαπλοκής που λειτουργούσαν ως συνδετικός ιστός. Ανεξαρτήτως

του τι πραγματικά έγινε -το οποίο είναι πολύ πιθανό να μη μαθευτεί ποτέ- οι εκατέρωθεν καταγγελίες αποκαλύπτουν τις σχέσεις κυβερνήσεων-MME-τραπεζών.

Με βάση τα παραπάνω, δεν προξενεί εντύπωση η απότομη πτώση της Ελλάδας στο World Press Freedom Index από την 31<sup>η</sup> στην 84<sup>η</sup> θέση μεταξύ 2008 και 2013, αποτελεί συνέπεια (και) της υποβάθμισης των συνθηκών εργασίας των δημοσιογράφων (Doudaki, Boubouka, Spyridou, & Tzalantras, 2016: 429). Ένα περιβάλλον επισφάλειας, χαμηλών μισθών και φόβου για την προοπτική της απόλυσης επιδρά αρνητικά στην αυτονομία των δημοσιογράφων. Αντίθετα, η εξερεύνηση και δοκιμή των ορίων της σχετικής αυτοτέλειας –όπως την εξετάσαμε στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο– προϋποθέτει κάποιο βαθμό εργασιακής σταθερότητας

### 5.19 Κλείσιμο της ΕΡΤ

Τα κρισιακά φαινόμενα εκφράστηκαν και στη δημόσια τηλεόραση, φέροντας το στίγμα της πολιτικής παρέμβασης για το κλείσιμο της ΕΡΤ τον Ιούνιο του 2013 από την κυβέρνηση Σαμαρά και την απόλυση περισσότερων από 2500 εργαζομένων. Τα οικονομικά στοιχεία της ΕΡΤ δείχνουν ότι διατηρούσε θετικό ισοζύγιο (+35 εκατομμύρια ευρώ το 2012 και 49 εκατομμύρια το 2011,, το οποίο οφειλόταν, βέβαια, στο ανταποδοτικό τέλος (από τα 329 εκατομμύρια έσοδα το 2012, τα 298 προέρχονταν από το τέλος και από τα 326 του 2011 τα 298, Χαιρετάκης, 2014α: 237-238) το οποίο έπαιζε ένα κεντρικό ρόλο στη διατήρηση της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης. Ωστόσο είναι αξιοσημείωτο ότι από το 2010 παύει η επιπλέον κρατική χρηματοδότηση από το υπουργείο Οικονομικών, η οποία ούτως ή άλλως κυμαίνονταν σε χαμηλά μεγέθη (κάτι παραπάνω από ένα εκατομμύριο το 2010). Την περίοδο πριν το κλείσιμο της ΕΡΤ, υπήρχαν διαπραγματεύσεις κυβέρνησης-τρόικας για εξοικονόμηση χρημάτων μέσω συρρίκνωσης του προσωπικού δημόσιων οργανισμών. Ωστόσο, μετά το κλείσιμο -και τη διεθνή διάσταση της κινητοποίησης για την επαναλειτουργία της ΕΡΤ<sup>167</sup>– ο εκπρόσωπος τύπου της Κομισιόν διευκρίνισε ότι δεν είχε ζητηθεί συγκεκριμένα να κλείσει η ΕΡΤ<sup>168</sup> και ότι η κυβέρνηση πρέπει να σεβαστεί την απόφαση του Συμβουλίου της Επικρατείας. Η εν λόγω απόφαση υποχρέωνε την κυβέρνηση να αναστείλει το κλείσιμο μέχρι να ολοκληρωθεί η δημιουργία νέου δημόσιου φορέα ραδιοτηλεόρασης. Αυτός ήταν ο

βραχύβιος (Ιούλιο 2013-Μάιος 2014) φορέας της Δημόσιας Τηλεόρασης (ΔΤ) που υπαγόταν στο Υπουργείο Οικονομικών<sup>169</sup>.

Τα δεδομένα αυτά αποτελούν ενδείξεις ότι το κλείσιμο της ΕΡΤ ήταν μια προσπάθεια στενότερου πολιτικού ελέγχου της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης από την κυβέρνηση ΝΔ-ΠΑΣΟΚ. Η ολοκλήρωση του κλεισίματος της ΕΡΤ πραγματοποιήθηκε με την είσοδο των ΜΑΤ στο Ραδιομέγαρο στις 7 Νοεμβρίου του 2013 για να εκκενώσουν τον χώρο από όσους εργαζόμενους είχαν παραμείνει σε αυτόν<sup>170</sup>. Η δήλωση του κυβερνητικού εκπρόσωπου για «επιστροφή στην ομαλότητα»<sup>171</sup> αποτυπώνει τη ρήξη μεταξύ κυβέρνησης – δημοσιογράφων και εργαζομένων στην ΕΡΤ με τους τελευταίους να αντιμετωπίζονται ως παράγοντες που επιζητούν την πρόκληση «αναταραχής». Υπό αυτή την έννοια, το κλείσιμο της ΕΡΤ εντάσσεται τυπικά στη γενικότερη κρίση των ΜΜΕ αλλά, κυρίως, αποτελεί κομμάτι και της ευρύτερης αυταρχικής στροφής του κράτους την περίοδο εφαρμογής της πολιτικής των μνημονίων. Υπάρχει προφανώς μια οικονομική διάσταση που σχετίζεται με τη συρρίκνωση των δαπανών στο δημόσιο τομέα. Ωστόσο, είναι η πολιτική δυναμική της περιόδου τέτοια που το κλείσιμο πρέπει να ερμηνευθεί κυρίως μέσα σε ένα πλαίσιο αναδιάταξης συμμαχιών. Καθώς αλλάζει ριζικά ο τρόπος απόσπασης συναίνεσης και ο ηγεμονικός συνασπισμός αναδιαρθρώνεται, η κυβέρνηση θεωρεί ότι υπάρχει ανάγκη για ένα δημόσιο φορέα ραδιοτηλεόρασης πλήρως ευθυγραμμισμένος με τις κυβερνητικές κατευθύνσεις (Sakellaropoulos, 2019: 219). Η ΕΡΤ δεν ασκεί αντιπολίτευση στην κυβέρνηση πριν κλείσει ωστόσο δεν θεωρείται ότι έχει προσαρμοστεί στις απαιτήσεις της νέας στράτευσης των μέσων.

Αντίστοιχα, ακριβώς επειδή το κλείσιμο εντάσσεται σε μια περίοδο που τμήματα των υποτελών τάξεων και στρωμάτων αμφισβητούν την κυρίαρχη πολιτική, η επιλογή της κυβέρνησης πυροδοτεί αντιδράσεις. Πέρα από τις κινητοποιήσεις στήριξης που εκτείνονται σε όλη την Ελλάδα, το πιο ενδιαφέρον σημείο για τις εξελίξεις στα ΜΜΕ είναι η επιλογή των εργαζομένων να συνεχίσουν να εκπέμπουν από τις συχνότητες της ΕΡΤ και να δημιουργήσουν ένα μοντέλο ενημέρωσης που θα καθορίζεται από τους ίδιους τους παραγωγούς.

Η επιλογή της αυτοδιαχείρισης της κατελιημμένης ΕΡΤ και οι οριζόντιες δομές λήψης αποφάσεων αμφισβήτησαν έμπρακτα τον κυρίαρχο ιεραρχικό τρόπο παραγωγής ειδήσεων και τηλεοπτικού προγράμματος εν γένει<sup>172</sup>. Στην ΕΡΤ 3, που συνέχισε να εκπέμπει και μετά την εκκένωση του Ραδιομεγάρου της Αθήνας, επιστρατεύθηκαν στην προσπάθεια και συμμετέχοντες στο κίνημα αλληλεγγύης, αναιρώντας, εν μέρει, τη διάκριση κοινού-παραγωγού. Με αυτό τον τρόπο προσέφεραν ένα διαφορετικό μοντέλο τόσο για τη λειτουργία της δημόσιας τηλεόρασης όσο και για την ενημέρωση εν γένει την περίοδο της κρίσης. Αυτό δεν σημαίνει ότι η αυτοδιαχειριζόμενη ΕΡΤ και ΕΡΤ3 ήταν «αντικειμενική/μη στρατευμένη», κάθε άλλο<sup>173</sup>. Αποτελεί ένα παράδειγμα αντι-ηγεμονικής πληροφόρησης που ακολουθεί μεν κάποιες από τις νόρμες της εμπορικής ενημέρωσης αλλά κατά βάση δίνει λόγο σε ανθρώπους που δεν εκπροσωπούσαν στα ιδιωτικά ΜΜΕ ενώ η σχολιαστική δημοσιογραφία έχει σαφές στίγμα ενάντια στα μνημόνια και υπέρ των κοινωνικών κινημάτων.

#### 5.20 Η κρίση εμπιστοσύνης των ΜΜΕ

Σχολιάζοντας τις καταρρεύσεις των ΜΜΕ, ο Χαιρετάκης γράφει «Μιλάμε για τη διαμόρφωση ενός εντελώς νέου τοπίου στα ελληνικά ΜΜΕ, το οποίο συνοδευόταν από την απαρχή της ούτω αποκαλούμενης απορρύθμισης με διάφορες κενολογίες, διακηρύξεις και έωλα συνθήματα περί “εκσυγχρονισμού”... αυτό που κατέρρευσε ανεπίστροφα ήταν η περιώνυμη “κατασκευή” ενός συμβολικού και ταυτόχρονα φαντασιακού χώρου μιας “πραγματικότητας” που πόρρω απείχε από την πραγματική πραγματικότητα που βίωνε καθημερινά, με ιδιαίτερα σκληρό τρόπο, η “άλλη” Ελλάδα» (Χαιρετάκης, 2013: 76).

Σε κάθε περίπτωση, η κρίση των ΜΜΕ αποτελεί ένα καθολικό φαινόμενο που δεν εξαντλείται στις άσχημες οικονομικές επιδόσεις των Μέσων. Γενικότερα, η αδυναμία των ΜΜΕ να επιτελέσουν ένα ρόλο σταθεροποίησης των κλονιζόμενων ταξικών συμμαχιών, αποτυπώνεται (μεταξύ άλλων) στην κατάρρευση της αξιοπιστίας των ΜΜΕ σε όλους τους σχετικούς δείκτες. Στην αρχή της ελληνικής κρίσης, το Ευρωβαρόμετρο καταγράφει στην Ελλάδα τη μεγαλύτερη δυσπιστία στην Ε.Ε. των 27 απέναντι στην τηλεόραση και το

ραδιόφωνο -78% και 61% αντίστοιχα δηλώνουν ότι δεν εμπιστεύονται το μέσο- και τη δεύτερη μεγαλύτερη δυσπιστία απέναντι στον Τύπο με 71% να δηλώνει ότι δεν εμπιστεύεται τις εφημερίδες (standard Eurobarometer, no. 74, 2011:14-15). Ένα χρόνο μετά, η εικόνα είναι ακόμα χειρότερη, με το 85% να εκφράζει δυσπιστία απέναντι στην τηλεόραση, το 70% απέναντι στο ραδιόφωνο και το 80% απέναντι στον Τύπο (standard Eurobarometer, no. 78, 2012: 13-18)<sup>174</sup>. Το 2014, ενώ διατηρείται η γενική αναξιοπιστία των ΜΜΕ, καταγράφεται μια μικρή τάση ανόδου της εμπιστοσύνης, κατά 8% στο ραδιόφωνο, 6% στην τηλεόραση και 8% στον Τύπο (standard Eurobarometer, no. 82, 2014: 25-27).

Πέρα από τη σύγκριση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, τα ελληνικά ΜΜΕ καταγράφονται χαμηλά και σε μετρήσεις που συμπεριλαμβάνουν μεγαλύτερη γκάμα χωρών. Στην έρευνα που διεξάγει παγκόσμια ετησίως το ινστιτούτο Reuters σχετικά με τα ΜΜΕ, τα ελληνικά ΜΜΕ καταλαμβάνουν σταθερά τις τελευταίες θέσεις. Το 2016 κατατάσσονται τελευταία σε ένα σύνολο 26 χωρών μόλις το 20% απάντησε καταφατικά στο αν μπορεί, τις περισσότερες φορές, να εμπιστευτεί τα ΜΜΕ (Reuters Institute Report, 2016: 24) Το 2017, σε ένα σύνολο 36 χωρών, κατατάσσονται τελευταία μαζί με τη Νότιο Κορέα με ποσοστό 23% (Reuters Institute Report, 2017: 20). Με βάση αυτό, σύμφωνα με την ίδια έρευνα, πρέπει να εξηγηθεί η «ελληνική ιδιαιτερότητα» της μεγαλύτερης εμπιστοσύνης, ως προς την ενημέρωση, στα social media σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα (Reuters Institute Report, 2017: 21). Αντίστοιχα, η Ελλάδα κατατάσσεται πρώτη, μαζί με την Τουρκία στο ποσοστό του κοινού που δηλώνει ότι με ενεργητικό τρόπο προσπαθεί να αποφύγει τις ειδήσεις – το 57% σε αμφότερες τις χώρες δηλώνει ότι καταφεύγει σε αυτή την πρακτική (Reuters Institute Report, 2017: 40). Τον επόμενο χρόνο, σε ένα σύνολο 37 χωρών, τα ελληνικά ΜΜΕ καταλαμβάνουν την προτελευταία θέση (Reuters Institute Report, 2018: 16) με 26%. Στην έρευνα του 2018, τα ελληνικά ΜΜΕ ανεβάζουν κατά μια μονάδα την εμπιστοσύνη του κοινού απέναντι τους και βρίσκονται δύο θέσεις πριν το τέλος καθώς η απότομη πτώση της εμπιστοσύνης στα γαλλικά ΜΜΕ (από το 35% στο 24%) τα φέρνει στην προτελευταία θέση (Reuters Institute Report, 2019: 20).



Τώρα θα εστιάσουμε στη στράτευση των μεγάλων εμπορικών ΜΜΕ στις κυρίαρχες νεοφιλελεύθερες πολιτικές, στράτευση η οποία τροφοδότησε την κρίση νομιμοποίησης των μέσων.

### 5.21 Νέα στράτευση των ΜΜΕ

Σε μια περίοδο που χαρακτηρίζεται από μη δημοφιλείς πολιτικές λιτότητας και συρρίκνωσης της κατανάλωσης, τα ΜΜΕ –σύμφωνα με τη λογική κατά την οποία η εμπορευματοποίηση εγγυάται την αποστοίχιση τους από τα κυρίαρχη οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα– αναμένεται να καλύπτουν με κριτικό τρόπο τις νεοφιλελεύθερες αναδιαρθρώσεις.

Θα αναμενόταν τα ΜΜΕ να επιδιώκουν α) να εκφράσουν θέσεις που θα προσεγγίζουν το κοινό τους τους και β) να αντιστρατεύονται μέτρα που οδηγούν σε μείωση της κατανάλωσης και, κατά συνέπεια, της διαφημιστικής δαπάνης στα ΜΜΕ. Καθώς σημαντικό μέρος του κοινού ήταν αντίθετο με τις πολιτικές που συνόδευαν τη δανειοδότηση, τα ΜΜΕ είχαν «κίνητρο» να αποστασιοποιηθούν από τις πολιτικές ελίτ και δη την κυβέρνηση και να εκφράσουν αυτή τη δυσaréσκεια με τη λιτότητα.

Πράγματι, υπήρξε αυτή η διάσταση στη δημοσιογραφική κάλυψη της κρίσης. Ο Πουλακιδάκος, στην έρευνα του για την κάλυψη του πρώτου μνημονίου, εντοπίζει μια απόκλιση στο λόγο δημοσιογράφων-πολιτικών με τους πρώτους να αναφέρονται πολύ πιο συχνά στις αρνητικές συνέπειες του μνημονίου (Πουλακιδάκος, 2013: 157). Ο ίδιος ερμηνεύει αυτή την επιλογή ως προσπάθεια σύγκλισης με το κοινό αλλά και ως αποστασιοποίηση των ΜΜΕ από τις πολιτικές ελίτ που θεωρήθηκαν «κύριες υπεύθυνες για τη δεινή οικονομική κατάσταση της χώρας» (Πουλακιδάκος, 2013: 160). Από την άλλη, υπήρξε μια ειδική συνθήκη που κράτησε από τις αρχές του 2010 μέχρι το Νοέμβριο του 2011: η ΝΔ εγγραφόταν -με το δικό της τρόπο- στο αντιμνημονιακό στρατόπεδο, επιρρίπτοντας την κρίση σε χειρισμούς του ΠΑΣΟΚ. Αυτό συνέβαλε στη διαμόρφωση ενός «αντιμνημονιακού πλαισίου» σε ΜΜΕ που παραδοσιακά πρόσκεινται στη ΝΔ (Kountouri & Nikolaidou, 2019: 99).

Αυτό αποτέλεσε επιβεβαίωση της θεωρίας του indexing (Bennett, 1990), που υποστηρίζει ότι τα ΜΜΕ ανταποκρίνονται σε διαιρέσεις που προκύπτουν εντός της πολιτικής ελίτ. Έτσι, η *Καθημερινή* –παρόλο που παραδοσιακά πρόσκειται στην Κεντροδεξιά και τη ΝΔ– κατά βάση υιοθέτησε μια στάση υποστήριξης του πρώτου μνημονίου (Πουλακιδάκος, 2013: 214)· στη στάση αυτή συνέβαλε η διαφοροποίηση της Ντόρας Μπακογιάννη που εξέφρασε το κομμάτι της Νέας Δημοκρατίας που αντιλαμβανόταν το μνημόνιο ως αναγκαιότητα αλλά και ως επιλογή που συνέβαλε στη διόρθωση των κακώς κειμένων της χώρας. Από την άλλη, αν και το *Mega* έχει καταγραφεί στην κοινή γνώμη ως το πιο «φιλομνημονιακό» από όλα τα Μέσα –με πιο χαρακτηριστική στιγμή τη δήλωση της παρουσιάστριας Μαρίας Σαράφογλου την εβδομάδα πριν το δημοψήφισμα ότι «όλες οι κοινωνικές ομάδες είναι με το ΝΑΙ– συχνά ξεχνιέται ότι αυτό αποτέλεσε μια διαδικασία σταδιακής εγκατάλειψης κάποιων κριτικών προς την Τρόικα, κατά την περίοδο του πρώτου μνημονίου (Βαμβακάς, 2014: 235).

Ωστόσο, η απόκλιση (μέρους των εμπορικών) ΜΜΕ και πολιτικής εξουσίας δεν διατηρείται καθόλη τη διάρκεια της κρίσης για δύο αλληλεξαρτώμενους λόγους που τους είδαμε σε προηγούμενα κεφάλαια. Καταρχάς, τα ΜΜΕ δεν είναι κερδοφόρα· είτε είναι ζημιογόνα είτε «δεν αποτελούν κερδοφόρες επιχειρήσεις, τουλάχιστον με κριτήρια τα επίπεδα κερδοφορίας που επικρατούν σε μια χώρα και σε ορισμένο χρονικό διάστημα» (Πλειός, 2013: 92). Κατά δεύτερο –και ως επέκταση του πρώτου– τα ΜΜΕ βρίσκονται υπό τον έλεγχο της άρχουσας τάξης προκειμένου να εξυπηρετήσουν τις επιδιώξεις μεμονωμένων καπιταλιστών αλλά και να αποτελέσουν κρίκους συμμαχιών μεταξύ ηγεμονικών μερίδων της άρχουσας τάξης σε μια περίοδο διαγώνιας συγκέντρωσης ιδιοκτησίας –όπως είδαμε στην περίπτωση του *Mega*. Η άρχουσα τάξη της Ελλάδας ενοποιείται τις τελευταίες δεκαετίες γύρω από το στόχο της ενσωμάτωσης της χώρας στην «πρώτη ταχύτητα» της ευρωπαϊκής ενοποίησης, θεωρώντας ότι κατά αυτό τον τρόπο θα βελτιώσει τη θέση της γεωπολιτικά και οικονομικά (Sakellagorou, 2019).

Με βάση τα παραπάνω, το υλικό υπόβαθρο της στράτευσης των ΜΜΕ με τις νεοφιλελεύθερες πολιτικές αφορά και τη γενική αναπαραγωγή των όρων παραγωγής

του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού αλλά και τη μετατόπιση του ταξικού συσχετισμού εις βάρος της εργασίας. Η αστική τάξη μπορεί να «αντέξει» τα ζημιογόνα ΜΜΕ στο βαθμό που α) τα χρηματοδοτεί μέσω των τραπεζών -και αυτές μέσω του μηχανισμού στήριξης- β) οι μνημονιακές αναδιαρθρώσεις συμβάλλουν στη συμπίεση των μισθών στις υπόλοιπες επιχειρήσεις που κατέχει ένας ιδιοκτήτης ΜΜΕ γ) τα Μέσα συμβάλλουν στην καλλιέργεια του ΤΙΝΑ ως κεντρικού ρητορικού στηρίγματος της κυρίαρχης πολιτικής. Συνεπώς, η επιβίωση των ΜΜΕ ως επιχειρήσεις «εξαρτάται από το πλέγμα των οικονομικών και άλλων σχέσεων και ρυθμίσεων, που διαμορφώνονται από την οικονομική πολιτική των κυβερνήσεων προς όφελος των επιχειρήσεων γενικά» (Πλειός, 2013:93).

Σαφώς, σε αυτή την κατεύθυνση επιδρά και η ειδική έκφραση της διαπλοκής. Είδαμε παραπάνω σχετικά με το φαινόμενο της διαπλοκής και το πώς συγκροτήθηκε μέσα στην κρίση. Ως αποτέλεσμα αυτού, τα εμπορικά Μέσα είχαν ανάγκη τον δανεισμό από τις τράπεζες οι οποίες είχαν ανάγκη τη χρηματοδότηση από τον μηχανισμό στήριξης. Αυτός ο «οικονομικός ανορθολογισμός» αποτυπώθηκε στις διαδικασίες της επιτροπής της Βουλής που εξετάσαμε παραπάνω και συνέβαλε ώστε «η οικονομική εξάρτηση των ΜΜΕ από τις κυβερνητικές επιλογές και την επισφαλή τραπεζική χρηματοδότηση κατέστησε τα ΜΜΕ πειθήνια φερέφωνα των κυβερνητικών αποφάσεων» (Χαιρετάκης, 2014α : 248). Η ιδιαίτερη ένταση με την οποία στρατεύθηκαν τα εμπορικά ΜΜΕ στην υπεράσπιση του ΝΑΙ τον Ιούλιο του 2015 πρέπει να ιδωθεί μέσα από αυτό το διπλό πρίσμα. Αφενός, εκφράζει την πάγια επιδίωξη της ελληνικής αστικής τάξης για παραμονή στην Ευρωπαϊκή Ένωση έστω και με όρους υποβάθμισης απέναντι στους διεθνείς συμμάχους της. Αφετέρου, αποτυπώνει το ειλικρινές άγχος των ΜΜΕ για την πορεία του τραπεζικού συστήματος, το οποίο καταπονήθηκε από τα capital controls και βρέθηκε σε οριακό σημείο όταν η ΕΚΤ αρνήθηκε να δώσει ρευστότητα στις ελληνικές τράπεζες την εβδομάδα του δημοψηφίσματος<sup>175</sup>.

## 5.22 Εκφάνσεις της στράτευσης των ελληνικών ΜΜΕ με την κυρίαρχη νεοφιλελεύθερη ιδεολογία

«Σε εποχές κρίσης, αυτή η λογοκρισία της αγοράς έχει την τάση να γίνει απροκάλυπτη. Η αυτοσυγκράτηση και η “αντικειμενικότητα” παραχωρούν τη θέση τους στην ανοιχτή πολεμική και στις μανιασμένες εκστρατείες εναντίον των “εχθρών” της αγοράς. Υπό κανονικές συνθήκες, οι διαδικασίες της λογοκρισίας της αγοράς είναι λιγότερο ορατές και περισσότερο εκλεπτυσμένες» (Keane, 2000: 94).

Η τάση αυτή εκδηλώνεται στην ελληνική περίπτωση κλιμακωτά, ανταποκρινόμενη στην ένταση της πόλωσης μέχρι που η «λογοκρισία της αγοράς» τείνει να γίνεται όλο και πιο εκλεπτυσμένη. Αρχικά, τίθεται επιτακτικά το ζήτημα της ερμηνείας της κρίσης το οποίο έχει σαφής ιδεολογική διάσταση καθώς οριοθετεί και ορίζει το αποδεκτό πλαίσιο πολιτικών αντιμετώπισης της (Πλειός, 2013: 93). Το ζήτημα της ερμηνείας καθίσταται το κυρίαρχο για την περίοδο μέχρι το 2012 όπου κλείνει ένας πρώτος κύκλος μέτρων και πολιτικών αντιπαραθέσεων με τις διπλές εκλογές Μαΐου-Ιουνίου (Kountouri & Nikolaidou, 2019: 97). Την περίοδο που ακολουθεί μέχρι το 2015 ο κυρίαρχος λόγος χαρακτηρίζεται από το άγχος της τήρησης των μνημονιακών δεσμεύσεων σε συνδυασμό με την προσδοκία ανάπτυξης, όπως αυτή αποτυπώνεται στη δήλωση του πρωθυπουργού Αντώνη Σαμαρά για “success story” προσέλκυσης επενδύσεων και «εκκίνηση της ανάπτυξης μες το 2014»<sup>176</sup>. Στην τρίτη φάση, μετά το 2015, διεξάγεται μια εκτεταμένη αναδιάρθρωση των ΜΜΕ.

Με διακυμάνσεις ανάλογα με την περίοδο, υπάρχουν ορισμένες εκφάνσεις της στράτευσης των ΜΜΕ που διατηρούνται σε όλη την περίοδο από το 2008 μέχρι σήμερα. Ουσιαστικά, δεν υπάρχει μια μοναδική ιδεολογική τακτική ανά περίοδο αλλά ένα πλήθος συνδυασμών που κατά κανόνα συνδυάζουν έναν κίνδυνο μεγάλου βεληνεκούς (χρεοκοπία, απαξίωση της χώρας διεθνώς) με μια θετική προοπτική (έσοδα από μηχανισμό στήριξης, success story από προσέλκυση επενδύσεων, έξοδος από τα μνημόνια μέσω της εφαρμογής τους). Ωστόσο, το σύνολο των τακτικών που θα δούμε παρακάτω, συγκλίνουν γύρω από τη φетиχοποίηση της κρίσης, την αποκοπή από το ευρύτερο ιστορικό-κοινωνικό πλαίσιο και τη φυσικοποίηση των εφαρμοζόμενων πολιτικών ως των μόνων αποδεκτών (δόγμα ΤΙΝΑ).

### **A) «εθνικοποίηση» της κρίσης – η κρίση ως πολιτισμικό φαινόμενο**

Η κρίση, ως ένα γεγονός καταλυτικής σημασίας, έπρεπε να τοποθετηθεί εντός κάποιου πλαισίου προκειμένου να αποκτήσει νόημα. Όλοι κατανοούν τη σημασία της κρίσης σε ένα αφηρημένο επίπεδο, ως μια διάρρηξη της συνέχειας με ό,τι υπήρχε πριν από αυτή. Ωστόσο, το ποιο είναι το περιεχόμενο της έννοιας «κρίση», το με ποια κοινωνικά φαινόμενα θα συνδεθεί ή όχι, είναι αντικείμενο διαπάλης καθώς επηρεάζει τόσο την πρόσληψη του παρελθόντος και της πορείας προς την κρίση όσο και την πρόσληψη του αποδεκτού φάσματος λύσεων που πρέπει να εφαρμοστούν.

Για την κυρίαρχη ιδεολογία αυτό μεταφράζεται σε δύο κεντρικές ερμηνείες που ουσιαστικά ενοποιούνται: α) η κρίση ως ένα φαινόμενο πρωτίστως πολιτιστικό, απόρροια ενός πολιτισμού διαφθοράς και ανευθυνότητας<sup>177</sup> β) η κρίση ως αποτέλεσμα της εθνικής ιδιαιτερότητας των Ελλήνων και της Ελλάδας<sup>178</sup>. Ουσιαστικά και οι δύο αυτές πλευρές συνδυάζονται στην αναπαράσταση ενός έθνους «διεφθαρμένου», που «δεν πέρασε Διαφωτισμό»<sup>179</sup> και ως τέτοιο οδηγήθηκε στην κρίση. Συνεπώς, η ελληνική κρίση τείνει να κατανοηθεί αποκομμένα από την παγκόσμια οικονομική κρίση ή/και από την κρίση χρέους της Ευρωζώνης (Πλείος, 2013: 97-98).

Η προσέγγιση αυτή συχνά ξεκινάει από την παραδοχή ότι η κρίση είναι καθολική, δεν είναι μόνο οικονομική αλλά αφορά τον πολιτισμό με τη διευρυμένη έννοια, τις αντιλήψεις και τις αξίες με τις οποίες οργανώνει μια κοινωνία τη ζωή της. Η παραδοχή αυτή πιθανώς να συνεπαγόταν μια ανάλυση για το πώς διαπλέκεται η ελληνική οικονομία με την ευρωπαϊκή και την παγκόσμια, ποιες αξίες και ιδεολογικά σχήματα κυριάρχησαν τις προηγούμενες δεκαετίες, με ποιο τρόπο συναρθρώθηκαν διεθνείς αλλαγές στον τρόπο παραγωγής και κατανάλωσης με τα χαρακτηριστικά του ελληνικού καπιταλισμού. Ωστόσο κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει — η επίκληση του καθολικού χαρακτήρα της κρίσης, είναι αφορμή ώστε α) να υποβαθμιστεί η οικονομική διάσταση και β) να τονιστούν οι ευθύνες του σύγχρονου ελληνικού πολιτισμού της Μεταπολίτευσης, με έμφαση στις ευθύνες του λαϊκισμού ως πολιτικού και πολιτιστικού φαινομένου <sup>180</sup>. Η πολιτισμική ερμηνεία της κρίσης συνδέεται με την καταγγελία του

λαϊκισμού ως ενός πανταχού παρόντα ρεύματος ανορθολογισμού που καθίσταται υπαίτιο για τα δεινά της ελληνικής κοινωνίας (Σεβαστάκης & Σταυρακάκης, 2012), μετατρέποντας τις θέσεις του Διαμαντούρου (2000) για την κυριαρχία του λαϊκισμού στη μεταπολιτευτική Ελλάδα σε κεντρικό ερμηνευτικό σχήμα για την κρίση.

Όπως αναφέρει ο Μυλωνάς, στην έρευνα του σε άρθρα της *Καθημερινή*, η Ελλάδα αναπαρίσταται ως μια παθολογική κατάσταση, ως ένα «άρρωστο σώμα» εντός της Ευρωζώνης που ευθύνεται για την κρίση (Mylonas, 2014:307)<sup>181</sup>. Σε αυτό το πλαίσιο σκέψης, η λιτότητα καθίσταται μέσω τιμωρητικό και παιδαγωγικό καθώς αναμένεται να βοηθήσει στην υπέρβαση της κρίσης διορθώνοντας τις πολιτισμικές (και όχι οικονομικές) ατέλειες της διαφθοράς και της ανομίας (Mylonas, 2014: 311). Το ζήτημα αυτό επανέρχεται συχνά στη μελέτη των αναπαραστάσεων της κρίσης στα ΜΜΕ. Έρευνα του 2011 φοιτητών της Παντείου, υπό την επίβλεψη της καθηγήτριας Αλεξάνδρας Κορωναίου, κατέδειξε τους διάφορους τρόπους με τους οποίους η κρίση –αλλά και οι συνέπειες των αναδιαρθρώσεων εξατομικεύονται<sup>182</sup>. Το κοινό ενοχοποιείται ως ένα άθροισμα διεφθαρμένων ατόμων που μοιράζονται εξίσου τις ευθύνες της υπερχρέωσης του ελληνικού κράτους. Συγχρόνως, ενώ είναι περιορισμένη η παρουσία των συλλογικών αντιδράσεων (πορείες, πράξης πολιτικής ανυπακοής), φαινόμενα όπως η ανεργία και η φτώχεια παρουσιάζονται δραματοποιημένα και με έμφαση στο άτομο που τα βιώνει. Κεντρικό ρόλο σε αυτή την ερμηνεία κατέχει η έννοια της «ελληνικότητας» ή της «ελληνικής ιδιαιτερότητας», βάσει της οποίας επιχειρείται να εξηγηθεί ο ιδιαίτερα οξύς χαρακτήρας της εκδήλωσης της κρίσης στην Ελλάδα. Καθώς εντάσσεται σε μια ιδεολογική στρατηγική αποσπασματικότητας (όπως την είδαμε στο 2<sup>ο</sup> κεφάλαιο), επιδιώκει να τονίσει ορισμένα εθνικά χαρακτηριστικά που μπορούν να αποτελέσουν τις «αιτίες» των προβλημάτων της χώρας. Όπως γράφει ο Μυλωνάς, «Η “ελληνικότητα” κατασκευάζεται ως ένα “κομβικό σημείο” γύρω από το οποίο συναρθρώνονται αρνητικά φορτισμένα σημαίνονται που ψάχνουν νοσηματοδότηση, όπως ο “παιδισμός”, το “κόμμα” και ο “κρατισμός” ώστε να εξυπηρετηθεί μια αφήγηση που προτείνει την υπέρβαση αυτής της αρνητικής ελληνικότητας, χάριν μιας άλλης πιο εκσυγχρονισμένης, πιο θετικής και δραστήριας». (Μυλωνάς & Κομποτσιάρης 2013: 406). Συνεπώς, αποτελεί

μια «εκσυγχρονισμένη» εκδοχή της ιδεολογίας του εκσυγχρονισμού που εξετάσαμε παραπάνω, θεωρώντας ότι η αποτυχία του «εξευρωπαϊσμού» της χώρας, ευθύνεται για τα δεινά της<sup>183</sup>.

Αυτή η λογική εκφράστηκε τόσο από γνωστά στελέχη του πολιτικού συστήματος που βρήκαν βήμα στα ΜΜΕ (βλ. Πάγκαλος) όσο και από ανερχόμενες φιγούρες της δημόσιας σφαίρας όπως ο Ράμφος (Μυλωνάς & Κομπατσιάρης, 2013: 404-405). Λογικό επακόλουθο αυτής της θέσης είναι η απαξίωση μορφών διαμαρτυρίας όπως οι κινητοποιήσεις και οι απεργίες καθώς αποτελούν συμπτώματα μιας «παιδιάστικης» συμπεριφοράς αλλά ενέχουν και ένα στοιχείο «ομηρείας» από τις δυνάμεις του λαϊκισμού. (Σεβαστάκης & Σταυρακάκης, 2012:23-24)

Η διαδικασία αυτή αποτυπώνεται και στον διεθνή Τύπο που «καταγγέλλει την εγγενή τεμπελιά και αναξιοπιστία των Ελλήνων» (Χαιρετάκης, 2014α: 24). Ο Έχτλερ, σε μια έρευνα για την περίοδο 2009-2011 στις γερμανικές εφημερίδες *Der Spiegel* και *Die Zeit* και στο περιοδικό *Focus*, τονίζει ότι κυριαρχούν η ουδέτερη και η αρνητική κάλυψη (56% και 42% των δημοσιευμάτων αντίστοιχα) και η κάλυψη μέσω άρθρων γνώμη (72% των δημοσιευμάτων) (Έχτλερ, 2013: 201), στοιχείο που σχετίζεται με την κυριαρχία της ερμηνείας γενικά και ιδίως σε περιόδους κρίσης. Παρόλο που υπάρχουν διαφοροποιήσεις μεταξύ των μέσων σχετικά με την αντιμετώπιση της κρίσης και τον ρόλο της Μέρκελ, η γενική τάση λίγο πριν την ψήφιση του πρώτου μνημονίου «χαρακτηρίζεται από υπεραπλουστεύσεις καθώς και από υπερβολές, οι οποίες κυριαρχούν στις προσπάθειες ερμηνείας του ελληνικού προβλήματος» (Έχτλερ, 2013: 209). Αυτές οδήγησαν στην εστίαση κυρίως στα προβλήματα του ελληνικού κράτους και, συνεπακόλουθα, στην ερμηνείας της κρίσης ως ένα τοπικό φαινόμενο (Έχτλερ, 2013: 221). Η συζήτηση για τις δομικές αιτίες της κρίσης τείνει να περιορίζεται ακόμα περισσότερο όσο η κρίση εξελίσσεται — αν στις αρχές του 2010 εμφανίζονται κάποιες αναφορές στις ευθύνες του τραπεζικού συστήματος και στη διάρθρωση της Ευρωζώνης, μέχρι τις διπλές εκλογές του 2012 οι αναφορές αυτές έχουν εξαλειφθεί (Doudaki et al. 2016:435)

Η ερμηνεία της κρίσης ως μια εθνική ιδιαιτερότητα απέκτησε κεντρικό ρόλο συνδέοντας τις δημόσιες σφαίρες ευρωπαϊκών κρατών με την ελληνική. Σε έρευνα του Πλειού για την κάλυψη της κρίσης της κρίσης χρέους του 2010<sup>184</sup> στο γαλλικό, το γερμανικό και τον ελληνικό Τύπο εντοπίζει ότι τα ελληνικά Μέσα τείνουν στην πλειοψηφία των άρθρων (63.3%) να μη συνδέουν την ελληνική κρίση με άλλες χώρες — είτε παγκόσμια είτε της ΕΕ γενικά είτε των λεγόμενων χωρών PIGS (Πλειός, 2013: 108,). Κατ' αντιστοιχία, στις διαστάσεις της κρίσης κυριαρχεί το τραπεζικό σύστημα, το πρόβλημα των δημόσιων οικονομικών και η αδυναμία του κράτους να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις τους ενώ είναι περιορισμένες οι αναφορές στο ρόλο των ιδιωτικών επιχειρήσεων, στις σχέσεις τους με το κράτος και το γενικό χαρακτήρα της οικονομίας (Πλειός, 2013: 114). Σε σχέση με τις αιτίες της ελληνικής κρίσης, στο σύνολο των εξεταζόμενων άρθρων από ελληνικά, γερμανικά και γαλλικά έντυπα, κυριαρχούν οι αναφορές σε κοινωνικά-πολιτιστικά αίτια (με έμφαση στον «εθνικό χαρακτήρα των Ελλήνων), στη φοροδιαφυγή, στη διαφθορά, στις πελατειακές σχέσεις και σε πολύ μικρότερο βαθμό στις δαπάνες εξοπλισμών (Πλειός, 2013: 117-118). Σε σχέση με την αντιμετώπιση της κρίσης, στοιχεία προκύπτουν από έρευνα του 2011 στον ελληνικό, γερμανικό, γαλλικό, ιταλικό και βρετανικό Τύπο. Στο επίπεδο των προτεινόμενων λύσεων κυριαρχούν οι τεχνοκρατικές λύσεις και οι οικονομικής φύσεων ενώ υστερούν σε ένα βαθμό οι πολιτικές και σε πολύ μεγαλύτερο οι κοινωνικές ή πολιτιστικές λύσεις(Πλειός, 2013: 123-124).

Τα παραπάνω συνθέτουν την εικόνα της κάλυψης της κρίσης ειδικά στα πρώτα χρόνια εκδήλωσης και ιδίως υπό την επίδραση του νεοφιλελεύθερου λόγου για την κρίση. Η εικόνα που διαμορφώνεται είναι μια στενά εθνική δημοσιονομική κρίση, δεμένη με τον «ιδιάζοντα» ελληνικό χαρακτήρα, η οποία πρέπει να αντιμετωπιστεί αντίστοιχα, με τεχνοκρατικό και οικονομικό τρόπο. Δεδομένου ότι η κρίση έχει οριστεί με αυτό τον τρόπο, οι οικονομικές λύσεις συνδέονται με την επιβολή της λιτότητας στις δημόσιες δαπάνες. Η αποσύνδεση της κρίσης του ελληνικού χρέους από το ιστορικό της πλαίσιο (διεθνής κρίσης 2008 – ευρωπαϊκή κρίση χρέους) είναι μια από τις βασικές ιδεολογικές στρατηγικές, όπως είδαμε στο αντίστοιχο κεφάλαιο, και αποτελεί μια



διαδικασία πλαισίωσης που διευκολύνει την αποφυγή του ερωτήματος «γιατί επιβάλλονται μέτρα λιτότητας σε χώρες όπως η Μεγάλη Βρετανία και η Γαλλία», η παρέκκλιση από τις οποίες θεωρείται ότι είναι η πηγή των δεινών της Ελλάδας.

Πέρα από τον ευρωπαϊκό Τύπο, το σχήμα της «ελληνικότητας» εμφανίζεται και στον αμερικάνικο. Όπως τονίζει ο Tracy, μέσα από την αφήγηση περί «αδιόρθωτων Ελλήνων» (inocorrigible Greeks) διαμορφώνεται η εικόνα ενός σπάταλου κοινωνικού κράτους και ενός «αμετανόητου» λαού που συνεχίζει να διασκεδάζει στα μπουζούκια παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει (Tracy, 2012: 523). Αν για τον γερμανικό Τύπο, η ανησυχία έχει να κάνει με το αν θα επιστραφούν τα χρήματα που δίνονται στην Ελλάδα, για τον αμερικάνικο, το πρόβλημα έχει να κάνει με τη μετάδοση (contagion) της ελληνικής «ασθένειας» που απειλεί να αποσταθεροποιήσει την Ευρωζώνη και να φτάσει να επιδρά αρνητικά στην αμερικανική οικονομία (Tracy, 2012: 521).

Από την άλλη, οι Παπαθανασόπουλος & Καραδημητρίου, σε μια έρευνα σε 14 εφημερίδες και 1 ιστοσελίδα από 9 χώρες κατά την περίοδο Μάρτιος -Μάιος 2010, δίνουν μια σχετικά διαφορετική εικόνα. Αν και η Ελλάδα παρουσιάζεται πολύ συχνότερα με αρνητικό τρόπο παρά με θετικό (71.5% ουδέτερη θέση, 20.1% αρνητική, 8.4% θετική), οι συγγραφείς καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι «οι θέσεις που προβλήθηκαν σχετικά με την Ελλάδα...ήταν κατά πολύ λιγότερο αρνητικές από αυτό που είχαμε αρχικά υποθέσει» (Παπαθανασόπουλος & Καραδημητρίου 2013: 171). Ωστόσο πρέπει να αναφερθεί ότι η έρευνα –αν και ιδιαίτερα μεγάλη– δεν θέτει το ζήτημα της ερμηνείας της κρίσης στο προσκήνιο· όταν τίθεται αυτό, αποκαλύπτονται μια σειρά από πλευρές της στράτευσης των ΜΜΕ στην πολιτική των ελίτ. Επιπλέον, κάποια από τα ερωτήματα της έρευνας αναφέρονται στο πώς καλύπτει ο Τύπος το ζήτημα της βοήθειας στην Ελλάδα χωρίς να διευκρινίζεται το τι είδους βοήθεια.

Αν σκεφτούμε ότι την ίδια περίοδο ο μηχανισμός δανειοδότησης αναφέρεται συχνά ως «μηχανισμός στήριξης» ή «μηχανισμός σωτηρίας», τότε το 83.5% που τοποθετείται υπέρ της βοήθειας στην Ελλάδα (Παπαθανασόπουλος & Καραδημητρίου 2013: 150) μπορεί να αναγνωστεί και ως στήριξη στο Μνημόνιο και όχι σε κάποια άλλου τύπου βοήθεια. Αντίστοιχα, το ερώτημα για το αν ο Τύπος βλέπει την Ελλάδα ως «θετική

ή αρνητική διάσταση της Ευρωζώνης» (Παπαθανασόπουλος & Καραδημητρίου 2013: 157) δέχεται διαφορετικές ερμηνείες όπως και το αποτέλεσμα όπου η πλειοψηφία των δημοσιευμάτων (54.9%) αντιλαμβάνονται την Ελλάδα ως αρνητική διάσταση. Ωστόσο, αυτό μπορεί να διαβαστεί είτε ως έκφραση των δομικών προβλημάτων της Ευρωζώνης –που οδήγησαν στη διόγκωση του ελληνικού χρέους– είτε ανάποδα, ως η Ελλάδα να απειλεί τη σταθερότητα της Ευρωζώνης. Οι συγγραφείς επισημαίνουν ότι εμφανίζονται και οι δύο αναγνώσεις, πχ στο γαλλικό και στο βρετανικό Τύπο (Παπαθανασόπουλος & Καραδημητρίου 2013: 156, 158), όμως λείπει μια αναλυτική αναφορά στο ποια κυριάρχησε.

Ωστόσο, η προσπάθεια μεταφοράς της ευθύνης για την φτώχεια στα άτομα που τη βιώνουν -ή στον ελληνικό λαό στο σύνολο του- όπως και η νεοφιλελεύθερη αξίωση ότι ο «ελεύθερος ανταγωνισμός» θα εγγυηθεί την ανάδειξη των πιο ικανών, έφτασαν σε συγκεκριμένα όρια (Δοξιάδης, 2016: 75). Η φράση «μαζί τα φάγαμε» έγινε επανειλημμένα αντικείμενο χλεύης ενώ η επίθεση στην «ελληνικότητα» -που συμπύκνωνε την τεμπελιά- αξιοποιήθηκαν από το λόγο των κοινωνικών κινημάτων για να τροφοδοτήσει αντιδράσεις.

Όλο το παραπάνω είναι σαφές ότι συνδέεται α) με την ιδεολογική τακτική της αποσπασματικότητας και β) με το νεοφιλελευθερισμό ο οποίος θεωρεί το άτομο αποτελεί το θεμελιώδες επίπεδο κατανόησης της πραγματικότητας. Συνεπώς, το ζήτημα της δεν είναι απλώς να αποδοθεί ευθύνη στον ελληνικό (ή ισπανικό ή ιταλικό ή πορτογαλικό) πολιτισμό και τρόπο ζωής για την κρίση. Το θέμα είναι η ολοκλήρωση του νεοφιλελεύθερου μετασχηματισμού και η ανάδειξη του ατόμου-επιχειρηματία που φέρει το ίδιο την ευθύνη για τις επιτυχίες όσο και (κατά κύριο λόγο) για τις αποτυχίες και αρνείται να εξετάσει το πλαίσιο εντός του οποίου δρα. Όπως γράφει ο Χαιρετάκης, «ο μηχανισμός διάσωσης... στοχεύει στην ενστάλλαξη μιας νέας ενοχικής “ηθικής» στους πληθυσμούς με στόχο την εσωτερίκευση της ενοχής σε εξατομικευμένο επίπεδο, αποσκοπώντας στον μηδενισμό των αντιδράσεων» (Χαιρετάκης, 2014β : 177).

Σε κάθε περίπτωση, από το 2010 και μετά, με την πολιτική των μνημονίων να εφαρμόζεται η συζήτηση μετατοπίζεται. Το ζήτημα της ερμηνείας δεν εξαφανίζεται -

είδαμε πχ άρθρα από το 2017- ωστόσο πλέον αναδεικνύεται ως αντικείμενο διαπάλης η εφαρμοζόμενη πολιτική και οι πιθανές εναλλακτικές σε αυτή. Αυτό μας φέρνει στο ζήτημα της φυσικοποίησης.

## **B) Φυσικοποίηση λιτότητα-απορρύθμισης**

Είδαμε σε προηγούμενα κεφάλαια τις αναφορές του Τσόμσκι στην τάση των ΜΜΕ στις καπιταλιστικές κοινωνίες να περιορίζουν το φάσμα του διαλόγου, αποκλείοντας από κάθε κριτική εξέταση ένα σύνολο από θέσεων που αποτελούν τις ιδεολογικές προϋποθέσεις της ασκούμενης πολιτικής (Chomsky, 2008: 128). Στην περίπτωση της ελληνικής κρίσης, τα ΜΜΕ φυσικοποίησαν ορισμένες αρχές οι οποίες λειτούργησαν ως θέσφατα και ως στόχοι που (οφείλουν να) είναι αποδεκτοί από όλους τους πολίτες και κόμματα. Τέτοιες ήταν η ανάπτυξη, η αποπληρωμή του χρέους και η παραμονή στην Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ευρωζώνη. Η φυσικοποίηση της ιδεολογίας συχνά επιτυγχάνεται μέσα από την επίκληση στην «κοινή λογική»· αφού η κρίση χρέους προκύπτει από τις υπερβολικές σπατάλες του κράτους, η λύση είναι προφανής: να μειωθούν τα έξοδα και να αυξηθούν τα έσοδα (Tracy, 2012: 525). Έτσι, η λιτότητα δεν αποτελεί μια επιλογή που προωθείται από συγκεκριμένους φορείς, ακολουθώντας ένα συγκεκριμένο τρόπο σκέψης αλλά είναι απλά «η προφανής λύση». Καθώς η πολιτική κινδυνεύει να στερηθεί τον ανταγωνιστικό της χαρακτήρα (Mouffe, 2010), η κυρίαρχη πολιτική των μνημονίων αναπαρίσταται ως ένα μείγμα τεχνοκρατικών λύσεων και ηθικής ανάπλασης ενός «ανεύθυνου λαού» κατά το σκεπτικό που είδαμε και παραπάνω (Σεβαστάκης & Σταυρακάκης, 2012: 21).

Αυτό δεν σημαίνει ότι η πολιτική της λιτότητας παρουσιάζεται πάντα απαλλαγμένη από κοινωνικό κόστος και θυσίες. Αντιθέτως, η ιδεολογία του εκσυγχρονισμού και του αντι-λαϊκισμού την περίοδο της κρίσης συναρθρώνεται με έννοιες όπως η θυσία και ξορκίζουν την εύκολη «ευδαιμονία» προηγούμενων εποχών (Σεβαστάκης, 2013: 21) Η ρητορική που αναπτύσσεται συνίσταται στην «τακτικής φύσεως αναγνώριση των συνεπειών των περιοριστικών πολιτικών» και στη «στρατηγικής φύσεως υποστήριξη αυτών των πολιτικών» (Πλειός, 2013: 94)<sup>185</sup>.

Ο Δοξιάδης θεωρεί ότι σε αυτή τη συνθήκη ο κυρίαρχος λόγος καθίσταται ιδιαίτερα επιθετικός καθώς έχει αποκοπεί από κάθε πλαίσιο αναφορών στην κοινωνική ανέλιξη (Δοξιάδης, 2016: 24). Εύστοχα περιγράφει τη συνθήκη όπου ο πολιτικός λόγος περιστρέφεται γύρω από την έννοια του «αναγκαίου κακού». Γράφει σχετικά: «το σκέλος “αναγκαίο” τους επιτρέπει να είναι πειστικοί απέναντι σε όσους απευθύνονται... ενώ το σκέλος “κακό” τους παρέχει τη δυνατότητα να διαρρηγνύουν τα ιμάτια τους ότι και οι ίδιοι είναι εναντίον της πολιτικής που “αναγκάζονται να” επιβάλλουν ή υποστηρίζουν» (Δοξιάδης, 2016:25). Με αυτό τον τρόπο, πολιτικοί και δημοσιογράφοι μπορούν να είναι υπέρ και κατά των μνημονίων συγχρόνως και όλο αυτό να βρίσκει την καλύτερη έκφραση του στη «διαπραγμάτευση» όπου πάντα η ελληνική πλευρά εμφανίζεται ότι επιδιώκει να αποτρέψει το νέο γύρο μέτρων -ή έστω να τα περιορίσει- ενώ η Τρόικα πάντα έχει το ρόλο του «εκβιαστή» που εν τέλει επικρατεί. Έτσι, προκύπτει μια νέα εκδοχή «πολυσυλλεκτικότητας» που υπερβαίνει διακηρυκτικά τη διάκριση Αριστεράς-Δεξιάς (Δοξιάδης, 2016: 27), ιεραρχώντας πάνω από όλα την αποφυγή της καταστροφής. Μεταξύ άλλων, η πορεία που ακολουθείται είναι εγγυημένη καθώς την επιτηρεί ο «ορθολογικός Άλλος», η Ευρώπη (μετωνυμικός τρόπος για να ταυτιστεί η Ευρωπαϊκή Ένωση με το σύνολο της Ευρώπης) που θέλει να διορθώσει τα πολιτισμικά ελαττώματα που αναφέραμε παραπάνω (Mylonas, 2014: 314).

Η φυσικοποίηση της εφαρμοζόμενης πολιτικής προκύπτει τόσο μέσα από την κυριαρχία των θεσμικών-κυβερνητικών πηγών στην κάλυψη των ειδήσεων όσο και από την παρουσίαση των ποσοτικών στόχων των Μνημονίων (μείωση χρέους, ελλείμματος, αύξηση ανταγωνιστικότητας, μείωση δαπανών κλπ) με ένα μη κριτικό τρόπο, θεωρώντας αυτομάτως ότι είναι νομιμοποιημένοι και αποδεκτοί στόχοι (Doudaki, 2015: 9-12). Η κυριαρχία των θεσμικών πηγών και του λόγου που αρθρώνουν τείνει να αποκλείσει εναλλακτικές λύσεις στην οικονομική κρίση και οδηγεί στην ανάδειξη ως δυνητικών λύσεων τις ήδη εφαρμοζόμενες πολιτικές όπως οι μειώσεις μισθών, οι απολύσεις δημοσίων υπαλλήλων, οι ιδιωτικοποιήσεις και η άνοδος της φορολογίας (Doudaki et al., 2016:437). Οι λύσεις αυτές παρουσιάζονται επανειλημμένα χωρίς αναφορά στις συνέπειες τους με αποτέλεσμα η νεοφιλελεύθερη λύση της μείωσης μισθών και

κοινωνικών δαπανών να μη συσχετίζεται με την άνοδο της φτώχειας και της ανεργίας (Doudaki et al., 2016:438).

Το ίδιο σκεπτικό ακολουθείται και σε σχέση με τις ιδιωτικοποιήσεις ή την απορρύθμιση-«απελευθέρωση» διαφόρων πεδίων. Καθώς η ανεργία (θεωρείται ότι) προκαλείται από την απουσία επενδύσεων, αν αρθούν νόμοι που «περιορίζουν» τους επενδυτές ή/και ιδιωτικοποιηθούν δημόσιες επιχειρήσεις, η ανεργία θα μειωθεί. Η προσέγγιση ότι η λύση στην κρίση χρέους είναι αυτό το μείγμα πολιτικής βρίσκει την κορυφαία της έκφραση στο γνωστό σχόλιο της Σαράφογλου «δεν φταίω εγώ αν όλες οι κοινωνικές ομάδες τάσσονται υπέρ του ΝΑΙ;»<sup>186</sup>. Θεωρούμε ότι η δημοσιογράφος δεν επιδιώκει να εξαπατήσει τους τηλεθεατές· η δημοσιογράφος έχει διαπαιδαγωγηθεί σε ένα περιβάλλον που συγκεκριμένες επιλογές έχουν προσλάβει χαρακτήρα αδιαμφισβήτητου φυσικού φαινομένου. Συνεπώς, κάθε λογικός άνθρωπος -και κοινωνική ομάδα- δεν μπορεί παρά να τάσσεται μαζί τους. Από τη στιγμή που η νεοφιλελεύθερη πολιτική φυσικοποιείται ως η μόνη δυνατή λύση, κάθε εναλλακτική καταδικάζεται καθώς είναι απόρροια είτε συντεχνιακών/λαϊκιστικών λογικών είτε απορρέει από μικροπολιτικές σκοπιμότητες και εγωισμούς (Doudaki, 2015: 7). Αυτό μας φέρνει στο ζήτημα του ΤΙΝΑ στην ελληνική κρίση, της απουσίας εναλλακτικής στην κυρίαρχη πολιτική.

### **Γ) ΤΙΝΑ**

Το ΤΙΝΑ εγγράφεται στο νεοφιλελεύθερο λόγο από τη δεκαετία του '80. Ωστόσο, είναι μέσα στην κρίση που έρχεται στο προσκήνιο της δημόσιας συζήτησης και της μελέτης των ΜΜΕ. Ήδη στην Ελλάδα, η επιλογή του εκσυγχρονισμού περιλάμβανε μια υπόνοια «ΤΙΝΑ», ως η αποκλειστική έλλογη επιλογή. Ωστόσο, με την κρίση η αφήγηση του εκσυγχρονισμού μετασηματίζεται. Πλέον, οι υποτελείς τάξεις δεν καλούνται τόσο να αποδεχτούν το διευθυντικό ρόλο της αστικής τάξης στη βάση ενός σχεδίου «προσέγγισης της ΕΕ» (παρόλο που δεν απουσιάζει μια τέτοια πλευρά) όσο το να κατανοήσουν ότι η εφαρμοζόμενη πολιτική είναι η μόνη που μπορεί να εγγυηθεί αυτό που εκλαμβάνεται ως ελάχιστος στόχος, την παραμονή στην Ε.Ε. και την Ευρωζώνη.

Καθώς η «σύγκλιση με την Ευρώπη», αποτελούν ιδεολογική τακτική που διέρχονται κρίση, υπάρχει μεγάλη δυσκολία ανάδειξης με θετικό τρόπο των θεσμών που εμπλέκονται στην κρίση. Η κυρίαρχη ιδεολογία δυσκολεύεται να αρθρώσει ένα «θετικό» λόγο, να δώσει μια προοπτική στις υποτελείς τάξεις για υλικά -και όχι μόνο- οφέλη που θα προκύψουν από τη στήριξη της ασκούμενης πολιτικής. Είναι ενδεικτικό ότι σε έρευνα σε εφημερίδες που παραδοσιακά δεν εκφράζονται ενάντια στην Ε.Ε. ή και τη στηρίζουν -*Τα Νέα, Ελευθεροτυπία, Καθημερινή*-, η κάλυψη της διαχείρισης της κρίσης από την Ε.Ε. είναι κυρίως αρνητική, επικεντρωνόμενη στην αργοπορημένη αντίδραση (Σουλιώτης, 2013: 252).

Στον λόγο του πολιτικού συστήματος και των ευρωπαϊών αξιωματούχων, εμφανίζεται η επίκληση στην «καταστροφή» που θα προκληθεί, ιδίως από τυχόν έξοδο από την Ευρωζώνη. Η αντίστιξη ανάμεσα στο τι θεωρεί ο πληθυσμός «χρεοκοπία» και τι «πραγματικά είναι» τι δίνει η βουλευτής της ΝΔ, Σοφία Βούλτεψη, λίγο πριν τις εκλογές του Ιανουαρίου του 2015, συνδέοντας την πραγματική χρεοκοπία με το ενδεχόμενο εκλογής του ΣΥΡΙΖΑ Σε κυβέρνηση<sup>187</sup>. Ο πρώην πρωθυπουργός Σαμαράς τονίζει τον Ιούνιο του 2015 ότι «χωρίς Ευρώπη και χωρίς Ευρώ είναι η απόλυτη καταστροφή για την ελληνική οικονομία»<sup>188</sup>. Αλλά και αφού ο κίνδυνος έχει αποσοβηθεί, με την υπογραφή του 3<sup>ου</sup> μνημονίου, το ζήτημα επανέρχεται. Σε ομιλία του σε συνέδριο του SPD στο Βερολίνο, το 2018 ο Τσίπρας αναφέρει ότι η έξοδος από την Ευρωζώνη συνιστούσε «επιλογή της ολικής καταστροφής των λαϊκών στρωμάτων και της μεσαίας τάξης, προς όφελος αυτής της ελίτ»<sup>189</sup>.

Το ΤΙΝΑ συνδέεται με ένα πλήθος κινδύνων. Είναι ιδιαίτερα δύσκολο να κατηγοριοποιήσουμε όλες τις καταστροφές με τις οποίες πλαισιώνονταν μια ενδεχόμενη απόρριψη των μέτρων. Ωστόσο θα προσπαθήσουμε να καταγράψουμε μερικές

1) *χρεοκοπία*. Πολύ συχνά σε άρθρα για την κρίση, με τη χρήση ενός αθώου «και», δημιουργείται μια νοητική αλληλουχία όπου η αμφισβήτηση των μνημονίων συνεπάγεται έξοδο από την Ευρωζώνη, η οποία συνεπάγεται χρεοκοπία<sup>190</sup>. Σε αυτό φυσικά βοηθάει και ο συνδυασμός κειμένου-εικόνας με άρθρα για την προοπτική του Grexit να συνοδεύονται με φωτογραφίες από συσσίτια απόρων και καταδικάζονται ως

«εξυπνάκηδες και ανεύθυνοι» όσο βλέπουν θετικά μια προοπτική ρήξης με την Ευρωζώνη<sup>191</sup>. Η χρεοκοπία (μέσω του Grexit) αναπαρίσταται συχνά ως απόρροια ενός συνδυασμού παραγόντων : από τη μια κάποιοι σκληροί Ευρωπαίοι ηγέτες που θέλουν να κάνουν την Ελλάδα παράδειγμα προς αποφυγή, από την άλλη, η επιμονή του πολιτικού συστήματος και του ανεύθυνου λαού να μην προσαρμόζεται στις μεταρρυθμίσεις και να εξαντλεί, έτσι, την υπομονή του παιδαγωγού-Ευρωπαίου<sup>192</sup>.

2) *ακραία φτώχεια*. Η φτώχεια συσχετίζεται συχνά με την έξοδο από την Ευρωζώνη η οποία αποτελεί την πανταχού παρούσα απειλή. Ο κίνδυνος αυτός παρουσιάζεται και όταν υπάρχουν κινητοποιήσεις ενάντια στα μέτρα, όταν η κυβέρνηση αργεί να τα εφαρμόσει, ή όταν οι διαπραγματεύσεις με τους δανειστές παρατείνονται<sup>193</sup>. Η μη υπογραφή νέου μνημονίου οδηγεί στη μετατροπή της χώρας σε «μπανανία»<sup>194</sup>. Ακόμα και μετά την υπογραφή του 3<sup>ου</sup> μνημονίου, η «απειλή του Grexit» συνέχισε να εμφανίζεται ως η πανταχού παρούσα συνθήκη που οφείλει να καθορίσει όλες τις πολιτικές επιλογές<sup>195</sup>. Συνεπώς, όταν τα μέτρα καθίστανται αντικείμενο πολιτικής διαπάλης -δηλαδή δεν γίνονται αποδεκτά ως τεχνοκρατικές λύσεις που αποσκοπούν στην οικονομική διάσωση και την ηθική διαπαιδαγώγηση- εγείρεται το ζήτημα της απότομης φτωχοποίησης μεγάλου τμήματος της κοινωνίας λόγω της εξόδου από την ευρωζώνη.

3) *Απώλεια του τουρισμού*. Η «απειλή» αυτή συχνά συνδυάστηκε με τη θετική προοπτική του τουρισμού ως «βαριά βιομηχανία της Ελλάδας». Έτσι, οι πολίτες πρέπει αφενός να αποδεχθούν τα μέτρα προκειμένου να παραμείνει η Ελλάδα στο ραντάρ των τουριστών και συγχρόνως να αναδιαμορφωθούν με ένα τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν να προσελκύσουν το κατάλληλο είδος τουρίστα, αυτό που ξοδεύει τα περισσότερα χρήματα (Μυλωνάς & Κομποτσιάρης, 2013: 414)<sup>196</sup>.

Πέρα από τις άμεσες απειλές για την οικονομία και την κοινωνία, το ΤΙΝΑ την περίοδο της κρίσης περιλαμβάνει και την απαξίωση των φορέων της εναλλακτικής ούτως ώστε να καταστούν αναξιόπιστοι. Αυτή η ιδεολογική τακτική συνδέεται με όσα γράφαμε παραπάνω για την κυριαρχία του λαϊκισμού και μιας «παρωχημένης κουλτούρας» που

ευθύνεται για την κρίση. Ως προέκταση αυτού του σχήματος, τα κοινωνικά κινήματα εξισώνονται με συντεχνίες (Kountouri & Nikolaidou, 2019: 101-102) ή οι φορείς τους επικρίνονται ως λαϊκιστές — σε αυτή την ερμηνεία του λαϊκισμού που συνδέεται με τη δημαγωγία και την ανευθυνότητα (Σταυρακάκης, 2013: 66). Σε μια κρίσιμη περίοδο, οι λαϊκιστές και οι συντεχνίες -συχνά οι όροι μπορούν να αντικαταστήσει ο ένας τον άλλον χωρίς να αλλάζει το νόημα- απειλούν να επιδεινώσουν ακόμα περισσότερο την κατάσταση<sup>197</sup>. Η απειλή του λαϊκισμού αφορά τόσο τον εκτροχιασμό της οικονομίας από τη μη εφαρμογή των μέτρων όσο και τη φιλελεύθερη δημοκρατία της οποίας είναι ο μεγαλύτερος αντίπαλος<sup>198</sup>. Αυτό μας φέρνει στο ζήτημα της ανομίας. Είδαμε ήδη παραπάνω ότι στη σύγκρουση εκσυγχρονισμού/ορθολογισμού και παράδοσης/ανορθολογισμού, το δεύτερο μέρος του διπόλου συνδέεται με την απαξίωση για τη θεσμική διάσταση της κοινωνικής ζωής καθώς συγκροτείται πρωτίστως εξωθεσμικά, π.χ. μέσα από πελατειακές σχέσεις. Την περίοδο της κρίσης, το ζήτημα αυτό αναδεικνύεται στη συζήτηση περί ανομίας όπου συνδέονται τα γεγονότα του Δεκέμβρη του 2008<sup>199</sup>, τα κοινωνικά κινήματα ενάντια στα Μνημόνια, επιμέρους κινητοποιήσεις (π.χ. όπως στις Σκουριές ή την Κερατέα) σχηματίζονται ένα πλέγμα ανομίας, όπου η πολιτική ανυπακοή διαπλέκεται με πράξεις του ποινικού δικαίου με αποτέλεσμα τη διάρρηξη της κοινωνικής συνοχής<sup>200</sup>.

Κομμάτι της κυριαρχίας του ΤΙΝΑ ήταν η απαξίωση κάθε εναλλακτικής ερμηνείας της κρίσης και των πιθανών διεξόδων ως συνωμοσιολογία και η ταύτιση τους με ανορθολογικές θεωρίες της εποχής μας όπως η άρνηση του εμβολιασμού και η πεποίθηση ότι «μας ψεκάζουν». Ο Βαμβακάς συνοψίζει αυτή την προσέγγιση συνδέοντας την απήχηση των βιβλίων του Dan Brown με τις θεωρίες για τους αεροψεκασμούς καθώς και με το βιβλίο της Naomi Klein *Δόγμα του Σοκ*, θεωρώντας ότι διαπερνώνται από τις ίδιες αφηγηματικές τεχνικές της συνωμοσιολογικής μυθοπλασίας (Βαμβακάς, 2014: 182-207)<sup>201</sup>.

Η σύνδεση της απουσίας εναλλακτικής με την ανάδειξη κινδύνων για το κοινωνικό σύνολο, δεν ήταν δεδομένη. Όπως δείξαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, το ΤΙΝΑ ενείχε ένα στοιχείο θετικής προοπτικής, μια προσαρμογή σε μια νέα



πραγματικότητα που θα οδηγούσε σε έναν καλύτερο κόσμο, μακριά από τους κινδύνους του στασιμοπληθωρισμού και του σπάταλου κράτους. Παρόλο που θετικές προοπτικές υπάρχει και στην ιδεολογική πλαisiώση του ΤΙΝΑ στην Ελλάδα, η κυρίαρχη διάσταση είναι σαφές ότι είναι η απειλή. Η συνθήκη αυτή είναι το πιο χαρακτηριστικό δείγμα της κρίσης του νεοφιλελευθερισμού στην Ελλάδα και διεθνώς και της αλλαγής του ηγεμονικού λόγου και του τρόπου συγκρότησης της συναίνεσης.

### 5.23 Το δημοψήφισμα ως σημείο τομής στη στράτευση των ΜΜΕ

Το δημοψήφισμα υπήρξε ένα κομβικό σημείο για τον ελληνικό κοινωνικό σχηματισμό και τις διαδικασίες μετασχηματισμού που ξεκίνησαν με την οικονομική κρίση. Στην εκλογή ΣΥΡΙΖΑ και στο ερώτημα του δημοψηφίσματος συμπυκνώθηκαν τα βασικά ζητήματα-άξονες της κοινωνικής και πολιτικής σύγκρουσης των προηγούμενων χρόνων. Το ίδιο το δημοψήφισμα επικρίθηκε πολλαπλά τόσο όσο προς τη χρησιμοθηρική αξιοποίηση ενός ασαφούς ερωτήματος από την κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ όσο και ως προς την αδυναμία του εν τέλει να αποτελέσει «εργαλείο διαπραγμάτευσης» με την Ευρωπαϊκή Ένωση (Crespy & Ladi, 2019).

Ωστόσο, οι κριτικές αυτές υποτιμούν την ευρύτερη δυναμική της πόλωσης του καλοκαιριού του '15, η οποία υπερέβαινε κατά πολύ τις επιδιώξεις και τις σκοπιμότητες του ενός ή του άλλου πολιτικού φορέα. Όπως είδαμε και παραπάνω, μέσα στα κοινωνικά κινήματα της κρίσης, το ζήτημα της δημοκρατίας είχε μεγάλη σημασία και διαπλεκόταν στενά με το θέμα της οικονομικής ανέχειας. Επιπλέον, όπως είδαμε στο κεφάλαιο 3 σχετικά με τον νεοφιλελευθερισμό, το ζήτημα της δημοκρατίας επανέρχεται σταθερά στη σχέση κυβερνήσεων με υπερεθνικούς θεσμούς οι οποίοι τείνουν να θωρακίζουν τη νεοφιλελεύθερη πολιτική από την αμφισβήτηση και να συρρικνώνουν ουσιαστικά πολιτικά ζητήματα σε ζητήματα τεχνοκρατικής διακυβέρνησης (Harnes, 2006). Το δημοψήφισμα προέκυψε τόσο εντός αυτών των αντιθέσεων όσο και ως αποτέλεσμα των αντιθέσεων της πολιτικής των ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ που συνοψιζόταν στο περίφημο «ούτε ρήξη ούτε υποταγή» που επαναλάμβανε σταθερά ο πρωθυπουργός Αλέξης Τσίπρας και τα κυβερνητικά στελέχη<sup>202</sup> μετά την εκλογική νίκη στις 25 Ιανουαρίου 2015. Το

αποτέλεσμα του δημοψηφίσματος (η επικράτηση του ΟΧΙ με 61.3%) αλλά και η μετατροπή του σε ΝΑΙ και η σύμπτυξη νέας κοινοβουλευτικής συμμαχίας με τους πρότερα αντιμαχόμενους (ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ μαζί με ΝΔ-ΠΑΣΟΚ-Ποτάμι) προκειμένου να ψηφιστεί το 3<sup>ο</sup> μνημόνιο, αποδεικνυαν τόσο τη μεγάλη δυναμική των κινημάτων ενάντια στις νεοφιλελεύθερες πολιτικές όσο και την αδυναμία κοινωνικών και πολιτικών οργανώσεων να εκφράσουν και να εφαρμόσουν μια συνεκτική εναλλακτική πρόταση. Υπό αυτή την έννοια, με το 3<sup>ο</sup> μνημόνιο κλείνει ένας κύκλος πολιτικής και κοινωνικής σύγκρουσης. Όπως είδαμε και παραπάνω, παρόλο που η εφαρμοζόμενη πολιτικής συνεχίζει να είναι μνημονιακή/νεοφιλελεύθερη, οι αντιδράσεις σε αυτήν εξασθενούν (Kanellorou & Kousis, 2018) — τα κοινωνικά κινήματα και οι εκπρόσωποι τους ηττώνται στο πεδίο της πολιτικής.

Τα παραπάνω ισχύουν σε μεγάλο βαθμό και στα ΜΜΕ. Καταρχάς το δημοψήφισμα έχει καταγραφεί στο θυμικό μεγάλου μέρους της κοινής γνώμης ως ένα σημείο μεγάλης αντίθεσης ανάμεσα στην κοινωνική πλειοψηφία που έτεινε προς το ΟΧΙ και τα μεγάλα εμπορικά ΜΜΕ που στήριξαν το ΝΑΙ (Lekakis, 2017). Όχι τυχαία, όπως είδαμε και παραπάνω, στην έκθεση του ινστιτούτου Reuters για το 2015, τα ελληνικά ΜΜΕ κατατάσσονται στην τελευταία θέση ως προς την εμπιστοσύνη του κοινού (Reuters Institute Report, 2016: 24). Το 20% που απάντησε θετικά ως προς την εμπιστοσύνη του στα ΜΜΕ, αποτελεί το χαμηλότερο σημείο που έχουν καταταγεί τα ΜΜΕ στην αντίστοιχη κλίμακα. Η διάρρηξη των σχέσεων μεγάλου μέρους της κοινής γνώμης με τα ΜΜΕ πιθανώς έφτασε την κλιμάκωση της την εβδομάδα του δημοψηφίσματος. Αντίστοιχα, κλιμακώθηκε η πόλωση καθώς αναδείχθηκαν εντονότερα οι διαφορετικές στρατεύσεις των Μέσων. Επιπλέον, όπως θα δούμε στη συνέχεια, το 2015 αποτελεί επίσης σημείο τομής καθώς σηματοδοτεί το τέλος μιας ορισμένης διάταξης της ιδιοκτησίας των μέσων. Η περίοδος που ανοίγει μετά το 2015 περιλαμβάνει σημαντικές ανακατατάξεις στο πεδίο των ΜΜΕ, ξεκινώντας από το κλείσιμο και την επαναλειτουργία του σταθμού Mega, είσοδο νέων ιδιοκτητών καθώς και σημαντικές αλλαγές στην πόλωση των μέσων.

Το Εργαστήριο Κοινωνικής Έρευνας στα ΜΜΕ του τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του ΕΚΠΑ πραγματοποίησε έρευνα με θέμα την «κάλυψη της προ-

δημοψηφισματικής περιόδου από τα ελληνικά τηλεοπτικά, έντυπα και διαδικτυακά ΜΜΕ» (συμμετείχε και ο γράφοντας). Η έρευνα κάλυψε την περίοδο 27 Ιουνίου – 5 Ιουλίου 2015 και συμπεριέλαβε επτά τηλεοπτικούς σταθμούς<sup>203</sup>, έντεκα εφημερίδες<sup>204</sup> καθώς και πέντε ιστοσελίδες<sup>205</sup>, συνδυάζοντας κριτήρια εμπορικότητας, δημοσιογραφικών χαρακτηριστικών και πολιτικού προσανατολισμού. Εξετάζοντας τα αποτελέσματα της έρευνας μπορούμε να κατανοήσουμε καλύτερα τη στράτευση και την πόλωση των μέσων. Αρχικά θα στραφούμε στο κομμάτι της παρουσίας των εκπροσώπων του ΝΑΙ και του ΟΧΙ στα Μέσα. Αυτό μας αποτυπώνουν συγκεντρωτικά οι τρεις παρακάτω πίνακες.

**Πίνακας 1 Ποσοτική επισκόπηση της παρουσίας ομιλούντων (μη δημοσιογράφων) σχετικά με το δημοψήφισμα σε εφημερίδες**

<b>Ιδιότητα των ομιλούντων</b>	<b>Σύνολο</b>	<b>Μέση τιμή</b>
Πόσοι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ εμφανίζονται να κάνουν δηλώσεις ή αναφέρονται δηλώσεις τους στα δημοσιεύματα (όχι δημοσιογράφοι μέσου)	1.265	14,88
Πόσοι επίσημοι εκπρόσωποι του ΟΧΙ εμφανίζονται να κάνουν δηλώσεις ή αναφέρονται δηλώσεις τους στα δημοσιεύματα (όχι δημοσιογράφοι μέσου)	1.505	17,71
Πόσα πρόσωπα που δεν είναι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ ή του ΟΧΙ ή δημοσιογράφοι του ερευνώμενου μέσου εμφανίζονται να υποστηρίζουν το ΝΑΙ	919	10,94
Πόσα πρόσωπα που δεν είναι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ ή του ΟΧΙ ή δημοσιογράφοι του ερευνώμενου μέσου εμφανίζονται να υποστηρίζουν το ΟΧΙ	1.220	14,70

Πόσα πρόσωπα που δεν επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ ή του ΟΧΙ ή δημοσιογράφοι του μέσου και εμφανίζονται με ουδέτερη ή αμφίπλευρη στάση	365	4,35
Συνολική έκταση ομιλίας των επίσημων εκπροσώπων του ΝΑΙ (σε λέξεις κατά προσέγγιση) (όχι δημοσιογράφοι μέσου)	117.547	1399,37
Συνολική έκταση ομιλίας των επίσημων εκπροσώπων του ΟΧΙ (σε λέξεις κατά προσέγγιση) (όχι δημοσιογράφοι μέσου)	138.907	1634,20
Συνολική έκταση ομιλίας των προσώπων (εκτός εκπροσώπων ή δημοσιογράφων μέσου), που υποστηρίζουν το ΝΑΙ (σε λέξεις κατά προσέγγιση)	65.421	778,82
Συνολική έκταση ομιλίας των προσώπων (εκτός εκπροσώπων ή δημοσιογράφων μέσου), που υποστηρίζουν το ΟΧΙ (σε λέξεις κατά προσέγγιση)	57.023	687,02
Συνολική έκταση προβολής ουδέτερης ή αμφίπλευρης στάσης (εκτός επίσημων εκπροσώπων ή δημοσιογράφων μέσου) (σε λέξεις κατά προσέγγιση)	65.010	773,93

**Πίνακας 2: Ποσοτική επισκόπηση παρουσίας ομιλούντων (μη δημοσιογράφων) σχετικά με το δημοψήφισμα σε ενημερωτικούς ιστότοπους**

Ιδιότητα ομιλούντος	Σύνολο	Μέση τιμή
Πόσοι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ εμφανίζονται να κάνουν δηλώσεις ή αναφέρονται δηλώσεις τους στα δημοσιεύματα (όχι δημοσιογράφοι μέσου)	407	9,47

Πόσοι επίσημοι εκπρόσωποι του ΟΧΙ εμφανίζονται να κάνουν δηλώσεις ή αναφέρονται δηλώσεις τους στα δημοσιεύματα (όχι δημοσιογράφοι μέσου)	448	10,42
Πόσα πρόσωπα που δεν είναι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ ή του ΟΧΙ ή δημοσιογράφοι του ερευνώμενου μέσου εμφανίζονται να υποστηρίζουν το ΝΑΙ	797	18,53
Πόσα πρόσωπα που δεν είναι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ ή του ΟΧΙ ή δημοσιογράφοι του ερευνώμενου μέσου εμφανίζονται να υποστηρίζουν το ΟΧΙ	71	1,65
Πόσα πρόσωπα που δεν είναι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ ή του ΟΧΙ ή δημοσιογράφοι του μέσου εμφανίζονται με ουδέτερη ή αμφίπλευρη στάση	368	8,56
Συνολική έκταση ομιλίας των επίσημων εκπροσώπων του ΝΑΙ (σε λέξεις) (όχι δημοσιογράφοι μέσου)	87272	2029,58
Συνολική έκταση ομιλίας των επίσημων εκπροσώπων του ΟΧΙ (σε λέξεις) (όχι δημοσιογράφοι μέσου)	135773	3157,51
Συνολική έκταση ομιλίας των προσώπων (εκτός εκπροσώπων ή δημοσιογράφων μέσου), που υποστηρίζουν το ΝΑΙ (σε λέξεις)	109432	2544,93
Συνολική έκταση ομιλίας των προσώπων (εκτός εκπροσώπων ή δημοσιογράφων μέσου), που υποστηρίζουν το ΟΧΙ (σε λέξεις)	12037	279,93
Συνολική έκταση προβολής ουδέτερης ή αμφίπλευρης στάσης (εκτός επίσημων εκπροσώπων ή δημοσιογράφων μέσου) (σε λέξεις)	51562	1199,12

**Πίνακας 3: Ποσοτική επισκόπηση παρουσίας ομιλούντων (μη δημοσιογράφων) σχετικά με το δημοψήφισμα σε τηλεοπτικούς σταθμούς**

	Σύνολο	Μέση τιμή
Πόσοι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ εμφανίζονται να κάνουν δηλώσεις ή αναφέρονται δηλώσεις τους στην εκπομπή (εκτός δημοσιογράφων μέσου)	665	6,05
Πόσοι επίσημοι εκπρόσωποι του ΟΧΙ εμφανίζονται να κάνουν δηλώσεις ή αναφέρονται δηλώσεις τους στην εκπομπή (εκτός δημοσιογράφων μέσου)	723	6,57
Πόσα πρόσωπα που δεν είναι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ ή του ΟΧΙ ή δημοσιογράφοι του ερευνώμενου μέσου εμφανίζονται να υποστηρίζουν το ΝΑΙ	808	7,35
Πόσα πρόσωπα που δεν είναι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ ή του ΟΧΙ ή δημοσιογράφοι του ερευνώμενου μέσου εμφανίζονται να υποστηρίζουν το ΟΧΙ	146	1,35
Πόσα πρόσωπα που δεν είναι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ ή του ΟΧΙ ή δημοσιογράφοι του μέσου εμφανίζονται με ουδέτερη ή αμφίπλευρη στάση	504	4,62
Συνολική διάρκεια ομιλίας των επίσημων εκπροσώπων του ΝΑΙ (σε δευτερόλεπτα) (δεν συνυπολογίζονται οι δημοσιογράφοι του ερευνώμενου μέσου)	115410 (1923,5)	1049,18 (17,5)
Συνολική διάρκεια ομιλίας των επίσημων εκπροσώπων του ΟΧΙ (σε δευτερόλεπτα) (δεν συνυπολογίζονται οι δημοσιογράφοι του ερευνώμενου μέσου)	143125 (2385,4)	1301,14 (21,7)

Συνολική διάρκεια ομιλίας των προσώπων (εκτός επισήμων εκπρόσωπων ή δημοσιογράφων μέσου), που υποστηρίζουν το ΝΑΙ (σε δευτερόλεπτα)	58238 (970,6)	534,29 (8,9)
Συνολική διάρκεια ομιλίας των προσώπων (εκτός επισήμων εκπρόσωπων ή δημοσιογράφων μέσου), που υποστηρίζουν το ΟΧΙ (σε δευτερόλεπτα)	11981 (199,7)	113,03 (1,9)
Συνολική διάρκεια προβολής ουδέτερης ή αμφίπλευρης στάσης από πρόσωπα (εκτός επισήμων εκπρόσωπων ή δημοσιογράφων μέσου) (σε δευτερόλεπτα)	25960 (432,7)	238,17 (4)

Εδώ έχουμε μια πρώτη εικόνα η οποία διαφοροποιείται ανά μέσο. Στις εφημερίδες, οι εκπρόσωποι του ΟΧΙ υπερτερούν ως προς το ΝΑΙ καθώς και εμφανίζονται περισσότερο (τόσο οι επίσημοι όσο και οι μη επίσημοι εκπρόσωποι) και καταλαμβάνουν περισσότερο χώρο<sup>206</sup>. Προφανώς, η εικόνα αυτή διαφοροποιείται ανά εφημερίδα. Στις εφημερίδες *Τα Νέα & Έθνος*, οι απογευματινές με τις μεγαλύτερες πωλήσεις το 2015 σύμφωνα με την ΕΙΗΕΑ, οι εκπρόσωποι του ΟΧΙ τείνουν να εμφανίζονται περισσότερο αλλά καταλαμβάνουν σημαντικά λιγότερο χώρο μες την εφημερίδα<sup>207</sup>. Στην Εφημερίδα των Συντακτών, που έρχεται 3<sup>η</sup> σε πωλήσεις το 2015 στις απογευματινές, το ΟΧΙ υπερτερεί τόσο στον αριθμό των εκπροσώπων όσο και στο χώρο που καταλαμβάνουν<sup>208</sup>. Στον *Ριζοσπάστη*, που έρχεται πρώτος σε πωλήσεις στις πρωινές, υπερτερεί επίσης το ΟΧΙ<sup>209</sup>. Ωστόσο, σε σχέση με τις πρωινές εφημερίδες υπάρχει το πρόβλημα ότι στην ΕΙΗΕΑ δεν καταγράφονται στοιχεία από τις πωλήσεις της *Καθημερινής*, η οποία, στην πραγματικότητα, είναι η πρωινή εφημερίδα με τις μεγαλύτερες πωλήσεις<sup>210</sup>. Στην *Καθημερινή*, το ΝΑΙ υπερτερεί συντριπτικά σε όλες τις κατηγορίες<sup>211</sup>. Μπορούμε συνεπώς να συμπεράνουμε ότι οι πλέον εμπορικές εφημερίδες τάχθηκαν κατά βάση με το ΝΑΙ.

Όσον αφορά τις ενημερωτικές ιστοσελίδες, παρατηρείται ότι το ΟΧΙ υπερτερεί του ΝΑΙ στους επίσημους εκπροσώπους ελαφρώς (448 έναντι 407) ενώ το ΝΑΙ υπερτερεί συντριπτικά στους μη επίσημους υποστηρικτές (797 έναντι 71). Στο χώρο που κατέλαβαν υπερτερεί το ΝΑΙ καθώς συνολικά, επίσημοι και μη υποστηρικτές του κατέλαβαν σχεδόν 200.000 λέξεις έναντι των σχεδόν 150.000 του ΌΧΙ. Η απόσταση αυτή προκύπτει από τη μεγάλη διαφορά ανάμεσα στους μη επίσημους εκπροσώπους του ΝΑΙ και την αντίστοιχη κατηγορία του ΟΧΙ. Η αντίθεση αυτή αποτυπώνεται με σαφήνιά στην ιστοσελίδα [protothema.gr](http://protothema.gr)<sup>212</sup>. Μόνο στην ιστοσελίδα [makeleio.gr](http://makeleio.gr) το ΟΧΙ υπερτερεί σε αμφότερες τις κατηγορίες<sup>213</sup>.

Η εικόνα των ενημερωτικών ιστοσελίδων ισχύει και στους τηλεοπτικούς σταθμούς. Οι επίσημοι εκπρόσωποι του ΟΧΙ υπερτερούν ελαφρά των επίσημων εκπροσώπων του ΝΑΙ (723 έναντι 665) αλλά οι μη επίσημοι υποστηρικτές του ΝΑΙ υπερτερούν συντριπτικά έναντι των μη επίσημων εκπροσώπων του ΟΧΙ (808 έναντι 146). Αυτό οδηγεί και στη συνολική υπεροχή του ΝΑΙ, σχεδόν 2900 λεπτά για τους επίσημους και μη υποστηρικτές του έναντι 2600 λεπτών για το ΟΧΙ. Φυσικά, ισχύουν οι διαφοροποιήσεις ανά σταθμό. Στην κρατική τηλεόραση, ΕΡΤ1 και ΕΡΤ3, οι εκπρόσωποι του ΟΧΙ καταλαμβάνουν περισσότερο χρόνο σε κάθε κατηγορία<sup>214</sup>. Στους ιδιωτικούς σταθμούς Mega, Ant1, Alpha, Star, οι επίσημοι εκπρόσωποι του ΟΧΙ καταλαμβάνουν περισσότερο χρόνο από τους αντίστοιχους του ΝΑΙ ενώ οι μη επίσημοι υποστηρικτές του ΝΑΙ καταλαμβάνουν περισσότερο χρόνο από τους αντίστοιχους του ΟΧΙ<sup>215</sup>. Ο σταθμός ΣΚΑΙ αποτελεί την εξαίρεση όπου το ΝΑΙ υπερτερεί σε όλες τις κατηγορίες<sup>216</sup>. Συνεπώς έχουμε μια αντίθεση ανάμεσα στη δημόσια και την ιδιωτική τηλεόραση που εξηγείται με το γεγονός ότι ο ΣΥΡΙΖΑ ανέλαβε την κυβέρνηση τον Ιανουάριο και άνοιξε εκ νέου την ΕΡΤ τον Ιούνιο του ίδιου έτους.

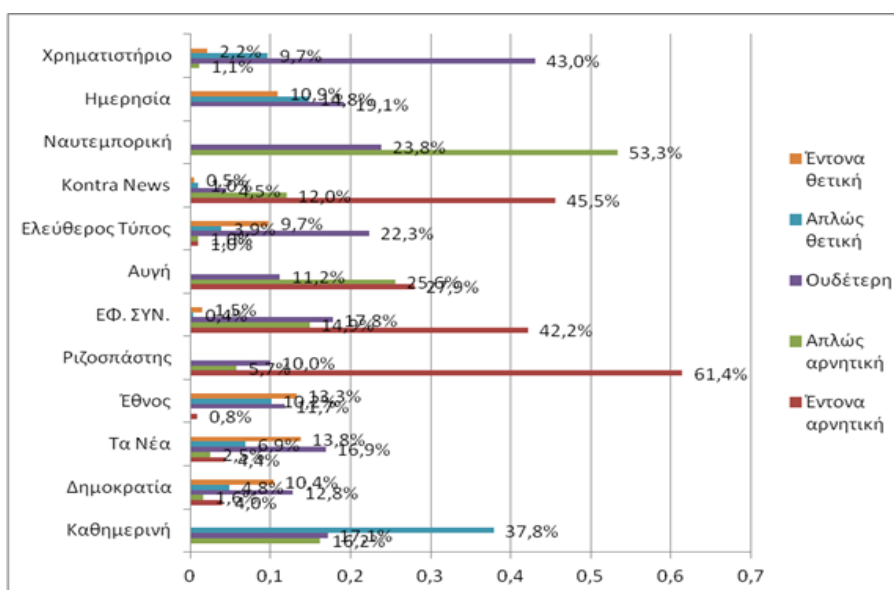
Η επιλογή της κάλυψης της ιδιωτικής τηλεόραση και των ενημερωτικών ιστοσελίδων δίνει την εξής εικόνα. Το ΟΧΙ εκπροσωπείται πρωτίστως από τους επίσημους υποστηρικτές του που είναι τα κυβερνητικά κόμματα (ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ και, στο πλαίσιο της εν λόγω έρευνας, το ΚΚΕ). Το ΝΑΙ εκπροσωπείται από τους επίσημους φορείς του (κόμματα της αντιπολίτευσης ΝΔ, ΠΑΣΟΚ, Ποτάμι) αλλά έχει εξίσου ισχυρή



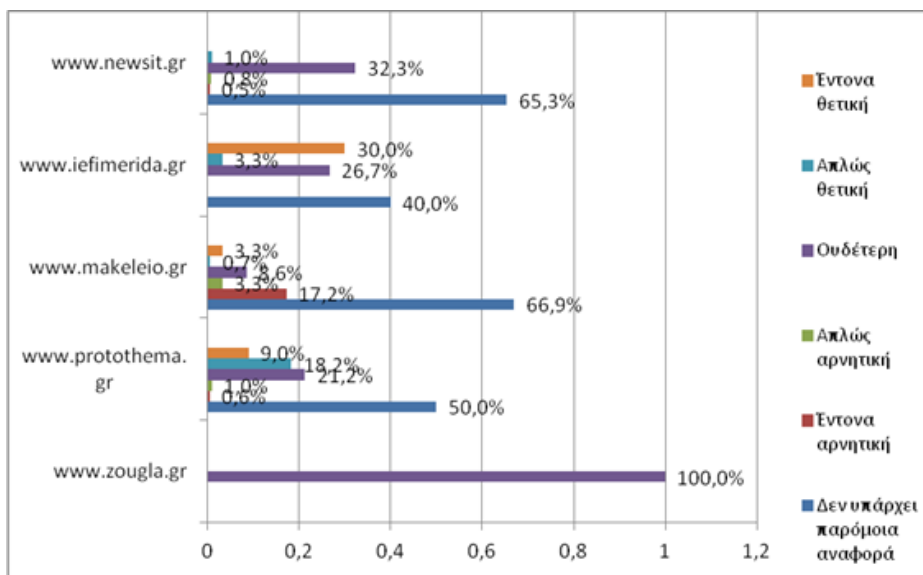
υποστήριξη από μη επίσημους φορείς, σε αντίθεση με το ΟΧΙ. Το ΟΧΙ έχει θεσμική στήριξη, ενώ το ΝΑΙ έχει θεσμική και κοινωνική. Επανερχόμαστε στο σχόλιο της Σαράφογλου που αποκτά πλέον άλλη σημασία. Πράγματι, στον ιδεολογικά φορτισμένο κόσμο της τηλεόρασης, όλες οι κοινωνικές ομάδες είναι με το ΝΑΙ. Το συμπέρασμα της δημοσιογράφου του Mega είναι εύλογο και αποτελεί ένα ακόμα δείγμα του πώς οι δημοσιογράφοι προσλαμβάνουν τον κόσμο εσωτερικεύοντας ερμηνευτικά σχήματα από τον χώρο που εργάζονται (Tuchman, 1978, Schudson, 2003).

Στρεφόμεστε τώρα στο ζήτημα της στάσης των δημοσιογράφων των Μέσων απέναντι στο ΝΑΙ και το ΟΧΙ.

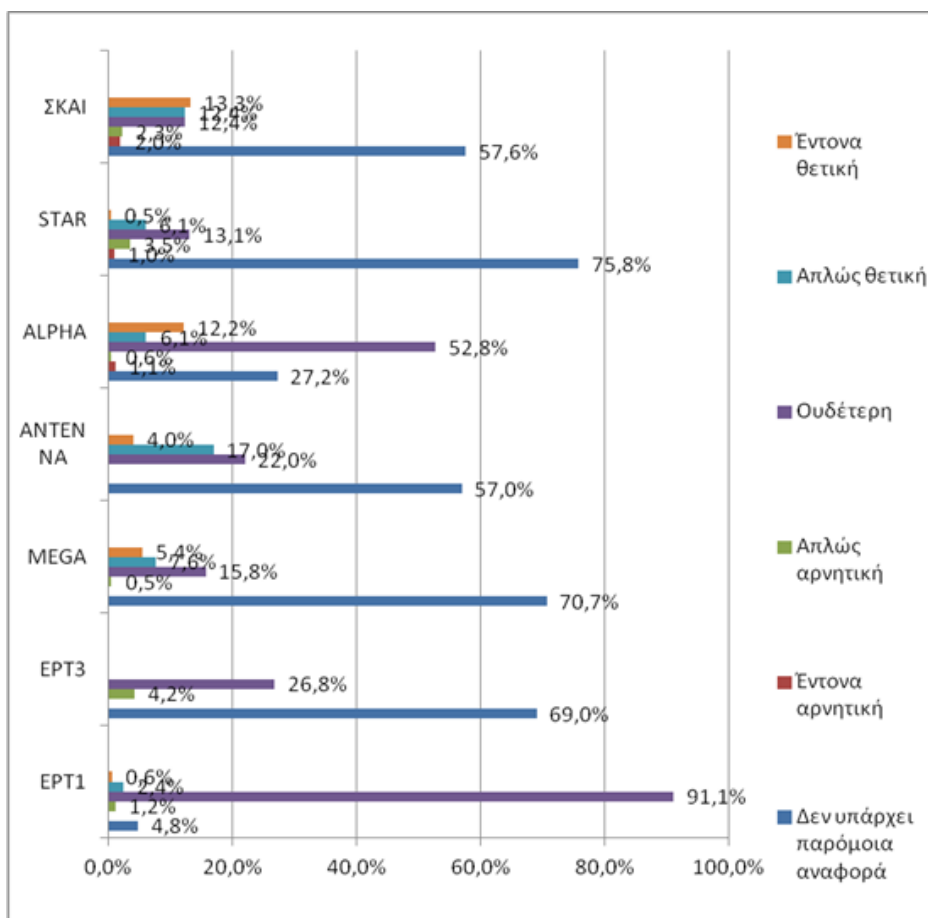
**Πίνακας 4 : Η συνολική στάση των ομιλούντων απέναντι στο ΝΑΙ και τους εκπροσώπους του – εφημερίδες**



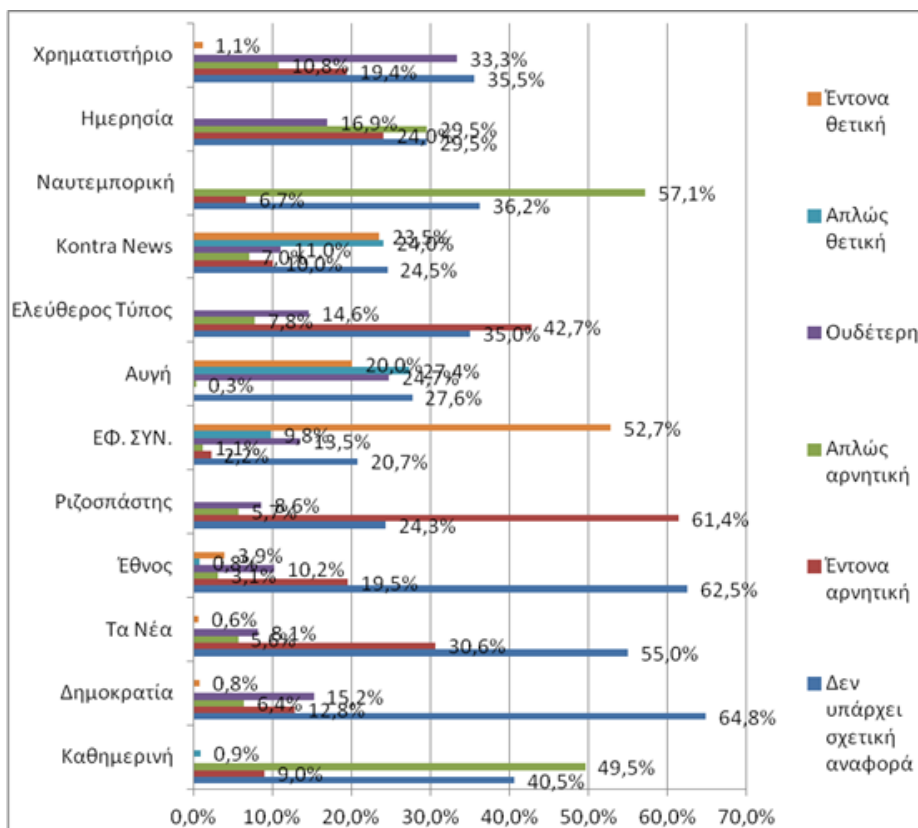
**Πίνακας 5 : Η συνολική στάση των ομιλούντων απέναντι στο ΝΑΙ και τους εκπροσώπους του – ενημερωτικοί ιστότοποι**



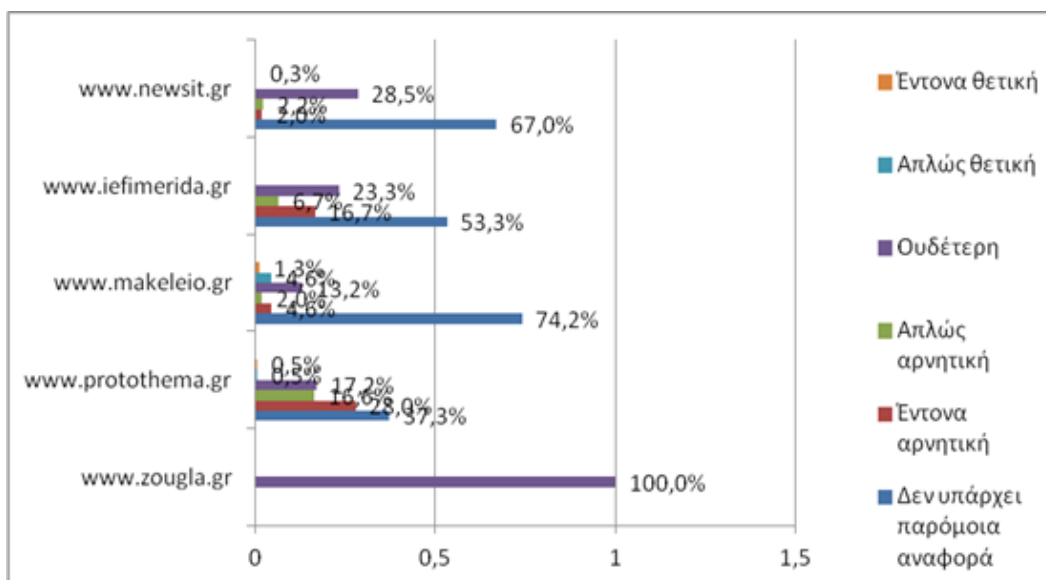
**Πίνακας 6: Η συνολική στάση των ομιλούντων απέναντι στο ΝΑΙ και τους εκπροσώπους του – τηλεοπτικοί σταθμοί**



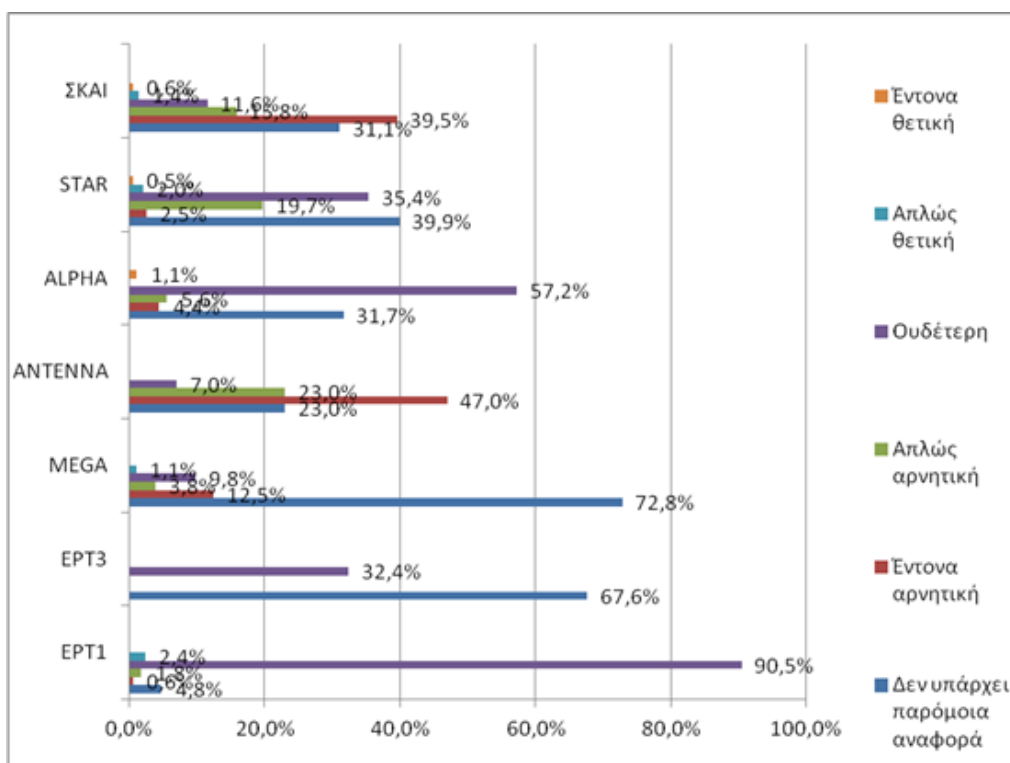
Πίνακας 7 : Η συνολική στάση των ομιλούντων απέναντι στο ΟΧΙ και τους εκπροσώπους του – εφημερίδες



**Πίνακας 8: Η συνολική στάση των ομιλούντων απέναντι στο ΟΧΙ και τους εκπροσώπους του – ενημερωτικοί ιστότοποι**



Πίνακας 9 : Η συνολική στάση των ομιλούντων απέναντι στο ΟΧΙ και τους εκπροσώπους του – τηλεοπτικοί σταθμοί



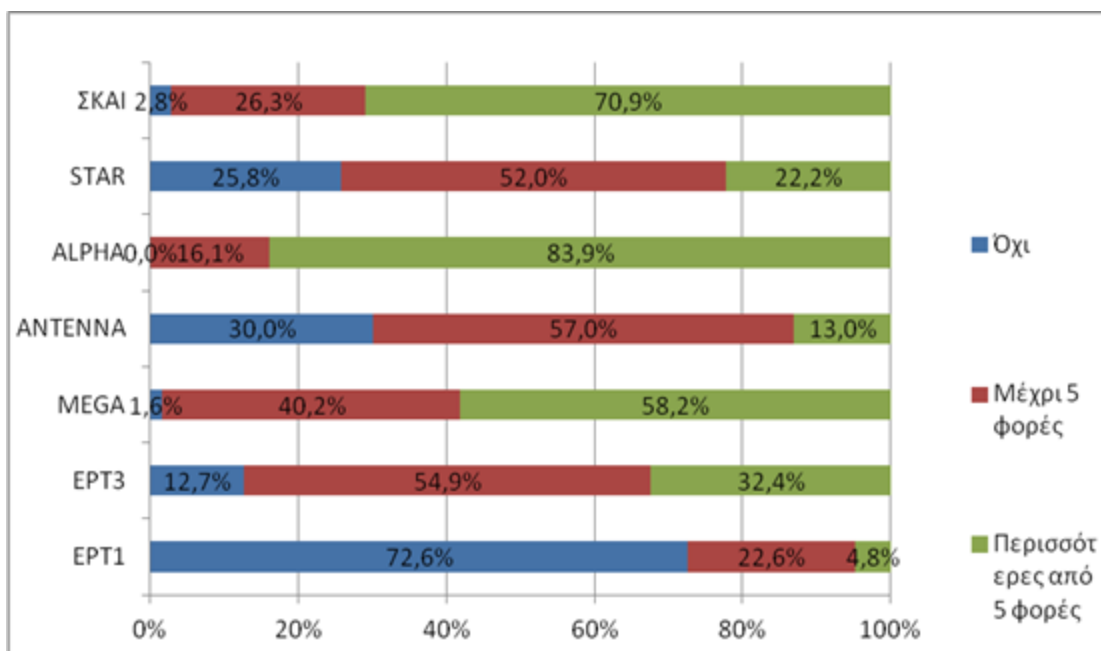
Βλέπουμε και εδώ μια συνθήκη όπου οι εφημερίδες εμφανίζονται πιο μοιρασμένες και πολωμένες ενώ σταθμοί και ιστότοποι έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά. Η *Εφημερίδα των Συντακτών*, ο *Ριζοσπάστης*, η *Αυγή* αλλά και -από συντηρητικό κομμάτι του αντιμνημονιακού στρατοπέδου- η *Kontra News* εμφανίζονται έντονα αρνητικές απέναντι στους εκπροσώπους του ΝΑΙ ενώ η *Καθημερινή* εμφανίζεται θετική προς το ΝΑΙ, με τις υπόλοιπες εφημερίδες να κρατάνε αποστάσεις. Σε σχέση με το ΟΧΙ και τους εκπροσώπους του, η *Αυγή* και η *ΕφΣυν* έχουν την πιο θετική στάση, ο *Ριζοσπάστης* (λόγω της θέσης που κράτησε το ΚΚΕ) και η *Καθημερινή* την πιο αρνητική ενώ εφημερίδες που τηρούσαν ουδέτερη στάση ως προς το ΝΑΙ (για παράδειγμα οι οικονομικές εφημερίδες *Χρηματιστήριο*, *Ημερησία*) ή ελαφρά θετική στάση προς το ΝΑΙ (όπως *Τα Νέα*), εμφανίζονται να είναι ιδιαίτερα αρνητικές απέναντι στο ΟΧΙ. Αυτό είναι ένα στοιχείο που εντοπίζουμε και στις ιστοσελίδες και -κυρίως- στους τηλεοπτικούς σταθμούς. Οι ενημερωτικές ιστοσελίδες κατά βάση δεν παίρνουν θέση αλλά βλέπουμε, για παράδειγμα ότι το *protothema.gr* τείνει ελαφρά προς τη στήριξη του ΝΑΙ αλλά κατά κύριο λόγο στρέφεται ενάντια στο ΟΧΙ και τους εκπροσώπους του.

Σε σχέση με τους τηλεοπτικούς σταθμούς, υπάρχει απόσταση ανάμεσα στους κρατικούς (*EPT3* και *EPT1* τηρούν στάση ουδετερότητας και η *EPT1* φαίνεται να στηρίζει ελαφρά περισσότερο το ΟΧΙ) και στους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς. Στους δεύτερους, το ΝΑΙ τυγχάνει θετικής αποδοχής και είναι περιορισμένες οι αρνητικές κρίσεις απέναντι στους εκπροσώπους του — το 4.5% αρνητικής στάσης των δημοσιογράφων του *STAR* απέναντι στο ΝΑΙ είναι το υψηλότερο ποσοστό σε ιδιωτικό σταθμό ενώ στον *ANT1* απουσιάζουν πλήρως. Ωστόσο, το στοιχείο που ξεχωρίζει είναι ότι το ΌΧΙ τυγχάνει έντονα αρνητικής αντιμετώπισης στους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς — δηλαδή οι δημοσιογράφοι δεν τείνουν τόσο να εκφράζονται θετικά ως προς το ΝΑΙ όσο το να εκφράζονται αρνητικά ως προς το ΌΧΙ με αποκορύφωμα και σε αυτή την περίπτωση τη στάση των δημοσιογράφων του *ΣΚΑΙ* (55% αρνητική και έντονα

αρνητική στάση απέναντι στο ΟΧΙ και τους εκπροσώπους του) και του ANT1 (70%). Πρέπει να συσχετιστεί αυτό με τα παραπάνω πορίσματα. Για τους τηλεοπτικούς σταθμούς και τις ενημερωτικές ιστοσελίδες, το ΟΧΙ είναι πρωτίστως μια επιλογή της κυβέρνησης ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ, έχει πολύ μικρό κοινωνικό έρεισμα. Με την αρνητική στάση τους απέναντι στο ΌΧΙ, οι δημοσιογράφοι εκφράζουν την κοινή γνώμη, διαμεσολαβούν, όπως θεωρούσαν ότι έκαναν και σε προηγούμενες δεκαετίες (Λογοθέτη, 2002), τον «καθημερινό πολίτη» -π.χ. τους ηλικιωμένους που ταλαιπωρούνται στις ουρές των ΑΤΜ-απέναντι στην κυβερνητική εξουσία. Πιθανώς κάποιοι δημοσιογράφοι να θεωρούσαν ότι εξέφραζαν με αυτό τον τρόπο ένα ρόλο watchdog, επιτήρησης της εξουσίας από τα ανεξάρτητα ΜΜΕ.

Το δημοψήφισμα, ως σημείο συμπύκνωσης αντιθέσεων εκφράζει καθαρά τη στράτευση των ΜΜΕ στην πολιτικών των μνημονίων και, ακόμα πιο έντονα, αποτυπώνει την απαξίωση της εναλλακτικής σε αυτά και όσους την προασπίζονται. Η στράτευση αυτή γίνεται συχνά με πολωμένο τρόπο, με παράθεση ψευδών ειδήσεων<sup>217</sup> και δραματοποιημένη, όπως βλέπουμε από τον παρακάτω πίνακα της έρευνας στο δημοψήφισμα που καταγράφει τη χρήση επιθετικών προσδιορισμών και μεταφορικών εκφράσεων σε δημοσιογράφους τηλεοπτικών σταθμών.

**Πίνακας 10: Η χρήση αξιολογικών επιθετικών προσδιορισμών ή και μεταφορικών εκφράσεων από τους ομιλούντες – τηλεοπτικοί σταθμοί**



Είναι συνεπώς στράτευση σύγχρονη, που ταιριάζει σε ένα πλαίσιο έντονης εμπορευματοποίησης, κατακερματισμού του κοινού και θεαματικά οργανωμένης ενημέρωσης (Πλειός, 2011).

Φυσικά, εντός της βιβλιογραφίας καταγράφεται και η αντίθετη προσέγγιση σχετικά με τη στράτευση και το βαθμό αυτής των ελληνικών ΜΜΕ στην υπεράσπιση των νεοφιλελεύθερων αναδιαρθρώσεων. Ο Βαμβακάς αναφέρει ότι ο λόγος υπέρ των μνημονίων «δεν κατάφερε να κερδίσει σε καμία περίπτωση αναμφισβήτητη ιδεολογική ηγεμονία στην ελληνική δημόσια σφαίρα» (Βαμβακάς, 2014: 21). Κατά τη γνώμη του, το κυρίαρχο χαρακτηριστικό του λόγου των ΜΜΕ εντός της ελληνικής κρίσης είναι η πόλωση που φαίνεται με τον πιο καθαρό τρόπο στην αντιπαράθεση μνημονιακών-αντιμνημονιακών στρωμάτων της κοινωνίας. Τα ΜΜΕ της πόλωσης και της δραματοποιημένης κατασκευής της πολιτικής σύγκρουσης υποτίμησαν το ρόλο των ειδικών (Βαμβακάς, 2014: 28) ενώ κατά περιπτώσεις, ακόμα και τα κυρίαρχα ΜΜΕ στήριξαν διαδηλώσεις που είχαν έντονο το στίγμα του εθνο-λαϊκισμού και του αντικοινοβουλευτισμού (Βαμβακάς, 2014: 26). Εντός τους αναπτύχθηκε ένας ιδιότυπος πλουραλισμός με σχετικά ισότιμη παρουσίαση των διαφορετικών αντιλήψεων με στόχο τη θεαματική αντιπαράθεση (Βαμβακάς, 2014: 234). Σε αυτό το πλαίσιο κατανόησης της



κρίσης και των κοινωνικών διεργασιών, οι κινητοποιήσεις ενάντια στις αναδιαρθρώσεις χαρακτηρίζονται από ένα «ριζοσπαστικό συντηρητισμό» ο οποίος ουσιαστικά επιζητεί μια ανέφικτη επιστροφή στην προ του 2008 περίοδο με στόχο να ανακτήσει μια ταυτότητα που διαπερνάται από τον καταναλωτισμό και το ναρκισσισμό (Βαμβακάς, 2014: 245-246).

Χρειάζεται στο σημείο αυτό να καταγράψουμε τρία σημεία σχετικά με αυτή την προσέγγιση.

Καταρχάς, η ύπαρξη πόλωσης δεν αποκλείει τη στράτευση των ΜΜΕ. Το πρώτο είναι ένα τεχνικό χαρακτηριστικό (αφορά τη «μορφή»), το δεύτερο είναι κοινωνικο-πολιτικό (αφορά το «περιεχόμενο»). Όχι απλώς δεν είναι αντιπαραθετικά αλλά, όπως δείχνει η μελέτη του «Fox News Effect» (Della Vigna & Karlan, 2007), μπορεί να είναι στενά συνδεδεμένα και αλληλοεξαρτώμενα για να παράγουν ένα συνεκτικό αποτέλεσμα. Καθώς ο λόγος των ΜΜΕ τείνει να εκφράζει ανοιχτά πολιτικές θέσεις, συμφωνίες και αντιθέσεις, κάτι τέτοιο όλο και λιγότερο είναι εφικτό μέσα από μορφές λόγου που αντιστοιχούσαν σε μια προηγούμενη ιστορική περίοδο και έδιναν έμφαση σε μια σχετικά αποστασιοποιημένη ρηματική κατασκευής της πραγματικότητας, επιδιώκοντας να εμφανιστεί ως «αντικειμενική». Επιπλέον, η σχέση πόλωσης-στράτευσης δεν είναι ένα στενά ελληνικό φαινόμενο (που θα μπορούσε να ερμηνευθεί είτε μέσω της «ελληνικής ιδιοσυγκρασίας» είτε μέσω της «αντικοινοβουλευτικής» στάσης των ελληνικών ΜΜΕ) αλλά το παρατηρήσαμε και σε όσα αναφέραμε παραπάνω σχετικά με τη διεθνή μιντιακή αναπαράσταση της ελληνικής κρίσης. Το εξώφυλλο του περιοδικού Focus με το άγαλμα της Αφροδίτης να κάνει μια άσεμνη χειρονομία προς τα κράτη-μέλη της ΕΕ είναι ίσως το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της τάσης.

Κατά δεύτερον, η κριτική του Βαμβακά προς το μοντέλο της προπαγάνδας και της κατασκευής συναίνεσης βασίζονται σε μια προκάτ προσέγγιση εν γένει για την κριτική θεωρία των ΜΜΕ. Αυτή η προσέγγιση κατασκευάζει έναν αχυράνθρωπο (strawman) ως εξής: «η πρόσληψη της επικοινωνίας με όρους μια μονοδιάστατης προπαγάνδας ενός ή λίγων πομπών-φορέων που εκπέμπουν μηνύματα και ελέγχουν μια παθητική και απρόσωπη μάζα» (Βαμβακάς, 2014: 30). Ακόμα και αν η σύλληψη του κοινού των ΜΜΕ

ως «παθητικής μάζας» μπορεί –κατ’ υπερβολή– να θεωρηθεί ως μια από τις αδυναμίες της κριτικής θεωρίας, στην προκειμένη περίπτωση της ελληνικής κρίσης κάτι τέτοιο δεν έχει εκφραστεί ακριβώς επειδή των κοινό των ΜΜΕ αμφισβήτησε με πλήθος τρόπων τις αναπαραστάσεις της κρίσης εντός τους. Μάλιστα, είναι ενδιαφέρον ότι ενώ ο Βαμβακάς επικρίνει για αυτή την προσέγγιση κείμενα των Πλειού, Πουλακιδάκου-Καρούλα και Μυλωνά-Κατσιάμπαρη (όλα τα αναφερόμενα κείμενα βρίσκονται στο συλλογικό τόμο *Η κρίση και τα ΜΜΕ*), σε κανένα από αυτά δεν μπορεί να εντοπιστεί καμία παραλλαγή της προσέγγισης ενός παθητικού κοινού που δέχεται άκριτα τις κατασκευές των ΜΜΕ — μάλιστα, σε ορισμένα από αυτά τα κείμενα δεν μπορεί να εντοπιστεί καν κάποια, έστω γενική, αναφορά σε θεωρίες κοινού, προκαλώντας απορία για το πώς «τσουβαλιάζονται» από τον Βαμβακά. Ο Βαμβακάς προχωράει σε σόφισμα ταυτίζοντας μια προσέγγιση για το περιεχόμενο των ΜΜΕ με μια θέση για την πρόσληψη του κοινού.

Τέλος, πρέπει να αναγνωριστεί ότι η γενική τάση στράτευσης των ελληνικών ΜΜΕ με τις νεοφιλελεύθερες αναδιαρθρώσεις δεν μεταφράζεται σε καθολική στράτευση ούτε βέβαια σημαίνει ότι δεν υπήρχαν εναλλακτικές φωνές εντός των κυρίαρχων ΜΜΕ — παρόλο που και σε αυτή την περίπτωση, εμφανίστηκε μια τάση να εκλείψουν. Ο Βαμβακάς εντοπίζει ορθά ένα σημείο μεταστροφής αρκετών ΜΜΕ αλλά δεν βγάζει τα σωστά συμπεράσματα από αυτό. Όπως αναφέρει (Βαμβακάς, 2014: 234), με τη μεταστροφή της ΝΔ υπέρ του Μνημονίου το Νοέμβριο του 2011 και την ανάληψη του Υπουργείου Οικονομικών τον Ιούνιο του 2011 από τον Ευάγγελο Βενιζέλο, αρκετά ΜΜΕ (κυριότερα μεταξύ αυτών το κραταίο τότε *Mega* και η εφημερίδα *Πρώτο Θέμα*) περιορίζουν την αμφισβήτηση των αναδιαρθρώσεων.

Ωστόσο, τα παραπάνω δεν αναιρούν τη στράτευση των ΜΜΕ στην υπεράσπιση των αναδιαρθρώσεων αλλά δικαιώνουν την αντίληψη του Gramsci σύμφωνα με την οποία σε κρίσιμες στιγμές της ταξικής πάλης, τα διαφορετικά κόμματα της άρχουσας τάξης τείνουν να εγκαταλείπουν τις επιμέρους διαφορές τους και να συνενώνονται γύρω από τα θεμελιακά ζητήματα (Gramsci, 2005α: 45).

### 5.24 Νέο τοπίο μετά το δημοψήφισμα

Μετά την ψήφιση του 3<sup>ου</sup> μνημονίου και το κλείσιμο ενός κύκλου σύγκρουσης και οξυμμένης πόλωσης σε όλα τα επίπεδα, τα εμπορικά ΜΜΕ βρίσκονται σοβαρά κλονισμένα. Η παροχή δανείων από τις τράπεζες έχει ουσιαστικά σταματήσει, τα χρέη έχουν εκτοξευτεί και τα Μέσα «πρώτης γραμμής» μπαίνουν στην τελευταία φάση της παρουσίας τους. Το Mega εκπέμπει για τελευταία φορά στις 14 Σεπτεμβρίου του 2016 με τους εργαζόμενους (τεχνικούς και δημοσιογράφους) να είναι απλήρωτοι για πέντε μήνες<sup>219</sup> και να προχωρούν σε επίσχεση εργασίας ενώ το ΕΣΡ αναστέλλει τη λειτουργία του καναλιού<sup>220</sup> που πλέον δεν πληροί κανένα κριτήριο. Παρόμοια πορεία ακολουθεί και ο ΔΟΛ με τους λογαριασμούς του Ψυχάρη να δεσμεύονται τον Ιούλιο του 2016<sup>221</sup> ενώ στο τέλος του χρόνου ο έλεγχος του συγκροτήματος πέρασε στις τράπεζες (Εθνική, Πειραιώς, Alpha Bank)<sup>222</sup>. Συγχρόνως, οι τράπεζες, αξιοποιώντας το μνημονιακό νομοθετικό πλαίσιο, δέσμευσαν τους λογαριασμούς του υπερχρεωμένου ΔΟΛ, «παγώνοντας» την καταβολή μισθών προς τους 400 εργαζομένους<sup>223</sup>. Και σε αυτή τη φάση της κρίσης των ΜΜΕ, το βάρος μετατοπίστηκε προς τους εργαζομένους που παρέμειναν για μήνες απλήρωτοι.

Η συνθήκη αυτή αποτελεί συγχρόνως ευκαιρία για επιχειρηματίες να εισέλθουν στα ΜΜΕ και να αναβαθμίσουν τη θέση, δαπανώντας μικρά ποσά — συγκριτικά με προηγούμενες περιόδους. Η συγκέντρωση ιδιοκτησία εκκινεί εκ νέου. Ωστόσο αυτή τη φορά, γίνεται με τον ανταγωνισμό σε παρόξυνση και με νέους πόλους. Απουσιάζει ένα μέσο τύπου Mega, γύρω από το οποίο θα συνενώνονται διαφορετικές μερίδες της άρχουσας τάξης · κατά αντιστοιχία, απουσιάζει ένα συνεκτικό ιδεολογικό πλαίσιο που να επιτελεί την αντίστοιχη λειτουργία με το ιδεολόγημα του «εκσυγχρονισμού» στη δεκαετία του '90. Η άρχουσα τάξη ενοποιήθηκε το 2015 με αρνητικό τρόπο, γύρω από την ανατροπή του αποτελέσματος του δημοψηφίσματος και με στόχο να προστατεύσει με κάθε τρόπο την παραμονή στην Ευρωζώνη και την Ε.Ε.<sup>224</sup> Σε ένα πεδίο ερημοποίησης των Μέσων στην Ελλάδα, με Mega, ΔΟΛ, Πήγασο να έχουν χρεοκοπήσει ουσιαστικά και να μένει απλά το τυπικό σκέλος για το κλείσιμο τους, νέοι επιχειρηματίες ψάχνουν ευκαιρία να αναδειχθούν. Το νέο μοντέλο περιστρέφεται γύρω από τη σύζευξη

αθλητικών εταιρειών (ΠΑΕ & ΚΑΕ), εφοπλιστικού (κυρίως αλλά όχι αποκλειστικά) κεφαλαίου και ένα πλήθος ΜΜΕ, ξεκινώντας από εφημερίδες και ιστοσελίδες και με σταδιακή επέκταση προς την τηλεόραση.

Στο νέο αυτό μοντέλο «πρωτοπόρησε» ο Γιάννης Αλαφούζος με τη συγκέντρωση της ιδιοκτησίας της ΠΑΕ Παναθηναϊκός, των Καθημερινών Εκδόσεων (εφημερίδα *Καθημερινή*) και του καναλιού ΣΚΑΙ. Το 2013, με τον Παναθηναϊκό σε κακή οικονομική κατάσταση μετά την περίοδο της πολύ-μετοχικότητας, ο Γιάννης Αλαφούζος αγοράζει την ομάδα<sup>225</sup>. Η εφημερίδα *Καθημερινή* είχε ήδη περιέλθει στην οικογένεια Αλαφούζου από το 1989, όταν ο Αριστείδης Αλαφούζος αγόρασε την εφημερίδα μετά το σκάνδαλο Κοσκωτά. Ωστόσο, η *Καθημερινή*, δεν αξιοποιείται από την οικογένεια Αλαφούζου για την αντιπαράθεση του με άλλους ιδιοκτήτες ποδοσφαιρικών ομάδων. Το ΣΚΑΙ, από την άλλη επιστρατεύεται σε αυτό το σκοπό. Η αντιπαράθεση με τον Ολυμπιακό και τον ιδιοκτήτη του, εξελίσσεται στην εκπομπή Δίκη όπου γίνονται καταγγελίες για την επικράτηση του Ολυμπιακού στο λεγόμενο παρασκήνιο<sup>226</sup> σε συνδυασμό με σποτάκια που στιγματίζουν την ύπαρξη εγκληματικής οργάνωσης στο ελληνικό ποδόσφαιρο<sup>227</sup>.

Ωστόσο, είναι ο ιδιοκτήτης του Ολυμπιακού, Βαγγέλης Μαρινάκης και η εταιρεία του Alter Ego που συνοψίζουν όσο καλύτερα γίνεται το νέο τοπίο των Μέσων. Συναρθρώνοντας τα συντρίμια πάλαι ποτέ κραταιών ΜΜΕ, χτίζεται ένας νέος ισχυρός πόλος, συνδεδεμένος τόσο με την ΠΑΕ Ολυμπιακός όσο και με τον Ερασιτέχνη Ολυμπιακό. Η Alter Ego, έναντι 22 εκατομμυρίων ευρώ, αγοράζει τον ΔΟΛ, το 22% του *Mega* τον Ιούνιο του 2017<sup>228</sup> ενώ σε επόμενη φάση αγοράζει και την ταινιοθήκη και το σήμα του καναλιού<sup>229</sup>, τη *Forthnet* και τη δορυφορική πλατφόρμα της *Nova* που της ανήκει<sup>230</sup>, τα κανάλια *One* που από το τέλος του 2019 εκπέμπει πανελλαδικά, εξασφαλίζοντας μια από τις τελευταίες άδειες ενώ χρησιμοποιεί το παλιό κτήριο του Alter για τις παραγωγές του<sup>231</sup>. Επιπλέον, η εταιρεία Alter Ego είχε υπό την ιδιοκτησία της το μοναδικό πρακτορείο Τύπου, το «Άργος» προκειμένου να αποφύγει ποινές για αθέμιτο ανταγωνισμό και μονοπώλιο στη διανομή του Τύπου, έδωσε το 40% των μετοχών του πρακτορείου στις εφημερίδες *Πρώτο Θέμα* και *Παραπολιτικά*<sup>232</sup>.

Βλέπουμε συνεπώς ότι ένα σύνολο ΜΜΕ που ήταν σε καθεστώς συν-ιδιοκτησίας μεταξύ ισχυρών επιχειρηματιών, συγκεντρώνονται πλέον γύρω από το ίδιο πρόσωπο. Σε αυτό, φυσικά, συμβάλλει η χαλάρωση του νόμου περί συγκέντρωσης ιδιοκτησίας -όπως είδαμε παραπάνω- και η θεώρηση της «δεσπόζουσας θέσης».

Στην ίδια κατεύθυνση κινείται ο Ιβάν Σαββίδης, ο οποίος το 2012 απέκτησε το πλειοψηφικό πακέτο των μετοχών της ΠΑΕ ΠΑΟΚ. Χρειάστηκε τρία χρόνια ώσπου να σβήσει τα χρέη του συλλόγου, τον Μάιο του 2015<sup>233</sup>. Το 2017 ξεκίνησε τις κινήσεις για την είσοδο του στο πεδίο των ΜΜΕ. Τον Μάιο αγόρασε το 19% του *Mega* (το πούλησε στη συνέχεια), τον Ιούλιο απέκτησε το *Έθνος*, την *Ημερησία* και όλα τα έντυπα της Πήγασος που έκλεισε και τον Αύγουστο αγόρασε τον τηλεοπτικό σταθμό *Epsilon*<sup>234</sup> που στη συνέχεια μετέτρεψε σε *Open*.

Ο ιδιοκτήτης της ΚΑΕ Παναθηναϊκός, Δημήτρης Γιαννακόπουλος, επίσης δραστηριοποιείται στα μέσα επικοινωνίας πιο έντονα. Μέχρι τότε αρκούσαν στην αθλητική εφημερίδα *Πράσινη*. Ωστόσο, μετά το 2015 στρέφεται στο κομμάτι του διαδικτύου, συνενώνοντας διάφορες ιστοσελίδες γύρω από τον όμιλο DPG Media. Σε αυτόν καταχωρούνται ιστοσελίδες υψηλής επισκεψιμότητας όπως το *Newsbomb* (14ο στην Ελλάδα σύμφωνα με το similar web στις 16/01/21), το *CNN Greece*, αθλητικές ιστοσελίδες (*Onsports*) αλλά και σελίδες life-style (*gossip-tv*, *ratpack*). Τα μέσα αυτά αξιοποιούνται και για την αντιπαράθεση του με την ΚΑΕ Ολυμπιακός και τους ιδιοκτήτες της<sup>235</sup>, ενώ συνολικά ο όμιλος DPG Media προβάλλει τις θέσεις της ΚΑΕ Παναθηναϊκός και του ιδιοκτήτη της<sup>236</sup> και επιδιώκει σταθερά να εκθέτει τους ανταγωνιστές του<sup>237</sup> — τουλάχιστον μέχρι το 2020 καθώς το καλοκαίρι της ίδιας χρονιάς ο Δημήτρης Γιαννακόπουλος δήλωσε ότι αποσύρεται από την ΚΑΕ Παναθηναϊκός.

Οι νέοι ιδιοκτήτες των Μέσων ακριβώς επειδή λειτουργούν σε ένα πλαίσιο οξυμμένου ανταγωνισμού, κατακερματισμένου κοινού, απουσίας θετικής προοπτικής και χαλαρού κρατικού ελέγχου, αξιοποιούν με ιδιαίτερα επιθετικό τρόπο τα Μέσα, ιδίως στον μεταξύ τους πόλεμο. Εμφανίζεται συχνά αρθρογραφία «αποκαλύψεων» που στόχο έχει να πλήξει τον ανταγωνιστή και το κόμμα που αυτός στηρίζει<sup>238 239</sup> ενώ, καθώς κομμάτι της

«νομιμοποίησης» του νέου επιχειρηματικού μοντέλου είναι η πρόσδεση σε δημοφιλείς ομάδες, οι πολιτικές εφημερίδες μετατρέπονται σε προέκταση του οπαδικού Τύπου<sup>240</sup>. Αν για τον οπαδικό Τύπο, είναι κανόνας η «αποθέωση» του εκάστοτε προέδρου –πόσο μάλλον όταν είναι και ιδιοκτήτης του μέσου–<sup>241</sup>, η τάση αυτή ίσως εκδηλώνεται πλέον και στα υπόλοιπα Μέσα<sup>242</sup>.

Στην περίπτωση του Δημήτρη Κοντομηνά στο σταθμό Alpha (δικής του ιδιοκτησίας) και στην εκπομπή *Harry Day*<sup>243</sup>. Εκεί –αφού ο δημοσιογράφος Δήμος Βερούκιος τον παρότρυνε «έλα πρόεδρε μίλα»- εξήγησε αναλυτικά τη ντροπή που νιώθει για προηγούμενα σχόλια των δημοσιογράφων της εκπομπής· αφορμή της παρέμβασης του ήταν το σχόλιο του δημοσιογράφου Δημήτρη Παπανώτα για την τιμή πώλησης του Ελληνικού και για την κατάσταση στους Φούρνους Ικαρίας όπου η ιατροφαρμακευτική περίθαλψη του νησιού έχει περάσει στην επιχείρηση Ιατρικός Όμιλος Αθηνών. Αφού εξήγησε ότι ο Έλληνας επιχειρηματίας «πληρώνει φόρο για να ζήσει αυτός ο τόπος», ανέλυσε τα οφέλη της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, εξήγησε την κατάσταση του Ελληνικού όπου έχει «πρόσφυγες, απατεώνες, πορνεία» και τόνισε -σχετικά με τα σχόλια των δημοσιογράφων- «είναι ντροπή μας να τα λέμε αυτά, ζητήστε ένα συγγνώμη». Η προσπάθεια της παρουσιάστριας να εξηγήσει ότι ο συνάδελφος της εκφράζει μια άποψη που «μοιράζονται κάποιοι Έλληνες», ο ιδιοκτήτης απάντησε «τι πας να δικαιολογήσεις τα αδικαιολόγητα». Πρόκειται για μια σπάνια στιγμή «live διόρθωσης» και ευθυγράμμισης του Μέσου με τις απόψεις του ιδιοκτήτη του.

Όπως αναφέραμε σε προηγούμενη ενότητα, η άμεση παρέμβαση των ιδιοκτητών τείνει να αποφεύγεται καθώς υπονομεύει τη δυνατότητα του εκάστοτε Μέσου να αποστασιοποιείται από τις θέσεις του ιδιοκτήτη του. Ωστόσο, σε ένα πλαίσιο που η επίκληση στην αντικειμενικότητα φαίνεται να εξασθενεί, οι διορθωτικές κινήσεις μπορούν να γίνουν και με άλλους τρόπους. Πρόκειται για μια αντιφατική επιλογή: αποτελεί, συγχρόνως, επίδειξη δύναμης και αδυναμίας. Οι παρουσιαστές της πρωινής εκπομπής σπεύδουν να «διευκρινίσουν» τα λεγόμενα τους ώστε να γίνουν ξανά αρεστοί από τον εργοδότη τους. Επιδεικνύεται η ισχύς του διευθυντικού δικαιώματος της εργοδοσίας και ταυτόχρονα διαπαιδαγωγείται το σύνολο των εργαζομένων του

τηλεοπτικού σταθμού σχετικά με το φάσμα των απόψεων που είναι ανεκτό να εκφράσουν. Συγχρόνως, όμως, τονίζονται οι αδυναμίες ενός υπάρχοντος μοντέλου εκπαίδευσης των παρουσιαστών και δημοσιογράφων καθώς και το γεγονός ότι παραμένουν «ευάλωτοι» σε ερμηνευτικά πλαίσια έξω από το χώρο εργασίας.

Ουσιαστικά, αναιρούνται κάποια από τα επίπεδα διαμεσολάβησης που προστατεύουν το διευθυντικό δικαίωμα της εργοδοσίας, κρατώντας το έξω από τη δημοσιότητα. Ο ιδιοκτήτης των Μέσων που παρεμβαίνει στις εξελίξεις κατ' αυτό τον τρόπο, διαλύει τη λεπτή ισορροπία πρόσδεσης-αυτοτέλειας των δημοσιογράφων που συζητήσαμε στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο. Όχι ότι ήταν «κρυφές» από το ευρύ κοινό οι θέσεις των Μαρινάκη-Γιαννακόπουλου-Κοντομηνά· ωστόσο, με την ανοιχτή έκφραση τους κατά αυτό τον τρόπο και παγιώνεται η στράτευση των Μέσων και υπονομεύεται εξ αρχής η προσπάθεια ανανέωσης της εμπιστοσύνης του κοινού στα ΜΜΕ. Ουσιαστικά, τα ελληνικά Μέσα βγαίνουν «πληγωμένα» από την πόλωση του 2015 και με τον τρόπο που τα στρατεύουν οι νέοι ιδιοκτήτες, συμβάλλουν στη μονιμοποίηση της κρίσης νομιμοποίησης<sup>244</sup>.

Τα παραπάνω μας δείχνουν την «παρακαταθήκη» της κρίσης στο νέο τοπίο των Μέσων αλλά και τα νέα στοιχεία που φέρνουν οι ανακατατάξεις. Ουσιαστικά, η στράτευση τους διατηρείται και εντείνεται όμως, πλέον, δεν αφορά αποκλειστικά το Μνημόνιο και την παραμονή στην Ε.Ε. αλλά επεκτείνεται στην ανοιχτή υποστήριξη του επιχειρηματικού-αθλητικού (με σαφείς πολιτικές προτιμήσεις) ομίλου στον οποίο εγγράφεται κάθε μέσο. Τα Μέσα και οι ιδιοκτήτες τους φαίνεται να έχουν αποδεχθεί το μόνιμο χαρακτήρα της κρίσης νομιμοποίησης που βιώνουν και εγκαταλείπουν κάθε προσπάθεια άρθρωσης ενός λόγου με καθολικές αξιώσεις. Σε ένα πεδίο έντονης πόλωσης και κατακερματισμού του κοινού (Πλειός, 2011), τα Μέσα προσαρμόζονται και ουσιαστικά απευθύνονται σε ένα πολύ συγκεκριμένο κομμάτι του κοινού: π.χ. ψηφοφόροι της ΝΔ, οπαδοί του Παναθηναϊκού/οπαδοί του ΠΑΟΚ, ψηφοφόροι του ΣΥΡΙΖΑ κ.ο.κ.

Σε αυτό το πλαίσιο δεν απουσιάζουν τα κλεισίματα μέσω — αντιθέτως φαίνεται ότι το νέο περιβάλλον είναι ιδιαίτερα επισφαλές και από αυτή την άποψη. Η εφημερίδα *Έθνος*, ενώ επανακυκλοφόρησε το Σεπτέμβριο του 2017 ως κομμάτι του ομίλου Dimera Investments, δύο χρόνια μετά ανέστειλε την καθημερινή έκδοση<sup>245</sup> και τον Αύγουστο του 2020 ανεστάλη και το κυριακάτικο φύλλο<sup>246</sup>. Η ανακοίνωση της αναστολής ήταν ακόμα μια ευκαιρία σύγκρουσης των ομίλων Σαββίδη-Μαρινάκη με καταγγελίες από την πρώτη για το μονοπώλιο στη διανομή του Τύπου και για «καθεστωτικές πρακτικές»<sup>247</sup>. Πιθανώς η αστάθεια εντείνεται λόγω του εργαλειακού τρόπου με τον οποίο οι ιδιοκτήτες των Μέσων επιδιώκουν βραχυπρόθεσμα οφέλη από αυτό. Για παράδειγμα, με την απόσυρση του Δημήτρη Γιαννακόπουλου από την ΚΑΕ Παναθηναϊκός, έκλεισε κατευθείαν η εφημερίδα *Πράσινη* που ανήκει στον όμιλο DPG Media<sup>248</sup>.

Επιπλέον, η κρίση νομιμοποίησης των Μέσων τα ακολουθεί και στο νέο τοπίο. Σε έρευνα του 2018 του Pew Research Center σε 38 χώρες, η Ελλάδα κατατάσσεται τελευταία στο ποσοστό ανθρώπων (22%) που απαντάνε ότι τα ΜΜΕ μεταδίδουν τις ειδήσεις με ακρίβεια ενώ ο μέσος όρος/Median είναι 62%. Επίσης, τα ελληνικά ΜΜΕ βγήκαν στην τελευταία θέση και στις άλλες τρεις ερωτήσεις που αφορούσαν το αν μεταδίδουν δίκαια (fairly) τις ειδήσεις, αν κάνουν σωστή μετάδοση των ειδήσεων που αφορούν κυβερνητικά στελέχη και στο αν μεταδίδουν τα πιο σημαντικά γεγονότα. Τα αντίστοιχα ποσοστά ήταν 18%, 25% και 42% ενώ οι αντίστοιχοι διάμεσοι ήταν 52%, 59% και 73%<sup>249</sup>.

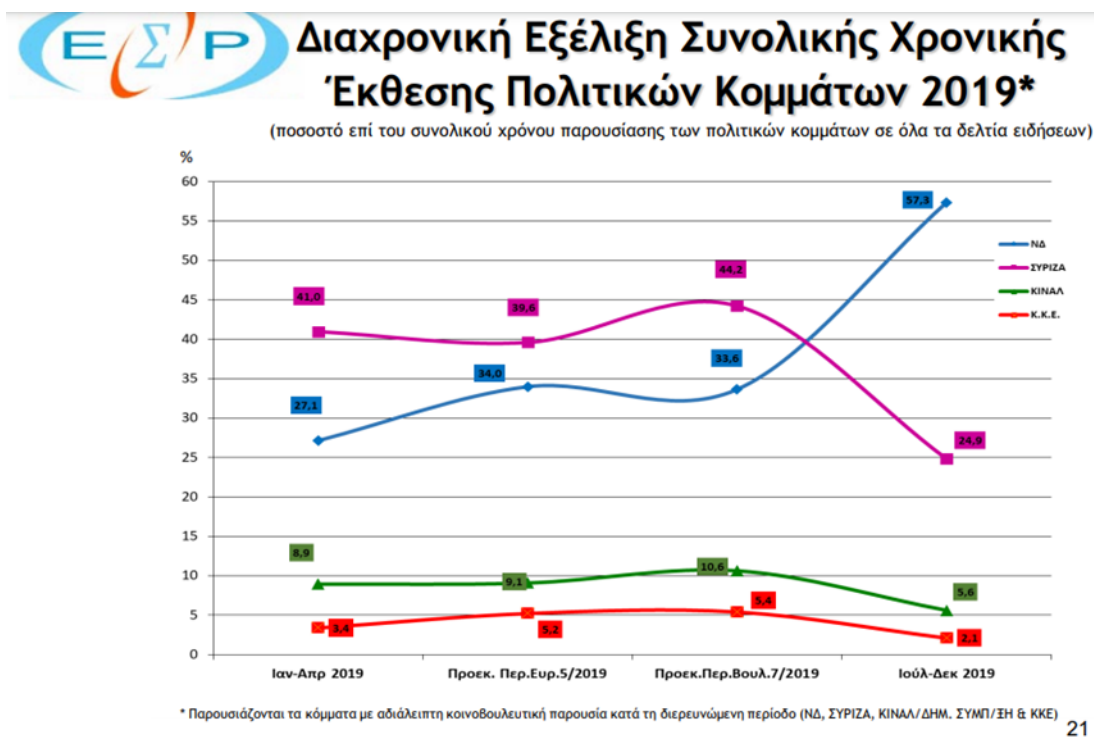
### 5.25 Από το 2019 μέχρι σήμερα

Με τις εκλογές του 2019 και την κυβερνητική εναλλαγή έχουμε ένα νέο σύνολο αλλαγών, όχι τόσο ριζικών όσο το 2015. Οι σχέσεις ιδιοκτησίας στα ΜΜΕ κατά την περίοδο 2015-2019 διατηρούνται και στη συνέχεια, όπως και τα γενικά χαρακτηριστικά του περιεχομένου των ΜΜΕ. Αν υπάρχει ένα νέο στοιχείο, είναι η έντονη πρόσδεση με τη νέα κυβέρνηση, την αυτοδύναμη (για πρώτη φορά από το 2009) κυβέρνηση της Νέας

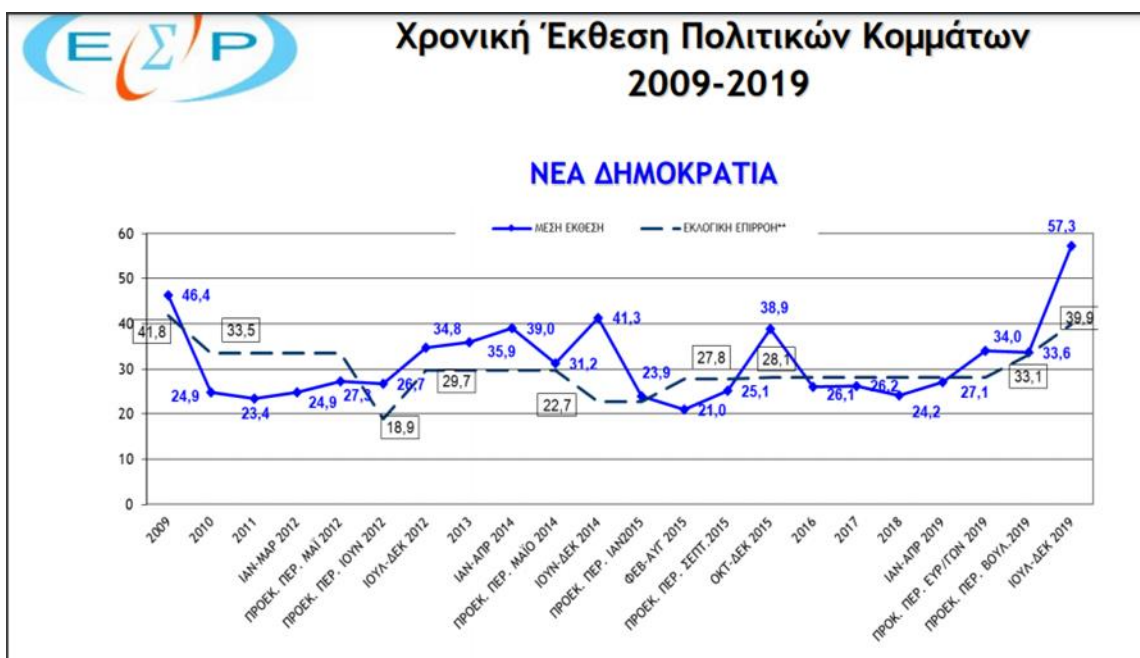


Δημοκρατίας. Δεν μπορούμε να επεκταθούμε διεξοδικά σε αυτό το ζήτημα αλλά μπορούμε εν συντομία να εξετάσουμε κάποια δεδομένα.

Καταρχάς, ας εξετάσουμε τους παρακάτω πίνακες από την έκθεση πολυφωνίας του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης για το 2019 (ΕΣΡ, 2020: 21, 23). Ούτως ή άλλως, είναι γνωστό ότι το κυβερνητικό κόμμα υπερισχύει σημαντικά στην κάλυψη του στα δελτία ειδήσεων καθώς αποτελεί τη βασική πηγή για πολλά ζητήματα της επικαιρότητας. Ωστόσο, βλέπουμε ότι μετά την κυβερνητική εναλλαγή, έχουμε μια απότομη μεταβολή που φέρνει τη Νέα Δημοκρατία στο ιδιαίτερα μεγάλο 57.3% — στις εκλογές του Ιουλίου του '19 συγκέντρωσε σχεδόν το 40% των ψήφων. Το πρωτοφανές αυτού του ποσοστού γίνεται κατανοητό από τον 2<sup>ο</sup> πίνακα της έκθεσης του ΕΣΡ που αποτυπώνει την πορεία της χρονικής έκθεσης της ΝΔ κατά την περίοδο 2009-2019. Η απόκλιση εκλογικού ποσοστού και τηλεοπτικού χρόνου είναι για πρώτη φορά την προηγούμενη δεκαετία τόσο μεγάλη. Ακόμα και το ΠΑΣΟΚ που συγκέντρωσε 43.9% τον Οκτώβριο του 2009, κατέλαβε το 55.8% του χρόνου των κομμάτων (ΕΣΡ, 2020: 25). Από την άλλη, βλέπουμε ότι κόμματα με μικρότερη κοινοβουλευτική εκπροσώπηση, όπως το ΚΚΕ, διαχρονικά υπο-εκπροσωπούνται στα τηλεοπτικά δελτία (ΕΣΡ, 2020: 26). Επιπλέον, παρόλο που δεν έχουμε ακόμα ολοκληρωμένα στοιχεία, είναι πιθανό η προβολή της Νέας Δημοκρατίας το 2020 να είναι ακόμα μεγαλύτερη λόγω της επικοινωνιακής πλαίσιωσης της διαχείρισης της πανδημίας.



21



Πέραν την τηλεοπτικής υπερ-προβολής της Νέας Δημοκρατίας, έχουν καταγραφεί κάποια περιστατικά σε ιστοσελίδες που αξίζουν αναφοράς.

Το πρώτο έχει να κάνει με την αγγλόφωνη έκδοση της *Καθημερινής*, ο συνεργάτης της οποίας, Richard Pine, ανέφερε ότι άρθρο του δεν δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα καθώς επέκρινε τον πρωθυπουργό, Κυριάκο Μητσοτάκη, για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις εξαγγελθέντων έργων στον Ερημίτη Κέρκυρας. Μετά τις υποδείξεις της εφημερίδας, προσάρμοσε το άρθρο του σε ανοιχτή, ενυπόγραφη επιστολή στον πρωθυπουργό που επίσης δεν δημοσιεύτηκε. Μετά από αυτό το περιστατικό, σταμάτησε τη συνεργασία του με την *Καθημερινή*<sup>250</sup>

Το δεύτερο αφορά, στις 28 Οκτωβρίου του 2020, οι ιστοσελίδες Protothema.gr και Liberal.gr, στο τέλος δύο διαφορετικών ρεπορτάζ για την εξέλιξη της πανδημίας, «έτυχε» να έχουν την ίδια παράγραφο, η οποία έγραφε: «*Πέραν των προφανών ειδήσεων δίνουμε μεγάλη έμφαση στην στήριξη του Τσιόδρα έναντι των επιθέσεων από τον Τσίπρα. Δίνουμε ξεχωριστή έμφαση σε αυτό διότι την ώρα της μεγάλης συστράτευσής στην Ελλάδα και στην Ευρώπη το γεγονός ότι επιλέγουν να στοχοποιούν τους επιστήμονες και ο Τσίπρας στοχοποιεί τον Τσιόδρα είναι απαράδεκτο*». Η φράση αυτή, το περιεχόμενο και ο τόνος της, είναι ακατανόητα ως κομμάτι ενός δημοσιογραφικού ρεπορτάζ. Ποιο είναι το υποκείμενο του «δίνουμε»; Από την άλλη, αν το απόσπασμα αυτό ήταν απόσπασμα από non paper της Νέας Δημοκρατίας που υποδεικνύει την αναγκαία πλαισίωση των ειδήσεων της ημέρας, τότε γίνεται κατανοητό<sup>251</sup>.

Το τρίτο περιστατικό αφορά επίσης τη διαχείριση της πανδημίας του κορονοϊού. Η δημοσιογράφος της εφημερίδας *Βήμα*, Δήμητρα Κρουστάλλη, δημοσίευσε ένα ρεπορτάζ με κριτική στο σύστημα καταγραφής των κρουσμάτων από τον ΕΟΔΥ, με αναφορές στο ενδεχόμενο ύπαρξης «διπλών βιβλίων καταγραφής». Το ρεπορτάζ δημοσιεύτηκε στο in.gr, ιστοσελίδα του ίδιου ομίλου. Η ίδια στη σειρά παραιτήθηκε από το *Βήμα* αναφέροντας ασφυκτική πίεση από την κυβέρνηση που οδήγησε στο δίλημμα «προσωπικός και επαγγελματικός ευτελισμός ή παραίτηση»<sup>252</sup>. Στη συνέχεια, τα άρθρα διαγράφηκαν από *Βήμα* και *In.gr*<sup>253</sup>, ενώ όταν δημοσιεύτηκε το ρεπορτάζ, ο Σάκης Μουμτζής το απαξίωσε σε άρθρο γνώμης στην *Καθημερινή* ως «συνωμοσιολογικό»<sup>254</sup>.

Λίγες μέρες πριν από την παραίτηση της Κρουστάλλη, η Έλενα Ακρίτα παραιτήθηκε από την εφημερίδα *Τα Νέα* μετά από 20 χρόνια και η ίδια δήλωσε ότι αιτία ήταν η λογοκρισία κείμενο της στα *Νέα* του Σαββάτου, 12/12/2020 που έκανε κριτική στην κυβέρνηση για τη διαχείριση της πανδημίας<sup>255</sup>.

Προφανώς, απαιτείται περαιτέρω έρευνα για τα παραπάνω περιστατικά και, κυρίως, πιο συστηματική έρευνα για το περιεχόμενο και την εσωτερική οργάνωση της παραγωγής στα μέσα επικοινωνίας στην Ελλάδα από το 2019 και μετά. Όσα καταγράψαμε μέχρι στιγμής δείχνουν μια τάση που μένει να επιβεβαιωθεί κατά πόσο και σε ποιο βαθμό ισχύει: μαζί με την ισχυροποίηση των ιδιοκτητών των μέσων και της άμεσης παρέμβασης τους στο περιεχόμενο των μέσων, ενισχύεται η κυβερνητική εμπλοκή στην παραγωγή των ειδήσεων. Η αμεσότητα της «διόρθωσης» των ειδήσεων, η παράκαμψη στοιχειωδών αρχών δεοντολογίας, η διαχείριση των δημοσιογράφων ως αναλώσιμων, είναι στοιχεία ενός πολωμένου και έντονα στρατευμένου επικοινωνιακού περιβάλλοντος όπου οικονομική και πολιτική εξουσία διαπλέκονται ιδιαίτερα έντονα.

### 5.26 Σύνοψη κεφαλαίου

Τα προβλήματα του ελληνικού επικοινωνιακού συστήματος δεν μπορούν να αναχθούν στα προβλήματα του ελληνικού καπιταλισμού. Ωστόσο υπάρχει μια αναλογία μεταξύ τους. Η «ελληνική τραγωδία» συντίθεται μέσα από την αλληλεπίδραση τριών επιπέδων: της γενικής καπιταλιστικής κρίσης που ξέσπασε το 2008, των προβλημάτων της Ευρωζώνης και της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης εν γένει και των ιδιαίτερων παθογενειών του ελληνικού καπιταλισμού. Αντίστοιχα, η κατάσταση των ελληνικών ΜΜΕ έχει να κάνει με τη συνάντηση και μίξη διεθνών τάσεων στα ΜΜΕ με το συγκεκριμένο χαρακτήρα του ελληνικού μιντιακού συστήματος.

Το επικοινωνιακό σύστημα της Ελλάδας ενσωμάτωσε προ κρίσης -κατά περιπτώσεις σε ακραίο βαθμό- τις βασικές επιδράσεις του νεοφιλελευθερισμού στα ΜΜΕ: ένταση της συγκέντρωσης ιδιοκτησίας, χαλάρωση της κρατικής παρέμβασης, αύξηση του ενημερωτικού περιεχομένου, ένταση της ερμηνείας και της σχολιαστικής

δημοσιογραφίας, περιορισμός της αυτονομίας των δημοσιογράφων. Συγχρόνως, ωστόσο, συνδύασε αυτές τις τάσεις με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του και πιο συγκεκριμένα, την εμπρόσωπη διαπλοκή με το πολιτικό σύστημα και την αδύναμη δημοσιογραφική δεοντολογία. Τα ελληνικά Μέσα –σε αντίθεση, πχ, με τα βρετανικά– δεν είναι φορείς κάποιας ιστορικής παράδοσης σύγκρουσης με την κεντρική εξουσία με διακύβευμα την ελευθερία του Τύπου ούτε έχουν κάποια παρακαταθήκη οικονομικής ανεξαρτησίας. Όπως είδαμε, τις τελευταίες δεκαετίες είναι εμπορευματοποιημένα και ενσωματωμένα στη λογική του καταναλωτισμού της νεοφιλελεύθερης περιόδου χωρίς όμως να έχουν διαμορφώσει ποτέ οικονομικά ανεξάρτητες δομές. Επιπλέον, αν όπως είδαμε στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο, τα ΜΜΕ σε πολλές χώρες είχαν διαμορφωθεί μεταπολεμικά μέσα στις συνθήκες του «κοινωνικού συμβολαίου», αυτό σε καμία περίπτωση δεν ισχύει για την Ελλάδα<sup>256</sup>.

Στη λειτουργία των εμπορικών ΜΜΕ μετά την απορρύθμιση συνυπάρχουν αισιόδοξες και απαισιόδοξες εκτιμήσεις (Χαιρετάκης, 2007: 54), αποτυπώνοντας τις αντιφάσεις ενός κοινού που απολαμβάνει την είσοδο στον καταναλωτισμό νεοφιλελεύθερου τύπου -με δανειοδότηση πάσης φύσεως- αλλά συγχρόνως ανησυχεί για τη δύναμη των Μέσων, τη διαπλοκή και είναι καχύποπτο. Αυτό είναι το ελληνικό κοινό που συγκεντρώνει «πρωτιές» τόσο στις ώρες τηλεθέασης όσο και στη δυσπιστία απέναντι στα ΜΜΕ.

Οι παραπάνω αντιφάσεις εκδηλώθηκαν με εκρηκτικό τρόπο μέσα στις συνθήκες της κρίσης. Αν προσπαθούσαμε να συμπυκνώσουμε τα βασικά χαρακτηριστικά της περιόδου θα μιλούσαμε για α) απότομη οικονομική κατάρρευση τόσο για τα μικρά ΜΜΕ όσο και για τα πιο ισχυρά, β) ένταση της στράτευσης όσο και γ) της κρίσης απονομιμοποίησης του συνόλου των ΜΜΕ και δ) μετεξέλιξη της διαπλοκής σε μια «εκσυγχρονισμένη» εκδοχή της, με τις τράπεζες να έχουν ρυθμιστικό ρόλο, ιδίως την περίοδο 2012-2015. Ιδιαίτερα οξυμμένες αντιφάσεις εμφανίζονται σε σχέση με την πρόσδεση των εμπορικών ΜΜΕ στη μνημονιακή πολιτική. Η λιτότητα οδηγεί σε ραγδαία μείωση της κατανάλωσης και των διαφημιστικών εσόδων αλλά αντί τα Μέσα να αποστασιοποιούνται, προσδένονται όλο και περισσότερο, με αποκορύφωμα το

δημοψήφισμα. Την ίδια στιγμή, αναδεικνύεται η ερμηνεία της κρίσης με όρους πολιτισμικού φαινομένου («οι σπάταλοι Έλληνες») ενώ τα ίδια τα Μέσα συνεχίζουν να λαμβάνουν δάνεια -μέχρι και το 2016- που δεν μπορούν να αποπληρώσουν ούτε καν να δικαιολογήσουν με κανένα συμβατικό τρόπο. Έτσι, κάτι που εκδηλώνεται ήδη διεθνώς - κατακερματισμός του κοινού, ένταση της στράτευσης των Μέσων, εκδηλώνεται με παροξυσμαίο τρόπο στην Ελλάδα.

Ο λόγος των ΜΜΕ σε αυτή την περίοδο βιώνει τους γενικούς μετασχηματισμούς της νεοφιλελεύθερης ιδεολογίας την επαύριο της κρίσης του 2008. Λόγω των ειδικών χαρακτηριστικών της Ελλάδας, υπάρχει εδώ μια αναλογία με την πορεία του λόγου περί εκσυγχρονισμού και της εναντίωσης στο λαϊκισμό. Ο Σεβαστάκης, αναλύοντας αυτή την πορεία, τονίζει ότι η βασική διαφορά στον αντι-λαϊκιστικό λόγο έγκειται στο πέρασμα από την ανάδειξη των θετικών προοπτικών του εξευρωπαϊσμού και της οικονομικής ανάπτυξης σε ένα λόγο που εστιάζει στην ηθική ενοχή, την καταγγελία της ευδαιμονίας και την ανάγκη θυσιών (Σεβαστάκης & Σταυρακάκης, 2012: 19-23). Αυτή η περιγραφή αποτυπώνει εύστοχα τη μεγάλη περιπέτεια της κυρίαρχης ιδεολογίας και των ΜΜΕ που τη στήριξαν στην Ελλάδα των τελευταίων δεκαετιών: από την προβολή μιας νέας ευημερίας στηριγμένη στον καταναλωτισμό «νέου τύπου», από την προβολή του γρήγορου πλουτισμού στο χρηματιστήριο περνάμε στην ενοχοποίηση του ίδιου του κοινού των Μέσων, στην καταγγελία -από τα ίδια τα ΜΜΕ- των αξιών που τα εμπορικά ΜΜΕ προώθησαν όλα αυτά τα χρόνια και στην καταστροφή που παραμονεύει σε περίπτωση μη εφαρμογής των μέτρων λιτότητας. Η πορεία αυτή αναπόφευκτα εμπειρείχε ρήξεις, απώλεια εμπιστοσύνης και ένταση ανάμεσα στο κοινό των ΜΜΕ και τα ίδια, σε μια συνθήκη μάλιστα όπου το κοινό δραστηριοποιούνται μέσα από τα κοινωνικά κινήματα. Η αντίφαση καθίσταται οξύτατη: μεγάλος μέρος του κοινού των ΜΜΕ αναζητεί διαφορετικά σχήματα ερμηνείας της πραγματικότητας και αντιλαμβάνεται την πολιτική ως πεδίο σύγκρουσης ουσιωδώς διαφορετικών σχεδίων, την ίδια ώρα που τα μεγάλα ΜΜΕ φυσικοποιούν την κυρίαρχη πολιτική και απαξιώνουν την αναζήτηση εναλλακτικών επιλογών. Τα παραπάνω έρχονται σε μια κορύφωση το 2015 όπου και σηματοδοτείται, μεταξύ άλλων, το τέλος μιας μακράς περιόδου του

επικοινωνιακού συστήματος στην Ελλάδα. Ενδεικτικό του πόσο αυτό-επιβεβαιωτικά λειτουργεί ο κυρίαρχος λόγος και η φυσικοποίηση των μέτρων, είναι το γεγονός ότι το αποτέλεσμα του δημοψηφίσματος δεν ανοίγει περιθώριο εναλλακτικών ερμηνειών της κρίσης. Η καταψήφιση της νέας συμφωνίας μετατρέπεται σε «υποστήριξη του ευρώ από το 70% των πολιτών»<sup>257</sup>.

Τα παραπάνω σε συνδυασμό με το οικονομικά έωλο μοντέλο που κυριαρχούσε οδηγούσαν στην απαξίωση των εμπορικών ΜΜΕ από το κοινό και στην οικονομική χρεοκοπία τους. Οι τάσεις αυτές συγκρατούνται προσωρινά μέσα από τα δάνεια των τραπεζών –δηλαδή από τα χρήματα του μηχανισμού στήριξης, μέρος των οποίων φτάνει στα ΜΜΕ– αλλά δεν μπορούν να καταπνιγούν. Έτσι φτάνουμε στο ουσιαστικό -το τυπικό θα έρθει πιο μετά- κλείσιμο των ΔΟΛ, Mega μέσα στο 2016.

Στη νέα περίοδο που ανοίγει μετά το 2015, ουσιαστικά κάθε αξίωση «αντικειμενικότητας» -με τις ιδεολογικές προεκτάσεις που είδαμε στο 1<sup>ο</sup> κεφάλαιο- τείνει να εκλείψει. Αναδύεται μια στράτευση που θεωρούνταν ίδιον του κομματικού Τύπου της Αριστεράς. Χαρακτηριστικό σε αυτή την πορεία είναι η έκδοση το 2017 της εφημερίδας *Φιλελεύθερος* η οποία σε τίτλο και υπότιτλο («η εφημερίδα της μεσαίας τάξης») δηλώνει σαφή κοινωνικό-πολιτική τοποθέτηση. Ο εκδότης της, Θανάσης Μαυρίδης, την παρουσιάζει ως μια «ταξική εφημερίδα» που αφήνει σε άλλους «την υπεράσπιση της συναίνεσης» καθώς «τα Μέσα ενημέρωσης κάτι υπερασπίζονται, κάτι εκφράζουν. Εμείς σας το λέμε ξεκάθαρα»<sup>258</sup>.

Η τάση αυτή δεν αντιτίθεται την εμπορευματοποίηση των Μέσων και τη συγκέντρωση ιδιοκτησίας αλλά συνυπάρχει και διαπλέκεται μαζί της. Με την υποχώρηση της πώλωσης μνημόνιο-αντιμνημόνιο και τη διαπάλη ΣΥΡΙΖΑ-ΝΔ να αφορά πλέον ζητήματα διαχείρισης κυρίως, η στράτευση των Μέσων σταδιακά μετασχηματίζεται. Αφορά όλο και περισσότερο τη στήριξη ενός ομίλου που συνενώνει επαγγελματικό αθλητισμό, πολιτικές φιλοδοξίες και επιχειρηματικούς στόχους.

Το αποτέλεσμα όλων αυτών είναι η υπέρβαση της κρίσης των ΜΜΕ -κατά αναλογία, ξανά, της υπέρβασης της οικονομικής κρίσης- να παγιώνει τις συνθήκες που δημιούργησε η κρίση. Μπορεί τα Μέσα να μην οδηγούνται πλέον σε αλληπάλληλες

χρεοκοπίες και, εν τη απουσία σημαντικών δεδομένων<sup>259</sup>, να είναι δύσκολο να κριθεί η βιωσιμότητα των νέων επιχειρηματικών προσπαθειών. Ωστόσο, διατηρείται η αξιοπιστία των Μέσων σε πολύ χαμηλά επίπεδα · ενισχυτικό προς όσα είδαμε στοιχείο είναι το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι η μοναδική χώρα διεθνώς σε έρευνα του Reuters που η εμπιστοσύνη προς την ενημέρωση από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ξεπερνάει την εμπιστοσύνη προς τα εμπορικά ΜΜΕ (Reuters Institute Report, 2018). Η πόλωση, κατ' αυτό τον τρόπο διατηρείται: το κοινό δυσπιστεί απέναντι στα Μέσα ενώ τα ίδια τα Μέσα αλλά και το πολιτικό σύστημα εμπλέκονται όλο και περισσότερο σε αλληλοκατηγορίες για fake news.

Σε αυτό το πλαίσιο, οι παρεμβάσεις των ιδιοκτητών τόσο στα Μέσα ιδιοκτησίας τους όσο και στη δημόσια σφαίρα εν γένει, αποτελούν μια επίδειξη δύναμης που συγκαλύπτει -αναποτελεσματικά- την αδυναμία τους. Η αδυναμία συνίσταται στη δυσπιστία των νέων ιδιοκτητών τόσο απέναντι στα πολιτικά κόμματα που τους εκπροσωπούν -και με τα οποία διαπλέκονται- όσο και απέναντι στη δυνατότητα των δικών τους Μέσων να αναδειχθούν στη δημόσια σφαίρα με ηγεμονικό τρόπο. Ο περιορισμός των συμμαχιών στη νέα περίοδο είναι ενδεικτικό στοιχείο της απουσίας στόχων και συγκολλητικής ουσίας για την άρχουσα τάξη.

Ο συνεντευξιαζόμενος στην εκπομπή του Σρόιτερ, Μαρινάκης, που αποκαλεί τον Τσίπρα «ο Αλέξης ο ψεύτης»<sup>260</sup>, είναι δείγμα μιας νέας φουρνιάς ιδιοκτητών που έχουν συνηθίσει να βρίσκονται στο προσκήνιο, να εκφράζουν ανοιχτά τις θέσεις και τις πολιτικές προτιμήσεις του. Πολύ περισσότερο, είναι δείγμα μιας αποθραυσμένης άρχουσας τάξης, που δεν έχει αναφορά σε διευρυμένες κοινωνικές συμμαχίες, που δεν αξιώνει την καθολική ισχύ των ιδανικών της. Με τα λόγια του Ranajit Guha, «κυριαρχεί αλλά δεν ηγεμονεύει».



## Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα

Επιστρέφουμε στο ζήτημα της εισαγωγής, την ενότητα της κριτικής θεωρίας, την ενότητα ανάμεσα στην πολιτική οικονομία των μέσων και την ιδεολογική-πολιτιστική ανάλυση του περιεχομένου των μέσων. Η ενότητα στο επίπεδο της ανάλυσης έχει ιστορική διάσταση: καθορίζεται από την περίοδο του νεοφιλελεύθερου καπιταλισμού και την αναδιάρθρωση της σχέσης τρόπου επικοινωνίας και τρόπου παραγωγής.

Η αναβαθμισμένη και τροποποιημένη σημασία των μέσων επικοινωνίας για την άνοδο της παραγωγικότητας αλλά και την απόσπαση της συναίνεσης σηματοδοτεί ένα νέο μοντέλο ηγεμονίας, συμβατό με τις αλλαγές στον τρόπο παραγωγής αλλά και με τη νέα κυρίαρχη ιδεολογία. Η αμφισβήτηση και -εν τέλει- η ανατροπή του μεταπολεμικού μοντέλου ηγεμονίας δεν μπορούσε να γίνει με ένα «άλμα στο κενό» αλλά θα συνοδευόταν αναγκαστικά με ένα νέο υπόδειγμα. Κεντρική θέση εντός αυτού είχε η ανάδυση της εξατομικευμένης, διαφοροποιημένης κατανάλωσης. Αυτή η διαδικασία συχνά γίνεται αντιληπτή με στενό τρόπο, ως τελειοποίηση των τεχνικών της διαφήμισης. Όμως έχει πολύ ευρύτερες διαστάσεις. Στο επίπεδο της παραγωγής, τροφοδοτείται από και τροφοδοτεί τη μεταστροφή σε ευέλικτα μοντέλα και την αντίστοιχη ελαστικοποίηση και εξατομίκευση των εργασιακών σχέσεων. Ιδεολογικά και πολιτισμικά, νομιμοποιεί τη στροφή από τις κοινωνικές τάξεις και τη διαμεσολάβηση των συμφερόντων τους από το κράτος στα άτομα-επιχειρηματίες του εαυτού τους που διαμεσολαβούν τις ανάγκες τους τα εμπορικά μέσα επικοινωνίας.

Χωρίς την αναβάθμιση και τον μετασχηματισμό των μέσων επικοινωνίας, η παραπάνω διαδικασία μένει ημιτελής και μη βιώσιμη. Τα απορρυθμισμένα πλέον μέσα επικοινωνίας δεν αποτελούν απλώς νέα πεδία κερδοφορίας ούτε είναι απλά δίαυλοι ακόμα περισσότερων διαφημίσεων. Μέσα από την εμπορευματοποίηση των συμβόλων και τη συμβολοποίηση των εμπορευμάτων, διαμορφώνουν το πλαίσιο της νεοφιλελεύθερης ιδεολογίας ως μιας «μεγάλης αφήγησης νέου τύπου» που αντλεί τη δύναμη της από τον κατακερματισμό και τη διάχυση. Υλική βάση αυτής της ιδεολογικής κυριαρχίας δεν είναι ένας φετιχισμός του εμπορεύματος που εδράζεται στενά στην

παραγωγή: η οργάνωση της κίνησης των εμπορευμάτων με τους όρους του θεάματος δεν καταργεί τον φετιχισμό αλλά τον διαχέει περισσότερο. Η σύγκλιση διαφορετικών ειδών περιεχομένου (ενημερωδιασκέδαση, πολιτικοδιασκέδαση, κλπ) έρχεται ως απόρροια αυτής της κίνησης. Η βαθύτερη κίνηση που τροφοδοτεί αυτούς τους μετασχηματισμούς είναι το «πλησίασμα» μεταξύ των σφαιρών επικοινωνίας και παραγωγής. Όπως τονίζει ο Πλειός: «εμφανίζεται ξανά στο προσκήνιο η άρση του διαχωρισμού του ιδιωτικού και δημόσιου χώρου, μεταξύ της παραγωγής και της επικοινωνίας αφού η ίδια η επικοινωνία γίνεται παραγωγή» (Πλειός, 1993: 91).

Η διαδικασία αυτή βρίσκει την κορυφαία έκφραση της στο Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Είναι μάταιο να αναζητήσουμε το «ιδεολογικό περιεχόμενο» του Facebook σε εκείνη ή την άλλη κοινοποίηση ενός χρήστη. Είναι ελλιπές να αναζητούμε την οικονομική επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μόνο στα δισεκατομμύρια κέρδη που αποφέρει ετήσια στους ιδιοκτήτες τους η πώληση των προσωπικών δεδομένων των χρηστών. Η ιδεολογική και οικονομική διάσταση των νέων μέσων έγκειται στο να καταστούν πορρώδη τα όρια μεταξύ παραγωγής-κατανάλωσης, οικονομικής δραστηριότητας-ελεύθερου χρόνου. Έτσι εκπαιδεύεται μια νέα γενιά καταναλωτών, έτσι οι εργαζόμενοι εξοικειώνονται με τα ευέλικτα μοντέλα παραγωγής, έτσι, εργαζόμενοι και μη, έρχονται αντιμέτωποι με τον «φετιχισμό νέου τύπου», όπου τα προσωπικά δεδομένα που οι ίδιοι παράγουν, επιστρέφουν και στέκονται απέναντι τους με τη μορφή διαφημίσεων που αποτελούν το οργανωτικό πλαίσιο πίσω από την κατακερματισμένη, μη συνεκτική ροή πληροφοριών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Σε αυτές τις αλλαγές ανταποκρίνονται οι αναλύσεις σχετικά με τη μεσοποίηση, την κατίσχυση της σφαίρας της επικοινωνίας επί της πολιτικής σφαίρας και την «αμερικανοποίηση» της πολιτικής επικοινωνίας. Υστερούν όμως στο βαθμό που α) δεν λαμβάνουν υπόψιν το ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο από το οποίο προκύπτουν αυτές οι αλλαγές και β) στρέφονται, ρητή ή μη, σε αξιολογικές κρίσεις που νοσταλγούν προηγούμενου τύπου σχέσεις μεταξύ πολιτικής ζωής και δημόσιας επικοινωνίας, μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης κ.ο.κ. Όμως οι μετασχηματισμοί δεν μένουν ποτέ αποκλειστικά στο πεδίο των ΜΜΕ: οι πολιτικοί σχηματισμοί προσαρμόζονται στις νέες

συνθήκες, τα πολιτικά κόμματα εξουσία συγκλίνουν γύρω από τον νέο «κοινό νο», πολιτική και εμπορική διαφήμιση έρχονται πιο κοντά. Από αυτή τη διαδικασία, δεν είναι συλλήβδην χαμένα τα πολιτικά κόμματα και στελέχη ούτε γενικά οι ιδιοκτήτες των παλιών μέσων — μόνο όσοι δεν μπορούν να προσαρμοστούν. Ούτε υπάρχει δρόμος επιστροφής σε ένα προηγούμενο μοντέλο οργάνωσης της ηγεμονίας στο βαθμό που οι βασικοί υλικοί και ιδεολογικοί προσδιορισμοί του, έχουν αναιρεθεί. Η κριτική σκέψη συνεχίζει να έχει την υποχρέωση να «αντλεί την ποίηση της από το μέλλον» και όχι από κάποια εξιδανικευμένη αναπαράσταση του παρελθόντος.

Στην περίπτωση της Ελλάδας, οι μετασχηματισμοί αυτοί α) καθυστέρησαν χρονικά και εκδηλώθηκαν πρωτίστως στη δεκαετία του '90 και β) επικαθορίστηκαν από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ελληνικής κοινωνίας και του ελληνικού επικοινωνιακού συστήματος. Το κυριότερο σημείο, σε σχέση με το δεύτερο, είναι η διατήρηση της εμπρόσωπης διάστασης των σχέσεων κυριαρχίας στην Ελλάδα που θεωρείται ότι αντιτίθεται στην αφηρημένη-απρόσωπη μορφή της κυριαρχίας του εμπορεύματος-συμβόλου (Χαραλάμπης, 1989). Στην περίπτωση των μέσων επικοινωνίας, αυτή η ιδιαιτερότητα εκδηλώνεται στις σχέσεις διαπλοκής ΜΜΕ-πολιτικής εξουσίας (που ενσωματώνει πλευρές των σχέσεων πρόσδεσης που είδαμε στο 3ο κεφάλαιο αλλά και τις υπερβαίνει) που αποτυπώνονται έντονα στην υπερ-πληθώρα ΜΜΕ και δη ζημιογόνων, τα οποία εξυπηρετούν τις πολιτικές ή γενικές οικονομικές στοχεύσεις των ιδιοκτητών τους. Ωστόσο, τα στοιχεία αυτά δεν αναιρούν την επίδραση των νεοφιλελεύθερων μετασχηματισμών στην Ελλάδα, τόσο στο στενό πεδίο των ΜΜΕ (συγκέντρωση ιδιοκτησίας, σύγκλιση ειδών στο περιεχόμενο) όσο και στη γενική τους σημασία για τη θεμελίωση του νεοφιλελεύθερου μοντέλου ηγεμονίας. Οι προ κρίσης δεκαετίες δεν είναι μια περίοδος που η ελληνική κοινωνία ζούσε «πίσω από τον ήλιο»: από την αύξηση των ωρών τηλεθέασης και την αντίστοιχη αύξηση της σημασίας της διαφήμισης μέχρι την ανάδειξη των ΜΜΕ ως διαμεσολαβητές των κοινωνικών σχέσεων (καθώς και της σχέσης μεταξύ πολιτών και πολιτικής εξουσίας), οι μετασχηματισμοί του νεοφιλελευθερισμού στο πεδίο της επικοινωνίας ήταν παρόντες. Αντίστοιχα, ήταν παρούσα και η επίδραση τους στο πεδίο της πολιτικής με τη σύγκλιση εμπορικής και

πολιτικής διαφήμισης, την ανάδειξη του ρόλου των συμβούλων επικοινωνίας και την ευρύτερη σύγκλιση μεταξύ των δύο βασικών κομμάτων εξουσίας.

Επιπλέον, μπορεί να υποστηριχθεί ότι ακριβώς λόγω της ελληνικής ιδιαιτερότητας της διαπλοκής, η νεοφιλελεύθερη απορρύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού πεδίου εκδηλώθηκε στην Ελλάδα πιο έντονα και πιο βίαια από ό,τι στις δυτικές καπιταλιστικές κοινωνίες. Αντίστοιχα, ο ιδιαίτερα ισχυρός ρόλος του κράτους στο ραδιοτηλεοπτικό πεδίο της δεκαετίας του '80 –όταν σε άλλα επικοινωνιακά συστήματα είχε ήδη αρχίσει να χαλαρώνει– βρήκε το κατοπτρικό του είδωλο στην πρωτοφανή κατάρρευση της τηλεθέασης της δημόσιας τηλεόρασης στη δεκαετία του '90 και στη συντριπτική κυριαρχία των ιδιωτικών καναλιών και ραδιοφωνικών σταθμών. Το νέο μοντέλο ηγεμονίας, στηριζόμενο στα νέα πρότυπα παραγωγής, κατανάλωσης και πολιτικής συμμετοχής, έτυχε ευρείας αποδοχής για τουλάχιστον 20 χρόνια. Χρήζει περαιτέρω μελέτης το με ποιον ακριβώς τρόπο συνδυάστηκαν, στο πεδίο της επικοινωνίας, οι γενικές νεοφιλελεύθερες τάσεις με τα ιδιαίτερα εθνικά χαρακτηριστικά της ελληνικής κοινωνίας κατά την περίοδο 1990-2010. Κομμάτι μιας τέτοιας μελέτης, πέραν του πεδίου της ενημέρωσης που έχει μελετηθεί σε ένα βαθμό, θα έπρεπε να είναι η σφαίρα της ψυχαγωγίας (π.χ. περιοδικά lifestyle στις αρχές του 2000) ως κομμάτι της εμπέδωσης του νέου μοντέλου ηγεμονίας και ενίσχυσης της παραγωγικότητας των εργαζομένων.

Φτάνοντας στην κρίση του 2008, το νεοφιλελεύθερο μοντέλο υφίσταται αμφισβήτηση. Στην Ελλάδα και διεθνώς, η προσπάθεια να μετατοπιστούν στους εργαζόμενους οι οικονομικές συνέπειες της κρίσης προκαλούν πολιτική αναταραχή. Σε συνδυασμό με αυτό, επέδρασε η κυρίαρχη ιδεολογική ερμηνεία της κρίσης που «ενοχοποιεί» την κατανάλωση, τον δανεισμό των νοικοκυριών και του κράτους. Σε συνθήκες στασιμότητας των μισθών και ενίσχυσης του χρηματοπιστωτικού κεφαλαίου, οι εργαζόμενοι, ιδίως στις ΗΠΑ, είχαν προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες, τροφοδοτώντας την κατανάλωση με τον ενυπόθηκο δανεισμό. Η άρχουσα τάξη, αφού είχε οικοδομήσει κοινωνικές συμμαχίες μέσα από αυτό το μοντέλο, προχώρησε στη βίαιη διάρρηξη τους. Τα εμπορικά ΜΜΕ βρέθηκαν σε ένα σημείο αντίφασης: συνέχισαν να προωθούν την

κατανάλωση, την ίδια στιγμή που ερμήνευαν την κρίση μέσα από το -κατεξοχήν νεοφιλελεύθερο- πρίσμα της ατομικής ευθύνης των πολιτών που «ζούσαν πάνω από τις δυνατότητες τους».

Στην Ελλάδα αυτή η αντίφαση εκδηλώθηκε ιδιαίτερα έντονα. Η στράτευση των μέσων (γενικό χαρακτηριστικό τις τελευταίες δεκαετίες) έγινε ανοιχτή και επιθετική, ειδικά σε κρίσιμες συγκυρίες όπου κρινόταν η συνέχιση της κυρίαρχης πολιτικής. Η ιδεολογική θέση περί «απουσίας εναλλακτικής» κατέστη απολογητική για πολιτικές επιλογές που διαρρήγνυαν το κυρίαρχο κοινωνικο-πολιτικό μπλοκ των προηγούμενων δεκαετιών. Σε αυτές τις συνθήκες, επιβεβαιώνεται ξανά ότι η ελληνική ιδιαιτερότητα εντείνει αντί να αμβλύνει τους νεοφιλελεύθερους μετασχηματισμούς. Η διαπλοκή αναδιαρθρώθηκε μέσα στην κρίση, δημιουργώντας το τρίγωνο ΜΜΕ-κυβέρνηση-τράπεζες. Η έμμεση χρηματοδότηση των ΜΜΕ από τα δάνεια που παρείχε ο μηχανισμός στήριξης της Τρόικα οδήγησε και σε οικονομική εξάρτηση των μέσων από την ψήφιση και τήρηση των μνημονιακών δεσμεύσεων.

Το αποτέλεσμα αυτού ήταν η οξυμμένη από-νομιμοποίηση των μεγάλων εμπορικών ΜΜΕ αλλά και η οικονομική χρεοκοπία τους. Μετά το καλοκαίρι του 2015 ουσιαστικά κλείνει ένας κύκλος 25ετίας σε σχέση με τα κυρίαρχα ΜΜΕ στην Ελλάδα και ανοίγεται μια διαδικασία αλλαγών, με νέους ιδιοκτήτες να αγοράζουν ήδη υπάρχοντα μέσα ή να δημιουργούν νέα. Ωστόσο, το νέο σκηνικό καθορίζεται από το πλαίσιο του κλονισμένου νεοφιλελεύθερου μοντέλου ηγεμονίας και από τη διαρκή κοινωνική πόλωση. Η στράτευση των μέσων στην Ελλάδα μετά το καλοκαίρι του 2015 καθίσταται οπαδική μεταφορικά και κυριολεκτικά: τόσο ως προς την έντονη πόλωση που χαρακτηρίζει τη σχολιαστική δημοσιογραφία όσο και ως προς την άμεση σύνδεση τους με επιχειρηματικά συμφέροντα του επαγγελματικού αθλητισμού. Λογικό παρεπόμενο αυτής της συνθήκης είναι τόσο η προσωπολατρία, η υπέρμετρη ανάδειξη της προσωπικότητας των ιδιοκτητών των μέσων, η εχθρότητα προς τον πολιτικό και «αθλητικό αντίπαλο», η οποία αντίστοιχα αποκρυσταλλώνεται στον ιδιοκτήτη αντίπαλου μέσου/ομάδας, αλλά και η εντεινόμενη διασπορά ψευδεπίγραφων ειδήσεων (fake news).

Τα παραπάνω δεν είναι αντιθετικά ως προς τα γενικά χαρακτηριστικά του περιεχομένου των εμπορικών μέσων τις τελευταίες δεκαετίες. Όπως είδαμε, η στράτευση και η πόλωση συνδυάζονται με την ενημερωδιασκέδαση και την κυριαρχία της «ευχάριστης πληροφόρησης», σε συνθήκες κατακερματισμού του κοινού. Η σύγκλιση αθλητικής και πολιτικής ενημέρωσης και σχολιασμού αποτελεί την ειδική έκφραση αυτών των γενικών τάσεων στην Ελλάδα της κρίσης και της απονομιμοποίησης των μέσων. Φυσικά, απαιτείται ειδική μελέτη για τα χαρακτηριστικά του λόγου των μέσων την τελευταία πενταετία στην Ελλάδα, τον ιδιαίτερο τρόπο που συναρθρώθηκαν διαφορετικά είδη περιεχομένου και το πώς κατασκευάστηκε ρηματικά η πόλωση τόσο μεταξύ των δύο κομμάτων εξουσίας (ΝΔ-ΣΥΡΙΖΑ) όσο και μεταξύ των διαφορετικών επιχειρηματικών συμφερόντων.

Συμπερασματικά, υπάρχουν δύο κεντρικά σημεία που αξίζει να τονιστούν γύρω από τη σχέση νεοφιλελευθερισμού και ΜΜΕ γενικά όσο και στην εθνικά και ιστορικά συγκεκριμένη έκφραση αυτής της σχέσης στην Ελλάδα και στο αντίστοιχο επικοινωνιακό σύστημα.

Το πρώτο σημείο αφορά την εισαγωγή σε μια συνθήκη απονομιμοποίησης του νεοφιλελεύθερου μοντέλου ηγεμονίας. Ας διακινδυνεύσουμε μια αναλογία. Ο Habermas, γράφοντας σχετικά με την κρίση νομιμοποίησης (1992) ουσιαστικά περιέγραψε τις αντιφάσεις και τα όρια του δυτικού μεταπολεμικού μοντέλου ηγεμονίας. Μέσα από την ανάλυση του, διείδε ότι η αυξανόμενη σημασία της κρατικής παρέμβασης σε όλες τις διαστάσεις της κοινωνικής ζωής, συναντάει όρια στο βαθμό που α) δεν νομιμοποιείται πολιτικά αφού οι εκλογικές διαδικασίες αφορούν κάποιες μόνο πλευρές της δράσης του κράτους και β) το κράτος δεν έχει τους πόρους, την οικονομική και οργανωτική δυνατότητα να ανταπεξέλθει στους αναβαθμισμένους στόχους που έχει θέσει στον εαυτό του. Ο Habermas υποτίμησε σε ένα βαθμό την οικονομική διάσταση της κρίσης (μειωμένη κερδοφορία, στασιμοπληθωρισμός) στα μέσα της δεκαετίας του '70. Ωστόσο, αντελήφθη κρίσιμες πλευρές της αμφισβήτησης του κυρίαρχου ιστορικού μπλοκ, όπως αυτή εκφράστηκε στον Μάη του '68 και σε μια σειρά από νεολαιίστικες αλλά και ευρύτερες κινητοποιήσεις. Το ζήτημα δεν είναι μόνο η κρατική

αναποτελεσματικότητα απέναντι σε οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα αλλά και ο κρατικός πατερναλισμός που επιχειρεί να ερμηνεύσει και ικανοποιήσει κοινωνικές ανάγκες, όντας αποκομμένος από τους φορείς τους.

Υπάρχει κάποια αναλογία με τις σημερινές συνθήκες του νεοφιλελευθερισμού; Τα μέσα επικοινωνίας αναλαμβάνουν έναν αναβαθμισμένο ρόλο όπως είδαμε: στη ρύθμιση της παραγωγής αλλά και της κατανάλωσης, στη διαμόρφωση εξω-οικονομικών κινήτρων για την άνοδο της παραγωγικότητας αλλά και στη διαμόρφωση της πολιτικής συμμετοχής. Η διάσταση αυτή είναι ακόμα πιο έντονη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κατεξοχήν πεδίο ανάδυσης νέων πρακτικών στην κατανάλωση αλλά και στη σχετικοποίηση των ορίων μεταξύ παραγωγής και αναπαραγωγής. Με την προσπάθεια μέσων όπως το Facebook και το Twitter να περιορίσουν την εξάπλωση των ψευδεπίγραφων ειδήσεων (fake news), εισέρχονται στο κατεξοχήν πεδίο της δημοσιογραφίας και της δεοντολογίας. Όμως, η συλλογή βάσεων δεδομένων ασύλληπτου μεγέθους, η παρέμβαση στη δημόσια σφαίρα με αυτούς τους όρους, μπορούν να νομιμοποιηθούν απλώς στη βάση των συμφωνιών με τους χρήστες (user agreement); Στην περίπτωση των παραδοσιακών μέσων, η πλαισίωση της οικονομικής κρίσης με όρους ατομικής ευθύνης και ενοχοποίησης των εργαζομένων και των λαϊκών στρωμάτων, μπορεί να αποτελέσει μια μακροπρόθεσμα βιώσιμη επιλογή; Ειδικά αν συνυπολογίσουμε ότι είναι τα ίδια τα μέσα, παραδοσιακά και νέα, που προώθησαν και στήριξαν το μοντέλο δανειοδοτούμενης κατανάλωσης που στη συνέχεια επέκριναν.

Η κατάσταση δυσχεραίνει με την υπονόμηση κάποιων βασικών μηχανισμών που εγγυούνταν την αυτοτέλεια των μέσων επικοινωνίας και των δημοσιογράφων, πάντα εντός κάποιων ορίων. Η συγκέντρωση ιδιοκτησίας και η εντατικοποίηση/αποειδίκευση της δημοσιογραφικής εργασίας συντείνουν σε μια συνθήκη όπου τα μέσα τείνουν όλο και περισσότερο να προσκολλώνται σε φορείς πολιτικής και οικονομικής εξουσίας.

Συνεπώς, μπορεί να υποστηριχθεί ότι τα μέσα επικοινωνίας αντιμετωπίζουν μια κρίση νομιμοποίησης, η οποία βρίσκεται στο επίκεντρο ενός κλονισμού του νεοφιλελεύθερου μοντέλου ηγεμονίας, κατά αναλογία με το πώς η αμφισβήτηση της

κρατικής παρεμβατικότητας βρισκόταν στο επίκεντρο της αμφισβήτησης του κεϋνσιανού μεταπολεμικού μοντέλου. Φυσικά, η θέση αυτή απαιτεί συστηματικότερη μελέτη και έρευνα για να αναδειχθεί και να κατανοηθεί σε όλες τις πλευρές της. Τα όσα έχουν γραφθεί στο πλαίσιο της παρούσας διατριβής αποτελούν ένα μεθοδολογικό πλαίσιο για να διερευνηθεί περαιτέρω μια σύγχρονη εκδοχή της κρίσης νομιμοποίησης.

Ο «υπαρκτός νεοφιλελευθερισμός», σε εθνικό και διεθνές πεδίο, επιχείρησε να συρρικνώσει και να μετασηματίσει τη σφαίρα της πολιτικής, να την εξαγνίσει από το στοιχείο της σύγκρουσης και της διαπάλης. Όμως, αυτό επανέρχεται σταθερά και τα μέσα επικοινωνίας, που ενώ έχουν αναβαθμισμένη σημασία για την κοινωνική ζωή, δεν υπόκεινται σε δημοκρατικό έλεγχο, είναι ευάλωτα και τίθενται στο στόχαστρο.

Το δεύτερο σημείο σχετίζεται με το πρώτο και αφορά την Ελλάδα. Μέσα στην κρίση και ειδικά την περίοδο 2010-2015, το μπλοκ κοινωνικών και πολιτικών συμμαχιών της άρχουσας τάξης αποκαθλώθηκε βίαια, μέσα από κύκλους κοινωνικών κινημάτων και αμφισβήτησης, η οποία έπληξε συντριπτικά την αξιοπιστία των μέσων επικοινωνίας. Παρά τη σχετική σταθεροποίηση των τελευταίων χρόνων –που αποτυπώνεται και στην εναλλαγή κυβέρνησης το 2019 με τη συμπλήρωση τετραετίας για πρώτη φορά μετά από το 2004– το νέο σκηνικό έχει τα στοιχεία που αναφέραμε παραπάνω και οι νέες κοινωνικές και πολιτικές συμμαχίες έχουν ένα πιο περιορισμένο εύρος. Τα παραδοσιακά ΜΜΕ, υπό νέους ιδιοκτήτες, επιδιώκουν να συνδεθούν με συγκεκριμένα τμήματα του κοινού και δεν κάνουν προσπάθεια να καταστούν, έστω σε επίπεδο διακήρυξης, «η φωνή όλων των πολιτών». Το παραπάνω εξελίσσεται σε συνδυασμό με την προσήλωση των μεγαλύτερων ιδιωτικών ΜΜΕ στην κυβερνητική πολιτική της ΝΔ .

Είναι ανοιχτό ζήτημα το αν μπορούμε σε αυτό το πλαίσιο να μιλήσουμε για ανανέωση της ηγεμονίας της άρχουσας τάξης. Πιθανώς είναι πιο ακριβές να μιλήσουμε για μια μόνιμα κλωνισμένη ηγεμονία που βασίζεται σε ένα στενό μπλοκ κοινωνικο-πολιτικών συμμαχιών. Δεν μπορεί να προβλεφθεί το μέλλον ποτέ αλλά με βάση όσα περιγράψαμε, τείνουμε στο ότι η πόλωση θα καταστεί μόνιμο χαρακτηριστικό του



ελληνικού επικοινωνιακού συστήματος τα επόμενα χρόνια μαζί με την αδυναμία των μέσων να ανακτήσουν την προ κρίσης αξιοπιστία τους.

## Ευχαριστίες

Η διατριβή αυτή χρωστάει τόσα πολλά σε τόσους πολλούς που θα ήταν μάταιο να προσπαθήσω να τους καταγράψω όλους και όλες. Κάνω μια επιλογή, ξέροντας ότι θα αδικήσω πολλούς που με βοήθησαν, ο καθένας με τον τρόπο του, για να ολοκληρώσω αυτή την προσπάθεια.

Καταρχάς, ευχαριστώ την Ισμήνη που ήταν μαζί μου (και) σε αυτό το ακαδημαϊκό εγχείρημα, με ανέχθηκε, με βοήθησε, μου έκανε κριτική, με πίεσε τις φορές που ήθελα να τα παρατήσω, χωρίς αυτήν όλα θα είχαν μείνει λειψά. Η Ισμήνη στάθηκε πάντα ενάντια στη γκρίνια και την ηττοπάθεια μου και πάντα βγήκε νικήτρια — και μαζί της και εγώ.

Ευχαριστώ την τριμελή επιτροπή, τους κ.κ. Χαραλάμπη και Παπαθανασόπουλου που, από το προπτυχιακό μέχρι και τη διατριβή, μου έχουν διδάξει τόσα πολλά. Παρά τις επιμέρους διαφωνίες, η κριτική τους είναι πάντα γόνιμη και πάντα με πιέζει να εξελίξω τη σκέψη και τα επιχειρήματά μου. Ιδιαίτερα ευχαριστώ τον επιβλέποντα κ. Γιώργο Πλειό, για τη συνδρομή του όλα αυτά τα χρόνια, τις πολύωρες συζητήσεις. Η κεντρική ιδέα αυτής της διατριβής για τη σχέση των μέσων επικοινωνίας με τον καπιταλισμό βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στο έργο του και ιδιαίτερα στη δική του διατριβή. Επιπλέον, ευχαριστώ τον καθηγητή και φίλο, Γιώργο Μανιάτη που με ενέπνευσε από νωρίς να αγαπήσω την κριτική θεωρία και τον μαρξισμό.

Φυσικά, η διατριβή θα ήταν αδύνατο να πραγματοποιηθεί χωρίς την πάσης φύσεως υποστήριξη της οικογένειάς μου, των γονιών μου, Αγάθη και Ντίνος και της αδερφής μου, Μυρτώ. Συνεχίζουν να έχουν μία υπέρμετρη εμπιστοσύνη στις δυνατότητες μου και για αυτό θα τους ευγνωμονώ για πάντα και πάντα θα φοβάμαι ότι δεν θα είμαι αντάξιος των προσδοκιών τους.

Ειδικότερα, δεν μπορώ να μην αναφέρω τον Κώστα, την Αρχοντούλα και τον Χρήστο με τους οποίους, πέρα από τη φιλία, μοιράστηκα κοινές θεωρητικές αναζητήσεις όλα αυτά

τα χρόνια, την κοινή δουλειά και συνεργασία σε ακαδημαϊκά και πολιτικά εγχειρήματα. Η επόμενη μέρα θα μας βρίσκει πάντα μαζί.

Ευχαριστώ τον Μιχάλη, συνάδελφο διδάκτορα του τμήματος με τον οποίο τα τελευταία χρόνια έχει ξεκινήσει μία πολύ ενδιαφέρουσα συνεργασία που ελπίζω να αντέξει και να συνεχίσει.

Τέλος, δεν μπορώ να μην ευχαριστήσω τους φίλους μου, Αντώνη, Άρτεμις, Βάλια, Δημήτρη, Μάριο, Νάγια, Νίκη, Παναγιώτη γιατί πάντα έδιναν την καλύτερη διέξοδο από το άγχος, πάντα πίστευαν σε μένα και με βοήθησαν να απομυθοποιήσω αυτό που κάνω και, έτσι, να το φέρω σε πέρας. Ευχαριστώ τέλος όλη την παρέα του Κλάιν, Άγγελο, Ακύλα, Βάγια, Γιάννη, Γιώργο, Δαμιανό, Έλσα, Θωμά, Κώστα, Μαρικαίτη, Μιχάλη, Νίκο, Πάνο, Πάρι για την καθοριστική και καθημερινή βοήθεια, ειδικά στα τελευταία χρόνια της διατριβής. Υπέμειναν συνεχή γκρίνια, ασυνάρτητους μονολόγους, απότομες ψυχολογικές μεταπτώσεις, τα δέχθηκαν όλα με υπομονή, τα μετέτρεψαν σε αστεία, σε καλή διάθεση, σε πίστη ότι πρέπει να συνεχίσω

## Βιβλιογραφία

- Abercrombie N., Turner B. S., Hill S., (1984), *The Dominant Ideology Thesis*, Λονδίνο, Routledge
- Adorno W.T., Lowenthal L., Horkheimer M., Marcuse H., (1984), *Τέχνη και Μαζική Κουλτούρα*, Αθήνα, Ύψιλον
- Althusser L., (1999), *Θέσεις*, Αθήνα, Θεμέλιο
- Althusser L., (20015), *Για τον Μαρξ*, Αθήνα, Εκτός Γραμμής
- Anderson P., (2017), *Η Λέξη από «Η»*, Αθήνα, Εκδόσεις του Εικοστού Πρώτου
- Anderson T. (2018), *Ο Βρώμικος Πόλεμος Ενάντια στη Συρία, Ουάσιγκτον, Αλλαγή Καθεστώτος και Αντίσταση*, Αθήνα, Κόκκινη Ορχήστρα
- Ang I. (1991), *Desperately Seeking the Audience*, Λονδίνο, Routledge
- Archibugi D. (2004), *Cosmopolitan democracy and its critics*, *SAGE Publications and ECPR-European Consortium for Political Research*, 10(3): 437–473
- Artz B. L. (2019), *Global Media Practices and Cultural Hegemony: Growing, Harvesting, and Marketing the Consuming Audience στο Media, Ideology and Hegemony*, επιμ. Savaş Çoban, Σικάγο, Haymarket Books, σελ.4-41
- Avilés J., Alberó G., León B., Sanders K. & Harrison J., (2004), *Journalists in Digital Television Newsrooms in Britain and Spain: Workflow and Multi-skilling in a Competitive Environment. Journalism Studies*, 5 (1): 87–100.
- Bagdikian B.H. (2004), *The New Media Monopoly*, Βοστώνη, Beacon Press
- Βαμβακάς Β., (2014), *Ο Λόγος της Κρίσης*, Θεσσαλονίκη, Επίκεντρο
- Bantz, C. R., McCorkle S. & Baade R. C.. (1980)., *The News Factory*, *Communication Research*, 7(1): 45–68.
- Baran P. & Sweezy P., (1972), *Μονοπωλιακός Καπιταλισμός*, Αθήνα, Gutenberg
- Bates T., (1975). Gramsci and the Theory of Hegemony. *Journal of the History of Ideas* 36 (2):351-366
- Barthes R., (1979), *Μυθολογίες, Μάθημα*, Αθήνα, Κέδρος
- Βατικιώτης Λ., (2018), *Η απατηλή και παρηγορητική «θεωρία του ξέφωτου» στο Έξοδος Αδιέξοδο. Η Κληρονομιά των Μνημονίων και οι Ανοιχτοί Λογαριασμοί*, (επιμ. Λεωνίδας Βατικιώτης), σελ. 117-138
- Baudrillard J., (1990), *Ο Καθρέφτης της Παραγωγής ή Η Κριτική Αυταπάτη του Ιστορικού Υλισμού*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια
- Baudrillard J., (1995), *The Gulf War Did Not Take Place*, Μπλούμινγκτον, Indiana University Press

- Bauman Z., (2017), *Ρευστοί Καιροί. Η Ζωή την Εποχή της Αβεβαιότητας*, Αθήνα, Μεταίχμιο
- Bauman Z., (2008), *Ζωή για Κατανάλωση*, Αθήνα, Πολύτροπον
- Bell D. (1965), *The End of Ideology*, Νέα Υόρκη, Free Press
- Bennett W.L., (1990), Toward a Theory of Press-State Relations in the United States, *Journal of Communication*, 40(2):103–127
- Bennett W.L, Lawrence R.G. & Livingston S., (2007), *When the Press Fails. Political Power and the News Media from Iraq to Katrina*, Σικάγο, University of Chicago Press
- Βερναρδάκης Χ., (2011), *Πολιτικά Κόμματα, Εκλογές και Κομματικό Σύστημα. Οι μετασχηματισμοί της Πολιτικής Αντιπροσώπευσης 1990-2010*, Αθήνα, Σάκκουλας
- Bleiker, R. Campbell D. Hutchison, E. & Nicholson X. (2013), The visual dehumanisation of refugees, *Australian Journal of Political Science*, 48(4): 398-416
- Boothman D, (2008), The Sources for Gramsci's Concept of Hegemony, *Rethinking Marxism*, 20(2): 201-215
- Branston G., (1993), Infotainment: A Twilight zone, Innovation, *The European Journal of Social Science Research*, 6(3): 351-358
- Brecht B., (1991), Το ραδιόφωνο ως μηχανισμός επικοινωνίας στο *Το Μήνυμα του Μέσου*, επιμ. Κώστας Λιβιεράτος & Τάκης Φραγκούλης, Αθήνα, Αλεξάνδρεια, σελ. 224-232, 4<sup>η</sup> έκδοση
- Briziarelli B. & Hoffmann J., (2019), Hegemony and the Media: A Culturally Materialist Narrative of Digital Labor in Contemporary Capitalism στο *Media, Ideology and Hegemony*, επιμ. Savaş Çoban, Σικάγο, Haymarket Books, σελ.107-124
- Broudy D. & Tanji M., (2018), System Security: A Missing Filter for the Propaganda Model? στο *The Propaganda Model Today. Filtering Perception and Awareness*, (επιμ. Joan Pedro-Caranana, Daniel Broudy & Jeffery Klaehn, Λονδίνο, University of Westminster Press, Σελ. 93-106
- Brown W. (2003), *Edgework. Critical Essays on Knowledge and Politics*, Νιου Τζέρσεϊ, Princeton University Press
- Bukharin N., (2004), *Ιμπεριαλισμός και Παγκόσμια Οικονομία*, Αθήνα, Μαρξιστικό Βιβλιοπωλείο
- Γαλάνης Γ. & Παπαδόπουλος Γ., (2003), *Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, Εξουσία και Πόλεμος στο Ιράκ*, Αθήνα, Παπαζήσης
- Carchedi, G. (2014), Old wine, new bottles and the Internet, *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 8 (1): 69-87
- Chakraborty S. L., (2016), Gramsci's Idea of Civil Society, *International Journal of Research in Humanities and Social Studies*, 3(6):19-27
- Chomsky N., (2000), *Οι Διανοούμενοι και το Κράτος*, Αθήνα, Ελεύθερος Τύπος

- Chomsky N., (2008), *Ισχύει Ό,τι Πούμε Εμείς. Για την Εξουσία των ΗΠΑ σ' έναν Κόσμο που Αλλάζει*, Αθήνα, Πατάκης
- Coban S. (2019), *Hegemony, Ideology, Media στο Media, Ideology and Hegemony*, (επιμ. Savaş Çoban, Σικάγο), Haymarket Books, σελ. 90-106
- Crespy A. & Ladi S., (2019), In the name of 'the people'? Popular Sovereignty and the 2015 Greek referendum, *Journal of European Integration*, 41(7): 871-885
- Crouch C. (2006), *Μεταδημοκρατία*, Αθήνα, Εκκρεμές
- Crouch C. (2011), *Ο Περίεργος Μη Θάνατος του Νεοφιλελευθερισμού*, Αθήνα, Εκκρεμές
- Curran J., (2003), *Media and Power*, Λονδίνο, Routledge
- Curran J., (2011), Μαζικά μέσα και δημοκρατία στο *MME και Κοινωνία*, (επιμ. James Curran & Michael Gurevitch), Αθήνα, Πατάκης, σελ. 123-175, 7η έκδοση
- Cushion S. (2007). Rich Media, Poor Journalists: Journalists' Salaries *Journalism Practice*, 1 (1): 120-129
- Δαρεμάς Γ. (2004), Τηλεόραση και Αγορά στο *Τηλεόραση και Ελληνική Κοινωνία* (επιμ. Διαμαντής Λεβεντάκος), Αθήνα, Εικών, σελ. 35-72
- Dean, J. (2019), Critique or Collectivity? Communicative Capitalism and the Subject of Politics στο *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data*, (επιμ. David Chandler & Christian Fuchs), Λονδίνο, University of Westminster Press
- Debord G. (1986), *Η Κοινωνία του Θεάματος*, Αθήνα, Ελεύθερος Τύπος
- Della Porta, D., (2020), Protests as critical junctures: some reflections towards a momentous approach to social movements. *Social Movement Studies*, 19(5-6): 556-575.
- Della Vigna S. & Kaplan E., (2007), The Fox news effect: Media bias and voting, *Quarterly Journal of Economics*, 122(3):1187-1234
- Δεμερτζής Ν., (2002), *Πολιτική Επικοινωνία*, Αθήνα, Παπαζήσης
- Δεμερτζής Ν. & Αρμενάκης Α., (2002), Οι βουλευτικές εκλογές του 1996 και του 2000 στον ελληνικό επαρχιακό Τύπο στο *Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα*, επιμ. Νίκος Δεμερτζής, Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 211-232
- Deuze M. (2008), Understanding Journalism as Newswork: How It Changes and How It Remains the Same, *Communication and Culture*, 5 (2): 4-23
- Deuze M. & Marjoribanks T., (2009), Newswork. *Journalism*, 10 (5): 555-561
- Διαμαντούρος Ν., (2000), *Πολιτισμικός Δυισμός και Πολιτική Αλλαγή στην Ελλάδα της Μεταπολίτευσης*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια

Diani M. & Kousis M., (2014), The Duality of Claims and Events: The Greek Campaign Against the Troika's Memoranda and Austerity, 2010-2012, *Mobilization: An International Quarterly*, 19(4): 387–404.

Δοξιάδης Κ. (2016), *Προπαγάνδα*, Αθήνα, Νήσος

Doudaki V., (2015), Legitimation Mechanisms in the Bailout Discourse, *Javnost - The Public*, 22(1):1-17

Doudaki V., Boubouka A., Spyridou L.P. & Tzalavras C., (2016), Dependency, (non)liability and austerity news frames of bailout Greece, *European Journal of Communication*, 31(4): 426-445

Dreier P., (1982), Capitalists vs. the media: an analysis of an ideological mobilization among business leaders. *Media, Culture & Society*, 4(2): 111–132.

Dumenil G. & Levy D., (2017), *Η Κρίση του Νεοφιλελευθερισμού*, Αθήνα, Angelus Novus

Eagleton T., (1991), *Ideology*, Λονδίνο, Verso

Edelman M., (1999), *Η Κατασκευή του Πολιτικού Θεάματος*, Αθήνα, Παπαζήσης

Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (2020), Αναφορά Πολιτικής Πολυφωνίας – 2019, διαθέσιμο στο <https://www.esr.gr/wp-content/uploads/EPOL2019.pdf>

Ένωση Ιδιοκτητών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών, (2007), Ετήσιο Δελτίο Κυκλοφορίας, διαθέσιμο σε <https://www.eihea.com.gr/eihea.php?contentid=180>

Ένωση Ιδιοκτητών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών, (2008), Ετήσιο Δελτίο Κυκλοφορίας, διαθέσιμο σε <https://www.eihea.com.gr/eihea.php?contentid=180>

Enzensberger H., (1981), *Για μια Θεωρία των Μέσων Επικοινωνίας*, Αθήνα, Επίκουρος

Ερευνητική Ομάδα Γλασκώβης, (1989), Περισσότερες κακές ειδήσεις. Μέρος Α: Η παρουσίαση της οικονομικής κρίσης και του κοινωνικού συμβολαίου – μια εμπειρική μελέτη στο *Κοινωνία, Εξουσία & Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*, (επιμ. Μαρία Κομνηνού & Χρήστος Λυριντζής), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 241-272

ΕΣΗΕΑ (2019α), Στατιστικά στοιχεία ανεργία, Γραφείο Υποστήριξης Ανέργων, Κοινωνικής Αλληλεγγύης και Υλοποίησης Προγραμμάτων, προσβάσιμο στο <https://www.esiea.gr/wp-content/uploads/2019/10/%CE%A3%CE%A4%CE%91%CE%A4%CE%99%CE%A3%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%91-%CE%A3%CE%A4%CE%9F%CE%99%CE%A7%CE%95%CE%99%CE%91-%CE%91%CE%9D%CE%95%CE%A1%CE%93%CE%99%CE%91%CE%A3-%CE%91%CE%A0%CE%9F-%CE%95%CE%A3%CE%97%CE%95%CE%91.pdf>

ΕΣΗΕΑ (2019β), Παράρτημα – ΜΜΕ που έκλεισαν από το 2009, προσβάσιμο στο <https://www.esiea.gr/wp-content/uploads/2019/10/%CE%A0%CE%91%CE%A1%CE%91%CE%A1%CE%A4%CE%97%CE%9C%CE%91-%CE%9C%CE%9C%CE%95-%CE%A0%CE%9F%CE%A5-%CE%95%CE%9A%CE%9B%CE%95%CE%99%CE%A3%CE%91%CE%9D-%CE%91%CE%A0%CE%9F-%CE%A4%CE%9F-2009.pdf>

Eurobarometer, (2011), Standard Eurobarometer 74, διαθέσιμο στο <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/918>

Eurobarometer, (2012), Standard Eurobarometer 78, διαθέσιμο στο <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/1069>

Eurobarometer, (2014), Standard Eurobarometer 82, διαθέσιμο στο <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2041>

Έχτλερ Ή., (2013), Η ελληνική δημοσιονομική κρίση στο γερμανικό Τύπο, στο *Η κρίση και τα ΜΜΕ*, (επιμ. Γιώργος Πλειός), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 181-226

Ζάραλη Κ. & Φραγκονικολόπουλος Χ. Α., (2013), Οικονομική κρίση και «εθνικός εαυτός». Η περίπτωση των ελληνικών newportal και blogs στο *Η κρίση και τα ΜΜΕ*, (επιμ. Γιώργος Πλειός), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 271-312

Fiske J. (2011), Μεταμοντερνισμός και τηλεόραση στο *ΜΜΕ και Κοινωνία*, (επιμ. James Curran & Michael Gurevitch), Αθήνα, Πατάκης, σελ. 84-102, 7<sup>η</sup> έκδοση

Fominaya C. (2017), European anti-austerity and pro-democracy protests in the wake of the global financial crisis, *Social Movement Studies*, 16 (1): 1-20

Foster B. J. & McChesney R. (2012), The Global Reserve Army of Labor and the New Imperialism στο *The Endless Crisis. How Monopoly-Finance Capital Produces Stagnation and Upheaval from the USA to China*, Νέα Υόρκη: Monthly Review Press, σελ. 485-501

Friedman M., (2012), *Καπιταλισμός και Ελευθερία*, Αθήνα, Παπαδόπουλος

Fuchs C. (2014), *Social Media: A Critical Introduction*, Λονδίνο, Sage.

Fuchs C. (2015), *Culture and Economy in the Age of Social Media*, Νέα Υόρκη, Routledge

Fuchs C. (2017), Dallas Smythe Today – The Audience Commodity, the Digital Labour Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. Prolegomena to a Digital Labour Theory of Value στο *Marx and the Political Economy of the Media*, (επιμ. Christian Fuchs & Vincent Mosco), Σικάγο, Haymarket Books, σελ. 522-599

Fukuyama F., (1989), The End of History? *The National Interest*, No. 16, σελ. 3-18

Galbraith J.K., (1969), *Το Νέον Βιομηχανικόν Κράτος*, Αθήνα, Παπαζήσης

Garnham N., (2003), *Χειραφέτηση και Νεωτερικότητα. Ο Ρόλος των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης*, Αθήνα, Καστανιώτης

Garnham N., (1989), Συνεισφορά σε μια πολιτική οικονομία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας στο *Κοινωνία, Εξουσία & Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*, (επιμ. Μαρία Κομνηνού & Χρήστος Λυριντζής), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 147-193

Golding, P. & Middleton S., (1979), Making claims: news media and the welfare state. *Media, Culture & Society*, 1(1): 5–21.



- Glasgow Media Group, (1995), *Reader Volume 2: Industry, Economy, War and Politics*, (επιμ. Greg Philo), Λονδίνο, Routledge
- Gramsci A., (1999), *Selections from the Prison Notebooks*, Λονδίνο, Electric Book Company
- Gramsci A., (2005α), *Για τον Μακιαβέλι*, Αθήνα, Ηριδανός
- Gramsci A., (2005β), *Οι Διανοούμενοι*, Αθήνα, Στοχαστής
- Gramsci A., (2005γ), *Η Οργάνωση της Κουλτούρας*, Αθήνα, Στοχαστής
- Gramsci A., (2008), *Ιστορικός Υλισμός*, Αθήνα, Οδυσσέας
- Gramsci A., (2009), *Πολιτικά Κείμενα*, Αθήνα, Οδυσσέας
- Glasgow Media Group (1995), *The Glasgow Media Group Reader, Vol. II, Industry, Economy, War and Politics*, επιμ. Greg Philo, Λονδίνο, Routledge
- Guha R., (1997), *Dominance without Hegemony: History and Power in Colonial India*, Κέμπριτζ, Μασαχουσέτη, Harvard University Press
- Habermas J., (1992), *Legitimation Crisis*, Κέμπριτζ ΗΒ, Polity Press
- Habermas J., (1997), *Αλλαγή Δομής της Δημοσιότητας*, Αθήνα, Νήσος
- Habermas J. (2011), *Για ένα Σύνταγμα της Ευρώπης*, Αθήνα, Πατάκης
- Habermas J. (2012), The Crisis of European Union in the light of Constitutionalization of International Law, *European Journal of International Law*, 23(2): 335-348
- Hackett R.A. (1984), Decline of a Paradigm? Bias and Objectivity in News Media Studies, *Critical Studies in Mass Communication*, 1(3): 229-259
- Haigh, M. M. et al., (2006), A Comparison of Embedded and Nonembedded Print Coverage of the U.S. Invasion and Occupation of Iraq. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(2): 139–153
- Hall S., Critcher C., Jefferson T., Clarke J. & Roberts B. (1978), *Policing the Crisis. Mugging, the State and Law and Order*, Λονδίνο, McMillan Press
- Hall S., (1980), Encoding/decoding στο *Culture, Media Language*, (επιμ. Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe & Paul Willis), Λονδίνο, Hutchinson, σελ. 128-139
- Hall S., Critcher C., Jefferson T., Clarke J. & Roberts B. (1989), Η Αστυνόμευση της Κρίσης – Η εξισορρόπηση των εκδοχών. Η εκμετάλλευση του Χάντσογουορθ στο *Κοινωνία, Εξουσία & Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*, (επιμ. Μαρία Κομνηνού & Χρήστος Λυριντζής), Αθήνα, Παπαζήσης σελ. 273-323
- Hall S., (2005). New Labour's Double-shuffle. *Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 27(4): 319–335.
- Hallin D.C., (1986), *The "Uncensored War". The Media and Vietnam*, Νέα Υόρκη, Oxford University Press

- Hallin D., (1992), Sound Bite News: Television Coverage of Elections, 1968–1988, *Journal of Communication*, 42(2): 5–24
- Hallin D. C. & Gitlin, T., (1993), Agon and ritual: The Gulf War as popular culture and as television drama. *Political Communication*, 10(4): 411–424.
- Hallin D.C. & Mancini P., (2004), *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Κέμπριτζ, HB, Cambridge University Press
- Hardt H., (2004), *Myths for the Masses: An Essay on Mass Communication*, Νιού Τζέρσεϊ Wiley-Blackwell
- Harmes A. (2006), Neoliberalism and multilevel governance, *Review of International Political Economy*, 13(5): 725-749
- Harvey D., (2007α), *Η Κατάσταση της Μετανεωτερικότητας*, Αθήνα, Μεταίχμιο
- Harvey D., (2007β), *A Brief History of Neoliberalism*, Οξφόρδη, Oxford University Press
- Haye De La Y., (1979), *Marx and Engels on the Means of Communication*, Νέα Υόρκη, International Mass Media Research Center
- Hayek F. A., (1978), *The Constitution of Liberty*, Σικάγο, University of Chicago Press
- Hayek F. A., (2005), *The Road to Serfdom (Condensed edition)*, The Intellectuals and Socialism, Λονδίνο, Institute of Economic Affairs
- Hayek F. A., (2006), *The Road to Serfdom*, Νέα Υόρκη, Routledge
- Herman E. & Chomsky N. (1994), *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media*, Λονδίνο, Vintage Books
- Iyengar S., (1991), *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*, Σικάγο, University of Chicago Press
- Jameson F., (2012), *A Singular Modernity*, Λονδίνο, Verso
- Johnson R. (2007), Post-hegemony?: I Don't Think So, *Theory, Culture & Society*, 24(3): 95-110
- Κακεπάκη Μ., (2002), Τηλεόραση και εκλογική συμπεριφορά: Οι εκλογές της 9<sup>ης</sup> Απριλίου 2000 στο *Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα*, (επιμ. Νίκος Δεμερτζής), Αθήνα, Καστανιώτης, σελ. 141-172
- Kanellopoulos K., Kostopoulos K., Papanikolopoulos D. & Rongas V. (2017), Competing modes of coordination in the Greek anti-austerity campaign, 2010–2012, *Social Movement Studies*, 16(1): 101-118
- Kanellopoulos K. & Kousis M., (2018), Protest, Elections and Austerity Politics in Greece στο *Living Under Austerity: Greek Society in Crisis* (επιμ. Evdoxios Doxiadis & Aimee Placas), Νέα Υόρκη, Berghahn, σελ.90-112

- Karyotis G. & Rüdiger W., (2018) The Three Waves of Anti-Austerity Protest in Greece, 2010–2015, *Political Studies Review*, 16(2): 158-169
- Katrakilidis C. & Trachanas E., (2011), Has the Accession of Greece in the EU Influenced the Dynamics of the Country's "Twin Deficits"? An Empirical Investigation, *European Research Studies*, 14(1):45-54
- Keane J. (2000), *Μέσα Επικοινωνίας και Δημοκρατία*, Αθήνα, Πατάκης
- Katz, E., Blumler, J.G., & Gurevitch, M., (1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4): 509-524
- Kellner D., (2003), *Media Spectacle*, Λονδίνο, Routledge
- Keynes J. M., (2001), *Η Γενική Θεωρία της Απασχόλησης, του Τόκου και του Χρήματος*, Αθήνα, Παπαζήσης
- Keynes J. M., (2009), *The Economic Consequences of the Peace*, Merchant Books
- Klein N. (2010), *Το Δόγμα του Σοκ. Η άνοδος του Καπιταλισμού της Καταστροφής*, Αθήνα, Λιβάνης
- Κονδύλης Π., (2011), *Οι Αιτίες της Παρακμής της Σύγχρονης Ελλάδας. Η καχεξία του Αστικού Στοιχείου στη Νεοελληνική Κοινωνία και Ιδεολογία*, Αθήνα, Θεμέλιο
- Κουζής Γ., (2018), Η εργασία στη δίνη των μνημονίων στο Έξοδο Αδιέξοδο. Η Κληρονομιά των Μνημονίων και οι Ανοιχτοί Λογαριασμοί, (επιμ. Λεωνίδας Βατικιώτης), στο *Crisis, Movement, Strategy: The Greek Experience*, (επιμ. Panagiotis Sotiris), Σικάγο, Haymarket, σελ. 159-178
- Kouzis G., (2019), Labour under Attack during the Period of Crisis and Austerity, στο *Crisis, Movement, Strategy: The Greek Experience*, (επιμ. Panagiotis Sotiris), Σικάγο, Haymarket Books, σελ. 119-130
- Kountouri, F. & Nikolaidou, A. (2019), Bridging dominant and critical frames of the Greek debt crisis: mainstream media, independent journalism and the rise of a political cleavage, *Journal of Contemporary European Studies*, 27(1): 96-108
- Laclau E. & Mouffe Ch., (2001), *Hegemony and Socialist Strategy. Towards a Radical Democratic Politics*, Λονδίνο, Verso, 2<sup>η</sup> έκδοση
- Λαζαρέτου Σ. (2016), *Φυγή ανθρώπινου κεφαλαίου, Η σύγχρονη τάση μετανάστευσης των Ελλήνων στα χρόνια της κρίσης*, Οικονομικό δελτίο, τ. 44, Τράπεζα της Ελλάδος
- Λαπαβίτσας Κ. (2010), *Η Ευρωζώνη ανάμεσα στη Λιτότητα και τη Στάση Πληρωμών*, Αθήνα, Λιβάνης
- Larrain J., (1983), *Marxism and Ideology*, Λονδίνο, MacMillan Press
- Lash S. (2007), Power after Hegemony: Cultural Studies in Mutation? *Theory, Culture & Society*, 24(3): 55-78
- Lazzarato M. (2014), *Η Κατασκευή του Χρεωμένου Ανθρώπου*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια

Leandros N., (2010), Media Concentration and Systemic Failures in Greece, *International Journal of Communication*, vol.4: 886-905

Λεάνδρος Ν., (2013), Τα Μέσα στο επίκεντρο της κρίσης. Τα οικονομικά αποτελέσματα οκτώ μεγάλων επιχειρήσεων στο *Η κρίση και τα ΜΜΕ*, (επιμ. Γιώργος Πλειός), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 31-58

Lekakis E., (2017) Documentary, media activism and anti-austerity in Greece: the #greekdocs archive, *Journal of Alternative and Community Media*, 2: 28-44

Lenin V. (1975), *Τι Είναι οι «Φίλοι του Λαού» και Πώς Πολεμούν τους Σοσιαλδημοκράτες*, Αθήνα, Θεμέλιο

Lenin V., (1986), *Άπαντα, τόμος 6*, Αθήνα, Σύγχρονη Εποχή

Lenin V., (1988), *Άπαντα, τόμος 27*, Αθήνα, Σύγχρονη Εποχή

Λιόσης Β., (2012), *Ιμπεριαλισμός και εξάρτηση. Η προσέγγιση του Λένιν, η περίπτωση της Ελλάδας και κριτική του σχήματος της αλληλεξάρτησης*, Αθήνα, ΚΨΜ

Lipietz A. (1987), *Mirages and Miracles. The Crisis of Global Fordism*, Λονδίνο, Verso

Λογοθέτη Μ., (2002), Η κατασκευή της συναίνεσης στη Μεταπολίτευση. Καταστέλλοντας την κατάληψη του Πολυτεχνείου το '95 στο *Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα*, επιμ. Νίκος Δεμερτζής, Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 281-326

Lukács G., (1980), *The Ontology of Social Being, Volume 3: Labour*, Λονδίνο, Merlin

Lukács G., (2001), *Ιστορία και Ταξική Συνείδηση*, Αθήνα, Οδυσσέας, β' έκδοση

Μαδιανού Μ., (2002), Εθνική ταυτότητα και τηλεοπτικός λόγος: Το Κόσοβο την ελληνική τηλεόραση στο *Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα*, (επιμ. Νίκος Δεμερτζής), Αθήνα, Καστανιώτης, σελ. 327-366

Majone G. (1997), The new European agencies: regulation by information, *Journal of European Public Policy*, 4(2): 262-275

Majone G. (2005), *Dilemmas of European Integration, The Ambiguities & Pitfalls of Integration by Stealth*, Οξφόρδη, Oxford University Press

Μανιάτης Γ., (2011), *Η Διαλεκτική της Χειραφέτησης*, Αθήνα, Στοχαστής

Maniatis Th., (2015), The fiscal crisis in Greece: Whose fault? στο *Greek Capitalism in Crisis. Marxist Analyses* (επιμ. St. Mavroudeas), Λονδίνο, Routledge, σελ. 33-50

Maniatis Th. & Passas C., (2015), The law of the falling rate of profit in the Post-war Greek economy στο *Greek Capitalism in Crisis. Marxist Analyses* (επιμ. St. Mavroudeas), Λονδίνο, Routledge, σελ. 105-129

Marcuse H. (1971), *Ο Μονοδιάστατος Άνθρωπος*, Αθήνα, Παπαζήσης

Marcuse H. (1974), *Αντεπανάσταση και Εξέγερση*, Αθήνα, Παπαζήσης

- Marx K., (1978), *Κριτική της Εγελιανής Φιλοσοφίας του Κράτους και του Δικαίου*, Αθήνα, Παπαζήσης
- Marx K. (1986), *Η 18<sup>η</sup> Μπρυμαίρ του Λουδοβίκου Βοναπάρτη*, Αθήνα, Θεμέλιο
- Marx K. (1989), *Βασικές Γραμμές της Κριτικής της Πολιτικής Οικονομίας- Grundrisse*, τόμ.1, Αθήνα, Στοχαστής.
- Marx K. (1990), *Βασικές Γραμμές της Κριτικής της Πολιτικής Οικονομίας- Grundrisse*, τόμ.2, Αθήνα, Στοχαστής.
- Marx K. & Engels Fr., (1997), *Η Γερμανική Ιδεολογία*, τόμ. 1, Αθήνα, Gutenberg.
- Marx K. (2009), *Το Κεφάλαιο*, τόμ. 1, Αθήνα, Σύγχρονη Εποχή
- Marx K. (2012), *Οικονομικά και Φιλοσοφικά Χειρόγραφα 1844*, Αθήνα, Μαρξιστικό Βιβλιοπωλείο
- Mattelart A., (1979), For A Class Analysis of Communication στο *Communication and Class Struggle*, τόμ. 1, επιμ. Armand Mattelart & Seth Siegelau, Νέα Υόρκη, International Mass Media Research Center
- Mattelart, A., (2000), *Networking the World, 1794-2000*, Μινεάπολη, University of Minnesota Press.
- Mavroudeas S. & Paitaridis, D., (2013), The Greek saga: competing explanations of the Greek crisis - A Marxist Alternative, *1<sup>st</sup> World Keynes Conference*, Izmit University, Τουρκία, διαθέσιμο στο <https://www.researchgate.net/publication/252515850>
- McBarnet, A., (1979). Disciplining the journalist: an investigation of training methods. *Media, Culture & Society*, 1(2): 181–193.
- McChesney R. W., (1997), *Corporate Media and the Threat to Democracy*, Νέα Υόρκη, Seven Stories Press
- McCombs M., Einsiedel E. & Weaver N., (2009), *Τα Μαζικά Μέσα Ενημέρωσης και η Διαμόρφωση της Κοινής Γνώμης*, Αθήνα, Καστανιώτης
- McLuhan M., (1990), *Μέδια οι προεκτάσεις του ανθρώπου*, Αθήνα, Κάλβος
- McNair B., (2000), *Journalism and Democracy. An Evaluation of the Political Public Sphere*, Λονδίνο, Routledge
- McNair B., (2011), *Εισαγωγή στην Πολιτική Επικοινωνία*, Αθήνα, Παπαζήσης
- McQuail, D., (2011), Μαζικά Μέσα και Δημόσιο Συμφέρον στο *MME και Κοινωνία*, (επιμ. James Curran & Michael Gurevitch), Αθήνα, Πατάκης, σελ. 103-123, 7η έκδοση
- Meyer Th. & Hinchman L., (2008), *Από τη Δημοκρατία των Κομμάτων στη Δημοκρατία των MME*, Αθήνα, Πολύτροπον
- Michael-Matsas S. (2010), Greece and the World Capitalist Crisis, *Critique: Journal of Socialist Theory*, 38(3): 489-502

- Moravcsik A. (2002), In defense of "democratic deficit". Reassessing legitimacy in the European Union, *Journal of Common Market Studies*, 40(4): 603-624
- Mosco V., (2004), *The Digital Sublime. Myth, Power, Cyberspace*, Κέμπριτζ, Μασαχουσέτη, MIT Press
- Mosco V., (2009), *The Political Economy of Communication*, Λος Άντζελες, Sage Publications
- Mouffe C., (1998), The Radical Centre. A Politics without Adversary, *Soundings* no.9: 11-23
- Mouffe C., (2010), *Επί του Πολιτικού*, Αθήνα, Εκκρεμές
- Μπαλτά Ν. & Παπαδημητρίου Δ., (1993), *Σημειώσεις για την Ιστορία του Τύπου. Η Ελληνική και η Ευρωπαϊκή Διάσταση*, Αθήνα, Οδυσσέας
- Μπιτσάκης Ε. (1986), *Θεωρία και Πράξη. Προβλήματα της Φιλοσοφίας του Ανθρώπου*, Αθήνα, Gutenberg
- Mullen A., (2018), The 2008 Financial Crisis, the Great Recession and Austerity in Britain: Analysing Media Coverage Using the Herman-Chomsky Propaganda Model στο *The Propaganda Model Today. Filtering Perception and Awareness*, (επιμ. Joan Pedro-Caranana, Daniel Broudy & Jeffery Klaehn, Λονδίνο, University of Westminster Press, Σελ. 193-222
- Murdock G. (1978), Blindspots about Western Marxism. A Reply to Dallas Smythe στο *The Political Economy of the Media I*, (επιμ. Peter Golding & Graham Murdock), Cheltenham, Edward Elgar, σελ. 465-474
- Murdock G. (2017), Mediatisation and the Transformation of Capitalism. The Elephant in the Room, *Javnost - The Public*, 24(2): 119-135
- Mylonas Y., (2012), Media and the Economic Crisis of the EU: The 'Culturalization' of a Systemic Crisis and Bild-Zeitung's Framing of Greece, *tripleC*, 10(2): 646-671
- Μυλωνάς Γ. & Κομπατσιάρης Π., (2013), «Πολιτισμικές» ερμηνείες της «ελληνικής κρίσης χρέους». Όψεις του νεοφιλελεύθερου Λόγου στον ελληνικό δημόσιο χώρο στο *Η κρίση και τα ΜΜΕ*, (επιμ. Γιώργος Πλειός), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 387-420
- Mylonas Y., (2014), Crisis, Austerity and Opposition in Mainstream Media Discourses of Greece, *Critical Discourse Studies*, 11(3): 305–321
- O'Malley P., (1981). Capital accumulation and press freedom, 1800—1850, *Media, Culture & Society*, 3(1), 71–83.
- Örnebring H., (2010), Technology and journalism-as-labour: Historical Perspectives. *Journalism*, 11 (1): 57-74
- Ottosen R. (1992), The media and the Gulf War reporting: Advertising for the arms industry? *Bulletin of Peace Proposals*, 23(1):71-83

- Παναγιωτοπούλου Ρ., (2013), [www.real-democracy.gr](http://www.real-democracy.gr): Οι επικοινωνιακές πρακτικές του κινήματος των Αγανακτισμένων στο *Η κρίση και τα ΜΜΕ*, (επιμ. Γιώργος Πλειός), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 421-461
- Παπαγεωργίου Ν.Ι. (1982), Ορισμένες εννοιολογικές διευκρινίσεις για τον όρο του ιστορικού υλισμού «ιδεολογία», *Επιστημονική Σκέψη*, τεύχος 10:39-54
- Παπαθανασόπουλος Σ.(1997α), *Η Δύναμη της Τηλεόρασης*, Αθήνα, Καστανιώτης
- Parathanassopoulos S., (1997β), The Politics and the Effects of the Deregulation of Greek Television, *European Journal of Communication*, 12(3): 351–368
- Parathanassopoulos S., (1999), The effects of media commercialization on journalism and politics in Greece, *The Communication Review*, 3(4): 379-402
- Παπαθανασόπουλος Σ., (2002), Τηλεόραση και Εκλογές στην Ελλάδα τη δεκαετία 1990-2000 στο *Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα*, (επιμ. Νίκος Δεμερτζής), Αθήνα, Καστανιώτης, σελ. 39-94
- Παπαθανασόπουλος Σ., (2010), *Πολιτική και ΜΜΕ. Η Περίπτωση της Νότιας Ευρώπης*, Αθήνα, Καστανιώτης, 3<sup>η</sup> έκδοση
- Παπαθανασόπουλος Σ. & Καραδημητρίου Α., (2013), Η εικόνα της Ελλάδας στα ευρωπαϊκά μέσα ενημέρωσης κατά την πορεία προς το μνημόνιο στο *Η κρίση και τα ΜΜΕ*, (επιμ. Γιώργος Πλειός), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 135-180
- Παπακωνσταντίνου Π., (2008), *Το Χρυσό Παραπέτασμα*, Αθήνα, Λιβάνης
- Parsons T. & White W. (1991), Τα Μαζικά Μέσα και η Δομή της Αμερικανικής Κοινωνίας στο *Η Κουλτούρα των Μέσων*, (επιμ. Κώστας Λιβιεράτος & Τάκης Φραγκούλης), Αθήνα, Αλεξάνδρεια
- Πλειός Γ., (1993), *Κινούμενη Εικόνα και Καλλιτεχνική Επικοινωνία*, Αθήνα, Δελφίνι
- Πλειός Γ., (2001), *Ο Λόγος της Εικόνας*, Αθήνα, Καστανιώτης
- Πλειός Γ., (2002), Η ιδιωτικοποίηση των ΜΜΕ και η διαμόρφωση του (τηλεοπτικού) πολιτικού λόγου στο *Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα*, επιμ. Νίκος Δεμερτζής, Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 235-280
- Πλειός Γ., (2011), *Η Κοινωνία της Ενημέρωσης*, Αθήνα, Καστανιώτης
- Πλειός, Γ. (2013), Τα ΜΜΕ απέναντι στην κρίση: έντονη υιοθέτηση της λογικής των ελίτ στο *Η κρίση και τα ΜΜΕ*, (επιμ. Γιώργος Πλειός), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 87-134
- Pleios G., (2017), Communication and Symbolic Capitalism – Rethinking Marxist Communication Theory in the Light of the Information Society στο *Marx and the Political Economy of the Media*, επιμ. Christian Fuchs & Vincent Mosco, Σικάγο, Haymarket, σελ. 98-137
- Postman N., (2007), *Διασκέδαση Μέχρι Θανάτου. Ο Δημόσιος Λόγος στην Εποχή του Θεάματος*, Αθήνα, Κατάρτι
- Πουλακιδάκος Σ., (2013), *Προπαγάνδα και Δημόσιος Λόγος*, Αθήνα, Da Vinci

Πουλακιδάκος Σ. & Κάρουλας Γ., (2013), Πολιτικές ελίτ και προπαγάνδα: Η προβολή του Μνημονίου από τα ελληνικά πολιτικά κόμματα μέσα από τα δελτία ειδήσεων της ελληνικής τηλεόρασης στο *Η κρίση και τα ΜΜΕ*, (επιμ. Γιώργος Πλειός), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 351-386

Πουλαντζάς Ν., (2006), *Η Κρίση των Δικτατοριών. Πορτογαλία, Ελλάδα, Ισπανία*, Αθήνα, Θεμέλιο

Πουλαντζάς Ν., (2008), *Το Κράτος, η Εξουσία, ο Σοσιαλισμός*, Αθήνα, Θεμέλιο

Psimitis M., (2011), The Protest Cycle of Spring 2010 in Greece, *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 10(2): 191-197

Reuters Institute (2016), Reuters Institute Digital News Report στο <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Digital%2520News%2520Report%25202016.pdf>

Reuters Institute (2017), Reuters Institute Digital News Report στο [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf)

Reuters Institute (2018), Reuters Institute Digital News Report στο <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>

Reuters Institute (2019), Reuters Institute Digital News Report στο [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR\\_2019\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf)

Roberts M., (2016), *The Long Depression. Marxism and the Global Crisis of Capitalism*, Σικάγο, Haymarket Books

Rodriguez A. M., (2019), The Role of the Hollywood Motion Picture Production Code (1930-1966) in the Creation of Hegemony στο *Media, Ideology and Hegemony*, επιμ. Savaş Çoban, Σικάγο, Haymarket Books, σελ.248-267

Rüdiger, W., & Karyotis, G. (2014). Who Protests in Greece? Mass Opposition to Austerity, *British Journal of Political Science*, 44(3), 487-513.

Sabbah F. (1989), Τα νέα μέσα στο Κοινωνία, Εξουσία & Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, (επιμ. Μαρία Κομνηνού & Χρήστος Λυριντζής), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ.215-237

Σακελλαρόπουλος Σ. & Σωτήρης Π., (2004), *Αναδιάρθρωση και Εκσυγχρονισμός. Κοινωνικοί και Πολιτικοί Μετασχηματισμοί στην Ελλάδα της Δεκαετίας του '90*, Αθήνα, Παπαζήσης

Sakellaropoulos S., (2019), The crisis and the strategy of the Greek ruling class στο *Crisis, Movement, Strategy: The Greek Experience*, (επιμ. Panagiotis Sotiris), Σικάγο, Haymarket Books, σελ. 203-228,

Schiller D., (2000), *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*, Κέμπριτζ Μασαχουσέτη, MIT Press

Schröter, J., (2012), *The Internet and 'Frictionless Capitalism'*, tripleC: Communication, Capitalism & Critique: Journal for a Global Sustainable Information Society, 10(2): 302-312.



- Schudson M., (1981), *Discovering the News: A Social History Of American Newspapers*, Νέα Υόρκη, Basic Books
- Schudson M., (2003), *The Sociology of News*, Νέα Υόρκη, W.W. Norton & Company
- Schumpeter J. A., (1972), *Καπιταλισμός, Σοσιαλισμός και Δημοκρατία*, Αθήνα, Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών
- Σεβαστάκης Ν. & Σταυρακάκης Γ. (2012), *Λαϊκισμός, Αντιλαϊκισμός και Κρίση*, Αθήνα, Νεφέλη
- Sennett R., (2008), *Η Κουλτούρα του Νέου Καπιταλισμού*, Αθήνα, Σαββάλας
- Σεραφετινίδου Μ., (2005), *Κοινωνιολογία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας*, Gutenberg
- Siaperas E., Papadopoulou L. & Archontakis F., (2015), Post-Crisis Journalism. Critique and Renewal in Greek journalism, *Journalism Studies*, 16(3): 449–465.
- Siegelaub S., (1979), A Communication-on-Communication στο *Communication and Class Struggle*, τόμος 1, επιμ. Armand Mattelart & Seth Siegelaub, Νέα Υόρκη, International Mass Media Research Center
- Sims J.R., (2003), Politicians and Media Owners in Greek Radio: Pluralism as Diaploκή, *Journal of Radio Studies*, 10(2): 202-215
- Σμυρναίος Ν., (2010), Οικονομική συγκέντρωση και θεσμικό πλαίσιο στην ελληνική ιδιωτική τηλεόραση στο *Ο κόσμος της τηλεόρασης: θεωρία, ανάλυση προγραμμάτων και ελληνική πραγματικότητα*, επιμ. Ιωάννα Βωβού, Αθήνα, Ηρόδοτος, σελ. 141-174
- Σμυρναίος Ν., (2018), *Το Ολιγοπώλιο του Διαδικτύου*, Αθήνα, Μεταμεσονύκτιες Πολιτείες
- Smythe D. (1977), Communications: Blindspot of Western Marxism, *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1 (3): 1-27.
- Smythe D. (1978), Rejoinder to Graham Murdock, *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 2 (2): 120-129
- Smythe D. (1981), *Dependency Road. Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*, Νιού Τζέρσεϊ, Ablex Publishing
- Σουλιώτης Δ., (2013), Κάλυψη της οικονομικής κρίσης από τον βρετανικό και ελληνικό Τύπο. Ενδείξεις για μια ευρωπαϊκή δημόσια σφαίρα; στο *Η κρίση και τα ΜΜΕ*, (επιμ. Γιώργος Πλειός), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 227-270
- Σωτηρέλης Γ., Καϊδατζής Ακρ., Οικονόμου Αλ., Δημητρόπουλος Π., (2019), *Η Πρόκληση μίας Νέας Ρύθμισης του Τηλεοπτικού Τοπίου*, Αθήνα, Παπαζήσης
- Thompson J.B., (1990), *Ideology and Modern Culture*, Καλιφόρνια, Stanford University Press
- Thompson J.B., (1999), *Νεωτερικότητα και Μέσα Επικοινωνίας*, Αθήνα, Παπαζήσης, β' έκδοση
- Toussaint E., (2012), *Νεοφιλελευθερισμός. Από τις απαρχές του έως τις μέρες μας*, Αθήνα, Τόπος
- Tracy J. F., (2012), Covering "Financial Terrorism", *Journalism Practice*, 6(4): 513-529

- Toffler A. (1984), *The Third Wave*, Νέα Υόρκη, Bantam
- Tuchman G., (1972), Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity, *American Journal of Sociology*, 77(4): 660-679
- Tuchman G. (1980), *Making News*, Νέα Υόρκη, Free Press
- Turner R. S., (2008), *Neo-Liberal Ideology: History, Concepts and Policies*, Εδιμβούργο, Edinburgh University Press
- Virno P. (2007), *Η Γραμματική του Πλήθους*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια
- Χαιρετάκης Μ., (2002), Η πολιτική διαφήμιση: Μια εφαρμογή στις βουλευτικές εκλογές του 2000 στο *Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα*, (επιμ. Νίκος Δεμερτζής), Αθήνα, Καστανιώτης, σελ. 95-140
- Χαιρετάκης Μ., (2007), *Τηλεθέαση*, Αθήνα, Πατάκης
- Χαιρετάκης Μ., (2013), Η κρίση των ΜΜΕ και τα ΜΜΕ της κρίσης στο *Η κρίση και τα ΜΜΕ*, (επιμ. Γιώργος Πλειός), Αθήνα, Παπαζήσης, σελ. 59-85
- Χαιρετάκης Μ., (2014α), *ΜΜΕ, Διαφήμιση & Κατανάλωση, Η ελληνική περίπτωση: 2000-2010, Τόμος Ι*, Αθήνα, Έκδοση της Ελληνικής Εταιρείας Πολιτικής Επιστήμης
- Χαιρετάκης Μ., (2014β), *ΜΜΕ, Διαφήμιση & Κατανάλωση, Η ελληνική περίπτωση: 2000-2010, Τόμος ΙΙ*, Αθήνα, Έκδοση της Ελληνικής Εταιρείας Πολιτικής Επιστήμης
- Χαραλάμπης Δ., (1989), *Πελατειακές Σχέσεις και Λαϊκισμός. Η Εξωθεσμική Συναίνεση στο Ελληνικό Πολιτικό Σύστημα*, Αθήνα, Εξάντας, 2<sup>η</sup> έκδοση
- Χρύσης Α., (2011), *Πανεπιστήμιο-Επιχείρηση και Κοινωνία της Από-γνωσης*, Αθήνα, Γκοβόστης
- Wallerstein I. (2004), *World-Systems Analysis: An Introduction*, Λονδίνο: Duke University Press, 4th Printing
- Weber M., (2005), *Οικονομία και Κοινωνία (Α' τόμος). Κοινωνιολογικές Έννοιες*. Αθήνα, Σαββάλας
- Williams R., (1977), *Marxism and Literature*, Οξφόρδη, Oxford University Press
- Williams R., (2005), *Culture and Materialism*, Λονδίνο, Verso
- Wise R. & Covarrubias M. (2007), The Reshaping of Mexican Labor Exports under NAFTA: Paradoxes and Challenges, *International Migration Review*, 41(3): 656-679
- Woodcock J., (2019), *Marx at the Arcade*, Σικάγο, Haymarket Books
- Wright C. R., (1960), Functional analysis and mass communications, *Public Opinion Quarterly* issue 24: 605-620

---

<sup>1</sup> «Οι μορφές ανθρώπινης επικοινωνίας δεν έχουν καμία σχέση με την αποστασιοποίηση αυτού του τύπου καθώς συνιστούν ένα οργανικό συστατικό της βιολογικής ζωής (biological life process) ακόμα και όταν έχουν ένα ξεκάθαρο περιεχόμενο που συνδέεται με τη συγκεκριμένη κατάσταση στην οποία εμπλέκονται τα ζώα. Συνεπώς, σε αυτή την περίπτωση, μπορούμε μόνο καταχρηστικά να μιλήσουμε για υποκείμενα και αντικείμενα ...» (Lukács, 1980 100-101)

<sup>2</sup> «Δηλαδή ενέργειες ενός συμμετέχοντα σε μια αγορά που έχουν θετικό αντίκτυπο σε άλλους οικονομικούς φορείς χωρίς αυτή η επίδραση να γίνεται αντικείμενο οικονομικής συναλλαγής» (Σμυρναίος, 2017: 69)

<sup>3</sup> Εξάλλου αυτές οι πλατφόρμες και οι επενδυτές τους γνωρίζουν ότι για πολλά χρόνια και παρά την επιτυχία τους, θα έχουν ζημιές αντί για κέρδη και λόγω υψηλού κόστους αλλά και λόγω της διαρκούς προσπάθειας για επέκταση σε άλλους τομείς. Βλ. <https://news.crunchbase.com/news/understanding-uber-loses-money/> και <https://abcnews.go.com/Technology/wireStory/uber-loses-11b-investing-food-delivery-driverless-cars-68807748>

<sup>4</sup> Θα επανέλθουμε σε αυτό το ζήτημα πιο αναλυτικά στο κεφάλαιο που αφορά τον νεοφιλελευθερισμό και τους μετασχηματισμούς που έφερε στο πολιτικό σύστημα.

<sup>5</sup> Την πεποίθηση αυτή ξαναβρίσκουμε ενταγμένη σε άλλο θεωρητικό πλαίσιο μερικές δεκαετίες μετά, στη συζήτηση για το τέλος των μεγάλων αφηγήσεων.

<sup>6</sup> Έχει ενδιαφέρον ότι ο Bell γράφει σε αυτό το σημείο : «λίγοι σοβαροί συντηρητικοί διανοούμενοι πιστεύουν ότι το κοινωνικό κράτος είναι “ο Δρόμος προς τη Δουλεία”» (Bell, 1992: 402). Πρόκειται για σαφή αιχμή προς το έργο του Friedrich με αυτό τον τίτλο που κυκλοφόρησε το 1944. Όπως θα δούμε και στο κεφάλαιο για τον νεοφιλελευθερισμό, το βιβλίο αυτό απέκτησε σημαντική δυναμική και απήχηση στο τέλος της δεκαετίας του '70, τρεις δεκαετίες μετά την έκδοσή του. Είναι και αυτό ένα δείγμα ότι η ιδεολογική διαπάλη αποδείχθηκε πολύ πιο ανθεκτική, εκατέρωθεν, από όσο νόμιζε ο Bell.

<sup>7</sup> Ο Bell επίσης τον εκτιμούσε για τον ρεαλισμό του στην περιγραφή των σχέσεων κρατικού-ιδιωτικού τομέα (Bell, 1965: 88-89).

<sup>8</sup> Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγει ο Παπαγεωργίου όμως τονίζει ότι το θεωρεί δευτερεύον ζήτημα καθώς η βασική πρόκληση για τους κλασικούς του μαρξισμού ήταν η επιστημονική αντανάκλαση της πραγματικότητας από τη σκοπιά της εργατικής τάξης (1982: 44)

<sup>9</sup> «Ξεκινάμε από τους πραγματικούς δραστήριους ανθρώπους και πάνω στη βάση της πραγματικής διαδικασίας της ζωής τους δείχνουμε την ανάπτυξη των ιδεολογικών αντανάκλασεων και απηχήσεων αυτής της διαδικασίας της ζωής. Τα φαντάσματα που σχηματίζονται στο ανθρώπινο μυαλό αποτελούν επίσης, αναγκαστικά, εξιδανικεύσεις της υλικής διαδικασίας της ζωής τους, που μπορεί να επαληθευτεί εμπειρικά και συνδέεται με υλικές προϋποθέσεις» (Marx & Engels, 1997: 67-68)

<sup>10</sup> « η βασική τους ιδέα [σ. εννοεί των Marx και Engels]... ήταν πως οι κοινωνικές σχέσεις χωρίζονται σε υλικές και ιδεολογικές» Λένιν (Lenin, 1975:29). Και παρακάτω στο ίδιο κείμενο: «μα αυτό ακριβώς είναι το πρόβλημα των αμοιβαίων σχέσεων ανάμεσα στις διάφορες πλευρές της κοινωνικής ζωής, το πρόβλημα του εποικοδομήματος των ιδεολογικών κοινωνικών σχέσεων πάνω στις υλικές, που η γνωστή λύση του αποτελεί ακριβώς τη διδασκαλία του υλισμού» (Lenin, 1975: 65-66).

<sup>11</sup> «Οι ανθρώπινες κοινωνίες εκκρίνουν την ιδεολογία ως το ίδιο του στοιχείο, την ίδια την ατμόσφαιρα που απαιτείται για να αναπνέουν και να υπάρχουν ιστορικά. Μόνο μια ιδεολογική αντίληψη του κόσμου κατάφερε να φανταστεί κοινωνίες χωρίς ιδεολογίες και να υιοθετήσει την ουτοπική ιδέα ενός κόσμου όπου η ιδεολογία (και όχι κάποια συγκεκριμένη ιστορική μορφή της) θα μπορούσε να εξαφανιστεί χωρίς να αφήσει ίχνη, προκειμένου να αντικατασταθεί από την *επιστήμη* (Althusser, 2015: 326-327)

<sup>12</sup> Αλλά και νεότεροι θεωρητικοί. Για παράδειγμα ο Garnham γράφει ότι η σχέση εργασίας-φύσης καθίσταται ολοένα και πιο πολύπλοκη από την εξέλιξη των τρόπων παραγωγής, με αποτέλεσμα στη θεωρητική κατανόηση να «υπεισέρχεται η πιθανότητα του λάθους και ,κατά συνέπεια, της ιδεολογίας» (Γκάρναμ, 2003: σελ. 153)

<sup>13</sup> Αυτό φυσικά, πρέπει να συνδεθεί με την ευρύτερη θεώρηση του Althusser ότι η ιδεολογία δεν έχει ιστορία με την έννοια ότι «η δομή και η λειτουργία της, έχοντας την ίδια αμετάλλακτη μορφή, είναι παρούσες μέσα σε αυτό που ονομάζεται συνολική ιστορία... δηλαδή ιστορία των ταξικών κοινωνιών» (Althusser, 1999: 98)

<sup>14</sup> Σχολιάζοντας τη *Γερμανική Ιδεολογία* γράφει: «Μας παρακινεί να σκεφτούμε την ιδεολογία ως ένα πεδίο εικόνων ή ιδεών που αντανάκλων με ανεπαρκή τρόπο την κοινωνική πραγματικότητα, η οποία υπάρχει πριν και ανεξάρτητα από αυτές τις εικόνες ή ιδέες. Ωστόσο, ο κοινωνικός κόσμος σπάνια είναι τόσο απλός όσο υπονοεί αυτή η θέση. Ως άτομα είμαστε βυθισμένοι σε σύνολα κοινωνικών σχέσεων και διαρκώς εμπλεκόμαστε στο σχολιασμό τους, αναπαριστώντας τα στους εαυτούς μας και σε άλλους και τα αναδημιουργούμε και τα μετασχηματίζουμε μέσα από πράξεις, σύμβολα και λέξεις.» (Thompson, 1990: 9)

<sup>15</sup>Το συμπέρασμα αναπόφευκτα είναι ότι η κριτική θεωρία τοποθετείται εκτός της υπάρχουσας κοινωνίας καθώς «είναι ανίκανη να αποδείξει ότι υπάρχουν απελευθερωτικές δυνάμεις στο *εσωτερικό* της κατεστημένης κοινωνίας» (Marcuse, 1971: 252)

<sup>16</sup> –θεωρώντας ότι κάποιες από τις εκφράσεις που χρησιμοποιούνται μπορούν να δώσουν την εντύπωση ότι η ιδεολογία είναι μια ψευδαίσθηση ένα απλό «γνωστικό πρόβλημα» (Larrain, 1983:18)

<sup>17</sup> «Με τη διαμόρφωση της, η επιστημονική γνώση αποκτά τους δικούς της νόμους και μια σχετική αυτοτέλεια. Μέσα από το γίνεσθαι της ωστόσο εκφράζονται οι αντιθέσεις του κοινωνικού είναι. Η ιδεολογία διαποτίζει το σώμα της επιστήμης και η επιστήμη παράγει ιδεολογία...Όπως δεν υπάρχει απόλυτη Πλάνη, το ίδιο δεν υπάρχει και απόλυτη αλήθεια, έξω από ιστορικούς προσδιορισμούς και δεσμεύσεις και έξω από ιδεολογικές καταβολές» (Μπιτσάκης, 1986: 31).

<sup>18</sup> «Ο άνθρωπος μπορεί να αποξενωθεί μόνο από το δικό του προϊόν ή από αυτό που έχει, με την πρακτική και τη γνώση, από πριν κατακτήσει...η διαταραχή αυτής της πραγματικής σχέσης δεν σημαίνει και τη διάσπαση της σε δύο μη σχετιζόμενα πια μέρη. Αποξένωση σημαίνει διαταραχή μιας πραγματικής σχέσης και παράλληλα διατήρηση αυτής της σχέσης διαστρεβλωμένα» (Μανιάτης, 2011: 269-270)

<sup>19</sup> «Η αλλοτρίωση του εργάτη στο προϊόν του δεν σημαίνει μόνο ότι η εργασία του γίνεται αντικείμενο, ύπαρξη εξωτερική, αλλά ότι υπάρχει έξω απ' αυτόν, ανεξάρτητα, ως κάτι ξένο προς αυτόν, και ότι αρχίζει να γίνεται δύναμη αυτόνομη, αντιμέτωπη του» (Marx, 2012: 87)

<sup>20</sup> «η αποξένωση δεν εκδηλώνεται μόνο στο αποτέλεσμα, αλλά και στην πράξη της παραγωγής, εντός της ίδιας της παραγωγικής δραστηριότητας... η ίδια η παραγωγή είναι ενεργή αλλοτρίωση, η αλλοτρίωση της δραστηριότητας, η δραστηριότητα της αλλοτρίωσης» (Marx, 2012: 89).

<sup>21</sup> «αποξενώνοντας (1) τη φύση και (2) τον εαυτό του από τον άνθρωπο, από τις ίδιες τις ενεργητικές του λειτουργίες, τη ίδια τη ζωογόνο δραστηριότητα του, η αποξενωμένη εργασία αποξενώνει τον άνθρωπο από το είδος του» (Marx, 2012: 92) καθώς και «η αποξενωμένη εργασία, απομακρύνοντας από τον άνθρωπο το αντικείμενο της παραγωγής του, τον απομακρύνει και από τη ζωή του είδους του, την πραγματική του αντικειμενικότητα ως μέλος του είδους» (Marx, 2012: 94)

<sup>22</sup> «Ο άνθρωπος...έχει συνειδητή ζωογόνο δραστηριότητα...είναι ένα ον που έχει συνείδηση, δηλαδή καθιστά την ίδια του τη ζωή αντικείμενο του. Αποκλειστικά για αυτό το λόγο, η δραστηριότητα του είναι ελεύθερη δραστηριότητα» (Marx, 2012: 93)

<sup>23</sup> «η πράξη του ανθρώπου γίνεται μια ξένη δύναμη που του αντιπαρατίθεται, που τον υποδουλώνει, αντί να ελέγχεται από αυτόν. Γιατί από τη στιγμή που εμφανίζεται ο καταμερισμός της εργασίας, κάθε άνθρωπος έχει μιαν ιδιαίτερη, αποκλειστική σφαίρα δραστηριότητας, που του επιβάλλεται αναγκαστικά και που δεν μπορεί να ξεφύγει» (Marx & Engels, 1980: 80)

<sup>24</sup> «Η ουσία της εμπορευματικής μορφής έχει κιόλας συχνά τονιστεί. Συνίσταται στο γεγονός ότι μια σχέση, μια επικοινωνία μεταξύ προσώπων παίρνει ένα πραγματιστικό χαρακτήρα...που κρύβει στην αυτόνομη, αυστηρή, φαινομενικά τελική και ορθολογική

νομιμότητα της κάθε ίχνος της θεμελιακής της ουσίας: τη σχέση μεταξύ ανθρώπων» (Lukács, 2001: 176)

<sup>25</sup> «αυτή η ανάπτυξη της εμπορευματικής μορφής σε πραγματική μορφή κυριαρχίας της κοινωνίας στην ολότητα της ανέκυψε μόνο στον σύγχρονο καπιταλισμό» (Lukács, 2001: 179)

<sup>26</sup> Δεν είναι όμως ανίκητη καθώς η χειραφέτηση ως δυνατότητα διατηρείται: «ο μετασχηματισμός το εργάτη σε καθαρό και απλό αντικείμενο της παραγωγικής διαδικασίας αντικειμενικά πραγματοποιείται ακριβώς από τον κόσμο της καπιταλιστικής παραγωγής...εξαιτίας της ρωγμής που παράγεται σ' αυτό το σημείο μεταξύ αντικειμενικότητας και υποκειμενικότητας... αυτή η κατάσταση μπορεί αυτόματα να συνειδητοποιηθεί...εφόσον έρχεται σε πρώτο πλάνο η ειδική αντικειμενικότητα αυτού του είδους εμπορεύματος (σ. της εργατικής δύναμης) -το είναι της ως σχέση μεταξύ ανθρώπων υπό μανδύα πράγματος, ένας ζωντανός και ποιοτικός πυρήνας κάτω από μια ποσοτικοποιούσα κρούστα- ο φετιχικός χαρακτήρας, θεμελιωμένος στην εργασιακή δύναμη ως εμπόρευμα, μπορεί να ανακαλυφθεί ως χαρακτήρας *κάθε εμπορεύματος*» (Lukács: 302, 304)

<sup>27</sup> Δηλαδή η οργάνωση της εργασίας με τους όρους του κεφαλαίου με στόχο την απόσπαση σχετικής υπεραξίας

<sup>28</sup> Ωστόσο, έχει δίκιο ο Μπιτσάκης όταν επισημαίνει ότι «η αλλοτρίωση για το μαρξισμό δεν είναι ιδεαλιστική κατηγορία. Δεν είναι απώλεια κάποιου αρχέγονου παράδεισου, πτώση μυστικιστική, υποβάθμιση κάποιας μεταφυσικής “ουσίας” μέσα από τις περιπέτειες του ανθρώπινου γένους. Αντίθετα είναι *μια κατηγορία πριν απ' όλα οικονομική και κοινωνική* και κατ' επέκταση ιδεολογική» (Μπιτσάκης, 1986: 17).

<sup>29</sup> Είναι χαρακτηριστικό το πώς συνεχίζει αυτό το απόσπασμα: «Ο καπιταλιστής επιχειρηματίας φέρνει μαζί του τον τεχνικό της βιομηχανίας, τον επιστήμονα της πολιτικής οικονομίας, τον οργανωτή μιας νέας παιδείας, ενός νέου δικαίου... αυτός (σ. ο επιχειρηματίας) πέρα από την περιορισμένη σφαίρα της δραστηριότητας και της πρωτοβουλίας του, πρέπει να έχει και μια κάποια τεχνική ικανότητα σε άλλες σφαίρες, τουλάχιστον σε αυτές που βρίσκονται πιο κοντά στην οικονομική παραγωγή» (ό.π.). Εδώ βλέπουμε κάποια στοιχεία της έννοιας της διευθυντικής ικανότητας που είναι κεντρικής στη σκέψη του Gramsci

<sup>30</sup> Ο Gramsci καταγράφει, για παράδειγμα, σε χώρες όπως η Ιταλία το φαινόμενο του «μεταμορφισμού» όπου νέοι από αστικά ή μεσο-αστικά στρώματα συνδέονται με την εργατική τάξη και επιχειρούν να ηγηθούν αυτής, δίνοντας διανοητική έκφραση στον αγώνα της. Όπως γράφει, αυτό είναι δείγμα αδυναμίας της άρχουσας τάξης : «Η αστική τάξη δεν καταφέρνει να διαπαιδαγωγήσει τους νέους της: έτσι οι νέοι αφήνονται να προσελκυστούν πολιτιστικά από τους εργάτες και αμέσως κάνουν σ' αυτούς ή πασχίζουν να κάνουν τους αρχηγούς» (Gramsci, 2005β: 101).

<sup>31</sup> Όπως θα δούμε και στη συνέχεια στη μελέτη του Ranajit Guha, η συναίνεση δεν είναι ποτέ απόλυτη και το μονοπώλιο του κράτους στην άσκηση βίας διατηρείται ως γραμμή άμυνας απέναντι στην αμφισβήτηση, η σημασία του οποίου αυξάνεται σε περιόδους καθολικής κρίσης, όταν οι προηγούμενοι ταξικοί συνασπισμοί αποδιαρθρώνονται.

<sup>32</sup> Κατά αναλογία, με τη θέση του ότι «όλοι είναι διανοούμενοι».

<sup>33</sup> «Θρησκεία του λαού και ακόμη σε ολόκληρο το σύστημα πίστεων, δεισιδαιμονιών, γνωμών, τρόπων αντίληψης των πραγμάτων και τρόπων δράσης που συναντάμε σε εκείνο που γενικά ονομάζεται “φολκλορ”» (Gramsci, 2005α: 13)

<sup>34</sup> «Καθώς η ηγεμονία, όπως την κατανοούμε, είναι μια ειδική συνθήκη Κυριαρχίας και αυτή συγκροτείται από καταναγκασμό και πειθώ, συνάγεται ότι δεν μπορεί να υπάρξει ηγεμονικό σύστημα όπου η πειθώ υπερέχει του καταναγκασμού σε σημείο που τον εξαφανίζει» (Guha, 1997: 23)

<sup>35</sup> Σίγουρα σε αυτό παίζει ρόλο η καθυστερημένη, σε σχέση με τις ΗΠΑ, εμφάνιση στην Ευρώπη του μαζικού, φθηνού και «λαϊκού» Τύπου.

<sup>36</sup> Ο Πλειός, από την άλλη, συνδέει την έννοια της αντικειμενικότητας με τις ιδεολογίες του 19<sup>ου</sup> αιώνα οι οποίες «ενώ αναγνωρίζουν την αντικειμενικότητα της δικής τους ανάγνωσης και ερμηνείας των γεγονότων ταυτόχρονα αρνούνται την αντικειμενικότητα των άλλων ιδεολογιών» (Πλειός, 2011: 119). Κατ' επέκταση ο «αντικειμενικός» δημοσιογράφος θεωρεί τη δική του ερμηνεία ως τη μόνη αναπαράσταση των γεγονότων που είναι απαλλαγμένη από τις προκαταλήψεις και τις ιδιαίτερες επιδιώξεις των εμπλεκόμενων.

<sup>37</sup> «Η ιδεολογία είναι μια διαδικασία, που γίνεται βέβαια από τον λεγόμενο στοχαστή συνειδητά, μα με ψεύτικη συνείδηση. Οι καθαυτό κινητήριες δυνάμεις που τον υποκινούν, του μένουν άγνωστες. Διαφορετικά δε θα ήταν ιδεολογική διαδικασία. Φαντάζεται λοιπόν ψεύτικες ή φαινομενικές κινητήριες δυνάμεις» <http://redfractal.net/150918/>

<sup>38</sup> <https://medium.com/covilian-military-intelligence-group/you-furnish-the-pictures-and-ill-furnish-the-war-67de6c0e1210>

<sup>39</sup> Η τάση αυτή καθορίζεται, μεταξύ άλλων, και από την αντικειμενικότητα ως «επαγγελματική ιδεολογία». Καθώς οι δημοσιογράφοι τη μοναδική και αδιαμφισβήτητη εκδοχή των γεγονότων, οι «καθ' ύλην αρμόδιοι» του κρατικού μηχανισμού φαντάζουν ως η βέλτιστη επιλογή.

<sup>40</sup> Πλέον, αποτελεί ένα από τα πιο γνωστά έργα στην κριτική θεωρία των ΜΜΕ.

<sup>41</sup> «η επεξεργασμένη αισθητική συγκρότηση του δελτίου ειδήσεων εκτείνεται λεπτομερώς, από τα σκηνικά και το φωτισμό μέχρι το μοντάζ, τη γλώσσα που χρησιμοποιεί ο παρουσιαστής, την εμφάνιση του... τη διάταξη των προσώπων στο χώρο του studio μέχρι την επιλογή των προσώπων που προσκαλούνται (οπωσδήποτε να διαθέτουν “τηλεγένεια”）」 (Πλειός, 2002: 272).

<sup>42</sup> Διαγώνια συγκέντρωση είναι η «διακλάδωση των επιχειρηματικών συμφερόντων των ιδιοκτητών συγκροτημάτων ΜΜΕ σε τομείς που δεν συνδέονται με τον ευρύτερο χώρο της μαζικής επικοινωνίας, όπως η βιομηχανία, οι κατασκευές, ο τουρισμός, η ενέργεια και οι υπηρεσίες» (Σμυρναίος, 2010:147). Συνδέεται με τις διαδικασίες της απορρύθμισης του ραδιοτηλεοπτικού πεδίου καθώς και της χρηματιστικοποίησης των τίτλων των ΜΜΕ. Θα επιστρέψουμε σε αυτό το ζήτημα στο κεφάλαιο σχετικά με το νεοφιλελευθερισμό και τα ΜΜΕ.

<sup>43</sup> Η θέση των οποίων δεν βασίζεται στην ιδιοκτησία αλλά στον ειδικό ρόλο μέσα στην παραγωγή.

<sup>44</sup> Φυσικά, στην ιστορική εξέλιξη των ΜΜΕ, ακόμα και η εμπορευματοποίηση τους συνέβαλε στη σχετική αποστασιοποίηση των Μέσων από τις απόψεις των ιδιοκτητών τους και των πολιτικών κέντρων εξουσίας. Όπως αναφέρει ο McChesney, στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα «η έντονα κομματική δημοσιογραφία θεωρούνταν κάτι κακό για την επιχείρηση» (McChesney, 1997: 13). Αυτό, φυσικά, δεν συνεπαγόταν ανεξαρτησία των δημοσιογράφων αλλά διαμόρφωνε μια συνθήκη όπου η απόλυτη ταύτιση με συγκεκριμένα κόμματα θεωρούνταν απευκαταία.

<sup>45</sup> «1) Συγκέντρωση της παραγωγής και του κεφαλαίου, που έχει φτάσει σε τέτοια υψηλή βαθμίδα ανάπτυξης, ώστε να δημιουργεί μονοπώλια που παίζουν αποφασιστικό ρόλο στην οικονομική ζωή, 2) συγχώνευση του τραπεζικού κεφαλαίου με το βιομηχανικό και δημιουργία μιας χρηματιστικής ολιγαρχίας πάνω στη βάση αυτού του “χρηματιστικού κεφαλαίου”, 3) εξαιρετικά σπουδαία σημασία αποκτά η εξαγωγή κεφαλαίου, σε διάκριση από την εξαγωγή εμπορευμάτων, 4) συγκροτούνται διεθνείς μονοπωλιακές ενώσεις των καπιταλιστών, οι οποίες μοιράζουν τον κόσμο και 5) έχει τελειώσει το εδαφικό μοίρασμα της Γης ανάμεσα στις μεγαλύτερες καπιταλιστικές δυνάμεις» (Λένιν, Άπαντα, τόμος 27, σελ. 393)

<sup>46</sup> «Σ’ αυτές τις καθυστερημένες χώρες, το κέρδος είναι σχετικά συνήθως μεγάλο γιατί έχουν λίγα κεφάλαιο, η τιμή της γης δεν είναι μεγάλη, ο μισθός εργασίας είναι χαμηλός και οι πρώτες ύλες φτηνές... Η ανάγκη της εξαγωγής κεφαλαίου δημιουργείται από το γεγονός ότι σε μερικές χώρες ο καπιταλισμός έχει “παραωριμάσει” και για το κεφάλαιο δεν υπάρχει... πεδίο για “επικερδή” τοποθέτηση (Λένιν, Άπαντα, τόμος 27: 366)

<sup>47</sup> Η προσέγγιση αυτή βασίζεται στη θέση του Marx για την τάση πτώσης του ποσοστού κέρδους. Η αύξηση της οργανικής σύνθεσης του κεφαλαίου σημαίνει ότι όλο και περισσότερα χρήματα μετατρέπονται σε σταθερό κεφάλαιο (μηχανές, υλικοτεχνική υποδομή) σε σχέση με το μεταβλητό κεφάλαιο (μισθοί της εργατικής τάξης). Αρχικά, η αλλαγή αυτή ενισχύει την κερδοφορία καθώς η επένδυση σε νέα μηχανήματα ανεβάζει την παραγωγικότητα. Όμως, σε βάθος χρόνου, η αύξηση του σταθερού κεφαλαίου παγιώνεται και οδηγεί σε πτώση του ποσοστού κέρδους η οποία οδηγεί σε απόσυρση νέων επενδύσεων και σε κρίσεις (βλ. και Roberts, 2016: 13-14). Φυσικά, αυτό αποτελεί μια τάση στην οποία αντεπιδρούν διάφοροι παράγοντες της καπιταλιστικής παραγωγής. Η άνοδος της παραγωγικότητας, η μείωση του κόστους των πρώτων υλών και των μηχανημάτων, η μείωση των μισθών είναι ορισμένα μόνο από τα στοιχεία που «προστατεύουν» το ποσοστό κέρδους. Όχι τυχαία, η σημασία της τάσης πτώσης του ποσοστού κέρδους είναι πεδίο αντιπαράθεσης μέσα στους μαρξιστές οικονομολόγους. Για παράδειγμα, οι Baran & Sweezy (1972) θεωρούσαν ότι η επιτάχυνση των τεχνολογικών εξελίξεων μείωνε το κόστος του σταθερού κεφαλαίου σε τέτοιο βαθμό ώστε εντός του μεταπολεμικού, μονοπωλιακού καπιταλισμού να μην ισχύει η τάση πτώσης του ποσοστού κέρδους.



<sup>48</sup> Όπως έχουμε ήδη δει, αυτή η τάση δεν είναι καινοφανής αλλά ήδη εντοπίστηκε στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα από τον Hilferding και αναδείχθηκε στο έργο του Lenin.

<sup>49</sup> Οι αλλαγές αυτές συνδέθηκαν με τα εργοστάσια της Τογιότα ώστε να έχουμε πλέον και τον όρο «τογιοτισμός»

<sup>50</sup> «η συμμετοχή μπορεί να σημαίνει διαφορετικά επίπεδα ικανότητας, οριζόντια συνεργασία, συμμετοχή στον καθορισμό καθηκόντων ή διαπραγμάτευση για τη βιομηχανική αναδιάρθρωση και τις συνέπειες της» (Lipietz, 1997:4). Σε αυτό το μοντέλο διατηρείται η κάθετη ιεραρχία αλλά στη «βάση» της παραγωγής, ανοίγονται περιθώρια για να εισακουστεί η οπτική των εργαζομένων μέσα από δομές που ευνοούν το διάλογο με τη διοίκηση

<sup>51</sup> Το κυριότερο είναι ότι οι πιο σύγχρονες και ευέλικτες εργασιακές σχέσεις οδηγούν, κατά κανόνα στην πιο εξοντωτική εκμετάλλευση. Αυτό που εμφανίζεται ως “πρωτοβουλία” και “αυτονομία του εργαζόμενου δεν είναι παρά η μεταβίβαση του επιχειρηματικού ρίσκου από τον καπιταλιστή στον εργαζόμενο... η επέκταση του τογιοτισμού οδήγησε στην τόσο χαρακτηριστικά ιαπωνική αλλά ήδη παγκόσμια ασθένεια του “καρόσι” – εξάντληση και θάνατος από την υπερβολική εργασία» (Παπακωνσταντίνου, 209: 125)

<sup>52</sup> Ο Bauman (2017:95-96) θεωρεί ότι πλέον έχει αναιρεθεί η διάκριση κέντρου-περιφέρειας καθώς, με την παγκόσμια επέκταση των καπιταλιστικών σχέσεων, δεν υπάρχει η αντίθεση ανάμεσα σε ένα νεωτερικό χώρο και έναν εξωτερικό ως προς αυτό, προ-νεωτερικό. Αυτό ισχύει ωστόσο η αντίθεση κέντρου και περιφέρειας διατηρεί την αξία της καθώς προσδιορίζει τις σχέσεις ανισότητας και εξάρτησης ανάμεσα σε διαφορετικές χώρες και ευρύτερες περιοχές του καπιταλισμού. Ο Wallerstein (2004) είναι αυτός που αναδεικνύει ότι η διάκριση κέντρου-περιφέρειας μετασχηματίζεται διαρκώς αλλά διατηρείται καθώς αποτελεί όρο για την ύπαρξη και διευρυμένη αναπαραγωγή του καπιταλισμού.

<sup>53</sup> Ο Bauman (2017:82, πρωτότυπη έκδοση στα αγγλικά το 2007), χρησιμοποιώντας στοιχεία της Ύπατης Αρμοστείας του ΟΗΕ αναφέρει ότι το 14.3 των προσφύγων στην Ευρώπη ζουν σε στρατόπεδα σε αντίθεση με το 83.2% στην Ασία και το 95.9% στην Αφρική και αναρωτιέται για το αν θα διατηρηθεί αυτή η διαφορά.

<sup>54</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=2zT-ZHBbOzM>

<sup>55</sup> Όπως επισημαίνει ο Crouch, ο ορντο-φιλελευθερισμός (ή οικονομικός φιλελευθερισμός) ήταν αντίθετος στα ολιγοπώλια, υποστήριζε την κρατική παρέμβαση στην οικονομία αλλά μόνο στο βαθμό που αυτή θα διασφάλιζε τους όρους του ελεύθερου ανταγωνισμού και δεν θα επεδίωκε αυτοτελώς οικονομικούς στόχους. Αυτό ερχόταν σε αντίθεση με τον κεϋνσιανισμό και οι ιδέες του οικονομικού φιλελευθερισμού «διαδόθηκαν εύκολα στις ΗΠΑ όπου έγιναν γνωστές ως “νεοφιλελεύθερες” επειδή εκεί ο φιλελευθερισμός ως τέτοιος είχε αποκτήσει τελείως άλλο νόημα (Crouch, 2011: 23)

<sup>56</sup> <https://www.worldatlas.com/articles/largest-landslide-victories-in-us-presidential-election-history.html>

<sup>57</sup> <https://www.politico.com/magazine/story/2014/10/barry-goldwater-lasting-legacy-112210>

<sup>58</sup> Μαζί της συμφωνεί και ο Τσόμσκι που αναφέρει ότι «η αυστηρή εφαρμογή των κανόνων του νεοφιλελευθερισμού προϋποθέτει κατά κανόνα την επιβολή δικτατορίας λόγω της αντιδημοτικότητας τους» (Τσόμσκι, 2008: 64)

<sup>59</sup> <https://www.margaretthatcher.org/document/106498>

<sup>60</sup> <https://www.margaretthatcher.org/document/104368>

<sup>61</sup> <https://www.margaretthatcher.org/document/104389>

<sup>62</sup> <https://apnews.com/1abea48aacda1a9dd520c380a8bc6be6>

<sup>63</sup> Για παράδειγμα, το μείγμα νεοσυντηρητισμού-νεοφιλελευθερισμού στις ΗΠΑ διαπερνάται από ένταση στο ζήτημα του κράτους · η νεοσυντηρητική πολιτική -π.χ. της κυβέρνησης Μπους- επιτάσσει την ύπαρξη ενός ισχυρού κράτους και ως τέτοια δέχθηκε (και) νεοφιλελεύθερη κριτική (Turner, 2008: 223-224). Ταυτόχρονα, βεβαίως, το νεοφιλελεύθερο στοιχείο του ισχυρού κράτους της Pax Americana διατηρείται και γίνεται εμφανές στην ιδιωτικοποίηση «μέρους» των πολεμικών επιχειρήσεων, είτε σε σχέση με τη σίτιση των στρατιωτών από μεγάλες πολυεθνικές είτε στη σύναψη ΣΔΙΤ με μισθοφορικές εταιρείες όπως η Blackwater (Klein, 2010: 29).

<sup>64</sup> Ο Crouch θεωρεί ότι «ο νεοφιλελευθερισμός απομακρύνεται εκπληκτικά από την πολιτική αλλά και την οικονομική κληρονομιά του φιλελευθερισμού στο βαθμό που δεν θεωρεί ότι μια στενή σχέση ανάμεσα στις εταιρείες και το κράτος αποτελεί πρόβλημα» (Crouch, 2011: 139). Αντίστοιχη προσέγγιση έχει και η Brown (2003).

<sup>65</sup> <https://www.margaretthatcher.org/document/104475>

<sup>66</sup> Είναι προφανές ότι δεν μπορεί να αποδοθεί αποκλειστικά σε αυτό η άνοδος της Ακροδεξιάς. Ωστόσο, εν τη απουσία αριστερής εναλλακτικής σε μεγάλο μέρος του δυτικού κόσμου, είναι δεδομένο ότι ευνοείται η Ακροδεξιά ως πόλος αμφισβήτησης του ακραίου κέντρου.

<sup>67</sup> Φυσικά αυτός ο μετασχηματισμός, όπως και πολλοί άλλοι θα ήταν ανέφικτος χωρίς την επίδραση των ΜΜΕ, όπως θα δούμε στη συνέχεια.

<sup>68</sup> Για παράδειγμα, το 2009-10, 10 από τους 13 αποχωρήσαντες Επιτρόπους της Κομισιόν εντάχθηκαν είτε σε θέσεις στελεχών σε επιχειρήσεις είτε σε ομάδες πίεσης. <https://www.alter-eu.org/the-revolving-door-in-detail>

<sup>69</sup> Αυτό είναι το ζήτημα που απουσιάζει πλήρως από τις κοσμοπολίτικες-ομοσπονδιακές προσεγγίσεις. Μην ξεετάζοντας το περιεχόμενο της πολιτικής των υπερ-εθνικών οργανισμών, εγκλωβίζονται σε ευχολόγια για την «κοσμοπολιτική δημοκρατία» και εκπλήσσονται όταν υπερεθνικοί θεσμοί, όπως η Ε.Ε., εφαρμόζουν πολιτικές όξυνσης της κοινωνικής ανισότητας (Χάμπερμας, 2011).

<sup>70</sup> «η δεκαετία του 1990 θα μείνει στη μνήμη μας ως η κορυφαία στιγμή του νεοφιλελεύθερου εγχειρήματος και τα χρόνια που ακολούθησαν ως η δεκαετία κατά την οποία νεοφιλελευθερισμός ξέφυγε από το δρόμο του» (Dumenil & Levy, 2017: 39)

<sup>71</sup> Την επονομαζόμενη και «Μαύρη Δευτέρα» καταγράφηκε απώλεια χρηματιστηριακών αξιών μεγαλύτερη και από το κραχ του 1929, χωρίς να ακολουθήσει, βέβαια, εξίσου μεγάλη ύφεση (Παπακωνσταντίνου, 2008:130)

<sup>72</sup> Το άλλο ενδιαφέρον στοιχείο που μας δίνει ο πίνακας είναι ότι το ανώτερο 1% εισέπραττε, βάσει υπολογισμών των συγγραφέων, κατά μέσο το 18% την περίοδο 1913-1939 αλλά την περίοδο 1950-1980 δεν ξεπερνά ποτέ το 12%. Αυτό είναι μια απτή αποτύπωση των συνεπειών που είχε ο μεταπολεμικός συμβιβασμός για το εισόδημα της άρχουσας τάξης.

<sup>73</sup> Ο Harvey καταγράφει τέσσερις βασικούς μηχανισμούς μεταφοράς πλούτου:

α) ιδιωτικοποίηση και εμπορευματοποίηση: δημόσιες επιχειρήσεις και αγαθά (νερό, γη) περνάνε σε ιδιώτες που πληρώνουν πολύ μικρό αντίτιμο και καταλαμβάνουν κρίσιμα πεδία της οικονομίας χωρίς να έχουν επενδύσει στα αντίστοιχα έργα υποδομής

β) χρηματιστικοποίηση: η απορρύθμιση των χρηματοοικονομικών αγορών ανοίγει το δρόμο το δρόμο τόσο σε παράνομες μορφές μεταφοράς πλούτου (ronzi schemes, χειραγώγηση μετοχών, κα) όσο και σε μια καθόλα νόμιμη διαδικασία όπου προσωπικές αποταμιεύσεις αλλά και ολόκληρα συνταξιοδοτικά ταμεία «εξαφανίζονται» μέσα σε κραχ του χρηματιστηρίου και σε χρηματοπιστωτικά παράγωγα (φούσκα των dot.com)

γ) διαχείριση κρίσεων χρέους μέσα από τις οποίες οι ασθενέστερες χώρες μεταφέρουν πλούτο -μέσω των τόκων αλλά και μέσω προγραμμάτων ιδιωτικοποιήσεων- στις ισχυρότερες

δ) κρατικές αναδιανεμητικές που πλέον ευνοούν την άρχουσα τάξη, όπως η έξωση ενοίκων χαμηλού εισοδήματος για να προσελκυστούν νέοι με υψηλότερο εισόδημα (και άρα μεγαλύτερη φορολογία) (Harvey, 2007β: 160-164).

<sup>74</sup> Όχι τυχαία, πρόκειται για επενδυτικές τράπεζες που πρωτοστάτησαν στη μεγέθυνση του χρηματοπιστωτικού συστήματος.

<sup>75</sup> <https://www.thebalance.com/what-was-the-bank-bailout-bill-3305675>

<sup>76</sup> Όπως αναφέρει ο Πλειός «μεσοποίηση σημαίνει ότι η διαμεσολάβηση γίνεται με τη λογική του μέσου και όχι με τη λογική των θεσμών» (Πλειός 2011: 114).

<sup>77</sup> Το 1993, ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας, σε γράμμα προς τον Independent, ασκεί κριτική στο βρετανικό επικοινωνιακό σύστημα (το χαρακτηρίζει “byzantine”) και τονίζει την προσήλωση του Μέρντοχ και της εταιρείας στην απορρύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού πεδίου.

<https://www.independent.co.uk/news/people/lettermurdoch-supports-media-deregulation-1611070.html>

<sup>78</sup> <https://www.opensocietyfoundations.org/voices/berlusconi-s-chilling-effect-italian-media>

<sup>79</sup> <https://fair.org/home/heres-the-evidence-corporate-media-say-is-missing-of-wapo-bias-against-sanders/>

<sup>80</sup> Ο Πλειός, σε σχέση με αυτό το ζήτημα, θεωρεί ότι το εμπόρευμα-σύμβολο δεν αναιρεί πλήρως τη σημασία του χρόνου εργασίας ως μέτρο της αξίας των εμπορευμάτων

ωστόσο, μέσα από μια διαδικασία σύμπτυξης της ανταλλακτικής αξίας και της αξίας χρήσης, η αξία προσδιορίζεται πλέον από ένα σύνολο παραγόντων και γίνεται συμβολικό-ανταλλακτική αξία (Πλειός, 1993: 92-94).

<sup>81</sup> Είναι απόλυτα αποδεκτό πλέον ότι η καλοκαιρινή ενημέρωση για τις πολιτικές εξελίξεις περιλαμβάνει φωτογραφίες πολιτικών αρχηγών με μαγιό και πληροφορίες για τις διακοπές τους.

<sup>82</sup> Επιπλέον, γεννιούνται και νέες στρατεύσεις και σχέσεις. Η προσαρμογή της ευρωπαϊκής σοσιαλδημοκρατίας στο πλαίσιο που όριζε ο νεοφιλελευθερισμός πήρε και τη μορφή δεσμών μεταξύ ολιγαρχών των ΜΜΕ και των Νέων Εργατικών (New Labour) του Τόνυ Μπλαιρ, που είχε ως αποτέλεσμα παραδοσιακά συντηρητικές-δεξιές εφημερίδες να στηρίζουν τους Εργατικούς σε εκλογικές μάχες τη δεκαετία του 1990 (Curran, 2003: 220-221).

<sup>83</sup> Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft

<sup>84</sup> Η λύση που προτείνει ο Baudrillard είναι η διαρκής και γενικευμένη δυσπιστία · δεν μπορούμε να ανακαλύψουμε την αλήθεια αλλά μπορούμε τουλάχιστον να μην πέσουμε θύματα της απάτης του μοντάζ: να γίνουμε «μετεωρολογικά ευαίσθητοι απέναντι στην ηλιθιότητα» (Baudrillard, 1995: 67)

<sup>85</sup> Σε αυτή τη θεώρηση, η ιδεολογία καθίσταται με άμεσο τρόπο παραγωγική δύναμη. Δεν αρκείται στο να νομιμοποιεί τον κυρίαρχο τρόπο παραγωγής και το αντίστοιχο πολιτικό σύστημα. Η ιδεολογία της εικόνας έχει μια αδιαμεσολάβητη σχέση με την οικονομία καθώς «η εικόνα πρώτα παράγει ορισμένο πλαίσιο οικονομικών σχέσεων και ταυτόχρονα τρόπου ζωής και σκέψης, το οποίο στη συνέχεια εξυπηρετεί ορισμένα είδη σχέσεων εξουσίας» (Πλειός, 2001: 405).

<sup>86</sup> Όπως τονίζει βέβαια ο Woodcock, η ανταμοιβή που οι εργαζόμενοι του τηλεφωνικού κέντρου επεδίωκαν περισσότερο ήταν το δικαίωμα να φύγουν λίγο νωρίτερα από τη βάρδια τους (2019: 136)

<sup>87</sup> Είτε ανάμεσα στη δημιουργικότητα και την καθυπόταξη στην τυποποίηση, είτε ανάμεσα στο παιχνίδι και την εργασία είτε ανάμεσα στην ενημέρωση και τη διασκέδαση.

<sup>88</sup> Φυσικά, αυτό το νεοφιλελεύθερο υποκείμενο δεν διαμορφώνεται μόνο χάρη στα ΜΜΕ. Είναι χαρακτηριστική, για παράδειγμα, η καθιέρωση στα σχολεία των ΗΠΑ των προσομοιώσεων χρηματιστηρίου ως εργασίες που οι μαθητές αγοράζουν ένα εικονικό στοκ μετοχών και παίζουν σε ένα εικονικό χρηματιστήριο (που ακολουθεί τις τιμές του πραγματικού) με στόχο εντός μιας συγκεκριμένης περιόδου, αγοράζοντας και πουλώντας, να αυξήσουν τη συνολική αξία του στοκ μετοχών τους. Με αυτό τον τρόπο εμπεδώνεται και νομιμοποιείται τόσο η φυσιογνωμία του «ατόμου-επιχειρηματία» όσο και ο σημαίνον ρόλος του χρηματοπιστωτικού κεφαλαίου. Βλ. <https://www.moneyinstructor.com/ls/msimulation.asp>

<sup>89</sup> «Το δημοκρατικό κοινοβουλευτικό καθεστώς στην Ελλάδα του 19<sup>ου</sup> αιώνα δεν είναι μηχανισμός κυριαρχία κι συγχρόνως μηχανισμός άμυνας και εγγυήσεων ελευθεριών αλλά είναι ο συγκεκριμένος τρόπος με τον οποίο επιβλήθηκε η κοινωνική κυριαρχία

των προεστών, των πολιτικών οικογενειών ως καθοριστικών ομάδων μέσα στο κράτος» (Χαραλάμπης, 1989:28).

<sup>90</sup> Το βιβλίο του Χαραλάμπη είναι γραμμένο πριν τη Συνθήκη του Μάαστριχτ και την Ευρωζώνη όμως σε μεγάλο βαθμό προ-εικονίζει το δημόσιο διάλογο γύρω από αυτές τις επιλογές. Αυτό είναι ιδιαίτερα σαφές σε φράσεις όπως «η ένταξη στην Κοινότητα ήταν ο μόνος τρόπος να αποτραπεί ο περιθωριακός οικονομικός ρόλος της Ελλάδας» (Χαραλάμπης, 1989: 286).

<sup>91</sup> Αν και ο Διαμαντούρος (2000: 19) δηλώνει ότι αντιμετωπίζει τα δύο ρεύματα ως αξιολογικά ισότιμα, σε όλο το κείμενο είναι σαφής η προτίμηση του στο δεύτερο καθώς και η απόδοση στην παρωχημένη κουλτούρα της ευθύνης για τα προβλήματα της Ελλάδας της Μεταπολίτευσης. Η παρωχημένη κουλτούρα έχει μόνο αρνητικές συνδηλώσεις καθώς σχετίζεται με την ξενοφοβία (Διαμαντούρος, 2000: 69-70), τη σπατάλη (Διαμαντούρος, 2000: 102-104) και συνολικά αναπαρίσταται ως ένα ανορθολογικό ρεύμα που θέλει να καταναλώσει και να απολαύσει χωρίς να χρειαστεί να παράγει.

<sup>92</sup> Η ερευνητική προέκταση αυτών των ερμηνειών περιλαμβάνει -όχι τυχαία- σχόλια Ελλήνων χρηστών του διαδικτύου που επιτίθενται στα σχέδια των «ξένων» ενάντια στον ελληνισμό (Ζάραλη & Φραγκονικολόπουλος, 2013: 289-291). Η ιδεολογική ερμηνεία που επηρεάζει αυτό το ερευνητικό σχέδιο είναι σαφής · όσοι αμφισβητούν την εκσυγχρονιστική πολιτική των μνημονίων, θεωρούνται φορείς του ανορθολογισμού.

<sup>93</sup> Ο Βαμβακάς φαίνεται να παραβλέπει ότι το δίπολο τουρίστας fashion victim/εναλλακτικός τουρίστας, πέρα από πολιτισμικά πρότυπα, εκφράζει και μορφές καταναλωτισμού, βασίζεται στην παραγωγή και προώθηση εμπορευμάτων-συμβόλων όπως είναι ένα πακέτο διακοπών στη Μύκονο ή μια σκηνή κάμπινγκ για την Ανάφη. Η ανάλυση του ατομικισμού που καλλιεργείται από τα εμπορεύματα-σύμβολα δεν μπορεί να γίνει κατανοητός ως «εθνική ιδιαιτερότητα» αλλά μάλλον πρέπει να ενταχθεί στη συζήτηση του προηγούμενο κεφαλαίου: εμπορευματοποίηση της επικοινωνίας, εξατομίκευση της κατανάλωσης και κατακερματισμός του κοινού. Ζητήματα δηλαδή που άπτονται διεθνών τάσεων στην εποχή του νεοφιλελεύθερου καπιταλισμού.

<sup>94</sup> Ο Σημίτης έχει κεντρικό ρόλο στην όλη συζήτηση καθώς θεωρείται ότι με το Πρόγραμμα Σταθεροποίησης, ως υπουργός Οικονομικών το 1985, έκανε το πρώτο βήμα στο να περιοριστεί η δυναμική των μεταπολιτευτικών κοινωνικών διεκδικήσεων. Όχι τυχαία, ο Διαμαντούρος τον χαρακτηρίζει ως έναν «αξιόπιστο πολιτικό που επι μακρόν υποστήριξε τη μεταρρύθμιση και τον εξορθολογισμό» (Διαμαντούρος, 2000: 98).

<sup>95</sup> Όπως γράφει ο Μαυρουδέας, ο ελληνικός καπιταλισμός «είναι δεύτερης γενεάς καπιταλισμός γιατί δεν ανήκει στην ομάδα χωρών που πρώτες προχώρησαν στο δρόμο του καπιταλισμού (Δυτική Ευρώπη και Ιαπωνία) ήδη από τον 17<sup>ο</sup> αι. αλλά στην δεύτερη ομάδα που τις ακολούθησε αργότερα. Δεν ανήκει όμως σίγουρα στις χώρες εκείνες στις οποίες ο καπιταλισμός εγκαθιδρύθηκε αρκετά καθυστερημένα και μάλιστα με την κρίσιμη παρέμβαση ευρωπαϊκών καπιταλιστικών δυνάμεων. Οι καπιταλιστικές σχέσεις είχαν αρχίσει να εμφανίζονται στο ελλαδικό χώρο ήδη από τον 19<sup>ο</sup> αι. ενώ οι προ-καπιταλιστικές πρρόδρομες δραστηριότητες (εμπόριο κλπ.) είχαν μια ήδη μακρύτερη διαδρομή πίσω τους».

<https://stavrosmavroudeas.wordpress.com/2011/03/23/%C2%AB%CF%84%CE%BF-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%BA%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%BF-%CE%BE%CE%AD%CE%BD%CE%BF-%CE%BA%CE%B5%CF%86%CE%AC%CE%BB%CE%B1/>

<sup>96</sup> <https://stavrosmavroudeas.wordpress.com/2011/03/23/%C2%AB%CF%84%CE%BF-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%BA%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%BF-%CE%BE%CE%AD%CE%BD%CE%BF-%CE%BA%CE%B5%CF%86%CE%AC%CE%BB%CE%B1/>

<sup>97</sup> Δηλαδή την κατεξοχήν περίοδο της ανόδου του νεοφιλελεύθερισμού και της κυριαρχίας της στρατηγικής πρόσδεσης στην ευρωπαϊκή ενοποίηση.

<sup>98</sup> Η Γαλλία φαίνεται να διαφοροποιείται σε ένα βαθμό λόγω της ισχυρής εκβιομηχάνισης και της υψηλής κυκλοφορίας του Τύπου (Hallin & Mancini, 2004: 74).

<sup>99</sup> Ούτως ή άλλως, ο διαχωρισμός τους παραμένει έωλος στο βαθμό που κάθε καταγραφή υπονοεί και κάποιο αξιολογικό σύστημα σχετικά με το τι είναι άξιο να καταγραφεί.

<sup>100</sup> Είναι ενδιαφέρον ότι η διάσταση αυτή της εμπορευματοποίησης της τηλεόρασης στην Ελλάδα «ξεχνιέται» στη συζήτηση για τον εκσυγχρονισμό ή αντιμετωπίζεται ξανά ως ελληνική ιδιαιτερότητα, ενώ, στην πράξη, ήταν η πιο ωμή έκφραση των διεθνών τάσεων ιδιωτικοποίησης.

<sup>101</sup> Πλευρά αυτής της κατάστασης είναι η ίδρυση πανεπιστημιακών σχολών επικοινωνίας (σε ΕΚΠΑ και ΑΠΘ) μετά την απορρύθμιση, την περίοδο 1990-1991.

<sup>102</sup> Σύμφωνα με στοιχεία του Ευρωβαρόμετρου για το πρώτο εξάμηνο του 2000, η Ελλάδα κατέχει την τελευταία θέση στην Ευρώπη στην καθημερινή ενημέρωση από το

ραδιόφωνο και την προτελευταία στην καθημερινή ανάγνωση εφημερίδων (αναφέρονται στο Μαδιανού, 2002: 340)

<sup>103</sup> Για παράδειγμα, για την περίοδο 1998-1999, η AGB Hellas δίνει την εξής κατανομή: το ενημερωτικό πρόγραμμα καταλαμβάνει το 76.7% στη NET, το 43.5% στον ANT1, το 43% στο Mega, το 53% στο ΣΚΑΙ, το 36.6% στο STAR, το 35.5% στην ET1 (Μαδιανού, 2002: 341)

<sup>104</sup> Ο συντονιστής του ντιμπέιτ του 1996, Πέτρος Ευθυμίου, θα εκλεγεί ευρωβουλευτής με το ΠΑΣΟΚ το 1999 ενώ από τους 4 δημοσιογράφους που εμπλέκονται στο ντιμπέιτ του 2000, ο Θοδωρής Ρουσόπουλος πολιτεύτηκε αργότερα ως εκπρόσωπος Τύπου της Νέας Δημοκρατίας το 2000 και ως Υπουργός Επικρατείας και κυβερνητικός εκπρόσωπος στην κυβέρνηση του 2004. Θα επιστρέψουμε στο ζήτημα αυτό στις επόμενες ενότητες.

<sup>105</sup> Ο Πλειός, επίσης με κριτική διάθεση, τονίζει ότι ο υποτιθέμενος εκδημοκρατισμός της πολιτικής μέσω της εμπορικής τηλεόρασης διαμορφώνει συνθήκες όπου «η συμμετοχή είναι συμβολική, δεν βασίζεται στην εκπροσώπηση και ασκείται στην εκροή των πολιτικών αποφάσεων» (Πλειός, 2002: 241)

<sup>106</sup> Το σύστημα αυτό καθιέρωσε μια γενικευμένη αδιαφάνεια σχετικά με το ακριβές ύψος των διαφημιστικών εσόδων των Μέσων και των συναλλαγών που διεξάγονται με τις διαφημιστικές εταιρείες. Με βάση νόμο του 2018, απαγορεύτηκαν οι επιστροφές σε είδος και μειώθηκε το ύψος της επιστροφής <https://m.naftemporiki.gr/story/1336589/ti-allazei-stin-timologisi-tis-diafimisis>.

<sup>107</sup> Πιθανώς μπορεί να υποστηριχθεί ότι το «στίγμα» της μεταπολίτευσης και των κοινωνικών αγώνων έπαιξε ρόλο στην καθυστέρηση της ανόδου του νεοφιλελευθερισμού στην Ελλάδα

<sup>108</sup> Σε αυτά θα μπορούσε να προσθέσει κανείς την αναγνώριση της Εθνικής Αντίστασης.

<sup>109</sup> Φυσικά, η διαδικασία αυτή «επιταχύνθηκε» από την απορρύθμιση και την ανάδυση της εμπορικής τηλεόρασης. Έτσι, στη συνέντευξη Τύπου της ΔΕΘ του 1995, ο πρωθυπουργός δέχεται ερώτηση από ιδιωτικό κανάλι της περιφέρειας σχετικά με το αν οι «ιδεολογικές αγκυλώσεις στελεχών του ΠΑΣΟΚ» ενδέχεται να καθυστερήσουν το πρόγραμμα ιδιωτικοποιήσεων στο πλαίσιο των «νέων δεδομένων που επιτάσσει το διεθνές περιβάλλον» (<https://www.youtube.com/watch?v=XhbQIBWsDqI>, στο 44.25). Αξίζει προσοχή και ο νέος ρόλος επιτήρησης της πολιτικής εξουσίας -για την προώθηση της νεοφιλελεύθερης πολιτικής- αλλά και η φυσικοποίηση και αποπολιτικοποίηση των πολιτικών επιλογών —οι ιδιωτικοποιήσεις δεν αποτελούν πολιτικό σχέδιο με συγκεκριμένο ιδεολογικό στίγμα αλλά «τις επιτάσσει το διεθνές περιβάλλον».

---

<sup>110</sup> Το παραπάνω, φυσικά, δεν αποκλείει το ενδεχόμενο «παρεκκλίσεων» και για το πολιτικό σύστημα και για τα ΜΜΕ. Η τηλεοπτική κάλυψη του πολέμου στη Σερβία είναι ένα τέτοιο παράδειγμα καθώς χαρακτηρίστηκε από έντονη κριτική στο ΝΑΤΟ αλλά και γενικότερο αντιαμερικανισμό (Μαδιανού, 2002: 347, 354). Η στάση αυτή μπορεί να ερμηνευθεί και ως μια ουσιοκρατική κάλυψη που βασίζεται στη σύγχρονη ελληνική ιστορία για να δαιμονοποιήσει τους Αμερικάνους ενώ εστιάζει στην κοινή θρησκεία για να καλύψει θετικά τους Σέρβους (Μαδιανού, 2002: 363-364) αλλά και ως μια προσαρμογή των Μέσων στις απαιτήσεις του κοινού που ήταν έντονα αντίθετο στην εμπλοκή του ΝΑΤΟ στη Σερβία

<sup>111</sup> Με βάση τα στοιχεία της ΕΙΗΕΑ, το 2007 *Τα ΝΕΑ* έχουν τη μεγαλύτερη μέση ημερήσια κυκλοφορία στις απογευματινές με 64 χιλιάδες φύλλα, ενώ το *Βήμα* έρχεται δεύτερο στις πρωινές με 47 χιλιάδες φύλλα, πίσω από την *Καθημερινή*. Το δε *Βήμα της Κυριακής*, έρχεται δεύτερο στις κυριακάτικες με μέση κυκλοφορία 199 χιλιάδες φύλλα, πίσω μόνο από το *Πρώτο Θέμα*.

<sup>112</sup> Το 2007 έρχεται τρίτο πανελλαδικά σε μέση ημερήσια κυκλοφορία στις απογευματινές με 43.779 φύλλα.

<sup>113</sup> Πρώτη στη μέση ημερήσια κυκλοφορία των οικονομικών με 6916 φύλλα

<sup>114</sup> Πάντα με βάση την ΕΙΗΕΑ (2008), το 2008 το *Πρώτο Θέμα* είναι πρώτο σε κυκλοφορία στις κυριακάτικες με 190 χιλιάδες φύλλα κατά μέσο όρο.

<sup>115</sup> Δεύτερη στη μέση ημερήσια κυκλοφορία των απογευματινών το 2007 με 54 χιλιάδες φύλλα και τέταρτη στη μέση κυκλοφορία των κυριακάτικων με

<sup>116</sup> Δεύτερος σε τηλεθέαση, πίσω από το Mega, το 2007 με 16.5% (Χαιρετάκης, 2014α: 420)

<sup>117</sup> Τρίτος σε τηλεθέαση με 13.9% (Χαιρετάκης, 2014α: 421)

<sup>118</sup> Το 2007 είναι πρώτη στην κυκλοφορία αθλητικών εφημερίδων με 45 χιλιάδες φύλλα (ΕΙΗΕΑ, 2007)

<sup>119</sup> Το 2007 είναι πρώτη στις πρωινές με μέση κυκλοφορία 58 χιλιάδες φύλλα και τρίτη στις κυριακάτικες με 176 χιλιάδες (ΕΙΗΕΑ, 2007).

<sup>120</sup> Τηλεθέαση 3.8% πριν το 2008 (Χαιρετάκης, 2014α : 420). Η τηλεθέαση του ΣΚΑΙ ανέβηκε σημαντικά μες την κρίση μαζί με την αλλαγή του χαρακτήρα του καναλιού και την αύξηση των ενημερωτικών εκπομπών.

<sup>121</sup> Τέταρτος σε τηλεθέαση το 2007 με 10.9% (Χαιρετάκης, 2014α: 420)



<sup>122</sup> Η *Μεσημβρινή* έχει πολύ χαμηλή κυκλοφορία, μόλις 98 φύλλα κατά μέσο όρο. Οστόσο η *Espresso* κατατάσσεται πέμπτη με 17 χιλιάδες φύλλα (ΕΙΗΕΑ, 2007).

<sup>123</sup> Πέμπτο σε τηλεθέαση το 2007 με 10.3% (Χαιρετάκης, 2014α : 420)

<sup>124</sup> Σύμφωνα με κάποιες εκτιμήσεις έφτανε στο 40-50% του τζίρου.  
<https://www.kathimerini.gr/466597/article/oikonomia/epixeirhseis/to-telos-twn-metropolis-allazei-ton-xarth-sthn-agera-diskorwleiw>

<sup>125</sup> Ενώ, στο διεθνές πλαίσιο, τουλάχιστον για τα κανάλια, φαίνεται να ισχύει ότι είναι κερδοφόρα αλλά κάτω από τον γενικό μέσο όρο (Πλειός, 2002).

<sup>126</sup> Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Βερναρδάκη για το 2009, η κρατική χρηματοδότηση καλύπτει το 81% των εσόδων του ΠΑΣΟΚ, το 74% της ΝΔ αλλά και το 71% του Συνασπισμού <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=28276>

<sup>127</sup> <https://analitis.gr/aporrta-engrafa-ellines-megistanes-chrimatodotoun-zimiogona-mme-gia-na-elegchoun-ti-chora/>

<sup>128</sup> <https://www.iefimerida.gr/news/29556/%CE%BC%CE%B1%CE%B6%CE%AF-%CF%84%CE%B1-%CF%86%CE%AC%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B5-%CE%B1%CF%85%CF%84%CE%BF%CE%AF-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%BF%CE%B9-%CF%86%CE%AF%CE%BB%CE%BF%CE%B9-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BB%CE%B1%CF%85%CF%81%CE%B5%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%AC%CE%B4%CE%B7>

<sup>129</sup> <https://www.koutipandoras.gr/article/o-mythos-kai-paramythi-toy-layrenti-layrentiadi>

<sup>130</sup> [https://www.efsyn.gr/ellada/dikaiosyni/189731\\_o-stayros-psyharis-sto-skamni-gia-ta-daneia-me-eggysi-aera](https://www.efsyn.gr/ellada/dikaiosyni/189731_o-stayros-psyharis-sto-skamni-gia-ta-daneia-me-eggysi-aera)

<sup>131</sup> «Η περίπτωση της «Τηλέτυπος» φαίνεται ότι είναι ένα κλασσικό παράδειγμα, όπου η τράπεζα συνεχίζει να χρηματοδοτεί μια επιχείρηση που δεν ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις της. Το 2009 οι τράπεζες Πειραιώς και Αλφα δίνουν από 25 εκατ. η καθεμία στην εταιρεία, άνευ εξασφαλίσεων, όπως σημείωσε ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ Σπύρος Λάμπας, στοιχείο που δεν διαψεύστηκε από το στέλεχος της Πειραιώς. Η Τηλέτυπος έλαβε το εν λόγω δάνειο, μολονότι, σύμφωνα με στοιχεία της ίδιας τράπεζας, είχε μειώσει τον κύκλο εργασιών της κατά 30 εκατ. το διάστημα 2008 – 2009. Το 2012 η Πειραιώς έδωσε νέο δάνειο στην εταιρεία, 32 εκατ. ευρώ ενώ ήδη η τράπεζα είχε παραδεχτεί ότι 34 εκατ. ευρώ ήταν ακάλυπτα.» <https://thepressproject.gr/daneika-alla-agurista-ta-daneia-se-kommata-kai-mme/>

<sup>132</sup> «Εντύπωση προκαλεί τέλος η περίπτωση της εφημερίδας του ΣΥΡΙΖΑ, της «Αυγής» για την οποία η Επιτροπή παρατήρησε απότομη αύξηση της τραπεζικής χρηματοδότησης

τα τελευταία δύο χρόνια, στοιχείο που δεν συνάδει, όπως παρατήρησαν βουλευτές της αντιπολίτευσης, με αύξηση της κυκλοφορίας της εφημερίδας. Σε αυτό το σημείο ο διευθύνων σύμβουλος της Πειραιώς δεν μπόρεσε να δώσει επαρκή εξήγηση.»

<https://thepressproject.gr/daneika-alla-agurista-ta-daneia-se-kommata-kai-mme/>

«Είπατε κι εσείς ότι από το 2005 ως το 2015 ήταν περίπου 660.000 ευρώ. Βλέπουμε ότι το 70% αυτού του ποσού δηλαδή περίπου 440.000, 223.000 και 219.000, είναι την τελευταία διετία. Για παράδειγμα, το 2013 η «ΑΥΓΗ» είχε 70.000 διαφημιστική δαπάνη. Το 2014, μετά τις ευρωεκλογές που βγήκε πρώτος ο ΣΥΡΙΖΑ, έγινε ένα άλμα και τριπλασιάστηκε. Από 70.000 πήγε στις 220.000» τόνισε ο βουλευτής του «Ποταμιου» Γιώργος Μαυρωτάς, απευθυνόμενος στον κ.Πουλόπουλο.

<sup>133</sup> <https://www.kathimerini.gr/197742/article/epikairothta/politikh/mystika-kai-yemata-sto-radiothleoptiko>

<sup>134</sup> <https://www.rizospastis.gr/story.do?id=2549458>

<sup>135</sup> <https://reportcomgr.wordpress.com/2016/11/28/%CE%B7-%CF%83%CF%8D%CE%BD%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B5%CF%83%CF%81-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CF%84-%CE%B5%CF%80%CE%AF%CF%86%CE%B1%CF%83%CE%B7-%CE%B1%CE%BD/>

<sup>136</sup> <https://www.kathimerini.gr/politics/200658/apofasi-ste-pligma-kata-tis-diaplokis/>

<sup>137</sup> <https://www.tovima.gr/2008/11/25/opinions/to-telos-toy-basikoy-metoxoy/>

<sup>138</sup> <http://ephemeron.eu/1779>. Σχολιάζει ο Σμυρναίος την παρέμβαση ως εξής «Με άλλα λόγια, η διασφάλιση της πολυφωνίας των ΜΜΕ που επικαλείται η ελληνική κυβέρνηση, η οποία και αποτελεί δημόσιο αγαθό, θεωρείται από τον Επίτροπο ως υποδεέστερος στόχος από την απρόσκοπτη οικονομική δραστηριότητα, μολονότι η τελευταία αφορά κατά κύριο λόγο συμφέροντα ιδιωτών.»

<sup>139</sup> <https://www.e-nomothesia.gr/enemerose-tupos-radiophono-teleorase/n-3592-2007.html>

<sup>140</sup> Στο ζήτημα της δεσπόζουσας θέσης θα επανέλθουμε σχετικά με την πρόσφατη κυριαρχία της Alter Ego στο πεδίο των ΜΜΕ.

<sup>141</sup> Έτσι, για τα επόμενα δέκα χρόνια, δικαιούχοι της άδειας είναι ο ΣΚΑΐ, ο Alpha, το Star, ο ANT1 και το Epsilon. <https://www.kathimerini.gr/society/983279/apofasi-esr-ta-kanalia-poy-piran-tis-5-tileoptikes-adeies/>

<sup>142</sup> «Δηλαδή, μια νομοθετική πρωτοβουλία που γίνεται στο όνομα της κάθαρσης από την διαπλοκή, και μάλιστα από μία κυβέρνηση που αποκαλείται αριστερή, σφραγίζει την κανονικότητα της απουσίας ακόμη κι ελάχιστων θεσμικών μέτρων απέναντι σε αυτή. Μέτρων που απλά θα έκαναν στην πραγματικότητα τη ζωή συγκεκριμένων επιχειρηματιών δύσκολη χωρίς να την αλλάζουν άρδην, για να πούμε την αλήθεια...» <https://www.toperiodiko.gr/%cf%84%ce%b7%ce%bb%ce%b5%ce%bf%cf%80%cf%84%ce%b9%ce%ba%ce%ad%cf%82-%ce%ac%ce%b4%ce%b5%ce%b9%ce%b5%cf%82->

[%ce%ba%cf%85%ce%b2%ce%b5%cf%81%ce%bd%ce%b7%cf%84%ce%b9%ce%ba%ce%ae-%cf%80%cf%81%ce%bf%cf%80/#.Yqtv9XZByUk](#)

<sup>143</sup> «Αδυναμίες» που προέρχονται από το καταστατικό σχέδιο της ως ένας χώρος που ευνοεί οικονομίες με υψηλή προστιθέμενη αξία, όπως η Γερμανία (Λαπαβίτσας, 2010)

<sup>144</sup> <https://www.tovima.gr/2010/02/15/finance/tha-laboyme-prostheta-metra-an-xreiastei-leei-o-g-papakwnstantinou-apo-tis-brykselles/>

<sup>145</sup> <https://www.kathimerini.gr/904740/article/oikonomia/epixeirhseis/sth-fraport-apo-shmera-ta-14-aerodromia>

<sup>146</sup> <https://www.iefimerida.gr/news/362432/oloklirothike-i-polisi-tis-trainose-stin-ferrovie-dello-stato-italiane>

<sup>147</sup> <https://tvxs.gr/news/ellada/pros-ypografi-i-symbasi-gia-tin-polisi-toy-opap-stin-emma-delta>

<sup>148</sup> <https://www.news247.gr/afieromata/poia-einai-i-fraport-poy-pairnei-ta-aerodromia-tis-elladas.6368294.html>

<sup>149</sup> <https://m.naftemporiki.gr/story/315959>

<sup>150</sup> <https://www.newsbeast.gr/financial/arthro/256626/upograpste-tora-gia-na-ektamieuthei-i-ekti-dosi>

<sup>151</sup> <https://www.lifo.gr/now/media/68453>

<sup>152</sup> Πράγματι, οι κινητοποιήσεις «χαμηλής έντασης» που εμπλέκουν συγκεκριμένα τμήματα του πληθυσμού μπορούν να συνυπάρχουν με την ομαλή αναπαραγωγή του πολιτικού συστήματος.

<sup>153</sup> Παράγοντας της υποχώρησης είναι και ο τραγικός θάνατος των 3 εργαζομένων της Marfin την ημέρα ψήφισης του 1<sup>ου</sup> Μνημονίου (Psimitis, 2011: 195)

<sup>154</sup> Αρκεί μια σύγκριση στα αποτελέσματα του δικομματισμού για να καταλάβουμε το βάθος των αλλαγών στο πολιτικό σύστημα. Το 2009, το άθροισμα ΠΑΣΟΚ-ΝΔ ξεπερνάει τα 5.300.000 ψήφους ενώ το 2012, το ίδιο άθροισμα είναι λίγο κάτω από τα 2 εκατομμύρια. Οι επαναληπτικές του Ιουνίου του 2012 «διόρθωσαν» ελάχιστα την κατάσταση με ΝΔ-ΠΑΣΟΚ να συγκεντρώνουν 2,5 εκατομμύρια ψήφους.

<sup>155</sup> Βλέπε για παράδειγμα αυτή την προειδοποίηση προς του Εργατικού του Ηνωμένου Βασιλείου <https://novaramedia.com/2015/01/28/5-things-you-need-to-know-about-rasokification/>

<sup>156</sup> Για παράδειγμα, μεταξύ των δύο εκλογών του 2012, η Δημοκρατική Συμμαχία της Ντόρας Μπακογιάννη ανακοίνωση τη συνεργασία της με τη ΝΔ ενώ στη συνέχεια

ανεστάλη η λειτουργία του κόμματος με την ηγεσία (Ντόρα Μπακογιάννη) να επανεπεντάσσεται στη ΝΔ. <https://www.skai.gr/news/politics/synergasia-nt-mpakogianni-me-nd>

<sup>157</sup> Στην ομιλία της για την ίδρυση του κόμματος, η Μπακογιάννη ξεκαθαρίζει τη στήριξη της στο Μνημόνιο με έμφαση στον περιορισμό του δημόσιου τομέα <https://www.voria.gr/article/dimokratiki-summaxia-to-komma-tis-mpakogianni>

<sup>158</sup> <http://www.antinews.gr/action.read/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE/%CE%9C%CE%B5-%CE%B1%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%BC%CE%AE-%CF%84%CE%B1-%CE%B3%CE%B5%CE%B3%CE%BF%CE%BD%CF%8C%CF%84%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%A0%CE%AE%CE%B3%CE%B1%CF%83%CE%BF-%CF%83%CE%BA%CE%AD%CF%88%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%9C%CE%9C%CE%95/2.61566>

<sup>159</sup> [http://katalipsiesiea.blogspot.com/2014/09/blog-post\\_7.html](http://katalipsiesiea.blogspot.com/2014/09/blog-post_7.html)

<sup>160</sup> Βλέπε καταγγελία του Συλλόγου Μεταφραστών-Επιμελητών-Διορθωτών για την απόλυση μέλους του από την εφημερίδα Γαύρος <http://mediatvnews.gr/?p=359>

<sup>161</sup> [https://www.alfavita.gr/koinonia/113453\\_ergazomenoi-imako-i-alitheia-gia-ton-ptoho-kyrio-kostopoylo](https://www.alfavita.gr/koinonia/113453_ergazomenoi-imako-i-alitheia-gia-ton-ptoho-kyrio-kostopoylo)

<sup>162</sup> <https://www.advertising.gr/media/i-anodos-kai-i-ptosi-tis-imako-59863/>

<sup>163</sup> <https://www.iefimerida.gr/news/312218/ragdaies-exelixeis-i-alpha-bank-zitise-na-mpei-se-diadikasia-ptotheysis-o-dol>

<sup>164</sup> <https://www.newsbeast.gr/media/arthro/133957/se-24ori-apergia-o-alter>, <https://tvxs.gr/news/%CE%AF%CE%BD%CF%84%CE%B5%CF%81%CE%BD%CE%B5%CF%84-%CE%BC%CE%BC%CE%B5/%CE%BD%CE%AD%CE%B1-48%CF%89%CF%81%CE%B7-%CE%B1%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%AF%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%BF-alter>

<sup>165</sup> <https://katalipsiesiea.espivblogs.net/2011/05/11/%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BF%CE%B8%CF%8C%CE%BD%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85-alter-%CF%84%CF%8E%CF%81%CE%B1/>

<sup>166</sup> Είναι χαρακτηριστική και η καταγγελία του προέδρου του ΔΟΛ, Σταύρου Ψυχάρη: «Είναι προφανές ότι παρεμβάσεις στις τράπεζες εναντίον εφημερίδων που δεν ικανοποιούν τις επιθυμίες των κυβερνώντων μαρτυρούν φασίζουσα νοοτροπία...Ο υπό αποχώρηση πρόεδρος του ΠαΣοΚ παρακαλείται να δηλώσει υπό ποιες συνθήκες

συναντηθήκαμε τελευταία φορά στο Μέγαρο Μαξίμου και γιατί ζητήθηκε να πάμε από την πίσω πόρτα του κτιρίου. Και ποιος ζήτησε κάτι από τον άλλο!»

<https://www.tovima.gr/2012/01/04/politics/o-dol-kai-o-k-g-papandreoy/>

<sup>167</sup> <https://left.gr/news/diethnis-katakraygi-gia-loyketo-stin-ert-kyma-allileggyis-apo-olon-ton-kosmo>

<sup>168</sup> <https://www.lifo.gr/now/politics/29409>

<sup>169</sup> Το μεταβατικό σχήμα της ΔΤ εξαρχής αντιμετώπισε σημαντικά προβλήματα στελέχωσης αλλά και εμπάργκο από κόμματα και κοινωνικούς φορείς. Οι πρώτες πρωινές ενημερωτικές εκπομπές της κατέγραψαν ιδιαίτερα χαμηλή τηλεθέαση — 2.7% και 1% στο δυναμικό κοινό (Χαιρετάκης, 2014β : 205)

<sup>170</sup> <https://www.in.gr/2013/11/07/greece/astynomiki-epembasi-gia-tin-ekkenwsi-tis-ert/>

<sup>171</sup> <https://www.in.gr/2013/11/07/greece/s-kedikogloy-apokatastasi-tis-omalotitas-stin-ert/>

<sup>172</sup> Πλειός, 2013, «Οι εργαζόμενοι της ΕΡΤ όχι μόνο υπερασπίστηκαν αμισθί τη δημόσια ραδιοτηλεόραση την ώρα η κυβέρνηση επιχειρούσε να τη δολοφονήσει, για το οποίο απέσπασαν τα εύσημα πολλών πλευρών του ευρωκοινοβουλίου, αλλά έδειξαν ότι αυτοί που παράγουν το (ραδιοτηλεοπτικό) προϊόν μπορούν να διαχειριστούν πιο αποτελεσματικά τη διαδικασία παραγωγής του» <https://alterthess.gr/content/i-anoixi-tis-ert-apo-tin-politiki-aytoktonia-tis-kyvernisis-stin-riziki-politiki-allagi-toy>

<sup>173</sup> Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η εκπομπή «Αντιδραστήριο» που παράγουν εργαζόμενοι και αλληλέγγυοι στην ΕΡΤ3. Στόχος της εκπομπής είναι η ανάδειξη της δράσης των κοινωνικών κινημάτων, εγχειρημάτων αλληλέγγυας οικονομίας και καλλιτεχνών που αμφισβητούν, με το έργο τους, τα μέτρα λιτότητας. Βλ.

<https://www.youtube.com/watch?v=8mGmfffWazw>

<sup>174</sup> Αξίζει να σημειωθεί ότι ενώ ο μέσος όρος στην Ευρώπη των 27 απέχει σημαντικά από την Ελλάδα, η τάση είναι επίσης να αυξάνεται η έλλειψη εμπιστοσύνης των πολιτών προς τα ΜΜΕ με το 38% (+3%) να μην εμπιστεύεται το ραδιόφωνο, το 47% (+5%) την τηλεόραση) και το 54% (+3%) τον Τύπο (standard Eurobarometer, no. 78, 2012: 13-19)

<sup>175</sup> <https://slpress.gr/politiki/to-mythistorima-tis-megalis-kyvistisis-anazitontas-diexodosto-dimopsifisma/>

<sup>176</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=VA46GoMaZiw>

<sup>177</sup> Συνοψίζεται πολύ καλά από τον Πάγκαλο τόσο στη δήλωση «μαζί τα φάγαμε» όσο και στη μετέπειτα υπεράσπιση αυτής της θέσης, λέγοντας σε εκπομπή του ΣΚΑΙ ότι η ευθύνη της χρεοκοπίας δεν βαραίνει τα σκάνδαλα αλλά «τον τυροπιτά που δεν έκοβε απόδειξη» <https://www.youtube.com/watch?v=SKY4ygQTn24>

178 Συνοψίζεται στην άποψη ότι η Ελλάδα είναι η μοναδική χώρα που διατηρεί μέχρι και το 2017 ένα «κομμουνιστικό οικονομικό σύστημα» <https://www.protagon.gr/apopseis/editorial/teleftaia-kommounistiki-xwra-tis-evrwpis-44341439614>

179 [https://www.huffingtonpost.gr/entry/arveler-sinedeyxi-elliniki-taytotita-ahrweiler\\_gr\\_9518210](https://www.huffingtonpost.gr/entry/arveler-sinedeyxi-elliniki-taytotita-ahrweiler_gr_9518210)

180 Βλέπε για παράδειγμα το κείμενο του Νίκου Θεμελή. <https://www.kathimerini.gr/415240/article/epikairothta/politikh/politismos-kai-krish-yparxei-die3odos>

181 Και κατ' επέκταση έχουν εξωτικοποιημένες αναπαραστάσεις της Ελλάδας και εν γένει του ευρωπαϊκού Νότου (Mylonas, 2012, 2014), στηριγμένες σε στερεότυπα για τεμπέληδες και ανέμελους λαούς. Δεν μπορούμε να επεκταθούμε παραπάνω σε αυτό εδώ αλλά έχει ενδιαφέρον αυτή η στροφή της ιδεολογίας του Οριενταλισμού προς το εσωτερικό της Ευρώπης. Η κατασκευή του «εξωτικού & ανορθολογικού Ξένου» αναδεικνύεται ως ένα πάγιο εργαλείο της κυρίαρχης ιδεολογίας που μπορεί να αξιοποιηθεί ευέλικτα προς όποιο χρήζει συμμόρφωσης.

182 <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=162334>

183 Σύμφωνα με τους υποστηρικτές αυτής της θεώρησης, αιτία της αποτυχίας είναι ότι αυτοί που στήριξαν τη συμμετοχή της Ελλάδας στην ευρωπαϊκή ολοκλήρωση δεν πρόβλεψαν στις αντίστοιχες πολιτικές πρακτικές για ολοκλήρωση αυτής της πορείας (Ζαραλή & Φραγκονικολόπουλος, 2013: 274). Με αυτό τον τρόπο, «κατασκευάζεται» η πολύ βολική εικόνα μιας κοινωνίας και ενός πολιτικού συστήματος που ποτέ δεν θέλησαν την ευρωπαϊκή ενοποίηση «πραγματικά». Έτσι, αντί να συζητηθεί με συγκεκριμένο τρόπο το πώς επέδρασε στην Ελλάδα η ευρωπαϊκή ολοκλήρωση, η συζήτηση εκφεύγει σε μια συζήτηση περί προθέσεων.

184 Δηλαδή στην αρχή της κρίσης, όταν το ζήτημα της ερμηνείας κατέχει κεντρική θέση στη δημόσια σφαίρα

<sup>185</sup> Ωστόσο, στη βιβλιογραφία εμφανίζεται και η αντίθετη εκτίμηση: τα εμπορικά ΜΜΕ τείνουν να παρουσιάζουν ως συνέπειες της κρίσης την κοινωνική αναταραχή και τη διάρρηξη της κοινωνικής συνοχής και όχι τη φτώχεια και την ανεργία (Doudaki et al., 2016). Με αυτό τον τρόπο, ως αρνητική συνέπεια των μνημονίων είναι πιο πιθανό να

αναφερθεί η αύξηση στις διαδηλώσεις (δείγμα αναταραχής) παρά η αύξηση του ποσοστού όσων ζουν κάτω από το όριο της φτώχειας.

<sup>186</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=0WllZ361i5U&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=0WllZ361i5U&feature=emb_title)

<sup>187</sup> «Ο κόσμος πιστεύει πως χρεοκοπία είναι αυτό που ζει τώρα. Χρεοκοπία είναι όταν σταματούν αμέσως οι εισαγωγές, καυσίμων, πρώτων υλών και φαρμάκων. Αυτό είναι κάτι που έχουμε δει, στην Κύπρο, στη Βενεζουέλα, στην Αργεντινή»  
[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=1&v=cxuMUo3sJSA&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=cxuMUo3sJSA&feature=emb_title)

<sup>188</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=i7QNVSSfObM>

<sup>189</sup> [https://www.economistas.gr/politiki/1449\\_i-exodos-apo-eyro-itan-epilogi-olikis-katastrofis](https://www.economistas.gr/politiki/1449_i-exodos-apo-eyro-itan-epilogi-olikis-katastrofis)

<sup>190</sup> Χαρακτηριστικό παράδειγμα το παρακάτω άρθρο από *Τα Νέα* το πώς πλαισιώνεται, υιοθετώντας την οπτική του Παπαδήμου, το αποτέλεσμα των εκλογών της 6<sup>ης</sup> Μαΐου 2012 ως απειλή που θα οδηγήσει στην έξοδο από την Ευρωζώνη και την χρεοκοπία  
<https://www.tanea.gr/2012/05/18/greece/o-prwthypoyrgos-poy-den-ithele-na-ginei-politikos/>

<sup>191</sup> <https://www.tanea.gr/2012/02/12/world/diastaseis-grexit-opws-elleksodos/>

<sup>192</sup> Βλέπε. για παράδειγμα το άρθρο του Διαμαντόπουλου  
<https://www.tanea.gr/2012/08/27/opinions/mas-deixnougn-tin-eksodo/>. Εδώ φαίνεται καθαρά το πώς οι ιδεολογικές τακτικές διαπλέκονται συχνά και αλληλοτροφοδοτούνται. Ο «ανεύθυνος Έλληνας που φοροδιαφέυγει» είναι υπαίτιος για την κρίση αλλά και για τη νέα ακόμα μεγαλύτερη καταστροφή που έρχεται. Η μόνη επιλογή που υπάρχει είναι η ακόμα αυστηρότερη συμμόρφωση στα μέτρα — αλλά ακόμα και αυτή μπορεί εν τέλει να μην αρκεί..

<sup>193</sup> <https://www.protagon.gr/epikairoτητα/oikonomia/oi-draxmolagno-i-kerdizoun-edafos-4142500000>

<sup>194</sup> <https://www.kathimerini.gr/opinion/825700/tha-ginoyme-i-kalyteri-mpanania-toy-kosmoy/>

<sup>195</sup> <https://www.kathimerini.gr/politics/826631/i-apeili-toy-grexit-einai-akoma-edo/>

<sup>196</sup> Ορθά τονίζει οι Μυλωνάς & Κομπατσιάρης ότι αυτή η προσέγγιση παρέχει νομιμότητα σε «νεοφασιστικούς Λόγους... που έχουν την τάση να αντιμετωπίζουν τους μετανάστες ως στατιστικό γεγονός που κρίνεται κατά βάση από το μέγεθος της κερδοφορίας του σε σχέση με τα οικονομικά της χώρας» (2013: 414)

<sup>197</sup> Χαρακτηριστική της νοηματικής συσχέτισης των δύο όρων στο παρακάτω «Αν εξαιρέσει κανείς τη χθεσινή δήλωση του Πάγκαλου στη Βουλή («η απάντηση στην κατακραυγή των πολιτών «πώς φάγατε τα λεφτά;» είναι ότι σας διορίσαμε όλα αυτά τα χρόνια στο Δημόσιο, τα φάγαμε όλοι μαζί»), αυτό που παρακολουθούμε ως «πολιτική ζωή» είναι ο αγώνας μιας ακόμη συντεχνίας, της συντεχνίας των λαϊκιστών, να επιβιώσει εις βάρος των υπολοίπων, καθώς βρισκόμαστε στο χείλος του γκρεμού.»  
<https://www.kathimerini.gr/721894/opinion/epikairothta/arxeio-monimes-sthles/an-o-laikismos-htan-8rhskeia-h-ellada-8a-htan-pakistan>

<sup>198</sup> <https://www.kathimerini.gr/928825/opinion/epikairothta/politikh/o-laikismos-ston-21o-aiwna>. Έχει ενδιαφέρον, επίσης, σε αυτό το άρθρο η φυσικοποίηση του ρατσισμού ως η αίσθηση της «σιωπηρής πλειοψηφίας» (στο όνομα της οποίας μιλάει ο αρθρογράφος) απέναντι στις μειονότητες που «ενδυναμώνονται» τα τελευταία χρόνια

<sup>199</sup> Οι κινητοποιήσεις που ακολούθησαν τη δολοφονία του Αλέξανδρου Γρηγορόπουλου θεωρείται ότι αποτελούν τη «μήτρα του κακού» καθώς, σύμφωνα με αυτή την αφήγηση, η υποχωρητικότητα της κυβέρνησης σε συνδυασμό με τη δράση της Αριστεράς οδήγησαν σε ένα ξέσπασμα τυφλής βίας που ευθύνεται για φαινόμενα όπως η δημιουργία η νέων τρομοκρατικών οργανώσεων και η άνοδος της Χρυσής Αυγής  
<https://www.liberal.gr/apopsi/to-politismiko-trauma-tou-dekembri/232105>

<sup>200</sup> <https://www.kathimerini.gr/725638/opinion/epikairothta/arxeio-monimes-sthles/h-xreokopia-mias-koινωνias>. Το άρθρο αυτό του Μανδραβέλη αποτελεί υπόδειγμα της αφήγησης των λαϊκίστικων συντεχνιών (ή των συντεχνιακών λαϊκιστών) που κινούνται εκτός νόμου. « Αυτή είναι άλλο ένα δείγμα της χρεοκοπίας. Τα μπαϊράκια των τοπικών φορέων, των συντεχνιών, και άλλων ομάδων πληθυσμού που σηκώνονται χωρίς να υπολογίζει κανείς το κοινωνικό κόστος, αυτό σηματοδοτούν... Η περιοχή της Κερατέας αποτελεί ίσως τον ιδεότυπο της α λά ελληνικά “κοινωνικής συνοχής” ... Μιλάμε δε για μια περιοχή όπου οργίασε η παράνομη δόμηση και οι καταπατήσεις δημόσιων γαιών. Συμπαράστατες δε του αγώνα των κατοίκων, βρέθηκαν όλοι όσοι χύνουν μαύρο δάκρυ για την απώλεια της κοινωνικής συνοχής, δηλαδή η παλαβή αριστερά.»

<sup>201</sup> Βλέπε και το άρθρο του Τσίμα όπου εξισώνεται όποιος αμφισβητεί την κατάργηση του 14<sup>ου</sup> μισθού με συνωμοσιολόγους που αρνούνται την ύπαρξη της οικονομικής κρίσης <https://www.tanea.gr/2014/05/15/opinions/paramythia-kai-drakoi/>

<sup>202</sup> <https://www.enikos.gr/politics/294081/tsipras-oute-rixi-oute-ypotagi-stous-daneistes>. <https://www.youtube.com/watch?v=mToff4SQunI>

<sup>203</sup> ΕΡΤ1, ΕΡΤ3, Mega, Antenna, Alpha, Star, Σκάϊ



---

<sup>204</sup> *Καθημερινή, Δημοκρατία, Έθνος, Ριζοσπάστης, Εφημερίδα των Συντακτών, Αυγή Ελεύθερος Τύπος, Kontra News, Ναυτεμπορική, Ημερησία, Χρηματιστήριο.*

<sup>205</sup> [www.zougla.gr](http://www.zougla.gr), [www.protothema.gr](http://www.protothema.gr), [www.makeleio.gr](http://www.makeleio.gr), [www.iefimerida.gr](http://www.iefimerida.gr), [www.newsit.gr](http://www.newsit.gr)

<sup>206</sup> Οι επίσημοι εκπρόσωποι προέρχονται από κόμματα που στήριξαν το ΝΑΙ ή το ΟΧΙ (το ΚΚΕ καταγράφηκε μαζί με το ΟΧΙ παρόλο που χρησιμοποίησε δικό του ψηφοδέλτιο για να το εκφράσει). Οι μη επίσημοι εκπρόσωποι έρχονται από το ευρύ φάσμα της κοινωνίας των πολιτών και είναι μέλη συνδικαλιστικών οργανώσεων και επιστημονικών φορέων, καλλιτέχνες, αναλυτές και δημόσια πρόσωπα κάθε είδους.

<sup>207</sup> Στα *Νέα*, οι επίσημοι και μη υποστηρικτές του ΝΑΙ, κατέλαβαν περίπου 10.000 λέξεις σε σύγκριση με τις 3500 των επίσημων και μη υποστηρικτών του ΟΧΙ. Στο *Έθνος*, τα αντίστοιχα νούμερα είναι 8000 και 2700 λέξεις.

<sup>208</sup> Στην *ΕφΣυν*, οι επίσημοι και μη υποστηρικτές του ΟΧΙ κατέλαβαν 15600 λέξεις έναντι 10.400 λέξεις για τους επίσημους και μη υποστηρικτές του ΝΑΙ.

<sup>209</sup> Στον *Ριζοσπάστη*, οι επίσημοι και μη υποστηρικτές του ΟΧΙ καταλαμβάνουν 50000 λέξεις έναντι 14.000 για τους υποστηρικτές του ΝΑΙ.

<sup>210</sup> Με βάση στοιχεία που μου διέθεσε η ίδια η εφημερίδα, οι μέσοι όροι πωλήσεων της για το 2015 κυμαίνονται σταθερά πάνω από τα 15.000 φύλλα για όλες τις ημέρες πλην Κυριακής (που σταθερά ξεπερνούν τις 70.000). Με βάση αυτά τα στοιχεία, η *Καθημερινή* ξεπερνάει κατά πολύ τον *Ριζοσπάστη* (μέσο όρος με βάση την ΕΙΗΕΑ για το 2015 είναι τα 5590 φύλλα για τις καθημερινές και 14678 για το κυριακάτικο φύλλο)

<sup>211</sup> Στην *Καθημερινή*, εμφανίζονται 624 επίσημοι και μη εκπρόσωποι του ΝΑΙ έναντι μόλις 8 επίσημων εκπροσώπων του ΟΧΙ και ούτε έναν μη επίσημο. Οι επίσημοι και μη υποστηρικτές του ΝΑΙ κατέλαβαν σχεδόν 31000 λέξεις έναντι σχεδόν 3000 των επίσημων εκπροσώπων του ΟΧΙ. Καμία άλλη εφημερίδα δεν εμφανίζεται τόσο πολωμένη.

<sup>212</sup> Στην ιστοσελίδα [protothema.gr](http://protothema.gr), οι επίσημοι εκπρόσωποι του ΟΧΙ καταλαμβάνουν σχεδόν το διπλάσιο χώρο από τους επίσημους εκπροσώπους του ΝΑΙ (93.438 λέξεις έναντι 55.773). Ωστόσο, στην κατηγορία των μη επίσημων, η εικόνα αντιστρέφεται και η κυριαρχία του ΝΑΙ είναι ακόμα πιο συντριπτική (91.655 λέξεις έναντι 7.469).

---

<sup>213</sup> 5.144 λέξεις για τους επίσημους εκπροσώπους του ΟΧΙ έναντι 3545 για τους επίσημους εκπροσώπους του ΝΑΙ και 2422 λέξεις για τους μη επίσημους υποστηρικτές του ΟΧΙ έναντι 964 για τους μη επίσημους υποστηρικτές του ΝΑΙ.

<sup>214</sup> Στην ΕΡΤ1 οι επίσημοι εκπρόσωποι του ΟΧΙ καταλαμβάνουν 453 λεπτά έναντι 256 του ΝΑΙ και οι μη επίσημοι του ΟΧΙ 127 λεπτά έναντι 115 του ΝΑΙ, στην ΕΡΤ3, τα αντίστοιχα νούμερα είναι 61 έναντι 29 και 29 έναντι 28

<sup>215</sup> Σε κάποιες περιπτώσεις, η αντίθεση είναι οξύτατη. Για παράδειγμα, στο STAR οι επίσημοι εκπρόσωποι του ΟΧΙ υπερτερούν έναντι του ΝΑΙ με 256 λεπτά έναντι 244, ενώ οι μη επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ υπερτερούν με 87 λεπτά έναντι μόλις 5 του ΟΧΙ

<sup>216</sup> Οι επίσημοι εκπρόσωποι του ΝΑΙ καταλαμβάνουν 431 λεπτά έναντι 419 για τους αντίστοιχους του ΟΧΙ και οι μη επίσημοι υποστηρικτές 305 λεπτά έναντι μόλις 10 για τους αντίστοιχους του ΟΧΙ.

<sup>217</sup> Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η παρουσίαση εικόνας σε ρεπορτάζ του Mega από τη Νότιο Αφρική του 2012 όπου εμφανίζονται δύο ηλικιωμένες να προστατεύει η μια την άλλη ενώ κάνουν ανάληψη από ΑΤΜ.  
<https://www.youtube.com/watch?v=B9g3-QZlxaQ>. Με την εικόνα αυτή παρουσιάστηκε με δραματοποιημένο τρόπο, η ταλαιπωρία των ηλικιωμένων στις ουρές.

<sup>218</sup> Μεταστροφή ιδιαίτερα σημαντική αν συγκριθεί πχ με έρευνα της περιόδου 20 Απριλίου – 9 Μαΐου 2010, όπου ο λόγος των εκπροσώπων ΝΔ-ΠΑΣΟΚ είναι σημαντικά διαφοροποιημένος με το κυβερνών κόμμα να προβάλλει σε υπερπολλαπλάσιο βαθμό τα οικονομικά οφέλη από την υιοθέτηση του μνημίου αλλά και να θεωρεί ότι το μνημόνιο αποτελεί τη μόνη λύση (Πουλακιδάκος, Καρούλας, 2013: 370-371)

<sup>219</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=6pKB7ZRZDpY&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=6pKB7ZRZDpY&feature=emb_title)

<sup>220</sup> <http://newpost.gr/media/660051/kai-epishma-telos-to-mega>

<sup>221</sup> [https://www.efsyn.gr/ellada/dikaiosyni/74701\\_desmeysan-thyrides-kai-logariasmoys](https://www.efsyn.gr/ellada/dikaiosyni/74701_desmeysan-thyrides-kai-logariasmoys)

<sup>222</sup> <http://mediatvnews.gr/?p=5250>

<sup>223</sup> <https://tvxs.gr/news/internet-mme/dol-mia-istoriki-mintiaki-amartia-me-omiroy-600-ergazomenoys&dr=tvxsmrstvxs>

<sup>224</sup> Η αποφασιστικότητα της αρχουσας τάξης, μετά την ήττα στο δημοψήφισμα, αποτυπώνεται χαρακτηριστικά στις δηλώσεις Μεϊμαράκη: ««Εάν δεν έρθει η συμφωνία την Τετάρτη, θα παρέμβουν οι δυνάμεις της αστικής τάξης, θα απαντήσουμε πολύ διαφορετικά οι πολίτες της δημιουργίας» <http://newpost.gr/post/472957/me-marakhs-ean-den-yparksei-symfwnia-tha-badizoyme-se-tragwdia>

- <sup>225</sup> <https://www.newsit.gr/athlitika/agorazei-ton-panathinaiko-o-alafoyzos/1783365/>
- <sup>226</sup> Καταγγελίες που γίνονται με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι θεαματικές και να ευνοούν την πώλωση [https://www.youtube.com/watch?v=tEYy94h\\_LXY&ab\\_channel=troza1996](https://www.youtube.com/watch?v=tEYy94h_LXY&ab_channel=troza1996)
- <sup>227</sup> Βλέπε χαρακτηριστική εκπομπή με αποκαλύψεις ενάντια στο Βαγγέλη Μαρινάκη <https://www.youtube.com/watch?v=k13n8HC8nus> καθώς και τη μετατροπή των καταγγελιών του Παναθηναϊκού για τη διαίτησία σε σποτ του σταθμού <http://www.gazzetta.gr/football/article/654033/paragka-kai-orama-vol-19>
- <sup>228</sup> <https://www.parapolitika.gr/media/article/262818/nea-epochi-gia-ton-dimosiografiko-organismo-lampraki/>
- <sup>229</sup> <https://www.newsbeast.gr/media/arthro/5586051/ston-marinaki-i-tainiothiki-to-archeio-aidiseon-kai-to-sima-toy-mega>
- <sup>230</sup> <https://www.insider.gr/epiheiriseis/124497/o-baggelis-marinakis-allazei-harti-ton-tilepikoinonion-kai-ton-media>
- <sup>231</sup> <http://www.economy365.gr/article/104278/ktirio-toy-thrylikoy-alter-tha-filoxenisei-neo-kanali-panelladikis-emveleias>
- <sup>232</sup> [https://www.efsyn.gr/tehnesh/media/144407\\_dol-kai-monopolio-sti-dianomi-tytoy](https://www.efsyn.gr/tehnesh/media/144407_dol-kai-monopolio-sti-dianomi-tytoy)
- <sup>233</sup> <https://www.sdna.gr/monimes-stiles/san-simera/article/465200/akrivotero-tsai-stin-istoria-toy-paok>
- <sup>234</sup> <https://www.iefimerida.gr/news/355716/oristikopoiithike-i-symfonia-gia-tin-exagora-toy-epsilonon-apo-ton-ivan-savvidi>
- <sup>235</sup> Το newsbomb ασχολείται συστηματικά με τα οικονομικά προβλήματα της οικογένειας των Αγγελόπουλων (ιδιοκτήτες μπασκετικού Ολυμπιακού) <https://www.newsbomb.gr/bomber/apokalypseis/story/1043934/aggelopooyloi-1-5-disekatommyria-ofeiles-xrostoygn-se-oroion-milaei-ellinika>. Μάλιστα, διεκδικεί ένα ρόλο «ερευνητικής δημοσιογραφίας» με αποκαλύψεις για τη σύγκρουση πατέρα και υιών <https://www.newsbomb.gr/bomber/apokalypseis/story/1045469/xfygan-oi-aggelopooyloi-patera-dose-mas-amesa-568-ekatommyria-dolaria>
- <sup>236</sup> Βλ. για παράδειγμα πώς τον στηρίζει στη σύγκρουση του με τη Euroleague <https://www.onsports.gr/opinion/story/595292/mipos-telika-o-giannakopoylos-den-einai-trelos>
- <sup>237</sup> <http://mediatvnews.gr/?p=2270>
- <sup>238</sup> Βλέπε πχ άρθρο του διευθυντή του in.gr (όμιλος Alter Ego) και το πώς επιτίθεται σε Σαββίδη-ΣΥΡΙΖΑ <https://www.in.gr/2020/01/11/apopsi/nikos-andrikoropoulos-o-dikigoros-tou-petsiti-kai-tou-ivan-pou-agapa-tis-podosfairikes-epitropes/>

<sup>239</sup> Αντίστοιχα, βλέπε άρθρο από το Έθνος (όμιλος Σαββίδη) με επίθεση «εφ όλης της ύλης» στον Βαγγέλη Μαρινάκη [https://www.ethnos.gr/ellada/71325\\_baggelis-marinakis-oi-mpiznes-oi-dikastikes-peripeteies-kai-i-ahilleios-pterna](https://www.ethnos.gr/ellada/71325_baggelis-marinakis-oi-mpiznes-oi-dikastikes-peripeteies-kai-i-ahilleios-pterna)

<sup>240</sup> Βλ. ρεπορτάζ στο Έθνος για σκάνδαλο σχετικά με το γήπεδο του Ολυμπιακού [https://www.ethnos.gr/ellada/72476\\_skandalo-megatonon-me-karaiskaki-harizoygn-ofeiles-45-ekat-eyro](https://www.ethnos.gr/ellada/72476_skandalo-megatonon-me-karaiskaki-harizoygn-ofeiles-45-ekat-eyro)

<sup>241</sup> <https://www.onsports.gr/opinion/story/673918/o-panathinaikos-ton-giannakoroylon-prepei-na-didasketai-sta-sxoleia>

<sup>242</sup> Τον Ιούνιο του 2020, το Mega έκανε αφιέρωμα που εξυμνούσε τα δέκα χρόνια της προεδρίας Μαρινάκη στον Ολυμπιακό. Το αφιέρωμα προέβλεπε και το in.gr. <https://www.in.gr/2020/06/22/sports/football/megalo-afieroma-tou-mega-10-xronia-vaggelis-marinakis/>

<sup>243</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=YujhuHH4FN0>

<sup>244</sup> Σχόλιο από την ιστοσελίδα Το Περιοδικό για τη συνέντευξη Μαρινάκη (<http://www.toperiodiko.gr/%CF%8C%CF%84%CE%B1%CE%BD-%CE%AD%CE%BD%CE%B1%CF%82-%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%B3%CE%AC%CF%81%CF%87%CE%B7%CF%82-%CE%BC%CE%B9%CE%BB%CE%AC-%CF%83%CE%B5-%CF%80%CE%B1%CE%BD%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AE%CE%BD%CE%B9/?fbclid=IwAR0X0mpyDSb8HLOIEHBQiq3y1KJihSuJn4Scsn6AMH6edQG6zYHU00xvO5Q#.XN6LtcgzbiV>)

«Όταν ένας ολιγάρχης μιλά και δεν καταλαβαίνεις αν μιλά ως εφοπλιστής, ιδιοκτήτης ΜΜΕ, πρόεδρος ποδοσφαιρικών ομάδων, απερχόμενος ή υποψήφιος δημοτικός σύμβουλος στο μεγαλύτερο λιμάνι της χώρας όπου παίζονται δισεκατομμύρια, όπου λειτουργούν εγκαταστάσεις ξένων εταιρειών γαλέρες (και δεν μιλά ο επικεφαλής της συγκεκριμένης παράταξης)...»... «Όταν ένας ολιγάρχης πρακτικά βγαίνει ανοιχτά, δημόσια και άκρως πολιτικά να υπερασπίσει τα συμφέροντά του, προφανώς γιατί πλέον θεωρεί ότι δεν καλύπτονται επαρκώς από τα πολλαπλά ΜΜΕ που ελέγχει και από το αστικό κράτος, του οποίου ο ρόλος είναι ακριβώς να προωθεί τα συμφέροντα των ολιγαρχών, και τους πολιτικούς εκπροσώπους του, δηλώνοντας «non politica»... Τότε αναμφίβολα ο όρος ωμή πολιτική παρέμβαση πιθανώς δεν αρκεί, και σίγουρα ΚΑΤΙ ΔΕΝ ΠΑΕΙ ΚΑΘΟΛΟΥ, ΜΑ ΚΑΘΟΛΟΥ, ΚΑΛΑ σε ό,τι αποκαλούμε ΑΣΤΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ»

<sup>245</sup> <https://www.efsyn.gr/node/205491>

<sup>246</sup> <https://www.protothema.gr/greece/article/1031346/kleinei-kai-to-ethnos-tis-kuriakis/>

<sup>247</sup> <https://www.goodnet.gr/news-item/anastellei-tin-ekdosi-tis-i-efimerida-ethnos-tis-kuriakis.html>

<sup>248</sup> <https://www.sport24.gr/media/kleinei-h-efimerida-prasinh.5720174.html>

<sup>249</sup> <http://www.pewglobal.org/2018/01/11/publics-globally-want-unbiased-news-coverage-but-are-divided-on-whether-their-news-media-deliver/>

<sup>250</sup> Η επιστολή του μπορεί να βρεθεί και εδώ. <https://enimerosi.com/article/47417/Anoikti-epistoli-tou-R-Pine-ston-Prothupourgo-gia-ton-Erimiti>

<sup>251</sup> Φυσικά, εφημερίδες φίλα προσκείμενες στον ΣΥΡΙΖΑ έσπευσαν να επικρίνουν το γεγονός [https://www.efsyn.gr/tehnas/media/266279\\_arhisyntaktis-maximoy-se-prototHEMA-kai-liberal](https://www.efsyn.gr/tehnas/media/266279_arhisyntaktis-maximoy-se-prototHEMA-kai-liberal)

<sup>252</sup> <https://www.news247.gr/media/paraitithike-i-dimitra-kroystalli-apo-to-vima-kataggellei-pieseis-apo-to-maximoy.9082824.html>

<sup>253</sup> <https://thepressproject.gr/vima-kai-in-gr-katevasan-to-reportaz-gia-tis-paralliles-katagrafes-eody/>

<sup>254</sup> <https://www.kathimerini.gr/opinion/561182806/apo-to-mpergkamo-ston-eody/>

<sup>255</sup> <https://www.news247.gr/media/elena-akrita-paraitithike-apo-ta-nea-meta-to-kopsimo-toy-keimenoy-tis.9079253.html>

<sup>256</sup> Είναι αντικείμενο ξεχωριστής έρευνας το τι αναλογίες μπορούν να εντοπιστούν ανάμεσα στο μεταπολεμικό κορπορατισμό της Δυτικής Ευρώπης και την ελληνική Μεταπολίτευση.

<sup>257</sup> <https://www.kathimerini.gr/opinion/822422/i-teleytaia-eykairia-7/>

<sup>258</sup> Αποσπάσματα από την παρουσίαση της εφημερίδας στην ιστοσελίδα liberal

<https://www.liberal.gr/apopsi/fileleutheros-mia-bathia-taxiki-efimerida/173273>

<sup>259</sup> Για παράδειγμα, από το 2015 και μετά, δεν υπάρχουν στοιχεία για τη διαφήμιση στην τηλεόραση ενώ τα στοιχεία που δίνει το μοναδικό πρακτορείο του Τύπου δεν είναι αξιόπιστα καθώς λείπουν τα στοιχεία πωλήσεων για σημαντικές εφημερίδες, πχ Καθημερινή.

<sup>260</sup> [youtube.com/watch?v=46LpEtHG8U8](https://www.youtube.com/watch?v=46LpEtHG8U8). Αναφέρεται στο 00:31:10,