



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ**

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΕΘΝΩΝ, ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΙΑΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ**

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ
(MASTER OF ARTS IN STRATEGICS)**

**«Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
ΚΑΤΑ ΤΙΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥΣ ΚΡΙΣΕΩΝ, ΚΛΙΜΑΚΩΣΗΣ,
ΕΧΘΟΠΡΑΞΙΩΝ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΠΟΛΕΜΟ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ
ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ»**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ιωάννης Δημητρέλλος

Διμελής εξεταστική επιτροπή:

Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης Καθηγητής

Ειρήνη Χειλά Καθηγήτρια

Αθήνα, Ιανουάριος 2016

«...όταν θριαμβεύουν τα μαζικά μέσα ενημέρωσης, πεθαίνει ο άνθρωπος του Γουτεμβέργιου και γεννιέται ένας άνθρωπος διαφορετικός, συνηθισμένος να νιώθει τον κόσμο με κάποιον άλλο τρόπο».

Marshall Mc Luhan



«Ένα γενναίο φίδι σώζει από βέβαιο πνιγμό ένα ψάρι»
Η μετάδοση των ειδήσεων από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στις μέρες μας

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

7

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

«ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ»

1.1	Ορισμοί	10
1.1.1	Μάζα	10
1.1.2	Μαζική Επικοινωνία	10
1.1.3	Μηχανισμοί Κατασκευής της Ειδησεογραφίας	11
1.1.4	ΜΜΕ - Κατηγορίες Πληροφόρησης - Πολιτική Ενημέρωσης	11
1.1.5	Ενημέρωση Κοινού (Public Affairs)	12
1.2	Εξέλιξη των ΜΜΕ	13
1.2.1	Η Πορεία των ΜΜΕ μέσα στο Χρόνο	13
1.2.2	Οι Νέες Τεχνολογίες των ΜΜΕ	14
1.2.3	Η Πορεία των ΜΜΕ στην Ελλάδα	16

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

«ΘΕΣΜΟΘΕΤΗΣΗ ΚΑΝΟΝΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΜΜΕ»

2.1	Συνταγματική – Νομοθετική Κατοχύρωση Λειτουργίας ΜΜΕ	19
2.1.1	Άρθρο 5Α «Σύνταγμα της Ελλάδας»	19
2.1.2	Άρθρο 14 «Σύνταγμα της Ελλάδας»	19
2.1.3	Άρθρο 15 «Σύνταγμα της Ελλάδας»	19
2.1.4	Άρθρο 19 «Σύνταγμα της Ελλάδας»	20
2.1.5	Άρθρο 48 «Σύνταγμα της Ελλάδας»	20
2.1.6	Άρθρο 10 «Ευρωπαϊκής Συμβάσεως Δικαιωμάτων του Ανθρώπου»	20
2.2	Γενική Γραμματεία Μέσων Ενημέρωσης - Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας	21
2.3	Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ)	22
2.4	Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΣΗΕΑ)	23

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

«ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ – ΧΕΙΡΑΓΩΓΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ»

3.1	Επικοινωνιακές Δομές	26
3.1.1	Τεχνική δομή	26
3.1.2	Επικοινωνιακή δομή της πολιτικής γνώμης	27
3.2	Μοντέλα Επικοινωνίας	28
3.2.1	Η Φόρουλα του Lasswell	28
3.2.2	Τα Μοντέλα Claude Shannon και Warren Weaver	29
3.3	Η Διαμόρφωση της Ανθρώπινης Σκέψης από την Επίδραση των ΜΜΕ	30
3.4	Η Εξάρτηση της Κοινωνίας από τις Επιδράσεις της Μαζικής Επικοινωνίας	31
3.5	Διαμόρφωση της Κοινής Γνώμης	33

3.5.1	Ο Βαθμός και ο Τρόπος Επιρροής της Κοινής Γνώμης από τα MME	33
3.6	Ο Μύθος της Αντικειμενικότητας των MME	35
3.7	Χειραγώγηση των MME	36

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 **«MME – ΕΝΟΠΛΕΣ ΔΥΝΑΜΕΙΣ»**

4.1	MME και Περιβάλλον σε Περιόδους Εκτάκτων Αναγκών - Κρίσεων - Πολέμου	40
4.2	Διαχείριση Εσωτερικού Μετώπου – Εθνική Συναίνεση	42
4.3	Αλληλεπίδραση Επιχειρήσεων MME με Πληροφοριακές και Ψυχολογικές Επιχειρήσεις και Θεμάτων Ενημέρωσης Κοινού (Public Affairs)	42
4.4	Οι δραστηριότητες των MME κατά τις περιόδους κρίσεων, εντάσεων και συρράξεων	44
4.4.1	Ενημέρωση κοινής γνώμης	44
4.4.2	Προπαγάνδα	44
4.4.3	Παραπλάνηση	46
4.4.4	Συλλογή Πληροφοριών	48
4.5	Ενημέρωση Κοινού - Τύπου και Στάδια Πολέμου	49
4.5.1	Η Ενημέρωση σε Στρατηγικό Επίπεδο	49
4.5.2	Η Ενημέρωση σε Επιχειρησιακό Επίπεδο	49
4.5.3	Η Ενημέρωση σε Τακτικό Επίπεδο	49
4.6	Η Στάση των MME κατά τις Περιόδους Πολέμου και Συγκρούσεων	49
4.7	Η Στρατηγική της Αποτροπής μέσω των MME	50
4.8	Φαινόμενο CNN	51
4.9	Φαινόμενο Wiki Leaks	52

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 **«ΜΕΤΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΩΝ MME ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΕΩΝ – ΕΝΤΑΣΕΩΝ – ΠΟΛΕΜΟΥ»**

5.1	Πολέμιος Βιετνάμ (1963-1975)	55
5.2	Η κρίση στην Κούβα (1962)	56
5.3	Πόλεμος Falklands (1982)	56
5.4	Εισβολή στην Γρενάδα (1983) & Παναυά (1989)	57
5.4.1	Εισβολή στην Γρενάδα	57
5.4.2	Εισβολή στον Παναμά (1989)	57
5.5	Ο Πόλεμος του Κόλπου («Desert storm»/Καταιγίδα της ερήμου 1991)	57
5.6	Ανθρωπιστική κρίση στη Σομαλία(1992)-Σουδάν(1994)	59
5.7	Ο Πόλεμος στη Βοσνία (1992-1995)	60
5.8	Η Σύγκρουση στην Τσετσενία (1994 - 1999)	61
5.9	Κρίση Ιμίων (1996)	61
5.10	NATO – Σερβία (Κοσσυφοπέδιο -1999)	62
5.11	Πόλεμος ενάντια στην Τρομοκρατία (Αφγανιστάν 2001)	63
5.12	Επιχείρηση «IRAQI FREEDOM» (2003)	64
5.13	Επιχείρηση Χυμένο Μολύβι»-Λωρίδα της Γάζας (2009)	65
5.13.1	Ισραήλ	65
5.13.2	Χαμάς	65
5.14	Islamic State (IS) και Διαδικτυακή Προπαγάνδα	65

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6
«ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ»

6.1	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	68
6.2	ΕΠΙΛΟΓΟΣ	70

ΣΕΛΙΔΑ ΣΚΟΠΙΜΑ ΚΕΝΗ

«Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΙΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥΣ ΚΡΙΣΕΩΝ, ΚΛΙΜΑΚΩΣΗΣ, ΕΧΘΟΡΟΠΡΑΞΙΩΝ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΠΟΛΕΜΟ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ»

«.....η σχέση μεταξύ στρατού και των μέσων μαζικής ενημέρωσης είναι σαν το γάμο. Είναι ένας δυσλειτουργικός γάμος κατά καιρούς.....αλλά μένουμε μαζί για τα παιδιά.....»

Thom Shanker

*Pentagon correspondent for The New York Times
(The MILITARY-MEDIA RELATIONSHIP: A Dysfunctional Marriage?)*

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) επηρεάζουν, τις ανθρώπινες συνειδήσεις και αποτελούν τους διαμορφωτές της κοινής γνώμης με μεγάλη διεισδυτική ικανότητα. Η εκβιομηχάνιση, η αστικοποίηση, η εμφάνιση νέων κοινωνικών κινημάτων και πολιτικών συγκρούσεων και κυρίως η «κοινωνία της αφθονίας» και ο καταναλωτισμός είναι φαινόμενα άμεσα ή έμμεσα συνδεδεμένα με την εντυπωσιακή αύξηση της ποσότητας και της ταχύτητας μετάδοσης των πληροφοριών σε μαζικό κοινό¹. Η ραγδαία τεχνολογική ανάπτυξη και ο σύγχρονος κόσμος της επικοινωνίας έφεραν σε δεινή θέση τους κλασικούς πνευματικούς ηγέτες, που ανταγωνίζονται, κάτω από αντίξοες για αυτούς συνθήκες τις «προσωπικότητες» των ΜΜΕ. Η ενημέρωση της εποχής του Gutenberg αντικαταστάθηκε από την ενημέρωση των δικτυακών τόπων κοινωνικής δικτύωσης και μετατράπηκε σε μία βαριά βιομηχανία².

Η εξουσία των ΜΜΕ, θεσμοθετημένη μέσα από τη δημοκρατία και έχοντας ως πρωτοπόρους τα στοιχεία της «ελευθεροτυπίας» και της «ελεύθερης μετάδοσης εικόνας και ήχου», σε σύντομο διάστημα θα τα εκμεταλλευτεί, ισορροπώντας μεταξύ της αληθινής και της εικονικής πραγματικότητας, στο δρόμο για την κατάκτηση της συνεχώς μετρούμενης από τις εταιρείες δημοσκοπήσεων, κοινής γνώμης. Η εκμετάλλευση των δύο αυτών στοιχείων, μας οδηγεί στην χειραγώγηση των μέσων ενημέρωσης για τη διαμόρφωση της άποψης της μάζας. Η επικοινωνιακή χειραγώγηση έχει δύο διαστάσεις, αυτή της ηθικής και τις σκοπιμότητες του χειραγωγού και εκείνης της νομιμοποίησης και αποδοχής από την κοινωνία που το υφίσταται³.

¹ Χρήστος Λυριντζής, «Θεωρητικές προσεγγίσεις στα ΜΜΕ» στο Χρήστος Λυριντζής και Μαρία Κομνηνού, *Κοινωνία εξουσία και ΜΜΕ*, [μτφ Αλέξης Δέφνερ], β' έκδοση, (Αθήνα: Παπαζήση, 1989), σ. 16.

² Ουμπέρτο Έκο, *Η σημειολογία στην καθημερινή ζωή*, [μτφ Αντώνης Τσομπανόγλου], ε' έκδοση, (Αθήνα: Μαλλιάρης-Παιδεία Α.Ε., 1985), σ. 24.

³ Αθανάσιος Σαμαράς, *Σχέσεις ΜΜΕ-Κράτους-Ε.Δ.*, *Διάλεξη στη ΣΕΘΑ*, (Αθήνα: 2010).

Η κοινή γνώμη και το δικαίωμά της «να γνωρίζει την εξέλιξη των πολέμων», θα αποτελέσει την κεντρομόλο δύναμη στην σφαίρα διεξαγωγής των πολεμικών συγκρούσεων, θερμών επεισοδίων, κρίσεων και εντάσεων. Σε όλους τους πολέμους, οι κανόνες για την κάλυψη της ειδησεογραφίας χαρακτηρίζονται από την ευαίσθητη ισορροπία μεταξύ απαιτήσεων μυστικότητας των σχεδίων επιχειρήσεων και του εν λόγω δικαιώματος του κοινού να πληροφορείται τις εξελίξεις. Όμως η ενημέρωση σήμερα αποτελεί «τμήμα εμπορικής επιχείρησης». Οι δημοσιογραφικοί οργανισμοί αποσκοπούν στην αύξηση των ποσοστών τηλεθέασης, των πωλήσεων των φύλλων τους και συνεπώς των διαφημιστικών εσόδων.

Η τρομοκρατική επίθεση της 11ης Σεπτεμβρίου στις ΗΠΑ, υπενθύμισε παγκοσμίως, ότι ζούμε σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται από κρίσεις. Διεθνείς οικονομικο-πολιτικές κρίσεις, με συνιστώσες τα οικονομικά προβλήματα, τις κλιματικές αλλαγές, τη μείωση των ενεργειακών αποθεμάτων, αλλά και θρησκευτικοί φονταμενταλισμοί και εθνικιστικές διαφορές, συχνά οδηγούν σε διαμάχες μικρών κρατών, περιφερειακές συγκρούσεις και τρομοκρατικά κτυπήματα. Παρατηρητές των συχνών αυτών στρατιωτικοπολιτικών κρίσεων, τα ΜΜΕ δεν είναι απλοί δίαυλοι επικοινωνίας, αλλά «αυτόνομοι διαμεσολαβητές της κοινής γνώμης», των οποίων η θέση είναι καταλυτική.

Σήμερα ο πόλεμος της πληροφορίας, καθιστά τα μέσα ενημέρωσης πρωταγωνιστή στην εξέλιξη των κρίσεων και πολεμικών συγκρούσεων. Όποια και αν είναι η πηγή της ενημέρωσης, «media pools»⁴, ελεύθερος πολεμικός ανταποκριτής ή ενταγμένος δημοσιογράφος, το σίγουρο είναι πως τα media επηρεάζουν τη διαμόρφωση της παγκόσμιας κοινής γνώμης (CNN effect). Το ερώτημα είναι κατά πόσο είναι δυνατή η ισορροπία ανάμεσα στην χειραγώγηση των ΜΜΕ και την επιρροή αυτών στην εξωτερική πολιτική, ώστε να επιτευχθεί μια συναίνεση για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα στη διαχείριση του «Εσωτερικού Μετώπου».

Σε έναν ταραχώδη κόσμο, ως διαμορφωτές της κοινής γνώμης αλλά και ως αποδέκτες των μηνυμάτων της, τα ΜΜΕ μπορούν να αποτελέσουν τον δίαυλο επικοινωνίας μεταξύ κυβερνήσεων και λαού και να προάγουν την συνεργασία και συναίνεση στα σύγχρονα κρίσιμα και υψηλής προτεραιότητας ζητήματα. Η συναίνεση άλλωστε του λαού προς την ηγεσία-κυβέρνηση και το ρόλο των Ενόπλων Δυνάμεων (ΕΔ), συνθέτει το διαχρονικό στρατηγικό τρίπτυχο του Clausewitz «Λαός - Ηγεσία - Ένοπλες Δυνάμεις».

⁴ Ένας περιορισμένος αριθμός εκπροσώπων των ΜΜΕ οι οποίοι συμφωνούν να αντιπροσωπεύσουν ένα μεγάλο αριθμό ειδησεογραφικών πρακτορείων και Μέσων, με σκοπό την ισότιμη συλλογή και εξίσου των προϊόντων από κάποια συγκεκριμένη δραστηριότητα. Όλα τα προϊόντα του «pool» πρέπει να μοιραστούν ισότιμα και πλήρως, σε άλλα ενδιαφερόμενα ΜΜΕ. ΓΕΣ, Εγχειρίδιο ενημέρωσης κοινού και τύπου, σ. 9.

ΣΕΛΙΔΑ ΣΚΟΠΙΜΑ ΚΕΝΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 **«ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ ΜΕΣΑ ΣΤΟ** **ΧΡΟΝΟ»**

1.1 Ορισμοί

1.1.1 Μάζα

Η μάζα είναι ένα ετερογενές σύνολο ατόμων τα οποία δε γνωρίζουν το ένα το άλλο και δρουν αυτόνομα. Η μάζα στερείται οργάνωσης, δομής, κανόνων και ηγεσίας, συνενώνεται όμως όταν τα μέλη της δίνουν κοινή προσοχή σε ένα αντικείμενο⁵. Τα βασικά χαρακτηριστικά του κάθε ατόμου μέσα στη μάζα είναι η εξαφάνιση της συνειδητής προσωπικότητας, η οδήγηση των σκέψεων και συναισθημάτων στην ίδια κατεύθυνση μέσα από την επιρροή και τη μετάδοση, η τάση για άμεση πραγματοποίηση των ενσταλαγμένων ιδεών. Το μεμονωμένο άτομο δεν είναι πια ο εαυτός του. Στη μαζική κοινωνία οι άνθρωποι είναι δέκτες κάθε είδους υποβολών, γιατί αντιδρούν αυθόρμητα, είναι ευκολόπιστοι και συγχρόνως δεν ασκούν κριτική, συναισθηματικά είναι απλοί και φανατικοί. Οι μάζες δεν γνωρίζουν την έννοια του αδύνατου. Δεν υπάρχουν αμφιβολίες ή αβεβαιότητες, αντίθετα επικρατεί μια αίσθηση παντοδυναμίας⁶. Η μάζα διαμορφώνει μία δυναμική, η οποία επιδρά στην πολιτική και πολιτιστική κατάσταση και ως ολόκληρη επηρεάζεται στη στάση της και στις αποφάσεις της από εξωτερικούς παράγοντες (π.χ. μέσα ενημέρωσης).

1.1.2 Μαζική Επικοινωνία⁷

Στην παρούσα εργασία, βασική έννοια είναι η επικοινωνία, δηλαδή η μετάδοση των πληροφοριών, σκέψεων, ιδεών μέσω ενός διαύλου που ενώνει τον πομπό με τον δέκτη/παραλήπτη. Προϋπόθεση είναι η ύπαρξη ενός ερεθίσματος που με τη σειρά του θα γεννήσει συναισθήματα, άλλοτε θετικά ή αρνητικά ή και ουδέτερα. Απαιτείται ένα περιβάλλον μέσα στο οποίο θα περικλείονται όλα αυτά τα οποία θα γεννήσουν τα ερεθίσματα, θα τα μεταφέρουν τα μέσα, θα τα παραλάβουν οι παραλήπτες και στη συνέχεια θα αξιολογηθούν και θα εκμεταλλευτούν ανάλογα από τους δέκτες. Με άλλα λόγια η επικοινωνία είναι «μία πράξη επί άλλων, μία αλληλεπίδραση και μία αντίδραση για άλλους». Βασικές διαδικασίες της επικοινωνίας είναι η «κωδικοποίηση», η «αποκωδικοποίηση» και η «ανάδραση». Λέγοντας «κωδικοποίηση» εννοούμε τη διαδικασία γραφής του μηνύματος σε μία γλώσσα ή κώδικα, ανάλογα με το κοινό (δέκτη) που θα απευθυνθεί, ενώ «αποκωδικοποίηση» είναι η διαδικασία σύμφωνα με την οποία, το μήνυμα επαναμεταφράζεται σε μία γλώσσα ή κώδικα, με αντικειμενικό σκοπό την εξαγωγή κάποιου νοήματος. Όταν επικοινωνούν δύο άνθρωποι, θα πρέπει και οι δυο τους να χρησιμοποιούν την ίδια γλώσσα και πιθανόν την ομιλία να την συνοδεύουν κινήσεις των χεριών και του σώματος. Όλες αυτές οι λειτουργίες (ήχου και κίνησης) ανήκουν στην διαδικασία της κωδικοποίησης, ενώ οι αισθήσεις της ακοής και της όρασης συντελούν τη διαδικασία της

⁵ Ντένις ΜακΚουέιλ, Εισαγωγή στη θεωρία της μαζικής επικοινωνίας, [μτφ Στέλιος Παπαθανασόπουλος], (Αθήνα: Καστανιώτη, 1999), σ. 78.

⁶ Ντίτερ Πρόκοπ, Η δύναμη των μέσων και η επίδρασή τους στις μάζες, [μτφ Ανθούλα Βηδενμάιερ], (Λιβάνης, 1997), σελ. 65.

⁷ Ντένις ΜακΚουέιλ και Σβεν Βιντάλ, Σύγχρονα μοντέλα επικοινωνίας για τη μελέτη της μαζικής επικοινωνίας, [μτφ Κάτια Μεταξά], (Αθήνα: Καστανιώτη, 2001), σ. 29-32.

αποκωδικοποίησης. Η διαδικασία της «ανάδρασης» έγκειται στο γεγονός επαλήθευσης από τον δέκτη, εάν ο αποδέκτης, στον οποίο απευθύνεται, έχει λάβει και με ποιο τρόπο το μήνυμα.

Η Μαζική Επικοινωνία συμπεριλαμβάνει τους θεσμούς και τις τεχνικές με τις οποίες ειδικευμένες ομάδες χρησιμοποιούν τεχνολογικά μέσα (τύπος, ραδιόφωνο, ταινίες κτλ.) για να διαδώσουν κάποιο συμβολικό περιεχόμενο σε μεγαλύτερα, ετερογενή και διασκορπισμένα ακροατήρια. Τα *mass media* απευθύνονται σε ένα ετερογενές κοινό και εξειδικευμένο βάσει μέσων προτιμήσεων, αποφεύγοντας τις αυθεντικές λύσεις⁸. Ιδιαίτερη σημασία στην μαζική επικοινωνία έχει η δημόσια και η φύση κάθε είδους επικοινωνίας, η ελεγχόμενη πρόσβαση στις τεχνικές διευκολύνσεις του πομπού, η απρόσωπη μορφή της σχέσης ανάμεσα πομπού και δέκτη, καθώς και η θεσμοθετημένη σχέση μεταξύ πομπού και δέκτη.

1.1.3 Μηχανισμοί Κατασκευής της Ειδησεογραφίας

Η αντίληψη ότι η ειδησεογραφία είναι μία κατασκευασμένη εικόνα και όχι μία καθ' αυτού αναπαράσταση του γεγονότος, μας οδηγεί για να αναζητήσουμε τους μηχανισμούς κατασκευής και παραγωγής ειδήσεων. Η έννοια της κατασκευής της ειδησεογραφίας άπτεται δύο διαδικασιών:

Η διαδικασία της επιλογής, από το σύνολο των εν δυνάμει γεγονότων αυτών που θα παρουσιαστούν ως είδηση.

Η διαδικασία κανονικοποίησης του τυχαίου, που επιτρέπει την περιοδική παρουσία των μέσων επικοινωνίας, παρά την ακανόνιστη και τυχαία εμφάνιση των σημαντικών γεγονότων⁹.

1.1.4. Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης - Κατηγορίες Πληροφόρησης - Πολιτική Ενημέρωσης

Με τον όρο Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης εννοούμε ένα σύνολο υλικών προϊόντων, οργανισμών και υπηρεσιών, που εδράζονται στον τίτλο «επικοινωνία» και περιλαμβάνουν τυπωμένο υλικό (όπως βιβλία, εφημερίδες, περιοδικά), ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά προγράμματα, κινηματογραφικές ταινίες, ηλεκτρονικούς υπολογιστές, διαδίκτυο και άλλα μέσα. Τα ΜΜΕ χρησιμοποιούνται από άτομα, ομάδες, υπηρεσίες και οργανισμούς, Ένοπλες Δυνάμεις κλπ. για σκοπούς όπως, μαζική επικοινωνία, διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, προπαγάνδα, ψυχαγωγία, εκπαίδευση κλπ. Σύμφωνα με το εγχειρίδιο του ΓΕΣ τα ΜΜΕ είναι *οι οργανισμοί ή τα πρόσωπα που συλλέγουν και διανέμουν ειδήσεις. Επίσης συμπεριλαμβάνονται τα μέσα από τα οποία εκπέμπονται ειδήσεις (εφημερίδες, τηλεόραση, ραδιόφωνο, διαδίκτυο κτλ.)¹⁰.*

Οι πληροφορίες που αποδεδειγμένα με σκοπό την ενημέρωση του κοινού ή ακόμα και του προσωπικού των ΕΔ, κατηγοριοποιούνται στη δημόσια πληροφόρηση και στην εσωτερική πληροφόρηση. *Ως δημόσια πληροφόρηση ορίζονται οι πληροφορίες, οι οποίες δημοσιεύονται για να κρατήσουν το κοινό ενημερωμένο, κερδίζοντας έτσι την κατανόησή του και την υποστήριξή του, ενώ*

⁸ Ουμπέρτο Έκο, Κήνσορες και Θεράποντες, [μτφ Έφφ Καλλιφατίδη], ε' έκδοση, (Γνώση, 1989), σ. 65.

⁹ Αθανάσιος Σαμαράς, ό.π.

¹⁰ ΓΕΣ, ό.π., σ. 27.

ως εσωτερική πληροφόρηση (γνωστή ως ενημέρωση διοίκησης) είναι οι πληροφορίες που προορίζονται για τους Διοικητές, Στρατιωτικό προσωπικό, Πολιτικούς Υπαλλήλους και μέλη οικογενειών του προσωπικού των ΕΔ. Οι Διοικήσεις παρέχουν την πληροφόρηση αυτή στο υπό διοίκηση προσωπικό τους, μέσω των ανακοινώσεων, εφημερίδων, επιστολών, περιοδικών, ραδιοφώνου και τηλεοράσεως, προσωπικές επαφές κ.α.¹¹.

Ένας οργανισμός ή Διοίκηση που σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο, έχει ως σκοπό την ενημέρωση του κοινού, μέσω των ΜΜΕ, ακολουθεί της εξής πολιτική ενημέρωσης, η οποία διακρίνεται σε παρακάτω κατηγορίες:

- Ενεργητική Πολιτική Ενημέρωσης Τύπου (Active Policy): Είναι η πολιτική εκείνη η οποία καθορίζει ότι θα πρέπει να γίνουν προσπάθειες για να «κεντρίσουν» το ενδιαφέρον των ΜΜΕ, για ένα θέμα ή δραστηριότητα που επιθυμούμε να ενημερώσουμε το κοινό. Το ενδιαφέρον «κεντρίζεται» για παράδειγμα με συμβουλές προς τα ΜΜΕ, ανακοινώσεις τύπου, προσωπικές επαφές, συνεντεύξεις τύπου ή άλλες μορφές δημόσιας παρουσίας.

- Παθητική Πολιτική Ενημέρωσης Τύπου (Passive Policy): Είναι η πολιτική εκείνη η οποία καθορίζει ότι δε θα πρέπει να γίνουν προσπάθειες να «κεντρίσουμε» το ενδιαφέρον των ΜΜΕ για ένα θέμα ή μία δραστηριότητα. Παρ' όλα αυτά, ακόμα και αν η πολιτική είναι παθητική, θα πρέπει να είμαστε προετοιμασμένοι να ανταποκριθούμε σε ερωτήματα των ΜΜΕ για το συγκεκριμένο θέμα ή δραστηριότητα, παρέχοντας σύντομες δηλώσεις, ώστε να αποφύγουμε την τυχόν παρανόηση, υπόθεση ή φημολογία, η οποία θα ανέκυπτε εάν τα ερωτήματα παρέμεναν αναπάντητα.

- Ημι - ενεργή Πολιτική Ενημέρωσης Τύπου (Semi-Active Policy): Είναι η πολιτική εκείνη, η οποία καθορίζει ότι θα πρέπει να ενημερωθεί το κοινό, χωρίς να γίνονται ιδιαίτερες προσπάθειες να «κεντρίσουμε» το ενδιαφέρον των ΜΜΕ. Ο σκοπός συνίσταται στο να αποτρέψουμε τα ΜΜΕ να υποθέτουν οτιδήποτε, παρέχοντας επιλεκτική πληροφόρηση για θέματα ή δραστηριότητες που πιστεύουμε ότι το κοινό έχει το δικαίωμα να πληροφορηθεί. Μία ημι - ενεργή πολιτική συνήθως περιλαμβάνει μία ανακοίνωση τύπου, συμβουλές προς τα Μ.Μ.Ε., ή σύντομες δηλώσεις για να δοθούν οι βασικές πληροφορίες.¹².

1.1.5 Ενημέρωση Κοινού (Public Affairs)¹³

Στα πλαίσια του ΝΑΤΟ, η ενημέρωση κοινού αποτελεί τη λειτουργία που αποσκοπεί στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί, μέσω της ενίσχυσης της γνώσης και της κατανόησης του κοινού, αναφορικά με τις δραστηριότητες της Συμμαχίας. Η παραπάνω λειτουργία περιλαμβάνει το σχεδιασμό και την ανάπτυξη των σχέσεων με τα ΜΜΕ και την κοινωνία, καθώς επίσης και την ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού τρόπου επικοινωνίας με το εσωτερικό κοινό της Συμμαχίας.

¹¹ Στο ίδιο., σ. 6.

¹² ΓΕΣ, ό.π., σ. 7-8.

¹³ ΓΕΕΘΑ/Τμήμα Ενημέρωσης Κοινού, Στρατιωτική πολιτική διαχείρισης θεμάτων ενημέρωσης κοινού, [μτφ ΜC0457/1], 2008, σ. 6.

Η ενημέρωση κοινού καθορίζει ένα τρόπο ενεργείας, που βρίσκει πεδίο εφαρμογής σε όλο το προσωπικό που εργάζεται κάτω από το Νατοϊκό πλαίσιο Διοίκησης. Επιπροσθέτως η πολιτική που χαράσσεται από την ενημέρωση κοινού χρησιμεύει και ως οδηγός για όλους όσους εντάσσονται στη Νατοϊκή Δομή Διοίκησης ή εργάζονται για την υποστήριξη των Νατοϊκών Στρατιωτικών Αρχών.

1.2. Εξέλιξη των MME

Με το πέρασμα του χρόνου επήλθε αλλαγή στην αλληλοεπίδραση των MME και της κοινής γνώμης. Στο παρελθόν το ρεύμα σκέψεως των μαζών διαμορφωνόταν από την επήρεια του ενός (αρχηγού) ή των λίγων ανθρώπων (ελίτ). Η μονόπλευρη αυτή καθοδήγηση έπαψε να υπάρχει πια στην εποχή μας, όπου ο καθένας, λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας και των πολιτικο-κοινωνικών αλλαγών, είναι ικανός να κρίνει και να επιλέγει την πληροφορία ή την είδηση. Την θέση των αρχηγών του παρελθόντος, τους αντικατέστησαν οι ιδιοκτήτες τύπου. Οι νέοι δημιουργοί ιδεολογίας και οι διαμορφωτές της κοινής γνώμης, διαμέσου των MME και της αστείρευτης δύναμης της «εικόνας», σφυρηλατούν και διαμορφώνουν την κοινή γνώμη¹⁴.

Η εγκαθίδρυση των MME, στην σύγχρονη ιστορία, συμβαίνει με την *έλευση της βιομηχανικής επανάστασης και με την άνοδο των υποτελών τάξεων στον έλεγχο της κοινής ζωής*¹⁵. Η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη κατέκλυσε όλες τις εκφάνσεις της σύγχρονης ζωής. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σήμερα, διεκδικούν την πρωτοκαθεδρία στον χώρο της ενημέρωσης και τείνουν να καταδικάσουν τα παραδοσιακά μέσα σε συρρίκνωση. Αυτό όμως γινόταν κάθε φορά που εμφανιζόταν ένα νέο μέσο επικοινωνίας¹⁶.

1.2.1 Η Πορεία των MME μέσα στο Χρόνο

Η ανάγκη της γραπτής τεκμηρίωσης προέκυψε κατά τη διάρκεια του 15^{ου} αιώνα, με την άνθιση του εμπορίου και εξαιτίας ενός μακάβριου γεγονότος, του λοιμού που έπληξε την Ευρώπη, όπου οι επιζήσαντες αναγκάστηκαν να στραφούν στο γραπτό λόγο για να τεκμηριώσουν τα περιουσιακά τους στοιχεία. Το 1463, η εφεύρεση της τυπογραφίας από τον Γουτεμβέργιο αποτέλεσε σταυροδρόμι για την εξέλιξη της επικοινωνίας. Το πρώτο βιβλίο που τυπώθηκε ήταν η Αγία Γραφή. Σταδιακά οι τεχνολογίες της τυπογραφίας βελτιώνονταν επιτρέποντας την παραγωγή φυλλαδίων και στη συνέχεια εικονογραφημένων φυλλαδίων, τα οποία σχολίαζαν την κοινωνική πολιτική επικαιρότητα.

Η επανάσταση της τυπογραφίας έθεσε ισχυρά θεμέλια για την εδραίωση της εποχής της πληροφορίας, με τις πρώτες εφημερίδες να έρχονται και να ταραξουν τα νερά τον 17^ο αιώνα, αφού εντέλλονται απόλυτη προσήλωση στα ιδανικά της ατομικής ελευθερίας και της πνευματικής

¹⁴ Ζερέ Φρανσουά, *Γιατί οι πόλεμοι*: Ένας αγώνας γεωπολιτικής/4^η εξουσία-Παραγωγοί κοινής γνώμης, [Ιωάννα Τζουρμάνη], (Παπαζήση, 2005), σ. 121-122.

¹⁵ Ουμπέρτο Έκο, *Κήνσορες και θεράποντες*, σ. 59.

¹⁶ Ελένη Παύλου, «Η εξέλιξη των media», *cjr.press.cy* δημοσίευση 14 Δεκ 2013, <http://www.cjr.press.cy/%CE%B7-%CE%B5%CE%BE%CE%AD%CE%BB%CE%B9%CE%BE%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-media/>, τελευταία πρό-σβαση 8 12:00 Μαρ 2015.

χειραφέτησης. Η πρώτη εφημερίδα εκδίδεται το 1605 από τον Johann Carolus και φέρει τον τίτλο «Relation aller Furnemmen und gedenkwurdiven Historien».

Ο διαφωτισμός σηματοδοτεί την εποχή της άνθισης και της διανόησης και εκείνη την περίοδο εκδίδονται σημαντικά βιβλία όπως ο «Αιμίλιος» ή το «Κοινωνικό Συμβόλαιο» του Ρουσσώ. Η Γαλλική Επανάσταση αναδεικνύει το ρόλο του Τύπου ως θεματοφύλακα του δημοκρατικού πολιτεύματος. Η Μ. Βρετανία εξαιτίας των ιδιαίτερων πολιτικών και κοινωνικών συνθηκών, αναδεικνύεται σε πρωτοπόρο στην ιστορία των ΜΜΕ. Το 1830 καθιερώνεται το δημόσιο εκπαιδευτικό σύστημα στις ΗΠΑ, ενώ η σταδιακή δημιουργία μιας καταναλωτικής κοινωνίας (βιομηχανική επανάσταση) διευκολύνει την ανάπτυξη του μαζικού και φθηνού εντύπου. Η εμφάνιση των έγγραφου τύπου, συμπίπτει χρονικά με την εκδήλωση της επιστημονικής επανάστασης και τη χειραφέτηση της ανθρώπινης σκέψης, με τον Τύπο να παρουσιάζει μια ροπή προς τη ριζοσπαστικότητα και την αντιπαράθεσή με τις κατεστημένες εξουσίες.

Η εμφάνιση και η εξάπλωση του ραδιοφώνου κατά το μεσοπόλεμο, αποτέλεσε το πρώτο επαναστατικό βήμα για τα μέσα ενημέρωσης, που μέχρι τότε όλες οι πληροφορίες και οι ειδήσεις παρουσιάζονταν εγγράφως. Η ραδιοφωνική μορφή έκφρασης βασίστηκε στην δημιουργία εντυπώσεων, τόσο μέσα από την σκηνοθέτηση των παρουσιάσεων και την χρήση της μουσικής, όσο και από το ηχόχρωμα της φωνής, που επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τον ακροατή. Το ραδιόφωνο βασίστηκε στην εκπομπή μηνυμάτων (μουσικής ή φωνής) από ένα πομπό προς απροσδιόριστο αριθμό αποδεκτών, οι οποίοι το μόνο που χρειάζονταν να διαθέτουν ήταν αντίστοιχους δέκτες. Παρόλα αυτά, το ραδιόφωνο δεν δύναται να διασφαλίσει την ελευθερία του λόγου, αφού η λειτουργία του υπήρξε ρυθμισμένη και ανήμπορη να ξεπεράσει τα σύνορα της λογοκρισίας.

Η δυναμικότητα της εικόνας στην арένα της δημιουργίας εντυπώσεων και επηρεασμού δημιουργούν τις απαραίτητες συνθήκες για την δυναμική στροφή στους τηλεοπτικούς δέκτες. Η τηλεόραση, ήδη από το 1950, εισβάλλει στα αμερικανικά νοικοκυριά, ενώ σε μια δεκαετία σηματοδοτείται η διάδοσή της στο δυτικοευρωπαϊκό κοινό. Έχοντας ως λάβαρο την έκφραση «μια εικόνα χίλιες λέξεις», η τηλεόραση μέσω της αμεσότητας της εικόνας, της εμβέλειας της εντύπωσης, της επιρροής της αφήγησης μέσα από την εικόνα και της κινητοποίησης του θυμικού του τηλεθεατή, σε αντίθεση με εκείνη της λογικής του αναγνώστη, κατάφερε να χτίσει την αυτοκρατορία της. Πέρα όμως από την μαζική της φύση, η τηλεόραση δεν συνέτεινε στην καθοριστική διατήρηση της ελευθερίας του λόγου στα ερτζιανά, αφού δεν κατάφερε να υπερκεράσει τα εμπόδια της λογοκρισίας.

1.2.2 Οι Νέες Τεχνολογίες των ΜΜΕ

Ο γιγαντισμός των ΜΜΕ και η παγκοσμιοποίηση της επικοινωνίας διαφοροποίησαν σημαντικά το ρόλο του ηλεκτρονικού, του οπτικό/ακουστικού μηνύματος και του γραπτού Τύπου. *Οι νέες τεχνολογίες τροποποιούν σε μεγάλο βαθμό τις διαδικασίες της αποστολής, της μετάδοσης και της λήψης των μηνυμάτων, δηλαδή το ίδιο το σύστημα επικοινωνίας*¹⁷.

¹⁷ Francois J. C., «Τα νέα μέσα», στο Χρήστος Λυριντζής και Μαρία Κομνηνού, Κοινωνία εξουσία και ΜΜΕ, [μτφ Αλέξης Δέφνερ], β' έκδοση, (Αθήνα: Παπαζήση, 1989), σ. 215.

Συγκεκριμένα οι Νέες Τεχνολογίες και ιδιαίτερα οι Web - based κοινότητες (π.χ. δικτυακοί τόποι κοινωνικής δικτύωσης, blogs) μπορούν να χρησιμοποιηθούν για επεξεργασία και διακίνηση κειμένου σε ψηφιακή μορφή, για τη δημιουργία και συντήρηση-ενημέρωση προσωπικών αρχείων, εκτέλεση υπολογισμών και δημιουργία γραφικών παραστάσεων στατιστικού τύπου (πινακοποιήσεις και οπτικοποιήσεις στοιχείων), πρόσβαση σε βάσεις δεδομένων και αξιοποίηση της πληροφορίας του δικτύου (internet), και χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail).

Οι ιστοχώροι (blogs) αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της εξέλιξης του διαδικτύου, καθώς πρόκειται για προσωπικές ιστοσελίδες, όπου ο κάθε πολίτης μπορεί να εκθέσει απρόσκοπτα τις απόψεις του, να αναρτήσει οπτικοακουστικό υλικό από συμβάντα και γεγονότα στα οποία ήταν παρών και να επηρεάσει μεγάλη μερίδα ατόμων. Ακολουθώντας τη λογική του διαδικτύου, οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter και YouTube) επιτρέπουν την ελεύθερη φόρτωση στιγμιότυπων και φωτογραφιών ακόμη και από κινητά τηλέφωνα, γεγονός που συνεπάγεται πως μέσα σε δευτερόλεπτα έχει τη δυνατότητα οποιοσδήποτε να αναρτήσει εικόνες από συμβάντα που επηρεάζουν τη ζωή του.

Το διαδίκτυο σήμερα, χρησιμοποιείται ευρύτατα από εξτρεμιστικές ισλαμικές ομάδες και τρομοκρατικές οργανώσεις, των οποίων οι ιστοσελίδες έχουν πολλαπλασιαστεί μετά από την τρομοκρατική επίθεση της 11^{ης} Σεπτεμβρίου και διακηρύττουν ελεύθερα τους επαναστατικούς σκοπούς τους. Τα τελευταία χρόνια οι ισλαμικές εξτρεμιστικές ιστοσελίδες έχουν ξεπεράσει τις 4.000¹⁸.

Οι Ένοπλες Δυνάμεις των κρατών μέσω των ιστοσελίδων τους, έχουν τη δυνατότητα κατά την περίοδο της ειρήνης να προβάλουν τις δραστηριότητες και τις επιχειρησιακές τους δυνατότητες, με στόχο την ανάδειξη του έργου τους και την προσέγγιση της κοινής γνώμης.

Σήμερα, οι πλατφόρμες αυτές έχουν αποκτήσει τεράστια δυναμική και δύναμη ταυτόχρονα και έχουν τη δυνατότητα από το να επηρεάσουν και να ενώσουν κοινωνικές ομάδες διαφορετικές μεταξύ τους, μέχρι και να αποτελέσουν το εφελκυστικό μιας εξέγερσης. Η αρχή για τη χρήση των προγραμμάτων κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείο για το συντονισμό επαναστατικών κινήσεων και ενημέρωσης του υπόλοιπου κόσμου, έγινε με το «Πράσινο Κίνημα» στο Ιράν την περίοδο των εκλογών, τον Ιούνιο του 2009. Μετά τις εκλογές χιλιάδες πολίτες διαδήλωσαν στους δρόμους, κατηγορώντας τον Mahmoud Ahmadinejad για αλλοίωση του αποτελέσματος, απαιτώντας την ακύρωση των εκλογών. Παρόλο που η νέα κυβέρνηση προσπάθησε να παρεμποδίσει την πρόσβαση στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, εικόνες και ανταποκρίσεις από τα γεγονότα, πλημμύρισαν τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.

Σε ένα πιο προχωρημένο επίπεδο η χρήση τους αφορά τη δημιουργία και ενημέρωση σελίδων, ηλεκτρονικών εφημερίδων και εντύπων καθώς και κόμβων στο δίκτυο, τη δημιουργία και διάδοση πληροφορίας στα πολυμέσα (multimedia), την επεξεργασία και διακίνηση εικόνας κ.ά. Οι δυνατότητες αυτές

¹⁸ Dennis M. Murphy, «Fighting Back: New media and military operations», U.S. Army College, Pennsylvania, 2008, σελ. 6, http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/army-usawc/fighting_back_media.pdf

αυξάνονται, μειώνονται, ή και ανακαλύπτονται, ανάλογα με την κατάρτιση και την εξοικείωση του δημοσιογράφου με τις νέες τεχνολογίες και ευρύτερα με το νέο τεχνολογικό επικοινωνιακό περιβάλλον, σε αλληλεπίδραση με την εξοικείωση του κοινού με το περιβάλλον αυτό. Σήμερα, το μεγαλύτερο μέρος των οργανισμών ΜΜΕ είναι εξοπλισμένο με ηλεκτρονικά μέσα διάδοσης της πληροφορίας, ενώ λίγοι είναι και στην Ελλάδα οι άνθρωποι του τύπου που δεν χρησιμοποιούν ακόμη, σε κάποιο ποσοστό, τα μέσα αυτά.

1.2.3 Η Πορεία των ΜΜΕ στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα η εμφάνιση και εξέλιξη του έντυπου τύπου καθυστέρησε εξαιτίας των ιδιαίτερων συνθηκών που επικρατούσαν. *Η συνειδητοποίηση των διαφορών της Ελλάδας και της Δύσης είναι συνυφασμένη με την επισήμανση της ιδιαιτερότητας του Ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού*¹⁹. Η διαφορετική θεωρητική προσέγγιση των ΜΜΕ στη Δύση και στην Ελλάδα πρέπει να αναζητηθεί στην αλληλεξάρτηση του ανάμεσα στον κοινοβουλευτισμό και στην εκβιομηχάνιση της Ελλάδας. *Δηλαδή, ενώ στην Ελλάδα η εγκαθίδρυση του κοινοβουλευτισμού προηγήθηκε της εμφάνισης της εκβιομηχάνισης, στη Δύση η εκβιομηχάνιση προηγήθηκε της εμφάνισης του κοινοβουλευτισμού. Στην Ελλάδα αυτή η πρώιμη εισαγωγή του κοινοβουλευτισμού χωρίς την αντίστοιχη ανάπτυξη παραγωγικών δυνάμεων, οδήγησε στην διαμόρφωση ενός ισχυρού κράτους και μιας σχετικά αδύναμης κοινωνίας πολιτών*²⁰. Η εμφάνιση των πρώτων ελληνικών εφημερίδων γίνεται στο εξωτερικό («Η Εφημερίς» Βιέννη το 1790 με κείμενα του Ρήγα Φεραίου). Κατά το δεύτερο ήμισυ του 19^{ου} αιώνα, η κυκλοφορία του Τύπου στην Ελλάδα παρουσίαζε τεράστια προβλήματα και περιορισμένη κυκλοφορία. Η «υπερπολιτικοποίηση» των εφημερίδων προκάλεσε έντονες διαμάχες στην ελληνική κοινωνία. Κατά την περίοδο από το 1922 μέχρι σήμερα, παρατηρούμε έναν διαχωρισμό μεταξύ του κομματικού και του αστικού Τύπου. Οι παραδοσιακοί ιδιοκτήτες παίζουν σημαντικό ρόλο ιδιαίτερα μέχρι την μεταπολίτευση. Από την περίοδο αυτή αρχίζουν ανακατατάξεις στο χώρο της ειδησιογραφίας και συγκεκριμένα των εφημερίδων, με αποτέλεσμα να παρουσιασθεί το φαινόμενο της καθυστέρησης της εισόδου του επιχειρηματικού κεφαλαίου. Η ραδιοηλεκτρονική φέρνει πιο έντονα τα σημάδια της εξάρτησης από το Κράτος. *Σε αυτή την εξέλιξη συνετέλεσε αποφασιστικά το γεγονός ότι από τα πρώτα τους βήματα, τόσο το Ραδιόφωνο, όσο και η Τηλεόραση πέρασαν κάτω από τον κρατικό έλεγχο, χωρίς ποτέ να μπορέσουν όπως ο Τύπος, να εξασφαλίσουν την συνταγματική κατοχύρωση της ανεξαρτησίας τους (Αλιβιζάτος Ν.1986)*²¹. Η τεχνολογική αλλαγή μεταμορφώνει τα ΜΜΕ, τα οποία θεσμοθετούνται μέσα από το Ελληνικό Σύνταγμα. Το κοινό τους έχει την ευκαιρία να επιλέξει μεταξύ μίας ποικιλίας προγραμμάτων και πηγών. Η πρώτη ουσιαστική προσπάθεια εισαγωγής των νέων τεχνολογιών στο κόσμο της δημοσιογραφίας στην Ελλάδα, γίνεται το 1986 και 1987, με τη δημιουργία στο Αθηναϊκό Πρακτορείο Ειδήσεων²² (ΑΠΕ) της Διεύθυνσης Μελετών και Εφαρμογών της Νέας

¹⁹ Μαρία Κομνηνού, «Κριτικός διάλογος ή Κρίση του λόγου; Ερμηνεία για την διαφορετική θεωρητική προσέγγιση των ΜΜΕ στη Δύση και στην Ελλάδα», στο Χρήστος Λυριντζής και Μαρία Κομνηνού, *Κοινωνία εξουσία και ΜΜΕ*, [μτφ Αλέξης Δέφνερ], β' έκδοση, (Αθήνα: Παπαζήση, 1989), σ. 361.

²⁰ Στο ίδιο, σ. 361.

²¹ Στο ίδιο, σ. 363.

²² Η μακρά διαδρομή του Αθηναϊκού Μακεδονικού Πρακτορείου Ειδήσεων στο χώρο της ενημέρωσης «μετρά» πάνω από ένα αιώνα ζωής. Την 1η Ιανουαρίου 1905, «γεννήθηκε» το Αθηναϊκό Πρακτορείο Ειδήσεων (ΑΠΕ) με την εξαγορά από το ελληνικό δημόσιο του ιδιωτικού «Τηλεγραφικού Πρακτορείου Στεφανόπολι». Πρώτος διευθυντής ήταν ο Ιωάννης Παρρέν. Το 2008, το Πρακτορείο συνενώθηκε με το Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων και μετονομάστηκε σε Αθηναϊκό Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων. Έως τότε, το Μακεδονικό Πρακτορείο - που ιδρύθηκε το 1991 - είχε κεντρικά γραφεία στη Θεσσαλονίκη και ανταποκριτές στην Αθήνα, σε βαλκανικές πρωτεύουσες και σε

Τεχνολογίας (ΔΜΕΝΤ). Εκεί, με τη συνδρομή του Κοινωνικού Ταμείου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, επιχειρούνται για πρώτη φορά πρωτοβουλίες, τόσο εκπαιδευτικές και κατάρτισης-επιμόρφωσης, όσο και ερευνητικές στους τομείς των ηλεκτρονικών συντακτικών συστημάτων, των εξειδικευμένων βάσεων δεδομένων, του videotex και του teletext, της επεξεργασίας ψηφιακής εικόνας και των εφαρμογών τους.

πόλεις του εξωτερικού με μεγάλη ελληνική ομογένεια. Σκοπός του Αθηναϊκού και Μακεδονικού Πρακτορείου είναι η συλλογή, επεξεργασία και αξιολόγηση εσωτερικών και διεθνών ειδήσεων, φωτογραφιών καθώς και ραδιοφωνικού και τηλεοπτικού υλικού και η διανομή τους στα μέσα μαζικής ενημέρωσης στην Ελλάδα, την Κύπρο την ομογένεια και το εξωτερικό. Το δίκτυο ενημέρωσης του Πρακτορείου περιλαμβάνει γραφεία στις Βρυξέλλες, την Κωνσταντινούπολη, τη Λευκωσία και ανταποκριτές στην Άγκυρα, το Βελιγράδι, το Βερολίνο, τη Βιέννη, το Λονδίνο, την Ουάσιγκτον, το Παρίσι, τη Ρώμη, τη Μελβούρνη, το Μόντρεαλ, τα Σκόπια, τη Σόφια, τα Τίρανα, τη Νέα Υόρκη, καθώς και σε όλες τις μεγάλες ελληνικές πόλεις. Μεταξύ άλλων, ειδήσεις από τις υπηρεσίες του Πρακτορείου αντλούν καθημερινά διεθνή και εθνικά πρακτορεία ειδήσεων όπως Reuters, AP, AFP, DPA, EFE, ANSA καθώς και παγκόσμιες εταιρείες πληροφοριών όπως Factiva, Bloomberg, Financial Times κ.α., Αθηναϊκό Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων <http://www.amna.gr/plain/317/παρουσίαση>, τελευταία πρόσβαση 17 14:42 Μαί 2015.

ΣΕΛΙΔΑ ΣΚΟΠΙΜΑ ΚΕΝΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 **«ΘΕΣΜΟΘΕΤΗΣΗ ΚΑΝΟΝΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ** **MME»**

2.1. Συνταγματική – Νομοθετική Κατοχύρωση Λειτουργίας MME

Η θεσμοθέτηση κανόνων λειτουργίας των MME εγγυώνται την προστασία του θεμελιώδους δικαιώματος της ελευθερίας της έκφρασης και της πληροφόρησης, της ελευθερίας του Τύπου και της πολυφωνίας, καθώς και τη διαφάνεια του ιδιοκτησιακού καθεστώτος των MME.

2.1.1 Άρθρο 5Α «Σύνταγμα της Ελλάδας»²³

Αναφέρεται στο δικαίωμα της πληροφόρησης του κάθε πολίτη και της συμμετοχής του στην Κοινωνία της Πληροφορίας.

Η επιβολή περιορισμών στο δικαίωμα αυτό επιτρέπεται με νόμο για λόγου ασφαλείας, καταπολέμησης του εγκλήματος ή προστασίας δικαιωμάτων και συμφερόντων τρίτων.

2.1.2. Άρθρο 14 «Σύνταγμα της Ελλάδας»²⁴

Θεμελιώνει και προασπίζει το αναφαίρετο δικαίωμα κάθε πολίτη να εκφράζει ελεύθερα τη γνώμη του και τους στοχασμούς του. Κατοχυρώνεται η ελευθερία του τύπου.

Η συνταγματική κατοχύρωση του δικαιώματος αφ' ενός απαγορεύει τις κρατικές επεμβάσεις και κυρίως την άσκηση λογοκρισίας (αποθετική υποχρέωση του κράτους), αφ' ετέρου επιβάλλει, ως θετική υποχρέωση, την εξασφάλιση εκ μέρους του κράτους τόσο των υλικών προϋποθέσεων που θα επιτρέψουν την άσκηση της ελεύθερης δημοσιογραφίας, όσο και των μη υλικών προϋποθέσεων, οι οποίες συνίστανται στην εξασφάλιση της δυνατότητας προσβάσεως στις πηγές πληροφόρησης και την παροχή πληροφοριών από το ίδιο το κράτος²⁵.

Επιτρέπεται κατ' εξαίρεση η κατάσχεση, με παραγγελία του εισαγγελέα, μετά την κυκλοφορία για δημοσίευμα, που αποκαλύπτει πληροφορίες για τη σύνθεση, τον εξοπλισμό και τη διάταξη των ενόπλων δυνάμεων ή την οχύρωση της Χώρας ή όπου έχει σκοπό τη βίαιη ανατροπή του πολιτεύματος ή στρέφεται κατά της εδαφικής ακεραιότητας του Κράτους²⁶.

2.1.3. Άρθρο 15 «Σύνταγμα της Ελλάδας»²⁷

Οι προστατευτικές για τον τύπο διατάξεις του άρθρου 14 δεν εφαρμόζονται στον κινηματογράφο, τη φωνογραφία, τη ραδιοφωνία, την τηλεόραση και κάθε άλλο παρεμφερές μέσο μετάδοσης λόγου ή παράστασης.

²³ Σύνταγμα της Ελλάδας, Ψήφισμα της Η' Αναθεωρητική Βουλή των Ελλήνων, 2008, σ. 22.

²⁴ Στο ίδιο, σ. 27.

²⁵ Ιωάννης Καραώστας, Το Δίκαιο των MME, (Αθήνα-Κομοτηνή: Αντ. Ν. Σάκκουλα, 1998), σ. 19.

²⁶ Σύνταγμα της Ελλάδας, ό.π., σ. 27.

²⁷ Σύνταγμα της Ελλάδας, ό.π., σ. 29.

Στην παράγραφο 2 του αυτού άρθρου, η ραδιοφωνία και η τηλεόραση υπάγονται στον άμεσο έλεγχο του Κράτους ώστε να διασφαλίζεται η αντικειμενική και με ίσους όρους μετάδοση πληροφοριών και ειδήσεων, καθώς και προϊόντα του λόγου και της τέχνης. Ο έλεγχος και η επιβολή των διοικητικών κυρώσεων υπάγονται στην αποκλειστική αρμοδιότητα του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης που είναι ανεξάρτητη αρχή.

Κατά την κρατούσα στη θεωρία και τη νομολογία άποψη, το άρθρο 15 δεν θεσπίζει ατομικό δικαίωμα ιδρύσεως ραδιοφωνικού ή τηλεοπτικού σταθμού. Δεν παρακωλύει όμως την ελεύθερη έκφραση της γνώμης μέσω της ραδιοτηλεόρασης (κρατικής ή ιδιωτικής), η οποία κατοχυρώνεται από τη διάταξη του άρθρου 14 παρ. 1 του Συντάγματος²⁸.

2.1.4 Άρθρο 19 «Σύνταγμα της Ελλάδας»²⁹

Θεμελιώνεται το απόρρητο των επιστολών και της ελεύθερης ανταπόκρισης ή επικοινωνίας με οποιονδήποτε άλλο τρόπο απόλυτα απαραβίαστο. Με νόμο ορίζεται ανεξάρτητη αρχή που διασφαλίζει το απόρρητο της παρ. 1 του αυτού άρθρου.

Περιορισμός ως προς το απαραβίαστο αυτών που καθορίζονται στο άρθρο αυτό, μόνο κατόπιν δικαστικής απόφασης για λόγους εθνικής ασφάλειας ή για διακρίβωση ιδιαίτερα σοβαρών εγκλημάτων.

2.1.5 Άρθρο 48 «Σύνταγμα της Ελλάδας»³⁰

Κατοχυρώνεται ότι σε περίπτωση πολέμου, επιστράτευσης εξαιτίας εξωτερικών κινδύνων ή άμεσης απειλής της εθνικής ασφάλειας, καθώς και αν εκδηλωθεί ένοπλο κίνημα για την ανατροπή του δημοκρατικού πολιτεύματος, η απόφαση της Βουλής για εκτέλεση του νόμου για την κατάσταση πολιορκίας σε ολόκληρη την Επικράτεια ή σε τμήμα της και αναστέλλει την ισχύ του συνόλου ή μέρους των διατάξεων των άρθρων 5, 14, 19.

2.1.6 Άρθρο 10 «Ευρωπαϊκής Συμβάσεως Δικαιωμάτων του Ανθρώπου»³¹

Η ελευθερία της εκφράσεως κατοχυρώνεται και στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Συμβάσεως Δικαιωμάτων του Ανθρώπου (ΕΣΔΑ) και υπό την έννοια της ελευθερίας της γνώμης και υπό το πρίσμα της ελευθερίας της γνώμης και υπό το πρίσμα της ελευθερίας αναζητήσεως, λήψεως συλλογής και μεταδόσεως πληροφοριών, ειδήσεων ή ιδεών. Η κατοχύρωση καλύπτει όλα τα ΜΜΕ αποκλείοντας την παρέμβαση διεθνών ή εθνικών αρχών ή οργάνων και ασχέτως συνόρων³².

²⁸ Στο ίδιο, σ. 27.

²⁹ Στο ίδιο, σ. 35.

³⁰ Στο ίδιο, σ. 55.

³¹ Ιωάννης Καρακώστας, ό.π., σ. 23.

³² Άρθρο 10 «Ελευθερία Έκφρασης», Ευρωπαϊκή Σύμβαση των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου και Πρωτόκολλα της Σύμβασης. Το κείμενο της Σύμβασης παρουσιάζεται όπως τροποποιήθηκε από τις διατάξεις του Πρωτοκόλλου υπ' αριθ. 14 (ΣΣΣΕ No. 194) από τη θέση του σε ισχύ την 1η Ιουνίου 2010, http://www.minedu.gov.gr/publications/docs2011/gre_conv_110418.pdf, σ. 12, τελευταία πρόσβαση 17 14:42 Μαΐ 2015.

2.2 Γενική Γραμματεία Μέσων Ενημέρωσης - Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας

Σύμφωνα με το Π.Δ 73/2011 (Φ.Ε.Κ 178 Α/11.08.2011) η Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και η Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας που υπάγονταν στον Πρωθυπουργό, μετονομάζονται σε Γενική Γραμματεία Μέσων Ενημέρωσης και Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας αντιστοίχως. Όλες οι υπηρεσίες των Γενικών αυτών Γραμματειών με τις αρμοδιότητες, τις θέσεις και το προσωπικό τους ανακατανέμονται.

Η Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας - Γενική Γραμματεία Μέσων Ενημέρωσης διαρθρώνεται σε Κεντρική Υπηρεσία (μία Γενική Διεύθυνση και 10 επιμέρους Διευθύνσεις³³), Περιφερειακές Υπηρεσίες³⁴ και Εποπτευόμενοι Φορείς³⁵.

Στην οργανωτική δομή της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και Επικοινωνίας - Γενικής Γραμματείας Μέσων Ενημέρωσης εντάσσεται η Διεύθυνση Πολιτικής Σχεδίασης Εκτάκτου Ανάγκης (Π.Σ.Ε.Α.)³⁶ η οποία υπάγεται απευθείας στον Υπουργό σύμφωνα με τις διατάξεις του Π.Δ 163/1997.

Η αποστολή της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας - Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης συνίσταται στην αντικειμενική πληροφόρηση του ελληνικού λαού, στην ενημέρωση των οργάνων του κράτους για τα σημαντικά

³³ Στη Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας υπάγονται οι ακόλουθες υπηρεσίες: α) Διεύθυνση Πληροφόρησης, β) Διεύθυνση Αναλύσεων και Τεκμηρίωσης, γ) Διεύθυνση Υπηρεσιών Εξωτερικού, δ) Διεύθυνση Δημοσίων Σχέσεων, ε) Γραφεία Τύπου και Επικοινωνίας Εξωτερικού. Στη Γενική Γραμματεία Μέσων Ενημέρωσης υπάγονται οι ακόλουθες υπηρεσίες: α) Διεύθυνση Εποπτείας Εντύπων και Επαγγελματικών Οργανώσεων, β) Διεύθυνση Πληροφορικής, γ) Διεύθυνση Διοίκησης, δ) Διεύθυνση Οικονομικών Υπηρεσιών, ε) Διεύθυνση Τεχνικής Υποστήριξης. Minpress, <http://www.minpress.gr/minpress/index/ministry.htm>, τελευταία πρόσβαση 26 18:00 Απρ 2015.

³⁴ Περιφερειακές Υπηρεσίες της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης είναι τα Γραφεία Τύπου και Επικοινωνίας και τα Γραφεία Τύπου Εσωτερικού, εξαρτώμενα από την Κεντρική Υπηρεσία, όπως ειδικότερα ορίζεται από τις διατάξεις του παρόντος Οργανισμού, Π.Δ. 23/2004 άρ. 2 και 3. Περιφερειακές Υπηρεσίες είναι τα Γραφεία Τύπου και Επικοινωνίας Εξωτερικού και τα Γραφεία Τύπου Εσωτερικού: στη Γενική Γραμματεία Μακεδονίας - Θράκης και στη Γενική Γραμματεία Αιγαίου και Νησιωτικής Πολιτικής (δεν λειτουργεί)». Minpress, <http://www.minpress.gr/minpress/index/ministry.htm>, τελευταία πρόσβαση 26 18:00 Απρ 2015.

³⁵ Σύμφωνα με τις διατάξεις του Π.Δ 73/2011, στη Γενική Γραμματεία Μέσων Ενημέρωσης ανήκει η εποπτεία του Αθηναϊκού Πρακτορείου Ειδήσεων-Μακεδονικού Πρακτορείου Ειδήσεων (Α.Π.Ε.-Μ.Π.Ε. Α.Ε.) και των κρατικών Μ.Μ.Ε. Με την υπ' αριθμ. 23048/5.12.2011 (ΦΕΚ 2788/Β/5.12.2011) κοινή απόφαση του Πρωθυπουργού και του Υπουργού Οικονομικών, το Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων (Ι.Ο.Μ.) και το Εθνικό Οπτικοακουστικό Αρχείο (Ε.Ο.Α.) καταργούνται ως αυτοτελή νομικά πρόσωπα, ενώ η ασκούμενη δραστηριότητα και ο επιδιωκόμενος σκοπός τους μεταφέρονται και ανατίθενται στην Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση – Ανώνυμη Εταιρεία (Ε.Ρ.Τ. Α.Ε.). Minpress, <http://www.minpress.gr/minpress/index/ministry.htm>, τελευταία πρόσβαση 26 18:00 Απρ 2015.

³⁶ Διεύθυνση Παλλαϊκής Αμυνας-Πολιτικής Σχεδίασης Εκτάκτου Ανάγκης (Π.ΑΜ-Π.Σ.Ε.Α) της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης που προβλέπεται από τις διατάξεις του άρθρου 15 παράγραφος 1 του Ν.Δ.17/1974, εντάσσεται διαρθρωτικά στις Υπηρεσίες της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και υπάγεται απ' ευθείας στον Υπουργό, στον οποίο ανατίθενται εκάστοτε οι αρμοδιότητες του Υπουργού Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, ο οποίος με τον υπεύθυνο συντονιστή ελέγχει, κατευθύνει και συντονίζει το έργο της Διεύθυνσης ΠΣΕΑ, των άλλων υπηρεσιών της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και των Οργανισμών που εποπτεύονται από αυτή, για την Πολιτική Σχεδίαση Έκτακτης Ανάγκης. Στην αρμοδιότητα της κατά το άρθρο 1 του παρόντος Προεδρικού Διατάγματος Διεύθυνσης ΠΣΕΑ υπάγονται: 1. Ο συντονισμός, εν καιρώ ειρήνης, όλων των ενεργειών των Υπηρεσιών της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και των Νομικών Προσώπων που εποπτεύονται από αυτή για την Πολιτική Σχεδίαση Έκτακτης Ανάγκης. 2. Όλες οι ενέργειες στους τομείς ευθύνης της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και της Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης και των εποπτευόμενων Νομικών Προσώπων που απορρέουν από τις διατάξεις του Ν.Δ. 17/1974 και τις κείμενες διατάξεις για: α. Χορήγηση αναστολής κατάταξης σε εφόδρους που επιστρατεύονται. β. Δεσμεύσεις και επιτάξεις. γ. Αντιμετώπιση εν καιρώ ειρήνης των εκτάκτων αναγκών της χώρας και οι αρμοδιότητες και ενέργειες που επιβάλλονται από τα Σχέδια Πολιτικής Σχεδίασης Έκτακτης Ανάγκης, καθώς και κάθε άλλη γενική ή ειδική διάταξη που έχει σχέση με θέματα τα οποία αφορούν άμεσα ή έμμεσα στην εθνική άμυνα της χώρας. Minpress http://www.minpress.gr/minpress/index/ministry/min_dpt_psea.htm, τελευταία πρόσβαση 26 18:00 Απρ 2015.

διεθνή γεγονότα και για τις απόψεις των μέσων μαζικής ενημέρωσης στα θέματα που αφορούν την χώρα, στην προβολή, σε συνεργασία με το Υπουργείο Εξωτερικών και λοιπούς αρμόδιους φορείς, των ελληνικών θέσεων στο εξωτερικό και στην ενημέρωση του απόδημου ελληνισμού καθώς και στη λήψη των νομοθετικών και κανονιστικών πρωτοβουλιών για τη ρύθμιση του ευρύτερου τομέα των μέσων μαζικής ενημέρωσης στο πλαίσιο των διεθνών και ευρωπαϊκών εξελίξεων³⁷.

2.3. Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ)³⁸

Σύμφωνα με το άρθρο 15 του Ελληνικού Συντάγματος, συγκροτείται το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης, του οποίου οι αρμοδιότητες και τα καθήκοντα παρατίθενται όπως παρακάτω:

- Ελέγχει το περιεχόμενο των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών εκπομπών προκειμένου:
 - Να τηρούνται οι προβλεπόμενοι στο Σύνταγμα σκοποί της αντικειμενικής και με ίσους όρους μετάδοσης πληροφοριών και ειδήσεων καθώς και προϊόντων του λόγου και της τέχνης.
 - Να εξασφαλίζει την ποιοτική στάθμη των προγραμμάτων, που επιβάλλει η κοινωνική αποστολή της ραδιοφωνίας και της τηλεόρασης και η πολιτιστική ανάπτυξη της χώρας, τον σεβασμό της αξίας του ανθρώπου και την προστασία της παιδικής ηλικίας και της νεότητας.
 - Καταρτίζει κώδικες δεοντολογίας ειδησεογραφικών εκπομπών, διαφημίσεων και ψυχαγωγικών προγραμμάτων, που κυρώνονται με Προεδρικό Διάταγμα.
 - Εκδίδει τις προβλεπόμενες στο νόμο προκηρύξεις και χορηγεί, ανανεώνει και ανακαλεί τις άδειες λειτουργίας των επίγειων ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών, καθώς και τις κάθε είδους άδειες και εγκρίσεις που προβλέπονται στην ισχύουσα ραδιοτηλεοπτική νομοθεσία.
 - Απευθύνει προς δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς, οδηγίες, συστάσεις ή ερωτήματα, γνωμοδοτεί σχετικά με την εφαρμογή των διατάξεων των οικείων νόμων και κανονιστικών πράξεων.

³⁷ Minpress, http://www.minpress.gr/minpress/index/ministry/min_mission.htm, τελευταία πρόσβαση την 26 23:30 Απρ 2015.

³⁸ Το Ε.Σ.Ρ. ιδρύθηκε το 1989 και αποτελεί μία από τις πρώτες Ανεξάρτητες Αρχές στην Ελλάδα. Με την αναθεώρηση του Συντάγματος του 2001 κατοχυρώθηκαν συνταγματικά οι αρμοδιότητές του και το νομικό καθεστώς των μελών του, ζητήματα που μέχρι τότε ρυθμιζόνταν με νομοθετικές διατάξεις. Οι βασικές αρμοδιότητές του Ε.Σ.Ρ. αφορούν στη χορήγηση των αδειών λειτουργίας στους ιδιωτικούς ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς και στον έλεγχο τήρησης της ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας από το σύνολο των ιδιωτικών και δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών σταθμών. Το Ε.Σ.Ρ. αποτελείται από επτά μέλη τα οποία επιλέγονται από τη Διάσκεψη των Προέδρων της Βουλής και διέπονται από προσωπική και λειτουργική ανεξαρτησία. Τούτο σημαίνει ότι το Ε.Σ.Ρ. δεν ελέγχεται ούτε λαμβάνει εντολές από την κυβέρνηση, αλλά υπόκειται μόνο σε κοινοβουλευτικό έλεγχο, ενώ οι αποφάσεις του ελέγχονται από τα δικαστήρια. Το ειδικότερο νομοθετικό πλαίσιο που αναφέρεται αμέσως ή εμμέσως στη λειτουργία και στις αρμοδιότητες του Ε.Σ.Ρ. βρίσκεται καταρχήν στον εκτελεστικό του Συντάγματος Ν.3051/2002, στο Ν.2863/2000 και στους νόμους που διέπουν τη λειτουργία της δημόσιας (Ν.1730/1987) και της ιδιωτικής ραδιοφωνίας και τηλεόρασης (Νόμοι 3592/2007, 2328/1995, 2644/1998 και 3310/2005 και Προεδρικά Διατάγματα 109/2010, 77/2000 και 310/1996). Επίσης, για την εσωτερική του λειτουργία εφαρμόζεται ο εσωτερικός κανονισμός λειτουργίας του Ε.Σ.Ρ. που κυρώθηκε με την 20291/Ε/6.9.2002 Απόφαση του Υπουργού Τύπου και Μ.Μ.Ε. Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης, <http://www.esr.gr/arxeion-xml/pages/esr/esrSite/get-index>, τελευταία πρόσβαση 17 16:55 Φεβ 2015.

- Τηρεί Μητρώο Επιχειρήσεων ΜΜΕ όπου καταχωρίζονται σε ειδικές μερίδες στοιχεία αναφορικά με το ιδιοκτησιακό καθεστώς των εταιρειών μέσων μαζικής ενημέρωσης καθώς και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο χώρο των ΜΜΕ.

- Ελέγχει την τήρηση των διατάξεων που αφορούν στους ιδιοκτησιακούς περιορισμούς ως προς την κατοχή επιχειρήσεων ραδιοφωνικών ή τηλεοπτικών σταθμών και δημοσιεύει στοιχεία αναφορικά με την ιδιοκτησιακή κατάσταση των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών.

- Διατυπώνει τη γνώμη του προς τον Υπουργό Εσωτερικών ως προς τα πρόσωπα που διορίζονται ως μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου της Ε.Ρ.Τ. Α.Ε.

- Ελέγχει εν γένει την τήρηση των διατάξεων που διέπουν τη λειτουργία των δημόσιων και των ιδιωτικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών επιχειρήσεων και επιβάλλει τις προβλεπόμενες διοικητικές κυρώσεις.

2.4 Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΣΗΕΑ)

Η ΕΣΗΕΑ³⁹ είναι το επαγγελματικό σωματείο των συντακτών του ημερήσιου τύπου και των ραδιοτηλεοπτικών μέσων ενημέρωσης. Επίσης είναι τακτικό μέλος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ενώσεων Συντακτών (ΠΟΕΣΥ) και της Διεθνούς Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων.

Οι σκοποί⁴⁰ της ΕΣΗΕΑ σύμφωνα με το καταστατικό της, που ισχύει από το 1979, είναι:

- *Η αποφασιστική και με όλα τα νόμιμα αγωνιστικά μέσα, προάσπιση της ελευθεροτυπίας από κάθε επιβουλή, απ' όπου και αν προέρχεται, με σκοπό να διασφαλισθεί η πλήρης ενημέρωση των πολιτών με τον Τύπο, το ραδιόφωνο, την τηλεόραση, με τη δημοσίευση και αναμετάδοση όλων των ειδήσεων, με τον παραμερισμό κάθε σκοπιμότητας και ιδιοτέλειας.*

- *Η προστασία, η προαγωγή και η διασφάλιση των ηθικών, οικονομικών, επαγγελματικών και ασφαλιστικών συμφερόντων των μελών της.*

- *Ο έλεγχος των απολύσεων και η παρακολούθηση των προσλήψεων για την εφαρμογή των συλλογικών συμβάσεων, ιδιωτικών συμφωνιών και διατάξεων των νόμων.*

- *Η σταθερή μέριμνα για τη βελτίωση και εξύψωση του μορφωτικού και επαγγελματικού επιπέδου των μελών της.*

³⁹ Το 1914 ιδρύθηκε στην Αθήνα το επαγγελματικό σωματείο «ΕΝΩΣΙΣ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ», που το Καταστατικό του εγκρίθηκε με την υπ' αριθμ. 116/1915 απόφαση του Πρωτοδικείου Αθηνών. Το σωματείο μετονομάστηκε το 1924 σε «ΕΝΩΣΙΣ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ» και το 1947 σε «ΕΝΩΣΙΣ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΑΘΗΝΩΝ» (Ε.Σ.Η.Ε.Α.) ύστερα από τις σχετικές τροποποιήσεις του Καταστατικού του, που εγκρίθηκαν με τις υπ' αριθμ. 6042/1924, 7603/1947, 8786/1951, 7057/1965, 434/1969, 1440/1973 και 3203/1978 αποφάσεις του ίδιου δικαστηρίου. Το Καταστατικό της ΕΣΗΕΑ τροποποιήθηκε, συμπληρώθηκε και προσαρμόστηκε στις διατάξεις για τα επαγγελματικά σωματεία, όπως ισχύουν σήμερα. Το Καταστατικό, που ακολουθεί, εγκρίθηκε από τη Γενική Συνέλευση των μελών του σωματείου. [Esiea http://www.esiea.gr/katastatiko](http://www.esiea.gr/katastatiko) /eisagogiko-arthro/, τελευταία πρόσβαση 26 23:45 Απρ 2015.

⁴⁰ [Esiea, http://www.esiea.gr/katastatiko/idrysi-kai-skopoi-tis-enoseos/](http://www.esiea.gr/katastatiko/idrysi-kai-skopoi-tis-enoseos/), τελευταία πρόσβαση 17 17:45 Μαί 2015.

- Η καλλιέργεια πνεύματος συναδελφικής αλληλεγγύης, καθώς και η συμπαράσταση προς τους άλλους εργαζομένους της χώρας.
- Η βοήθεια και η προστασία των μελών της, όταν διώκονται για την εκπλήρωση της δημοσιογραφικής τους αποστολής ή για τη συνδικαλιστική τους δράση και τη συμμετοχή τους σε απεργιακούς αγώνες, έπειτα από εντολή του σωματείου.
- Η βοήθεια και η προστασία των μελών της και των οικογενειών τους σε ξεχωριστές περιπτώσεις.
- Η ανάπτυξη σχέσεων με διεθνείς και εθνικές δημοσιογραφικές οργανώσεις, η ανταλλαγή μ' αυτές πληροφοριών για τα επαγγελματικά ζητήματα, τις εξελίξεις της τυπογραφίας, τη νέα τεχνολογία και τα γενικότερα προβλήματα του Τύπου και των άλλων μέσων ενημέρωσης.
- Η πρόνοια για τη διασφάλιση της υγειονομικής περιθάλψεως, της κυρίας και επικουρικής ασφάλισεως και της στεγάσεως των μελών της.

ΣΕΛΙΔΑ ΣΚΟΠΙΜΑ ΚΕΝΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

«ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ – ΧΕΙΡΑΓΩΓΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ»

3.1 Επικοινωνιακές Δομές

Η μη δυνατότητα διατύπωσης ενός ολοκληρωμένου ορισμού της επικοινωνίας, έγκειται στο γεγονός, ότι ο χώρος μέσα στον οποίο δραστηριοποιείται είναι σύνθετος και ποικιλόμορφος. Αναμφισβήτητα, η επικοινωνία είναι μία ανθρώπινη δραστηριότητα, ταυτισμένη με τη μελέτη, την έρευνα και τον προβληματισμό των ΜΜΕ, που αποτελούν φαινόμενο του 20^{ου} αιώνα⁴¹. Σύμφωνα με μία άλλη εκδοχή, η επικοινωνία μπορεί να οριστεί ως, *η διαβίβαση πληροφοριών, ιδεών, στάσεων και συναισθημάτων από ένα άτομο ή μια ομάδα στην άλλη (ή άλλες), κυρίως μέσω των συμβόλων, (Windahl & Signitzer 2006, σ. 6.)*⁴².

Η εμφάνιση, εξέλιξη και η παγκοσμιοποίηση των μαζικών μέσων ενημέρωσης οφείλεται σε κοινωνικο-οικονομικούς παράγοντες και ειδικότερα στον βαθμό ελέγχου της λειτουργίας των ΜΜΕ και των σκοπών που εξυπηρετεί ο έλεγχος αυτός, στην ραγδαία εξάπλωση της τεχνολογίας, στο περιεχόμενο των μηνυμάτων που αποστέλλονται στο κοινό, καθώς και στον βαθμό της επιρροής που ασκούν στην κοινή γνώμη. Η εξέταση των προαναφερθέντων παραγόντων, καθώς και η σημασία που αποδίδεται στον καθένα από αυτόν, διαφοροποιείται ανάλογα με το θεωρητικό πλαίσιο στο οποίο ανήκει ο μελετητής - ερευνητής και στην θεώρηση που έχει για την επικοινωνία⁴³.

Η τοποθέτηση της πλουραλιστικής προσέγγισης επικεντρώνεται στο γεγονός ότι τα ΜΜΕ αποτελούν βασικό στήριγμα των σύγχρονων δημοκρατικών θεσμών, ότι αποτελούν την τέταρτη εξουσία και ότι είναι ένας «καθρέφτης της πραγματικότητας» ή ένα «παράθυρο στην κοινωνία»⁴⁴. Η κεντρική θέση των μαρξιστών χαρακτηρίζεται από μία τάση για «οικονομικό ανταγωνισμό», δηλαδή από την τάση να αναγάγουν τον ρόλο και τα χαρακτηριστικά των ΜΜΕ σε οικονομικές σχέσεις - ταξικές αντιθέσεις και επιπλέον ότι αποτελούν μηχανισμούς στήριξης της αστικής τάξης⁴⁵.

Η τεχνική επικοινωνιακή δομή και η επικοινωνιακή δομή της πολιτικής γνώμης αποτελούν τα δύο είδη των επικοινωνιακών σταθερών.

3.1.1. Τεχνική δομή

Η τεχνική δομή της κάθε επικοινωνίας περιλαμβάνει:

- Την πηγή της πληροφορίας ή του μηνύματος.
- Το μήνυμα.

⁴¹ Ντένις ΜακΚουέλ και Σβεν Βιντάλ, ό.π., σ. 13.

⁴² Κωνσταντίνος Μπαλωμένος, «Η επικοινωνιακή διαχείριση κρίσεων», Διάλεξη στη ΣΕΘΑ 2015.

⁴³ Χρήστος Λυριντζής, ό.π., σ. 17.

⁴⁴ Στο ίδιο, σ. 20.

⁴⁵ Στο ίδιο, σ. 21.

- Τον δίαυλο μέσα από τον οποίο διαβιβάζεται το μήνυμα.
- Το ακροατήριο προς το οποίο διαβιβάζεται το μήνυμα.
- Την πληροφοριακή ανατροφοδότηση, με την οποία οι θέσεις πηγής και ακροατηρίου αντιστρέφονται με τέτοιο τρόπο, ώστε η πληροφοριακή αντίδραση του ακροατηρίου να συλλαμβάνεται από την πηγή του αρχικού μηνύματος⁴⁶.

Έτσι για παράδειγμα, στα πλαίσια ενός πολιτικού συστήματος ένα πολιτικό κόμμα μπορεί να είναι η αρχική πηγή της πληροφορίας, ο πολιτικός του προγραμματισμός το μήνυμα, η τηλεόραση ένας από τους διαύλους μετάδοσης και η εκλογική του δύναμη το αρχικό του ακροατήριο. Συνεπώς, η ανατροφοδότηση είναι η αντίδραση της εκλογικής του δυνάμεως, που ανα-διαβιβάζεται μέχρι την αρχική πηγή, δηλαδή το πολιτικό κόμμα που μεταβάλλεται με αυτόν τον τρόπο σε ακροατήριο⁴⁷. Αυτή η αντιστροφή λειτουργιών δεν είναι ούτε αποκλειστική, ούτε μόνιμη. Πρόκειται για μια εναλλασσόμενη διαφοροποίηση θέσεων η οποία οφείλεται στην «πολυλειτουργικότητα» των στοιχείων της τεχνικής δομής, γιατί σε μία κατάσταση Α, το άτομο μπορεί να είναι η πηγή του μηνύματος, ενώ σε μία κατάσταση Β, ίδιο άτομο μπορεί να είναι συγχρόνως μήνυμα και επικοινωνιακός δίαυλος⁴⁸.

3.1.2 Επικοινωνιακή δομή της πολιτικής γνώμης

Η επικοινωνιακή δομή της πολιτικής γνώμης περιλαμβάνει την:

- Κατεύθυνση

Εννοούμε την τάση του ατόμου να υποστηρίξει την τοποθέτηση Α και την απόρριψη της τοποθέτησης Β σε σχέση με ορισμένο πολιτικό πρόβλημα⁴⁹.

- Ένταση

Εννοούμε τον βαθμό προσηλώσεων που εκδηλώνει το άτομο στην κατεύθυνση της γνώμης του⁵⁰. Μπορεί δύο άτομα να έχουν την ίδια γνώμη σε ένα διαφορετικό πρόβλημα, αλλά το κάθε ένα να το υποστηρίζει με διαφορετικό βαθμό και μαχητικότητα⁵¹.

- Σταθερότητα

⁴⁶ Νίκος Λεονάρδος, Πολιτική οικονομία των ΜΜΕ, (Καστανιώτη, 2000), σ. 11-25.

⁴⁷ Στο ίδιο, σ. 11-25.

⁴⁸ Άλαν Άλμπαραν, Η οικονομία των ΜΜΕ, [μτφ Πένυ Φυλακτάκη], (University Studio Press, 2004), σ. 40-68.

⁴⁹ Στο ίδιο, σ. 40-68.

⁵⁰ Άλαν Άλμπαραν, ό.π., σ. 40-68.

⁵¹ Mark Coeckelbergh, «What are you doing? Microblogging, the ordinary private and the primacy of the present», Department of Philosophy, (University of Twente, Netherlands 2001), p. 127-136, http://doc.utwente.nl/77357/1/WhatAreWeDoing_Coeckelbergh.pdf, τελευταία ανάκτηση 17 19:10 Μαί 2015.

Με αυτόν τον όρο κωδικοποιούμε τη χρονική αντοχή ορισμένης πολιτικής γνώμης. Ένα άτομο που μπορεί να αλλάξει γνώμες σε σχετικά σύντομα χρονικά διαστήματα και σε συνάρτηση μάλιστα με την ένταση την οποία κάθε φορά τις υποστηρίζει, μπορεί να έχει μεγάλη σημασία για την ενότητα της πολιτικής επικοινωνίας⁵².

- Βάρος

Εννοούμε τη θέση – ιεράρχηση που το άτομο επιβάλλει στην πολιτική του γνώμη, σε σχέση με οποιοδήποτε άλλο είδος κοινωνικής γνώμης ή τοποθετήσεων. Υπάρχουν άνθρωποι που θεωρούν την πολιτική πράξη ως σπουδαία δραστηριότητα και υποχρέωση, ενώ άλλοι που την τοποθετούν μετά από άλλες σημαντικότερες για αυτούς απασχολήσεις⁵³.

- Εσωτερική συνοχή

Ο όρος αυτός εκφράζει το μέτρο αυτό στο οποίο μπορούν να συμβιβάζονται δύο ή περισσότερες γνώμες, τις οποίες το ίδιο άτομο μπορεί να έχει πάνω σε ένα ή περισσότερα πολιτικά προβλήματα⁵⁴. Μπορεί δηλαδή η γενική κομματική τοποθέτησή του πάνω σε ένα ειδικό πολιτικό πρόβλημα να είναι διαφορετική. Ωστόσο, αυτό μπορεί να δημιουργεί πρόβλημα προσωπικής ιδεολογικής συνοχής⁵⁵.

- Εξωτερική συνοχή

Ο όρος αυτός αφορά στην έκταση που οι γνώμες ενός ατόμου συμβιβάζονται με τις γνώμες των άλλων, που για οποιοδήποτε λόγο ανήκουν στον ίδιο κύκλο καθώς και στην ίδια πρωτογενή ή δευτερογενή ομάδα. Η εξωτερική συνοχή μπορεί να είναι ισχυρή ή χαμηλή⁵⁶.

- Αποδοχή

Ο όρος αυτός αναφέρεται στην έκταση και στην ένταση, όπου η γνώμη ενός ατόμου ή μιας ομάδας υποστηρίζονται ενεργά και θετικά από άλλα άτομα ή άλλες ομάδες⁵⁷.

3.2 Μοντέλα Επικοινωνίας

3.2.1 Η Φόρμουλα του Lasswell⁵⁸

Ο Αμερικάνος πολιτικός επιστήμονας Harold Lasswell έγραψε ένα άρθρο το 1948 και αναφέρει ότι ένας εύστοχος τρόπος για να περιγράψουμε μια διαδικασία επικοινωνίας, είναι να απαντήσουμε στα ερωτήματα:

- Ποιός μιλάει;

⁵² Στέλιος Παπαθανασόπουλος, Πολιτική και ΜΜΕ, (Αθήνα: Καστανιώτη, 2004), σ. 32-49.

⁵³ Άλαν Άλμπαραν, ό.π., σ. 40-68.

⁵⁴ Στο ίδιο, σ. 40-68.

⁵⁵ Νίκος Λεονάρδος, ό.π., σ. 11-25.

⁵⁶ Νίκος Λεονάρδος, ό.π., σ. 11-25.

⁵⁷ Στο ίδιο, σ. 11-25.

⁵⁸ Ντένις ΜακΚουέλ και Σβεν Βιντάλ, ό.π., σ. 39-41.

- Τι λέει;
- Μέσω ποιου καναλιού/διαύλου;
- Σε ποιόν το λέει;
- Με ποιο αποτέλεσμα;

Η επικοινωνία θεωρούμε ότι είναι ακολουθία, που ξεκινά από την πηγή που επιλέγει το μήνυμα. Το μήνυμα μεταδίδεται με τη μορφή σήματος μέσω ενός επικοινωνιακού διαύλου σε έναν παραλήπτη, ο οποίος ανασυγκροτεί το μήνυμα από το σήμα. Το μοντέλο αυτό εκκινεί από την παραδοχή, ότι ο πομπός/επικοινωνητής έχει κάποια *πρόθεση* να επηρεάσει το δέκτη/παραλήπτη και κατά συνέπεια, η επικοινωνία θα πρέπει να προσεγγίζεται βασικά ως μια *διαδικασία πειθούς*⁵⁹.

Μοντέλα όπως το παραπάνω έχουν σίγουρα συμβάλει στη διαμόρφωση της τάσης που δίνει υπερβολική σημασία στις επιπτώσεις ιδιαίτερα της μαζικής επικοινωνίας. Το μοντέλο αυτό είναι κατάλληλο για την ανάλυση της πολιτικής προπαγάνδας.

3.2.2 Τα Μοντέλα Claude Shannon και Warren Weaver⁶⁰

Ειδικότερα, οι Claude Shannon και Warren Weaver παρουσίασαν ένα μαθηματικό μοντέλο που περιγράφει την επικοινωνία ως γραμμική, μονόδρομη διαδικασία. Το μοντέλο επισημαίνει πέντε λειτουργίες που επιτελούνται και ενσωματώνει επιπλέον και έναν παράγοντα δυσλειτουργίας, το θόρυβο.

Στο αρχικό στάδιο παράγεται το μήνυμα ή μία αλυσίδα μηνυμάτων από την πηγή πληροφόρησης. Στο επόμενο στάδιο κωδικοποιείται σε σήματα από έναν αναμεταδότη. Τα σήματα θα πρέπει να προσαρμοστούν στο κανάλι/δίαυλο που οδηγεί στο δέκτη. Η λειτουργία του δέκτη είναι αντίστροφη από αυτή του αναμεταδότη. Ο δέκτης αποκωδικοποιεί το μήνυμα από το σήμα. Σε αυτό το σημείο υπάρχει η πιθανότητα ενδεχόμενης παρεμβολής, η οποία *ίσως προκαλέσει μία διαφοροποίηση στο μεταδιδόμενο και το παραλαμβανόμενο σήμα, γεγονός το οποίο με τη σειρά του μπορεί να σημαίνει ότι το μήνυμα που παράγεται από την πηγή και αυτό που αποκωδικοποιείται από τον δέκτη δεν έχει το ίδιο περιεχόμενο*⁶¹.

3.2.3 Συγκρίνοντας αυτά τα δύο μοντέλα επικοινωνίας, παρατηρούμε ότι ακολουθούν μία μονόδρομη διαδικασία. Το πρώτο μοντέλο, όπως προαναφέρθηκε, είναι κατάλληλο για την ανάλυση της πολιτικής προπαγάνδας και δεν επιτρέπει την παρέμβαση κανενός ενδιαμέσου. Η διαφορά των δύο μοντέλων έγκειται στο γεγονός ότι, στο δεύτερο μοντέλο παρατηρούμε την παρέμβαση του «θορύβου», χωρίς την άδεια των επικοινωνητών, ο οποίος διαφοροποιεί το μήνυμα, με αποτέλεσμα ο δέκτης και ο αποδέκτης να ανταλλάσσουν μηνύματα χωρίς να έχουν το ίδιο περιεχόμενο. Στη εποχή μας, το διαδίκτυο μας επιτρέπει, χρησιμοποιώντας τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, να παρεμβαίνουμε ανεξέλεγκτα στη ροή των ειδήσεων, χωρίς την άδεια των «καναλάρχων» ή των «μεγαλο-εκδοτών» ή των κυβερνήσεων και να

⁵⁹ Κωνσταντίνος Μπαλμμένος, «Η επικοινωνιακή διαχείριση κρίσεων», ό.π.

⁶⁰ Ντένις ΜακΚουέλ και Σβεν Βιντάλ, ό.π., σ. 42-43.

⁶¹ Κωνσταντίνος Μπαλμμένος, «Η επικοινωνιακή διαχείριση κρίσεων», ό.π.

διαμορφώνουμε ή τουλάχιστον να επηρεάζουμε την κοινή γνώμη. Ως χαρακτηριστικό παράδειγμα μπορεί να αναφερθεί η προπαγάνδα, που ασκείται μέσω των λογαριασμών που διατηρούν οι Τζιχαντιστές στο Twitter και στο Facebook, η οποία εξαπλώνεται με αμείωτο ρυθμό, λόγω της εύκολης πρόσβασης και χρήσης αυτών των blogs.

3.3 Η Διαμόρφωση της Ανθρώπινης Σκέψης από την Επίδραση των MME

Τα μέσα επικοινωνίας «βομβαρδίζουν» καθημερινά με ιδέες, εικόνες, και αντιλήψεις, τους δέκτες στους οποίους απευθύνονται και στη συνέχεια αυτοί με τη σειρά τους είτε αποδέχονται τα ερεθίσματα και διαμορφώνουν τις δικές τους γνώμες, είτε τα απορρίπτουν. Οι επιδράσεις αυτές των MME δεν είναι τίποτε άλλο από *συγκεκριμένες αντιδράσεις απέναντι σε συγκεκριμένα ερεθίσματα, οπότε μπορεί κανείς να προσδοκά και να προβλέπει ότι θα υπάρξει μία «πιστή» ανταπόκριση ανάμεσα στο μήνυμα αυτών των μέσων και στην αντίδραση του ακροατηρίου*⁶². Τι είναι όμως αυτό το οποίο θα καθορίσει ή όχι την πιστή ανταπόκριση ανάμεσα στο μήνυμα και στο ακροατήριο; Ποιο είναι το κλειδί για τη διαμόρφωση της ανθρώπινης σκέψης; Αυτό που καθορίζει ή όχι τη διαφοροποίηση της σκέψης του ανθρώπου βάσει του μηνύματος που λαμβάνει, *βασίζεται στην αρχή ότι, το κεντρικό σημείο της αποτελεσματικής πειθούς έγκειται στην τροποποίηση της εσωτερικής – ψυχολογικής δομής του ατόμου*» (Το Ψυχοδυναμικό μοντέλο του DeFleur (1970)⁶³.

Η απεικόνιση του ερεθίσματος, με ήχο και εικόνα και η μεταφορά αυτού στον δέκτη μέσω των διαφόρων μέσων επικοινωνίας, διεισδύει πιο άμεσα στον εσωτερικό κόσμο του ανθρώπου και ανάλογα τον επηρεάζει. *Όσο η πράξη είναι πιο έντονη για το άτομο (δηλαδή όσο πιο σημαντική είναι σε ψυχολογικούς όρους), τόσο μεγαλύτερη πρόκληση δημιουργείται και τόσο εμφανέστερη είναι η πράξη στο συνολικό δραματολόγιο των συμπεριφορών που διατίθενται στο άτομο (Ψυχολογικό μοντέλο Comstock για τις επιδράσεις της τηλεόρασης στη συμπεριφορά του ατόμου)*⁶⁴.

Η επιστήμη προσπαθεί να διαπιστώσει με ποιον τρόπο τα MME επιδρούν στον άνθρωπο. Πρόκειται κυρίως για το ζήτημα πως αντιδρά ο δέκτης στα περιεχόμενα που διαβιβάζονται σε αυτόν με τα μαζικά μέσα ενημέρωσης. Επίσης, διερευνώνται ποιες μεταβλητές καθορίζουν τις επιδράσεις των μέσων από την πλευρά του δέκτη. Μια σημαντική ψυχολογική προσέγγιση σε αυτό το πλαίσιο είναι η «θεωρία της γνωστικής ψυχολογίας». Η προσέγγιση της «γνωστικής ασυμφωνίας» και «συμφωνίας» επισημαίνει μεταβλητές δεκτών, οι οποίοι εμποδίζουν ή και μειώνουν τις άμεσες επιδράσεις των μέσων. Είναι οι λεγόμενες αντενεργές δυνάμεις, ή διορθωτικοί παράγοντες⁶⁵.

Ο ενήλικας άνθρωπος δεν αντιμετωπίζει ευκολόπιστα τα περιεχόμενα των μαζικών μέσων, αλλά με γνώμες και διαθέσεις που ήδη υπάρχουν και με μία δομή διαθέσεων αξιολόγησης. Αυτό σημαίνει, ότι ο άνθρωπος βρίσκεται

⁶² Ντένις ΜακΚουέιλ και Σβεν Βιντάλ, ό.π., σ. 90.

⁶³ Στο ίδιο, σ. 92.

⁶⁴ Στο ίδιο, σ. 101.

⁶⁵ Ρόη Παναγιωτοπούλου, Η ψηφιακή πρόκληση. MME και δημοκρατία, α' έκδοση, (Αθήνα: Τυπωθήτω, 2003), σ. 57-75.

ήδη εκ των προτέρων διαμορφωμένος απέναντι σε πολλά περιεχόμενα που σχηματίζουν τη γνώμη και τείνει να ακολουθήσει ορισμένες κατευθύνσεις. Αυτό επιδρά τόσο στην επιλογή εκείνου, στο οποίο θέλει να επιδράσει επάνω του, όσο και στην αντίληψη, στην βίωση και στην επεξεργασία και στην εκτίμηση των επικοινωνιακών δεδομένων. Ο άνθρωπος προσπαθεί κατά την διαδικασία της αντίληψης και με τη συμπεριφορά του να αποφύγει ασυμφωνίες μεταξύ αυτού που συναντά στο περιβάλλον και στην προ υπάρχουσα δομή των αντιθέσεων. Προσπαθεί να εμποδίσει «γνωστικές ασυμφωνίες» και οργανώνει το βίωμα και την συμπεριφορά του με κατεύθυνση προς τη «γνωστική συμφωνία»⁶⁶.

Σοβαρές συνέπειες για την μαζική επικοινωνία ενδέχεται να επιφέρει το γεγονός όταν πολλά περιεχόμενα επικοινωνίας δεν καταλήγουν στο κοινό στο οποίο απευθύνονται, διότι οι δυνητικοί δέκτες εκ των προτέρων υποθέτουν και φοβούνται ότι με αυτά τα περιεχόμενα θα επέλθει αναστάτωση στις ήδη προσχεδιασμένες απόψεις τους και για αυτό αν είναι δυνατόν δεν αφήνουν καν να φθάσουν σε αυτούς τα φαινόμενα επικοινωνίας. Έτσι μπορούμε να αντιληφθούμε γιατί οι πολίτες στην διάρκεια ενός προεκλογικού αγώνα καταναλώνουν συνήθως μόνο περιεχόμενα επικοινωνίας του προτιμώμενου κόμματός τους. Για αυτό σήμερα, η προεκλογική προπαγάνδα περιορίζεται κυρίως στην παγίωση των απόψεων, στις οποίες οι ψηφοφόροι έχουν ήδη καταλήξει και στην προσέγκυση αναποφάσιστων. Η προσπάθεια να μεταπειστούν οι πολιτικοί αντίπαλοι μόνο με τα περιεχόμενα των μέσων θεωρείται αρκετά αναποτελεσματική⁶⁷.

Όταν δεν αναμένονται μεγάλες αλλαγές στη διάρθρωση των διαθέσεων τα περιεχόμενα επικοινωνίας πέφτουν σε γόνιμο έδαφος, ακόμη και όταν οι αποφάσεις είναι περιορισμένου χαρακτήρα. Σε αυτές τις περιπτώσεις, ο άνθρωπος δεν έχει να φοβηθεί καμία σοβαρή ασυμφωνία και έτσι δεν προβάλλει ισχυρή αντίσταση στις προσπάθειες επηρεασμού⁶⁸.

3.4 Η Εξάρτηση της Κοινωνίας από τις Επιδράσεις της Μαζικής Επικοινωνίας

Στη σύγχρονη κοινωνία, οι άνθρωποι τείνουν όλο και περισσότερο να επηρεάζονται από τις πηγές ενημέρωσης, αναφορικά με τη γνώση και το προσανατολισμό τους, καθώς και με το τι συμβαίνει στη κοινωνία τους. Το είδος και ο βαθμός εξάρτησης εξαρτώνται, από το βαθμό μεταβολής της κοινωνίας και από το βαθμό πληροφόρησης που παρέχουν τα ΜΜΕ.

Ενδέχεται ένα διαρθρωμένο σταθερά κοινωνικό σύστημα, να υπόκειται σε παροδικές ή περιοδικές ανακατατάξεις, σε εσωτερικές ή εξωτερικές κρίσεις και γενικά να κυριαρχεί η αβεβαιότητα και η μεταβολή (το φαινόμενο αυτό κυρίως συμβαίνει στις αναπτυσσόμενες χώρες). Επίσης μπορεί να βρίσκεται σε καθεστώς διάλυσης (κατάσταση πολέμου, επανάστασης ή οικονομικής χρεωκοπίας). Όσο μεγαλύτερη και σοβαρή είναι η μεταβολή, η κρίση και η αβεβαιότητα, τόσο μεγαλύτερη είναι η ανάγκη για ενημέρωση και επιβεβαίωση των αξιών. Υπό αυτές τις συνθήκες, το κοινό μπορεί να είναι άμεσα και σε

⁶⁶ Στο ίδιο, σ. 57-75.

⁶⁷ Γιώργος Μαυρογένης, Πολιτική επικοινωνία και ΜΜΕ στην εποχή της παγκοσμιοποίησης, α' έκδοση, (Αθήνα: Σταμούλη Α.Ε., 2008), σ. 23-37.

⁶⁸ Νίκος Λεονάρδος, ό.π., σ. 11-25.

μεγάλο βαθμό εξαρτημένο από τα όποια συστήματα ενημέρωσης είναι διαθέσιμα⁶⁹.

Όταν ένα σύστημα μέσω επικοινωνίας είναι ανεπτυγμένο, ικανό και ανταποκρίνεται στις ανάγκες της κοινωνίας, τότε θα αποτελεί το κέντρο της κοινωνίας και τα μέλη της θα εξαρτώνται από αυτό. Εάν υπάρχουν εναλλακτικές πηγές πληροφόρησης, τότε η εξάρτηση του κοινού από τα ΜΜΕ θα είναι μικρότερη⁷⁰.

Εξετάζοντας την επικοινωνία των ανθρώπων παρατηρούμε μία τάση αυτών (την αποκαλούμενη «σπειροειδή γραμμή της σιωπής»⁷¹ - «spiral of silence») και να μη μιλούν για θέματα δημοσίως, ή ακόμα και μεταξύ των μελών της οικογένειάς τους, των φίλων τους και των συναδέλφων τους, εάν θεωρήσουν ότι την άποψή τους δεν τη συμμερίζονται άλλοι⁷². Πολλά μέλη της κοινωνίας, φοβούμενοι την απομόνωση, αναζητούσαν από τα ΜΜΕ ενδείξεις για τα ποια ήταν η κυρίαρχη άποψη⁷³. Έτσι, λοιπόν, η κυρίαρχη ή ευρύτερης αποδοχής άποψη τείνει να υπερισχύει όλο και περισσότερο και οι αντίθετες να αποδυναμώνονται ακόμα περισσότερο, δηλαδή τα άτομα είτε εκφράζουν την κυρίαρχη άποψη, είτε αποτυγχάνουν να εκφράσουν διαφορετικές απόψεις. Η ελπίδα όμως πολλών υποστηρικτών των κοινωνικών δικτύων ήταν ότι πλατφόρμες, όπως το Facebook και το Twitter, θα ήταν σε θέση να παράγουν πολλαπλά «σημεία» συζητήσεων, όπου αυτοί με μη δημοφιλείς απόψεις θα ένιωθαν ελεύθεροι να εκφραστούν, διευρύνοντας το φάσμα της συζήτησης περί των ζητημάτων που τους απασχολούσαν.

Στις επιδράσεις της μαζική επικοινωνίας θα πρέπει να ληφθεί υπόψη και η θεωρία των αποκαλούμενων «κενών της γνώσης ή της πληροφόρησης»⁷⁴. Η θεωρία αυτή προέκυψε από την ολοένα διογκούμενη ροή της πληροφόρησης, εξ αιτίας της παγκόσμιας εξάπλωσης των ΜΜΕ. Η αυξανόμενη ροή της πληροφόρησης έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της γνώσης και την αύξηση των κενών πληροφόρησης για ένα συγκεκριμένο θέμα. Τα νέα μέσα επικοινωνίας είναι πιθανό να τείνουν στην διεύρυνση των κενών πληροφόρησης, επειδή η χρήση τους θα εξαρτηθεί από τα ενδιαφέροντα, τα κίνητρα και το υπόβαθρο γνώσης του ατόμου. Επιπλέον τέτοια μέσα είναι περισσότερο διαθέσιμα σε άτομα με καλύτερη μόρφωση και σε ομάδες με υψηλότερη κοινωνική θέση.

Στην επικοινωνιακή διάσταση περιφέρεται και ο όρος της «Φινλανδοποίησης»⁷⁵. Πρόκειται για τη διαδικασία όπου μικρή χώρα συνορεύουσα με μία μεγαλύτερη, αντιδρά ευνοϊκά στα αιτήματά της, φοβούμενη τις απώλειες κεκτημένων από μία ενδεχόμενη σύρραξη. Ο όρος πηγάζει στην μεταπολεμική Φινλανδική κυβέρνηση τους Suho Passikivi (1944-48), που τήρησε πολιτική

⁶⁹ Ντένις ΜακΚουέιλ και Σβεν Βιντάλ, ό.π., σ. 150-152.

⁷⁰ Ντένις ΜακΚουέιλ και Σβεν Βιντάλ, ό.π., σ. 152.

⁷¹ Η έννοια αυτή προέρχεται από μία ευρύτερη θεώρηση για τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, η οποία έχει αναπτυχθεί και ελεγχθεί από την Elisabeth Noelle-Neumann, <http://www.afirstlook.com/docs/spiral.pdf>, τελευταία πρόσβαση 18 17:42 Δεκ 2015.

⁷² naftemporiki.gr «Έρευνα: Μεγαλύτερη του αναμενομένου η αυτολογοκρισία στα social media», <http://naftemporiki.gr/story/849846/ereuna-megaluteri-tou-anamenomenou-i-autologokrisia-sta-social-media.%20CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B1%CE%AF%CE%B1%20%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CE%BA%CF%84%CE%B7%CF%83%CE%B7%203%2017:00>, τελευταία πρόσβαση 17 17:42 Μαι 2015.

⁷³ Ντένις ΜακΚουέιλ και Σβεν Βιντάλ, ό.π., σ. 158.

⁷⁴ Στο ίδιο, σ. 163-170.

⁷⁵ Αθανάσιος Σαμαράς, ό.π.

θετικής ουδετερότητας και ταύτισε την εξωτερική πολιτική με τις αξιώσεις της Ε.Σ.Σ.Δ. Με ενδεχόμενη τη Σοβιετική εισβολή, η Φιλανδική κυβέρνηση, επιβάλλει στους δημοσιογράφους αυτολογοκρισία ώστε να παράγουν την εικόνα της Σοβιετικής Ένωσης στα Φιλανδικά ΜΜΕ. Η λειτουργία της «Φινλανδοποίησης» απαιτεί μία σύνθετη διαδικασία αυτολογοκρισίας που παίρνει τη μορφή της αστυνόμευσης του οικείου συμβολικού περιβάλλοντος εκ μέρους του πιο αδύνατου μέρους της σχέσης. Η «φινλανδοποίηση», ακριβώς όπως ο επεκτατικός εθνικισμός και η πολεμική σύγκρουση, οδηγούν σε χειραγώγηση του επικοινωνιακού συστήματος.

3.5 Διαμόρφωση της Κοινής Γνώμης

Τα ΜΜΕ επηρεάζουν και διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό την κοινωνική κουλτούρα και την ατομική αντίληψη, σχετικά με τους φυσικούς κινδύνους (τόσο των πολιτών, όσο και των δυνάμεων προστασίας). Επιπλέον αποτελούν τη κύρια οδό επικοινωνίας μεταξύ των δημόσιων αρχών - κοινού και συνεπώς έχουν την ευθύνη να διασφαλίσουν ότι κατά τη διάρκεια μιας κατάστασης έκτακτης ανάγκης οι πληροφορίες για τη δημόσια ασφάλεια θα φθάσουν στο ευρύ κοινό έγκαιρα και με ακρίβεια⁷⁶.

Το μέσο έκφρασης του κοινωνικού συνόλου είναι η κοινή γνώμη. Το ερώτημα όμως είναι το πώς διαμορφώνεται η κοινή γνώμη, τη στιγμή που ο άνθρωπος σήμερα, αφενός δεν έχει τη δυνατότητα προσωπικής αντίληψης όλων των γεγονότων που συμβαίνουν γύρω του και αφετέρου δεν διαθέτει τον απαιτούμενο χρόνο για να εξετάσει και κριτικάρει τις ειδήσεις, τις οποίες καθημερινά ακούει από τα ΜΜΕ.

3.5.1 Ο Βαθμός και ο Τρόπος Επιρροής της Κοινής Γνώμης από τα ΜΜΕ

Για την διαμόρφωση της κοινής γνώμης, πρέπει πρώτα απ' όλα ένα ζήτημα που απασχολεί κάποιο ή κάποια άτομα, να δει το φως της δημοσιότητας για να μπορέσουν να το αναγνωρίσουν και άλλοι, εκτός από εκείνους που επηρεάζονται άμεσα. Γι' αυτό πολλές φορές άτομα ή ομάδες καταβάλλουν μεγάλες προσπάθειες για να φέρουν στην δημοσιότητα ένα ζήτημα που τους αφορά προσωπικά, ελπίζοντας έτσι ότι θα μπορέσουν να δώσουν ένα περίγραμμα στο ζήτημα που να εξυπηρετεί τα συμφέροντά τους.

Από την στιγμή που το ζήτημα είδε το φως της δημοσιότητας, οι άνθρωποι αρχίζουν να το συζητούν και σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να αναζητούν περισσότερες πληροφορίες, ή να προσπαθούν να κάνουν κάτι για το ζήτημα, ιδίως όταν τους αφορά και προσωπικά. Τότε ορισμένοι αρχίζουν να «δειγματίζουν» απόψεις άλλων ατόμων και να αξιολογούν την εγκυρότητα των δικών τους απόψεων.

Τα ΜΜΕ συγκεντρώνουν και ασκούν τεράστια και πολύπλευρη δύναμη, ενώ επηρεάζουν και διαμορφώνουν όπως αυτά θέλουν την πραγματικότητα. Καθορίζουν και προωθούν αποφάσεις, αντιδράσεις, προτεραιότητες και καταστάσεις. Έχουν την δυνατότητα να απορροφούν και να ενσωματώνουν στα δίκτυα τους, όλο το δημόσιο χώρο της κοινωνίας και της πολιτικής, του οικονομικού και πνευματικού πεδίου και του πολιτισμού.

⁷⁶ Κωνσταντίνος Μπαλωμένος, «Η επικοινωνιακή διαχείριση κρίσεων», ό.π.

Πέραν των παραπάνω, τα ΜΜΕ διαθέτουν τις δύο ακόλουθες βασικές ιδιότητες:

- Αποτελούν μηχανισμούς που παρεμβάλλονται μεταξύ των ανθρώπων και της πραγματικότητας γύρω τους, μεταφέροντας μία αφθονία πληροφοριών για το τι γίνεται στον κόσμο, πως γίνεται και γιατί γίνεται⁷⁷.

- Οι πληροφορίες και τα μηνύματα που μεταδίδονται από τα ΜΜΕ επηρεάζουν και διαμορφώνουν τις γνώσεις και στάσεις των ανθρώπων για μία μεγάλη ποικιλία θεμάτων (π.χ. κοινωνία, πολιτική, τέχνη, οικονομία, διασκέδαση, ελεύθερος χρόνος κ.λ.π.) και έτσι αποτελούν και αυτά μηχανισμούς κοινωνικοποίησης και μετάδοσης γνώσεων και αξιών, αντίστοιχους με το σχολείο, την εκκλησία ή την οικογένεια⁷⁸.

Η πληροφόρηση που δίνουν τα ΜΜΕ, στις ανθρώπινες κοινωνίες, δεν συμπίπτει πολλές φορές, με αντικειμενικές αλήθειες, γιατί «...διαμεσολαβούν μεταξύ πραγματικότητας και ατόμου, προβάλλοντας ή αποσιωπώντας τι συμβαίνει γύρω μας⁷⁹...» Γι' αυτό τα ΜΜΕ αποτελούν σήμερα τα μέσα εκείνα, που εκφράζουν ταυτόχρονα τις δυνάμεις της απελευθέρωσης και της προόδου του ατόμου, αλλά και τις δυνάμεις της εξάρτησης και υποδούλωσης. Επομένως τα mass media εμφανίζονται ως εκπαιδευτικό όργανο, τυπικό μιας κοινωνίας με πατριαρχικό υπόβαθρο, που μόνον επιφανειακά είναι ατομικιστική και δημοκρατική, ενώ στην ουσία τείνει να παράγει ετεροκατευθυνόμενα ανθρώπινα πρότυπα⁸⁰.

Ένας από τους τρόπους επηρεασμού ενός γεγονότος ή δραστηριότητας και γενικά της Υψηλής Στρατηγικής⁸¹ ενός κράτους είναι η χειραγώγηση των ΜΜΕ, με σκοπό να διαφοροποιήσουμε τη ψυχοσύνθεση, τα συναισθήματά και τη γνώμη του λαού της συγκεκριμένης χώρας, αλλά και της κοινής διεθνής γνώμης⁸² ως προς τις θέσεις μας και τις επιδιώξεις μας. Ένας άλλος τρόπος είναι η απόκρυψη ή παραποίηση στοιχείων και πληροφοριών, καθώς και η παραπλάνηση των πολιτών τόσο της αντίπαλης χώρας, όσο και άλλων χωρών για θέματα που αφορούν και πλήττουν τους τομείς⁸³ της Στρατηγικής της/των.

Ιστορικές καταγεγραμμένες στιγμές μαρτυρούν και αποδεικνύουν την αξία και την ύπαρξη των ΜΜΕ στη ζωή μας, διότι με αυτό τον τρόπο έχουμε το δικαίωμα στην αλήθεια, στην ελευθεροστομία και στην ελευθεροτυπία. Όμως ένα μεγάλο μέρος της σύγχρονης κοινωνίας, τα θεωρούν ως εργαλεία διαχείρισης και εξυπηρέτησης των εκάστοτε πολιτικών συστημάτων ή

⁷⁷ Χρήστος Λυριντζής, ό.π., σ. 17.

⁷⁸ Στο ίδιο, σ. 16.

⁷⁹ Στο ίδιο, σ. 18.

⁸⁰ Ουμπέρτο Έκο, *Κήνσορες και θεράποντες*, σ. 68.

⁸¹ Στρατηγική είναι: η σύζευξη μέσων και σκοπών υπό το πρίσμα πραγματικής ή ενδεχόμενης σύγκρουσης. Η στρατηγική συνίσταται στο τρίπτυχο μέσα-σκοποί-αντίπαλος[...]. Όταν χρησιμοποιούνται όλα τα διαθέσιμα μέσα ενός κράτους (στρατιωτικά, διπλωματικά, οικονομικά κλπ.) για την επίτευξη των πολιτικών αντικειμενικών σκοπών του ενόψει πραγματικής ή ενδεχόμενης σύγκρουσης, τότε μιλάμε για Υψηλή Στρατηγική». Κωνσταντίνος Κολιόπουλος, *Η Στρατηγική Σκέψη από την Αρχαιότητα μέχρι σήμερα*, β' έκδοση, (Βάρη Αττικής: Ποιότητα, 2008) σ. 44. Ένας άλλος ορισμός της στρατηγικής «η τεχνική χειρισμού της ισχύος, ώστε να συμβάλει στην επίτευξη των σκοπών της πολιτικής». Beaufre, *Στρατηγός Εισαγωγή στην Στρατηγική*, έκδοση (ΓΕΣ/ΔΕΚΠ, 1987), σ. 15.

⁸² Ο καλύτερος τρόπος να μεγιστοποιήσουν τα κράτη τις ελπίδες τους να επιβιώσουν είναι να αποκτήσουν ισχύ εις βάρος των αντιπάλων τους. Εντούτοις, μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν την παραπλάνηση, η οποία περιλαμβάνει και το ψέμα, για να αποκτήσουν το πλεονέκτημα έναντι ενός πιθανού αντιπάλου. Τζον Μερσάιμερ, *Γιατί οι πολιτικοί λένε ψέματα*, [μτφ Νίνα Μπούρη], β' έκδοση (Αθήνα: Πατάκη, 2012), σ. 59.

⁸³ Οι τομείς της Στρατηγικής είναι: Στρατιωτικός, Πολιτικός, Οικονομικός και Διπλωματικός τομέας. Beaufre, *Στρατηγός Εισαγωγή στην Στρατηγική*, ό.π., σ. 22.

προσωπικοτήτων, τα οποία για την υπεράσπιση των εθνικών τους ή και των προσωπικών τους συμφερόντων⁸⁴, σκηνοθετούν γεγονότα και καταστάσεις με ανυπολόγιστες συνέπειες για το ανθρώπινο είδος και για το περιβάλλον.

3.6 Ο Μύθος της Αντικειμενικότητας των ΜΜΕ

Η αρχή της αντικειμενικότητας, έλαβε χώρα κατά τα τέλη του 19^ο αιώνα, βασιζόταν σε καθαρώς εμπορικά κίνητρα και στηρίχθηκε στο γεγονός της απαξίωσης της κυριαρχίας των κομμάτων και της αύξησης της σημασίας των μέσων ως μίας αυτόνομης διαδικασίας κατασκευής και οργάνωσης της ειδησεογραφίας. Στη βάση της αντικειμενικότητας, ως στοιχείου οργάνωσης και παρουσίασης των ειδήσεων, βρίσκεται η έννοια της αμεροληψίας. Το πρότυπο της αμεροληψίας απαιτεί ισομέρεια στην επιλογή και τη χρήση των πηγών, ώστε να αντανakλούν διαφορετικές απόψεις. Συνοψίζοντας, μπορούμε να πούμε ότι η αμεροληψία βασίζεται στην απουσία της σκοπίμης ή απορριπτικής «προκατάληψης».⁸⁵

Η επιλογή μίας είδησης από μία άλλη είδηση είναι ανθρώπινη και λογική. Ο αντικατοπτρισμός του τρόπου επιλογής, μέσα από το σύμπαν των ειδήσεων, που κατά τη γνώμη των δημοσιογράφων αποτελούν την πραγματικότητα, δεν θα πρέπει να αποκρύβεται από το κοινό. *Ο μύθος της αντικειμενικότητας του το κρύβει, και καμιά φορά το κρύβει από τον δημοσιογράφο. Απ' αυτή την άποψη είναι μία εκδήλωση ψευδοιδεολογίας[...]το καθήκον του δημοσιογράφου δεν είναι να πείσει τον αναγνώστη ότι αυτός λέει την αλήθεια, αλλά να τον προειδοποιήσει ότι αυτός λέει τη δική του αλήθεια. Ότι υπάρχουν όμως κι άλλες*⁸⁶.

Η σύγχρονη κοινωνία αποτελείται από «συγκεκριμένα» άτομα τα οποία λειτουργούν με βάση τα προσωπικά τους οφέλη και συμφέροντα, αδιαφορώντας για τα κοινωνικά δρώμενα. Τα ΜΜΕ καθώς εμπλέκονται σε δημόσιες καμπάνιες ή εκστρατείες, καθορίζουν την συμπεριφορά των δεκτών που λαμβάνουν τα αντίστοιχα μηνύματα, ανάλογα με τις προθέσεις των πανίσχυρων οργανισμών, είτε δημοσίων είτε ιδιωτικών⁸⁷. Ο καθηγητής Marshall Mc Luhan τονίζει ότι, «...όταν θριαμβεύουν τα μαζικά μέσα ενημέρωσης, πεθαίνει ο άνθρωπος του Γουτεμβέργιου και γεννιέται ένας άνθρωπος διαφορετικός, συνηθισμένος να «νιώθει» τον κόσμο με κάποιον άλλο τρόπο»⁸⁸.

3.7 Χειραγώγηση των ΜΜΕ

Οι σύγχρονες εξελίξεις στο παγκόσμιο στερέωμα και οι απορρέουσες επικίνδυνες συνέπειές τους εγείρουν εύλογες ανησυχίες ως προς τη διατήρηση ή όχι της ισορροπίας των δυνάμεων⁸⁹ του Διεθνούς Συστήματος και τις τυχόν

⁸⁴ Οι αχρείες συγκαλύψεις (ignoble cover-ups) λαμβάνουν χώρα όταν οι ηγέτες ψεύδονται για τις γκάφες τους ή τις αποτυχημένες πολιτικές τους για εγωιστικούς λόγους. Ο βασικός σκοπός τους είναι να προστατέψουν τον εαυτό τους ή τους φίλους τους από την δίκαιη τιμωρία. Τζον Μερσχάιμερ, ό.π., σ. 48.

⁸⁵ Αθανάσιος Σαμαράς, ό.π., σ.40.

⁸⁶ Ουμπέρτο Έκο, *Η σημειολογία στην καθημερινή ζωή*, σ. 37.

⁸⁷ Ντένις ΜακΚουέιλ και Σβεν Βιντάλ, ό.π., σ. 91.

⁸⁸ Ουμπέρτο Έκο, *Η σημειολογία στην καθημερινή ζωή*, σ. 25.

⁸⁹ Με τον όρο «Ισορροπία Δυνάμεων» εννοούμε το δόγμα και ένα τρόπο ρύθμισης του υφιστάμενου συσχετισμού δυνάμεων, όπου η ισχύς ενός κράτους (ή μίας ομάδας κρατών) εξισορροπείται από την ισχύ άλλων κρατών. Τζάκσον Ρόμπερτ και Σόρενσεν Τζορτζ, *Θεωρία και μεθοδολογία των διεθνών σχέσεων*, [μτφ Χαράλαμπος Κωνσταντινίδης], α' έκδοση (Αθήνα: Gutenberg, 2006), σ. 20.

αλλαγές των αλληλεπιδράσεων⁹⁰ των δρώντων που ενδέχεται να προκύψουν. Ένα σύστημα είναι μία αρένα αντιπαραθέσεων των κρατών⁹¹, με αντικειμενικό σκοπό την προώθηση και εκπλήρωση των εθνικών συμφερόντων τους.

Κατά τον Thomas Hobbes απαραίτητη προϋπόθεση του ανθρώπου για να ξεφύγει από την «φυσική κατάσταση»⁹² (state of nature) δεν είναι άλλη από το να δημιουργήσει και να διατηρήσει ένα κυρίαρχο κράτος, το οποίο θα του προσφέρει τα απαραίτητα και αναγκαία «φυσικά αγαθά»⁹³. Οι δρώντες/κράτη του διεθνούς συστήματος συμπεριφέρονται από μία σειρά υπολογισμών κόστους/οφέλους, όπου το σχετικό κόστος θα αποθαρρύνει ή όχι απόπειρες αλλαγής του διεθνούς status quo ή του status quo κατά περίπτωση. Η ανάγκη των κρατών για να εκπληρώσουν τους εθνικούς τους στόχους, μπορεί να τα οδηγήσει στη χρήση της χειρότερης μορφής βίας που μπορεί να ασκήσει ο άνθρωπος, τον πόλεμο.

Ο ανεξέλεγκτος τρόπος δράσης των ΜΜΕ, με κίνδυνο την αποσάθρωση του εσωτερικού μετώπου και τον τορπιλισμό της προσπάθειας ευόδωσης θεμάτων της εκάστοτε κυβέρνησης στην εξωτερική πολιτική, έχει ως αποτέλεσμα την χειραγωγή των ΜΜΕ. Οι παράγοντες⁹⁴ που επηρεάζουν τη σχέση ΜΜΕ και Εξωτερική Πολιτική είναι:

- Ο βαθμός αυτονομίας των ΜΜΕ.
- Το κυρίαρχο μοντέλο κατασκευής των ειδήσεων.
- Η τεχνολογική εξέλιξη των ΜΜΕ.
- Το μέγεθος του διακυβεύματος.
- Τα εν γένει χαρακτηριστικά της εκάστοτε κατάστασης.
- Οι στρατηγικές των δραστών.

Ο βαθμός αυτονομίας των ΜΜΕ έναντι της πολιτικό-οικονομικής εξουσίας είναι ο σπουδαιότερος παράγοντας για την αμερόληπτη ενημέρωση των πολιτών. Ως προς την πλευρά του διακυβεύματος μπορούν να αναφερθούν τα γεγονότα της έναρξης και το πέρας της συμπλοκής στη Σομαλία το 1992-93. Η εικόνα των εξαθλιωμένων Σομαλών οδήγησε στην

⁹⁰ Με τον όρο «αλλαγή αλληλεπιδράσεων» εννοούμε τροποποιήσεις στις πολιτικές, οικονομικές και άλλες αλληλεπιδράσεις ή διαδικασίες ανάμεσα στους δρώντες ενός διεθνούς συστήματος. Ρόμπερτ Γκίλπιν, Πόλεμος και αλλαγή στη διεθνή πολιτική, [μτφ Κωνσταντίνος Κολιόπουλος], (Αθήνα: Ποιότητα, 2004), σελ. 86.

⁹¹ Κράτος είναι «ένας οργανισμός που παρέχει προστασία και ευημερία[...]λαμβάνοντας προσόδους ως αντάλλαγμα». Ρόμπερτ Γκίλπιν, ό.π., σ. 42.

⁹² Ο καλύτερος τρόπος για να κατανοήσουμε τον τρόπο λειτουργίας της πολιτικής ζωής είναι να φανταστούμε, ότι οι άνθρωποι ζούνε σε ένα κόσμο όπου δεν υπάρχει ακόμα ο θεσμός του κυρίαρχου κράτους. Την προ-πολιτειακή αυτή φάση, ο Thomas Hobbes την ονόμασε φυσική κατάσταση. Τζάκσον Ρόμπερτ και Σόρενσεν Τζορτζ, ό.π., σ. 118.

⁹³ Τα «αμιγή» δημόσια αγαθά (pure public goods) έχουν δύο ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Πρώτον, το οριακό κόστος χρήσης ενός «αμιγούς» δημόσιου αγαθού είναι ίσο με το μηδέν. Η κατανάλωση ενός «αμιγούς» δημόσιου αγαθού από κάποιο άτομο δεν αυξάνει το συνολικό κόστος παραγωγής του και δεν περιορίζει την ποσότητα του «αμιγούς» δημόσιου αγαθού που είναι διαθέσιμη για τα υπόλοιπα άτομα της οικονομίας (τα «αμιγή» δημόσια αγαθά είναι «μη ανταγωνιστικά» - "nonrivalrous"). Δεύτερον, κανένα άτομο δεν είναι δυνατό ή εύκολο να αποκλεισθεί από την κατανάλωση ενός «αμιγούς» δημόσιου αγαθού (τα «αμιγή» δημόσια αγαθά είναι «μη εξαιρετέα από την κατανάλωση» - "nonexcludable"). Θεόδωρος Πελαγίδης, Αρχές της Μακροοικονομικής, Διάλεξη στη ΣΕΘΑ, 2015.

⁹⁴ Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης, Η Ελληνο-Τουρκική σύγκρουση από την Κύπρο έως τα Ίμια τους S300 και το Ελαίνκι 1955-2000/Η θεωρία της επίδρασης – νέες επιστημονικές προσεγγίσεις, (Αθήνα: Ι. Σιδέρης, 2001), σ. 452-459.

ανάπτυξη στρατευμάτων, ενώ η εικόνα διασυρμού των Αμερικάνων στρατιωτών είχε ως αποτέλεσμα την απόσυρση των δυνάμεων.

Ένα μεγάλο μέρος της κοινωνίας πιστεύει ότι τα ΜΜΕ κατευθύνονται και χρησιμοποιούνται από την εξουσία σε περιόδους κρίσεων, εντάσεων και συρράξεων. Χαρακτηριστική είναι η άποψη του Άγγλου δημοσιογράφου Max Hastings, την οποία διατύπωσε για τον πόλεμο των Φώκλαντ, ότι *κανένας Άγγλος ρεπόρτερ δεν μπορεί να παραμείνει ουδέτερος όταν η χώρα του βρίσκεται σε πόλεμο. Η αντικειμενικότητα είναι μία πολυτέλεια για περιόδους που η χώρα έχει ειρήνη. Σε περιόδους πολέμου οι δημοσιογράφοι μετατρέπονται σε προέκταση της πολεμικής προσπάθειας*⁹⁵.

Στο βιβλίο του «*Η Τυραννία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας*», ο Ιγνάσιο Ραμονέ, αναφέρει ότι στη νέα αντίληψη της δημοσιογραφίας, μια έννοια που γίνεται ολοένα και πιο σημαντική και ταυτόχρονα ολοένα και πιο διφορούμενη, είναι η έννοια της αλήθειας. *Σκεπτικισμός. Δυσπιστία. Επιφύλαξη. Αυτά είναι τα κυρίαρχα συναισθήματα των πολιτών για τα ΜΜΕ*⁹⁶.

Τα ΜΜΕ, το 1991, χρησιμοποιήθηκαν ευρέως από την κυβέρνηση των ΗΠΑ εις βάρος του ΙΡΑΚ, για πείσουν τον αμερικανικό λαό και την διεθνή κοινή γνώμη, ότι διαθέτει όπλα μαζικής καταστροφής. Η «νομιμοποίηση» της επέμβασης τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό επίπεδο ήταν απαραίτητη. Βασικά στελέχη της κυβέρνησης Μπους των Η.Π.Α., δήλωσαν ψέματα, σχετικά με το θέμα, σε αντίθεση με τα αναγραφόμενα αποτελέσματα της έκθεσης Ντούφλερ⁹⁷, με σκοπό και να κηρύξουν τον πόλεμο στον Σαντάμ⁹⁸ ή όπως αναγράφει ο Ιγνάσιο Ραμονέ στο βιβλίο του, *ιδιαίτερα από το 1991, όταν τα ψέματα και η φάρσα του πολέμου του Κόλπου προκάλεσαν βαθύτατο σοκ*⁹⁹.

Η παρεμβατική ικανότητα των ΜΜΕ, αυξάνεται στην προσπάθεια της πειθούς της κοινωνίας, με αποτέλεσμα οι πληροφορίες να φιλτράρονται από τον μηχανισμό κατασκευής της ειδησεογραφίας. Η μεγάλη ένταση και η σταθερότητα, ήταν δύο στοιχεία που επικράτησαν κατά τη διάρκεια του Ψυχρού πολέμου. Μετά το πέρας αυτού, πολλοί πίστεψαν ότι οι διεθνείς εντάσεις θα μειωθούν και ότι θα διατηρηθεί η σταθερότητα ίσως ακόμη και να επεκταθεί σε περιοχές που ήδη αντιμετώπιζαν προβλήματα. Ο πόλεμος στη Βοσνία - Ερζεγοβίνη είχε λάβει τη μεγαλύτερη προσοχή της Δύσης λόγω της έντονης κάλυψης που έλαβε από τα δυτικά μέσα ενημέρωσης, ενώ σε πολλά σημεία του πλανήτη μας εξελίσσονταν τρομακτικότερες συγκρούσεις χωρίς ιδιαίτερη δημοσιότητα, όπως στο Αφγανιστάν, στην Αγκόλα, στην Αρμενία, στο Αζερμπαϊτζάν, στη Βιρμανία, στη Γεωργία, στην Ινδία, στην Ινδονησία, στη Λιβερία, στη Σρι Λάνκα, στο Σουδάν και στο Τατζικιστάν¹⁰⁰.

⁹⁵ Αθανάσιος Σαμαράς, ό.π., σ. 1-2.

⁹⁶ Ιγνάσιο Ραμονέ, *Η τυραννία των ΜΜΕ*, [μτφ Φωτεινή Μουρκούση], β' έκδοση, (Αθήνα: Πόλις, 2000), σελ. 27.

⁹⁷ Το 2004 εκδόθηκε από την Ομάδα Έρευνας για το ΙΡΑΚ, η οποία είχε συσταθεί από τον ΟΗΕ, για να ερευνήσει εάν το ΙΡΑΚ κατέχει όπλα μαζικής καταστροφής, σύμφωνα με τους ισχυρισμούς της κυβέρνησης των Η.Π.Α. Η ομάδα αποτελούνταν από 1000 και παραπάνω μέλη με επικεφαλής τον πρώην επιθεωρητή του ΟΗΕ Τσαρλς Α. Ντούφλερ., Τζον Μερσχάιμερ, ό.π., σ. 18-19.

⁹⁸ Τζον Μερσχάιμερ, ό.π., σ. 48.

⁹⁹ Ιγνάσιο Ραμονέ, ό.π., σ. 27.

¹⁰⁰ Michael Brown, «Causes and Implications of Ethnic Conflict», *The Ethnicity Reader: Nationalism, Multiculturalism and Migration*, (ed. Polity Press, 2010), p. 92.

Η διεύρυνση και η παγκοσμιοποίηση της επικοινωνίας με τη συνδρομή της νέας τεχνολογίας, εξασφαλίζει σε μεγάλο βαθμό τη «Μαζικότητα» των μέσων ενημέρωσης. Διευκολύνει, από πλευράς χρόνου, τη μεταφορά της είδησης στο κοινό χωρίς να χάνεται πολύτιμος χρόνος, παρακάμπτοντας τη διαμεσολάβηση του «Μηχανισμού Κατασκευής της Ειδησεογραφίας» ή και των ίδιων των κυβερνήσεων. Ακολουθώντας τη λογική του διαδικτύου, οι πολίτες χρησιμοποιώντας τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter και YouTube), έχουν τη δυνατότητα της ελεύθερης φόρτωσης στιγμιότυπων, φωτογραφιών και γεγονότων που επηρεάζουν τη ζωή τους.

Η ερμηνεία μιας στρατιωτικής επιχείρησης από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας είναι εκ των πραγμάτων ασαφής και αμφιλεγόμενη, δεκτική πάντως παρεμβάσεων και παρερμηνειών. Ακόμα και σε κράτη με βαθιά δημοκρατική παράδοση και με θεσμοθετημένη την ελευθερία του τύπου και γενικά των ΜΜΕ, παραβιάζεται η ελευθεροστομία και η ελευθεροτυπία. Ο Julian Assange στο βιβλίο του *Cypherpunks: «Η ελευθερία και το μέλλον του διαδικτύου»* αναγράφει ότι *υπάρχει τώρα μία στρατιωτικοποίηση του κυβερνοχώρου με την έννοια της στρατιωτικής κατοχής[...] οι επικοινωνίες σου υποκλέπτονται από στρατιωτικούς οργανισμούς πληροφοριών*¹⁰¹.

Στον Ελλαδικό χώρο τα media και ιδιαίτερα η ραδιοτηλεόραση, φέρνει πιο έντονα τα σημάδια της εξάρτησης από το Κράτος. Σε αυτή την εξέλιξη συνετέλεσε αποφασιστικά το γεγονός ότι από τα πρώτα τους βήματα τόσο το Ραδιόφωνο, όσο και η Τηλεόραση πέρασαν κάτω από τον κρατικό έλεγχο, χωρίς ποτέ να μπορέσουν, όπως ο Τύπος να εξασφαλίσουν τη συνταγματική κατοχύρωση της ανεξαρτησίας τους (Αλιβιζάτος Ν. 1986)¹⁰².

Ο Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης αναφέρει στο βιβλίο του, «Η Ελληνοτουρκική σύγκρουση από την Κύπρο έως τα Ίμια 1995-1999» για τις Ελληνοτουρκικές σχέσεις ότι *οι ημερήσιες εφημερίδες και των δύο χωρών δεν αντιμετωπίζουν κριτικά τις επιλογές της εκάστοτε κυβερνητικής πολιτικής, αλλά συμβαδίζουν με τους εκάστοτε εθνικούς στόχους[...] τα έντυπα και των δύο χωρών με το να μην είναι σε θέση να ασκήσουν κριτική στις ίδιες θέσεις, παραδείγματος χάριν να παραδεχθούν το ενδεχόμενο, ότι τα επιχειρήματα της άλλης πλευράς μπορούν να συζητηθούν, περισσότερο ενισχύουν, παρά αποδυναμώνουν το συγκρουσιακό δυναμικό*¹⁰³.

¹⁰¹ Άσανζ Ζούλιαν, Τζέικομπ Απελμπάουμ, Μίλερ Μάγκουν Άντι και Τζέρεμι Ζίμερμαν, «Η στρατιωτικοποίηση του κυβερνοχώρου», *Cypherpunks: Η ελευθερία και το μέλλον του διαδικτύου*, [μτφ Κωνσταντίνος Κολιόπουλος], (Βάρη Αττικής: Ποιότητα, 2013), σ. 53.

¹⁰² Μαρία Κομνηνού, ό.π., σ. 363.

¹⁰³ Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης, *Η Ελληνοτουρκική σύγκρουση από την Κύπρο έως τα Ίμια 1995-1996. Η οπτική του τύπου*, (Αθήνα: Ι. Σιδέρη, 1997), σ. 270-271.

ΣΕΛΙΔΑ ΣΚΟΠΙΜΑ ΚΕΝΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

«ΜΜΕ – ΕΝΟΠΛΕΣ ΔΥΝΑΜΕΙΣ»

4.1 ΜΜΕ και Περιβάλλον σε Περιόδους Εκτάκτων Αναγκών - Κρίσεων - Πολέμου

Είναι γεγονός, ότι οι Ένοπλες Δυνάμεις (ΕΔ) αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της κοινωνίας. Επομένως, είναι αυτονόητο, η κοινωνία να ενδιαφέρεται και για τα δρώμενα στις Ένοπλες Δυνάμεις, κατά τις περιόδους κρίσεων, κλιμάκωσης, εχθροπραξιών και πολέμου. Τα ΜΜΕ και η στρατιωτική επιστήμη - τέχνη έχουν άμεση σχέση και αλληλοεπηρεάζονται εις το διηνεκές. Χαρακτηριστικά ο Thom Shanker, (ανταποκριτής του Πενταγώνου για το περιοδικό «The New York Times») διατυπώνει σε άρθρο του τη σχέση που συνδέει τις ΕΔ με τα ΜΜΕ ότι η σχέση μεταξύ στρατού και των μέσων μαζικής ενημέρωσης είναι σαν το γάμο, δηλαδή είναι ένας δυσλειτουργικός γάμος κατά καιρούς, αλλά μένουν μαζί για τα παιδιά¹⁰⁴.

Η σχέση μεταξύ των ΜΜΕ και των ΕΔ χαρακτηρίζεται από ένα βαθμό δυσκολίας, που περνά από διάφορες φάσεις και δεν έχει ποτέ την ίδια μορφή, καθώς στηρίζεται σε μία αντίφαση. Η αντίφαση αυτή βασίζεται στο γεγονός ότι βασικό χαρακτηριστικό της σωστής πολιτικής και των στρατιωτικών επιχειρήσεων είναι η μυστικότητα, ενώ βασικό χαρακτηριστικό της επιτυχημένης δημοσιογραφίας είναι η δημοσιότητα. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι ενδεχόμενη άρνηση στρατιωτικών πηγών να διαφωτίσουν κάποιους δημοσιογράφους για όποιο θέμα, δημιουργεί δυσaréσκεια, που εκφράζεται ανάλογα και έλλειψη εμπιστοσύνης μεταξύ των εμπλεκομένων. Χαρακτηριστικά στο άρθρο του ο Thom Shanker αποτυπώνει το γεγονός αυτό αναγράφοντας ότι «...Η αλήθεια είναι το πρώτο θύμα του πολέμου. Αλλά στην εποχή της πληροφορίας, το πρώτο θύμα του πολέμου είναι η εμπιστοσύνη...»¹⁰⁵.

Οι ΕΔ έχουν την υποχρέωση να επικοινωνούν με το κοινό και επιπλέον για το εθνικό συμφέρον, επιβάλλεται να επικοινωνούν με τη διεθνή κοινότητα. Η απελευθέρωση πληροφοριών, εικόνων τόσο στα εγχώρια, όσο και στα διεθνή ακροατήρια, διευκολύνει την ενημέρωση του κοινού στο πλαίσιο των Δημοσίων Σχέσεων και μας βοηθά να υπονομευθούν οι προσπάθειες της εκατέρωθεν προπαγάνδας και συμβάλει στην επίτευξη των εθνικών και επιχειρησιακών μας στόχων. Η ελευθερία του Τύπου πρέπει να σταθμίζεται με τις στρατιωτικές αποστολές, που απαιτούν Επιχειρησιακή Ασφάλεια-Operational Security (OPSEC) και πρέπει να εφαρμόζεται σε όλα τα επίπεδα της διοίκησης για την ασφάλεια του προσωπικού και των εν εξελίξει μελλοντικών επιχειρήσεων¹⁰⁶.

Ο βασικότερος τρόπος παρέμβασης των ΜΜΕ σε κάθε δραστηριότητα ή γεγονός και συνεπώς στη διαμόρφωση της εθνικής πολιτικής είναι ο επηρεασμός των συναισθημάτων και της ψυχοσύνθεσης του κοινού. Ο

¹⁰⁴ Tom Shanker, «The Military-Media Relationship. A Dysfunctional Marriage?» *Military review*, September-October 2009, p.2, http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/milreview/shanker_mil_media.pdf, τελευταία πρόσβαση 4 Μαί 2015.

¹⁰⁵ Στο ίδιο, σ. 3

¹⁰⁶ «Public Affairs», *Joint Publication 3-61*, NATO, 25 Aug 2010, p. I-1.

δεύτερος τρόπος συμμετοχής των ΜΜΕ, είναι η αποκάλυψη στοιχείων και πληροφοριών των διαφόρων δραστηριοτήτων του δημοσίου καθημερινού, αλλά και ιδιωτικού βίου, οι οποίες είναι δυνατόν να αφορούν πρόσωπα ή καταστάσεις και οι οποίες είναι άμεσα εκμεταλλεύσιμες, αλλά και συνάμα εμπορεύσιμες. Στα παραπάνω έρχεται πολλές φορές να προστεθεί και η σκόπιμη ή ακούσια παραποίηση ή παράλειψη στοιχείων από μέρους των ΜΜΕ, αλλά και ενδεχομένως από τα πρόσωπα εκείνα στα οποία αναφέρεται το συγκεκριμένο συμβάν ή γεγονός. Η διαμόρφωση των καταστάσεων και των εκάστοτε πολιτικών επιτυγχάνεται με τη συμμετοχή των ΜΜΕ, μέσω των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων σε βάρος του κοινού που απευθύνεται. Αυτό γίνεται έμμεσα με τη σκόπιμη διαρροή ή απόκρυψη συγκεκριμένων πληροφοριών προκειμένου να επηρεάσουν τον ψυχικό κόσμο του κοινού και να δημιουργήσουν μια εικόνα, η οποία ενδεχομένως να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα¹⁰⁷.

Ο πόλεμος της πληροφορίας καθιστά τα ΜΜΕ καθοριστικό ρυθμιστή των κρίσεων και των πολεμικών συγκρούσεων. Οποιαδήποτε ερμηνεία και εάν επιδώσουμε στην ενημέρωση, τα media επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τη ροή των γεγονότων και διαμορφώνουν την κοινή γνώμη (CNN effect).

Με τον όρο κρίση εννοούμε το λεπτό εκείνο σημείο κατά το οποίο ένα θέμα ή μία επείγουσα κατάσταση καθορίζει το σταθερό μέλλον ενός τομέα, ενός οργανισμού, κλάδου κ.τ.λ. Αποτελεί ένα αποφασιστικό σημείο το οποίο ενδεχομένως να αποτελέσει την απαρχή σημαντικών εξελίξεων. Είναι δυνατό το σημείο αυτό να μη μπορεί εύκολα να «αναγνωρισθεί», ενώ μπορεί να γίνει «κατανοητό» και «αντιληπτό» μετά το γεγονός, το οποίο ήδη θα έχει συντελεσθεί¹⁰⁸. Σύμφωνα με τον καθηγητή Διεθνών Σχέσεων Κουσκουβέλη Ηλία, κρίση είναι μία κατάσταση στην οποία παρατηρούνται γρήγορα εκτυλισσόμενα γεγονότα που ταυτόχρονα εμπεριέχουν και δημιουργούν το στοιχείο της έκπληξης. Μία κρίση στα πλαίσια των διεθνών σχέσεων δημιουργεί απειλές, σε θέματα υψίστης σημασίας ή προτεραιότητας, όπως τα λεγόμενα εθνικά θέματα¹⁰⁹.

Σε μια κατάσταση έκτακτης ανάγκης ή κρίσης προκαλείται αβεβαιότητα, ανησυχία, φόβος και κυριαρχεί η σύγχυση και το χάος. Επίσης, παρατηρείται ταχεία εναλλαγή καταστάσεων, διαμόρφωση έκτακτων συνθηκών, ανασφάλεια και πολλαπλές πιέσεις¹¹⁰.

Ο πόλεμος αποτελεί μία θεμελιώδη πραγματικότητα από τα πρώτα κιόλας στάδια του ανθρώπινου είδους, η πλέον ουσιαστική δραστηριότητα της πολιτικής ζωής και ταυτόχρονα η πλέον απεχθής πλευρά της πολιτικής¹¹¹. Γενικά είναι μία πολυσύνθετη έννοια και θα μπορούσαμε να ορίσουμε ως πόλεμο, την οργανωμένη βία που ασκείται μεταξύ πολιτικών μονάδων με σκοπό την επιβολή της θέλησής της νικήτριας (ή των νικητριών) επί της ηττημένης (ή των αντιπάλων)¹¹².

¹⁰⁷ Ιωάννης Παπαθεοδοσίου, Ανχής (ΔΒ), «Τα ΜΜΕ και η επίδραση στις ΕΔ σε περιόδους κρίσεως-συρράξεων», Στρατιωτική Επιθεώρηση, Νοε-Δεκ 2004, σ. 57-58.

¹⁰⁸ ΓΕΣ, ό.π., σ. 143.

¹⁰⁹ Ηλίας Κουσκουβέλης, Λήψη αποφάσεων-Κρίση-Διαπραγμάτευση, (Αθήνα: Παπαζήση, 1997), σ. 101.

¹¹⁰ Κωνσταντίνος Μπαλωμένος., «Περιβάλλον εκδήλωσης εκτάκτων αναγκών και καταστάσεων κρίσεων», Διάλεξη στη ΣΕΘΑ 2015.

¹¹¹ Παναγιώτης Μαυρόπουλος, Εισαγωγή στη θεωρία του πολέμου και της στρατηγικής, (Αθήνα: χ.ε., 2012), σ. 23.

¹¹² Κωνσταντίνος Κολιόπουλος, Η Στρατηγική Σκέψη από την Αρχαιότητα μέχρι σήμερα, β' έκδοση, (Βάρη Αττικής: Ποιότητα, 2008), σ. 37.

4.2 Διαχείριση Εσωτερικού Μετώπου – Εθνική Συναίνεση

Πέρα από την ασφάλεια της διεξαγωγής των επιχειρήσεων που επιζητούμε να έχουμε κατά τις περιόδους κρίσεων, εντάσεων και συρράξεων, σημαντικό είναι η κινητοποίηση και η δραστηριοποίηση του εσωτερικού μετώπου και η διατήρηση του ηθικού τόσο της κοινωνίας, όσο και του πληθυσμού. Βασική προϋπόθεση για την επίτευξη των στόχων που θέτει μία πολιτική ηγεσία είναι ότι *η κυβέρνηση θα πρέπει να είναι σε αρμονία με τον λαό. Όταν ο λαός πιστεύει ότι η πολιτική του ηγεσία είναι χρηστή, εξασφαλίζεται η κινητοποίησή του για την επίτευξη των στόχων της υψηλής στρατηγικής που έχει χαράξει η πολιτική ηγεσία*¹¹³. Η εσωτερική νομιμοποίηση για την αντιμετώπιση μίας κρίσεως, έντασης ή σύρραξης αφορά στη στόχευση της κοινωνικής συνειδήσης¹¹⁴ και στην αιτιολογική βάση των επιχειρήσεων που θα αναληφθούν, καθόσον σήμερα καμία κοινωνία δεν είναι διατεθειμένη να εμπλακεί σε πόλεμο εάν δεν πεισθεί για το δίκαιο του πολέμου¹¹⁵. Χαρακτηριστικό παράδειγμα υψηλής στρατηγικής που κατέρρευσε λόγω έλλειψης εσωτερικής νομιμοποίησης ήταν η υψηλή στρατηγική που ακολούθησε ο Μπενίτο Μουσολίνι κατά τον Β' ΠΠ. Το όραμα του Μουσολίνι, που ήταν η αναβίωση της ιταλικής κυριαρχίας στη Μεσόγειο, άφηνε αδιάφορο τον ιταλικό λαό, με αποτέλεσμα την κατάρρευση του μετώπου στον Ελληνο-Ιταλικό πόλεμο. Σε αντίθεση με το Α'ΠΠ όπου οι Ιταλοί πολέμησαν με αυταπάτη για μια υψηλή στρατηγική που θεωρούσαν θεμιτή, δηλαδή την απελευθέρωση αλύτρωτων ιταλικών εδαφών από την αυστριακή κυριαρχία¹¹⁶. Σε επιστημολογικό επίπεδο η εφαρμοσμένη επικοινωνιολογία συναντάται με το τρίγωνο του Κλαούζεβιτς «Κυβέρνηση – Στρατός – Λαός»¹¹⁷.

Η διακύβευση της σύγκρουσης αποτελεί τον κυριότερο παράγοντα για τη νομιμοποίηση κάθε προσπάθειας επικοινωνιακής χειραγώγησης. Οδηγούμαστε δηλαδή στο ερώτημα, «τι μπορεί να κερδηθεί ή τι μπορεί να χαθεί» με την έκβαση της σύγκρουσης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Σοβιετική εισβολή στην Φινλανδία 1944-45 όπου η κυβέρνηση της Φινλανδίας προειδοποίησε τους δημοσιογράφους, ότι λόγοι σύνεσης, απαιτούσαν η εικόνα της Σοβιετικής Ένωσης στα Φινλανδικά ΜΜΕ να είναι σύμφωνη με τις επιθυμίες της, δηλαδή απαίτησε τους δημοσιογράφους να κινηθούν στα επίπεδα της αυτολογοκρισίας και κατ' επέκταση στη χειραγώγηση του επικοινωνιακού συστήματος¹¹⁸.

4.3 Αλληλεπίδραση Επιχειρήσεων ΜΜΕ με Πληροφοριακές και Ψυχολογικές Επιχειρήσεις και Θεμάτων Ενημέρωσης Κοινού (Public Affairs)

Ο Κινέζος Sun Tsu (500 περίπου π.χ.) έγραψε μία περίφημη συνταγή: «Ύψιστη τέχνη πολέμου είναι να συντρίψεις τον αντίπαλο χωρίς αγώνα στο πεδίο της μάχης [...] Μόνον η έμμεση μέθοδος εδραιώνει τη νίκη[...]ότι καλό, κατάστρεψε το ή συκοφάντησέ το. Υπόσκαψε τη θέση όσων

¹¹³ Κωνσταντίνος Κολιόπουλος, ό.π., σ. 77.

¹¹⁴ Σπυρίδων Λίτσας, Πόλεμος και Ορθολογισμός Θεωρητικές Προεκτάσεις και Στρατηγικές Εφαρμογές, (Αθήνα: Ποιότητα, , 2010), σ. 116.

¹¹⁵ Στο ίδιο, σ. 117.

¹¹⁶ Κωνσταντίνος Κολιόπουλος, ό.π., σ. 78.

¹¹⁷ Αθανάσιος Σαμαράς, ό.π., σ. 15.

¹¹⁸ Αθανάσιος Σαμαράς, ό.π., σ. 17.

αξίζουν[...]Ξεσήκωσε τους νέους εναντίον των μεγαλύτερων. Να είσαι γενναιόδωρος σε προσφορές και δώρα[...]Μη κάνεις οικονομία σε υποσχέσεις»¹¹⁹.

Τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας έχουν την δυνατότητα της πρόσβασης σε όλες τις πολιτικό-στρατιωτικές επιχειρήσεις και της επιρροής της συμπεριφοράς και της αντίδρασης όχι μόνο των εμπλεκομένων, αλλά και της κοινής γνώμης. Η επιρροή της κοινής γνώμης είναι ιδιαίτερα κρίσιμη κατά τις περιόδους κρίσεων, εντάσεων και συρράξεων και η διαχείριση του πλήθους των πληροφοριών καθίσταται ιδιαίτερος κρίσιμη. Πέραν της επιρροής της κοινής γνώμης, το προσωπικό (πολιτικό-στρατιωτικό) που εμπλέκεται στη διαχείριση της κρίσεως και της λήψης απόφασης, ενδέχεται να επηρεαστεί είτε θετικά, είτε αρνητικά, με την ροή των πληροφοριών και με την ρευστότητα της τρεχούσης καταστάσεως. *Ο μοναδικός και πλέον κατάλληλος τρόπος αντιμετώπισης ή πρόληψης μιας κρίσης είναι η έγκαιρη, ακριβής, πλήρης και αποτελεσματική ενημέρωση¹²⁰.*

Η Πληροφοριακή Εκστρατεία, στη γενική της μορφή, είναι η ενσωματωμένη κυβερνητική δραστηριότητα που χρησιμοποιεί τα τρία «εργαλεία» της εθνικής ισχύος, διπλωματία, οικονομία, ένοπλες δυνάμεις και έχει σκοπό να επηρεάσει τις επιχειρήσεις του αντιπάλου, προσβάλλοντάς του το Σύστημα Διοικήσεως και Ελέγχου¹²¹. Οι ΕΔ υποστηρίζουν αυτή την εκστρατεία, μέσω των Πληροφοριακών Επιχειρήσεων (ΠΕ) που σχεδιάζουν και διεξάγουν. Οι ΠΕ είναι *συντονισμένες ενέργειες που αναλαμβάνονται σε περίοδο ειρήνης, κρίσης ή πολέμου, σε όλα τα επίπεδα (Στρατηγικό, Επιχειρησιακό, Τακτικό), προς υποστήριξη εθνικών, πολιτικών και στρατιωτικών Αντικειμενικών Σκοπών (ΑΝΣΚ), με τις οποίες υπονομεύονται η θέληση και συνοχή του αντιπάλου και επηρεάζεται η διαδικασία λήψης απόφασής του, με την προσβολή των πληροφοριών, των διαδικασιών παραγωγής του και των πληροφοριακών του συστημάτων, ενώ παράλληλα προστατεύονται τα αντίστοιχα φίλια¹²².*

Ως Επιχειρήσεις ΜΜΕ, ορίζονται *όλες οι δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με τη διαχείριση της διάδρασης των Ενόπλων Δυνάμεων με τα ΜΜΕ¹²³* και εμπλέκονται στο σχεδιασμό και στη διεξαγωγή των ΠΕ μέσω των ΨΕ ή συντονίζονται με τις ΠΕ μέσω των Θεμάτων Ενημέρωσης Κοινού (Public Affairs). Τα σύγχρονα ΜΜΕ, με τις απεριόριστες οπτικοακουστικές δυνατότητες που διαθέτουν, αποστέλλουν ταυτόχρονα σε διαφορετικές πληθυσμιακές ομάδες μηνύματα και πληροφορίες, προκειμένου να επιδράσουν στα συναισθήματα, στις προθέσεις και στη σκέψη τους. Αποτελούν τα πιο αποτελεσματικά μέσα διεξαγωγής των ΨΕ, τόσο σε στρατηγικό, όσο και σε επιχειρησιακό και σε τακτικό επίπεδο, καλύπτοντας τους όρους ακόμα και για τα πιο απαιτητικά και εξειδικευμένα ακροατήρια.

Ως ορισμός των Θεμάτων Ενημέρωσης του Κοινού, αναφέρεται *η λειτουργία που αποσκοπεί, στην επίτευξη των τεθέντων στόχων των Ενόπλων Δυνάμεων μέσω της ενίσχυσης της γνώσης και της κατανόησης του κοινού, αναφορικά με τις δραστηριότητές τους. Η λειτουργία αυτή περιλαμβάνει το*

¹¹⁹ Sun Zu, *Η Τέχνη του Πολέμου*, (Θεσσαλονίκη: Βάνιας, 1992), σ.133.

¹²⁰ ΓΕΣ, ό.π., σ. 144.

¹²¹ ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Πληροφοριακών Επιχειρήσεων*, ΔΕ 3.2, (σ. 1).

¹²² ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Πληροφοριακών Επιχειρήσεων*, σ. 9-2.

¹²³ ΓΕΕΘΑ/Τμήμα Ενημέρωσης Κοινού, *Στρατιωτική πολιτική διαχείρισης θεμάτων ενημέρωσης κοινού*, σ. 30.

σχεδιασμό και την ανάπτυξη των σχέσεων των ΕΔ με τα ΜΜΕ και την κοινωνία γενικότερα, καθώς επίσης και την ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού τρόπου εσωτερικής επικοινωνίας με το φίλιο στρατιωτικό προσωπικό¹²⁴.

Τα ΜΜΕ υποστηρίζουν τις ΠΕ, εξασφαλίζοντας μέσα στο πλαίσιο των κανόνων ασφαλείας, έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση για τους επιδιωκόμενους σκοπούς και την εξέλιξη των επιχειρήσεων. Επιπλέον αποτρέπουν την παραπληροφόρηση, την παραπλάνηση, την προπαγάνδα, τη διάδοση ψευδών ειδήσεων και τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης από τα ΜΜΕ του εχθρού, ανταγωνιζόμενα αυτά σε αξιοπιστία, ταχύτητα και πληρότητα ενημέρωσης. Ο σημαντικότερος παράγοντας επιτυχίας, των θεμάτων ενημέρωσης κοινού, είναι η διατήρηση της αντικειμενικότητας και της εγκυρότητάς τους, καθόσον με αυτόν τον τρόπο αποφεύγεται η δημιουργία της εντύπωσης στα ΜΜΕ ή στο κοινό ότι οι ενέργειες και οι δραστηριότητές τους καθοδηγούνται από τις ΨΕ.

4.4 Οι Δραστηριότητες των ΜΜΕ κατά τις Περιόδους Κρίσεων, Εντάσεων και Συρράξεων

4.4.1 Ενημέρωση κοινής γνώμης

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ορθή εξέλιξη των επιχειρήσεων και την επίτευξη του τελικού μας σκοπού είναι η ενημέρωση της κοινής γνώμης. Κρίνεται απαραίτητο πριν την έναρξη των επιχειρήσεων και κατά τη διάρκεια αυτών να ενημερώνεται το κοινό, αλλά και το στρατιωτικό προσωπικό για το σκοπό τους, τους στόχους και τις επιδιώξεις τους, στο βαθμό που τους επιτρέπουν η στρατιωτική ασφάλεια.

4.4.2 Προπαγάνδα

Οι Grunig και Hunt (1984) υποστήριξαν ότι η ιστορική εξέλιξη των στρατηγικών των δημοσίων σχέσεων περιγράφεται σε τέσσερα μοντέλα. Το πρώτο μοντέλο που εμφανίστηκε στις αμερικανικές δημόσιες σχέσεις, είναι το μοντέλο του Γραφείου Τύπου-Δημοσιότητας, στο οποίο ο κύριος στόχος της επικοινωνίας ήταν η προπαγάνδα. Στις αρχές του 20^{ου} αιώνα εμφανίστηκε το μοντέλο της ενημέρωσης του κοινού. Στόχοι του ήταν η διάδοση της πληροφορίας και η ενημέρωση των εργαζομένων. Στη δεκαετία του 1920 εμφανίζεται το ασύμμετρο μοντέλο της αμφίδρομης κατεύθυνσης, του οποίου στόχος του ήταν η πειθώ. Στις δεκαετίες 1960-70, αναπτύχθηκε το συμμετρικό μοντέλο της αμφίδρομης κατεύθυνσης, που δίνει έμφαση στην αμοιβαία κατανόηση και υποθέτει την ύπαρξη έξυπνων κινήσεων και κατάλληλων προσπαθειών για την ανταλλαγή απόψεων και πληροφοριών με το κοινό¹²⁵.

Η ανάγκη των κρατών για την επίτευξη των στόχων τους, μπορεί να τα οδηγήσει σε πράξεις που παρακάμπτουν κάθε διεθνή νομιμότητα, καταπατώντας τα ανθρώπινα δικαιώματα. Σε αυτή την περίπτωση για να νομιμοποιήσουν τις μεθόδους τους στη συνειδηση των λαών, πλαστογραφούν την ιστορία και διυλίζουν την πληροφορία από φίλτρα σκοπιμότητας. Η μονόπλευρη πληροφόρηση, το πνίξιμο της διαφορετικής φωνής, η απόκρυψη

¹²⁴ Στο ίδιο, σ. 7.

¹²⁵ Ντένις ΜακΚουέλ και Σβεν Βιντάλ, ό.π., σ. 147.

γεγονότων και η διοχέτευση ψευδών ειδήσεων είναι μερικά από τα στοιχεία της προσπάθειας συσκότισης της αλήθειας. Η διπλωματία και τα ΜΜΕ είναι δύο τρόποι που χρησιμοποιούνται από τους πολιτικούς για την μετάδοση της διεθνούς ψευδολογίας¹²⁶, που για αρκετούς ηγέτες και λαούς αποτελεί αναπόσπαστο μέρος των διεθνών σχέσεων.

Η προπαγάνδα είναι η τεχνική διεξαγωγής των ΨΕ και ορίζεται ως η *επιστημονική τεχνική της διάδοσης οποιασδήποτε πληροφορίας ή ιδέας οποιοδήποτε δόγματος ή ειδικής παρότρυνσης, που τίθεται εσκεμμένα, άμεσα ή έμμεσα σε κυκλοφορία για να επηρεάσει ευμενώς τη σκέψη, τα αισθήματα, τη στάση και τη συμπεριφορά, οποιουδήποτε συγκεκριμένου ακροατηρίου-στόχου, προς όφελος αυτού που τα θέτει σε κυκλοφορία*¹²⁷. Σύμφωνα με τον Ιγνάσιο Ραμονέ, προπαγάνδα ορίζεται ως η ομιλία που προσπαθεί, παράγοντας ή και αποκρύπτοντας γεγονότα, να κατασκευάσει ένα είδος πλαστής αλήθειας¹²⁸. Ο Αδόλφος Χίτλερ πίστευε ότι, η λειτουργία της προπαγάνδας δεν έγκειται στην επιστημονική εκπαίδευση του ατόμου, αλλά στην μετατόπιση της προσοχής της μάζας προς συγκεκριμένα γεγονότα, διαδικασίες, ανάγκες κλπ, των οποίων η σημασία με αυτόν τον τρόπο τοποθετείται για πρώτη φορά μέσα στο πεδίο της αντίληψης της¹²⁹.

Τα ΜΜΕ εξ αιτίας των δυνατοτήτων τους αναλαμβάνουν σε περιόδους ανταγωνισμών, αστάθειας, κρίσεων, εντάσεων και συρράξεων να διεξάγουν προπαγάνδα με σκοπό να πλήξουν τη θέληση, το ηθικό του αντιπάλου να απομονώσουν τον εχθρό από τη διεθνή κοινή γνώμη. Επιπλέον τα ΜΜΕ για να αντιμετωπίσουν την εχθρική προπαγάνδα, διεξάγουν αντιπροπαγάνδα. Ως αντιπροπαγάνδα ορίζεται η προπαγάνδα που κατευθύνεται προς τον αντίπαλο ή προς οποιαδήποτε συγκεκριμένη ομάδα και έχει σκοπό να αντιμετωπίσει, να αντικρούσει ή να ανατρέψει και να επικρατήσει της εχθρικής προπαγάνδας¹³⁰.

Η προπαγάνδα που αποβλέπει στο να επηρεάσει μία ξένη κυβέρνηση δεν είναι διπλωματία. Ως διπλωματία ορίζεται, *μία πολιτική δραστηριότητα και με τον υψηλό βαθμό επινοητικότητας και δεξιοτήτων της, αποτελεί ένα κύριο συστατικό ισχύος. Βασική επιδίωξη είναι να παρέχει στα κράτη τη δυνατότητα να επιτύχουν τους στόχους της εξωτερικής πολιτικής χωρίς να προσφύγουν στη βία, την προπαγάνδα ή το νόμο*¹³¹[...] η προπαγάνδα που έχει ως άμεσο στόχο την εξωτερική πολιτική ενός ξένου κράτους θεωρείται σε γενικές γραμμές αποδεκτή, που είναι γνωστό ως δημόσια διπλωματία¹³². Θεωρείται ότι υπάρχει ουσιαστική ποιοτική διαφορά ανάμεσα στη λογοκρισία[...]και στην προπαγάνδα¹³³.

Η μη έγκαιρη ενημέρωση της διεθνούς κοινής γνώμης της γενοκτονίας της Ρουάντα το 1994, αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα αποσιώπησης, απόκρυψης της αλήθειας. Η χείριστη πλευρά της προπαγάνδας, είναι η λογοκρισία, όμως δεν είναι απαραίτητο η λογοκρισία να είναι προπαγάνδα. Η

¹²⁶ Η διεθνής ψευδολογία έχει διάφορες μορφές, αλλά η σημαντικότερη διάκριση είναι αυτή μεταξύ των ψευδών που λένε τα κράτη μεταξύ τους και των ψευδών που λένε οι ηγέτες στους λαούς τους. Τζον Μερσχαίμερ, ό.π., σ 31.

¹²⁷ ΓΕΕΘΑ, Διακλαδικό Δόγμα Πληροφοριακών Επιχειρήσεων, σ. 1-3.

¹²⁸ Ιγνάσιο Ραμονέ, ό.π., σελ.54-55.

¹²⁹ Αδόλφος Χίτλερ, Ο αγών μου, (Αθήνα: Κάκτος, 2006), σ. 270.

¹³⁰ ΓΕΕΘΑ, Διακλαδικό Δόγμα Πληροφοριακών Επιχειρήσεων, σ. 1-3.

¹³¹ Berridge G.R, Διπλωματία. Θεωρία και πολιτική, [μτφ Άγγελος Μορφόπουλος],(Αθήνα:Κωνσταντίνου Τουρίκη, 2007),σ. 21.

¹³² Στο ίδιο, σ. 195-196.

¹³³ Αθανάσιος Σαμαράς, ό.π., σ. 7.

λογοκρισία έγκειται στην κατάργηση, στην περικοπή, στην απαγόρευση ορισμένων πλευρών των γεγονότων ή ακόμα και ολόκληρων των γεγονότων, στην συγκάλυψη και την απόκρυψη τους¹³⁴. Μία άλλη εκδοχή σύμφωνα με την οποία, λογοκρισία είναι ενέργειες που προβαίνει το κράτος προκειμένου να αυτοπροστατεύεται από τις αλήθειες των ΜΜΕ¹³⁵.

Το φαινόμενο της λογοκρισίας δεν το συναντάμε μόνο σε καθαρά αυταρχικά και απολυταρχικά καθεστώτα. Με διαφορετικό τρόπο, από αυτόν που αναφέρθηκε προηγουμένως, η λογοκρισία υπάρχει ακόμα και σε δημοκρατικές χώρες, όπου δεν απαγορεύεται στους δημοσιογράφους, ούτε και στον τύπο να διατυπώσουν τις απόψεις τους. Η λογοκρισία δεν λειτουργεί με τον τρόπο της απαγόρευσης, της φίμωσης, αλλά στηρίζεται σε άλλους παράγοντες, πιο σύνθετους, οικονομικούς, εμπορικούς ή και εντελώς αντίθετους με αυτούς της αυταρχικής λογοκρισίας, που συναντάτε στα απολυταρχικά καθεστώτα. Ο τρόπος συγκάλυψης, περικοπής, απόκρυψης του συμβάντος ή μίας πληροφορίας, διεξάγεται με τον συνεχή βομβαρδισμό της πληροφορίας που επιθυμούμε να συγκαλύψουμε με άλλες πληροφορίες προς κατανάλωση. Με αυτόν τον τρόπο δεν μπορούμε να δούμε ποια πληροφορία λείπει¹³⁶. Η «αφθονία της πληροφορίας» είναι απόρροια της επικοινωνιακής επανάστασης. Η υπερπληροφόρηση δημιουργεί στον δέκτη μια δυσκολία εύρεσης της χρήσιμης ή κατάλληλης πληροφορίας για αυτόν, ανάμεσα στον όγκο πληροφοριών, που μπορεί να είναι αντιφατικές και ανακόλουθες. Επιπλέον αυτή η υπερτροφοδότηση του ατόμου με πληροφορίες, του δημιουργεί πρόβλημα ως προς τη διαχείριση, την επεξεργασία και την αποθήκευση αυτών¹³⁷. Αποτέλεσμα της «αφθονίας» των πληροφοριών, είναι να αποκρύπτουμε έμμεσα την πληροφορία που θέλουμε από το κοινό.

4.4.3 Παραπλάνηση

Ο John Mearsheimer καθορίζει ότι το ψέμα είναι ένα είδος παραπλάνησης, χωρίς όμως η κάθε μορφή παραπλάνησης να είναι ψέμα. Τα δύο άλλα είδη παραπλάνησης είναι η αποσιώπηση και διαστρέβλωση. Ο σκοπός της παραπλάνησης είναι να μην δοθεί μία ειλικρινής και πλήρης περιγραφή των γεγονότων. Η αποσιώπηση και η διαστρέβλωση θεωρούνται γενικά θεμιτό είδος συμπεριφοράς τόσο στην εγχώρια, όσο και στη διεθνή πολιτική¹³⁸.

Στο πεδίο της εξωτερικής πολιτικής, οι ηγέτες μπορεί να πουν εφτά διαφορετικά είδη ψευδών¹³⁹.

- Διακρατικά Ψεύδη

Απευθύνονται σε άλλα κράτη με σκοπό είτε να κερδηθεί στρατηγικό πλεονέκτημα έναντι αυτών, είτε να εμποδίστούν να πάρουν εκείνες το στρατηγικό πλεονέκτημα εις βάρος μας. Σε αυτή την περίπτωση μπορεί να εξαπατηθούν και οι πολίτες του ηγέτη που λέει το ψέμα, όμως δεν είναι αυτοί το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα.

¹³⁴ Ιγνάσιο Ραμονέτ, ό.π., σ. 55.

¹³⁵ Αθανάσιος Σαμαράς, ό.π., σ. 7.

¹³⁶ Ιγνάσιο Ραμονέτ, ό.π., σ.55.

¹³⁷ Ντένις ΜακΚουέιλ και Σβεν Βιντάλ, ό.π., σ. 159.

¹³⁸ Τζον Μερσχάιμερ, ό.π., σ. 26-27-36.

¹³⁹ Στο ίδιο, σ. 45-49.

- Κινδυνολογία

Απευθύνονται στους πολίτες της χώρας του ηγέτη που λέει το ψέμα για μία εξωτερική απειλή, ο οποίος πιστεύει ότι δεν την κατανοούν ή δεν την αντιλαμβάνονται. Ο στόχος είναι να ευαισθητοποιηθεί το σύνολο και να λάβει σοβαρά υπόψη την απειλή, ώστε να κάνει τις αναγκαίες θυσίες για να την αντιμετωπίσει. Σε αυτή την περίπτωση ο ηγέτης πιστεύει ότι εξυπηρετεί το εθνικό συμφέρον και δεν κινδυνολογεί για να εξυπηρετήσει τα εγωιστικά τους συμφέροντα.

- Στρατηγικές Συγκαλύψεις

Είναι ψέματα που επιδιώκουν να κρύψουν είτε αποτυχημένες είτε αμφιλεγόμενες πολιτικές από τον λαό και ορισμένες φορές, από άλλα κράτη. Στόχος είναι να προστατευτεί η χώρα από κάποια απειλή. Σε καιρό πολέμου είναι σημαντικό να κρυφτεί από τον λαό με ψέματα η ανικανότητα του στρατού, ώστε να διατηρηθεί η ενότητα στο εσωτερικό, πράγμα που ίσως καθορίσει την ήττα ή τη νίκη.

- Παραγωγή Εθνικιστικών Μύθων

Η ηγέτες λένε ψέματα κυρίως στο λαό τους, για το παρελθόν της χώρας. Ουσιαστικά, διηγούνται μία ιστορία στην οποία εμείς έχουμε πάντα δίκιο και εκείνοι πάντα άδικο. Σκοπός είναι να δημιουργηθεί μία ισχυρή αίσθηση συλλογικής ταυτότητας στον ευρύτερο πληθυσμό για την οικοδόμηση και τη διατήρηση ενός βιώσιμου έθνους-κράτους και αφετέρου για την παρακίνηση του λαού να πολεμήσει σε μάχες υπέρ της πατρίδας του. Αυτοί οι μύθοι βοηθούν τα κράτη να αποκτήσουν νομιμότητα στα μάτια άλλων κρατών.

- Φιλελεύθερα Ψεύδη

Αποσκοπούν στην συγκαλύψη της συμπεριφοράς των κρατών όταν αυτή έρχεται σε αντίθεση με το σαφώς προσδιορισμένο πλαίσιο φιλελευθέρων κανόνων, που είναι ευρέως αποδεκτοί παγκοσμίως και κωδικοποιούνται στο διεθνές δίκαιο. Σε αυτή την περίπτωση οι ηγέτες ενός κράτους επινοούν μία ιστορία για τον λαό τους ή για την παγκόσμια κοινότητα που επιχειρεί να συγκαλύψει τις ανελεύθερες πρακτικές τους πίσω από μία ιδεαλιστική ρητορική.

- Κοινωνικός Ιμπεριαλισμός

Ασκείται όταν οι ηγέτες λένε ψέματα για ένα άλλο κράτος με σκοπό να προωθήσουν είτε τα δικά τους οικονομικά ή πολιτικά συμφέροντα μιας συγκεκριμένης κοινωνικής τάξης ή ομάδας συμφερόντων. Ο στόχος είναι να αποσπαστεί η προσοχή των πολιτών από τα προβλήματα ή τις έριδες στο εσωτερικό κατά τρόπο που να ωφελείται η μικρή μερίδα της κοινωνίας και όχι το κοινωνικό σύνολο.

- Αχρείες Συγκαλύψεις

Χρησιμοποιούνται όταν οι ηγέτες ψεύδονται για τις γκάφες τους ή τις αποτυχημένες πολιτικές τους για εγωιστικούς λόγους. Βασικός σκοπός τους είναι να προστατέψουν τον εαυτό τους ή τους φίλους τους από την δίκαιη τιμωρία. Αυτό το είδος του ψεύδους δεν αποσκοπεί να ωφελήσει το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, όπως η στρατηγική συγκαλύψη.

Τα επτά αυτά είδη ψεύδους συνιστούν κατά κύριο λόγο το σύμπαν της διεθνούς ψευδολογίας. Ανάλογα με το εάν εξυπηρετούν ή όχι το εθνικό συμφέρον, μπορούν να διαχωριστούν στα «στρατηγικά ψεύδη», αυτά δηλαδή που εξυπηρετούν το συμφέρον της χώρας και στα «εγωιστικά ψεύδη» που ωφελούν ένα άτομο ή μία συγκεκριμένη ομάδα ατόμων.

Πιο ειδικά μπορούμε να ορίσουμε ως παραπλάνηση μία σημαντική στρατιωτική επιχείρηση «Military Deception», η οποία στοχεύει στην απόκρυψη και στην άρνηση προβολής της πραγματικότητας και παράλληλα στην παρουσίαση γεγονότων που έχουν σκοπό να εξαπατήσουν τον αντίπαλο σχετικά με τις δυνατότητες και τις προθέσεις των φίλιων δυνάμεων, να διαμορφώσουν σε αυτόν μια ανακριβή εικόνα για την περιοχή των επιχειρήσεων, να τον οδηγήσουν σε λανθασμένες εκτιμήσεις και να επηρεάσουν το μηχανισμό και τη διαδικασία λήψης της απόφασής του. Η συμμετοχή και η συνδρομή των ΜΜΕ στην παραπλάνηση είναι καθοριστική, καθώς έχουν τη δυνατότητα να προβάλλουν πληροφορίες με σκοπό την εξαπάτηση του αντιπάλου¹⁴⁰. Η παραπλάνηση στοχεύει παράλληλα και στην ασφάλεια μέσα από την απόκρυψη ουσιωδών πληροφοριών για τις φίλιες δυνάμεις που ενδιαφέρουν τον εχθρό. Η παρουσίαση των γεγονότων και των ειδήσεων από τα ΜΜΕ όταν συντονίζεται με τις επιχειρησιακές απαιτήσεις και σχεδιάζεται από κοινού με το εξειδικευμένο στρατιωτικό προσωπικό, προστατεύει τα φίλια τμήματα, καθώςον απαγορεύει στον εχθρό να αποσπάσει χρήσιμες για αυτόν πληροφορίες.

4.4.4 Συλλογή Πληροφοριών

Στο σύγχρονο επιχειρησιακό περιβάλλον η διαδικασία της συλλογής πληροφοριών αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την προετοιμασία, τη σχεδίαση, τη διεξαγωγή και την ασφάλεια των επιχειρήσεων¹⁴¹, σε όλα τα επίπεδα διοίκησης. Τα ΜΜΕ αποτελούν σημαντικές πηγές κάθε είδους πληροφοριών και παρέχουν τη δυνατότητα στις ΕΔ αρχικά να συλλέξουν και στη συνέχεια να επεξεργαστούν και να εκμεταλλευτούν πληροφορίες που δημοσιοποιούνται κυρίως από ουδέτερους ή εχθρικούς φορείς ενημέρωσης. Η συλλογή πληροφοριών είναι το πρώτο βήμα για την παραγωγή «πακέτων» προς αποδέσμευση, σε εσωτερικά και εξωτερικά ακροατήρια. Οι πηγές της ενημέρωσης πρέπει να είναι αξιόπιστες και ποικίλες, προκειμένου παρέχουν μια ευρεία οπτική. Το προσωπικό της ενημέρωσης πρέπει να εξασφαλίσει ότι η πηγή δεν κάνει εικασίες, ούτε μιλάει για θέματα που εκτείνονται πέραν του πεδίου της¹⁴².

¹⁴⁰ Major Johnson Mark and Major Jessica Meyeraan, «Military Deception: Hiding the real-Showing the fake», <http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/ndu/deception.pdf>, p. 3-5, τελευταία πρόσβαση 17 21:43 Μαΐ 2015.

¹⁴¹ Major Raymond R. «The future military-media relationship: the media as an actor in war execution», AU/ACSC/0307/97-03, (1997), <http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/acsc/97-0307.pdf>, τελευταία πρόσβαση 17 21:54 Μαΐ 2015.

¹⁴² ΓΕΣ, ό.π., σ. 99.

4.5 Ενημέρωση Κοινού - Τύπου και Στάδια Πολέμου¹⁴³

4.5.1 Η Ενημέρωση σε Στρατηγικό Επίπεδο

Σε στρατηγικό επίπεδο η ενημέρωση κοινού και τύπου βοηθάει στην εγκαθίδρυση των θεμελίων και του πλαισίου για τη διεξαγωγή στρατιωτικών επιχειρήσεων, με στόχο την υποστήριξη της εθνικής ασφάλειας. Οι στρατηγικές επιχειρήσεις ενημέρωσης πληροφορούν το κοινό εντός και εκτός των συνόρων για την οργάνωση, την εκπαίδευση και τις δυνατότητες του στρατεύματος. Οι αποτελεσματικές επιχειρήσεις δημιουργούν αυτοπεποίθηση στο στράτευμα, προωθούν την αξιοπιστία για την επιχείρηση και βελτιώνουν τη δυνατότητα του Στρατού να επιτύχει μια αποφασιστική νίκη.

4.5.2 Η Ενημέρωση σε Επιχειρησιακό Επίπεδο

Σε επιχειρησιακό επίπεδο, οι επιχειρήσεις ενημέρωσης εξηγούν το δόγμα του Στρατού για τη διατήρηση δυνάμεων και τη χρήση των διαφόρων μέσων για την εκτέλεση της αποστολής. Επίσης ξεκαθαρίζουν τη σχέση μεταξύ στρατηγικών και επιχειρησιακών αντικειμενικών στόχων. Το επιχειρησιακό τμήμα - γραφείο ενημέρωσης υποστηρίζει το Διοικητή, παρέχοντας μία εκτίμηση πληροφοριών του περιβάλλοντος, στο οποίο οι δυνάμεις του θα διεξάγουν επιχειρήσεις. Επίσης προσδιορίζει θέματα ενημέρωσης τύπου, τα οποία πρέπει να λάβει υπόψη του ο Διοικητής. Παρέχει βοήθεια στη σχεδίαση και αξιολόγηση αποτελεσμάτων τρεχουσών και μελλοντικών επιχειρήσεων και εξασφαλίζει την ύπαρξη κατευθύνσεων επί θεμάτων ενημέρωσης στη διαδικασία σχεδίασης των επιχειρήσεων. Στο καθαρά επιχειρησιακό επίπεδο, οι επιχειρήσεις ενημέρωσης υποστηρίζουν τις απαιτήσεις του Διοικητή στο να αντιμετωπίσει τις ανάγκες και τις προσδοκίες εσωτερικής πληροφόρησης του Στρατεύματος και επίσης παίζει κριτικό ρόλο στη διευκόλυνση των προσπαθειών των ΜΜΕ να καλύψουν την επιχείρηση.

4.5.3 Η Ενημέρωση σε Τακτικό Επίπεδο

Οι επιχειρήσεις ενημέρωσης σε τακτικό επίπεδο εκτελούνται με τέτοιο τρόπο ώστε να επιτύχουν μία ισορροπημένη ροή ακριβών και έγκαιρων πληροφοριών, οι οποίες αντικατοπτρίζουν την εικόνα του Στρατού, χωρίς όμως να παραβιάζουν την επιχειρησιακή ασφάλεια. Υποστηρίζουν επίσης αποστολές στο πεδίο της μάχης. Βοηθούν τους Διοικητές στο να εγκαθιδρύσουν ένα πρόγραμμα που θα ικανοποιεί τις εσωτερικές ανάγκες και προσδοκίες πληροφόρησης του Στρατεύματος. Η «διασύνδεση» μεταξύ του στρατιωτικού προσωπικού και ΜΜΕ, σε ένα θέατρο επιχειρήσεων, είναι επίσης ζωτικής σημασίας.

4.6 Η Στάση των ΜΜΕ κατά τις Περιόδους Πολέμου και Συγκρούσεων

Τρεις είναι οι βασικές στάσεις των ΜΜΕ κατά τη διάρκεια των στρατιωτικών επιχειρήσεων. Του «κριτικού παρατηρητή», του «φορέα

¹⁴³ Στο ίδιο, σ. 175-177.

δημοσίων σχέσεων» και του «πεδίου βολής»¹⁴⁴ ή αλλιώς του «ενσωματωμένου δημοσιογράφου» (Embedded Journalist).

Ο όρος του «ενσωματωμένου δημοσιογράφου» (Embedded Journalist) για πρώτη φορά χρησιμοποιήθηκε στην κάλυψη της εισβολής στο ΙΡΑΚ το 2003. Δημοσιογράφοι εντάχθηκαν σε μονάδες, καθ' όλη τη διάρκεια των επιχειρήσεων, προκειμένου να καλύψουν τον πόλεμο άμεσα, σε μία προσπάθεια του Αμερικάνικου Πενταγώνου, να αποφύγει τις μομφές απουσίας ενημέρωσης που διατυπώθηκαν στο παρελθόν. Έτσι κρίθηκε ότι η «ελεγχόμενη» ενημέρωση είναι καλύτερη από την οργιάζουσα φαντασία του κοινού, αποβλέποντας στη «χειραγώγηση» των ΜΜΕ. Ο ενσωματωμένος δημοσιογράφος είναι ενταγμένος σε μία μονάδα, υποστηρίζεται από αυτή και έχει ελεύθερη πρόσβαση στα τμήματά της. Γράφει από την έδρα των μονάδων και τηρεί όλους τους κανόνες ασφαλείας, δηλαδή τι μπορεί και τι δεν μπορεί να μεταδώσει και πότε¹⁴⁵.

4.7 Η Στρατηγική της Αποτροπής μέσω των ΜΜΕ

Η στρατηγική της αποτροπής συνίσταται στη χρήση της απειλής για να αποτρέψει τον αντίπαλο από το να επιχειρήσει να επιτύχει τους στόχους του¹⁴⁶. Μια αποτρεπτική στρατιωτική στρατηγική έχει ως σκοπό τη διατήρηση του status quo με την απειλή χρήσης βίας¹⁴⁷. Ένα εκ των αποτελεσμάτων χρήσης των πληροφοριών ως συντελεστή ισχύος είναι, *η μεταφορά του σχετικού μηνύματος της αποτροπής, πρωτίστως στην πολιτική και στρατιωτική ηγεσία του ενδεχομένου αντιπάλου, αλλά και προς τις ηγεσίες άλλων πολιτικών οντοτήτων που μπορούν να επηρεάσουν την απόφασή του*¹⁴⁸.

Για τη μεταφορά ενός ή και περισσότερων μηνυμάτων σε ένα επιλεγμένο ακροατήριο υπάρχουν διάφοροι τρόποι, όπως *η δημόσια διπλωματία, οι δημόσιες σχέσεις και οι εκπομπές των ΜΜΕ, τα προγράμματα ανταλλαγών και η προβολή της εικόνας μιας χώρας (nation branding)*¹⁴⁹. Τα ΜΜΕ αποτελούν το τρίτο εργαλείο χρήσης των πληροφοριών και έχουν ως στόχο τον πληθυσμό της χώρας-στόχου. Ως παράδειγμα μπορεί να αναφερθεί ο ραδιοφωνικός σταθμός «Φωνή της Αμερικής» του οποίου το ακροατήριο-στόχος ήταν οι λαοί των χωρών της πρώην Σοβιετικής Ένωσης.

Σήμερα τα εργαλεία αυτά έχουν αντικατασταθεί από κινηματογραφικές ταινίες τηλεοπτικές σειρές παγκόσμιας εμβέλειας και τηλεοπτικά δίκτυα (CNN, TV5, BBC, Al-Jazeera, κλπ), για χώρες που διαθέτουν ανάλογες δυνατότητες και ενδιαφέροντα και τα οποία διευκολύνονται από τη γλώσσα της εκπομπής και τη μετάδοση μέσω δορυφόρων. Η εξέλιξη της τεχνολογίας μας προσέφερε επιπλέον εργαλεία όπως είναι το διαδίκτυο και οι αναρίθμητες τοποθεσίες του ιστού πληροφοριακού ενδιαφέροντος¹⁵⁰.

¹⁴⁴ Ιωάννης Παπαθεοδοσίου, «Τα ΜΜΕ και η επίδραση στις ΕΔ σε περιόδους κρίσεως-συρράξεων», σ.59.

¹⁴⁵ Στο ίδιο, σ. 101.

¹⁴⁶ Athanasios Platias and Constantinos Coliopoulos, «Thucydides on strategy: Athenian and Spartan strategies in the Peloponnesian war and their relevance today», (Athens: ed. Eurasia, 2006), p. 29.

¹⁴⁷ Κωνσταντίνος Κολιόπουλος, ό.π., σ. 21.

¹⁴⁸ Παναγιώτης Μαυρόπουλος, ό.π., σ. 188.

¹⁴⁹ Παναγιώτης Μαυρόπουλος, ό.π., σ. 170.

¹⁵⁰ Στο ίδιο, σ. 171.

4.8 Φαινόμενο CNN

Το φαινόμενο του CNN εντοπίζεται την δεκαετία του 1990 και στην καινοτομία - επανάσταση των ζωντανών καλύψεων από τον πόλεμο στο Ιράκ το 1991. Η θεωρία που αναπτύχθηκε γύρω από το φαινόμενο του CNN αναφέρεται, στην βαρύτατη επίδραση των ΜΜΕ στις πολιτικές αποφάσεις και στις επιδράσεις τους στο διεθνές περιβάλλον ασφάλειας. Πολλοί συγγραφείς έχουν καταναλώσει αρκετό μελάνι γράφοντας βιβλία, μελετώντας τις επιδράσεις αυτές και υποστηρίζουν ότι τα ΜΜΕ έχουν κερδίσει καθοριστικό ρόλο στην διαμόρφωση της πολιτικής που εφαρμόζουν οι κυβερνήσεις¹⁵¹.

Οι διαστάσεις ¹⁵², του παραπάνω φαινομένου, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση εξωτερικής πολιτικής και είναι:

- *Ο επιταχυντής των εξελίξεων.* Η επίδραση του φαινομένου είναι μεγάλη και οδηγεί στην μείωση του χρόνου αντίδρασης και απόφασης στην πολιτική και στρατιωτική ηγεσία.

- *Η ανάσχεση προαποφασισμένων δραστηριοτήτων.* Η διευρυμένη δυνατότητα για την τηλεοπτική κάλυψη των εξελισσόμενων γεγονότων και επιχειρήσεων μπορεί να οδηγήσει στην ματαίωση των σχεδίων για δράση των Ενόπλων Δυνάμεων, λόγω της αποκάλυψής τους στην κοινή γνώμη, άρα και στον αντίπαλο.

- *Ο καθορισμός της θεματολογίας.* Δίνοντας προσοχή σε συγκεκριμένα ζητήματα και αγνοώντας άλλα, τα οποία μπορεί να είναι σημαντικότερα. Σε αυτή την περίπτωση η πολιτική ηγεσία αναγκάζεται να προσανατολιστεί σε διαφορετικά ζητήματα ήσσονος σημασίας, μόνο και μόνο επειδή το ζητά η κοινή γνώμη.

Η θεωρία ενισχύεται περαιτέρω, μέσω της χρήσης μίας φράσης του πρώην Γενικού Γραμματέα του ΟΗΕ, Boutros Boutros Ghali, οποίος υποστήριξε πως μετά το CNN, το Συμβούλιο Ασφαλείας του ΟΗΕ απέκτησε και ένα 16ο μέλος, το ίδιο το CNN¹⁵³. Ο Γενικός Γραμματέας του ΟΗΕ αναφέρθηκε με έμμεσο τρόπο, στην συνέπεια της προβολής των εικόνων θανάτου από τις εμπόλεμες ζώνες, πάνω στην κοινή γνώμη και τη διαμόρφωση, με αυτόν τον τρόπο, της κοινής αντίληψης. Η αντίληψη αυτή με την σειρά της, θα αποτυπωθεί στις πιέσεις που θα ασκηθούν στα όργανα λήψης αποφάσεων για την εξωτερική πολιτική, τα οποία θα δράσουν υπό την πίεση των φορτισμένων συναισθημάτων της κοινής γνώμης και όχι υπό το πρίσμα του ορθολογισμού.

Το CNN άλλα και τα υπόλοιπα ειδησεογραφικά πρακτορεία υποκαθιστούν τον ρόλο των επισήμων υπηρεσιών του κράτους, οι οποίες είναι επιφορτισμένες με την ενημέρωση του κοινού και φυσικά την διπλωματία και συχνά ξεπερνά τα όρια των πληροφοριών που πρέπει να διοχετευτούν στο ευρύ κοινό. Σε δεύτερο επίπεδο η θεωρία του φαινομένου CNN υποστηρίζει

¹⁵¹ Robinson P., «The CNN effect The myth of news, foreign policy and intervention», Routledge, London and New York, 2002, σ. 7.

¹⁵² Αθανάσιος Σαμαράς, ό.π., σ. 69-70.

¹⁵³ Χρήστος Φραγκονικολόπουλος, «Η επίδραση των παγκόσμιων δικτύων ενημέρωσης στην εξωτερική πολιτική & τις διεθνείς σχέσεις», Κέντρο Διεθνούς Πολιτικής Θεσσαλονίκης, σελ.3, <http://files.mgkworld.net/cipt/docs/CIPTFragonikolopoulosMediaFP.pdf>, τελευταία πρόσβαση 15 19:00 Μαΐ 2015.

πως οι πολιτικές ηγεσίες υπό την πίεση της κοινής γνώμης λαμβάνουν λανθασμένες αποφάσεις. Σε κάθε περίπτωση, το φαινόμενο αναφέρεται στην δύναμη επιρροής των ΜΜΕ, μέσω της κοινής γνώμης και τον περιορισμό των επιλογών των πολιτικών ελίτ, εξαιτίας του φόβου για την αντίδραση της κοινής γνώμης.

Η υπερβολή του φαινομένου του CNN εντοπίζεται σε αυτό ακριβώς το σημείο δηλαδή στην υποτιθέμενη δυνατότητα να εξαναγκάζουν την πολιτική ηγεσία σε αποφάσεις που δεν θα λάμβανε διαφορετικά. Σύμφωνα με αυτή την λογική, ουσιαστικά η διαμόρφωση της εξωτερικής πολιτικής και κατά συνέπεια της διεθνούς ασφάλειας, καθορίζεται από τις επιταγές της κοινής γνώμης και από τον τρόπο κάλυψης των εξελίξεων από τα ΜΜΕ. Την ίδια στιγμή, είναι ίσως ευκολότερο για τα ΜΜΕ να επέμβουν, όταν η πολιτική μιας χώρας είναι συγκεχυμένη και αρκετά ασαφής.

Συχνά, μελετητές αναφέρονται και στην επιλεκτική κάλυψη των γεγονότων από τα ΜΜΕ. Χαρακτηριστικό αυτού του φαινομένου είναι στην δεκαετία του 1990 η κάλυψη των γεγονότων στη Βοσνία και το Κοσσυφοπέδιο, σε αντίθεση με την ανυπαρξία ειδήσεων σχετικά με τις παράλληλες κρίσεις στην δυτική Αφρική και στις αιματηρές εμφύλιες συρράξεις, οι οποίες αφέθηκαν απλά να ολοκληρωθούν, με το τέλος και την εξουθένωση των λαών από τις βιαιότητες.

Η ανθρωπιστική επέμβαση στην Σομαλία, έδωσε το έναυσμα για την δημιουργία του φαινομένου CNN. Επικράτησε για σημαντικό χρονικό διάστημα η άποψη, πως η επέμβαση στην Σομαλία πραγματοποιήθηκε υπό την πίεση της κοινής γνώμης. Θεωρήθηκε πως τα ΜΜΕ και η κάλυψη των γεγονότων άλλαξε ριζικά τον τρόπο διαμόρφωσης της εξωτερικής πολιτικής. Τα ΜΜΕ συνδέθηκαν στενά με τις επιχειρήσεις ανθρωπιστικής επέμβασης καθώς η δύναμη της εικόνας ώθησε τις κυβερνήσεις να αναλάβουν στρατιωτική δράση. Τα ΜΜΕ απέκτησαν κυρίαρχο ρόλο στην διαμόρφωση εξωτερικής πολιτικής εκτοπίζοντας πολλές φορές την πολιτική ηγεσία.

Η θεωρία του φαινομένου CNN υιοθετήθηκε, κυρίως από τους υποστηρικτές των ανθρωπιστικών παρεμβάσεων, οι οποίοι είδαν στα ΜΜΕ ένα ισχυρό μέσο επηρεασμού της εξωτερικής πολιτικής, ως προς την προάσπιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και την εξάπλωση της δημοκρατίας. Διακήρυξαν ότι τα ΜΜΕ θα μπορούσαν να επηρεάσουν πλέον τη διαμόρφωση της εξωτερικής πολιτικής, η οποία θα μπορούσε να αποκτήσει έναν πιο ανθρώπινο χαρακτήρα¹⁵⁴.

4.9 Το Φαινόμενο Wiki Leaks

Στις αρχές του 1990 ιδρύθηκε το κίνημα «Cypherpunk», όπου υποστηρίζει τη χρήση της κρυπτογραφίας και παρεμφερών μεθόδων ως τρόπων επίτευξης της κοινωνικής και πολιτικής αλλαγής¹⁵⁵. Αρχικά η επικοινωνία επιτεύχθηκε μέσω μίας ηλεκτρονική λίστας, όπου άτυπες ομάδες είχαν ως στόχο την επίτευξη της ιδιωτικής ζωής τους και της ασφάλειάς τους, μέσω της δυναμικής χρήσης της κρυπτογραφίας. Η μεγαλύτερη δραστηριότητά

¹⁵⁴ Robinson P., όπ., σ. 11

¹⁵⁵ Άσανζ Ζούλιαν, Τζεικομπ Ατελμπάουμ, Μίλερ Μάγκουν Άντι και Τζέρεμι Ζίμερμαν, ό.π., σ. 7.

του παρατηρήθηκε τη δεκαετία του 1990 και μετά την «άνοιξη» του διαδικτύου¹⁵⁶.

Ο Julian Assange είναι σήμερα ένας από τους πλέον υπέρμαχους της φιλοσοφίας των «Cypherpunk» στον κόσμο και ταυτόχρονα είναι ο εκδότης και ο οραματιστής πίσω από τα Wiki Leaks¹⁵⁷. Χιλιάδες απόρρητα τηλεγραφήματα του αμερικανικού υπουργείου Εξωτερικών, από το φάκελο του Wikileaks, κυκλοφόρησαν ανεξέλεγκτα στο διαδίκτυο χωρίς να έχουν αφαιρεθεί τα ονόματα αξιωματούχων και στοιχείων¹⁵⁸. Τα αρχεία που διέρρευσαν ξεπερνούν τον αριθμό των 92.000, που περιγράφουν με κάθε λεπτομέρεια τις ειδικές επιχειρήσεις που έλαβαν χώρα κατά τον πόλεμο στο Αφγανιστάν, καθώς και μη καταγεγραμμένες περιπτώσεις θανάτων Αφγανών αμάχων. Το περιεχόμενο των αρχείων συντάχθηκε από προσωπικό των μυστικών υπηρεσιών, που περιγράφονται θανατηφόρες στρατιωτικές επιχειρήσεις στις οποίες συμμετείχαν οι ΕΔ των Η.Π.Α.¹⁵⁹.

Άλλες αναφορές των αρχείων επικεντρώνονται σε περιστατικά κακοδιαχείρισης αιχμαλώτων, σε προσωπικά δεδομένα στρατιωτών, φέρουν σε δημοσιότητα συγκλονιστικά στοιχεία για τις επιχειρήσεις και έχουν τη δυνατότητα να καταρρίψουν την επικοινωνιακή πολιτική που αναπτύχθηκε από τις Η.Π.Α. κατά τη διάρκεια των επιχειρήσεων στους δύο προηγούμενους πολέμους, του ΙΡΑΚ και του Αφγανιστάν, σε ότι αφορά στα επιλεκτικά χτυπήματα και στις χειρουργικές επεμβάσεις των Αμερικανικών ΕΔ.

Το αμερικανικό πεντάγωνο διεξήγαγε μία τεράστια επιχείρηση ΜΜΕ, με ειδικούς δημοσιογράφους και στρατιωτικούς, για να αντιμετωπίσει το γεγονός και να ελέγξει την κατάσταση. Ο Robert Gates (Γενικός Γραμματέας Εθνικής Άμυνας) υποστηρίζει ότι τίθενται σε κίνδυνο οι ζωές των Αμερικάνων στρατιωτών, των συμμάχων τους και των Αφγανών συνεργατών τους, που παρέχουν πληροφορίες στις μυστικές υπηρεσίες των Η.Π.Α. Οι επιχειρήσεις των ΕΔ κινδυνεύουν να αποτύχουν, διότι η διαρροή των εγγράφων παρέχει στους Taliban την τακτική με την οποία ενεργούν οι Αμερικανικές στρατιωτικές δυνάμεις. Ο Adm. Mike Mullen (Α/ΓΕΕΘΑ - ΗΠΑ) είπε στους δημοσιογράφους χαρακτηριστικά, ότι τα χέρια αυτών που διοχέτευσαν στο διαδίκτυο τα απόρρητα αρχεία, ίσως έχουν επάνω τους το αίμα μερικών νέων στρατιωτών ή και Αφγανών οικογενειών¹⁶⁰.

Οι κυβερνήσεις των Δυτικών ΜΜΕ, όπως οι Η.Π.Α., Μ. Βρετανία και Γερμανία κατήγγειλαν τη χωρίς έγκριση δημοσιοποίηση κάθε απόρρητου εγγράφου, εκφράζουν τους φόβους τους για την εξέλιξη της καταστάσεως στο Αφγανιστάν και συγκεκριμένα οι Η.Π.Α. θεώρησαν ότι η διαρροή των συγκεκριμένων αρχείων θα πλήξουν την ασφάλεια της¹⁶¹. Το «φιάσκο», όπως

¹⁵⁶ Στο ίδιο, σ. 7.

¹⁵⁷ Στο ίδιο, σ. 21.

¹⁵⁸ news.in.gr, «Ανεξέλεγκτη διαρροή αρχείων του Wikileaks, στη «φόρα» ονόματα και ευαίσθητα στοιχεία» news.in.gr, δημοσίευση 01 18:30 Σεπ. 2011, <http://news.in.gr/world/article/?aid=1231126331>, τελευταία πρόσβαση 16 19:34 Μαΐ 2015.

¹⁵⁹ naftemporiki.gr, «ΗΠΑ: Επικρίσεις για τη διαρροή απόρρητων αρχείων δέχεται ο ιστότοπος Wikileaks», [naftemporiki.gr](http://www.naftemporiki.gr/story/282445/ipa-epikriseis-gia-ti-diarrowi-aporriton-arxeion-dexetai-o-istotopos-wikileaks), δημοσίευση 26 Ιουλίου 2010 17:46, <http://www.naftemporiki.gr/story/282445/ipa-epikriseis-gia-ti-diarrowi-aporriton-arxeion-dexetai-o-istotopos-wikileaks>, τελευταία πρόσβαση 16 19:34 Μαΐ 2015.

¹⁶⁰ Martin D., CBS «Pentagon: WikiLeaks Endangers Soldiers, Afghans» 29 05:58 July 2010, <http://www.cbsnews.com/news/pentagon-wikileaks-endangers-soldiers-afghans/>, τελευταία πρόσβαση 16 21:27 Μαΐ 2015.

¹⁶¹ naftemporiki.gr, «ΗΠΑ: Επικρίσεις για τη διαρροή απόρρητων αρχείων δέχεται ο ιστότοπος Wikileaks» [naftemporiki.gr](http://www.naftemporiki.gr/story/282445/ipa-epikriseis-gia-ti-diarrowi-aporriton-arxeion-dexetai-o-istotopos-wikileaks), 26 Ιουλίου 2010 17:46, <http://www.naftemporiki.gr/story/282445/ipa-epikriseis-gia-ti-diarrowi-aporriton-arxeion-dexetai-o-istotopos-wikileaks>, τελευταία πρόσβαση 16 19:34 Μαΐ 2015.

το χαρακτηρίζουν αρκετοί, ξεκίνησε όταν το κλειδί αποκρυπτογράφησης των αρχείων του Wikileaks διέρρευσε από δημοσιογράφο του Guardian¹⁶².

Η θεωρία του φαινομένου Wiki Leaks έβλαψε την εικόνα των Η.Π.Α. και των συμμάχων τους, βγάζοντας στο αέρα αποτρόπαιες πράξεις και έθεσαν σε κίνδυνο τις στρατιωτικές επιχειρήσεις των δυνάμεών τους.

¹⁶² news.in.gr, «Ανεξέλεγκτη διαρροή αρχείων του Wikileaks, στη «φόρα» ονόματα και ευαίσθητα στοιχεία», news.in.gr, δημοσίευση 01 18:30 Σεπ. 2011, <http://news.in.gr/world/article/?aid=1231126331>, τελευταία πρόσβαση 16 19:34 Μαι 2015.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΜΕΤΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΩΝ ΜΜΕ ΚΑΤΑ ΤΗΝ

ΠΕΡΙΟΔΟ

ΚΡΙΣΕΩΝ – ΕΝΤΑΣΕΩΝ - ΠΟΛΕΜΟΥ

Ο σκοπός και ο τρόπος ενημέρωσης της κοινής γνώμης διαφοροποιείται από πόλεμο σε πόλεμο και εξαρτάται από την προσβασιμότητα των ΜΜΕ στο Θέατρο Επιχειρήσεων. Η απεριόριστη πρόσβαση των ΜΜΕ κατά την περίοδο των κρίσεων, επιχειρήσεων τοπικής κλίμακας και πολέμου γενικότερα, συνετέλεσε στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και πιστεύεται από πολλούς ότι είχε υπονομεύσει την πολεμική προσπάθεια των ΗΠΑ στο Βιετνάμ¹⁶³. Από 19 δημοσιογράφους που κάλυψαν την Απόβαση των Συμμάχων στη Νορμανδία, φθάσαμε στους 2.400 στο Κοσσυφοπέδιο¹⁶⁴.

5.1 Πόλεμος Βιετνάμ (1963-1975)

Σταθμός στην ιστορία της πολεμικής ειδησιογραφίας και ενημέρωσης της κοινής διεθνής γνώμης, αποτελεί ο πόλεμος του Βιετνάμ, όπου η κάθε μάχη, μικρής ή μεγάλης κλίμακας, παρουσιαζόταν, μέσω της τηλεόρασης, στο κάθε σπίτι των ΗΠΑ. Στη διάρκεια της πρώτης περιόδου του πολέμου στο Βιετνάμ (1963-1967), η αμερικανική πολιτική δε επηρεάστηκε από τα ΜΜΕ, αλλά αντίθετα η επέμβαση ήταν αποδεκτή και υποστηρίχθηκε από το σύνολο των Μέσων Ενημέρωσης¹⁶⁵.

Στη δεύτερη περίοδο του πολέμου (1967-1975) η μη εσωτερική νομιμοποίηση της Αμερικάνικης εξωτερικής πολιτικής, για τη συνέχιση του αιματηρού πολέμου του Βιετνάμ, επηρέασε τη στάση του δημοσιογραφικού σώματος. Αυτή η αλλαγή της στάσης των πολιτών, που συνοδεύτηκε από την εχθρική στάση των ΜΜΕ, οφειλόταν σε μεγάλο βαθμό στις απώλειες των αμερικάνων στρατιωτών. Όμως κατά την ίδια περίοδο είχαν αρχίσει μέσα στο σύστημα της λήψης αποφάσεων της αμερικανικής εξωτερικής πολιτικής, να παρατηρούνται διαφορετικές απόψεις¹⁶⁶. *Ο αρνητισμός που παρήχθη από τα ΜΜΕ, δεν υπήρξε πρωτογενώς επικοινωνιακό φαινόμενο, αλλά απλή αναπαραγωγή των αντιθέσεων που υπήρχαν στο επίπεδο της πολιτικής και της στρατιωτικής ελίτ*¹⁶⁷.

Κατά την ανάλυση των δύο περιόδων του πολέμου του Βιετνάμ, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι κατά την πρώτη φάση τα ΜΜΕ άσκησαν μία πίεση και επιρροή στη διεθνή κοινή γνώμη, ενώ στη δεύτερη φάση στράφηκαν εναντίον της εξωτερικής πολιτικής των ΗΠΑ με αντικειμενικό σκοπό τον τερματισμό του πολέμου.

¹⁶³ Ιωάννης Παπαθεοδοσίου, «Τα ΜΜΕ και η επίδραση στις ΕΔ σε περιόδους κρίσεως-συρράξεων», σ. 53.

¹⁶⁴ Δημήτριος Ξογιάννης (Ανχης ΠΒ), *Η επίδραση και συνεργασία των ΕΔ-ΜΜΕ στο χειρισμό επιχειρήσεων και κρίσεων*, ΑΔΙΣΠΟ 2004, σ. 25.

¹⁶⁵ Χαράλαμπος Τσαρδανίδης, «Ο ρόλος & η επιρροή των ΜΜΕ στη Διαμόρφωση της Εξωτερικής Πολιτικής», *Διημερίδα ΑΔΙΣΠΟ*, Δεκ 2004.

¹⁶⁶ Δημήτριος Ξογιάννης, *ό.π.*, σ. 25-26.

¹⁶⁷ Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης, *Η Ελληνο-Τουρκική Σύγκρουση-Από τη Κύπρο έως τα Ίμια τους S-300 και το Ελσίνκι 1955-2000-Η οπτική του τύπου*, σ. 453.

5.2 Η κρίση στην Κούβα (1962)

Την 16 Οκτωβρίου 1962, ο πρόεδρος των ΗΠΑ John F. Kennedy πληροφορήθηκε από τις υπηρεσίες κατασκοπείας ότι είχαν επισημανθεί στην Κούβα βάσεις σοβιετικών πυραύλων, σημαίνοντας την έναρξη της πιο πρωτοφανούς και επικίνδυνης κρίσης, όπου οι ΗΠΑ και η ΕΣΣΔ βρέθηκαν στα πρόθυμα ενός πυρηνικού ολοκαυτώματος. Ο Αμερικανός πρόεδρος και οι σύμβουλοι, επέλεξαν την τακτική της επιβολής ναυτικού αποκλεισμού της Κούβας¹⁶⁸, με τη συνδρομή των ΜΜΕ¹⁶⁹. Στις 22 Οκτωβρίου ανακοινώνει μέσω τηλεοπτικού μηνύματος το ναυτικό αποκλεισμό της Κούβας σε μία ζώνη 500 μιλίων, μετά την εγκατάσταση στο νησί των 42 σοβιετικών πυραύλων με πυρηνικές κεφαλές¹⁷⁰.

Επιπλέον στην κρίση αυτή συναντούμε την χρήση δημοσιογράφου ως μεσάζοντος για ανεπίσημη επαφή με την ρωσική ΚGB. Ο σοβιετικός πρέσβης στον ΟΗΕ Αλέξανδρος Φόμιν, κανόνισε μία προσωπική επικοινωνία με τον εκπρόσωπο του ABC News Τζον Σκάλι¹⁷¹. Ζήτησε από τον Σκάλι να επικοινωνήσει με τους υψηλά ιστάμενους, για να εξακριβώσει αν οι ΗΠΑ είχαν διάθεση να επιλύσουν την κρίση ειρηνικά.

5.3 Πόλεμος Falklands (1982)

Ο Πόλεμος Falklands, ήταν ένας πόλεμος δέκα εβδομάδων μεταξύ της Αργεντινής και του Ηνωμένου Βασιλείου με αντικείμενο Βρετανικά υπερπόντια εδάφη στον Νότιο Ατλαντικό: τα Νησιά Falklands και τις Νήσοι Νότια Γεωργία και Νότιες Σάντουιτς. Στον πόλεμο αυτό, κυριάρχησαν οι αμφίβιες και αεροναυτικές επιχειρήσεις, που καλύφθηκαν από Βρετανούς δημοσιογράφους επιβαίνοντας σε πλοία. Η καταγραφή των επιχειρήσεων ελέγχθηκε, λογοκρίθηκε από την κυβέρνηση της Βρετανίας. Χαρακτηριστικά, οι δημοσιογράφοι Michael Nicholson του ITN και Peter Archer από το Press Association, προλόγισαν στα δελτία τους ότι είχαν λογοκριθεί¹⁷². Επίσης η κατάθεση του Βρετανού υφυπουργού Άμυνας στην Εξεταστική Επιτροπή της Βουλής των Κοινοτήτων, η οποία διερευνούσε καταγγελίες των ΜΜΕ για μη καλή μεταχείριση των εκπροσώπων τους εκ μέρους των στρατιωτικών και άλλων αρχών στη διάρκεια του πολέμου των Falklands, αποδεικνύει το «ειδικό καθεστώς» που επικρατούσε κατά την ειδησεογραφική κάλυψη των επιχειρήσεων: «... εμείς δεν σκοπεύουμε να λέμε ψέματα, αλλά υπήρχαν περιπτώσεις κατά τις οποίες δεν λέγαμε και όλη την αλήθεια και δεν διορθώναμε πράγματα τα οποία παρουσιάζονταν από τα ΜΜΕ παραποιημένα. Είμαι ικανοποιημένος που γίνονταν τόσες πολλές εκτιμήσεις και υποθέσεις»¹⁷³.

¹⁶⁸ Δημήτριος Ξογιάννης, ό.π., σ.26.

¹⁶⁹ Ελισάβετ Παστρικού, «Οι 13 μέρες που τρόμαξαν τον κόσμο», Το ΒΗΜΑ, δημοσίευση 14 Οκτ 2012 05:45, <http://www.tovima.gr/world/article/?aid=479371>, τελευταία πρόσβαση 15 16:33 Μαί 2015.

¹⁷⁰ Tvxs.gr, «Η κρίση των πυραύλων στην Κούβα», Tvxs.gr, δημοσίευση 15 09:58 Οκτ 2013 <http://tvxs.gr/news/%CF%83%CE%B1%CE%BD-%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B1/%CE%B7-%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CF%80%CF%85%CF%81%CE%B1%CF%8D%CE%BB%CF%89%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CE%BF%CF%8D%CE%B2%CE%B1>, τελευταία πρόσβαση 15 16:00 Δεκ 2015.

¹⁷¹ Yale Law School, The Avalon Project: «the Cuban Missile Crisis. Memorandum of conversation between Alexander Fomin of the Soviet Embassy & John Scali of the American Broadcasting Corporation», http://avalon.law.yale.edu/20th_century/msc_cuba195.asp, τελευταία πρόσβαση 15 16:33 Μαί 2015.

¹⁷² Barnes J. «The worst reported war since the Crimean», δημοσίευση 25 Feb 2002, <http://www.theguardian.com/media/2002/feb/25/broadcasting.falklands>, τελευταία πρόσβαση 15 17:10 Μαί 2015.

¹⁷³ Ιωάννης Παπαθεοδοσίου, «Τα ΜΜΕ και η επίδραση στις ΕΔ σε περιόδους κρίσεως-συρράξεων», σ. 58.

5.4 Εισβολή στην Γρενάδα (1983) & Παναμά (1989)

Οι εμπειρίες Βρετανών στα νησιά Φόκλαντ και ο αμερικανικός μύθος του Βιετνάμ αλληλεπιδρώντες συνέτειναν στη στέρση εικόνων κατά τις εισβολές στη Γρενάδα τον Οκτ 1983 και στον Παναμά τον Δεκ 1989.

5.4.1. Εισβολή στη Γρενάδα

Κατά την εισβολή στη Γρενάδα, οι δημοσιογράφοι διαμαρτυρήθηκαν για τη μη πρόσβασή τους στα γεγονότα των επιχειρήσεων και η ενημέρωσή τους διεξαγόταν από ερασιτέχνες και από το Πεντάγωνο. Η αύξηση των διαμαρτυριών είχε ως αποτέλεσμα την ετεροχρονισμένη αποστολή μερικών δημοσιογράφων στην πρώτη μορφή των media pools, αλλά δεν ευδοκίμησε¹⁷⁴.

Από την πλευρά ηγεσίας των ΕΔ, ο Υποναύαρχος του Αμερικανικού Ναυτικού Τζόζεφ Μέτκαλφ, έκρινε ότι *η τάση των ΜΜΕ να προβάλλουν απώλειες και δυσκολίες στη διεξαγωγή επιχειρήσεων, μπορεί να οδηγήσει τους Διοικητές να σκέφτονται τις Δημόσιες Σχέσεις αντί τις ίδιες τις επιχειρήσεις*¹⁷⁵.

5.4.2 Εισβολή στον Παναμά

Ο Αμερικανός υπουργός Άμυνας, Richard Cheney, ανησύχησε για διαρροές στην επικείμενη εισβολή. Την κάλυψη θα αναλάμβανε μια ομάδα δέκα έξι δημοσιογράφων σε πρώτη μορφή media pool. Σκόπιμη καθυστέρηση 4^{ωv} - 8 ωρών¹⁷⁶, στην στρατιωτική μεταφορά τους, πέτυχε την απουσία τους κατά την έναρξη της εισβολής και της σύγκρουσης. Αργότερα, ο εκπρόσωπος Pete Williams του Πενταγώνου παραδέχθηκε την καθυστέρηση, εξαιτίας της οποίας οι δημοσιογράφοι ήταν ικανοί να παρέχουν μόνο τηλεφωνικές εκθέσεις από το ξενοδοχείο¹⁷⁷.

5.5 Ο Πόλεμος του Κόλπου («Desert storm»/Καταιγίδα της ερήμου 1991)

Όπως σε όλους τους προηγούμενους πολέμους, οι κανόνες για την κάλυψη της ειδησεογραφίας, διέπονταν από την ανάγκη της ισορροπίας μεταξύ των απαιτήσεων της μυστικότητας των επιχειρήσεων και την ενημέρωση του κοινού. Χαρακτηριστικά της μετάδοσης του πολέμου ήταν η χρήση της προπαγάνδας, του θεσμού των Media Pools, η ενημέρωση του κοινού μέσω της υπηρεσίας πολιτικών υποθέσεων και της 24ωρου κάλυψης. Επιπλέον, τα Παγκόσμια Δίκτυα Ενημέρωσης χρησιμοποιήθηκαν ως μέσα προώθησης κυβερνητικής στρατηγικής, με αποτέλεσμα ο τότε υπουργός Εξωτερικών των ΗΠΑ, James Baker, απηύθυνε το τελευταίο τηλεσίγγραφο στον Saddam Hussein μέσω του CNN¹⁷⁸.

¹⁷⁴ Δημήτριος Ξογιάννης, ό.π., σ. 28.

¹⁷⁵ ΓΕΣ, ό.π., σ. 210.

¹⁷⁶ «The press & the Military-American Intervention in Panama», *American Forum-Inti Conflict/ Media*, Reading 6H, <http://www.globaled.org/curriculum/cm6h.html>, τελευταία πρόσβαση 15 18:19 Mai 2015.

¹⁷⁷ Δημήτριος Ξογιάννης, ό.π., σ. 28-29.

¹⁷⁸ Χρήστος Φραγκονικολόπουλος, ό.π., σ. 6.

Ο πόλεμος του Κόλπου χαρακτηρίστηκε σαν «τηλεοπτικός πόλεμος», θυμίζοντας σενάριο ταινίας. Η κοινή γνώμη βομβαρδίστηκε από τα ΜΜΕ για την άδικη και απάνθρωπη εισβολή των Ιρακινών, ενώ η προσωπικότητα του Σαντάμ Χουσεΐν προσομοιάζεται με του Χίτλερ. Τα ΜΜΕ αποδέχθηκαν, τον περιορισμό αποκάλυψης επιχειρησιακών πληροφοριών, αλλά οι καλά οργανωμένες στρατιωτικές ενημερώσεις τύπου και η περιορισμένη πρόσβαση μέσω των media pools απογοήτευσαν τους δημοσιογράφους. Τον Ιανουάριο του 1991, 13 δημοσιογραφικοί οργανισμοί υπέβαλλαν αγωγές υποστηρίζοντας ότι το σύστημα των media pools, οι απαιτήσεις για στρατιωτικές συνοδείες και το σύστημα ελέγχου ασφαλείας παρανόμως ενεπλάκη στην συλλογή ειδήσεων, κατά παράβαση του δικαιώματος της ελευθερίας του τύπου¹⁷⁹.

Μεγάλη βαρύτητα δόθηκε στην ενημέρωση του κοινού μέσω της Υπηρεσίας Πολιτικών Υποθέσεων. Το 1985 δημιουργήθηκε στο Υπουργείο Αμύνης η Ένωση Εθνικών Μέσων Ενημέρωσης, με στόχο την κάλυψη της πληροφόρησης του αμερικανικού κοινού. Αρχικά εστάλησαν στον Περσικό Κόλπο, από την Ένωση μία ομάδα 17 ανταποκριτών, ενώ αργότερα έφθασαν τους 800 και σε σύνολο με τα άλλα κράτη τους 1.600¹⁸⁰. Για την εξυπηρέτηση της ομαδικής ενημέρωσης, η Κεντρική Διοίκηση (CENTCOM) οργάνωσε ένα Ενοποιημένο Γραφείο Πληροφόρησης (JIB) στο Dhahran και ένα στο Riyadh. Τα Γραφεία αυτά συντόνιζαν τις κινήσεις των ανταποκριτών συνοδεία από Αμερικανό αξιωματικό. Το Γραφείο Δημοσίων Υποθέσεων (PAO) της CENTCOM, εργαζόταν παράλληλα με τα Γραφεία (JIB) και διευκόλυνε την κατάσταση. Για την επίτευξη της μετάδοσης σε πραγματικό χρόνο των ειδήσεων, ομάδες ανταποκριτών ακολούθησαν τις χερσαίες δυνάμεις από κοντά. Έτσι ασκήθηκε ένα είδος ελέγχου για να εξασφαλιστεί το ΑΠΟΡΡΗΤΟ των κινήσεων, μέσω των συνοδών αξιωματικών των Πολιτικών Υποθέσεων. Όταν άρχισαν οι χερσαίες επιχειρήσεις 132 ανταποκριτές βρέθηκαν στο μέτωπο, ώστε να μην υπάρχει Μεραρχία χωρίς να συνοδεύεται από ΜΜΕ. Το ότι το Πεντάγωνο εστίαζε μόνο στα γεγονότα που τους ευνοούσαν, δεν σημαίνει πως η μη ισορροπημένη πληροφόρηση είναι αποκλειστική ευθύνη τους, αφού αυτό βρίσκεται στους ώμους των ειδησεογραφικών πρακτορείων και στην τηλεόραση. Εκτεταμένες ενημερώσεις πραγματοποιούνταν τόσο στο Υπουργείο Αμύνης στις Η.Π.Α., όσο και στο στρατηγείο της CENTCOM στο θέατρο επιχειρήσεων. Με την έναρξη της αεροπορικής εκστρατείας, την 17η Ιανουαρίου, ο Υπουργός Αμύνης και ο Πρόεδρος του Συμβουλίου Αρχηγών διενήργησαν ενημερώσεις, ενώ με διαφορά ολίγων ωρών, ο Διοικητής της CENTCOM και ο Διοικητής της Διοίκησης Αεροπορικών Δυνάμεων (Διοικητές CENTCOM και CENTAF) έπραξαν το ίδιο στο Riyadh. Σωρεία ενημερώσεων ακολούθησε επί 47 ημέρες, όσο διήρκεσε η «Καταιγίδα της Ερήμου», που μαζί με τις ανταποκρίσεις από το μέτωπο, έδωσαν στην κοινή γνώμη τέτοια πληροφόρηση για τα γεγονότα του πολέμου, που σε ποσότητα και λεπτομέρειες δεν είχε το προηγούμενο της¹⁸¹.

Σημαντικό χαρακτηριστικό αποτελεί η 24ωρη κάλυψη και η δύναμη της εικόνας. Η εμφάνιση της καταστροφής των στόχων σε real time, από τα πλήγματα των συμμαχικών αεροσκαφών και των έξυπνων όπλων, υπήρξε καταλυτική στην διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Ήταν η πρώτη φορά που

¹⁷⁹ Ιωάννης Παπαθεοδοσίου, «Τα ΜΜΕ και η επίδραση στις ΕΔ σε περιόδους κρίσεως-συρράξεων», σ. 52-65.

¹⁸⁰ Ο Πόλεμος του Κόλπου. Η τελική έκθεση του Υπουργείου Άμυνας των ΗΠΑ προς Κογκρέσο, [μτφ Δημήτρης Σκαρβέλης (Στγος ΕΑ, Επίτιμος Α/ΓΕΕΘΑ)], (Αθήνα: Φλώρος Ι.), σ. 660.

¹⁸¹ Δημήτριος Ξογιάννης, ό.π., σ. 31

μέσω του CNN, ως διεθνές κανάλι ειδήσεων, η πληροφόρηση έλαβε παγκόσμια έκταση με τις επί 24ώρου βάσεως μεταδόσεις. Η αναμετάδοση εκτοξεύσεων βλημάτων Κρουζ, τροχίες πυρομαχικών στο νυχτερινό ουρανό, οι προειδοποιητικές σειρήνες, αποτέλεσαν οπτικο-ακουστικό υλικό ενός «κλινικού πολέμου»¹⁸², που προσπάθησε μέσω των ΜΜΕ να πείσει ότι οι «έξυπνες βόμβες» με την χειρουργική ακρίβεια, είναι σε θέση να ελαχιστοποιήσουν τις ανθρώπινες απώλειες. Στις ενημερώσεις τύπου ο διοικητής Norman Schwarzkopf και οι ανώτεροι υπάλληλοι δημοσίων υποθέσεων, κατέβαλαν προσπάθεια να διαδώσουν την εικόνα ενός πολέμου υψηλής τεχνολογίας χωρίς αθώα θύματα. Εντυπωσιακή είναι η αντίθεση μεταξύ του πώς τα δυτικά μέσα και αυτά του ΙΡΑΚ, απεικόνισαν τα θύματα στις ειδήσεις, κρύβοντας τα ή αναδεικνύοντας τα. Οι δύο πλευρές προσπάθησαν ανάλογα είτε να απομακρύνουν το βάσανο (δυτικά ΜΜΕ), είτε μέσω της αγωνίας των θυμάτων, απεικονισμένη κινηματογραφικά, να προκαλέσουν συναισθηματικά την κοινή γνώμη του ΙΡΑΚ. Το ίδιο σενάριο ισχύει και για τον αριθμό των θυμάτων, το «αληθινό πρόσωπο του πολέμου», όπου τα πολιτικά θύματα στην ιρακινή πλευρά αριθμούνται σε δεκάδες των χιλιάδων, συν την καταστροφή των υποδομών και των λοιπών οικονομικών κυρώσεων. Συνεπώς στην πραγματικότητα δεν ήταν ποτέ ένας κλινικός πόλεμος, αλλά απαίτησε μεγάλο αριθμό ιρακινών θυμάτων, που αποτέλεσαν τα «ανάξια θύματα» της σύγκρουσης και η κοινή γνώμη της δύσης δεν κινητοποιήθηκε ποτέ¹⁸³.

5.6 Ανθρωπιστική κρίση στη Σομαλία (1992)-Σουδάν (1994)

Η κατάσταση στη Σομαλία το 1992 παρουσιάζεται από τα ΜΜΕ ως η πιο έντονη ανθρωπιστική τραγωδία και οι φρικτές εικόνες που παρουσίαζαν τα ΜΜΕ εικόνες της κατάστασης που επικρατούσε και θεωρήθηκε επιβεβλημένη ανάγκη η διεθνής βοήθεια. Οι φρικτές εικόνες που έδειχναν τα Αμερικανικά τηλεοπτικά δίκτυα, καθιστούσαν τη διεθνή προσοχή και βοήθεια επιβεβλημένη. Η Σομαλία όμως δεν ήταν η μόνη χώρα που χρειαζόταν βοήθεια. Στο γειτονικό Σουδάν τα τελευταία 30 χρόνια μαινόταν εμφύλιος πόλεμος, ενώ αντίστοιχες ήταν οι απώλειες ανθρώπων από την πείνα¹⁸⁴.

Παρόλα αυτά το Σουδάν σε αντίθεση με τη Σομαλία αγνοήθηκε από τα ΜΜΕ, παρόλο που δεν διαφέρει σε γεωπολιτική αξία. Τα αμερικανικά δίκτυα τείνουν να καλύπτουν διεθνή θέματα στα οποία εμμένει ισχυρά η κυβέρνηση, και ευνοούν τη δημοσιογραφική κάλυψη (έδαφος-μετακινήσεις, απόκτηση άδειας εισόδου από τους δημοσιογράφους). Όμως από την άλλη μεριά, έχουν τη δύναμη να διαμορφώσουν την εξωτερική πολιτική.

Ο Άλβιν Τόφλερ παρατήρησε ότι *η επέμβαση στη Σομαλία άρχισε όταν η τηλεόραση έδειξε χιλιάδες παιδιά να πεθαίνουν από την πείνα και σταμάτησε όταν προβλήθηκαν εικόνες όπου οι ντόπιοι έσερναν στους δρόμους το πτώμα ενός Αμερικανού*¹⁸⁵. Στην πραγματικότητα, παρατηρούμε μια αλληλεξάρτηση των δύο πλευρών, καθόσον η κάλυψη του θέματος εκτοξεύθηκε στα ύψη, από τη στιγμή που ο πρόεδρος Μπους αποφάσισε την αποστολή στρατιωτών, αναφερόμενος σε τραγικές εικόνες που είδε στην τηλεόραση. Η μέγιστη

¹⁸² Nohrstedt Stig A., «New War Journalism-Trends & Challenges», http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/279_nohrstedt%20ol.pdf, σελ.97, τελευταία πρόσβαση 16 12:34 Μαί 2015.

¹⁸³ Δημήτριος Ξογιάννης, ό.π., σ. 31

¹⁸⁴ Στο ίδιο, σ. 32.

¹⁸⁵ Χρήστος Φραγκονικολόπουλος, ό.π., σ. 3.

κάλυψη έρχεται τον Οκτώβριο του 1993 μετά τον θάνατο Αμερικανών στρατιωτών στο Mogadishu, και την πτώση του «Black Hawk». Το γεγονός αυτό αναγνώρισε και ο τότε Υφυπ. Εξωτερικών των ΗΠΑ J. Shattuck δηλώνοντας ότι *τα μέσα είναι αυτά που αφενός μεν μας οδήγησαν στη Σομαλία αφετέρου δε αυτά που επέβαλαν την αποχώρηση μας*¹⁸⁶.

5.7 Ο Πόλεμος στη Βοσνία (1992-1995)

Στους πολέμους της Γιουγκοσλαβίας οι πολεμικοί ανταποκριτές είχαν μια σχετική ελευθερία κινήσεων, με αποτέλεσμα πολλές φορές να αμφισβητήσουν τις ειδήσεις από τις συνεντεύξεις τύπου της νατοϊκής συμμαχίας και να αποκαλύψουν πολλές περιπτώσεις παράπλευρων απωλειών.

Από την μεριά των ΗΠΑ, το ενδιαφέρον για την υποστήριξη των ΜΜΕ και του κοινού βρίσκεται σε υψηλό επίπεδο. Πριν ακόμα η 1η Τεθωρακισμένη Μεραρχία των ΗΠΑ αναπτυχθεί στη Βοσνία, ο Υποστράτηγος Γουίλιαμ Νας σχεδίαζε ήδη την στρατηγική χειρισμού των ΜΜΕ. Το σχέδιο του περιλάμβανε τρεις στόχους¹⁸⁷:

- Απόκτηση- διατήρηση της υποστήριξης του κοινού των ΗΠΑ.
- Επηρεασμός προς συμμόρφωση με τη συνθήκη Ντίετον.
- Να κάνει τους στρατιώτες να νιώσουν καλά για το έργο τους.

Στον πόλεμο αυτό παρατηρούνται γεγονότα-κλειδιά Ψυχολογικών Επιχειρήσεων μέσω ΜΜΕ, για την δικαιολόγηση της επέμβασης-βομβαρδισμών του ΝΑΤΟ (ΗΠΑ), που στη συνέχεια αποδεικνύονται αναληθή. Στις 5 Φεβρουάριου 1994 κάτω από το άγρυπνο βλέμμα μιας κάμερας ένας όλμος έπεσε στην αγορά του Σεράγεβο και σκότωσε 68 άτομα. Τα ΜΜΕ χωρίς να περιμένουν το αποτέλεσμα της έρευνας, έσπευσαν να κατηγορήσουν τους Σέρβους. Στις 9 Φεβρουάριου το ΝΑΤΟ, αφού έστειλε τελεσίγραφο άρχισε να βομβαρδίζει Σέρβικους στόχους. Τρεις ώρες μετά Γάλλος Λοχαγός της ειρηνευτικής δύναμης ΟΗΕ (UNPROFOR), ειδικός στη βαλλιστική έρευνα, συμπεραίνει ότι επρόκειτο για βολή των μουσουλμάνων¹⁸⁸. Στη συνέχεια ακολουθεί συμπαιγνία στρέβλωσης της έρευνας από άλλους αξιωματικούς του ΝΑΤΟ.

Οι Σέρβοι δεν έχουν να αντιμετωπίσουν μόνο τις στρατιωτικές συγκρούσεις αλλά και τον σύσσωμο Δυτικό Τύπο, με κραυγαλέες ανακρίβειες και διαστρέβλωση των γεγονότων. Χαρακτηριστικά παραδείγματα, δυτικών ΜΜΕ παρουσιάζουν σκελετωμένους μουσουλμάνους κρατούμενους σε σέρβικά στρατόπεδα, σφαγές-βιασμούς και λοιπές θηριωδίες κατά Μουσουλμάνων, που εκ των υστέρων αποδεικνύονται αναληθείς. Μεταξύ των ανωτέρω Media είναι το News Week, BBC, CNN, New York Times¹⁸⁹. Μπορούμε να αναγνωρίσουμε μια οργανωμένη προσπάθεια συστηματικής

¹⁸⁶ Στο ίδιο, σ. 3.

¹⁸⁷ ΓΕΣ, ό.π., σ. 211.

¹⁸⁸ kathimerini.gr «Ο άγνωστος πόλεμος της Γιουγκοσλαβίας. Όλμοι την κατάλληλη στιγμή & Διαστρέβλωση των γεγονότων», kathimerini.gr, 24 Σεπ '95, <http://www.kathimerini.gr/kath/7days/1995/09/24091995.pdf>, σ. 10, τελευταία πρόσβαση 15 19:00 Μαι 2015.

¹⁸⁹ Στο ίδιο, σ. 14.

παραπλάνησης της διεθνούς κοινής γνώμης και προσανατολισμού της εναντίον των Σέρβων, υποκινούμενη από πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα κυβερνήσεων. Δεν είναι όμως και ασήμαντος ο ρόλος που έπαιξαν στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, μέσω του επηρεασμού κυβερνώντων και ΜΜΕ, ορισμένα μεγάλα αμερικανικά γραφεία δημοσίων σχέσεων, όπως η «Hill & Knowlton», γνωστή από το σενάριο των «θερμοκοιτίδων του Κουβέιτ», και η «Ruder Finn», οι οποίες συνέδραμαν στην εκτροπή της αλήθειας και την ταύτιση στα μάτια της κοινής γνώμης των Σέρβων με τους Ναζί, επιστρατεύοντας την Εβραϊκή κοινή γνώμη¹⁹⁰.

5.8 Η Σύγκρουση στην Τσετσενία (1994 - 1999)

Δύο ένοπλες συγκρούσεις έλαβαν χώρα στην Τσετσενία, το 1994-1995 και το 1999-2000, όπου διεξήχθησαν σκληρότατες μάχες σε δυσμενείς καιρικές συνθήκες, με πολλά θύματα μεταξύ των αμάχων και όμως ενημέρωση δεν είχαμε. Η λογοκρισία από την κεντρική εξουσία ήταν απόλυτη. Ενώ η διεθνής κοινή γνώμη υποψιαζόταν το τι γίνεται εκεί, μαρτυρίες δεν υπήρχαν γιατί κάποιοι φρόντισαν γι' αυτό. Ο έλεγχος των ΜΜΕ ήταν απόλυτος. Βήματα εμπρός για προσέγγιση δομών ενημέρωσης Δυτικών χωρών θα συναντήσουμε σε μελλοντικές συγκρούσεις¹⁹¹.

5.9 Κρίση Ιμίων (1996)

Σημαντικό γεγονός επίσης για τα ελληνικά δεδομένα υπήρξε και η κρίση των Ιμίων, όπου τα ΜΜΕ έπαιξαν σπουδαίο ρόλο στη διαμόρφωση της στάσης της κοινής γνώμης έναντι της ακολουθούμενης πολιτικής. Παρόλα αυτά, δημοσιογράφοι, πολιτικοί, στρατιωτικοί θα μπορούσαν να αντλούν διδάγματα από την εμπειρία αυτή.

Η κυριαρχία των Ελληνικών ΜΜΕ, σε περιπτώσεις ασθενούς εξωτερικής πολιτικής, επηρεάζει καταστάσεις εκτοξεύοντας τον υδράργυρο μιας κρίσης στα ύψη. Πρόκειται για την προαναφερόμενη κατασκευή της εθνικής συναίνεσης, όπου διαφορετική επίδραση έχουν τα ΜΜΕ στην περίπτωση της κρίσης του 1987 με την έξοδο του ωκεανογραφικού «Σισμίκ», σε μια ισχυρή κυβερνητική πολιτική και άλλη στην περίπτωση των Ιμίων (μη ισχυρή κυβερνητική πολιτική). Ο αγώνας για τη μετάδοση της πληροφορίας έθεσε πολλές φορές τους κυβερνητικούς χειρισμούς προ τετελεσμένων επιλογών, οδηγώντας στην κορύφωση της κρίσης, περιορίζοντας ταυτόχρονα το πεδίο διπλωματικών ελιγμών. Ο ρόλος της τηλεόρασης και του τύπου, μπορεί να συνοψιστεί¹⁹²:

- Αντί να μεταδίδουν γεγονότα, κατασκεύαζαν διάφορες εκδοχές κινήσεων.

- Τα ΜΜΕ και των δύο πλευρών συμμετείχαν στην επαύξηση της κλιμάκωσης της κρίσης.

¹⁹⁰ kathimerini.gr «Ο άγνωστος πόλεμος της Γιουγκοσλαβίας. Όλμοι την κατάλληλη στιγμή & Διαστρέβλωση των γεγονότων», ό.π., σ. 15.

¹⁹¹ Δημήτριος Ξογιάννης, ό.π., σ. 34.

¹⁹² Στο ίδιο, σ. 35.

- Δημιούργησαν μια ψύχωση πολέμου, περιορίζοντας τα περιθώρια διπλωματικής διευθετήσεως και αυξάνοντας το κόστος της απεμπλοκής.

- Οι τηλεοπτικοί σταθμοί γίνονται προαγωγοί της κρίσης και παρεμβαίνουν στην άσκηση εξωτερικής πολιτικής.

Η ανεξέλεγκτη κυριαρχία των Ελληνικών ΜΜΕ σε συνδυασμό με την έλλειψη κατανόησης του «ΑΠΟΡΡΗΤΟΥ», μπορούν να προκαλέσουν ανυπολόγιστη ζημιά, θέμα προς προβληματισμό αποτελεί ο ασκούμενος έλεγχος τους στην μετάδοση πληροφοριών υψηλής επιχειρησιακής αξίας, η απειλή του Internet και της δορυφορικής επικοινωνίας. Τέλος, πρέπει να σταθούμε στην Τουρκική πλευρά των ΜΜΕ, όπου η υπογράμμιση των διεκδικήσεων αποτελεί διπλωματική και επικοινωνιακή πολιτική των media, στα πλαίσια συντονισμένης στρατιωτικής διπλωματίας, προβάλλοντας μας ως «αδιάλλακτους». Παράλληλα τα έχει αξιοποιήσει στο έπακρο, με την εγκατάσταση στις ακτές της Μ. Ασίας και στην Ανατολική Θράκη αναμεταδοτών μεγάλης εμβέλειας που έχει ως αποτέλεσμα, οι τηλεοπτική και ραδιοφωνικοί σταθμοί της Τουρκίας να μεταδίδονται στα νησιά μας και στη Θράκη, διεξάγοντας εντέχνως κατάλληλες ψυχολογικές επιχειρήσεις.

5.10 NATO – Σερβία (Κοσσυφοπέδιο -1999)

Ο ρόλος των Media, στον πόλεμο του Κοσσόβου, αρχικά σχεδιάστηκε έτσι ώστε να δικαιολογήσει στην κοινή γνώμη την Νατοϊκή επέμβαση και ακολούθως να επιτευχθεί ελεγχόμενη ροή πληροφοριών, με βάση την μεταφορά των επιχειρήσεων στα σπίτια των τηλεθεατών.

Παρότι έγινε προσπάθεια εφαρμογής της συνταγής του «κλινικού» πολέμου του κόλπου, μια μελέτη¹⁹³ των δελτίων ειδήσεων συμπεραίνει το αντίθετο. Τα παντοδύναμα Δυτικά ΜΜΕ - CNN, συνάντησαν μια αντίθετη με τον Σαντάμ Χουσεϊν τακτική του Μιλόσεβιτς. Απέναντι στις εικόνες και τα βίντεο της δύσης που πρόβαλαν αεροπλανοφόρα, πτήσεις Α/Φ και τις πομπώδεις ενημερώσεις του Πενταγώνου για χειρουργικά χτυπήματα, αντέταξε την αναγκαστική μετάδοση της εικόνας της επίσημης Γιουγκοσλαβικής τηλεόρασης, αφού δεν επέτρεψε την μετάδοση απ' ευθείας εικόνας από τη χώρα του στα διεθνή ΜΜΕ. Η απεικόνιση του Μιλόσεβιτς ως παρανοϊκού, υπεύθυνου του πολέμου και των θυμάτων, γρήγορα εξισορροπήθηκε. Τα δυτικά μέσα, προσπαθούν να υποβαθμίσουν τους ανελέητους βομβαρδισμούς και τα λάθη της Νατοϊκής μηχανής και να εστιάσουν σε διωγμούς και βανδαλισμούς, που ενώ στο παρελθόν αποδίδονταν σε Αλβανούς, τώρα η αλήθεια αναστρέφεται. Η προβολή της προσβολής από το NATO, δύο συνοδίων αλβανικών προσφύγων του Κοσσόβου, χτυπήματα σε νοσοκομεία, σπίτια, και σχολεία, οδήγησε το NATO μέχρι μέσα Απριλίου, σε κρίση δημόσιων σχέσεων. Αποκορύφωμα των βομβαρδισμών, είναι η προσβολή του κτιρίου της γιουγκοσλαβικής ραδιοτηλεόρασης και αναμεταδοτών την 23 Απριλίου, προκαλώντας αντίθετα αποτελέσματα για το NATO, την συσπείρωση όλων γύρω από τον Μιλόσεβιτς. Πληροφορίες της Συμμαχίας αντιμετωπίζονται με δυσπιστία, τα αποτελέσματα της δυτικής προπαγάνδας μειώνονται και παράλληλα με τους Αλβανούς πρόσφυγες, τα σέρβικά πολιτικά θύματα έλαβαν την διεθνή προσοχή.

¹⁹³ Nohrstedt Stig A., ό.π., σελ. 98-99.

Επιπλέον η εγγύτητα της Σερβίας και οι επαφές με τα Βαλκάνια¹⁹⁴, συνετέλεσαν στην αντίδραση της μονόπλευρης εικόνας-προπαγάνδας του CNN και των λοιπών κολοσσών των Media της Δύσης. Από την άλλη μεριά ο σκληρός πυρήνας του ΝΑΤΟ πίστευε σε ρήξη ανάμεσα στο καθεστώς Μιλόσεβιτς, την αντιπολίτευση και τους Σέρβους πολίτες, μετά τα πρώτα πλήγματα. Αντίθετα όμως, το Σέρβικό έθνος συσπειρώθηκε γύρω από τον ηγέτη του, η δε αντιπολίτευση ευθυγραμμίσθηκε με τον Μιλόσεβιτς. Συνεπώς τα διεθνή ΜΜΕ ήταν αναγκασμένα να πληροφορούν για την ομοψυχία και θάρρος των Σέρβων. Έτσι τα ΜΜΕ βαθμιαία εμφανίζονται ως πόλοι αμφισβήτησης εξωτερικής πολιτικής¹⁹⁵.

5.11 Πόλεμος ενάντια στην Τρομοκρατία (Αφγανιστάν 2001)

Οι επιθέσεις της 11ης Σεπτεμβρίου κατέδειξαν έναν νέο τύπο ασύμμετρου πολέμου, όπου το τρομοκρατικό δίκτυο του Μπίν Λάντεν αψηφά την απαραβίαστη εθνική ασφάλεια των ΗΠΑ, αποδεικνύοντας πως η υποανάπτυκτη τεχνολογία μπορεί να προκαλέσει και να κερδίσει την υψηλή τεχνολογία και ένα πιο ισχυρό οικονομικά κράτος¹⁹⁶. Η ειδησεογραφική κάλυψη ήταν φυσικά τεράστια. Η προβολή των θυμάτων των τρομοκρατικών επιθέσεων ενάντια στα σύμβολα της Αμερικανικής υπερδύναμης, επέδρασαν στο συναισθηματισμό της διεθνούς κοινής γνώμης. Τα ΜΜΕ, αν και αποφεύγουν να συνδέσουν την επίθεση με τον Μουσουλμανικό κόσμο, εντούτοις στα οπτικά υλικά και στα τηλεοπτικά ρεπορτάζ, οι μουσουλμάνοι απεικονίζονται ως εχθρός των ΗΠΑ και της Δύσης. Ο δυτικός τύπος προκαλεί τον οίκτο για τα θύματα και την οργή για την Αλ Κάιντα.

Η μάχη για την επικράτηση στο μέτωπο της πληροφόρησης είχε ενταθεί, καθώς το Πεντάγωνο προσπαθούσε να αντικρούσει τους ισχυρισμούς των Ταλιμπάν για απώλειες άμαχων πολιτών και προφανή στρατιωτικά λάθη των ΗΠΑ. Ο πόλεμος του Αφγανιστάν στοίχισε ουσιαστικά περισσότερες ανθρώπινες ζωές από το κτύπημα της 11ης Σεπ - στην περίπτωση του Αφγανιστάν άνω των 20.000 πολιτών¹⁹⁷. Εντούτοις το αμερικανικά θύματα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου, αναφέρονται τέσσερις φορές συχνότερα από τα θύματα Αφγανών κατά τη διάρκεια των πρώτων ημερών του πολέμου του Αφγανιστάν¹⁹⁸. Οι αξιωματικοί τύπου του ΝΑΤΟ, αναλύουν μαγνητοσκοπημένες εκρήξεις μεγαλοποιώντας σκόπιμα την αποτελεσματικότητα της στοχοποίησης των στρατοπέδων της Αλ Κάιντα, για εντυπωσιασμό της κοινής γνώμης.

Στον αντίποδα, το Αλ Τζαζίρα, χρησιμοποιείται από τον Οσάμα Μπιν Λάντεν, για αντιπροπαγάνδα στα δυτικά μέσα, είτε προβάλλοντας λάθος βομβαρδισμούς του ΝΑΤΟ, σε αποθήκες του Ερυθρού Σταυρού, Ηνωμένων Εθνών, νοσοκομείων, είτε παρουσιάζοντας φέρετρα καλυμμένα με την αμερικανική σημαία, με αποτέλεσμα να ασκούνται έντονες πολιτικές πιέσεις στους Αμερικάνους διοικητές για να μη χυθεί άλλο αμερικάνικο αίμα (Body bag

¹⁹⁴ Nohrstedt Stig A., ό.π., σ. 98-99.

¹⁹⁵ Δημήτριος Ξογιάννης, ό.π., σ. 37.

¹⁹⁶ Μία καινοτομία στον τομέα των εξοπλισμών μπορεί να χαμηλώσει το κόστος των τελευταίων και έτσι να μειώσει τη σημασία της οικονομικής βάσης που είναι απαραίτητη, για να υποστηρίξει τη στρατιωτική ισχύ. Ρόμπερτ Γκίλπιν, ό.π., σελ. 120

¹⁹⁷ Nohrstedt Stig A., ό.π., σ. 100.

¹⁹⁸ Στο ίδιο, σ. 100.

syndrome)¹⁹⁹. Βιντεοκάμερες χαμηλού κόστους, κινητά τηλέφωνα και διαδίκτυο, εύστροφα αντιμετωπίζουν πανάκριβα αμερικανικά συστήματα επεξεργασίας πληροφοριών.

5.12 Επιχείρηση «IRAQI FREEDOM» (2003)

Η επικοινωνιακή πολιτική του Αμερικανικού Πενταγώνου και των συμμάχων τους που εφαρμόσαν στο ΙΡΑΚ, συμπυκνώνεται στη φράση «Στο πεδίο της μάχης με τα στρατεύματα», με σκοπό να αποφύγουν τις μομφές απουσίας ενημέρωσης που διατυπώθηκαν στον πόλεμο του Αφγανιστάν, αλλά και στον πόλεμο του Κόλπου το 1991²⁰⁰.

Για πρώτη φορά εμφανίζεται επίσημα ο «ενσωματωμένος δημοσιογράφος» (που επέβαινε μαζί με τις φάλαγγες των δυνάμεων της συμμαχίας όταν εισέβαλλαν στο Ιράκ), μεταδίδοντας με δορυφορικό βιντεοτηλέφωνο σε πραγματικό χρόνο τη σύγκρουση. Οι «ενσωματωμένοι δημοσιογράφοι», διαμορφώνουν την «εικόνα» του πολέμου και ως ένα βαθμό επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο η παγκόσμια κοινωνία τον αντιλαμβάνεται. Σίγουρα η λογοκρισία, όσον αφορά την μετακίνηση δυνάμεων έχει την πρωτοκαθεδρία, για λόγους ασφαλείας. Προτού οι δημοσιογράφοι ενταχθούν στις Μονάδες, έπρεπε να αποδεχθούν κάποιους κανόνες (Ground rules), των οποίων η εφαρμογή ήταν υποχρεωτική για την ασφάλεια των επιχειρήσεων και του προσωπικού²⁰¹.

Επιπλέον, ο πόλεμος κατά της τρομοκρατίας, ενέπλεξε ουσιαστικά ευθέως τα δύο μέρη (κυβερνήσεις και τρομοκράτες) σε έναν πόλεμο εντυπώσεων, όπου τα ΜΜΕ αποτέλεσαν μέρος του οπλοστασίου που χρησιμοποίησαν και οι δύο πλευρές. Το κύριο σημείο αντιπαράθεσης ήταν το διαδίκτυο, που έκανε επίσης για πρώτη φορά την εμφάνιση του σε τέτοια έκταση ως μέσο ενημέρωσης της κοινής γνώμης²⁰².

Στο στάδιο της υλοποίησης των ΨΕΠ, χρησιμοποιήθηκαν η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τα φυλλάδια, τα e-mail και τα μηνύματα κινητών. Δίπλα στα κυρίαρχα δυτικά πρακτορεία ειδήσεων και τους δημοσιογραφικούς κολοσσούς, τα νέα αραβικά κανάλια δορυφορικής τηλεόρασης, εμφανίζονται αρκετά ικανά, εκ των οποίων το Al-Jazeera ήταν ο πρώτιστος ανταγωνιστής του CNN²⁰³. Η δύναμη της οπτικής αφήγησης είναι αυτή που προκαλεί την συναισθηματική επίδραση, σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, όπου οι εικόνες των πολεμικών θυμάτων από την πυραυλική επιχείρηση «Σοκ και Δέος», ενεργοποιούν την συνείδηση των τηλεθεατών. Τα δυτικά μέσα (CNN), προβάλλουν βίντεο του Πενταγώνου με έξυπνες βόμβες. Αυτό που δε βλέπουμε είναι τι συμβαίνει μετά την έκρηξη. Ο ανθρώπινος πόνος είναι απαγορευμένη υπόθεση στην αμερικανική TV. Πρόκειται για λογοκρισία, αναμφιβόλως που απαγορεύει την ανάδειξη της αληθινής φρίκη του πολέμου - τους νεκρούς Ιρακινούς και Αμερικανούς.

¹⁹⁹ Smith M. Ben Fenton in Washington and Anton La Guardia, «American 'body-bag syndrome is holding back Nato», The Telegraph, 12:00AM GMT 21 Mar 2001, 16 May 2015 <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/1327353/American-body-bag-syndrome-is-holding-back-Nato.html>, τελευταία πρόσβαση 16 13:00 Μαΐ 2015.

²⁰⁰ Ιωάννης Παπαθεοδοσίου, Ανχης (ΔΒ), «Τα ΜΜΕ στον πόλεμο του ΙΡΑΚ», Στρατιωτική Επιθεώρηση, Ιουλ-Αυγ 2004, σ.100.

²⁰¹ Ιωάννης Παπαθεοδοσίου, «Τα ΜΜΕ στον πόλεμο του ΙΡΑΚ», σ.102.

²⁰² Δημήτριος Ξογιάννης, ό.π., σ. 39.

²⁰³ Nohrstedt Stig A., ό.π., σ. 107.

Αξιοσημείωτο είναι, ότι ενώ οι «ενσωματωμένοι» και μη δημοσιογράφοι μετέδιδαν ισορροπημένα ρεπορτάζ από τη Βαγδάτη, οι παρουσιαστές στις ΗΠΑ και τη Βρετανία μιλούσαν μονάχα για «νικηφόρο προέλαση» των αμερικανικών στρατευμάτων και για ενθουσιασμό των Ιρακινών. Παρατηρούμε ότι οι εικόνες των πολιτικών Ιρακινών θυμάτων εξισορροπούνται από τις υπενθυμίσεις των θυμάτων των επιθέσεων της 11^{ης} Σεπτεμβρίου, ενώ σχεδόν κάθε μεμονωμένος αμερικανικός στρατιώτης που σκοτώνεται αναφέρεται, αλλά οι ιρακινές ζωές μετρούνται με δεκάδες, εκατοντάδες, ή χιλιάδες²⁰⁴.

5.13 «Επιχείρηση Χυμένο Μολύβι»-Λωρίδα της Γάζας (2009)²⁰⁵

Στις 27 Δεκ 2008, το Ισραήλ, επικαλούμενο εκτόξευση παλαιστινιακών ρουκετών, βομβαρδίζει την Γάζα και την 4 Ιαν 2009, εισβάλλει εναντίον της Χαμάς, επιχειρώντας με τον κωδικό «Χυμένο Μολύβι». Κατά τις επιχειρήσεις χρησιμοποιήθηκαν όλα τα σύγχρονα μέσα ΨΕΠ, από τους αντιμαχόμενους.

5.13.1 Ισραήλ

Το Ισραήλ έθεσε ως στόχο την Χαμάς, προς διχασμό των Παλαιστίνιων. Έδωσε μεγάλη βαρύτητα στη χρήση της νέας τεχνολογίας, με παρεμβολές στην εχθρική τηλεόραση, χρήση μηνυμάτων κινητών τηλεφώνων και εκμετάλλευση του διαδικτυακού κόμβου «YouTube», στον οποίο πρωτοτύπησε με τη δημιουργία επίσημης ιστοσελίδας των IDF (Israel Defense Forces)²⁰⁶. Απαγόρευσε σε δημοσιογράφους διεθνών ΜΜΕ να εισέλθουν στη λωρίδα της Γάζας, για να ελέγχει τις αρνητικές γι' αυτό ειδήσεις.

5.13.2 Χαμάς

Η Χαμάς υστέρησε, όπως αναμενόταν, στις τακτικές ΨΕ, διεξήγαγε όμως εξαιρετες στρατηγικές ΨΕ, προβάλλοντας ανατριχιαστικές εικόνες θυμάτων. Χρησιμοποίησε το διαδίκτυο και μηνύματα κινητών τηλεφώνων, για προπαγανδιστικούς λόγους. Διεξήγαγε επιχειρήσεις στα ΜΜΕ (ραδιόφωνο και τηλεόραση) με δύο εκπροσώπους, ο ένας από τους οποίους μιλούσε αγγλικά και ο άλλος αραβικά. Σε ιστοσελίδες της Χαμάς κυκλοφόρησαν πριν από την έναρξη των επιχειρήσεων προκηρύξεις - αφίσες εναντίον των Ισραηλινών. Τα μηνύματα ήταν απλά και σύντομα με στόχο τον εκφοβισμό των στρατιωτών και των πολιτών του Ισραήλ²⁰⁷.

5.14 Islamic State (IS) και Διαδικτυακή Προπαγάνδα

Η αναβίωση της al Qaeda σε συνδυασμό με την άνοδο των τζιχαντιστών που παρατηρούμε στις μέρες μας, κατάφεραν να ανατρέψουν το πολιτικό σκηνικό στο Ιράκ, τη Συρία και τα γειτονικά τους κράτη. Λαμβάνοντας υπόψη τις επιθέσεις των τζιχαντιστών, σε περιοχές πολύ μακριά από τη Μέση

²⁰⁴ Στο ίδιο, σ. 105-106-107.

²⁰⁵ Ιωάννης Πασχαλίδης, «Ψυχολογικές επιχειρήσεις. Σύγκρουση στη λωρίδα της Γάζας», Αμυντική Επιθεώρηση, Τεύχος 75, Φεβ 2009, σ. 52-58.

²⁰⁶ Επίσημη ιστοσελίδα των IDF (Israel Defense Forces), <http://www.idf.il/1283-en/Dover.aspx>, τελευταία πρόσβαση 16 14:00 Μαΐ 2015.

²⁰⁷ Δημήτριος Ξογιάννης, ό.π., σ. 40-41.

Ανατολή, όπως εκείνη στις 07 Ιανουαρίου 2015 στα γραφεία της γαλλικής σατιρικής εβδομαδιαίας εφημερίδας Charlie Hebdo, διαπιστώνουμε ότι η όλη κατάσταση του τζιχαντισμού, έχει ανατρέψει το πολιτικό σκηνικό, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, όχι μόνο στο Ιράκ και τη Συρία, αλλά έχει βαθιές επιπτώσεις στην παγκόσμια πολιτική σκηνή, με ολέθριες συνέπειες για όλους μας. Το μέγιστο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η διεθνής κοινωνία είναι η «προέλαση» του τζιχάντ μέσω του διαδικτύου και η διαδικτυακή προπαγάνδα του «Ισλαμικού Κράτους».

Η εκτέλεση, με απίστευτη αγριότητα, δεκάδων στρατιωτών και πολιτών, η κακοποίηση γυναικών, καθώς και η στρατολόγηση παιδιών είναι τα κυρίαρχα θέματα που παρατηρούμε στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Η διαδικτυακή δραστηριότητα των τζιχαντιστών είναι εκλεπτυσμένη και μελετημένη με κάθε λεπτομέρεια. Η προπαγάνδα, μέσω των λογαριασμών που διατηρούν οι Τζιχαντιστές στο Twitter και στο Facebook, εξαπλώνεται με αμείωτο ρυθμό, λόγω της εύκολης πρόσβασης και χρήσης αυτών. Όπως τονίζει ο Τζέι Μ. Μπέργκερ, συγγραφέας και ειδικός για θέματα που σχετίζονται με τα δημοφιλή δίκτυα και τον εξτρεμισμό, πρόκειται για έναν συνδυασμό φιλόδοξης στρατιωτικής καμπάνιας και εξαιρετικά φιλόδοξης καμπάνιας δημοσίων σχέσεων. Από την αντίπερα όχθη, οι πολέμιοι του Ισλαμικού κράτους στην προσπάθειά τους να περιορίσουν το φαινόμενο της; «προέλασης» των τζιχαντιστών διαδικτυακής προπαγάνδας απαγορεύουν την πρόσβαση στο Twitter και στο Facebook, καταργούν λογαριασμούς στα αντίστοιχα blogs, επισημαίνοντας πως οι κανονισμοί που ισχύουν, αφορούν στη βία, τις απειλές και την παράνομη χρήση του προφίλ²⁰⁸.

Η προπαγάνδα των ισλαμιστών αποσκοπεί κυρίως στην στρατολόγηση ατόμων, ανεξαρτήτως φυλής, κράτους, έθνους, πολιτικοκοινωνικών πεποιθήσεων, θρησκείας (με τη μόνη προϋπόθεση να εξισλαμιστούν), με σκοπό την διατήρηση και την αύξηση της οροφής των στρατιωτικών τους δυνάμεων, την εύρεση «νυφών του τζιχάντ», δηλαδή ανήλικων, έφηβων κοριτσιών, που χρησιμοποιούνται ως κοινόχρηστα αντικείμενα σεξουαλικής εκτόνωσης. Το IS κάνει την πιο επιθετική στρατολόγηση γυναικών από οποιαδήποτε άλλη τρομοκρατική ομάδα. Τις δλεάζει παρουσιάζοντας μια ψεύτικη, ωραιοποιημένη εικόνα για το πώς είναι η ζωή στη Συρία, λέει ο Μάικλ Στάινμπαχ, επικεφαλής του Τμήματος Αντιτρομοκρατίας του FBI. Επίσης οι Η.Π.Α. δήλωσαν μέσω του FBI, ότι δεν υπάρχουν πολλά μέσα για να ανακόψει το ρεύμα αυτό και ότι είναι δύσκολο να παρακολουθείται ο κάθε Αμερικάνος πολίτης που ταξιδεύει στο εξωτερικό για να ενταχθεί σε τρομοκρατικές οργανώσεις, όπως το «Ισλαμικό Κράτος»²⁰⁹.

Το Ισλαμικό Κράτος είναι η πρώτη οργάνωση αυτού του είδους που κατανοεί την επίδραση των μέσων μαζικής δικτύωσης. Μία από τις μοναδικές τακτικές που χρησιμοποιεί είναι η αποκέντρωση της προπαγάνδας της. Το Ισλαμικό Κράτος έχει μεγιστοποιήσει τον έλεγχο του μηνυματός της, εκχωρώντας τον έλεγχο της μετάδοσής του. Χρησιμοποιεί επίσης λιγότερο γνωστά μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Quitter. Ανεβάζουν επίσης ηλεκτρονικούς συνδέσμους (links) στο justpaste.it, μια ιστοσελίδα με έδρα

²⁰⁸ Δανάη Δασοπούλου, «Ιράκ: Οι σουνίτες τζιχαντιστές προελαύνουν με «όπλα» το Twitter και το Facebook», [protothema.gr](http://www.protothema.gr), 17 19:36 Ιουν 2014, <http://www.protothema.gr/world/article/388038/me-opla-tous-to-twitter-kai-to-facebook-oi-tzihadistes-tou-ikil-katakoun-to-irak/>, τελευταία πρόσβαση 17 09:50 Μαί 2015.

²⁰⁹ Ειρήνη Μητροπούλου, «Η 20χρονη Σκωτσέζα που στρατολογεί νύφες για τον τζιχάντ», [tovima.gr](http://www.tovima.gr), 25 05:45 Φεβ 2015 <http://www.tovima.gr/world/article/?aid=680029>, τελευταία πρόσβαση 17 10:50 Μαί 2015.

στην Πολωνία, για να μοιράζονται links, ταινίες και πολλά άλλα δεδομένα. Οι περισσότεροι οπαδοί του IS ήταν παιδιά όταν έγιναν οι επιθέσεις της 11ης Σεπτεμβρίου. Είναι μια νέα γενιά που έχει μια εντελώς διαφορετική άποψη για τον παγκόσμιο τζιχάντ. Για αυτούς, η Αλ Κάιντα είναι μια οργάνωση γέρων. Αλλά το IS είναι νέο και μοντέρνο. Παρ'όλα αυτά, ο Οσάμα Μπιν Λάντεν εξακολουθεί να είναι ο ήρωάς τους. Φωτογραφίες του βρίσκονται στις ιστοσελίδες των πολυάριθμων οπαδών του IS. Η ιδεολογία είναι η ίδια, η στρατηγική είναι διαφορετική²¹⁰.

²¹⁰ tovima, «FBI: Οι τζιχαντιστές είναι άριστοι γνώστες των κοινωνικών δικτύων», [tovima.gr](http://www.tovima.gr), 21 13:31 Νοε 2014, <http://www.tovima.gr/world/article/?aid=652703>, τελευταία πρόσβαση 17 11:10 Μαι 2015.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΕΠΙΛΟΓΟΣ

6.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η θεσμοθέτηση του τρόπου λειτουργίας των ΜΜΕ κρίθηκε επιβεβλημένη και αναγκαία, με αντικειμενικό σκοπό τη διασφάλιση της ελευθεροτυπίας και της ελευθεροστομίας του ανθρώπου, λόγω της παρέμβασης και της χειραγώγησης που ασκείται στα μέσα ενημέρωσης. Τα δύο αυτά φαινόμενα είναι διαχρονικά και διαφοροποιούν σε μεγάλο βαθμό το περιβάλλον, στο οποίο δραστηριοποιείται ένα κράτος ή ένας συνασπισμός κρατών. Σκεπτικισμός, δυσπιστία και επιφύλαξη είναι τα κυρίαρχα συναισθήματα των πολιτών για τα ΜΜΕ. Ένα διαρθρωμένο σταθερά κοινωνικό σύστημα, ενδέχεται να υποστεί ανακατατάξεις, κρίσεις και γενικά να κυριαρχεί η αβεβαιότητα και η μεταβολή. Η ανάγκη θεσμοθέτησης των αξιών εξαρτάται από τη σοβαρότητα της κρίσης ή της εκάστοτε μεταβολής ενός συστήματος. Ο βαθμός αυτονόμησης των ΜΜΕ, έναντι της πολιτικό-οικονομικής εξουσίας, είναι ο σπουδαιότερος παράγοντας για την αμερόληπτη ενημέρωση των πολιτών.

Το σημαντικότερο κρίκο στην αλυσίδα, Ένοπλες Δυνάμεις-κρίσεις-επιχειρήσεις- ΜΜΕ, αποτελεί η κοινή γνώμη. Η αλληλεπίδραση ΜΜΕ, κοινής γνώμης, εξωτερικής πολιτικής, αλλά και ενόπλων δυνάμεων, συνθέτει ένα πολύπλοκο «πάζλ». Σε περίοδο εντάσεων, κρίσεων και επιχειρήσεων, το κρατικό συμφέρον συγκρούεται με την ελευθερία του τύπου. Βασική προϋπόθεση για την επίτευξη των στόχων που θέτει μία πολιτική ηγεσία είναι ότι, η κυβέρνηση θα πρέπει να είναι σε αρμονία με τον λαό. Όταν ο λαός πιστεύει ότι η πολιτική του ηγεσία είναι χρηστή, εξασφαλίζεται η κινητοποίησή του για την επίτευξη των στόχων της υψηλής στρατηγικής που έχει χαράξει η πολιτική ηγεσία. Η εσωτερική νομιμοποίηση για την αντιμετώπιση μίας κρίσεως, έντασης ή σύρραξης αφορά στη στόχευση της κοινωνικής συνείδησης και στην αιτιολογική βάση των επιχειρήσεων που θα αναληφθούν, καθόσον σήμερα καμία κοινωνία δεν είναι διατεθειμένη να εμπλακεί σε πόλεμο, εάν δεν πεισθεί για το δίκαιο του πολέμου. Κατά τη διάρκεια των κρίσεων, εντάσεων και συρράξεων, η «ελεγχόμενη» ενημέρωση του κοινού, του τύπου και του προσωπικού των Ενόπλων Δυνάμεων, είναι καλύτερη από τη φήμωση και την απομόνωση του Θεάτρου Επιχειρήσεων, μέσα στο οποίο εξελίσσονται οι επιχειρήσεις, διότι διαφορετικά θα οδηγηθούμε στην οργιάζουσα φαντασία του κοινού. Η ενημέρωση του κοινού βοηθά στην αύξηση της κατανόησης, της αφοσίωσης, της πειθαρχίας και της θέλησης για νίκη.

Στον Ελλαδικό χώρο τα media και ιδιαίτερα η ραδιοτηλεόραση, φέρνει πιο έντονα τα σημάδια της εξάρτησης από το Κράτος. Σε αυτή την εξέλιξη συνετέλεσε αποφασιστικά το γεγονός, ότι από τα πρώτα τους βήματα τόσο το Ραδιόφωνο, όσο και η Τηλεόραση πέρασαν κάτω από τον κρατικό έλεγχο, χωρίς ποτέ να μπορέσουν, όπως ο Τύπος, να εξασφαλίσουν τη συνταγματική κατοχύρωση της ανεξαρτησίας τους. Η Τουρκική απειλή για την Ελλάδα, συνθέτει μια εναλλαγή επίδειξης δύναμης με εικονική φιλία, σκιαγραφώντας το μοντέλο της «φιλανδοποίησης». Η επιρροή των ΜΜΕ στην εξωτερική πολιτική συνίσταται άμεσα, στην απευθείας ανάμειξή τους σε διαπραγματεύσεις ή δημοσιογράφων σε ρόλο διπλωματικών μεσαζόντων και στη λειτουργία τους

ως πηγές πληροφόρησης. Στον Ελλαδικό χώρο, τα Media, εκμεταλλευόμενα την πολιτική αναβλητικότητα, πρωταγωνιστούν στα εθνικά θέματα. Τούτο καθίσταται επικίνδυνο και απαιτεί προσπάθεια χειραγώγησης των ΜΜΕ κατά τις κρίσεις. Διαφορετικά αν δράσουν ανεξέλεγκτα, έχουν τη δυνατότητα να αποσαθρώσουν το εσωτερικό μέτωπο με δυσάρεστα αποτελέσματα. Οι διεθνείς εξελίξεις και ιδιαίτερα οι εξελίξεις στη Μ. Ανατολή που μας αφορούν άμεσα, αλλά και αυτές που προκαλούνται από την Τουρκία, επιτάσσουν τη σοβαρότερη ενασχόληση με τις επιχειρήσεις ΜΜΕ, που αποτελούν τον «συνδετικό κρίκο» μεταξύ Ε.Δ. και κοινής γνώμης, τόσο στις συμβατικές επιχειρήσεις, όσο και στις πολυεθνικές.

Στη σύγχρονη κοινωνία, οι άνθρωποι τείνουν όλο και περισσότερο να επηρεάζονται από τις πηγές ενημέρωσης, αναφορικά με τη γνώση και το προσανατολισμό τους, καθώς και με το τι συμβαίνει στη κοινωνία τους. Το είδος και ο βαθμός εξάρτησης εξαρτώνται, από το βαθμό μεταβολής της κοινωνίας και από το βαθμό πληροφόρησης που παρέχουν τα ΜΜΕ. Οι Νέες Τεχνολογίες και ιδιαίτερα οι Web - based κοινότητες (π.χ. δικτυακοί τόποι κοινωνικής δικτύωσης, blogs) έχουν αποκτήσει τεράστια δυναμική και δύναμη ταυτόχρονα και έχουν τη δυνατότητα από το να επηρεάσουν και να ενώσουν κοινωνικές ομάδες διαφορετικές μεταξύ τους, μέχρι και να αποτελέσουν το εφελκυστικό μιας εξέγερσης. Όταν ένα σύστημα μέσων επικοινωνίας είναι ανεπτυγμένο, ικανό και ανταποκρίνεται στις ανάγκες της κοινωνίας, τότε θα αποτελεί το κέντρο της κοινωνίας και τα μέλη της θα εξαρτώνται από αυτό. Εάν υπάρχουν εναλλακτικές πηγές πληροφόρησης, τότε η εξάρτηση του κοινού από τα ΜΜΕ θα είναι μικρότερη. Ο σύγχρονος άνθρωπος, αδύναμος να καταστεί ειδικός σε όλο το φάσμα των θεμάτων που καλύπτουν οι πληροφορίες, αναγκάζεται να επηρεαστεί από αυτές. Η αυξανόμενη ροή της πληροφόρησης έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της γνώσης και την αύξηση των κενών πληροφόρησης για ένα συγκεκριμένο θέμα. Τα νέα μέσα επικοινωνίας είναι πιθανό να τείνουν στην διεύρυνση των κενών πληροφόρησης, επειδή η χρήση τους θα εξαρτηθεί από τα ενδιαφέροντα, τα κίνητρα και το υπόβαθρο γνώσης του ατόμου. Τέτοια μέσα είναι περισσότερο διαθέσιμα σε άτομα με καλύτερη μόρφωση και σε ομάδες με υψηλότερη κοινωνική θέση. Η υπερπληροφόρηση δημιουργεί στον δέκτη μια δυσκολία εύρεσης της χρήσιμης ή κατάλληλης πληροφορίας για αυτόν, ανάμεσα στον όγκο πληροφοριών, που μπορεί να είναι αντιφατικές και ανακόλουθες. Επιπλέον αυτή η υπερτροφοδότηση του ατόμου με πληροφορίες, του δημιουργεί πρόβλημα ως προς τη διαχείριση, την επεξεργασία και την αποθήκευση αυτών. Αποτέλεσμα της «αφθονίας» των πληροφοριών, είναι να αποκρύπτουμε έμμεσα την πληροφορία που θέλουμε από το κοινό.

Η χρησιμοποίηση και η δραστηριοποίηση των ΜΜΕ από τις ΕΔ, αποσκοπεί στον επηρεασμό της τη ψυχοσύνθεση του κοινού. Οι Πληροφοριακές Επιχειρήσεις (ΠΕ) είναι συντονισμένες ενέργειες που αναλαμβάνονται σε περίοδο ειρήνης, κρίσης ή πολέμου, σε όλα τα επίπεδα (Στρατηγικό, Επιχειρησιακό, Τακτικό), προς υποστήριξη εθνικών, πολιτικών και στρατιωτικών Αντικειμενικών Σκοπών (ΑΝΣΚ), με τις οποίες υπονομεύονται η θέληση και συνοχή του αντιπάλου και επηρεάζεται η διαδικασία λήψης απόφασής του. Τα ΜΜΕ υποστηρίζουν τις ΠΕ, εξασφαλίζοντας μέσα στο πλαίσιο των κανόνων ασφαλείας, έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση για τους επιδιωκόμενους σκοπούς και την εξέλιξη των επιχειρήσεων. Επιπλέον αποτρέπουν την

παραπληροφόρηση, την παραπλάνηση, την προπαγάνδα, τη διάδοση ψευδών ειδήσεων και τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης από τα ΜΜΕ του εχθρού, ανταγωνιζόμενα αυτά σε αξιοπιστία, ταχύτητα και πληρότητα ενημέρωσης. Ο σημαντικότερος παράγοντας επιτυχίας, των θεμάτων ενημέρωσης κοινού, είναι η διατήρηση της αντικειμενικότητας και της εγκυρότητάς τους, καθόσον με αυτόν τον τρόπο αποφεύγεται η δημιουργία της εντύπωσης στα ΜΜΕ ή στο κοινό, ότι οι ενέργειες και οι δραστηριότητές τους καθοδηγούνται από τις ΨΕ. Κρίνεται αναγκαίος ο διαχωρισμός του εμπλεκόμενου προσωπικού στις επιχειρήσεις ΜΜΕ, που ασχολείται αυστηρά και μόνο με την ενημέρωση των Μέσων (ενημερώσεις τύπου), με αυτό που διεξάγει τις Ψυχολογικές Επιχειρήσεις (ΨΕ) και μάλιστα, με δικά του μέσα. Στα Σχέδια των ΨΕ πρέπει να συμπεριλαμβάνονται τα ΜΜΕ για την μείωση των δυνατοτήτων της εχθρικής προπαγάνδας και για την επίτευξη συνεργασίας των ΕΔ με τον φίλιο πληθυσμό. Η επιτυχία των ΨΕ εξαρτάται, από την πλήρη εναρμόνιση - συντονισμό της στρατηγικής με αυτήν των ΜΜΕ, απόκτηση σύγχρονων μέσων και υλικών διεξαγωγής ανεξάρτητων ΨΕ, καθώς επίσης και από το βαθμό εκπαιδύσεως του εμπλεκόμενου προσωπικού.

Η μη πρόσβαση του δημοσιογράφου στην πληροφορία του πεδίου μάχης, θα τον αναγκάσει να προβεί σε δική του εκτίμηση, που ενδέχεται να είναι λανθασμένη. Τα μοντέλα δημοσιογραφικής κάλυψης κρίσεων και επιχειρήσεων, πέρασαν από τον απλό πολεμικό ανταποκριτή, στο θεσμό των «media pools» και ακολούθως σε αυτό των «embedded journalists». Ο τελευταίος θεσμός βοηθά στην «ελεγχόμενη» ενημέρωση, την ευμενή κριτική και την «χειραγώγηση» των ΜΜΕ. Στις επιχειρήσεις των Η.Π.Α. στον Περσικό, στο Κόσσοβο και στο Αφγανιστάν, το αμερικανικό πεντάγωνο επέτρεψε την είσοδο του δημοσιογράφου μέσα στο πεδίο της μάχης και με αυτόν τον τρόπο, εισήγαγε τον «τηλεοπτικό πόλεμο», την παρακολούθηση ζωντανών σκηνών μάχης από το σπίτι και οδήγησαν στην σταδιακή εμφάνιση του «πολέμου της δημοσιογραφίας». Σε αυτόν τον πόλεμο επιστρατεύτηκαν, η σύγχρονη επικοινωνιακή τεχνολογία, τα παγκόσμια δίκτυα ενημέρωσης, οι ενημερώσεις τύπου και τα γραφεία πληροφόρησης. Παρακολουθήσαμε την καταστροφή στόχων, σε «real time» με τα «έξυπνα όπλα ακρίβειας», να εκμηδενίζουν τα αθώα θύματα και τη «κατασκευασμένη εικόνα» δεινών πολιτών για να δικαιολογηθούν επεμβάσεις. Το σύγχρονο πεδίο μάχης της δημοσιογραφίας είναι το διαδίκτυο, ένα οικονομικό και αποτελεσματικό μέσο ΨΕ.

5.1 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Αναμφίβολα τα ΜΜΕ αναδείχθηκαν σε ισχυρή εξουσία, όπου η ελευθερία έκφρασης και της πληροφόρησης, συγκρούεται με τα οικονομικά και εθνικά συμφέροντα. Σήμερα στην εποχή της εικόνας και της αστραπιαίας ενημέρωσης, οι Ένοπλες Δυνάμεις καλούνται να διαχειριστούν άμεσα και επιτυχώς τις αναφυόμενες και ταχέως εξελισσόμενες κρίσεις. Η επιδέξια ταύτιση του πολέμου με το θέαμα, απ' ενοχοποιεί τους θύτες και απαξιώνει τις ζωές των θυμάτων. Η δημοσιογραφική κάλυψη των επιχειρήσεων κατάντησε η οικονομικότερη τηλεοπτική υπερπαραγωγή.

Η εποχή μας, σηματοδοτείται από την είσοδο μιας νέας αρένας παράλληλα με αυτή των στρατιωτικών συγκρούσεων, «του πολέμου της δημοσιογραφίας». Στο σύγχρονο ταραχώδη κόσμο, πρωταγωνιστούν

συγκρούσεις χαμηλής έντασης και ασύμμετρες απειλές, σε ένα πεδίο μάχης μη γραμμικό, όπου ο στρατός δεν απολαμβάνει το μονοπώλιο του πεδίου και της πληροφορίας. Το πλήρες διαδραστικό αυτό περιβάλλον θα δημιουργήσει νέους όρους διεξαγωγής του πολέμου της ενημέρωσης, που πλέον θα ακολουθεί σε πραγματικό χρόνο τις εξελίξεις στο πεδίο της μάχης.

Πρέπει να συνειδητοποιήσουμε, συσχετίζοντας τις στρατιωτικές επιχειρήσεις με τα ΜΜΕ, ότι αυτός που διαθέτει την στρατιωτική ισχύ κερδίζει απλώς τη μάχη. Όμως, αυτός που κερδίζει την κοινή γνώμη διαμέσου των Μέσων Ενημέρωσης, κερδίζει τον πόλεμο.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Αδόλφος Χίτλερ, *Ο αγών μου*, Αθήνα, Κάκτος, 2006.
- ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Πληροφοριακών Επιχειρήσεων*, 2008.
- ΓΕΣ, *Εγχειρίδιο ενημέρωσης κοινού και τύπου*.
- Γιώργος Μαυρογένης, *Πολιτική επικοινωνία και ΜΜΕ στην εποχή της παγκοσμιοποίησης*, α' έκδοση, Αθήνα, Σταμούλη Α.Ε., 2008.
- Δημήτριος Ξογιάννης (Ανχης ΠΒ), *Η επίδραση και συνεργασία των ΕΔ-ΜΜΕ στο χειρισμό επιχειρήσεων και κρίσεων*, ΑΔΙΣΠΟ 2004.
- Ηλίας Κουσκουβέλης, *Λήψη αποφάσεων-Κρίση-Διαπραγμάτευση*, Αθήνα, Παπαζήση, 1997.
- Ιωάννης Καρακώστας, *Το Δίκαιο των ΜΜΕ*, Αθήνα-Κομοτηνή, Αντ. Ν. Σάκκουλα, 1998.
- Ιωάννης Παπαθεοδοσίου, Ανχης (ΔΒ), «Τα ΜΜΕ και η επίδραση στις ΕΔ σε περιόδους κρίσεως-συρράξεων», *Στρατιωτική Επιθεώρηση*, Νοε-Δεκ 2004.
- Ιωάννης Παπαθεοδοσίου, Ανχης (ΔΒ), «Τα ΜΜΕ στον πόλεμο του ΙΡΑΚ», *Στρατιωτική Επιθεώρηση*, Ιουλ-Αυγ 2004
- Ιωάννης Πασχαλίδης, «Ψυχολογικές επιχειρήσεις. Σύγκρουση στη λωρίδα της Γάζας», *Αμυντική Επιθεώρηση*, Τεύχος 75, Φεβ 2009.
- Κωνσταντίνος Κολιόπουλος, *Η Στρατηγική Σκέψη από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα*, β' έκδοση, Βάρη Αττικής, Ποιότητα, 2008.
- Νίκος Λεονάρδος, *Πολιτική οικονομία των ΜΜΕ*, Καστανιώτη, 2000.
- Παναγιώτης Μαυρόπουλος, *Εισαγωγή στη θεωρία του πολέμου και της στρατηγικής*, Αθήνα, χ.ε., 2012.
- Ρόη Παναγιωτοπούλου, *Η ψηφιακή πρόκληση. ΜΜΕ και δημοκρατία*, α' έκδοση, Αθήνα, Τυπωθήτω, 2003.
- Σπυρίδων Λίτσας, *Πόλεμος και ορθολογισμός θεωρητικές προεκτάσεις και στρατηγικές εφαρμογές*, Αθήνα, Ποιότητα, 2010.
- Στέλιος Παπαθανασόπουλος, *Πολιτική και ΜΜΕ*, Αθήνα, Καστανιώτη, 2004.
- *Σύνταγμα της Ελλάδας*, Ψήφισμα της Η' Αναθεωρητική Βουλή των Ελλήνων, 2008.

- Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης, *Η Ελληνοτουρκική σύγκρουση από την Κύπρο έως τα Ίμια 1995-1996. Η οπτική του τύπου*, Αθήνα, Ι. Σιδέρη, 1997.
- Χριστόδουλος Γιαλλουρίδης, *Η Ελληνο-Τουρκική σύγκρουση από την Κύπρο έως τα Ίμια τους S300 και το Ελσίνκι 1955-2000/Η θεωρία της επίδρασης – νέες επιστημονικές προσεγγίσεις*, Αθήνα, Ι. Σιδέρη, 2001.
- Beaufre (Στρατηγός), *Εισαγωγή στην Στρατηγική*, έκδοση ΓΕΣ/ΔΕΚΠ, 1987.
- Sun Zu, *Η Τέχνη του Πολέμου*, Θεσσαλονίκη, Βάνιας, 1992.

Έργα μεταφρασμένα στα ελληνικά

- Άλαν Άλμπαραν, *Η οικονομία των ΜΜΕ*, [μτφ Πένυ Φυλακτάκη], University Studio Press, 2004.
- Άσανζ Ζούλιαν, Τζεικομπ Απελμπάουμ, Μίλερ Μάγκουν Άντι, Τζέρεμι Ζίμερμαν, «Η στρατιωτικοποίηση του κυβερνοχώρου», *Cypherpunks: Η ελευθερία και το μέλλον του διαδικτύου*, [μτφ Κωνσταντίνος Κολιόπουλος], Βάρη Αττικής, Ποιότητα, 2013.
- ΓΕΕΘΑ/Τμήμα Ενημέρωσης Κοινού, *Στρατιωτική πολιτική διαχείρισης θεμάτων ενημέρωσης κοινού*, [μτφ MC0457/1], 2008.
- Ζερέ Φρανσουά, *Γιατί οι πόλεμοι; Ένας αγώνας γεωπολιτικής/4^η εξουσία- Παραγωγοί κοινής γνώμης*, [μτφ Ιωάννα Τζουρμάνη], Παπαζήση, 2005.
- Ιγνάσιο Ραμονέτ, *Η τυραννία των ΜΜΕ*, [μτφ Φωτεινή Μουρκούση], β' έκδοση, Αθήνα, Πόλις, 2000.
- Μαρία Κομνηνού, «Κριτικός διάλογος ή Κρίση του λόγου; Ερμηνεία για την διαφορετική θεωρητική προσέγγιση των ΜΜΕ στη δύση και στην Ελλάδα», στο Χρήστος Λυριντζής και Μαρία Κομνηνού, *Κοινωνία εξουσία και ΜΜΕ*, [μτφ Αλέξης Δέφνερ], β' έκδοση Αθήνα, Παπαζήση, 1989 και ΜΜΕ.
- Ντένις ΜακΚουέλ, *Εισαγωγή στη θεωρία της μαζικής επικοινωνίας*, [μτφ Στέλιος Παπαθανασόπουλος], Αθήνα, Καστανιώτη, 1999.
- Ντένις ΜακΚουέλ-ΣβενΒιντάλ, *Σύγχρονα μοντέλα επικοινωνίας για τη μελέτη της μαζικής επικοινωνίας*, [μτφ Κάτια Μεταξά], Αθήνα, Καστανιώτη, 2001.
- Ντίτερ Πρόκοπ, *Η δύναμη των μέσων και η επίδρασή τους στις μάζες*, [μτφ Ανθούλα Βηθενμάιερ], Λιβάνης, 1997.
- *Ο Πόλεμος του Κόλπου. Η τελική έκθεση του Υπουργείου Άμυνας των ΗΠΑ προς Κογκρέσο*, [μτφ Δημήτρης Σκαρβέλης (Στγος ΕΑ, Επίτιμος Α/ΓΕΕΘΑ)], Αθήνα, Φλώρος Ι.
- Ουμπέρτο Έκο, *Η σημειολογία στην καθημερινή ζωή*, [μτφ Αντώνης

Τσομπανόγλου], ε' έκδοση, Αθήνα, Μαλλιάρης-Παιδεία Α.Ε., 1985.

- Ουμπέρτο Έκο, *Κήνσορες και θεράποντες*, [μτφ Έφη Καλλιφατίδη], ε' έκδοση Γνώση, 1989.
- Ρόμπερτ Γκίλπιν, *Πόλεμος και αλλαγή στη διεθνή πολιτική*, [μτφ Κωνσταντίνος Κολιόπουλος], Αθήνα, Ποιότητα, 2004.
- Τζάκσον Ρόμπερτ-Σόρενσεν Τζορτζ, *Θεωρία και μεθοδολογία των διεθνών σχέσεων*, [μτφ Χαράλαμπος Κωνσταντινίδης], Αθήνα, Gutenberg, 2006.
- Τζον Μερσχάιμερ, *Γιατί οι πολιτικοί λένε ψέματα*, [μτφ Νίνα Μπούρη], β' έκδοση, Αθήνα, Πατάκη, 2012.
- Χρήστος Λυριντζής, «Θεωρητικές προσεγγίσεις στα ΜΜΕ» στο Χρήστος Λυριντζής και Μαρία Κομνηνού, *Κοινωνία εξουσία και ΜΜΕ*, [μτφ Αλέξης Δέφνερ], β' έκδοση, Αθήνα, Παπαζήση, 1989.
- Berridge G. R., *Διπλωματία. Θεωρία και πολιτική*, [μτφ Άγγελος Μορφόπουλος], Αθήνα, Κωνσταντίνου Τουρίκη, 2007.
- Francois J. C., «Τα νέα μέσα», στο Χρήστος Λυριντζής και Μαρία Κομνηνού, *Κοινωνία εξουσία και ΜΜΕ*, [μτφ Αλέξης Δέφνερ], β' έκδοση Αθήνα, Παπαζήση, 1989

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Athanasios Platias and Constantinos Coliopoulos, *Thucydides on strategy: Athenian and Spartan strategies in the Peloponnesian war and their relevance today*, Athens, ed. Eurasia, 2006.
- Robinson P., «The CNN effect The myth of news, foreign policy and intervention», Routledge, London and New York, 2002.
- Michael Brown, «Causes and Implications of Ethnic Conflict», *The Ethnicity Reader: Nationalism, Multiculturalism and Migration*, ed. PolityPress, 2010.
- *Public Affairs*, Joint Publication 3-61, NATO, 25 Aug 2010.

Πηγές στο διαδίκτυο

- Αθηναϊκό Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων <http://www.amna.gr/plain/317/παρουσίαση>, τελευταία πρόσβαση 17 14:42 Μαι 2015.
- Δανάη Δασοπούλου, «Ιράκ: Οι σουνίτες τζιχαντιστές προελαύνουν με «όπλα» το Twitter και το Facebook», [protothema.gr](http://www.protothema.gr), 17 19:36 Ιουν 2014, <http://www.protothema.gr/world/article/388038/me-opla-tous-to-twitter-kai-to-facebook-oi-tzihadistes-tou-ikil-kataktoun-to-irak/>, τελευταία πρόσβαση 17 09:50 Μαι 2015.
- Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης, <http://www.esr.gr/arxeion->

xml/pages/esr/esrSite/get-index, τελευταία πρόσβαση 17 16:55 Φεβ 2015.

- Ειρήνη Μητροπούλου, «Η 20χρονη Σκωτσέζα που στρατολογεί νύφες για τον τζιχάντ», [tovima.gr](http://www.tovima.gr), 25 05:45 Φεβ 2015 <http://www.tovima.gr/world/article/?aid=680029> , τελευταία πρόσβαση 17 10:50 Μαι 2015.
- Ελένη Παύλου, «Η εξέλιξη των media», [cjr.press.cy](http://www.cjr.press.cy) δημοσίευση 14 Δεκ 2013, <http://www.cjr.press.cy/%CE%B7-%CE%B5%CE%BE%CE%AD%CE%BB%CE%B9%CE%BE%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-media/> , τελευταία πρόσβαση 8 12:00 Μαρ 2015.
- Ελισάβετ Παστρικού, «Οι 13 μέρες που τρόμαξαν τον κόσμο», Το ΒΗΜΑ, δημοσίευση 14 Οκτ 2012 05:45, <http://www.tovima.gr/world/article/?aid=479371>, τελευταία πρόσβαση 15 16:33 Μαι 2015.
- Ευρωπαϊκή Σύμβαση των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου και Πρωτόκολλα της Σύμβασης, http://www.minedu.gov.gr/publications/docs2011/gre_conv_110418.pdf, σ. 12, τελευταία πρόσβαση 17 14:42 Μαι 2015.
- Χρήστος Φραγκονικολόπουλος, «Η επίδραση των παγκόσμιων δικτύων ενημέρωσης στην εξωτερική πολιτική & τις διεθνείς σχέσεις», Κέντρο Διεθνούς Πολιτικής Θεσσαλονίκης, http://files.mgkworld.net/cipt/docs/CIPTFragoni_koloroulosMediaFP.pdf, pdf, τελευταία πρόσβαση 15 19:00 Μαι 2015.
- [Barnes J. «The worst reported war since the Crimean», δημοσίευση 25 Feb 2002, <http://www.theguardian.com/media/2002/feb/25/broadcasting.falklands>, τελευταία πρόσβαση 15 17:10 Μαι 2015.](http://www.theguardian.com/media/2002/feb/25/broadcasting.falklands)
- Dennis M. Murphy, «Fighting Back: New media and military operations», U.S.Army College, Pennsylvania, 2008, http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/army-usawc/fighting_back_media.pdf.
- [ElisabethNoelle-Neumann, <http://www.afirstlook.com/docs/spiral.pdf>, τελευταία πρόσβαση 18 17:42 Δεκ 2015.](http://www.afirstlook.com/docs/spiral.pdf)
- Esiea <http://www.esiea.gr/katastatiko> /eisagogiko-arthro/, τελευταία πρόσβαση 26 23:45 Απρ 2015.
- IDF (Israel Defense Forces), <http://www.idf.il/1283-en/Dover.aspx>, τελευταία πρόσβαση 16 14:00 Μαι 2015.
- [kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr) «Ο άγνωστος πόλεμος της Γιουγκοσλαβίας. Όλμοι την κατάλληλη στιγμή & Διαστρέβλωση των γεγονότων», [kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr), δημοσίευση 24 Σεπ '95, <http://www.kathimerini.gr/kath/7days/1995/09/24091995.pdf>, τελευταία πρόσβαση 15 19:00 Μαι 2015.
- Major Johnson Mark-Major Jessica Meyeraan J. «MilitaryDeception: Hiding the real-Showing the fake», <http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/ndu/deception.pdf>, τελευταία πρόσβαση 17 21:43 Μαι 2015.

- Major. Raymond R. «The future military-media relationship: the media as an actor in war execution», AU/ACSC/0307/97-03, (1997), <http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/acsc/97-0307.pdf>, τελευταία πρόσβαση 17 21:54 Μαι 2015.
- [Mark Coeckelbergh, «What are you doing? Microblogging, the ordinary private and the primacy of the present», Department of Philosophy, University of Twente, Netherlands 2001, http://doc.utwente.nl/77357/1/WhatAreWeDoingCoeckelbergh.pdf](http://doc.utwente.nl/77357/1/WhatAreWeDoingCoeckelbergh.pdf), τελευταία πρόσβαση 17 19:10 Μαι 2015.
- [Martin D., CBS «Pentagon: WikiLeaks Endangers Soldiers, Afghans» δημοσίευση 29 05:58 July 2010, http://www.cbsnews.com/news/pentagon-wikileaks-endangers-soldiers-afghans/](http://www.cbsnews.com/news/pentagon-wikileaks-endangers-soldiers-afghans/), τελευταία πρόσβαση 16 21:27 Μαι 2015.
- [Minpress, http://www.minpress.gr/minpress /index/ministry. htm](http://www.minpress.gr/minpress/index/ministry.htm), τελευταία πρόσβαση 26 18:00 Απρ 2015.
- [naftemporiki.gr, «ΗΠΑ: Επικρίσεις για τη διαρροή απόρρητων αρχείων δέχεται ο ιστότοποςWikileaks», naftemporiki.gr, δημοσίευση 26 Ιουλίου 2010 17:46, http://www.naftemporiki.gr/story/282445/ipa-epikriseis-gia-ti-diarroi-aporriton-arxeion-dexetai-o-istotopos-wikileaks](http://www.naftemporiki.gr/story/282445/ipa-epikriseis-gia-ti-diarroi-aporriton-arxeion-dexetai-o-istotopos-wikileaks), τελευταία πρόσβαση 16 19:34 Μαι 2015.
- [naftemporiki.gr «Έρευνα: Μεγαλύτερη του αναμενομένου η αυτολογοκρισία στα social media», naftemporiki.gr, δημοσίευση 28 22:49 Αυγούστου 2014, http://www.naftemporiki.gr/story/849846/ereuna-megaluteri-tou-anamenomenou-i-autologokrisia-sta-social-media, %20%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B1%CE%AF%CE%B1%20%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CE%BA%CF%84%CE%B7%CF%83%CE%B7%203%2017:00](http://www.naftemporiki.gr/story/849846/ereuna-megaluteri-tou-anamenomenou-i-autologokrisia-sta-social-media), τελευταία πρόσβαση 17 17:42 Μαι 2015
- [news.in.gr, «Ανεξέλεγκτη διαρροή αρχείων του Wikileaks, στη «φόρα» ονόματα και ευαίσθητα στοιχεία» news.in.gr, δημοσίευση 01 18:30 Σεπ. 2011, http://news.in.gr/world/article/?aid=1231126331](http://news.in.gr/world/article/?aid=1231126331), τελευταία πρόσβαση 16 19:34 Μαι 2015.
- [Nohrstedt Stig A., «NewWarJournalism-Trends&Challenges», http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/279_nohrstedt%20ol.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/279_nohrstedt%20ol.pdf), σελ.97, τελευταία πρόσβαση 16 12:34 Μαι 2015.
- [Smith M. Ben Fenton in Washington and Anton La Guardia, «American 'body-bag syndrome is holding back Nato», The Telegraph,12:00AM GMT 21 Mar 2001, http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/1327353/American-body-bag-syndrome-is-holding-back-Nato.html](http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/1327353/American-body-bag-syndrome-is-holding-back-Nato.html), τελευταία πρόσβαση 16 13:00 Μαι 2015.
- [The press & the Military-American Intervention in Panama, American Forum-Inti Conflict/ Media, Reading 6H, http://www.globaled.org/curriculum/cm6h.html](http://www.globaled.org/curriculum/cm6h.html),

τελευταία πρόσβαση 15 18:19 Μαι 2015.

- Tom Shanker, «The Military-Media Relationship. A Dysfunctional Marriage?» Military review, September-October 2009, http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/milreview/shanker_mil_media.pdf, τελευταία πρόσβαση 4 Μαι 2015.
- tovima, «FBI: Οι τζιχαντιστές είναι άριστοι γνώστες των κοινωνικών δικτύων», *tovima.gr*, δημοσίευση 21 13:31 Νοε 2014, <http://www.tovima.gr/world/article/?aid=652703>, τελευταία πρόσβαση 17 11:10 Μαι 2015.
- Tvxs.gr, «Η κρίση των πυραύλων στην Κούβα», *Tvxs.gr*, δημοσίευση 15 09:58 Οκτ 2013 <http://tvxs.gr/news/%CF%83%CE%B1%CE%BD-%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B1/%CE%B7-%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CF%80%CF%85%CF%81%CE%B1%CF%8D%CE%BB%CF%89%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CE%BF%CF%8D%CE%B2%CE%B1>, τελευταία πρόσβαση 15 16:00 Δεκ 2015.
- Yale Law School, The Avalon Project: «the Cuban Missile Crisis. Memorandum of conversation between Alexander Fomin of the Soviet Embassy & John Scali of the American Broadcasting Corporation», [http://avalon.law.yale.edu/20th century/msc_cuba195.asp](http://avalon.law.yale.edu/20th_century/msc_cuba195.asp), τελευταία πρόσβαση 15 16:33 Μαι 2015.

Διαλέξεις

- Αθανάσιος Σαμαράς, *Σχέσεις ΜΜΕ-Κράτους-Ε.Δ.*, Διάλεξη στη ΣΕΘΑ, Αθήνα, 2010.
- Θεόδωρος Πελαγίδης, *Αρχές της Μακροοικονομικής*, Διάλεξη στη ΣΕΘΑ, 2015.
- Κωνσταντίνος Μπαλωμένος, *Η επικοινωνιακή διαχείριση κρίσεων*, Διάλεξη στη ΣΕΘΑ 2015.
- Κωνσταντίνος Μπαλωμένος, *Περιβάλλον εκδήλωσης εκτάκτων αναγκών και καταστάσεων κρίσεων*, Διάλεξη στη ΣΕΘΑ 2015.
- Λιαρόπουλος Α., *Ο ρόλος της προπαγάνδας και των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων/ΨΕΠ στο ΙΡΑΚ*, Διάλεξη στη ΑΔΙΣΠΟ, 2009.
- Χαράλαμπος Τσαρδανίδης, *Ο ρόλος & η επιρροή των ΜΜΕ στη Διαμόρφωση της Εξωτερικής Πολιτικής*, Διημερίδα ΑΔΙΣΠΟ, Δεκ 2004.

Αδημοσίευτες Εργασίες

- Δημήτριος Ξογιάννης (Άνχης ΠΒ), *Η επίδραση και συνεργασία των ΕΔ-ΜΜΕ στο χειρισμό επιχειρήσεων και κρίσεων*, ΑΔΙΣΠΟ 2004.

