

ΓΝΩΣΤΑ ΚΑΙ ΑΓΝΩΣΤΑ

Γράφει ο Αντώνης Αμπατζής → ampandonis@gmail.com



ΗΣΥΧΗ ΖΩΗ. Η ψευδαίσθηση της καθημερινότητας μας

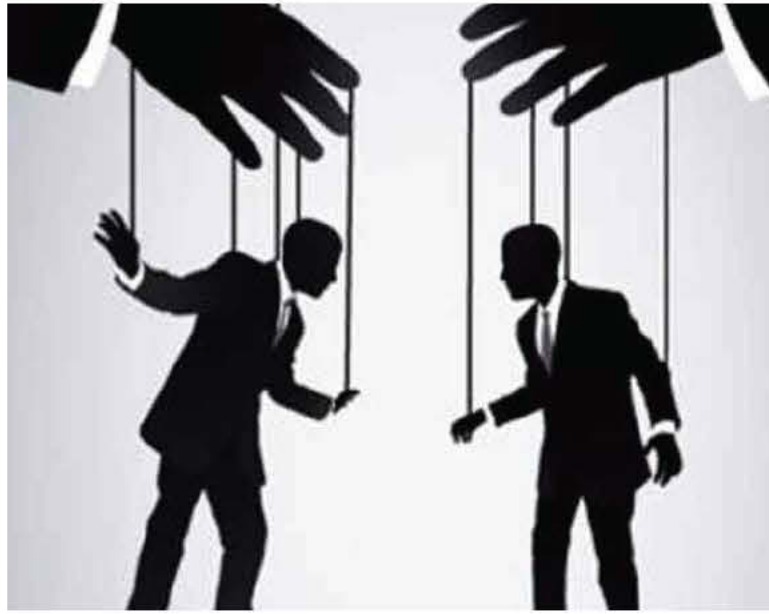
Εδώ στην Αυστραλία ζούμε σε ένα δημοκρατικό και ελεύθερο περιβάλλον. Έχουμε την δυνατότητα της επιλογής, αν για παράδειγμα δεν μας αρέσει ένα πολιτικό κόμμα μπορούμε μέσω της ψήφου να το κατακρίνουμε. Επίσης έχουμε πρόσβαση και στην πληροφορία. Ο καθένας μας μπορεί να βρει αυτό που θέλει και να διαβάσει ή να δει ότι επιθυμεί χωρίς λογοκρισία. Βέβαια ανάλογα γίνεται σχεδόν σε όλες τις πολιτισμένες χώρες του κόσμου. Το κοινό δείχνει να έχει την δική του ελευθερία, χωρίς να χειραγωγείται από κάποια ανώτερη δύναμη. Είναι όμως έτσι τα πράγματα ή μήπως συμβαίνει το ακριβώς αντίθετο. Στην Αυστραλία το μονοπώλιο της είδησης δια μέσου μεγάλων τράστ όπως των εκδοτικών συγκροτημάτων του Μέρτοχ μπορεί να διαμορφώνει και να κατευθύνει τα πράγματα όπου θέλει αυτό. Ας πάμε όμως να δούμε μικρά παραδείγματα και τεχνικές που χρησιμοποιούνται για τη χειραγώγηση της κοινής γνώμης. Παρατηρήσεις για τους θεσμούς που διαμορφώνουν τη σκέψη του κοινού και οι οποίοι βρίσκονται στην υπηρεσία της ισχύος και του κέρδους.

1. Η τεχνική της διασκέδασης. Πρωταρχικό στοιχείο του κοινωνικού ελέγχου, η τεχνική της διασκέδασης συνίσταται στη στροφή της προσοχής του κοινού από τα σημαντικά προβλήματα και από τις μεταλλαγές που αποφασίστηκαν από τις πολιτικές και οικονομικές ελίτ, με ένα αδιάκοπο καταιγισμό διασκεδαστικών και ασήμαντων λεπτομερειών.... Για παράδειγμα η αυστραλέζικη τηλεόραση είναι γεμάτη από εκπομπές τύπου ριάλιτι. The Voice, Master Chef, The Block

Η τεχνική της διασκέδασης είναι επίσης απαραίτητη για να αποτραπεί το κοινό από το να ενδιαφερθεί για ουσιαστικές πληροφορίες στους τομείς της επιστήμης, της οικονομίας, της Ψυχολογίας και της Κυβερνητικής.

2. Η τεχνική της δημιουργίας προβλημάτων, και στη συνέχεια παροχής των λύσεων

Αυτή η τεχνική ονομάζεται επίσης «πρόβλημα-αντίδραση-λύση». Πρώτα δημιουργείτε ένα πρόβλημα, μια «έκτακτη κατάσταση» για την οποία μπορείτε



Μήπως είμαστε πιόνια;

να προβλέψετε ότι θα προκαλέσει μια συγκεκριμένη αντίδραση του κοινού, ώστε το ίδιο να ζητήσει εκείνα τα μέτρα που εύχεστε να το κάνετε να αποδεχτεί.

Για παράδειγμα: αφήστε να κλιμακωθεί η αστική βία, ή οργανώστε αιματηρές συμπλοκές, ώστε το κοινό να ζητήσει τη λήψη μέτρων ασφαλείας που θα περιορίζουν τις ελευθερίες του. Τρανό παράδειγμα στο Σίδνεϊ ήταν η ομημία στο Μαρτιν Πλέις και αυτό που ακολούθησε. Ακόμα χειρότερο παράδειγμα μπορούμε να πάρουμε από την οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα: δημιουργία μιας οικονομικής κρίσης για να κάνει το κοινό να δεχτεί ως αναγκαίο κακό τον περιορισμό των κοινωνικών δικαιωμάτων και την αποδόμηση των δημοσίων υπηρεσιών.

3. Η τεχνική της υποβάθμισης. Η αγαπημένη μέθοδος των τενοκρατών. Το έχουμε δει να εφαρμόζεται σχεδόν σε όλα τα αναπτυγμένα κράτη με μεγάλη επιτυχία.

Για να κάνει κάποιος αποδεκτό ένα απαράδεκτο μέτρο, αρκεί να το εφαρμόσει σταδιακά για μια διάρκεια 10 ετών. Με αυτόν τον τρόπο επιβλήθηκαν ριζικά νέες

κοινωνικο-οικονομικές συνθήκες (νεοφιλελευθερισμός) στις δεκαετίες του 1980 και 1990. Τα αποτελέσματα τους τα βλέπουμε σήμερα. Απο μαζική ανεργία, αβεβαιότητα, «ευελιξία», μετακινήσεις, μισθοί που δεν διασφαλίζουν πια ένα αξιοπρεπές εισόδημα: τόσες αλλαγές, που θα είχαν προκαλέσει επανάσταση, αν είχαν εφαρμοστεί αιφνιδίως και βίαια. Στην Αυστραλία έχει να κάνει με την μορφή της εργασίας. Πόσα ζευγάρια πλέον δεν δουλεύουν full time αλλά υποαπασχολούνται;

4. Η στρατηγική της αναβολής. Ένας άλλος τρόπος για να γίνει αποδεκτή μια αντιλαϊκή απόφαση είναι να παρουσιάσει ως «οδυνηρή αλλά αναγκαία», αποσπώντας την συναίνεση του κοινού στο παρόν, για την εφαρμογή της στο μέλλον. Είναι πάντοτε πιο εύκολο να αποδεχτεί κάποιος αντί μιας άμεσης θυσίας μια μελλοντική. Πρώτα απ'όλα, επειδή η προσπάθεια δεν πρέπει να καταβληθεί άμεσα.

Στη συνέχεια, επειδή το κοινό έχει πάντα την τάση να ελπίζει αφελώς ότι «όλα θα πάνε καλύτερα αύριο» και ότι μπορεί, εντέλει, να αποφύγει τη θυσία που του ζήτησαν. Τέλος, μια



Εφημερίδες του Μέρτοχ εξακολουθούν να βάζουν γυμνά πρωτοσέλιδα



τέτοια τεχνική αφήνει στο κοινό ένα κάποιο χρονικό διάστημα, ώστε να συνηθίσει στην ιδέα της αλλαγής, και να την αποδεχτεί μοιρολατρικά, όταν κριθεί ότι έφθασε το πλήρωμα του χρόνου για την τέλεσή της. Συνήθως αφορά εισπρακτικά μέτρα της κυβέρνησης. Π.χ αύξηση στο GST για να καλυφθεί το έλλειμμα.

5. Η στρατηγική του να απευθύνεται στο κοινό σαν να είναι μωρά παιδιά

Η πλειονότητα των διαφημίσεων που απευθύνονται στο ευρύ κοινό χρησιμοποιούν έναν αφηγηματικό λόγο, επιχειρήματα, πρόσωπα και έναν τόνο ιδιαίτερως παιδικό, εξουθενωτικά παιδιάστικο, σαν να ήταν ο θεατής ένα πολύ μικρό παιδί ή σαν να ήταν διανοητικώς ανάπηρος. Όσο μεγαλύτερη προσπάθεια καταβάλλεται να εξαπατηθεί ο θεατής, τόσο πιο παιδιάστικος τόνος υιοθετείται από τον διαφημιστή. Αν ανοίξετε τώρα την τηλεόραση σας και δείτε μερικές διαφημίσεις θα καταλάβετε τι εννοώ.

6. Η τεχνική του να απευθύνεται στο συναίσθημα μάλλον παρά στη λογική

Η επίκληση στο συναίσθημα είναι μια κλασική τεχνική για να βραχυκυκλωθεί η λογική ανάλυση, επομένως η κριτική μας αντίληψη. Π.χ η επιθυμία για ένα καινούργιο αμάξι όταν

αυτό που έχουμε είναι μόλις ενός χρόνου.

7. Η τεχνική του να είναι το κοινό σε άγνοια και ανοησία. Συνίσταται στο να κάνει κάποιος το κοινό να είναι ανίκανο να αντιληφθεί τις τεχνολογίες και τις μεθοδολογίες που χρησιμοποιείτε για την υποδούλωσή του. Παράδειγμα η ποιότητα της εκπαίδευσης. Τα παιδιά που πηγαίνουν στα ακριβά κολλέγια τους παρέχετε καλύτερη μόρφωση ενώ στις κατώτερες κοινωνικές τάξεις η εκπαίδευση πρέπει να είναι πιο φτωχή, ώστε το κενό της άγνοιας που χωρίζει τις κατώτερες τάξεις από τις ανώτερες τάξεις να μη γίνεται αντιληπτή από τις κατώτερες.

8. Η τεχνική του να ενθαρρύνει το κοινό να αρέσκειται στη μετριότητα

Συνίσταται στο να παρακινεί το κοινό να βρίσκει «cool» ό,τι είναι ανόητο, φτηνιάρικο και ακαλλιέργητο. Πολλά παραδείγματα αν πάρουμε ένα λεωφορείο και προσέξουμε τους γύρω μας.

9. Η τεχνική του να αντικαθιστάς την εξέγερση με την ενοχή. Συνίσταται στο να κάνεις ένα άτομο να πιστεύει ότι είναι το μόνο υπεύθυνο για την συμφορά του, εξαιτίας της διανοητικής ανεπάρκειάς του, της ανεπάρκειας των ικανοτήτων του ή των προσπαθειών του. Έτσι, αντί να εξεγείρεται εναντίον του οικονομικού συστήματος, απαξιώνει τον ίδιο τον εαυτό του και αυτο-ενοχοποιείται. Για παράδειγμα. Για το έλλειμμα της αυστραλιανής κυβέρνησης φταίει πράγματι ο απλός κόσμος ή οι διαχειριστές του;

10. Η τεχνική του να γνωρίζεις τα άτομα καλύτερα από όσο γνωρίζουν τα ίδια τον εαυτό τους. Οι αγορές που κάνουμε στο σουπερ μάρκετ και τα στοιχεία που κρατούν οι μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων, γνωρίζοντας έτσι της καταναλωτικές συνήθειες μας.

Το σύστημα έφτασε να γνωρίζει τον μέσο άνθρωπο καλύτερα απ' όσο γνωρίζει ο ίδιος τον εαυτό του. Αν όμως υπάρξει έστω μια φευγαλέα στιγμή αφύπνισης όλο το οικοδόμημα καταστρέφεται και πέφτει όπως μια κουρτίνα, και το κυριότερο η κουρτίνα αυτή δεν μπορεί να αναρτηθεί ξανά.



Μονοπώλιο στην Αυστραλία