

# ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΤΕΥΧΟΣ 1 | ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ 2013 | € 3.00

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ ΤΟΥ

**COLUMBIA  
JOURNALISM  
REVIEW**

**ARIANNA HUFFINGTON**  
η Βασίλισσα της Δικτύωσης

**Κρίση και δημοσιογραφία**  
ΔΙΑΠΛΟΚΗ, ΛΟΓΟΚΡΙΣΙΑ, ΑΥΤΟΛΟΓΟΚΡΙΣΙΑ

ΓΡΑΦΟΥΝ:

Κωνσταντίνος Αγγελόπουλος

Θανάσης Βασιλείου

Σπύρος Α. Βρετός

Βάγια Καϊμάκη

Γιώργος Κέντας

Σταύρος Λυγερός

Δημήτρης Νόλλης

Νίκος Ξυδάκης

Αντώνης Δ. Παπαγιαννίδης

Βασίλης Σωτηρόπουλος

Μαρίνα Τζόκα



ISSN 2241-6137



9 772241 613004

32



ΜΕΤΑΜΕΣΟΝΥΚΤΙΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ & ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ

**Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ**  
Τα σεμινάρια της ΛΕΓΕΙΝ & ΠΡΑΤΤΕΙΝ

1 2 3 4

**ΑΠΟΦΕΙΣ, ΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ**  
για τη στρατηγική, την πολιτική και την επικοινωνία

ΜΕΤΑΜΕΣΟΝΥΚΤΙΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ

**Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ**

Τα σεμινάρια της ΛΕΓΕΙΝ & ΠΡΑΤΤΕΙΝ οργανώνουν την συζήτηση μεταξύ δημοσιογράφων/ανθρώπων του Τύπου, διαφημιστών, ανθρώπων της επικοινωνίας, πανεπιστημιακών – ακόμη και πολιτικών... – γύρω από το τι είναι πολιτική επικοινωνία, τι είναι (και τι δεν είναι) στρατηγική, που φθάνουν (και πού όχι) οι έρευνες της κοινής γνώμης, πώς εκφέρεται (και πώς λειτουργεί) ο πολιτικός λόγος.

**Η ΑΠΟΛΑΥΣΗ ΤΟΥ ΕΘΝΙΚΙΣΜΟΥ...**

Αρκετά προτού ο Slavoj Zizek ανακαλυφθεί μηντιακά και πολιτικά στην Ελλάδα – ίσως κάποτε δούμε και τον Laclau, ή μη την Judith Butler – η Ρένα Δούρου ενσωμάτωσε την (και) ψυχαναλυτική προσέγγιση σ' ένα μέτωπο πάντα ευαίσθητο, όμως τώρα επώδυνα επίκαιρο: του εθνικισμού.

**ΝΙΚΗΤΑΣ ΣΕΡΓΚΙΕΓΙΕΒΙΤΣ ΧΡΟΥΣΤΣΟΦ**

Για την  
προσωπολατρία  
και τις  
συνέπειές της

ΕΙΣΗΓΗΣΗ ΣΤΟ 20ο ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΤΟΥ ΚΚΣΕ

Μετάφραση από τα ρωσικά  
ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ Β. ΤΡΙΑΝΤΑΡΓΑΣΙΔΗΣ

ΜΕΤΑΜΕΣΟΝΥΚΤΙΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ

**ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΟΛΑΤΡΙΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ**

Θεμελιώδες κείμενο για την ανάγνωση της Ιστορίας, η εισήγηση του Νικήτα Χρουστσόφ στο 20ο Συνέδριο του ΚΚΣΕ – σηματοδότησε κάτι πολύ ευρύτερο από την αποσταλινοποίηση – έχει περάσει σε μια περιεργή αφάνεια. Οποιος θέλει και αντέχει, μπορεί να διαβάσει εδώ το πλήρες κείμενο. (Από δίπλα και το ρωσικό πρωτότυπο, καλού-κακού).



**SEX AND THE CITY**

Πέρα και πίσω από την δημοφιλή – και τόσο «έξω» από το σήμερα... – τηλεοπτική σειρά, πίσω και από την λατρεία της κατανάλωσης ή την «αντρική» σεξουαλική συμπεριφορά των γυναικών στο γύρισμα της χλιετίας, πίσω ακόμη και από την Νέα Υόρκη βρίσκεται τι; Ανακαλύψτε το με οδηγό την Αγγελική Γαζή του ΤΕΠΑΚ και άλλους 15 ερευνητές.

# Editorial



ΤΗΣ ΣΟΦΙΑΣ ΙΟΡΔΑΝΙΔΟΥ (\*)

Στο ξεκίνημα μιας πορείας διαγράφονται ήδη οι επιδιώξεις και η εσωτερική λογική της, όσο κι αν στη συνέχεια μπορεί να μετασχηματιστούν με βάση τις περιστάσεις. Εδώ, το ξεκίνημα είναι το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών του ΑΠΚΥ, το οποίο στη φιλοσοφία του είχε εξαρχής το άνοιγμα του προβληματισμού του στον χώρο της Δημοσιογραφίας και της Επικοινωνίας.

Το Πρόγραμμα δεν εστιάζει «μόνο» στη Γραφή & Ανάγνωση των Μέσων Επικοινωνίας, ούτε διδάσκει «απλώς» τεχνικές. Επιχειρεί να εξετάσει τις προσαμβάνουσες, αν όχι και τις προκαταλήψεις, με τις οποίες προσέρχεται κάποιος στα γνωστικά αυτά πεδία, καθώς και τους τρόπους με τους οποίους ενσωματώνει στην προσέγγισή του όσα συμβαίνουν κάθε φορά «εκτός των τειχών». Επιχειρεί ακόμη να προβάλει τη λογική της συνεχούς αναζήτησης και διεύρυνσης των οριζόντων.

Οι παραπάνω θέσεις απαντούν ενδεχομένως στο ερώτημα τι νόημα έχει να ξεκινάει, σήμερα, η έκδοση ενός περιοδικού στον χώρο της Επικοινωνίας και της Δημοσιογραφίας και μάλιστα ενός καθιερωμένου ακαδημαϊκού περιοδικού, όπως το *Columbia Journalism Review*. Με τη λογική αυτή, με βάση εξόρμησης την Κύπρο, με ορίζοντα τον ευρύτερο Ελληνισμό και με στόχο να λειτουργήσουμε αμφίδρομα με τον Κόσμο εκτός των (εδώ: γλωσσικών) Τειχών, ξεκινάει την προσπάθειά της η «ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ».

Το περιοδικό θα προσπαθήσει να λειτουργήσει ως τόπος συνάντησης, ανάδειξης, αντιπαράθεσης ιδεών, απόψεων, πληροφοριών, στάσεων – όλων των αυτονόητων συστατικών που συγκροτούν τη Δημοσιογραφία και την Επικοινωνία – και μάλιστα σε μια εποχή όπου η κοινωνία, η οικονομία, η αγορά, ο επαγγελματικός χώρος γνωρίζουν ακραίες συνθήκες κρίσης, τόσο στην Κύπρο όσο και στην Ελλάδα.

Υπ' αυτήν την έννοια οι ευχαριστίες, που παραδοσιακά κλείνουν ένα τέτοιο εισαγωγικό σημείωμα, στρέφονται προς όλους (και είναι πολύ περισσότεροι απ' όσους φιλοξενούνται στις σελίδες του τεύχους ή/και είναι παρόντες στην ταυτότητα) όσοι προσπάθησαν, βοήθησαν και στήριξαν τα πρώτα μας βήματα. Επίσης, προς τον Πρόεδρο του ΑΠΚΥ κ. Κωστή Χρίστου και τα μέλη της Διοικούσας Επιτροπής, που στήριξαν το εγχείρημα από την αρχή, καθώς και σε όλους τους σπουδαστές, που με τον τρόπο τους καθέννας και καθεμιά συμμετείχαν στη ζύμωση που οδήγησε στο σημερινό αποτέλεσμα.

Τέλος, όλη αυτή η προσπάθεια δεν θα είχε ξεκινήσει ποτέ υπό τις ιδιαίτερα δύσκολες παρούσες συνθήκες: τα δικαιώματα και μόνον για την Ελληνική έκδοση του CJR αποτέλεσαν ένα σοκ, ελάχιστα διαπραγματεύσιμο – αν δεν είχε υπάρξει η στήριξη της Γιάννας Αγγελοπούλου στο ξεκίνημά μας.

Ελπίζουμε ο αναγνώστης, όπου μας συναπαντήσει, να μας εύχεται καλή πορεία. Χρειαζόμαστε όλες τις ευχές!

(\*) Η Σοφία Ιορδανίδου είναι αναπληρώτρια καθηγήτρια του ΑΠΚΥ και ακαδημαϊκή υπεύθυνη του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών «Επικοινωνία & Δημοσιογραφία».

# ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

## Δημοσιογραφία

Η ελληνική έκδοση του *Columbia Journalism Review*

Εκδίδεται από τις Μεταμεσονύκτιες Εκδόσεις και το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών «Επικοινωνία & Δημοσιογραφία» του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου

**ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΔΙΟΙΚΟΥΣΑΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΑΠΚΥ** Κωνσταντίνος Χρίστου  
**ΕΚΔΟΤΗΣ** Σοφία Ιορδανίδου

**ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ** Σπύρος Α. Βρετός

**ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΤΕΥΧΟΥΣ** Κωνσταντίνος Ι. Αγγελόπουλος, Θανάσης Βασιλείου, Δωρόθεος Δωροθέου, Βάλια Καϊμάκη, Γιώργος Κέντας, Σταύρος Λυγερός, Δημήτρης Νόλλας, Βασίλης Σωτηρόπουλος, Μαρίνα Τζόκα  
**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΜΕΤΑΦΡΑΣΕΩΝ** Τιτίκα Δημητρούλια (προς Ελληνικά), Jahna Otterbacher (προς Αγγλικά, web)

**ΜΕΤΑΦΡΑΣΕΙΣ** Θώμη Γκαμάγκαρη, Μαριάννα Καπλατζή, Λένα Κοψαχείλη, Βασιλεία Λιούλη, Μαρία Παπαδοπούλου [φοιτήτριες ή απόφοιτοι του Διατμηματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών Διερμηνείας και Μετάφρασης, του Μεταπτυχιακού Μετάφρασης-Μεταφρασεολογίας του Τμήματος Γαλλικής Γλώσσας και Φιλολογίας του ΑΠΘ ή του Τμήματος Ξένων Γλωσσών, Μετάφρασης και Διερμηνείας του Ιονίου Πανεπιστημίου]

**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ-ΔΙΟΡΘΩΣΗ** Τιτίκα Δημητρούλια

**ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ** Χρίστος Μιλτιάδης, Μαρία Ζαχαριουδάκη, Αντώνης Ψαρράς

**ART & DESIGN** Ράνα Μουράτη

**ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΞΩΦΥΛΛΟΥ** Χάρης Μαθιόπουλος

**ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ** Κώστας Βενιζέλος, Σπύρος Α. Βρετός, Τιτίκα Δημητρούλια, Θύμιος Ζαχαρόπουλος, Σοφία Ιορδανίδου, Νίκος Ξυδάκης, Αντώνης Δ. Παπαγιαννίδης

**ΤΙΜΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ** Dan Gillmor, Victor Navasky, Ignacio Ramonet, Ανδρούλλα Βασιλείου, Θέμης Θεμιστοκλέους, Γεώργιος Μαρκοπουλιώτης, Εμμανουήλ Παράσχος, Χαρίδημος Τσοούκας

**ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ** Dan Gillmor, Εμμανουήλ Παράσχος, Χάρης Πλατανάκης, Ντίνος Σιώτης, Κώστας Χαραλαμπίδης, Χρυσάνθου Χρυσάνθου

**ΟΜΑΔΑ MARKETING & COMMUNICATION** Λεωνίδας Χατζηθωμάς (διδάσκων - συντονιστής), Χάρης Γκουγκουλίστας, Μαρία Ζαντή, Ιωάννα Ηλιάδη, Αναστασία Μηνά, Χριστίνα Χαραλάμπους, Γεωργία Χρυσάνθου (διδασκαρικοί & μεταπτυχιακοί φοιτητές του ΜΠΣ «Επικοινωνία και Δημοσιογραφία» του ΑΠΚΥ)

**ΟΜΑΔΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ** Αναστασία Ασλανίδου, Μαρία Θάνου, Αλίκη Παναγιωτίδου (μεταπτυχιακές φοιτήτριες του ΜΠΣ «Επικοινωνία και Δημοσιογραφία» του ΑΠΚΥ)

**ΤΟΠΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ** Αθήνα, Αλεξάνδρου Σούτσου 18, ΤΚ 10671

**ΕΚΤΥΠΩΣΗ** ENTYPOSIS

**ΔΙΑΝΟΜΗ** Κύπρος: βιβλιοπωλείο Σολώνειο, Ελλάδα: βιβλιοπωλεία Ιανός και Πολιτεία, Διαδίκτυο: βιβλιοπωλείο e-ianos

**ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ** Ιωάννα Ηλιάδη

ISSN 2241-6137

## ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

EMAIL [dimosiografia@cjr.press.cy](mailto:dimosiografia@cjr.press.cy)

WEBSITE [www.cjr.press.cy](http://www.cjr.press.cy)

## Dimosiografia (Journalism)

The Greek Edition of the *Columbia Journalism Review*

Published by Metamesonykties Editions and the Postgraduate Program “Communication & Journalism” of the Open University of Cyprus

**CHAIRMAN OF THE OUC GOVERNING BOARD** Costas Christou

**PUBLISHER** Sofia Iordanidou

**EDITOR-IN-CHIEF** Spyros A. Vretos

**CONTRIBUTING EDITORS** Konstantinos I. Angelopoulos, Dorotheos Dorotheou, Valia Kaimaki, Giorgos Kentas, Stavros Lygeros, Dimitris Nollas, Vasilis Sotiropoulos, Marina Tzoka, Thanasis Vassiliou

**TRANSLATION EDITING** Titika Dimitroulia (into Greek), Jahna Otterbacher (into English, web)

**TRANSLATIONS** Thomi Gamagari, Marianna Kaplatzi, Lena Kopsachili, Vassileia Liouli, Maria Papadopoulou

**COPY EDITING** Titika Dimitroulia

**FOTOGRAHY** Christos Miltiadis, Antonis Psarras, Maria Zacharioudaki

**ART & DESIGN** Rana Mourati

**COVER DESIGN** Haris Mathiopoulos

**EDITORIAL BOARD** Titika Dimitroulia, Sofia Iordanidou, A.D.

Papagiannidis, Kostas Venizelos, Spyros A. Vretos, Nikos Xydakis, Thymios Zaharopoulos

**HONORARY BOARD** Dan Gillmor, Georgios Markopoulitis, Victor Navasky, Emmanuel Paraschos, Ignacio Ramonet Themis Themistokleous, Haridimos Tsoukas, Androulla Vassiliou

**PEER REVIEW BOARD** Kostas Charalambidis, Chrysanthos Chrysanthou, Dan Gillmor, Emmanuel Paraschos, Harry Platanakis, Dinos Siotis

**MARKETING & COMMUNICATION TEAM** Leonidas Hadjithomas (coordinator), Christina Charalambous, Georgia Chrysanthou, Haris Gougoulitsas, Ioanna Iliadi, Anastasia Mina, Maria Zanti

**PUBLISHED IN** Athens, 18, Alex. Soutsou street, postcode 10671

**PRINTING** ENTYPOSIS

**WEBSITE CO-ORDINATOR** Ioanna Iliadi

ISSN 2241-6137

## CONTACT

EMAIL [dimosiografia@cjr.press.cy](mailto:dimosiografia@cjr.press.cy)

WEBSITE [www.cjr.press.cy](http://www.cjr.press.cy)

## Columbia Journalism Review

Published by the Columbia University Graduate School of Journalism  
DEAN Nicholas Lemann

CHAIRMAN Victor Navasky

VICE CHAIRMAN Peter Osnos

EDITOR IN CHIEF Cyndi Stivers

EXECUTIVE EDITOR Mike Hoyt

DEPUTY EDITOR Brent Cunningham

ASSOCIATE EDITOR/COPY MANAGER Tom O'Neill

ASSOCIATE EDITORS Kira Goldenberg, Sang Ngo

EDITOR AT LARGE Justin Peters

STAFF WRITERS Liz Cox Barrett, Curtis Brainard (Science), Greg Marx, Michael Meyer (Guide to Online News Startups)

THE AUDIT Dean Starkman (Kingsford Capital Fellow), Ryan Chittum (Deputy Editor), Felix Salmon, Martha Hamilton (Audit Arbiter)

ASSISTANT EDITORS Sara Morrison, Hazel Sheffield

CONTRIBUTING EDITORS James Boylan, Julia M. Klein, Charles Lewis, Trudy Lieberman, Robert Love, Michael Massing, Judith Matloff, Douglas McCollam, Alissa

ACTING PUBLISHER Dennis Giza

BOARD OF OVERSEERS Stephen Adler, Neil Barsky (chairman), Nathan S. Collier, Wade Greene, Joan Konner, Kenneth Lerer, Steven Lipin

The board also includes four members of the faculty of Columbia's Graduate School of Journalism: Emily Bell, Sheila Coronel, Howard W. French, and Michael Schudson



## Φάκελος

- 10-13 | Ανάλυση |  
Η κυπριακή κρίση χρέους ως επεισόδιο της Κρίσης στην Ενημέρωση  
ΣΠΥΡΟΣ Α. ΒΡΕΤΟΣ
- 14-20 | Debate |  
Η κρίση ως πρόκληση για τη γραφή  
ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΝΟΛΛΑΣ, ΝΙΚΟΣ ΞΥΔΑΚΗΣ,  
Α.Δ. ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΙΔΗΣ
- 21-23 | Άποψη |  
Η δημοσιογραφία στη σκιά των ισχυρών του Χρήματος  
Κ.Ι. ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΣ
- 24-26 | Άποψη |  
Η διαπλοκή και ο Τύπος  
ΣΤΑΥΡΟΣ ΛΥΓΕΡΟΣ
- 27-29 | Προσεγγίσεις |  
Αποκάλυψη ή συγκάλυψη;  
ΜΑΡΙΝΑ ΤΖΟΚΑ
- 30-32 | Τεκμηρίωση |  
Νομική προστασία των δημοσιογραφικών πηγών  
ΒΑΣΙΛΗΣ ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ
- 33-36 | Ανάλυση |  
Η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου ως φορέας πολιτικής βίας  
ΓΙΩΡΓΟΣ ΚΕΝΤΑΣ
- 37-39 | Παρέμβαση |  
Κυβερνήσεις, κοινωνία και ειδήσεις  
ΑΝΤΩΝΗ ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΙΔΗ



## Άρθρα από το CJR

- 44-55 | Πορτρέτο |  
Έξι βαθμοί συνάθροισης: Arianna Huffington  
MICHAEL SHAPIRO
- 56-60 | Ρεπορτάζ |  
Μια ζωή κομμάτια και θρύψαλα  
BEN ADLER



## Στήλες

- 03 | Editorial |  
ΣΟΦΙΑ ΙΟΡΔΑΝΙΔΟΥ
- 06 | Επιστολές αναγνωστών |
- 08 | Ειδήσεις του ΜΠΣ |  
ΔΩΡΟΘΕΟΣ ΔΩΡΟΘΕΟΥ
- 61-62 | Δημοσιογραφία και Θεωρία |  
Σκεφθείτε ... συνδεσμικά  
MICHAEL SCHUDSON  
AND KATHERINE FINK
- | Stop Press |  
66 EPT: η αντίσταση στο μαύρο  
ΒΑΛΙΑ ΚΑΪΜΑΚΗ

## Βιβλία

- | Βιβλιοκριτική |  
40-41 Κείμενα για την τιμή των γραμμάτων και της δημοσιογραφίας  
ΘΑΝΑΣΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ
- 63-65 Τυφλωμένοι από την σύγκρουση  
JUSTIN PETERS
- 42-43 | Βιβλιοπαρουσίαση |  
Η τέχνη της μνήμης | (δέ)κατα,  
τεύχος 29 | Επικοινωνία: Θεωρία στην πράξη  
ΘΑΝΑΣΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ

Η Δημοσιογραφία επιδιώκει τον διάλογο και δημοσιεύει με μεγάλη χαρά επιστολές – σύντομες και ουσιαστικές. Στο πρώτο τεύχος της, παραθέτει ενδιαφέροντα γράμματα τα οποία δημοσιεύθηκαν στο *Columbia Journalism Review*.

## Τα άνθη του Κακού

Το άρθρο του Clay Shirky με τίτλο «Αποτυχημένη Γεωμετρία» είναι πολύ πειστικό. Το «προπατορικό αμάρτημα» των παραδοσιακών Μέσων (σε ό,τι αφορά το Web) ήταν ότι διαμόρφωσαν τη διαδικτυακή τους παρουσία κατ' εικόνα και ομοίωσή τους, ενώ τα τεχνοφρικιά που στήνανε το Web έβλεπαν τα πράγματα διαφορετικά. Ο Χρόνος είναι το νέο νόμισμα και το δώρο του Web στην ανθρωπότητα είναι ότι εξοικονομεί χρόνο. Τα παραδοσιακά Μέσα κάνουν το ακριβώς αντίθετο: συνιστούν μια δομή που στην ουσία σπαταλά χρόνο, και έως ότου το κατανοήσουμε αυτό, απλώς θα κυνηγάμε την ουρά μας. Τα παραδοσιακά μέσα θα μπορούσαν να παρομοιαστούν ωραία με ένα σκαμνί με τρία πόδια –εκδότες-κοινό-διαφημιστές-, όμως στο Web η παρομοίωση αυτή δεν ισχύει σε όλες τις περιπτώσεις. Αποτέλεσμα: παρακάμπτεται το πόδι της εταιρείας-εκδότη, και το όλο πράγμα καταρρέει.

Διανύουμε μια καταπληκτική εποχή στην ιστορία των επικοινωνιών, μια εποχή όπου ένα άτομο μόνο του μπορεί να ανταγωνιστεί τσαντά Μέσα-θεσμούς, και μάλιστα μπορεί να ελπίζει ότι θα καταφέρει να προσελκύσει το ενδιαφέρον του κοινού. Το μάρκετινγκ του περιεχομένου έχει κοντύνει τους πανύψηλους αλαζονικούς φάρους των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, ανυψώνοντας τα φαναράκια των πολλών, οι οποίοι ως πρόσφατα ήταν υποχρεωμένοι να πληρώνουν για να νοικιάζουν τον χώρο δίπλα στο περιεχόμενο των ολιγών.

Βρισκόμαστε στη μέση μιας μεταβατικής φάσης, και κανείς δεν έχει καταφέρει να ψυχανεμιστεί πού πηγαίνουμε και πώς πρέπει να πορευτούμε. Σε σημαντικό βαθμό, αυτό συμβαίνει διότι οι μεγάλοι παίκτες έχουν ελάχιστα κίνητρα για να πειραματιστούν. Τα τελευταία χρόνια (στην Αμερική), οι καναλάρχες κατέγραψαν κέρδη-ρεκόρ και οι πιο κερδοφόρες διαφημιστικές εταιρείες δεν βλέπουν κανέναν απολύτως λόγο να χάσουν το μήνα που τρέφει τους έντεκα. Συνεπώς, προμηνύονται πολύ χειρότερες εξελίξεις, προτού τα λουλούδια του αύριο αρχίσουν να ανθίζουν.

### Terry Heaton

Συγγραφέας του βιβλίου *Reinventing Local Media*  
Ντάλας, Τέξας

## Το σύνδρομο της Κίνας

Σε πρόσφατο άρθρο του, ο Sambuddha Mitra Mustafi αναρωτιέται αν «μπορεί η Κίνα να εξαγοράσει αξιοπιστία στο χώρο των Μέσων.» Το πρόβλημα με τα κινεζικά MME, τα οποία ανήκουν στην κυβέρνηση, είναι ότι κάθε είδηση είναι ιδεολογικά χρωματισμένη. Δεν υπάρχει αντικειμενική δημοσιογραφία κι αυτό σημαίνει ότι δεν πρέπει να πιστεύουμε τίποτε από όσα λέγονται. Κάθε τι μπορεί να κατασκευαστεί, για όποιο θέμα και αν πρόκειται. Κατά δεύτερο λόγο, η μέθοδος δράσης τους συνοψίζεται στο ότι βρίσκεται σε εξέλιξη ένας πόλεμος δημόσιας εικόνας και ότι τα κινεζικά Μέσα καλούνται να τον διεξαγάγουν. Οφείλουν να πολεμήσουν τα δυτικά Μέσα,

των οποίων τα μηνύματα πιστεύουν ότι είναι αρνητικά. Ίσως και να πρόκειται για κατάσταση χειρότερη από τον Ψυχρό Πόλεμο. Κατά τρίτον, πιστεύουν ότι θα νικήσουν γιατί διαθέτουν περισσότερα κεφάλαια.

### Frankie Fook-lun Leung

Λος Άντζελες, Καλιφόρνια

## Τα πολλά λόγια είναι φτώχεια

Λυπάμαι, αλλά το ερώτημα που θέτει στο άρθρο του «Το χρήμα μιλάει» ο Paul Starobin, κατά πόσον δηλαδή οι δημοσιογράφοι θα έπρεπε να αποδέχονται αμοιβή για τις διαλέξεις που δίνουν, άπτεται των στοιχειωδέστερων αρχών της Εισαγωγής στην Ηθική. Το να δίνεις διάλεξη επ' αμοιβή σε ακροατήρια που ανήκουν σε επιχειρηματικούς κλάδους τους οποίους καλείσαι να καλύψεις ως δημοσιογράφος είναι ανήθικο. Η απάντηση που έχει δώσει η Gretchen Morgenson, και η οποία παρατίθεται στο συγκεκριμένο άρθρο, είναι η σωστή: δέχεται να μιλήσει έναντι αμοιβής σε πανεπιστήμια αλλά, όταν μιλάει σε επιχειρηματικό ακροατήριο, το κάνει δωρεάν. Τελεία και παύλα. Είχα την εντύπωση ότι το θέμα αυτό το είχαμε εξαντλήσει παλιά, στη δεκαετία του 1990, όταν ο Jim Warren της εφημερίδας *Chicago Tribune* είχε ξεμπροστιάσει και ντροπιάσει επιφανείς δημοσιογράφους που δέχονταν λεφτά για διαλέξεις σε επιχειρηματίες. Πόσο εύκολα ξεχνάμε! [...]

### Harris Meyer

Γιάκιμα, Ουάσιγκτον



## **γράφουν και διαβάζουν τη σύγχρονη λογοτεχνία**

Κυκλοφορεί σε όλα τα καλά βιβλιοπωλεία  
Κεντρική Διάθεση: Αθανάσιος Χριστάκης Α.Ε.

Το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών (ΜΠΣ) Επικοινωνία και Δημοσιογραφία άνοιξε τις πύλες του τον Σεπτέμβριο του 2011 και μέσα από τη συνεχή του αναβάθμιση δεν έχει επιτύχει μόνο την εδραίωσή του, αλλά και την εκτίμηση του επιπέδου του στα μάτια των υφιστάμενων και υποψήφιων φοιτητών. Απόδειξη, το μαζικό ενδιαφέρον που επέδειξαν φοιτητές και φοιτήτριες για ένταξή τους στο πρόγραμμα από την αμέσως επόμενη περίοδο.

Το ΜΠΣ βρήκε ήδη συμμάχους στο πλευρό του πολύ γνωστά ονόματα του χώρου της Δημοσιογραφίας και της Επικοινωνίας, όπως ο **Dan Gillmor**, blogger, συγγραφέας και καθηγητής Νέων Μέσων, η **Judith Watson**, Πρόεδρος του Τμήματος Δημοσιογραφίας του CUNY και ο **Victor Navasky**, εκδότης των περιοδικών *The Nation* και *Columbia Journalism Review*.

Η βιβλιογραφία αποτελεί καίριο συστατικό στη ζύμωση της γνώσης. Το ΜΠΣ κατάφερε σε συμφωνία με γνωστό εκδοτικό οίκο τη συγγραφή βιβλίων για την υποστήριξη θεματικών ενοτήτων του προγράμματος. Στα σκαριά βρίσκεται και η προσπάθεια για έκδοση υλικών μέσα από το πρόγραμμα (εργασίες, μελέτες, αρθρογραφία κ.λπ.) με τη συμβολή των φοιτητών του προγράμματος.

Η έρευνα και η καινοτομία δεν θα μπορούσε να λείπει από ένα μεταπτυχιακό πρόγραμμα Επικοινωνίας και Δημοσιογραφίας. Ήδη έχουν κατατεθεί 4 ερευνητικές προτάσεις, ενώ οι πρώτοι τρεις διδακτορικοί φοιτητές του προγράμματος ενισχύουν την ερευνητική δραστηριότητα του προγράμματος που αυξάνεται χρόνο με το χρόνο.

Από την πρώτη στιγμή της λειτουργίας του ΜΠΣ έγινε προσπάθεια παραγωγής «συλλογικής σοφίας» με τη συνεργασία άλλων ιδρυμάτων και φορέων που μπορούσαν να ενισχύσουν τα γνωστικά αντικείμενα του προ-

γράμματος. Η συνεργασία με τον Όμιλο Κρήτη TV και το Ινστιτούτο Περιφερειακού Τύπου με δύο προγράμματα πρακτικής μαθητείας σε αριστούς φοιτητές, αλλά και η προσπάθεια δημιουργίας Double Degree στην αγγλική γλώσσα, με τίτλο «Social media in Communication» σε συνεργασία με το Krems της Αυστρίας, αποτελούν κάποια από τα δείγματα γραφής αυτού του εγχειρήματος.

## Εκδηλώσεις / Ημερίδες

Με την έννοια της Αλήθειας στην Επικοινωνία και τη Δημοσιογραφία ασχολήθηκε η πρώτη εκδήλωση του ακαδημαϊκού έτους που έγινε στο πλαίσιο του retreat του ΜΠΣ μεταξύ 5-7 Οκτωβρίου 2012. Σε αυτή συμμετείχαν ο **Λευτέρης Κουσουλής**, πολιτικός επιστήμων, ο **Γιώργος Κύρτσος**, εκδότης-δημοσιογράφος, ο **Αντώνης Παπαγιαννίδης**, δημοσιογράφος-δικηγόρος, ο **Νίκος Ξυδάκης**, αρχισυντάκτης εφημερίδας *Καθημερινή*-blogger και η **Ρένα Δούρου**, σύμβουλος πολιτικής επικοινωνίας-βουλευτής.

Με την ανάλυση του πολιτικού συστήματος της Ελλάδας και την αντιμετώπιση των παθογενών χαρακτηριστικών και της αναπαραγωγής του «κλειστού» πολιτικού συστήματος ασχολήθηκε η ημερίδα με τίτλο «Το Πολιτικό Σύστημα στην Ελλάδα. Πώς Φτάσαμε Εδώ;» Σε αυτή συμμετείχαν ο **Ηλίας Νικολακόπουλος**, καθηγητής στο τμήμα Πολιτικής Επιστήμης και Δημόσιας Διοίκησης ΕΚΠΑ και εκλογολόγος, ο **Νίκος Μαραντζίδης**, αναπληρωτής καθηγητής στο Τμήμα Βαλκανικών, Σλαβικών και Ανατολικών Σπουδών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας και ο **Λευτέρης Κουσουλής**.

Στη βάση της ανοικτής επικοινωνίας του ΜΠΣ με την ελληνική και την κυπριακή κοινωνία και τη συζήτηση για τις προοπτικές εξόδου από την κρίση, διοργανώθηκε στην Κύπρο

η συζήτηση «Ελλάδα και Κύπρος σε οικονομική, πολιτική και ηθική απόγνωση...; Προοπτικές εξόδου». Σε αυτή συμμετείχαν: για την Ελλάδα, ο **Χαρίδημος Τσοούκας**, καθηγητής Στρατηγικής Διοίκησης στο Πανεπιστήμιο Κύπρου και ο **Λευτέρης Κουσουλής**, πολιτικός επιστήμονας και για την Κύπρο ο **Αντώνης Έλληνας**, επίκουρος καθηγητής της Πολιτικής Επιστήμης. Τη συζήτηση συντόνιζε η ακαδημαϊκή υπεύθυνη του ΜΠΣ κ. Σοφία Ιορδανίδου.

Το ΜΠΣ άνοιξε παράθυρο στη δημόσια συζήτηση γύρω από τα αδιέξοδα που έχει δημιουργήσει η οικονομική κρίση.

Ο κύκλος των συζητήσεων «Λύσεις υπάρχουν. Τις θέλουμε;» ξεκίνησε με θέμα «Αντίδραση στις ρίζες της αδράνειας: η παγίδα του κομματισμού, πολιτική συνείδηση/πολιτική συμμετοχή» με τη συμμετοχή του **Λευτέρη Κουσουλή** και του **Μιχάλη Χαραλαμπίδη**, κοινωνιολόγου, συγγραφέα. Η συζήτηση, όπως και όλες οι συζητήσεις αυτού του κύκλου, πραγματοποιήθηκε στον ΙΑΝΟ, στις 5/2/2013.

Η δεύτερη συζήτηση έλαβε χώρα στις 13/3/2013 και είχε τίτλο ««**Η διεθνής διάσταση. Τοποθετήσεις και σιωπές: ζούμε σε μονοδιάστατο κόσμο;**». Συζητήσαν μεταξύ τους και με τους συμμετέχοντες, ο **Αντώνης Παπαγιαννίδης**, δικηγόρος-δημοσιογράφος και ο **Γιώργος Κοντογεώργης**, καθηγητής της Πολιτικής Επιστήμης.

Η τρίτη εκδήλωση ασχολήθηκε με το «Ποιος οδηγεί τη συζήτηση: οι πολιτικοί ή οι δημοσιογράφοι». Έγινε στις 10/4/2013 και συζητήσαν μεταξύ τους ο **Λευτέρης Κουσουλής** και ο **Σταύρος Λυγερός**, δημοσιογράφος.

Η τέταρτη συζήτηση (14/3/2013) επικείμενη να απαντήσει στο ερώτημα «Το Ευρωπαϊκό ανήκειν της Ελλάδας: πόσο ριζωμένο είναι;». Μετείχαν ο **Γιάννης Σταυρακάκης** αναπλ. καθηγητής στο Τμήμα Πολιτικών Επιστημών του Α.Π.Θ. και οι δημοσιογράφοι **Γιώργος Καπόπουλος** και Α.Δ. Παπαγιαννίδης.



Kim Kashkashian  
Jan Garbarek  
Βαγγέλης Χριστόπουλος

Καμεράτα Ορχήστρα  
των Φίλων της Μουσικής  
Διεύθυνση: Αλέξανδρος Μυράτ

Νέες κορυφαίες ερμηνείες  
ανέκδοτες ηχογραφήσεις

2220  
ECM New Series

NEO CD



# ΕΛΕΝΗ ΚΑΡΑΪΝΔΡΟΥ

ΖΩΝΤΑΝΗ ΗΧΟΓΡΑΦΗΣΗ  
ΑΠΟ ΤΟ ΜΕΓΑΡΟ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΑΘΗΝΩΝ

ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ & ΤΗΝ ΚΥΠΡΟ: ΜΙΚΡΗ ΑΡΚΤΟΣ [www.mikri-arktos.gr](http://www.mikri-arktos.gr)

# Η κυπριακή κρίση χρέους ως επεισόδιο της Κρίσης στην Ενημέρωση



ΤΟΥ ΣΠΥΡΟΥ Α. ΒΡΕΤΟΥ

Η συμμετοχή των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης είναι καθοριστικής σημασίας στην παρούσα ιστορική συγκυρία και ο ρόλος τους αποτελεί σημαντικό ζήτημα προς διερεύνηση

**Τα μεγάλα, τα λεγόμενα «ιστορικά», γεγονότα ξαναμοιράζουν την τράπουλα με πολλούς – και συχνά απρόβλεπτους– τρόπους.** Η Κυπριακή κρίση χρέους και τα επακόλουθά της, για παράδειγμα, ανέδειξαν σειρά σημαντικών ερωτημάτων σε ό,τι αφορά τη λειτουργία και τον ρόλο των μεγάλων, καθιερωμένων, «κατεστημένων» μέσων μαζικής επικοινωνίας – και ιδίως εκείνων που αναγνωρίζονται από τους περισσότερους ως έγκυρα και φερέγγυα.

Τα ερωτήματα άπτονται των βασικών δομικών στοιχείων της δημοσιογραφίας και της ενημέρωσης: της μεθοδολογίας, της ηθικής, της ανεξαρτησίας, της αξιοπιστίας, της διασταύρωσης στοιχείων. Μια αποσπασματική παράθεση ορισμένων από τα επιμέρους δεδομένα του ζητήματος ακολουθεί, η αξία της οποίας θα φανεί –ας ελπίσουμε– στη συνέχεια:

Στις 16 Φεβρουαρίου 2013, η εβδομαδιαία οικονομική επιθεώρηση *The Economist* δημοσίευσε ειδικό αφιέρωμα (special report) με θέμα «Offshore Finance». Στις 16 σελίδες

του αφιερώματος, η Κύπρος αναφέρεται μονάχα μία φορά, σε έναν πίνακα με τίτλο «Ένας γρήγορος οδηγός των Offshore: επιλεγμένα χρηματοπιστωτικά κέντρα», στη σελίδα 5. Η αναφορά έχει ως εξής: «Κύπρος: υπό πίεση από την Ε.Ε. να εξηγήσει την αυξημένη χρήση από Ρώσους». Σε 11.944 λέξεις καθαρού κειμένου και 6 ιστογράμματα, ουδεμία άλλη αναφορά στο νησί υπάρχει.

Είκοσι μέρες αργότερα, στις 5 Μαρτίου, ο οικονομικός αναλυτής Ambrose Evans-Pritchard επισήμαινε στην εφημερίδα *The Daily Telegraph*: «Ειδικό σε τραπεζικά θέματα λένε πως οι επιθέσεις κατά της Κύπρου χαρακτηρίζονται από έντονη σύγχυση. Το μεγαλύτερο μέρος του ρωσικού χρήματος είναι κατατεθειμένο σε κυπριακά υποκαταστήματα ρωσικών τραπεζών, όπως είναι η υπό κρατική ιδιοκτησία VTB, οι οποίες είναι ισχυρές σαν βράχοι, ή ακόμη και σε μεγάλες βρετανικές τράπεζες». <sup>1</sup> Ο αρθρογράφος δεν αναφερόταν ονομαστικά σε κάποια συγκεκριμένη τράπεζα.

Ο Σπύρος Α. Βρετός είναι δημοσιογράφος, web editor και μεταφραστής.

Οι «μεγάλες τέσσερις» βρετανικές τράπεζες, ως θυμίσουμε, είναι οι Barclays, HSBC, Lloyds και RBS- εξ αυτών, σημαντική παρουσία στην Κύπρο φαίνεται να έχει μόνον η πρώτη.<sup>2</sup>

Την ίδια μέρα, το γερμανικό περιοδικό *Manager Magazine* (που ανήκει στο συγκρότημα το οποίο εκδίδει και την επιθεώρηση *Der Spiegel*) δημοσίευε άρθρο με τίτλο «Για μια βοήθεια δισεκατομμυρίων: η Μέρκελ πιέζει την Κύπρο να καταπολεμήσει το ξέπλυμα χρήματος», το οποίο ξεκινούσε με τη διαπίστωση ότι: «η πίεση του Βερολίνου απέδωσε: η απειλούμενη με χρεοκοπία Κύπρος θα επιτρέψει να ελεγχθούν από ανεξάρτητους παρατηρητές οι κανόνες της για την καταπολέμηση του ξέπλυματος χρήματος».<sup>3</sup>

Στις 13 Μαρτίου, ο οίκος αξιολόγησης Moody's έδωσε στη δημοσιότητα έκθεση στην οποία παρέθετε συγκεκριμένα στοιχεία. Σύμφωνα με δημοσίευμα του πρακτορείου Bloomberg, «Ρώσοι πιστωτές και [ρωσικές] εταιρείες είχαν καταθέσεις ύψους 31 δισ. δολ. σε κυπριακές τράπεζες ή σε δικά τους υποκαταστήματα, στα τέλη του 2012, σύμφωνα με έκθεση της Moody's με ημερομηνία 13 Μαρτίου. Τα υπόλοιπα 29 δισ. δολ. της συνολικής [ρωσικής] έκθεσης συνίστανται σε ρωσικά τραπεζικά δάνεια προς κυπριακές εταιρείες ρωσικής προέλευσης, σύμφωνα με τον οίκο αξιολόγησης πιστοληπτικής ικανότητας».<sup>4</sup>

Τις εβδομάδες που ακολούθησαν, και πάντως καθ' όλη τη διάρκεια της οξείας φάσης της κυπριακής κρίσης χρέους (14-30 Μαρτίου, δηλαδή από την παραμονή του πρώτου Eurogroup μέχρι την επομένη της δημοσιοποίησης του διατάγματος περί κουρέματος κατά 37,5%, «διακράτησης» του 22,5% και «παγοποίησης» του υπόλοιπου 40% των καταθέσεων άνω των 100.000 ευρώ), ο ευρωπαϊκός Τύπος –κατά βάση ο «ηπειρωτικός» αλλά και ο βρετανικός– και σε μικρότερο ποσοστό ο διεθνής κατακλύστηκαν από μακροσκελή κείμενα (υπό μορφή ρεπορτάζ, αναλύσεων, σχολίων, δηλώσεων, συνεντεύξεων και παραθέσεων πηγών), που περιέγραφαν την Κύπρο ως διεθνές κέντρο ξέπλυματος μαύρου χρήματος, «φορολογικό παράδεισο»<sup>5</sup> και κόμβο διέλευσης κεφαλαίων Ρώσων ολιγαρχών και μαφιόζων οι οποίοι στόχο είχαν να φοροδιαφύγουν.

Υπήρξαν, βέβαια, εξαιρέσεις. Για παράδειγμα, η ηλεκτρονική έκδοση του περιοδικού *Bloomberg Businessweek* δημοσίευσε στις 19 Μαρτίου άρθρο<sup>6</sup> στο οποίο επισημαι-

νόταν ότι «η Κύπρος επ' ουδενί είναι ο μεγαλύτερος –ή έστω ένας από τους μεγαλύτερους– εξωχώριους φορολογικούς παραδείσους».

Την κρίση ακολούθησε, τον Απρίλιο, ορυμαγδός αποκάλυψεων, οι οποίες οφείλονται στην Επιχείρηση «Offshore Leaks», μια εκτεταμένη και μακροχρόνια έρευνα που διεξήγαγαν 86 δημοσιογράφοι από 46 χώρες και από πληθώρα σημαντικών διεθνών ΜΜΕ (όπως το BBC, και οι εφημερίδες *Sueddeutsche Zeitung*, *The Guardian*, *Le Monde*, *The Washington Post*), υπό την αιγίδα του International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ). Το πρωτογενές υλικό δεν έχει καταστεί διαθέσιμο σε κάθε ενδιαφερόμενο· πάντως, οι αναφορές στην Κύπρο ήταν χαρακτηριστικά λιγότερες από τις αναφορές σε άλλα σημαντικότερα χρηματοοικονομικά κέντρα (στα οποία περιλαμβάνονται, πέραν των τροπικών παραδείσιων προορισμών, ευρωπαϊκά εδάφη όπως το Λίχτενσταϊν και τα νησιά της Μάγχης).

Σήμερα, και αφού έχει εν μέρει κατακάτσει ο αχός από



Φωτογραφία: Αντώνης Ψαρρός

την Κυπριακή «διάσωση» [που συνίσταται στην ουσιαστική αποδόμηση του χρηματοπιστωτικού τομέα της χώρας, ενός από τους δύο πυλώνες στους οποίους το νησί βάσισε την οικονομία του μετά την τουρκική εισβολή του 1974 –ο άλλος είναι ο τουρισμός, μαζί με την παραθεριστική κατοικία], ανεξάρτητοι παρατηρητές διαπιστώνουν ότι «το θέμα του υποτιθέμενου ξεπλύματος μαύρου χρήματος από τις κυπριακές τράπεζες –το υπ’ αριθμόν ένα θέμα στη Γερμανία αμέσως πριν από τη συμφωνία της Ευρωζώνης– φαίνεται να έχει παραχωθεί κάτω από το χαλί», όπως αναφέρει η Valentina Pop στον ιστότοπο EU Observer<sup>7</sup>.

Το ερώτημα που ανακύπτει, λοιπόν, είναι τι μεσολάβησε αίφνης και το ζήτημα του ξεπλύματος μαύρου χρήματος αναδύθηκε και εκτινάχθηκε στην κορυφή του ενδιαφέροντος λίγες μόλις μέρες πριν από τις δύο συνεδριάσεις του Eurogroup και στη συνέχεια υποχώρησε και βυθίστηκε, αμέσως μετά τη «λύση» που προκρίθηκε. Ας παραμερίσουμε την «εύκολη» και κάπως συνω-

μοσιολογική υπόθεση ότι υπήρξε, ενδεχομένως, κάποια «διαρροή» εγγράφου ή «διοχέτευση» σημείων ενδιαφέροντος/bullet points προς επιλεγμένους δημοσιογράφους ή μέσα ενημέρωσης, η οποία στη συνέχεια ανακυκλώθηκε. Μήπως όμως λειτούργησαν τα ευρωπαϊκά (ει μη και τα παγκόσμια) ΜΜΕ με την ψυχολογία «αγκώνα-με-αγκώνα»/crowd instinct, αναδημοσιεύοντας (ας αποφύγουμε το «αναμασώντας») τις ίδιες πληροφορίες και/ή προσεγγίσεις; Και τι θα σήμαινε κάτι τέτοιο για την ανεξαρτησία και την αξιοπιστία των δημοσιογράφων, την αυτοτέλεια και τη φερεγγυότητα των μέσων ενημέρωσης, την κατανομή των ρόλων στο πλαίσιο του διεθνούς συστήματος;

Παρόμοια ερωτήματα έχουν ιδιαίτερη βαρύτητα σε μια εποχή όπου η ιδεολογημένη πραγματέυση ενδέχεται να αναδεικνύεται ως σταθερά του συστήματος. Δηλαδή σε μια εποχή όπου το επικρατούν θεωρητικό υπόδειγμα/paradigm (φαίνεται να) βασίζεται σε λανθασμένους –ή τουλάχιστον αμφιλεγόμενους– υπολογισμούς. Λόγου

χάρη, τον Οκτώβριο του 2012 το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο παραδέχθηκε ότι δεν είχε υπολογίσει σωστά τη βαρύτητα των δημοσιονομικών πολλαπλασιαστών/fiscal multipliers, δηλαδή την επίδραση της μεταβολής των δημοσίων δαπανών (συγκεκριμένα: των περικοπών των Προγραμμάτων Προσαρμογής) επί της μεταβολής του εθνικού εισοδήματος.<sup>8</sup>

Έξι μήνες αργότερα, τον Απρίλιο του 2013, μια ομάδα ερευνητών του University of Massachusetts Amherst εγκάλωσε τους Kenneth Rogoff και Carmen Reinhart για «λανθασμένη κωδικοποίηση, επιλεκτική παράλειψη διαθέσιμων δεδομένων και αντισυμβατική στάθμιση συνοπτικών στατιστικών [που] οδήγησαν σε σοβαρά λάθη». Τα πρόδηλα –αν όχι χονδροειδή– λάθη αφορούσαν υπολογισμούς με τους οποίους οι δύο διάσημοι καθηγητές του Harvard εκτιμούσαν την επίδραση που έχει στην ύφεση η αύξηση του λόγου χρέους/ΑΕΠ μετά το κατώφλι του 90%.<sup>9</sup> Ας σημειώσουμε ότι οι υπολογισμοί αυτοί «ενσωματώθηκαν»

## ➤ Call for papers

Ανακοινώνεται η πρόσκληση για υποβολή άρθρων για το δεύτερο τεύχος του περιοδικού «ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ», ελληνική έκδοση του Columbia Journalism Review, με θέμα:

### «Κύπρος και Προπαγάνδα».

Τα υποβαλλόμενα κείμενα δεν θα πρέπει να υπερβαίνουν τις 1500 λέξεις. Οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να τα αποστείλουν μέχρι τις 22 Ιουλίου 2013 στη διεύθυνση [dimosiografia@cjr.press.cy](mailto:dimosiografia@cjr.press.cy).

Τα άρθρα θα κριθούν με την διαδικασία του peer review. Η σύνθεση της Ακαδημαϊκής Επιτροπής η οποία θα κρίνει τα κείμενα είναι η εξής: Dan Gillmor, Εμμανουήλ Παράσχος, Χάρης Πλατανάκης, Ντίνος Σιώτης, Κώστας Χαραλαμπίδης, Χρυσάνθος Χρυσάνθου.

στο «δόγμα» με βάση το οποίο σχεδιάζονται τα Προγράμματα Προσαρμογής.

Τις ίδιες περίπου μέρες είδε το φως της δημοσιότητας και μια έρευνα της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, η οποία διαπίστωνε ότι το μέσο γερμανικό νοικοκυριό ήταν φτωχότερο από το μέσο κυπριακό (και γενικότερα το μέσο νοικοκυριό των «χωρών των Μνημονίων» της Νότιας Ευρώπης). Η είδηση αυτή καλύφθηκε εκτενώς από τα ευρωπαϊκά και διεθνή μέσα ενημέρωσης και έδωσε την ευκαιρία για ανερμάτιστες συγκρίσεις και (σε τελευταία ανάλυση α-νόητες) αναλύσεις. Όπως ανέφερε, βέβαια, εν παρενθέσει, η ίδια η έρευνα, «οι διακρατικές συγκρίσεις αποτελούν πραγματική πρόκληση, υπό την έννοια ότι θεσμικές ρυθμίσεις μεταξύ κρατών αναφορικά με διαφορετικές μεθόδους συνταξιοδοτικών αποταμιεύσεων, όπως παραδείγματος χάριν προαιρετικές ιδιωτικές έναντι κρατικών ή επαγγελματικών, ενδέχεται να είναι εξαιρετικά ουσιώδεις. Μια βαθύτερη ανάλυση αυτών των διαφορών βρίσκεται εκτός των ορίων της παρούσας έκθεσης», παρατηρούσαν οι συντάκτες της. «Η όπως θα το μετέφραζα, λιγότερο ευγενικά», σχολίαζε ο αρθρογράφος του Forbes.com, «είναι κομματάκι δύσκολο, οπότε δεν μπήκαμε στον μπελά να το κάνουμε».<sup>10</sup>

Τα γεγονότα αυτά καλύφθηκαν σχετικά εκτενώς από τα ευρωπαϊκά και διεθνή ΜΜΕ, τις περισσότερες όμως φορές μέσα από οπτική γωνία «τεχνοκρατική» –και πάντως συχνά χωρίς να επιχειρείται η εξαγωγή ουσιαστικών πολι-

τικών λειτουργικών συμπερασμάτων. Διότι πρέπει να επισημάνουμε ότι, παρά την παραδοχή αυτών των λαθών και αστοχιών, η επίσημη «γραμμή» παραμένει πως είναι αδιανόητη οποιαδήποτε αλλαγή στη ρότα της ακολουθούμενης περιοριστικής πολιτικής (δηλαδή της λιτότητας) στις «χώρες των Μνημονίων». Η άρνηση αυτή [συχνά έχει κανείς την αίσθηση πως] προσαρμόζει αλλόκοτα με μια «θεολογική» προσέγγιση, μια μεταμοντέρνα «υποταγή» σε ένα «δόγμα».

Στο πλαίσιο της αποστολής τους, στην οποία [επί αιώνες διδασκόμασταν και θεωρούσαμε ότι] τα έταξε ο Διαφωτισμός και ο Ορθολογισμός, η συμμετοχή των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και ειδικότερα του Τύπου είναι καθοριστικής σημασίας σε αυτή τη συγκυρία. Ο ρόλος τους είναι ένα σημαντικό ζήτημα προς διερεύνηση. Προς εξέταση παραμένει επίσης ο χαρακτήρας του ορθολογισμού (ή, αντίστροφα, του ανορθολογισμού) στην ευρωπαϊκή και διεθνή, οικονομική και πολιτική, συζήτηση.<sup>11</sup>

• • •

Η *Δημοσιογραφία*, η ελληνική έκδοση του *Columbia Journalism Review*, καλεί τους ενδιαφερόμενους πανεπιστημιακούς ερευνητές να υποβάλουν για κρίση άρθρα με θέμα «Κύπρος και Προπαγάνδα», προς δημοσίευση στο δεύτερο τεύχος του περιοδικού. Τα άρθρα θα κριθούν με τη διαδικασία της αξιολόγηση από κριτές. Η πρόσκληση υποβολής άρθρων δημοσιεύεται στην παράπλευρη σελίδα. ^

<sup>1</sup> Βλ.: [www.telegraph.co.uk/finance/financialcrisis/991117/Cypriot-crisis-deepens-as-haircut-fears-drive-capital-flight.html](http://www.telegraph.co.uk/finance/financialcrisis/991117/Cypriot-crisis-deepens-as-haircut-fears-drive-capital-flight.html): «Bank experts say the attacks on Cyprus are deeply confused. Most of the Russian money is in Cypriot branches of Russian banks such as state-owned VTB that are rock solid, or even in large British banks.» (18 Απριλίου 2013).

<sup>2</sup> Στοιχεία από το [www.fbscopyprus.com/?pageid=583](http://www.fbscopyprus.com/?pageid=583). Λεπτομερείς πληροφορίες για την παρουσία της τράπεζας στην Κύπρο, στο [www.barclayswealth.com/international/support-information/international-banking/moving-to-cyprus.htm](http://www.barclayswealth.com/international/support-information/international-banking/moving-to-cyprus.htm) (18 Απριλίου 2013).

<sup>3</sup> Βλ. «Für Milliardenhilfe: Merkel zwingt Zypern zum Geldwäschekampf» ([www.manager-magazin.de/politik/artikel/0,2828,886885,00.html](http://www.manager-magazin.de/politik/artikel/0,2828,886885,00.html)) «Der Druck aus Berlin hat gewirkt: Das pleitebedrohte Zypern lässt seine Regeln zur Geldwäschekämpfung aus neutraler Sicht überprüfen.» (18 Απριλίου 2013).

<sup>4</sup> «Russian lenders and companies had about \$31 billion placed in Cypriot banks or their own units at the end of 2012, according to a report from Moody's on March 13. The remaining \$29 billion in exposure comes in Russian bank loans to Cypriot companies of Russian origin, the ratings company said.» [www.bloomberg.com/news/2013-03-18/russia-stocks-sink-most-in-4-months-on-cyprus-deposit-woe.html](http://www.bloomberg.com/news/2013-03-18/russia-stocks-sink-most-in-4-months-on-cyprus-deposit-woe.html) (18 Απριλίου 2013).

<sup>5</sup> Όπως έχει επικρατήσει να μεταφράζεται στα ελληνικά ο όρος «tax havens», που μεταφράζεται κατά λέξη ως «φορολογικό λιμάνι» και μεταφορικά ως «άσυλο» ή «καταφύγιο». (Η λανθασμένη απόδοση θα πρέπει προφανώς να οφείλεται σε παρανόηση της λέξης «haven» και σύγχυσή της με τη λέξη «heaven»).

<sup>6</sup> «Cyprus Isn't Even Such a Big Offshore Bank Haven», [www.businessweek.com/articles/2013-03-19/cyprus-isnt-even-among-the-bigger-offshore-bank-havens](http://www.businessweek.com/articles/2013-03-19/cyprus-isnt-even-among-the-bigger-offshore-bank-havens) (18 Απριλίου 2013).

<sup>7</sup> «The issue of alleged money laundering by Cypriot banks - the number one topic in Germany ahead of the eurozone deal - seems to have been

kicked into the long grass.» (<http://euobserver.com/economic/119819>). Την παρατήρηση αναδημοσίευσε ο Graeme Wearden στη στήλη του «Eurozone Crisis Live», στην ηλεκτρονική έκδοση της εφημερίδας *The Guardian*, στις 18 Απριλίου 2013, επικροτώντας κατ' ουσίαν την έμμεση κριτική: «Επί τη ευκαιρία, πριν αποφασιστεί η διάσωση της Κύπρου, διατυπώνονταν στη Γερμανία έντονη ανησυχία για το ενδεχόμενο να επωφεληθούν αμφιλεγόμενοι Ρώσοι επιχειρηματίες από τη συμφωνία διάσωσης. Όχι πλέον.» («Incidentally, before the Cyprus bailout was agreed there was a lot of concern in Germany that dubious Russian businesspeople might benefit from a rescue deal. Not any more [...]» [www.guardian.co.uk/business/2013/apr/18/eurozone-crisis-german-parliament-cyprus-bailout](http://www.guardian.co.uk/business/2013/apr/18/eurozone-crisis-german-parliament-cyprus-bailout) (18 Απριλίου 2013).

<sup>8</sup> *IMF Global Prospects and Policies*, σελ. 43: [www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/02/pdf/cl.pdf](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/02/pdf/cl.pdf) (22 Απριλίου 2013).

<sup>9</sup> Βλ. την αρθρογραφία της εφημερίδας *Financial Times* στο [www.ft.com/intl/cms/s/0/51099c54-a76a-11e2-bfcd-00144feabdc0.html#axzz2QorOrH4I](http://www.ft.com/intl/cms/s/0/51099c54-a76a-11e2-bfcd-00144feabdc0.html#axzz2QorOrH4I) και στο [www.ft.com/intl/cms/s/0/1c3bae3c-a6ce-11e2-95b1-00144feabdc0.html](http://www.ft.com/intl/cms/s/0/1c3bae3c-a6ce-11e2-95b1-00144feabdc0.html), όπου και σύνδεσμοι προς τα πρωτότυπα κείμενα.

<sup>10</sup> Tim Worstall, «Seriously, Cyprus is not richer than Germany», [www.forbes.com/sites/timworstall/2013/04/15/seriously-cyprus-is-not-richer-than-germany/](http://www.forbes.com/sites/timworstall/2013/04/15/seriously-cyprus-is-not-richer-than-germany/) (22 Απριλίου 2013).

Η Γερμανίδα καγκελάρια Angela Merkel διέψευσε τις εκτιμήσεις της ΕΚΤ (βλ. άρθρο στο Spiegel Online: [www.spiegel.de/international/germany/chancellor-merkel-rejects-findings-of-ecb-wealth-report-a-895365.html](http://www.spiegel.de/international/germany/chancellor-merkel-rejects-findings-of-ecb-wealth-report-a-895365.html)) (18 Απριλίου 2013).

<sup>11</sup> Σε ό,τι αφορά το ζήτημα αυτό, εννοείται πως διερευνητέα είναι επίσης η αξιοπιστία και φερεγγυότητα των ευρωπαϊκών και διεθνών θεσμών (όπως η ΕΚΤ, το ΔΝΤ, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κ.λπ.), ειδικά μετά τις μεταστροφές και αναστροφές πορείας στις οποίες επιδόθηκαν κατά τη διάρκεια της κυπριακής κρίσης χρέους και μετέπειτα...

# Η κρίση ως πρόκληση για τη γραφή

Ένας δημοσιογράφος κι ένας λογοτέχνης προσπαθούν να ξετυλίξουν το κουβάρι



ΣΥΖΗΤΟΥΝ ΟΙ ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΝΟΛΛΑΣ, ΑΝΤΩΝΗΣ Δ. ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΙΔΗΣ ΚΑΙ ΝΙΚΟΣ Γ. ΞΥΔΑΚΗΣ

Αυτό που ζει η υφήλιος είναι εξαιρετικά πολυύπλοκο. Και η γραφή είναι στα χέρια των ανθρώπων που εκφράζονται δημόσια, ως δημοσιογράφοι ή ως λογοτέχνες

---

Ο Δημήτρης Νόλλας είναι συγγραφέας.

---

Ο Αντώνης Δ. Παπαγιαννίδης υπήρξε υπό διάφορες έννοιες δημοσιογράφος. Είναι δικηγόρος.

---

Ο Νίκος Γ. Ξυδάκης είναι δημοσιογράφος και τεχνοκρτικός, αρχισυντάκτης στην εφημερίδα *Καθημερινή*.

---

**Είναι η κρίση πλέον –σαν φαινόμενο, σαν στοιχείο καθοριστικό της δημόσιας σφαίρας, σαν επεξήγηση της ριζικής αλλαγής που συμβαίνει γύρω μας– εγκατεστημένη στην καθημερινή πραγματικότητα.** Επηρεάζει τα πάντα. Επηρεάζει και τον τρόπο με τον οποίο αναπαριστούμε τα πράγματα.

Με αυτήν την παρατήρηση ως σπέρμα προβληματισμού, το Μεταπτυχιακό του ΑΠΚΥ για την Δημοσιογραφία και την Επικοινωνία ζήτησε από δυο ανθρώπους της γραφής –έναν λογοτέχνη κι έναν δημοσιογράφο– να εξομολογηθούν δημόσια πώς η κρίση έχει επηρεάσει την τέχνη τους, την ίδια την έκφρασή τους. Η συζήτηση έγινε στο ξεκίνημα του Μεταπτυχιακού, τον Οκτώβριο του 2011 στην Κύπρο, τότε που ακόμη η κρίση δεν είχε συμπαρασύρει το νησί, αν και είχε σαφώς εισορμήσει την Ελλαδική πραγματικότητα και βρισκόταν σε πλήρη εξέλιξη –πέρα από την χρηματοπιστωτική/οικονομική και σαν κρίση πολιτική, ευρύτερα κοινωνική– σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Φιλο-

ξενούμε στις σελίδες αυτές τις βασικές εισηγήσεις και μερικές πτυχές της συζήτησης.

Μιλώντας εισαγωγικά, η υπεύθυνη του Μεταπτυχιακού **Σοφία Ιορδανίδου** παρουσίασε το θέμα και τους συντελεστές: «Το αντικείμενο της κουβέντας μας είναι η κρίση και η διπλή γραφή. Πώς δυο άνθρωποι της τέχνης και της δημοσιογραφίας διαβάζουν την κρίση στην Ελλάδα και την Κύπρο σήμερα, με όσα γίνονται και διαμβιβονται γύρω μας. Ο Δημήτρης Νόλλας πολυγραφότατος συγγραφέας, φίλος εκλεκτός, θα κάνει μια απόπειρα να μιλήσει δημόσια. Ο Νίκος Ξυδάκης, αρχισυντάκτης της εφημερίδας «Καθημερινή», πολυγραφότατος κι ο ίδιος, blogger, από τις σύγχρονες πένες της δημοσιογραφίας, θα δώσει τη δική του κατάθεση. Ο Αντώνης Παπαγιαννίδης, δημοσιογράφος, νομικός, εξάιρετος αρθρογράφος για πολλά χρόνια, θα συντονίσει».

**Α.Δ. Παπαγιαννίδης:** Τα δικά μου εισαγωγικά σχόλια έχουν να κάνουν



---

«Στην τέχνη η κρίση συνοψίζεται στην διεθ-  
κυστίνδα ανάμεσα στο ναρκισσιστικό “εγώ”  
του λογοτέχνη και σε έναν κόσμο χάρτινο,  
ονειρικό, με τον οποίον ο δημιουργός του  
βρίσκεται σε διαρκή σύγκρουση.»  
Δημήτρης Νόλλας

---



---

«Τι είναι τελικά η κρίση; Είναι μια τομή στον  
χρόνο που, υποτίθεται, φέρνει κάποια  
ανατροπή των πραγμάτων όπως τα ξέρουμε.  
Η κρίση εμπεριέχει και το στοιχείο του  
κρίνεσθαι και εκείνο του κρίνειν.»  
Αντώνης Δ. Παπαγιαννίδης

---



---

«Για να αφηγηθείς την κρίση, πρέπει να  
πάρεις θέση – παρατηρητή, όχι αναγκαστικά  
μαχητή. Η κρίση φέρνει τους γραφιάδες  
στα όρια τους διανοητικά, ηθικά, ψυχικά. Η  
ιστορία θα κρίνει τις αφηγήσεις μας.»  
Νίκος Γ. Ξυδάκης

---

πρώτα απ όλα με την έννοια της κρί-  
σης. Τι είναι τελικά η κρίση; Η κρίση  
είναι μια τομή στον χρόνο που, υπο-  
τίθεται, φέρνει κάποια ανατροπή των  
πραγμάτων όπως τα ξέρουμε. Η κρίση  
έχει μέσα και το στοιχείο του κρίνεσθαι  
και εκείνο του κρίνειν. Σήμερα, ημέρες  
Συνόδου της ΕΕ, οι μεγάλοι της Ευρώ-  
πης και ενδεχομένως του κόσμου, θα  
κρίνονται από ποιόν; Αλλά και θα κρί-  
νουν, τι θα κρίνουν; Πάντως θα κρι-  
θεί το τι θα γίνει από δω και πέρα...  
Είναι όμως η κρίση και πρόκληση, μας  
λέει το σημερινό θέμα, για τη γραφή-  
ίσως να το εκλάβουμε ευρύτερα «για  
την έκφραση», αφού όλος ο πλανήτης  
σήμερα βλέπει διαδικτυακά Μέσα ή  
κοιτάζει την τηλεόραση, δηλαδή προ-  
σλαμβάνει την εντύπωση – ενώ μόνο  
σε ένα δεύτερο επίπεδο ασχολείται  
με την γραφή, με τον γραπτό λόγο.  
Όμως όλες αυτές οι μορφές έκφρασης

τι επιχειρούν να κάνουν; Να καταλά-  
βουν, να εξηγήσουν, να αναλύσουν και  
να δείξουν την κρίση. Είναι η γραφή  
στα χέρια ανθρώπων, καθενός ανθρώ-  
που που εκφράζεται δημόσια: επαγ-  
γελματικά μεν (εκεί είναι ο δημοσιο-  
γράφος) ή λίγο πιο υπερβατικά (εκεί  
είναι ο λογοτέχνης).  
Τελευταία λέξη του σημερινού μας  
θέματος, «το κουβάρι». Ίσως είναι η  
πιο σοφή λέξη, διότι αυτό που ζούμε,  
αυτό που ζει η υφήλιος είναι κάτι εξαι-  
ρετικά πολύπλοκο. Ήδη οι Ελλαδίτες  
το ζούμε άμεσα στο πετσί μας, οι υπό-  
λοιποι μπορούν να το βλέπουν με μια  
μεγαλύτερη απόσταση –ελπίζω δε  
να μη συμπαρασύρει η Ελλάδα την  
Κύπρο εκεί που αύριο είναι πιθανόν  
να παρασυρθούν πολλοί περισσότε-  
ροι από τα έντεκα εκατομμύρια κατοί-  
κων της Ελλάδας. Όμως και ως Ευρω-  
παίοι μένουμε απορημένοι μπροστά

στο κουβάρι που οδηγεί στη δημόσια  
αμηχανία και την αναζήτηση τρόπων  
έκφρασης της κρίσης.

**Δημήτρης Νόλλας:** Ξεκινώντας να  
γράψω αυτό το μικρό κείμενο που  
θα σας διαβάσω, είχα συνεχώς στο  
νου μου ένα στίχο του Γκάτσου, που  
λέει *«Έτσι είναι η ζωή και πώς να την  
αλλάξεις με μολύβι και χαρτί»*. Δε μου  
είναι εύκολο να διαβάσω την κρίση ή  
να μιλήσω για αυτήν. Αυτό που ξέρω  
είναι πως συχνά τον τελευταίο καιρό,  
αναρωτιέμαι αν η καταστροφή του  
ελληνικού κράτους θα μπορούσε να  
αποτελέσει τη σωτηρία των Ελλήνων.  
Εδώ και δύο αιώνες, είμαστε οι ζωντα-  
νές αποδείξεις, τα ζωντανά παραδείγ-  
ματα ενός λαού που είναι αδύνατον  
να υπάρχει ως οργανωμένο κοινωνικά  
σύνολο. Η πιθανότητα να καταποντι-  
στεί το κράτος μέσα στο πέλαγος των

ηδονών και των ασφαλιστρών κινδύνου μπορεί και να γοητεύει: τα «ασφάλιστρα» οι άρχοντές μας τα πωλούν και τα αγοράζουν με μεγάλο ζήλο, σπεκουλάρουν οι δυστυχισμένοι πάνω στους ζωντανούς νεκρούς που πλημμυρίζουν ήδη την Ελλάδα, έντρομοι μην τυχόν και αυτούς τους ίδιους τους βρει ο θάνατος χωρίς γεμάτο πορτοφόλι. Για αυτούς όλους και για εμάς τους άλλους είπε ο ποιητής πριν από εκατό χρόνια: «*Το πιο φριχτό ναυάγιο θα ήταν να σωθούμε*», υπενθυμίζοντάς μας πως η ζωή μπορεί διαρκώς να συνεχίζεται μέσα κι από άλλα σχήματα. Ομολογώ πως δεν γνωρίζω τι επιπτώσεις μπορεί να είχε στη ζωή των ανθρώπων μια τέτοια έκβαση. Δεν κατέχω τα οικονομικά και τον τρόπο που στροβιλίζεται το χρήμα. Συνήθως καταποντίζοντας εκείνους που νομίζουν πως μπορούν να το τιθασεύσουν και άρα η άποψή μου μπορεί να είναι καταστροφική. Αυτό όμως που γνωρίζω είναι πως στο κέντρο της ζωής μας έχουμε εγκαταστήσει το χρήμα σαν την υπέρτατη αξία και την απληστία ως πρώτη

## ΕΝΑΣ ΔΙΑΣΗΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΥΤΡΑΓΟΥΔΙΣΜΕΝΟΣ ΣΤΙΧΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΥ ΓΚΑΤΣΟΥ ΛΕΕΙ «ΕΤΣΙ ΕΙΝΑΙ Η ΖΩΗ, ΚΑΙ ΠΩΣ ΝΑ ΤΗΝ ΑΛΛΑΞΕΙΣ ΜΕ ΜΟΛΥΒΙ ΚΑΙ ΧΑΡΤΙ»

κυρία επί των τιμών. Μπροστά σε αυτό το πλοίο της ερήμου καταλαβαίνει κανείς πόσο γοητευτική μπορεί να γίνει η θέα του Ζαλόγγου. Σ' αυτόν λοιπόν τον κήπο των απολάυσεων που δημιουργήσαμε (και φαίνεται πως τώρα πια πιάνει τον αργεντίνικο πάτο του), είναι βέβαιο πως θα ξεχωρίσουν, πως ξεχωρίζουν ήδη σιγά-σιγά, εκείνοι που θα ξαναστήσουν το παιχνίδι. Δεν μπορεί να γίνει αλλιώς, το θέλει η οικονομία της φύσεως να ξαναστηθεί σκηνικό. Καλύτερο; Χειρότερο; Κανείς δεν μπορεί να το ξέρει. Αυτό όμως που γνωρίζουμε όλοι είναι πως ο καρκίνος αν δεν πολεμηθεί τα πάντα κατατρώει, όμως δίνει ζωή το να τον μάχεσαι σε μια μάχη ατέλειωτη και αμφίβολη. Το ξέρουμε, το έχει τραγουδήσει ο Παπαδιαμάντης πως «*δεν έχουν τελειωμό τα βάσανα κι οι καημοί του κόσμου*», όπως κι ο Κώστας Μόντης το 'χει πει «*Κουράγιο κωπηλάτες, υπομονή κωπηλάτες*».

Η τέχνη λοιπόν του λόγου, η τέχνη να παίζεις με τις λέξεις και να τις δαμάξεις, ακριβώς όπως ο αγώνας με την πρώτη ύλη κάθε τέχνης, με τα χρώματα, με την πέτρα, με τους

ήχους, είναι ένας διαρκής και ατέρμων αγώνας. Η έκφραση του αισθήματος, στην προσπάθεια του να μετουσιωθεί σε κόσμος, βρίσκεται σε διαρκή κρίση από την πρώτη στιγμή της εμφάνισης του, από την πρώτη λέξη. Δεν υπάρχει ζωή έξω από την κρίση, πολύ λιγότερο έξω απ την τέχνη και θα 'λεγα πως στην τέχνη η κρίση συνοψίζεται στη διελκυστίνδα ανάμεσα στο ναρκισσιστικό «εγώ» του καλλιτέχνη, του λογοτέχνη εν προκειμένω, από τη μια κι από την άλλη σε έναν κόσμο χάρτινο, ονειρικό, άλλον από αυτόν που μας περιβάλλει και με τον οποίον ο δημιουργός του βρίσκεται σε διαρκή σύγκρουση, πάντα πιστεύοντας και πάντα προσπαθώντας να τον κάνει τελειότερο. Ιδού μια κρίση χωρίς τέλος, γιατί τίποτα δεν είναι τέλειο και τίποτα δεν τελειώνει, γιατί διαρκώς μια λέξη αναζητεί το νόημα της και κάθε νόημα τη λέξη του. Ακριβώς όπως ποτέ δεν τελειώνει η άλλη, η οικονομική, η κοινωνική κρίση, η καθημερινή κρίση, στο μάτι της οποίας είναι εγκατεστημένος, εγκλωβισμένος ο λογοτέχνης. Εκεί που η αβεβαιότητα και η ανασφάλεια πλήττει όλη την κοινωνία για τον δημιουργό, απ' τη στιγμή που επέλεξε να χαράξει στο χαρτί, η κρίση έχει γίνει η καθημερινή του συνθήκη κι η σωτηρία του. Γιατί έχει ζητήσει από την τέχνη της ποιήσεως να προσέλθει με τα φάρμακα της που κάνουνε για λίγο να μη νιώθεται η πληγή, όπως λέει ο Καβάφης.

**Α.Δ.Παπαγιαννίδης:** Δύσκολο να περάσει κανείς από τον λόγο του Νόλλα στον δημοσιογραφικό λόγο. Μολοταύτα, από το κείμενο του, από τον λόγο του, θα μου επιτρέψει να αντλήσω δυο ή τρία στοιχεία, τα οποία, τέτοια ώρα που μιλάμε, ενώ οι μεγάλοι του κόσμου συσκέπτονται κι αποφασίζουν για τις τύχες μας, έχουν μεγάλο ενδιαφέρον. Το ένα είναι η αναγωγή από την καταστροφή της χώρας -της Ελλάδας- στη σωτηρία του Έλληνα. Μπορεί να ακούγεται λίγο υπερβολή σαν διατύπωση, αλλά κάπου εκεί, αν τη δούμε τη καταστροφή ως ξεπέρασμα του εαυτού μας και του δεδομένου, ίσως κάπου εκεί να φωλιάζει το αύριο. Επίσης, στον λόγο του Νόλλα θα σημειώσατε πάντως τη γοητεία που μπορεί να ασκεί η καταστροφή. Μεγάλη κουβέντα! Διερωτάται κανείς μήπως οι μεγάλοι του κόσμου τούτου κάτι από τη γοητεία της καταστροφής έχουν ψυχανεμισθεί και παίζουν (όπως ο Dr Strangelove με την ατομική βόμβα) με την οικονομική ατομική βόμβα, την οποία μπορεί αυτή τη στιγμή να αφήνουν επί των κεφαλών μας. Και μια τελευταία έκφραση, η έκφραση «χωρίς τέλος»: το πιο επικίνδυνο από τη σημερινή κορύφωση της κρίσης είναι ότι υπόσχεται, όπως και τις προηγούμενες πολλές φορές, ότι θα υπάρξει μια οριστική λύση: επικίνδυνη προσδοκία...

**Νίκος Ξυδάκης:** Η συγκυρία το 'φερε να σηκωθούμε να φύγουμε από την Αθήνα για να έρθουμε στη Λευκωσία τη στιγμή που παίζεται το κεφάλι του ελληνικού κρά-



τους, της ελληνικής δημοκρατίας και κατ' επέκταση οι ζωές των Ελλαδιδιών. Ωστόσο, εγώ από μια άποψη αισθάνομαι μια οικειότητα, ένα φυσικό καταφύγιο, διότι με την Κύπρο με δένουν στενοί, φιλικοί, σχεδόν οικογενειακοί δεσμοί καμιά τριανταριά χρόνια τώρα –οπότε η Κύπρος μου είναι σαν ένα μακρινό σπίτι. Η δική μου η παρέμβαση αφορά δύο τρεις γυμνωμένες σκέψεις για το πώς ένας δημοσιολογών γραφιάς, που είναι υποχρεωμένος να γράφει συνέχεια, σχεδόν κάθε μέρα, σε πολύ στενά χρονικά όρια κι αντλώντας και από αυτό το θεματολόγιο το καθημερινό της κρίσης, αντιμετωπίζει ένα θεματολόγιο το οποίο συχνά πυκνά σε γεμίζει μόνο ερωτηματικά ή μόνο απόγνωση. Θα ήθελα να μοιραστώ μαζί σας κάποιες σκέψεις, κυρίως για το πώς γράφουμε για την κρίση, πώς δηλαδή γράφει ένας δημοσιογράφος.

Το ερώτημα ετέθη βίαια, ενόσω η κρίση ανεδύετο απειλητική και σκοτεινή, σχεδόν ακατανόητη ως προς τι θα μπορούσε να φέρει στις ζωές μας. Πώς γράφουμε για την κρίση; Εφόσον γράφεις δημοσίως, οφείλεις πρώτιστα να αφηγηθείς την κρίση. Πώς επελαύνει και πώς μορφοποιείται σταδιακά, ως μόνιμο χαρακτηριστικό του βίου, πώς αλλάζει ριζικά την πολιτική ατζέντα, πώς αλλάζει τις εννοιολογήσεις, πώς κλονίζει τις βεβαιότητες, πώς πυροδοτεί παθιασμένες ή απελπισμένες συζητήσεις, ακόμη και πώς διαιρεί ψυχικά παρέες και ανθρώπινα σύνολα. «Υπέρ ή εναντίον του Μνημονίου»; Αυτό το διχαστικό ερώτημα ταλανίζει τους Έλληνες εδώ και ενάμιση χρόνο και κυριάρχησε στη δημόσια συζήτηση. Πολλοί στοιχήθηκαν πίσω από το υπέρ, άλλοι τόσοι πίσω από το εναντίον. Άλλοι, εξίσου σαστισμένοι με τους παραπάνω, στάθηκαν παράμερα. Μερικοί προσπάθησαν να δουν πίσω και μετά το Μνημόνιο. Τι κοινωνία θα διαμορφωθεί; Δυστυχώς όλοι πια, ακόμα και οι πιο αισιόδοξοι, βλέπουν ήδη μπροστά τους φτωχοποίηση, χρεοκοπία, υποτέ-

## ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΕΥΚΟΛΗ ΥΠΟΘΕΣΗ ΝΑ ΕΝΤΟΠΙΖΕΙΣ ΤΗ ΛΕΠΤΗ ΓΡΑΜΜΗ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΣΙΩΠΗΣΗ, ΣΤΗΝ ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΑΠΟΨΕΩΝ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΥΤΟΛΟΓΟΚΡΙΣΙΑ

λεια και ένα είδος ατομικής κι εθνικής ταπείνωσης.

Πώς μιλάς, λοιπόν, δημοσίως για τους φόβους και τα βάσανα του λαού σου, ενώπιον μεγάλου ακροατηρίου, εν δυνάμει εθνικού; Η κατάσταση εκτάκτου ανάγκης θέτει έκτακτα καθήκοντα, πολύ βαριά. Ασφαλώς, οφείλεις να είσαι ειλικρινής, όπως πάντα άλλωστε, να αφουγκράζεσαι το κοινό αίσθημα κι όχι να μεταφέρεις άκριτα πληροφορίες, οι οποίες πληροφορίες εκτός συμφραζομένων, χωρίς εξήγηση, μπορεί να δρουν και τρομοκρατικά. Οφείλεις να ζυγίζεις διπλά και τριπλά τις λέξεις, γιατί ο κόσμος περιμένει να ακούσει κάτι για να μορφώσει γνώμη και να ρυθμίσει στάση βίου· και πάλι βαρεία η ευθύνη. Εδώ αναρωτιέσαι για τα όρια της παρρησίας: τα λες όλα; Στη δημοσιογραφική πρακτική πολύ συχνά γνωρίζεις πληροφορίες από πηγές μη δημοσίως κατονομαζόμενες, που βοηθούν τον δημοσιογράφο να συνθέσει μίαν ευρύτερη εικόνα, να ερμηνεύσει κινήσεις, να αξιολογήσει προθέσεις. Όμως αυτές τις πληροφορίες και αυτές τις πηγές δεν μπορεί να τις επικαλεστείς. Άρα, το κείμενο σου, η αφήγηση σου πρέπει να προκύπτει σα συλλογισμός, με λογικά επιχειρήματα και συμπεράσματα κι όχι σαν απόρροια αυτών των κρυφών πληροφοριών.

Αυτή είναι η τέχνη της δημόσιας γραφής: να είσαι πειστικός να είσαι ειλικρινής, να είσαι χρήσιμος, χωρίς όμως να σπείρεις τον πανικό. Και δεν είναι εύκολη υπόθεση να εντοπίζεις τη λεπτή γραμμή που χωρίζει την ευθύνη από την αποσιώπηση, ανάμεσα στην ελεύθερη διακίνηση ειδήσεων και απόψεων και την αυτολογοκρισία. Ιδού άλλη μια τέχνη του δημοσιολογού-ντος, η αυτολογοκρισία. Σε καιρό κρίσης, με τον καιρό πυκνό, τα ερωτήματα πέφτουν βροχή ζητώντας άμεσες, ασπρόμαυρες απαντήσεις, ναι, όχι, σωστό, λάθος και εξηγήσεις αναλόγως μονόπαντες και ισοπεδωτικές «Φταίμε όλοι! Μαζί τα φάγαμε!». Αφού φταίνε όλοι, δε φταίει κανείς! Η ενοχοποίηση των πάντων ήταν ένας πρώτος μηχανισμός που αποπροσανατόλισε πολύ κόσμο και τον καθυστέρησε από το να σκεφτεί καθαρά και να δράσει. Πολύς χρόνος σπαταλήθηκε στον διχασμό, κι ο διχασμός κρατάει γερά ακόμη. Κατόπιν, ήρθε η ρητορική του «όποιος και να ήταν τα ίδια θα έκανε», εδώ υποκρύπτεται το θατσερικής καταγωγής TNA, there is no alternative. Δεν υπάρχει καμία εναλλακτική, αυτό το σύνδρομο είναι που σηματοδοτεί την αβουλία και την αλαλία, την έκλειψη της πολιτικής βούλησης και πράξης ενώπιον της αδήριτης πραγματικότητας των αγορών. Τρίτο σκαλί και τελευταίο στην κυρίαρχη ρητορική. Φταίνε οι άλλοι, φταίνε οι ξένοι, δηλαδή πάλι δεν φταίει κανένας. Και περαιτέρω, η κρίση είναι ένα φυσικό φαινόμενο που έρχεται σαν το σεισμό και κανείς δεν μπορεί να ψέξει κανέναν. Τι λες για όλα αυτά; Βρισκόμαστε ήδη στο πεδίο της ηθικής και στο πεδίο της πολιτικής φιλοσοφίας.

Για να αφηγηθείς την κρίση, πρέπει λοιπόν να πάρεις θέση. Θέση παρατηρητή, όχι αναγκαστικά θέση μαχητή. Αλλά ακόμη και η θέση παρατήρησης που θα επιλέξεις επηρεάζει και εσένα τον παρατηρητή κι επηρεάζει και τον παρατηρούμενο. Η γωνία θέασης διαμορφώνει τη θέαση και τη φόρμα της αφήγησης σου. Πάνω στην κόψη του

Ο ΠΑΠΑΔΙΑΜΑΝΤΗΣ ΤΟ ΕΓΡΑΨΕ, «ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΤΕΛΕΙΩΜΟ ΤΑ ΒΑΣΑΝΑ ΚΙ ΟΙ ΚΑΗΜΟΙ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ», ΚΑΙ Ο ΚΩΣΤΑΣ ΜΟΝΤΗΣ ΤΟ 'ΧΕΙ ΠΕΙ, «ΚΟΥΡΑΓΙΟ ΚΩΠΗΛΑΤΕΣ, ΥΠΟΜΟΝΗ ΚΩΠΗΛΑΤΕΣ»

καιρού πρέπει διαρκώς να αποφασίζεις, τι θα γράψεις, από ποια σκοπιά, με ποια φόρμα. Θα εναντιωθείς στην κυρίαρχη ρητορική, εφόσον ξέρεις ότι ψεύδεται ή είναι κατάφωρα προπαγάνδα; Θα πάρεις τη μεριά του αδύναμου; Θα μείνεις μόνο σε ψυχρά, ρεαλιστικά επιχειρήματα ή θα προσφύγεις και στην ενσυναίσθηση, στη συμμετοχή, στον πόνο του άλλου; Θα αφεθείς σε ένα ορισμένο συναισθηματικό τρόπο παλμογραφώντας τον αναγνώστη, τον διαρκή συνομιλητή, αντηχώντας το κοινό αίσθημα; Θα αφήσεις να φανούν η δική σου απαισιοδοξία, ο πεσιμισμός, η μελαγχολία, αυτά που θα μαυρίσουν τον ήδη σκοτεινό αναγνώστη; Ή θα του ανοίξεις μια χαραμάδα αισιοδοξίας, αυτοπεποίθησης, περηφάνιας, έναν τρόπο να σταθεί όρθιος; Δεν ξέρω. Η κρίση δοκιμάζει τους γραφιάδες, τους φέρνει στα όρια τους διανοητικά, ηθικά, ψυχικά. Όλους μας δοκιμάζει – και η ιστορία θα κρίνει τις αφηγήσεις μας.

**Α.Δ.Παπαγιαννίδης:** Ο Νίκος Ξυδάκης έκανε κάτι που θα το χαρακτηρίζα ζαβολιά: μιλώντας σαν δημοσιογράφος που είναι, σαν γραφιάς όπως θέλησε ο ίδιος να πει, για την κρίση και τη στάση του δημοσιογράφου προς αυτήν, έδωσε μια προσέγγιση σπάνιας ποιότητας – αλλά πάρα πολλές φορές ενθέτοντας στο λόγο του ερωτηματικό. Ερωτηματικό εκεί που υπήρχε ερωτηματικό αλλά και ερωτηματικό και εκεί που υπήρχε εσωτερική απορία ως προς τον ρόλο του: ένα πράγμα το οποίο στη δημοσιογραφική γραφή (κι όχι μόνο την ελληνική) λείπει γενικώς. Η δημοσιογραφία δυστυχώς είναι μια άσκηση αυτοπεποίθησης και ασφάλειας, που όμως τις μέρες της κρίσης, της μεγάλης και βαθιάς αμφιβολίας, ίσως και άγνοιας των αποφασιζόντων, καθιστά την έλλειψη αμφιβολίας μέγιστη προδοσία. Κι όταν ο δημοσιογράφος τοποθετείται απέναντι στο φαινόμενο της κρίσης, η απορία, η επιφυλακτικότητα, η αμφιβολία (και η ομολογία προς τον αναγνώστη, τον τηλεθεατή, τον ακροατή αυτής της απορίας και της αμφιβολίας) είναι το πρώτιστο ηθικό πλεονέκτημα το οποίο χρειάζεται να έχει. Το οποίο, ακριβώς, συνήθως

λείπει. Επίσης, θα είδατε πόσο έντονο είναι στον δημοσιογράφο, σ' εκείνον που γράφει δημόσια, σχεδόν καθημερινά, υπό την πίεση του deadline του, του χρόνου, σε σχέση με την πιο απόμακρη αλλά και πιο έντονη προσέγγιση του λογοτέχνη: πόσο παίζει ρόλο ότι «ο κόσμος κάτι περιμένει», ότι υπάρχει μια προσδοκία κατανόησης από τον δημόσιο λόγο μπροστά στις ημέρες της κρίσης. Όχι μόνο αυτό αλλά και σε μια εποχή όπου η έννοια there is no alternative, η έννοια της μονόδρομης σκέψης, ότι μία μόνο είναι η απάντηση στα προβλήματα, η απάντηση αυτή περιέχει όση πολιτική βία χρειαστεί. Τέλος, δυο ακόμη λέξεις, δύσκολα συμβατές αλλά πολύτιμες για τον δημόσια εκφραζόμενο. Η μία είναι η λέξη ευθύνη, μια λέξη που εύκολα λέγεται αλλά δύσκολα τηρείται ως υπόσχεση. Η δεύτερη είναι η λέξη παρασιώπηση. Ο δημοσιογράφος, ο δημόσια εκφραζόμενος, οφείλει την αλήθεια. Όμως αν πει όλη την αλήθεια, πρώτον καίει τις πηγές του, άρα έχει τελειώσει. Δεύτερον, δημιουργεί τρόπο και φρίκη. Συνήθως αυτό κάνει ο δημοσιογράφος! Όμως αυτό που θέλει είναι να οδηγήσει το κοινό στην κατανόηση – κι αυτή είναι η μεγαλύτερη ευθύνη.

Βρισκόμαστε πάντως σε μίαν εκδήλωση την οποία οργανώνει το Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, το Πρόγραμμα Επικοινωνίας και Δημοσιογραφίας. Οπότε θα στραφώ στην Σοφία Ιορδανίδου, που είναι η υπεύθυνη αυτού του προγράμματος, και θα ρωτήσω: όταν κανείς προσπαθεί να διδάξει σε μεταπτυχιακό επίπεδο αυτό που λέγεται «δημοσιογραφία» κι εκείνο που είναι «τέχνη και τεχνική της επικοινωνίας» και βρίσκεται μπροστά στην κρίση, έχοντας τα όπλα αυτά του λόγου, αισθάνεται ένα είδος τρακ; Κι αν ναι, πώς το υπερβαίνει;

**Σοφία Ιορδανίδου:** Από την πρώτη μέρα έκανα σαφές στους φοιτητές ότι δεν είμαστε εδώ για να τους μάθουμε κάποιες σελίδες από διάφορα βιβλία, δεν είμαστε εδώ για να απαιτήσουμε να μάθουν την ιστορία της δημοσιογραφίας ή της επικοινωνίας, ή έστω τον τρόπο άσκησης αυτών των επαγγελμάτων. Ο στόχος μας είναι να βοηθήσουμε, να καθοδηγήσουμε, να ανοίξουμε δρόμους, ώστε ο καθένας από εμάς να μάθει να σκέφτεται για τον εαυτό του, να διαμορφώσει προσωπική άποψη. Είναι ένα ταξίδι στην αυτογνωσία πρώτα απ' όλα. Η βαριά λέξη η οποία επικρέμεται σήμερα στην αίθουσα είναι η κατανόηση. Αυτό το «κατανώ» έχει εξαιρετικά μεγάλες απαιτήσεις. Όποιος κατανοεί, είναι σε θέση να κρίνει αλλιώς, να δει τα πράγματα με ένα πιο ψύχραιμο και σκεπτόμενο τρόπο – αυτό είναι το ήμισυ του παντός. Από κει και πέρα τα πράγματα είναι πιο εύκολα.

Στόχος μας είναι λοιπόν να βοηθήσουμε όσο περνάει από το χέρι μας, να κάνουμε τους φοιτητές να βοηθήσουν τον εαυτό τους, να διαμορφώσουν κρίση. Αυτό είναι ήδη ένα πολύ μεγάλο όπλο: από κει και πέρα μπορούν να βγουν

και να αντιμετωπίσουν ό,τι πρόκειται να έρθει. Όταν κατανοήσει ο άνθρωπος σε ποιο περιβάλλον κινείται και έχει τα απαραίτητα εργαλεία για να μπορέσει να γράψει, να συμβουλευτεί, να βοηθήσει κάποιον στον χώρο του –είτε αυτός είναι ο χώρος της επικοινωνίας είτε της δημοσιογραφίας, θα έχει ήδη αποκτήσει σημαντικά εφόδια. Γι' αυτό και επικεντρωνόμαστε τον πρώτο χρόνο του Μεταπτυχιακού στις Επιστήμες του Ανθρώπου και στην Κοινωνία (και τη σχέση τους με την επικοινωνία και δημοσιογραφία), ώστε να θεμελιωθεί επιστημονικό υπόβαθρο, να κατανοούμε δηλαδή σε ποιες συνθήκες κινείται και ζει ένας δημοσιογράφος ή σύμβουλος επικοινωνίας. Τη δεύτερη χρονιά την αφιερώνουμε εξ ολοκλήρου στην τέχνη και τεχνική του κάθε πεδίου ξεχωριστά. Την πρώτη χρονιά λοιπόν, δυναμώνουμε επιστημονικά και τη δεύτερη πρακτικά, ώστε να μπορούμε να εκπαιδευτούμε στη γλώσσα της δημοσιογραφίας και της επικοινωνίας.

Με πάρα πολύ μεγάλη επιφύλαξη, το θέμα της κρίσης το κουβεντιάζουμε και στην πλατφόρμα του Μεταπτυχιακού με τους φοιτητές. Θέτω λοιπόν το ερώτημα: πόσο ελεύθερος νιώθει ένας άνθρωπος που γράφει σήμερα να εκφραστεί; Κι αν όχι, ποιες θα ήταν οι συνθήκες που θα σας έκαναν να νιώσετε ελευθερία –όπου ελευθερία = δημιουργία, απελευθέρωση, όπου γράφω = απελευθερώνομαι, δημιουργώ;

**Νίκος Ξυδάκης:** Ελευθερία έχεις, μπορείς να γράψεις ό,τι θέλεις. Όλες τις προηγούμενες δεκαετίες έτσι ζούσαμε και τώρα έτσι ζούμε. Το θέμα είναι: τι λες; Όσα γνωρίζαμε, σε μεγάλο βαθμό έχουν γκρεμιστεί. Κάποια άλλα, τα οποία τα είχαμε υποτιμήσει, ή και περιφρονήσει, φαίνεται πως έχουν μια αξία την οποία πρέπει να την καταλάβουμε, αλλά δεν την έχουμε καταλάβει. Νομίζω ότι αυτό που συμβαίνει τώρα είναι μια αλλαγή ακόμα και στο υπόδειγμα της ελευθερίας. Η ελευθερία για μερικά χρόνια ήταν ποιο να δια-

λέξουμε: το τελευταίο μοντέλο Nokia ή i-Phone; Την έχουμε ακόμη αυτήν την ελευθερία, αλλά μας χρειάζεται;

**Δημήτρης Νόλλας:** Για μένα οι συνθήκες μέσα στις οποίες γράφω δεν μπορεί να είναι διαφορετικές. Εγώ θεωρώ πως είμαι ελεύθερος επειδή είμαι δούλος, δηλαδή υποδουλώνομαι στην ανάγκη του να εκφράσω κάτι.

ΟΙ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ  
ΑΠΟΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΥ  
ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΤΗΝ  
ΕΝΟΧΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ  
ΠΑΝΤΩΝ, ΤΟ ΔΙΧΑΣΜΟ  
ΚΑΙ ΤΗ ΡΗΤΟΡΙΚΗ  
«ΟΠΟΙΟΣ ΚΑΙ ΝΑ ΗΤΑΝ,  
ΤΑ ΙΔΙΑ ΘΑ ΕΚΑΝΕ»

**Α.Δ.Παπαγιαννίδης:** Να το πάρουμε από μια άλλη άκρη: ο λογοτέχνης, ο άνθρωπος της τέχνης, του έντεχνου λόγου, συσχετίζεται στο μυαλό του αναγνώστη με την έννοια του «υψηλού». Αντίθετα ο δημοσιογράφος, ο γράφων αγοραία, έχει να κάνει καθημερινά με τα τεχνικά ζητήματα, όπως η οικονομική κρίση. Δεν κινείται στο υψηλό της έκφρασης, αλλά στο αγχωμένο, ίσως και στο ταπεινό.

**Δημήτρης Νόλλας:** Το θέμα της ελευθερίας είναι για ένα δημοσιογράφο πολύ πιο δύσκολο να το χειριστεί σε σχέση με κάποιον που, με τη δική του προσωπική ευχαρίστηση, ξεκινά να χτίσει έναν χάρτινο κόσμο. Υπό αυτή την έννοια είπα πριν πως αισθάνομαι περισσότερο δούλος παρά ελεύθερος,

**Α.Δ.Παπαγιαννίδης:** Ο δημοσιογράφος, όταν έχει να κάνει με το τόσο τεχνικό αντικείμενο της κρίσης, τελικά τι κάνει; Προσπαθεί να το κατανοήσει ή να περάσει την προκατάληψη του; Γιατί ο καθένας από μας έχει ένα δεδομένο εννοιολογικό σύστημα στο μυαλό του...

**Νίκος Ξυδάκης:** Η κρίση μάς έμαθε τουλάχιστον να αμφισβητούμε τις δικές μας ευκολίες. Οι δημοσιογράφοι έχουν την ευκολία να εξηγούν στα γρήγορα και συχνά επιπόλαια ή να κάνουν γρήγορες περιγραφές. Από το 2008, ήρθαμε αντιμέτωποι με κάποια πράγματα για τα οποία στην αρχή νομίζαμε ότι αρκούσε η τεχνική γνώση, άρα θα προσφεύγαμε στους οικονομολόγους, τους ειδικούς των χρηματοπιστωτικών, σ' αυτούς που γνωρίζουν την τεχνική του χρήματος και στους ειδικούς των μακροοικονομικών. Σταδιακά, όμως, βλέπαμε ότι η οικονομία ήταν περισσότερο πολιτική και λιγότερο οικονομία. Κι όλα αυτά τα χρόνια που περνούν και βλέπουμε την κρίση να μεγαλώνει σα χιονοστιβάδα, μάθαμε ότι η κρίση, υπό μία έννοια, είναι η εκδίκηση της πολιτικής. Ανάγκη να γυρίσουμε στην πολιτική.

Ένα νόμισμα είναι κατεξοχήν πολιτικό εργαλείο κι όχι τεχνικό. Ελάχιστα σε αυτό συμμετείχαν οι λαοί με τη σκέψη τους, δηλαδή ελάχιστα κατάλαβαν τι είναι. Το καταλάβαμε πικρά δέκα χρόνια αργότερα. Αυτά είναι τα μαθήματα που μας δίνει η κρίση και είναι μαθήματα τα οποία πληρώνουμε πάρα πολύ ακριβά. Μαθήματα από τα οποία την προκύπτουσα γνώση, δεν ξέρω σε ποια πραγματικότητα, σε ποιο περιβάλλον μπορούμε να την εφαρμόσουμε.

**Δημήτρης Νόλλας:** Να προσθέσω ότι ένας δημοσιογράφος εντέλει μπορεί να γράφει όπως περιμένουν οι αναγνώστες του. Το ανάλογο στη λογοτεχνία, είναι το φαινόμενο του bestsellerισμού. Ο δημοσιογράφος στο άρθρο του θέλει να αναπτύξει την αλήθεια του εαυτού

του μέσα στο πλαίσιο της ανάλυσης που κάνει μέσα στα πράγματα κι όχι επειδή θέλει να χαϊδέψει αυτιά. Στο φαινόμενο του bestsellerισμού συμβαίνει κάτι ανάλογο με το χάιδεμα των αυτιών, ο συγγραφέας γράφει αυτά που θέλουν να διαβάσουν οι άνθρωποι.

**Κορίνα Πατέλη:** Διαπιστώνω ένα συναίσθημα ότι κινούμαστε άποροι μέσα σε αυτή την κρίση, λες και το κίνημα εναντίον της παγκοσμιοποίησης που πριν από δέκα χρόνια έλεγε ακριβώς αυτά τα πράγματα δεν υπήρξε, λες και η Naomi Klein δεν έγραψε το *No Logo*, λες και η γενιά της (αν όχι η γενιά μου) δεν προσπαθούσε να βρει διαφορετικό τρόπο να γράψει και να συγκροτήσει την ταυτότητα της μέσα σε αυτό το υπόδειγμα καταναλωτισμού και λογοκρισίας της αγοράς που τόσο καλά περιγράφετε. Εγώ νομίζω πως έχει γίνει αρκετή δουλειά τα τελευταία δέκα χρόνια, τουλάχιστον στη θεωρία αλλά και στην πρακτική της γραφής, ώστε να υπερβούμε αυτό το συναίσθημα της απορίας και της αδυναμίας μπροστά στην κρίση. Και νομίζω πολλοί από μας (και εσείς νομίζω) βλέπαμε το νόμισμα ως πολιτικό στοιχείο κι επίσης πάρα πολλοί κι από την ακροδεξιά έβλεπαν το νόμισμα ως πολιτικό –εξου και δεν θέλανε να μπούμε στην ONE.

**Νίκος Ξυδάκης:** Είναι πράγματι κάποιοι συγγραφείς και κάποιοι πανεπιστημιακοί στον χώρο τον ακαδημαϊκό που έχουν κάνει οξυδερκείς, έγκαιρες, διεξοδικές κριτικές στον καταναλωτισμό, στην αλλοτρίωση και στην υποδούλωση των ανθρώπων. Μόνο που τα μηνύματα αυτά έφτασαν μόνο στους διπλανούς τους, αντιστοίχως, διανοούμενους και ακαδημαϊκούς και θεωρητικούς. Η κρίση όμως δεν πλήττει τη θεωρία, πλήττει όλες τις κοινωνίες. Πλήττει τις γραμματείες που ο μισθός τους ήταν επτακόσια ευρώ και το iPhone έκανε επτακόσια, αλλά το είχαν από την πρώτη στιγμή! Αυτή η κοπέλα δεν έχει διαβάσει ποτέ Naomi

Klein το *No Logo* και δεν πρόκειται ποτέ να το διαβάσει –κι ούτε πρόκειται να καταλάβει αν το διάβαζε. Οι άνθρωποι σήμερα απορούν και είναι κατάπληκτοι, σοκαρισμένοι. Το ότι κάποιοι θεωρητικοί (ή οι πατέρες της Εκκλησίας, που έχουν αναφερθεί στην εγκράτεια, τον ολιγαρχικό βίο) έχουν μιλήσει, αυτό δεν κάνει λιγότερο τον πόνο, την έκπληξη και τα συντρίμια της ζωής. Άλλο να χτίζεις αργά-αργά μια απορητική συνείδηση για το τι συμβαίνει,

Η ΛΕΞΗ «ΚΑΤΑΝΟΩ»  
ΕΙΝΑΙ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ  
ΑΠΑΙΤΗΤΙΚΗ. ΟΠΟΙΟΣ  
ΚΑΤΑΝΟΕΙ ΕΙΝΑΙ ΣΕ ΘΕΣΗ  
ΝΑ ΚΡΙΝΕΙ ΑΛΛΙΩΣ, ΝΑ  
ΔΕΙ ΤΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ ΜΕ  
ΠΙΟ ΨΥΧΡΑΙΜΟ ΤΡΟΠΟ,  
ΝΑ ΣΚΕΦΤΕΙ

για το τι σημαίνει παγκοσμιοποίηση πριν από δέκα χρόνια, όταν κανείς δεν ήξερε τι ήταν, κι άλλο είναι να ξυπνάς την επόμενη μέρα και να σου έχουν κόψει τον μισό μισθό ή, ακόμη περισσότερο, να μην έχεις καθόλου μισθό. Εκεί δεν χτίζεται μια αργή επίπονη συνείδηση. Εκεί αλλάζει η ζωή σου. Αυτό είναι που ζούμε τώρα.

**Α.Δ. Παπαγιαννίδης:** Δείτε πως προκύπτει ο ρόλος των Μέσων, των μη ουδέτερων μέσων! Πως μπορεί αυτή την αμφισβητιακή ανάγνωση να θεωρήσει κάποιος ότι την μεγεθύνουν τα Μέσα, πώς της έδωσαν πολύ μεγάλη πλατφόρμα έκτασης, συζήτησης. Αυτό τι ήταν; Ήταν πολιτική συνειδητοποίηση.

**Χάρης Πλατανάκης:** Ενώ στις δύο εισηγήσεις μου φάνηκε ότι ο δημοσιογράφος και ο λογοτέχνης έτειναν να συγκλίνουν, στο πρώτο μέρος της συζήτησης αναδειχτατε περισσότερο τις αποκλίσεις. Θα ήθελα όμως να τονίσω τη σύγκλιση. Είπε ο Δημ. Νόλλας, ότι η κρίση έχει να κάνει με το τέλος ως τελείωμα αλλά και το τέλος ως τελείωση. Τελείωση σε τι; Ένα υπαρξιακό ερώτημα. Αλλά κι ο Ν. Ξυδάκης παραδέχθηκε ότι η αλήθεια είναι η δύναμη, όμως κατέληξε να αναρωπιέται για ποια αλήθεια παλεύει ο δημοσιογράφος. Υπάρχει δηλαδή μια άγνοια όσον αφορά το περιεχόμενο της αληθείας. Άρα και ο δημοσιογράφος και ο λογοτέχνης, σε αυτή την ανασυγκρότηση των δυο εισηγήσεων, μου φάνηκε ότι κατέληξαν με ένα: «Τι»; «Που πάει»; Παραδέχτηκαν με ταπεινοφροσύνη ότι «δεν ξέρω να σας το προσφέρω αυτό που έχω να προσφέρω ως δημοσιογράφος, ως λογοτέχνης». Έτσι και το Μεταπτυχιακό, που προετοιμάζει δημοσιογράφους, δεν προσπαθεί να δώσει απαντήσεις ή δόγματα, προσπαθεί να μεταδώσει και να αναπτύξει μια ικανότητα. Ίσως το στοιχείο σύγκλισης των δυο προτάσεων είναι τελικά ότι η λύση στην κρίση είναι η διάκριση και η ικανότητα να βρούμε αυτή τη διάκριση.

**Δημήτρης Νόλλας:** Θεωρώ ότι το συμπέρασμά σας είναι κοντά στο δικό μου. Τώρα δεν ξέρω αν αυτό είναι αισιόδοξο. Πάντως είναι σίγουρο ότι το να έχεις την ικανότητα να ψηλαφίζεις το φαινόμενο της κρίσης είναι κάτι πάρα πολύ σημαντικό. Τουλάχιστον είσαι στην αρχή του δρόμου. Όσον αφορά το τέλειο και το τέλος, αυτό που ήθελα εγώ να πω είναι ότι δεν μπορούμε στον κόσμο αυτό να εφαρμόσουμε πότε και με τίποτα τον Παράδεισο, όση θέληση να βάλουμε κι όσο κι αν επιθυμούμε. Μ' αυτήν την έννοια, ο αγώνας του ανθρώπου είναι μια ανηφόρα, ένα πράγμα το οποίο συνεχώς παλεύεται. Αυτό ισχύει και για το κείμενο. ♪

# Η δημοσιογραφία στη σκιά των ισχυρών του Χρήματος



ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ Ι. ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΥ

Η πληροφόρηση είναι σημαντικό αγαθό δημοσίου συμφέροντος, που χρηματοδοτείται από ιδιωτικά συμφέροντα

**Διαπλοκή εκδοτών και δημοσιογράφων, διαφθορά στη δημοσιογραφία, λογοκρισία και αυτολογοκρισία.** Τρία θέματα, τυπικώς μόνον ξεχωριστά, διότι επί της ουσίας πρόκειται για την περιγραφή ενός προβλήματος που θα μπορούσε να έχει σήμερα τίτλο «Δημοσιογραφία και Εξουσία». Βέβαια, δεν αγνοώ ότι, τα τελευταία χρόνια, οποιαδήποτε αναφορά σε «διαπλοκή», «διαφθορά» και «δημοσιογράφους» ερεθίζει σε μεγάλο βαθμό μια κοινωνική πλειοψηφία σε κάθε χώρα, καθώς οι πολίτες του κόσμου αισθάνονται –όχι άδικα– περικυκλωμένοι από δυνάμεις που υπηρετούν, στον δημόσιο χώρο, από διάφορες θέσεις, τους άρχοντες του Χρήματος. Και πράγματι, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι τα μέσα ενημέρωσης προσφέρονται, από τη φύση τους, για «αξιοποίηση» από τους Ισχυρούς του κόσμου, οι οποίοι μάλιστα εδώ και μία 25ετία σημειώνουν διαρκώς νίκες, ανεμίζοντας τα λάβαρα της Παγκοσμιοποίησης πάνω από τα ηττημένα στρατεύματα της Πολιτικής. Η Πληροφόρηση,

από δημόσιο αγαθό των Δημοκρατιών, εύκολα γίνεται όργανο συγγνής αντι-κοινωνικής προπαγάνδας, εξαπάτησης του κοινού και υπεράσπισης ειδικών συμφερόντων, όταν περνάει στον έλεγχο ισχυρών και καλά οργανωμένων δυνάμεων που εκτιμούν ως ύψιστο αγαθό (τους) την αύξηση των κερδών τους.

Όμως, τα πράγματα σ' αυτή τη δημοφιλή στο κοινό υπόθεση ήσαν σίγουρα περίπλοκα και πριν από τη θεαματική επέλαση των οικονομικών Βανδάλων του λευκού περιλαιμίου στα πεδία της πολιτικής. Και καλό είναι να σημειωθεί πριν απ' όλα, ως μία χρήσιμη υπενθύμιση στο ξεκίνημα κάθε προσέγγισης του ζητήματος της δημοσιογραφίας, μία κεφαλαιώδης αντίφαση που βρισκόταν πάντοτε στο κέντρο του προβλήματος: η πληροφόρηση είναι σημαντικό αγαθό ΔΗΜΟΣΙΟΥ συμφέροντος, που χρηματοδοτείται από ΙΔΙΩΤΙΚΑ συμφέροντα, τους επιχειρηματίες –εκδότες και ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης. Έτσι, το μεγάλο «στοίχημα» διαρκείας ήταν

Ο Κωνσταντίνος Ι. Αγγελόπουλος είναι δημοσιογράφος.

## ΤΑ ΜΜΕ ΚΑΛΟΥΝΤΑΙ ΝΑ «ΕΥΘΥΓΡΑΜΜΙΣΤΟΥΝ» ΜΕ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ «ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ», ΜΕ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ «ΝΕΩΝ ΚΑΙΡΩΝ»

και είναι το κατά πόσον μπορεί να συνδυάζονται σε ένα έντυπο, σε έναν ραδιοφωνικό σταθμό, σε ένα τηλεοπτικό δίκτυο η υποχρέωση για καθαρή, αντικειμενική πληροφόρηση του κοινού με τον «απέναντι», θεμιτό καταρχήν, στόχο του χρηματοδότη-επιχειρηματία για τον προσπορισμό κέρδους, και πάντως για την αποφυγή οικονομικής ζημίας. Οι δυσκολίες μεγαλώνουν, εννοείται, με τις «παρεμβολές» της πολιτικής εξουσίας σε δημοσιογραφικούς-εκδοτικούς χώρους.

Σ' αυτό το πεδίο κρίνεται, λοιπόν, η αποτελεσματικότητα μιας ασκούμενης δημοσιογραφίας. Η πνευματική και ηθική δύναμη του εργαζόμενου δημοσιογράφου παλεύει πολλές φορές με τις προθέσεις, τις επιθυμίες και την ισχύ των εργοδοτών του. Εδώ μπορεί να εντοπιστεί το εάν και το κατά πόσον μιας «διαπλοκής». Σε κάθε ΜΜΕ, ανάλογα με την ποιότητα και τους στόχους μιας επιχειρηματικής μιντιακής δύναμης, οι δημοσιογράφοι αντιμετωπίζουν συνθήκες που τους δίνουν τέσσερις επιλογές:

α) άσκηση τίμιας δημοσιογραφίας β) εργασία με ανοχή σε μια «μικτή» κατάσταση (πληροφόρηση, αλλά με κάποιες «εκπτώσεις» γ) προθυμία κατάθεσης της δημοσιογραφικής συνείδησης στον βωμό προσωπικών φιλοδοξιών και φαντασιώσεων ισχύος και δ) πλήρης και οριστική υποταγή στα συμφέροντα των εκδοτών-ιδιοκτητών και των κάθε είδους «ισχυρών» φίλων τους. Εδώ αγγίζουμε την περίπτωση της καθαρής «διαπλοκής».

Η δημοσιογραφία είναι άθλημα ατομικό και κάθε υπηρέτης της έχει προσωπική ευθύνη για κάθε επιλογή του. Προσωπική παιδεία και βαθμός πνευματικής καλλιέργειας, ηθικές αρχές, σχέσεις με το χρήμα, αδυναμίες και συμπλέγματα κοινωνικά κρίνουν τις συμπεριφορές των δημοσιογράφων σε έντυπα και ραδιοτηλεοπτικά μέσα. Αν ένας δημοσιογράφος αποφασίσει να ενταχθεί στα «συστήματα» της πολιτικής-οικονομικής εξουσίας, να συνταχθεί με τα «αφεντικά» του και τις «διαπλοκές», τότε συγκατακεί και με τη διαφθορά. Λογοκρισία και η αυτολογοκρισία απουσιάζουν ή ανθούν κατά περίπτωση. Βέβαιο είναι, πάντως, ότι αν ένας δημοσιογράφος εισπράττει τη βαθιά

αντιπάθεια ισχυρών πολιτικών παραγόντων και αρχόντων του Χρήματος, τότε δεν πρέπει να αμφιβάλλει ότι κάνει σωστά τη δουλειά του

Όλα τα παραπάνω μπορεί να συμβαίνουν, να παρατηρούνται, να αναλύονται και να κρίνονται τόσο σε σχέση με την εθνική κατάσταση σε κάθε χώρα σε συγκεκριμένες περιόδους, όσο και με τη διεθνή πραγματικότητα. Τα μέσα ενημέρωσης σε κάθε χώρα διαμόρφωσαν στη διαδρομή του χρόνου τις επιχειρηματικές δομές τους, τη μορφή, τον πολιτικό και κοινωνικό χαρακτήρα τους, εμφάνισαν ιδιαίτερες αρετές και ελαττώματα και προσέλκυσαν ανάλογο αναγνωστικό κοινό, σε συνάρτηση με την ποιότητα και την έκταση της παραγωγικής βάσης της χώρας, με τον βαθμό καλής λειτουργίας της Δημοκρατίας, του κράτους Δικαίου και της ποιότητας της παρεχόμενης δημόσιας εκπαίδευσης. Από τον συνδυασμό όλων αυτών ορίζεται ένα «περιβάλλον», στο οποίο διαμορφώνεται και η γενική ποιότητα και λειτουργία της Δημοσιογραφίας. Από εκεί και πέρα, οι ειδικές ποιότητες και λειτουργίες, οι κρίσιμες «λεπτομέρειες» ορίζονται από ατομικές οντότητες, από τις επιδόσεις και τις αντοχές των υπηρέτων του δημόσιου αγαθού της πληροφόρησης και του ελέγχου της εξουσίας.

Σήμερα, στις αρχές του 21ου αιώνα, η δύναμη των επελάσεων του Χρήματος έχει όχι μόνο περιορίσει την Πολιτική σε ρόλους διαχείρισης των «δεδομένων» που επιβάλλει η Παγκοσμιοποίηση, αλλά επιπλέον οδηγεί τα πράγματα και σε μια ταπεινωτική υποβάθμιση των πολιτικών ηγεσιών και σε υποχώρηση των Δημοκρατιών σε θεσμικό και λειτουργικό επίπεδο. Η επέλαση των πανίσχυρων όσο και πνευματικά άξεστων νέων αρχόντων πλήττει έναν ολόκληρο πολιτικό, οικονομικό και κοινωνικό ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, τον οποίον η Αυτοκρατορία του Χρήματος φυσιολογικά απεχθάνεται. Έτσι, η κατάσταση που διαμορφώνεται σήμερα στην Ευρώπη και σε όλα τα δημοκρατικά καθεστώτα του κόσμου περιλαμβάνει φυσικά στο «πρόγραμμα» και το στοιχείο της αλλοίωσης και κατάρρευσης των αρχών και όρων που διέπουν την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Τα ΜΜΕ καλούνται να «ευθυγραμμιστούν» με τις νέες οικονομικές «τεχνολογίες», με τις ανάγκες των «νέων καιρών», δηλαδή με τις «ανάγκες» που προκύπτουν από τα αχαλίνωτα πάθη της νέας διεθνούς κερδοσκοπίας, η οποία στην ουσία καταργεί τον καπιταλισμό που γνώρισαν οι κοινωνίες και την οικονομική «ηθική» που αυτός μπορούσε να επικαλείται, όταν ήταν συνδεδεμένος με την παραγωγή. Οι δημοσιογράφοι πρέπει ή να τεθούν υπό πλήρη έλεγχο ή να οδηγηθούν σε «έξοδο» από τα «καθιερωμένα» ΜΜΕ και να περιοριστούν στους στενούς δρόμους και στα σοκάκια μιας περιθωριακής δημοσιογραφίας. Αυτοί οι στόχοι έχουν ήδη επιτευχθεί σε σημαντικό σταθμό στα πεδία της ιδιωτικής τηλεόρασης και οι αντίπαλοι των ισχυρών «διαπλεκόμενων» εντοπίζονται στα κεί-



μενα εντύπων και ιστοσελίδων που διατηρούν ακόμη σθένος και ανεξαρτησία, με στόχο να προσφέρουν στο κοινό αποκαλυπτικά ρεπορτάζ, αναλύσεις και σχόλια.

Αναμενόμενο αυτό και απόλυτα εξηγήσιμο. Η νέα Αυτοκρατορία είναι, από την αδηφάγο φύση της, ορκισμένος αντίπαλος της αστικής κοινοβουλευτικής Δημοκρατίας και του πολιτισμού που σχηματίστηκε γύρω από αυτήν, στη βάση μιας ελεύθερης, αλλά όχι ασύδοτης, οικονομίας και στη βάση ανθρωπιστικών αξιών που όρισαν, μεταξύ άλλων, και το ονομαζόμενο «κοινωνικό κράτος» σε κάθε δημοκρατική χώρα της Ευρώπης μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Σ' αυτόν τον αστικό πολιτισμό, τα μέσα ενημέρωσης μπορούσαν να διατηρούν στους κόλπους τους πολλές ελεύθερες φωνές, ελεγκτές των αυθαιρεσιών και των «μυστικών» κάθε εξουσίας. Οι ισχυροί της πολιτικής και της οικονομίας πάντοτε προσπαθούσαν βεβαίως να «επηρεάζουν» με διάφορους τρόπους τα μέσα ενημέρωσης, αλλά οι κώδικες

λειτουργίας της αστικής Δημοκρατίας, οι ποιότητες της καθεστηκίας τάξης και μαζί των εκδοτών-επιχειρηματιών έβαζαν κάποιους «όρους» στη διεξαγωγή των «πολέμων» της δημοσιογραφίας με την εξουσία και των μεταξύ τους «σχέσεων». Τα «διαπλεκόμενα συμφέροντα» υπήρχαν, βεβαίως, αλλά όχι ως αποδεκτό «φυσιολογικό» φαινόμενο σχέσεων της ελεύθερης αγοράς με την πολιτική εξουσία. Υπήρχαν ως «ακραία» φαινόμενα, ως «εξαιρέσεις» και όταν παρήγαγαν σκάνδαλα (που αποκαλύπτονταν σχεδόν πάντοτε από δημοσιογραφική έρευνα), η άρχουσα τάξη τα καταδίκαζε αναγκαστικά, προκειμένου να διασφαλίσει την υπόσταση της και το κύρος της απέναντι στην κοινωνία, αλλά και στην αγορά. Αυτά έπαψαν να ισχύουν προς τα τέλη του 20ου αιώνα, με τη συγκρότηση της νεοφιλελεύθερης Παγκοσμιοποίησης. Και σήμερα, πλέον, η κατάρπωση του «κλασσικού» καπιταλισμού και η μεγάλη άνθηση των τυχοδιωκτικών δυνάμεων του Χρήματος, οι οποίες καταφέρουν θανάσιμα πλήγματα στις αστικές Δημο-

## Η ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΘΛΗΜΑ ΑΤΟΜΙΚΟ

κρατίες, δημιούργησαν αναπόφευκτα ένα ζοφερό τοπίο και στον χώρο της δημοσιογραφίας. Σ' αυτό το τοπίο, που φιλοξενεί πια στους κόλπους του νέου τύπου ομάδες «επιρροής» και ουκ ολίγους «αμαρτωλούς», η δουλειά του δημοσιογράφου που επιθυμεί να ασκήσει με συνέπεια τη δημοσιογραφία έγινε εξαιρετικά δύσκολη –καμιά φορά και αδύνατη. Ο ρόλος των ΜΜΕ άλλαξε σε σημαντικό βαθμό, κάτω από τους σκληρούς ελέγχους και τις απαιτήσεις του Χρήματος. Και τα ιδιωτικά τηλεοπτικά δίκτυα, κυρίαρχα, προωθούν μία «νέα δημοσιογραφία», ευθέως ανάλογη με την ποιότητα και τους στόχους των δυνάμεων που την χρηματοδοτούν. Η κανονική Δημοσιογραφία οδηγείται σε «έξοδο». <

# Η διαπληροκλή και ο Τύπος



ΤΟΥ ΣΤΑΥΡΟΥ ΛΥΓΕΡΟΥ

Παλαιότερα, οι εφημερίδες στηρίζονταν στην κυκλοφορία τους. Σήμερα, κύρια πηγή των εσόδων τους είναι η διαφήμιση

**Παραδοσιακά, ο Τύπος είχε κάποιου είδους διαπλοκή με την πολιτική και με τα οικονομικά συμφέροντα.**

Η διαφορά του σήμερα από το χθες είναι ότι παλαιότερα οι εφημερίδες στηρίζονταν στην κυκλοφορία τους. Άρα, είχαν μια κάποια οικονομική ανεξαρτησία, επειδή η κυκλοφορία ήταν η κύρια πηγή των εσόδων τους. Σταδιακά, κύρια πηγή των εσόδων τους έγινε η διαφήμιση. Πρόκειται για μια ποιοτική διαφορά.

Η διαπλοκή απέκτησε νέο περιεχόμενο. Για την ακρίβεια, τα media έπαψαν να είναι προσκολλημένα σε κόμματα και έγιναν θεραπευαίνιδες της ολιγαρχίας του χρήματος. Η ίδια η πολιτική εξουσία, άλλωστε, έχασε σε μεγάλο βαθμό την αυτονομία της. Σταδιακά, διαμορφώθηκε το αμαρτωλό τρίγωνο. Η ισχυρή κορυφή είναι η ολιγαρχία του χρήματος, με τις δύο άλλες κορυφές, την πολιτική εξουσία και τα media, να λειτουργούν περισσότερο δορυφορικά παρά ανταγωνιστικά.

Στην προ κρίσης Ελλάδα, αυτό το αμαρτωλό τρίγωνο λειτούργησε σαν

καρκίνωμα. Ήταν στυλοβάτης του μοντέλου πλασματικής ανάπτυξης, βασικά χαρακτηριστικά του οποίου ήταν όχι μόνο ο παρασιτισμός, η σπατάλη και ο ανορθολογισμός, αλλά και η κλεπτοκρατία. Η κρίση έβγαλε όλα αυτά στην επιφάνεια και τους προσέδωσε μία άλλη διάσταση.

Όταν το μοντέλο πλασματικής ανάπτυξης δεν μπορούσε πλέον να χρηματοδοτηθεί, κατέρρευσε, συμπαρασύροντας και το ανομολόγητο κοινωνικό συμβόλαιο ανάμεσα στην άρχουσα τάξη και στη μικρομεσαία θάλασσα. Το περιεχόμενο αυτού του συμβολαίου συνοψίζεται στο εξής μήνυμα που εξέπεμπε η άρχουσα τάξη: «Μην ασχολείστε με τα χρυσοφόρα παιχνίδια διαπλοκής που λαμβάνουν χώρα στην κορυφή της κοινωνικής πυραμίδας και το πολιτικό σύστημα θα κάνει τα στραβά μάτια για τη διαφθορά στη δημόσια διοίκηση, για την εκτεταμένη φοροδιαφυγή στους μικρομεσαίους, για την αυθαίρετη δόμηση και για διάφορα άλλα ανομικά φαινόμενα.»

Όταν ακυρώθηκε αυτό το ανομο-

Ο Σταύρος Λυγερός είναι δημοσιογράφος.





λόγητο κοινωνικό συμβόλαιο, συμπαρέσυρε και τον μεταπολιτευτικό δικομματισμό, το πολιτικό σύστημα που το εξέφραζε. Τα αποτελέσματα των εκλογών του Μαΐου και Ιουνίου 2012 είναι μόνο η αρχή των τεκτονικών αλλαγών στο πολιτικό-εκλογικό επίπεδο. Με άλλα λόγια, έχουμε τέλος εποχής.

Έχει σημασία, σ' αυτό το σημείο, να υπογραμμίσουμε ότι οι ελληνικές άρχουσες ελίτ έχουν μακρά παράδοση εξάρτησης. Όταν στις αρχές του 2010, με δική τους πρωταρχική ευθύνη, η Ελλάδα έφθασε στο χείλος του γκρεμού, επιβεβαίωσαν αυτή την παράδοση. Αντί, έστω και την τελευταία στιγμή, να επεξεργαστούν ένα εναλλακτικό εθνικό σχέδιο εξόδου από την κρίση, αντί να διαπραγματευτούν με την Τρόικα ένα βιώσιμο πρόγραμμα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, τα παρέδωσαν όλα. Έτρεξαν να κρυφτούν στην ποδιά των ξένων κηδεμόνων.

Οι πιο θρασείες εκπρόσωποι αυτών των ελίτ, μάλιστα, κουνάνε το δάχτυλο στην κοινωνία. Οι άρχουσες ελίτ νόμιζαν ότι η Τρόικα θα βάλει χέρι μόνο στη δημόσια παρουσία και στα εισοδήματα της μικρομεσαίας θάλασσας. Με καθυστέρηση, αρχίζουν να συνειδητοποιούν ότι θα βάλει χέρι και στις εξασθενημένες από την ύφεση ιδιωτικές επιχειρήσεις. Η εσωτερική υποτίμηση, την οποία τόσο ύμνησαν, έχει κι αυτή τη διάσταση.

Οι δανειστές θα βάλουν χέρι και στις τράπεζες και μέσω των τραπεζών θα ελέγξουν και τα media. Τέρμα οι προνομιακές δανειοδοτήσεις. Τα παραπάνω έχουν μεγάλη

## ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΜΙΑΣ ΚΡΙΣΗΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΧΩΣ ΟΞΥΝΕΤΑΙ, Η ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΧΕΙ ΑΠΟΚΤΗΣΕΙ ΖΩΤΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ

σημασία για να δούμε τον ρόλο των μέχρι τώρα κατεστημένων media. Η κοινωνία, πάντως, δεν πρόκειται να συνταχθεί με τούς κάθε είδους ολιγάρχες, οι οποίοι νιώθουν να απειλούνται από την Τρόικα και τώρα αρχίζουν να μιλάνε δειλά για αφελληνισμό επιχειρήσεων και ΜΜΕ.

Στην Ελλάδα μιας κρίσης που συνεχώς οξύνεται και παράγει ολοένα και περισσότερα οικονομικά και κοινωνικά ερείπια, η ανάγκη για πραγματική δημοσιογραφία έχει αποκτήσει ζωτική σημασία. Δεν έχει σημασία η μορφή της δημοσιογραφίας, αν θα είναι μέσω εφημερίδων, ραδιοσταθμών, τηλεοπτικών καναλιών ή μέσω διαδικτύου. Αυτά είναι οχήματα. Το ζητούμενο είναι η ποιότητα. Και η ποιότητα δεν εξασφαλίζεται με τη νοοτροπία του «τζάμπα».

Η δημοσιογραφική παραγωγή είναι ένα προϊόν. Κάποιοι εργάζονται για να προκύψει ένα ρεπορτάζ, μία έρευνα,

ένα σχόλιο ή μία newsanalysis. Κι αυτοί πρέπει να πληρωθούν. Όποιος έχει την απαίτηση ή απλώς έχει εθιστεί να βρίσκει τα πάντα δωρεάν στο διαδίκτυο, υπονομεύει την ανεξαρτησία της δημοσιογραφίας. Ο δημοσιογράφος που δεν πληρώνεται από τους αναγνώστες του, τους ακροατές τους, τους τηλεθεατές του ή τους χρήστες του διαδικτύου γρήγορα θα εγκαταλείψει τη δημοσιογραφία, ή θα συνεχίσει επειδή πληρώνεται από άλλους, απ' όσους ενδιαφέρονται να διαμορφώνουν την κοινή γνώμη σύμφωνα με τα συμφέροντά τους. Όποιος θέλει να έχει ένα ποιοτικό δημοσιογραφικό προϊόν με απαιτήσεις ανεξαρτησίας, πρέπει να αντιληφθεί ότι δεν μπορεί να το έχει δωρεάν.

Αυτό έχει ακόμα μεγαλύτερη σημασία, επειδή διανύουμε μια μεταβατική περίοδο. Βρισκόμαστε σε ιστορική καμπή. Το παραδοσιακό σύστημα εξουσίας αποδομείται και το νέο δεν έχει ακόμα διαμορφωθεί. Η εξέλιξη αυτή θα επηρεάσει αποφασιστικά και τα ΜΜΕ. Το νέο τοπίο στα ΜΜΕ δεν είναι σίγουρο ότι θα είναι καλύτερο. Θα εξαρτηθεί από την τροπή που θα πάρουν οι εξελίξεις στο πολιτικό επίπεδο.

Η ολιγαρχία του χρήματος προσπαθεί να «κινεζοποιήσει» την εργασία στην Ευρώπη, να καταλύσει το Κοινωνικό Κράτος και κατ' επέκταση και το σοσιαλδημοκρατικό μοντέλο. Η αρχή έγινε από τον πιο αδύναμο κρίκο, την Ελλάδα, την οποία έχουν μετατρέψει σε πειραματόζωο. Το κρίσιμο ερώτημα είναι αν στην Ελλάδα θα υπάρξει μία δημοσιογραφία η οποία θα εκφράσει την αντίσταση της κοινωνίας.

Η πείρα του παρελθόντος δείχνει ότι οι καλές προθέσεις δεν αρκούν. Η αναδιάρθρωση των αρχουσών ελίτ θα επιφέρει και μια αναδιάρθρωση στην κατεστημένη δημοσιογραφία. Αυτοί που έχουν τα χρήματα, όμως, μπορούν εύκολα να μεταλλάξουν παραδοσιακά συγκροτήματα ΜΜΕ ή ακόμα και να δημιουργήσουν νέα.

Μην ξεχνάμε ότι, στο ιδεολογικό επίπεδο, τα κατεστημένα media διεκ-

περαιώνουν τη θεραπεία-σοκ στην Ελλάδα. Λειτουργούν ως μηχανισμός για την επιβολή των εκβιαστικών διλημάτων στην κοινωνία. Μετατρέπουν ζωτικής σημασίας πολιτικά ζητήματα σε αναμφισβήτητο μονόδρομο, σβήνοντας κάθε δυνατότητα εναλλακτικής λύσης στο επικοινωνιακό επίπεδο. Το καταφέρνουν με όπλο την καλλιέργεια του φόβου. Είναι οι διαχειριστές του φόβου. Η συνταγή, βεβαίως, δεν

ΟΠΟΙΟΣ ΕΧΕΙ ΤΗΝ  
ΑΠΑΙΤΗΣΗ 'Η ΑΠΛΩΣ  
ΕΧΕΙ ΕΘΙΣΤΕΙ ΝΑ ΒΡΙΣΚΕΙ  
ΤΑ ΠΑΝΤΑ ΔΩΡΕΑΝ ΣΤΟ  
ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ, ΥΠΟΝΟΜΕΥΕΙ  
ΤΗΝ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ ΤΗΣ  
ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

είναι δική τους. Έχει έρθει ντελίβερι.

Στην πραγματικότητα, συνεχίζουν με άλλη μορφή μια θλιβερή παράδοση. Ας μην ξεχνάμε ότι τα ΜΜΕ ως σύνολα, αλλά και μια σημαντική μερίδα δημοσιογράφων, έπαιξαν επικερδώς ρόλο μεσάζοντα σε χρυσοφόρα παιχνίδια διαπλοκής. Από οικονομικής απόψεως, λειτούργησαν ως παράσιτα και από θεσμικής ως υπονομευτές του Κράτους Δικαίου και κατ' επέκταση της δημοκρατίας.

Τα media έπαιξαν καθοριστικό ρόλο την άνοιξη του 2010, όταν πρωτοετέθη στην ελληνική κοινωνία το δίλημμα “Μνημόνιο ή χρεοκοπία”. Είπαν στους Έλληνες ότι αν αντιστέκονταν θα έχαναν μισθούς, συντάξεις και καταθέσεις. Έτσι, οι Έλληνες αποδέχθηκαν περικοπές, ελπίζοντας ότι σύντομα η κρίση θα ήταν παρελθόν. Τους έλεγαν, άλλωστε, ότι στα τέλη του 2011, ή το αργότερο στις αρχές του 2012, η Ελλάδα θα έχει επανέλθει σε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης και θα έχει επιστρέψει στις Αγορές!

Με την πάροδο του χρόνου, η ελπίδα μαράθηκε και τη θέση της πήρε η απόγνωση. Κι όσο η απόγνωση συσσωρεύεται, τόσο μετατρέπεται σε οργή. Στην προσπάθειά της να ανασχέσει τη λαϊκή οργή, η «παράταξη του Μνημονίου» επιστράτευσε την ιδεολογική ηγεμονία του ευρώ. Η απειλή εξόδου της Ελλάδας από το ευρώ έπαιξε ανασχετικό ρόλο στην εκδήλωση της κοινωνικής οργής, αλλά δεν είναι αυτή η κύρια αιτία των υποτονικών κοινωνικών αντιδράσεων.

Υπενθυμίζουμε ότι το κίνημα των Αγανακτισμένων το 2011 είχε προσλάβει μεγάλες διαστάσεις. Το κίνημα αυτό ξεθύμανε, επειδή δεν έβγαζε πουθενά. Ήταν η ύστατη προσπάθεια της κοινωνίας να αντιμετωπίσει την επίθεση που δέχεται με ειρηνικές διαμαρτυρίες, ήταν η ύστατη κραυγή απόγνωσης.

Σήμερα, η μεγάλη μάζα των πολιτών δεν συμμετέχει στις διαδηλώσεις όχι επειδή υποτάχθηκε, αλλά επειδή έχει πεισθεί ότι δεν μπορούν να επηρεάσουν την ασκούμενη πολιτική. Και δεν μπορούν να την επηρεάσουν, επειδή τη χώρα δεν την κυβερνάει η κυβέρνηση, αλλά η Τρόικα. Προς το παρόν, οι πολίτες προσπαθούν να επιβιώσουν. Όσο, όμως, η κοινωνική οργή συσσωρεύεται χωρίς να εκδηλώνεται, τόσο πιο πιθανή γίνεται μία τυφλή κοινωνική έκρηξη. Έκρηξη, η οποία μπορεί να προέλθει από ασήμαντη αφορμή, από ένα λάθος σφύριγμα δαιτητή! ^

# Αποκάλυψη ή συγκάλυψη;

Τα διλήμματα των δημοσιογράφων στο πολιτικό ρεπορτάζ



ΤΗΣ ΜΑΡΙΝΑΣ ΤΖΟΚΑ

Όποιος γράφει μπορεί και να ξεγράψει. Τουλάχιστον στην Ελλάδα

**Ένας τίτλος με πολύ βαθιά δυναμική, πρωτίτως για τους «υπηρέτες» του δημοσιογραφικού κόσμου.**

Διότι περί ενός άλλου «κόσμου» πρόκειται εκείνου που ταλαντεύεται μεταξύ της αποκάλυψης και της συγκάλυψης – με την ανακάλυψη να έπεται –, μεταξύ του δημοσιογραφικού λειτουργήματος και του δημόσιου, ιδιωτικού, πολιτικού, οικονομικού συμφέροντος. Και όλα αυτά σε ένα παγκοσμιοποιημένο πλέγμα παραγωγής, διανομής και κατανάλωσης πληροφοριών, που διαρκώς εξελίσσεται και αναδιαμορφώνεται, όπως και η δομή και οι σχέσεις των ΜΜΕ μαζί του.

Ο βασικός στόχος της δημοσιογραφίας, σύμφωνα με τον B. Rosenstiel και τον B. Kovach, είναι να προσφέρει στους πολίτες την πληροφόρηση που χρειάζονται για να είναι ελεύθεροι και αυτοδιοικούμενοι. Η πρώτη υποχρέωση επομένως του δημοσιογράφου, όσες γενιές και αν περάσουν, είναι η επιβεβαίωση της πληροφορίας. Αυτή είναι η μια πλευρά του ευρώ. Η άλλη είναι πως ο δημοσιογράφος είναι μια

δυνάμει «ανεξάρτητη» μονάδα, η οποία βρίσκεται υπό την εποπτεία μιας ομάδας, μιας επιχείρησης, ενός ομίλου. Αυτό σημαίνει αυτόματα ότι, όπως στις καθημερινές συγκρουσιακές κοινωνίες των ελεύθερων ανθρώπων η διαμάχη μεταξύ συλλογικού και ατομικού συμφέροντος κυριαρχεί, έτσι και στον χώρο των ΜΜΕ οι επιχειρηματικές φιλοδοξίες, οι εμπορικοί στόχοι, η κυβερνητική λογοκρισία και η παράπλευρη πολιτική θέτουν τα θεμέλια στα διλήμματα των δημοσιογράφων –όσων τουλάχιστον εμμένουν στον πρωταρχικό τους στόχο.

**«Οι καρχαρίες, ως γνωστόν, τρώγονται και μεταξύ τους»**

Το λεξικό Τριανταφυλλίδη δίνει τον εξής ορισμό για την *αποκάλυψη*: πράξη ή γεγονός που φέρνει στο φως, που φανερώνει, κάτι το οποίο κρατιέται σκόπιμα μυστικό. Όσο για τη *συγκάλυψη* είναι η απόκρυψη και η σκόπιμη αποσιώπηση, ώστε να μην αποκαλυφθεί κάτι. Με δεδομένο τον ορι-

Η Μαρίνα Τζόκα (MSc στη Δημοσιογραφία και Επικοινωνία, ΑΠΚΥ) είναι δημοσιογράφος και blogger.

Φωτογραφίες: ΧΡΙΣΤΟΣ ΜΙΑΤΙΑΔΗΣ

ΥΠΑΡΧΕΙ ΜΙΑ ΠΑΡΑΔΟΧΗ  
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ,  
ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ  
ΟΠΟΙΑ ΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ  
ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ  
ΔΕΝ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ  
ΑΜΙΓΓΩΣ ΟΥΔΕΤΕΡΗ  
ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ



σμό τους αυτό, η πρακτική τους και δη στον μιντιακό χώρο, είναι μια διαδικασία εξαιρετικά πολύπλοκη, όπως άλλωστε είναι και η ίδια η φύση του ανθρώπου.

Υπάρχει μια παραδοχή στην Ελλάδα, σύμφωνα με την οποία τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, πανελλαδικής και τοπικής εμβέλειας, δεν προσφέρουν αμιγώς ουδέτερη ενημέρωση. Πολλώ δε μάλλον όταν πρόκειται για το πολιτικό γίγνεσθαι. Σε αυτό το σημείο, θα ήταν σκόπιμο να κάνουμε μια πολύ σύντομη ανασκόπηση-ακτινογραφία του πολιτικού στερεώματος και της υποδομής στην οποία καλείται να εργα-

στεί ο δημοσιογράφος. Μια χρόνια και παγιωμένη κομματική ιδεολογία από τη μια πλευρά, οι ελάχιστοι «βαρόνοι» των ΜΜΕ που κυριαρχούν στην αγορά από την άλλη και ο διαρκής ανταγωνισμός για το μεγαλύτερο κέρδος, εντός εκτός και επί τα αυτά, να κρατάει τη ζυγαριά αυτού του πελατειακού συστήματος.

«Κάθε μορφή όμως εξαναγκασμού πρέπει να δικαιολογείται», όπως αναφέρει κι ο Noam Chomsky. Έτσι, από τη ζυγαριά του πεδίου μεταβαίνουμε στο ζυγό ακριβείας των θυτών-θυμάτων, όπου στον έναν δίσκο είναι οι εκουσία εξαρτώμενοι δημοσιογράφοι και στον άλλον οι ακούσια συνδεδεμένοι. Η πρώτη κατηγορία είναι κυρίως αυτοί που βρίσκονται στις υψηλές θέσεις και πίσω από τα διαπλεκόμενα συμφέροντα, ενώ η δεύτερη κατηγορία είναι εκείνη των κατ' ανάγκη εμπλεκόμενων.

Καταρχάς, καθίσταται σαφές πως τα ΜΜΕ, παραδοσιακά και νέα, δεν είναι οι παραγωγικοί κάποιες «πρωτογενούς» πολιτικής, αλλά αντίθετα αναπαριστούν τα γενόμενα και αναπαράγουν τα ήδη ειπωμένα. Οι δημοσιογράφοι, κυρίως της πρώτης κατηγορίας, διψούν για ειδήσεις και οι πολιτικοί τούς βοηθούν να τις κατασκευάσουν. Με αυτόν τον τρόπο οι ειδήσεις συμφωνούνται, «η πληροφορία είναι ελεγχόμενη για το είδος της αλήθειας που περιέχει»

(Daniel J. Boorstin) και τα μέσα μαζικής επικοινωνίας καταφέρνουν να ορίζουν την πολιτική, με τους δημοσιογράφους σε δευτερεύοντα ρόλο, να προβάλλουν ουσιαστικά το «νόημα» της. Χαρακτηριστική άλλωστε είναι και η φράση του δημοσιογράφου-εκδότη, Αλέξανδρου Φιλippoπούλου: «Δώστε μου πέντε δημοσιογράφους και πενήντα ηλίθιους και εγώ σας φτιάχνω μια εφημερίδα».

Ας εξετάσουμε τώρα την περίπτωση του πολιτικού ρεπορτάζ, σε συνάρτηση με τη δεύτερη κατηγορία δημοσιογράφων. Η αείμνηστη Μαλβίνα Κάραλη, αυτή η δεξιοτέχνισσα του λόγου για ανοιχτά μόνο μυαλά, σε συνέντευξή της στον Μάνο Λαμπράκη είχε δηλώσει για την κόντρα της με το ΠΑΣΟΚ και τον αποκλεισμό της από το τηλεοπτικό τοπίο: «Από την πρώτη μέρα που μπήκα σε αυτό το διασαλευμένο χώρο, ήξερα πάντα από ποιόν έπεφτε τηλέφωνο στο γραφείο του διευθυντή μου για να κοπώ. Κι όλα αυτά τα τελευταία χρόνια γίνεται ένα φοβερό ριπαϊ, κάτω από ένα διαφορετικό ονοματεπώνυμο. Εξάλλου σε μια χώρα και μια κοινωνία που τα χαρτιά είναι έτσι μοιρασμένα, ώστε όλοι οι μέτριοι αυτού του κόσμου να κάθονται δίπλα σε ένα Διονύσιο Σολωμό κι έναν Άρη Βελουχιώτη δεν έχεις και πολλά να ελπίζεις. Εγώ πάντως δώρο τους έκανα: έναν δημοσιογράφο λιγότερο».





Ένα πιο πρόσφατο παράδειγμα είναι αυτό του δημοσιογράφου Κώστα Βαξεβάνη, ο οποίος μετά τα σύντομα περάσματά του από τηλεοπτικούς σταθμούς και έντυπα, κατέφυγε στο δικό του διαδικτυακό τόπο, στο νέο αυτό μέσο αμφίδρομης και συμμετοχικής δημοσιογραφίας, το οποίο δίνει τουλάχιστον τη δυνατότητα να «ακούγονται» πολλές αλήθειες. Η «αδικοχάμενη» λοιπόν, μέχρι πρότινος, λίστα Λαγκάρντ έκανε την εμφάνισή της και αμέσως το νομικό πλαίσιο περί προσωπικών δεδομένων και προστασίας του δημόσιου συμφέροντος παρέπεμψε τον δημοσιογράφο σε δίκη. Παραφράζοντας μια ρήση του George Orwell, ο Βαξεβάνης δήλωσε: «Δημοσιογραφία είναι να δημοσιεύεις αυτά που ο άλλος δεν θέλει να δημοσιεύσει. Οτιδήποτε άλλο είναι δημόσιες σχέσεις». Βέβαια, στην εν λόγω περι-

πτωση, τα ερωτήματα που εγείρονται είναι πολλά, όπως λόγου χάρη πώς έφτασε η λίστα στα χέρια του. Αλλά αυτή είναι μια άλλη συζήτηση, με πολλές και ποικίλες παραμέτρους. Το σίγουρο είναι πως οι νομικές κυρώσεις εφαρμόζονται κατά περίπτωση και κατά βούληση και ιδίως σε μια κοινωνία, όπως η ελληνική, όπου «οι δεσμοί των αλληλοεξυπηρετούμενων συμφερόντων δε μπορούν να κοπούν ως δια μαγείας και από τη μια στιγμή στην άλλη» (Hanno Hardt).

**«Η καλύτερη δοκιμασία της αλήθειας είναι η δύναμη της σκέψης να γίνεται αποδεκτή στον ανταγωνισμό της αγοράς»**

Τι είναι οι ειδήσεις; «Ένας καθρέφτης της πραγματικότητας· μια αντιπροσώπευση του κόσμου και όλες οι αντιπροσωπεύσεις είναι επιλεκτικές», όπως σημειώνει ο Mellor Noha. Τι είναι ο δημοσιογράφος για τις ειδήσεις; «Ένα γρανάζι μιας συνεχούς διευρυνόμενης επικοινωνιακής μηχανής» (Jo Bardoel). Υπάρχει αντικειμενικότητα στη δημοσιογραφία; Η ερμηνευτική ματιά που περιέχει ακόμη και η πιο απλή περιγραφή καταλύει κάθε μορφή αντικειμενικότητας. Και το κοινό; Ποιος είναι ο ρόλος του και τελικά τι επιζητεί να μάθει; Ο δέκτης απαιτεί από τον δημοσιογράφο να κρίνει τους πάντες και τα πάντα, εκτός φυσικά από τον ίδιο και το κόμμα του.

Τα ΜΜΕ, ως μηχανές ερμηνείας, είναι πρωτίστως μεγάλες επιχειρή-

ΕΙΝΑΙ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΗ  
Η ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ;  
Η ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗ  
ΜΑΤΙΑ ΠΟΥ ΠΕΡΙΕΧΕΙ  
ΑΚΟΜΗ ΚΑΙ Η ΠΙΟ  
ΑΠΛΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ  
ΚΑΤΑΛΥΕΙ ΚΑΘΕ ΜΟΡΦΗ  
ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΤΗΤΑΣ

σεις που λειτουργούν με κριτήριο το χρήμα. Όσο για τη δημοσιογραφική δουλειά, στα βασικά της κριτήρια ανήκει η συγκάλυψη, ενώ η «αποκάλυψη έχει αντικαταστήσει οριστικά την ανακάλυψη». Όπως εύστοχα επισήμανε ο James Curran: «Η αγορά δεν αναδεικνύει τους ανεξάρτητους «φύλακες» που υπηρετούν το δημόσιο συμφέρον, αλλά αντίθετα ενισχύει όλους εκείνους τους «λακέδες» των επιχειρήσεων που προσαρμόζουν τον κριτικό τους έλεγχο, ώστε να συμφωνεί με τους ιδιοτελείς τους σκοπούς».

Και μιας που η προσφερόμενη προς κατανάλωση αλήθεια είναι σαν μια σταγόνα στον ωκεανό, ίσως μια παράφραση στα λεγόμενα του Νίκου Καζαντζάκη αποτελέσει μια λάμψη στο αμφίβολο τοπίο: «Έχεις τα αυτιά, έχεις τα μάτια, ζωγράφισε την αλήθεια και μπες μέσα». ^

## Βιβλιογραφία

1. Bardoel Jo (2000), «Ο ρόλος της δημοσιογραφίας στην κοινωνία της πληροφορίας», στο: Παπαθανασόπουλος Στέλιος (επιμ.), *Επικοινωνία και κοινωνία από τον εικοστό στον εικοστό πρώτο αιώνα*, Αθήνα, Εκδόσεις Καστανιώτη

2. Κόβατς Μπιλ – Ρόζενστιλ Τομ (2004), *Εισαγωγή στη δημοσιογραφία*, Αθήνα, Εκδόσεις Καστανιώτη

3. Νόαμ Τσόμσκι και ΜΜΕ (1992), *Κατασκευάζοντας συναίνεση* («Noam Chomsky and the media. Manufacturing consent»), Ντοκιμαντέρ (16 μέρη), Παραγωγή: Καναδάς, Σκηνοθέτης: Peter Wintonick, Mark Achbar ([http://www.youtube.com/watch?v=3U\\_liUL4ws0](http://www.youtube.com/watch?v=3U_liUL4ws0)) (2.5.2013).

4. Hardt Hanno (2000), «Το τέλος της δημοσιογραφίας: Τα Μέσα Ενήμερωσης και το δημοσιογραφικό επάγγελμα στον εικοστό πρώτο αιώνα», στο: Παπαθανασόπουλος Στ. (επιμ.), *Επικοινωνία και κοινωνία από τον εικοστό στον εικοστό πρώτο αιώνα*, Αθήνα, Εκδόσεις Καστανιώτη

5. Mellor Noha (2005), *The making of arab news*. Oxford: Rowman and Littlefield Publications

6. Boorstin Daniel (1991), «Από τη συλλογή ειδήσεων στην κατασκευή ειδήσεων: ένας καταϊγισμός ψευδογεγονότων». στο: Λιβιεράτος Τ. και Φραγκούδης Τ. (επιμ.). *Το μήνυμα του μέσου. Η έκρηξη της μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα, Εκδόσεις Αλεξάνδρεια

# Νομική προστασία των δημοσιογραφικών πηγών



ΤΟΥ ΒΑΣΙΛΗ ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΥ

Η υποχρέωση προστασίας των πηγών δεν έχει γνωρίσει μια αυτοτελή νομική βάση στις περισσότερες νομοθεσίες

**1.** Το περίφημο “δημοσιογραφικό απόρρητο”, δηλαδή η υποχρέωση των δημοσιογράφων να μην αποκαλύπτουν τις πηγές τους, έχει γνωρίσει σημαντική σχετικοποίηση στον σύγχρονο κόσμο. Η κλασική αναφορά σε “απόρρητο”, με τις απόλυτες συμπεραδηλώσεις της, αντικαθίσταται σταδιακά με τον πιο ισορροπημένο όρο “προστασία των δημοσιογραφικών πηγών”. Η ανάγκη των δημοσιογράφων για πρόσβαση σε εμπιστευτικές πληροφορίες που αλλιώς δεν θα έφταναν στο φως της δημοσιότητας, σε συνδυασμό με την υποχρέωση προστασίας των προσώπων που διαθέτουν, όχι πάντα νόμιμα, αυτές τις πληροφορίες, οδήγησε στην αναγνώριση της δεοντολογικής υποχρέωσης-δικαιώματος απόκρυψης των πηγών. Η αξίωση αυτή βρίσκεται σε σχέση έντασης προς την υποχρέωση παράθεσης των στοιχείων που θεμελιώνουν μια αρνητική είδηση, καθώς και προς την υποχρέωση διασταύρωσης της πληροφορίας: εάν ο δημοσιογράφος έχει δικαίωμα να αποκρύψει την πηγή του, μπορεί

να αποκρύψει και τα πλήρη στοιχεία που διαθέτει, καθώς και να αποφύγει τη διασταύρωση από ανεξάρτητες –προστατευόμενες– πηγές. Ταυτόχρονα, η υποχρέωση προστασίας των πηγών δεν έχει γνωρίσει μια αυτοτελή νομική βάση στις περισσότερες νομοθεσίες: δεν υπάρχει ένας νόμος που να λέει ότι ο δημοσιογράφος έχει δικαίωμα να μην αποκαλύψει τις πηγές του. Πρόκειται για έναν δεοντολογικό κανόνα, απέναντι στον οποίο ο δημοσιογράφος μπορεί να κληθεί να αναλάβει τις ευθύνες του σε περίπτωση που προκρίνει ότι η τήρησή του είναι πιο σημαντική από τις ανάγκες για απονομή της δικαιοσύνης ή καταπολέμηση του εγκλήματος.

**2.** Η προστασία των δημοσιογραφικών πηγών δεν είναι ως εκ τούτου απόλυτη. Υπάρχουν περιπτώσεις στις οποίες το δίκαιο αναγνωρίζει σημαντικούς λόγους για τους οποίους οι δημοσιογραφικές πηγές πρέπει να αποκαλυφθούν, χωρίς αυτό να θίγει την ελευθερία του Τύπου. Η συζήτηση

---

Ο Βασίλης Σωτηρόπουλος είναι δικηγόρος με ειδίκευση σε θέματα της κοινωνίας της πληροφορίας, blogger και υπηρετεί ως πρώτος Συμπαραστάτης του Δημότη στο Δήμο Αθηναίων.

---

\*Οι απόψεις που καταγράφονται στο άρθρο είναι προσωπικές.

αυτή αφορά έτσι τη στάθμιση ανάμεσα σε αντικρουόμενα έννομα συμφέροντα. Από την μία πλευρά, η ελευθερία της πληροφόρησης περιλαμβάνει την προστασία των δημοσιογραφικών πηγών, γιατί διαφορετικά υπάρχουν σημαντικές πληροφορίες που δεν θα έφταναν ποτέ στο φως της δημοσιότητας. Από την άλλη πλευρά, όμως, υπάρχουν κι άλλα έννομα συμφέροντα, τα οποία κατά περίπτωση μπορεί να κρίνονται ως υπερισχύοντα της εκάστοτε προστασίας της ελεύθερης πληροφόρησης, όπως για παράδειγμα η διερεύνηση σοβαρών εγκλημάτων. Η παραδοχή αυτή επαναπροσδιορίζει την ίδια τη φύση του δημοσιογραφικού απορρήτου και λόγοι ασφάλειας δικαίου, τόσο για τους δημοσιογράφους, όσο και για τους πληροφροδοότες τους, επιβάλλουν την μελέτη μιας όσο το δυνατόν πιο αναλυτικής περιπτώσιολογίας για την περίπτωση της άρσης του δημοσιογραφικού απορρήτου.

**3.** Σε προνομιακή θέση παρακολούθησης των εξελίξεων σε πανευρωπαϊκό επίπεδο, όσον αφορά τις τάσεις για την προστασία των δημοσιογραφικών πηγών, βρίσκεται το κεντρικό δικαιοδοτικό όργανο του Συμβουλίου της Ευρώπης, δηλαδή το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου. Με αφετηρία το ανθρώπινο δικαίωμα της ελευθερίας της έκφρασης, στην οποία περιλαμβάνεται και η με κάθε μέσο μετάδοση και λήψη πληροφοριών, το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο έχει αναγνωρίσει τη σημασία της προστασίας των δημοσιογραφικών πηγών ως υπαρκτικό παράγοντα της ίδιας της ελευθερίας των μέσων ενημέρωσης. Ο τύπος έχει αναγνωριστεί ως το ευρύτατα προστατευόμενο μέσο ελευθερίας της έκφρασης από το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο, συμπεριλαμβανομένης της προστασίας των πηγών.

**4.** Σε μια σειρά αποφάσεις, το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου αναγνώρισε ότι η επιβολή κρατικών μέτρων που έθιγαν το απόρρητο των δημοσιογραφικών πηγών συνιστούσε παραβίαση ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Στην Ολλανδία, δύο δημοσιογράφοι που αποκάλυψαν πληροφορίες οι οποίες περιείχονταν σε έγγραφα μυστικών υπηρεσιών που κατείχαν, έλαβαν σχετική εντολή για παράδοση των εγγράφων και, στη συνέχεια, στράφηκαν δικαστικά εναντίον του κράτους για τηλεφωνική παρακολούθησή τους. Τα ολλανδικά δικαστήρια απέρριψαν τα αιτήματά τους, ενώ το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου έκρινε ότι, με αυτές τις ενέργειες, το κράτος παραβίασε το δικαίωμα των δημοσιογράφων στην ελευθερία της έκφρασης –στην οποία περιλαμβάνεται και το απόρρητο των πηγών– καθώς και το δικαίωμα των δημοσιογράφων για σεβασμό της ιδιωτικής τους ζωής.<sup>1</sup> Το Δικαστήριο έκρινε ότι η εθνική ασφάλεια είναι μεν ένας στόχος που μπορεί να υπερέχει κάποιες φορές της προστασίας των δημοσι-



Φωτογραφία: Αντώνης Ψαρράς

ογραφικών πηγών, αλλά στη συγκεκριμένη περίπτωση οι μυστικές υπηρεσίες μπορούσαν να εντοπίσουν τον υπαίτιο της διαρροής με ηπιότερο μέσο, διαβάζοντας δηλαδή τα επίμαχα έγγραφα κι εντοπίζοντας τον δράστη, χωρίς να είναι απαραίτητο να παρακολουθήσουν τους ίδιους τους δημοσιογράφους. Κρίσιμο δηλαδή για την προστασία των δημοσιογραφικών πηγών ήταν το γεγονός ότι το κράτος είχε εναλλακτικά ηπιότερα μέτρα για την προστασία του αντίρροπου έννομου συμφέροντος που, εν προκειμένω, κωδικοποιήθηκε υπό τον ασαφή όρο της “εθνικής ασφάλειας”. Σε άλλη υπόθεση,<sup>2</sup> το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο έκρινε ότι η κατάσχεση φωτογραφιών, που αφορούσαν παράνομους αυτοκινητικούς αγώνες και τηρούνταν στο αρχείο ενός περιοδικού, συνιστούσε παραβίαση της ελευθερίας της έκφρασης –στην πτυχή της που αφορά το δημοσιογραφικό απόρρητο– καθώς η σχετική ενέργεια δεν βασιζόταν σε επαρκή νομική βάση. Όμοια ήταν η απόφαση και στην υπόθεση τεσσάρων βρετανικών εφημερίδων κι ενός πρακτορείου ειδήσεων που υποχρεώθηκαν να αποκαλύψουν έγγραφα που οδηγούσαν σε ταυτοποίηση δημοσιογραφικών πηγών σχετικά με επιχειρηματικές κινήσεις μιας εταιρίας παραγωγής αλκοολούχων: το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο αναγνώρισε την παραβίαση της ελευθερίας της έκφρασης.<sup>3</sup>

**5.** Πέρα από τη νομική προστασία, ο δημοσιογράφος μπορεί να αχθεί ενώπιον του πρακτικού διλήμμα-

τος: είτε θα αποκαλύψει τις πηγές του, είτε θα φυλακιστεί. Ένας δημοσιογράφος αρνήθηκε να αποκαλύψει τις πηγές του όσον αφορά δύο άρθρα που είχε γράψει σε μια εφημερίδα σχετικά με ποινική διερεύνηση για εμπόριο όπλων και τέθηκε υπό κράτηση για πάνω από δύο εβδομάδες, προκειμένου να ενδώσει. Η υπόθεση έφτασε στο Ευρωπαϊκό Δικαστήριο, το οποίο έκρινε ότι το δημόσιο συμφέρον της γνώσης περί της ταυτότητας της δημοσιογραφικής πηγής δεν υπερείχε του συμφέροντος του δημοσιογράφου να τηρήσει το απόρρητο.<sup>4</sup> Έτσι, το Δικαστήριο έκρινε ότι σε αυτή την υπόθεση είχε παραβιαστεί όχι μόνο το δικαίωμα στην ελευθερία της έκφρασης, αλλά και το δικαίωμα στην προσωπική ελευθερία.

**6.** Το απόρρητο των πηγών δεν είναι όμως απαραβίαστο. Ένας δημοσιογράφος που έκανε έρευνα υπό κάλυψη στο πλαίσιο ενός ντοκιμαντέρ για την παιδοφιλία στη Δανία διατάχθηκε να αποκαλύψει σχετικό υλικό. Το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο έκρινε ότι η δικαστική εντολή ήταν σύμφωνη με τη αρχή της αναλογικότητας και ότι η παρέμβαση στις πηγές του δημοσιογράφου ήταν δικαιολογημένη ενόψει του σκοπού της καταπολέμησης του εγκλήματος, καθώς εν προκειμένω αφορούσε μια σοβαρή υπόθεση σε βάρος των δικαιωμάτων του παιδιού.<sup>5</sup> Η σχετική προσφυγή μάλιστα απορρίφθηκε ως απαράδεκτη και προδήλως αβάσιμη από το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο.

**7.** Περιπτώσεις παραβίασης του δημοσιογραφικού απορρήτου δεν αποτελούν μόνο εκείνες στις οποίες ο

δημοσιογράφος δέχεται μια διαταγή ή τίθεται ενώπιον ενός διλήμματος αποκάλυψης ή μη. Οι αστυνομικές έρευνες σε αρχεία δημοσιογράφων έχει κριθεί ότι, υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις, μπορεί επίσης να αποτελούν παραβίαση της προστασίας των πηγών. Μια τέτοια περίπτωση ήταν οι έρευνες που έγιναν στις εγκαταστάσεις των εφημερίδων *L'Equipe* και *Le Point*, αλλά και στα σπίτια δημοσιογράφων που είχαν κατηγορηθεί για παραβίαση της μυστικότητας των ερευνών της δικαιοσύνης. Οι αρχές ήθελαν να ταυτοποιήσουν την πηγή των διαρροών, αλλά το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο έκρινε ότι το κράτος δεν είχε σταθμίσει σωστά τα αντικρουόμενα συμφέροντα.<sup>6</sup> Τα μέτρα που ελήφθησαν δεν ήταν αντίστοιχης βαρύτητας με τον επιδιωκόμενο νόμιμο στόχο, λαμβάνοντας υπόψη την σημασία του Τύπου σε μια δημοκρατική κοινωνία. Σε αυτή την υπόθεση, η Γαλλία καταδικάστηκε για παραβίαση της ελευθερίας της έκφρασης. Η αστυνομική έρευνα σε αρχεία ή σε σπίτια δημοσιογράφων δεν απαγορεύεται απολύτως, εάν οι αρχές είναι σε θέση να αποδείξουν ότι δεν υπάρχει κανένας άλλος τρόπος για να διαπιστωθούν στοιχεία προσώπων που συνδέονται με την τέλεση σοβαρών εγκλημάτων. Στην θέση αυτή κατέληξε το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο στις υποθέσεις *Martin* και άλλοι κατά Γαλλίας (12.4.2012), *Tillack* κατά Βελγίου (27.11.2007), *Ernst* και άλλοι κατά Βελγίου (15.7.2003), *Roemen* και *Schmitt* κατά Λουξεμβούργου (25.2.2003).

**8.** Η προστασία των δημοσιογραφικών πηγών υπάρχει λοιπόν για συγκεκριμένους λόγους: για τη δια-

σφάλιση της ικανότητας των δημοσιογράφων να έχουν πρόσβαση σε αξιόπιστες πληροφορίες, που αλλιώς δεν θα έφταναν ποτέ στο φως της δημοσιότητας. Εάν ελλείπουν αυτοί οι λόγοι, τότε υπερισχύουν οι κανόνες της διαφάνειας, που επιτρέπουν την ειδική διαχείριση των πληροφοριών που κατέχουν οι δημοσιογράφοι από τις αρχές. Σε δύο περιπτώσεις φαίνεται ότι τα έννομα συμφέροντα είναι τόσο σοβαρά ώστε να επανέρχονται οι κανόνες διαφάνειας: καταπολέμηση του εγκλήματος και λόγοι εθνικής ασφάλειας. Ωστόσο, ακόμα και σε αυτές τις περιπτώσεις, η άρση του δημοσιογραφικού απορρήτου δεν γίνεται μηχανιστικά, αλλά θα πρέπει οι αρχές να είναι σε θέση να αποδείξουν ότι δεν υπάρχει κανένας άλλος τρόπος να φτάσουν στον πληροφοριακό τους στόχο: ακόμη κι όταν πρόκειται για έγγραφα μυστικών υπηρεσιών κρίθηκε, όπως προεκτέθηκε, ότι ο δημοσιογράφος πρέπει να μην θίγεται, όταν οι υπαίτιοι μπορούν να εντοπιστούν με άλλα μέσα.

**9.** Το σίγουρο είναι ότι η ασάφεια της κατοχύρωσης του δημοσιογραφικού απορρήτου και οι διακυμάνσεις που παρουσιάζονται στη νομολογία του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου δεν μπορούν να χαιρετιστούν από την άποψη της ασφάλειας δικαίου. Αποτελεί έργο των δημοσιογραφικών οργανώσεων, αλλά και του νομοθέτη, ο καθορισμός συγκεκριμένων περιπτώσεων υπό τις οποίες θα προβλέπονται ειδικές εγγυήσεις για την τήρηση και την άρση του δημοσιογραφικού απορρήτου, αλλά και για την τύχη του υλικού μετά την άντλησή του από τα σχετικά αρχεία. ▲

<sup>1</sup> Ευρωπαϊκό Δικαστήριο Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, Τρίτο Τμήμα, υπόθεση *Telegraaf Media Nederland Landelijke Media B.V.* και άλλοι κατά Ολλανδίας, απόφαση της 22.11.2012, προσφυγή αρ. 3915/06.

<sup>2</sup> Ευρωπαϊκό Δικαστήριο Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, Τμήμα Ευρείας Σύνθεσης, υπόθεση *Sanoma Uitgevers B.V.* κατά Ολλανδίας, απόφαση της 14.9.2010 (τελική), προσφυγή αρ. 38224/03.

<sup>3</sup> Ευρωπαϊκό Δικαστήριο Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, Τέταρτο Τμήμα, υπόθεση *Financial Times* και άλλοι κατά Ηνωμένου Βασιλείου, απόφαση της 15.12.2009 (τελική), προσφυγή αρ. 821/03.

<sup>4</sup> Ευρωπαϊκό Δικαστήριο Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, Τρίτο Τμήμα, υπόθεση *Voskuil* κατά Ολλανδίας, απόφαση της 22.11.2007 (τελική), προσφυγή αρ. 64752/01.

<sup>5</sup> Ευρωπαϊκό Δικαστήριο Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, Πρώτο Τμήμα, υπόθεση *Nordisk Film & TV* κατά Δανίας, απόφαση της 8.12.2005, προσφυγή αρ. 40485/02.

<sup>6</sup> Ευρωπαϊκό Δικαστήριο Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, Πέμπτο Τμήμα, υπόθεση *Ressiot* και άλλοι κατά Γαλλίας, απόφαση της 28.6.2012, προσφυγή αρ. 15504/07.



# Η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου ως φορέας πολιτικής βίας



ΤΟΥ ΓΙΩΡΓΟΥ ΚΕΝΤΑ

Η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου χρησιμοποιεί μέσα και διαδικασίες που αποσκοπούν σε άμεσο ή/και έμμεσο πολιτικό αποτέλεσμα

**Το κείμενο αυτό παρουσιάζει την απόπειρα της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου να παρέμβει στα πολιτικά δρώμενα της κυπριακής κοινωνίας και να διαδραματίσει πολιτικό ρόλο.** Εξετάζονται δύο πρόσφατες περιπτώσεις μέσα από τις οποίες καταδεικνύεται η αδυναμία της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου να λειτουργήσει ως ανεξάρτητη Αρχή. Η ανάλυση που ακολουθεί αναδεικνύει μια ερευνητική ατζέντα για τον ευρύτερο ρόλο της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, στη βάση μιας υπόθεσης εργασίας η οποία πρέπει να εξεταστεί υπό το πρίσμα μιας ευρύτερης εμπειρικής έρευνας και ανάλυσης με θέμα: «Οι πολιτικές καταβολές και σχέσεις των διορισμένων μελών της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, όπως και οι προσωπικές πολιτικές θέσεις, προτιμήσεις ή και εξαρτήσεις που έχουν τα μέλη αυτά δεν επιτρέπουν στην Αρχή να λειτουργήσει ανεξάρτητα, αλλά την καθιστούν ένα φορέα πολιτικής βίας».<sup>1</sup> Υποστηρίζεται δηλαδή ότι η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου

χρησιμοποιεί μέσα και διαδικασίες που αποσκοπούν σε άμεσο ή/και έμμεσο πολιτικό αποτέλεσμα. Αυτό που πρέπει να διερευνηθεί περαιτέρω είναι κατά πόσο ο ρόλος της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου ως φορέα πολιτικής βίας ασκείται περιστασιακά ή με συστηματικό τρόπο.

## Η «ανεξαρτησία» της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου

Ο σχετικός νόμος<sup>2</sup> ορίζει την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου ως μια ανεξάρτητη Αρχή τη Κυπριακής Δημοκρατίας. Σύμφωνα με τη σύνοψη που κάνει η ίδια η Αρχή στην ιστοσελίδα της (και η οποία συνάδει προς τον σχετικό νόμο), η ανεξαρτησία της Αρχής διασφαλίζεται ως ακολούθως: «[α] Οι αποφάσεις της είναι άμεσα εκτελεστές και η εφαρμογή τους δεν απαιτεί την έγκριση οποιουδήποτε κρατικού ή άλλου φορέα. Υπόκεινται μόνο σε δικαστικό έλεγχο, [β] Διαθέτει δικούς της πόρους, προϋπολογισμό και υπηρεσίες για τη διεξαγωγή του έργου της και την εκπλήρωση της αποστολής της,

Ο Γιώργος Κέντας είναι επίκουρος καθηγητής Διεθνούς Πολιτικής στο Πανεπιστήμιο Λευκωσίας και συντονιστής του προπτυχιακού προγράμματος στις Ευρωπαϊκές Σπουδές και Διεθνείς Σχέσεις και του Μεταπτυχιακού Προγράμματος στη Δημόσια Διοίκηση.



italianestro / Shutterstock.com

[γ] Η θητεία του Εκτελεστικού Προέδρου, του Αντιπροέδρου και των Μελών της είναι για έξι χρόνια, δηλαδή για ένα χρόνο περισσότερο από τη θητεία του Προέδρου της Δημοκρατίας και της Βουλής των Αντιπροσώπων, [δ] Τα κριτήρια επιλογής και διορισμού του Εκτελεστικού Προέδρου, του Αντιπροέδρου και των Μελών της εγγυώνται την ανεξαρτησία τους από πολιτικές ή οικονομικές επιρροές και παρεμβάσεις, [ε] Οι θέσεις του Εκτελεστικού Προέδρου, του Αντιπροέδρου και των Μελών της κενούνται μόνο κάτω από προϋποθέσεις που προβλέπονται ρητά από το Νόμο.»<sup>3</sup>

Σε τυπικό επίπεδο, οι αρχές από τις οποίες διέπεται η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου επιτρέπουν τη λειτουργία της ως μιας ανεξάρτητης Αρχής. Στην πράξη, όμως, δύο πρόσφατες υποθέσεις αναδεικνύουν κάποια προβλήματα στη λειτουργία της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου και θέτουν σε αμφιβολία την προοπτική λειτουργίας της Αρχής αυτή ως ανεξάρτητης. Εξίσου τίθεται εν αμφιβόλω το ερώτημα δε και ο ευρύτερος προβληματισμός κατά πόσο η Αρχή λειτουργεί σε ένα πολιτικό πλαίσιο το οποίο επηρεάζει την πολιτική διεργασία στην Κύπρο.<sup>4</sup>

### Ο «Εφιάλτης»

Τον Φεβρουάριο του 2013 πραγματοποιήθηκαν στην Κύπρο Προεδρικές Εκλογές. Κατά την προεκλογική περίοδο, οι τρεις βασικοί υποψήφιοι, Νίκος Αναστασιάδης, Σταύρος Μαλάς και Γιώργος Λιλλήκας, είχαν επιδοθεί σε μια έντονη πολιτική εκστρατεία. Ανάμεσα στα επικοινωνιακά εργαλεία που είχαν χρησιμοποιήσει τα επιτελεία

των υποψηφίων αυτών ήταν και η πολιτική διαφήμιση. Στον τηλεοπτικό και ραδιοφωνικό χρόνο που τους αναλογούσε, οι τρεις υποψήφιοι προσπάθησαν να στείλουν μηνύματα στους ψηφοφόρους και να κερδίσουν όσο το δυνατόν περισσότερες ψήφους.

Ανάμεσα στα τηλεοπτικά μηνύματα που προώθησε το επιτελείο του Γ. Λιλλήκα ήταν και ένα βίντεο με τίτλο «Εφιάλτης»,<sup>5</sup> το οποίο ήταν παραγωγή μιας ομάδας πολιτών που υποστήριζε την υποψηφιότητα αυτή, της Παγκύπριας Κίνησης Πολιτών. Το βίντεο αυτό παρουσίαζε ένα τηλεφώνημα στον Πρόεδρο που θα εκλεγόταν τον Μάρτιο του 2013 ένα μήνα μετά τις εκλογές. Το όλο συμβάν διαδραματίζεται στο Προεδρικό Μέγαρο. Στο τηλεφώνημα αυτό, ο συνομιλητής του νέου Προέδρου τού πρότεινε μια συμφωνία πακέτο για το Κυπριακό, το μνημόνιο και το φυσικό αέριο. Με το τέλος της πρότασης του συνομιλητή του Προέδρου, το σκηνικό μεταφέρεται σε ένα σπίτι, όπου βλέπουμε να πετάγεται από το κρεβάτι του ένας νεαρός άνδρας, ο οποίος συνειδητοποιεί ότι η συνομιλία αυτή ήταν ένα κακό όνειρο και ότι οι εκλογές θα ήταν την ερχόμενη Κυριακή. Ταυτόχρονα, ακούγεται μια ανδρική φωνή να λέει: «Για

να μη σε ξυπνήσει ο εφιάλτης, θυμήσου, σκέψου, αποφάσισε: Ποιον εμπιστεύεσαι να απαντήσει αυτό το τηλεφώνημα;». Στο τέλος του βίντεο, αναγράφεται η εξής φράση: «Εμπιστευόμαστε τον Γιώργο Λιλλήκα, Παγκύπρια Κίνηση Πολιτών».

Στις 12 Φεβρουαρίου, την τελευταία εβδομάδα πριν από τις εκλογές, το βίντεο αυτό στάλθηκε σε όλους τους τηλεοπτικούς σταθμούς παγκύπριας εμβέλειας και, αφού πέρασε από τον συνήθη έλεγχο των υπευθύνων των σταθμών αυτών και της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου και το περιεχόμενο του κρίθηκε κατάλληλο, άρχισε να προβάλλεται κατά τις απογευματινές ώρες. Αφού το συγκεκριμένο βίντεο προβλήθηκε μερικές φορές, οι υπεύθυνοι των σταθμών δέχθηκαν τηλεφώνημα από τον Πρόεδρο της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, ο οποίος τους κάλεσε να τερματίσουν την προβολή του, στη βάση αναφοράς στον σχετικό νόμο. Πράγμα που έγινε.<sup>6</sup> Την επομένη, ο Πρόεδρος της Αρχής θεώρησε σκόπιμο να στείλει και προσωπική εγκύκλιο σε όλους τους Ραδιοφωνικούς και Τηλεοπτικούς Οργανισμούς.<sup>7</sup>

Μετά την αποστολή της εγκυκλίου, την ίδια μέρα, η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου εξέδωσε ανακοίνωση, σύμφωνα με την οποία σε συνεδρία της ημερομηνίας 13.2.2013, «αφού παρακολούθησε την τηλεοπτική πολιτική διαφήμιση με τον τίτλο «Εφιάλτης»,<sup>8</sup> διάρκειας 32 δευτερολέπτων, και έχοντας υπόψη το άρθρο 34(Δ) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι)/98 (όπως τροποποιήθηκε μεταγενέστερα) σύμφωνα με το οποίο: «Ανεξάρτητα από τις διατάξεις του βασικού νόμου

η οποιωνδήποτε δυνάμει αυτού εκδιδόμενων Κανονισμών, η μετάδοση πολιτικής διαφήμισης κατά την διάρκεια της προεκλογικής περιόδου προεδρικών ή (...) επιτρέπεται από τους τηλεοπτικούς ή ραδιοφωνικούς οργανισμούς εφόσον πληρούνται οι ακόλουθες προϋποθέσεις: (1)(δ) η πολιτική διαφήμιση δεν αποτελεί αρνητική διαφήμιση κατά την έννοια που αποδίδεται στον όρο αυτό από το άρθρο 2», αποφάσισε ότι αποτελεί αρνητική διαφήμιση κατά την έννοια του άρθρου 2 του πιο πάνω Νόμου το οποίο αναφέρει ότι «αρνητική διαφήμιση σημαίνει ανακοίνωση ή μήνυμα κάθε μορφής που μεταδίδεται έναντι πληρωμής ή αναλόγου ανταλλάγματος και που στοχεύει στην ατεκμηρίωτη δυσμενή προβολή αντιπάλου ή κόμματος». Με αυτό το αιτιολογικό, αποφασίστηκε από τα μέλη του συμβουλίου, ότι η συγκεκριμένη διαφήμιση διαδραματίζεται στο μέλλον και παραθέτει εικτολογίες και όχι τεκμηριωμένα γεγονότα καθώς παραπέμπει σε καταστάσεις που δεν έχουν ακόμα συμβεί, ενώ χρησιμοποιεί τη μέθοδο της σύγκρισης με σαφή στόχο τους πολιτικούς αντιπάλους του κ. Λιλλήκα. Η Αρχή κρίνει ότι η διαφήμιση στοχεύει στην ατεκμηρίωτη, δυσμενή προβολή αντιπάλου».<sup>9</sup>

Παρόλο που ο Πρόεδρος της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου αποφάσισε να παρέμβει προσωπικά σε τηλεοπτικούς σταθμούς για να διακοπεί η προβολή του «Εφιάλη», δεν έπραξε το ίδιο –ούτε και το Συμβούλιο της Αρχής θεώρησε σκόπιμο να εκδώσει οποιαδήποτε ανακοίνωση– στην περίπτωση προβολής ενός άλλου βίντεο από το επιτελείο του Νίκου Αναστασιάδη, το οποίο αναφερόταν αρνητικά στον απερχόμενο Πρόεδρο Δημήτρη Χριστόφια και στο ΑΚΕΛ<sup>10</sup>. Η διαφήμιση αυτή μεταδόθηκε μεταξύ του πρώτου και του δεύτερου γύρου των προεδρικών εκλογών, κατά τον οποίο αντιμέτωποι βρέθηκαν ο Ν. Αναστασιάδης και ο Σ. Μαλάς. Το βίντεο αναφέρει τα εξής: «Την Κυριακή το δίλημμα

## ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ, ΔΥΟ ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΘΕΤΟΥΝ ΣΕ ΑΜΦΙΒΟΛΙΑ ΤΗΝ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΗ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ ΤΗΣ ΑΡΧΗΣ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

είναι: Μένουμε στην πολιτική Χριστόφια και της ηγεσίας του ΑΚΕΛ ή την αφήνουμε πίσω μας, αλλάζουμε σελίδα και σχεδιάζουμε την Κύπρο την ανάπτυξης, της δουλειάς και της αξιοπιστίας;». Στην τηλεοπτική προβολή του βίντεο αυτού, σε κάποια στιγμή εμφανιζόταν το σύμβολο του «X» με κόκκινο χρώμα το οποίο διέγραφε το όνομα του Χριστόφια και του ΑΚΕΛ.

Μετά από μελέτη του σχετικού νόμου, ο οποίος διέπει τη λειτουργία της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου και των τηλεοπτικών σταθμών, όπως επίσης μετά και από προσεκτική παρακολούθηση όλων των βίντεο που έχουν προβληθεί κατά την προεκλογική περίοδο, καταλήγουμε στο εξής συμπέρασμα: στη βάση του σκεπτικού της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης, όλα τα βίντεο θα μπορούσαν να θεωρηθούν ότι «διαδραματίζονται στο μέλλον και παραθέτουν εικτολογίες και όχι τεκμηριωμένα γεγονότα, καθώς παραπέμπουν σε καταστάσεις που δεν έχουν συμβεί, ενώ χρησιμοποιούν τη μέθοδο της σύγκρισης με σαφή στόχο τους πολιτικούς αντιπάλους, όπως επίσης στοχεύουν στην ατεκμηρίωτη, δυσμενή προβολή του αντιπάλου». Με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, όλα τα βίντεο παρουσίαζαν υποσχέσεις, στόχους και δεσμεύσεις για το μέλλον χωρίς τεκμηρίωση, που δεν έχουν υλοποιηθεί, καθώς επίσης πρόβαλλαν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που παρουσίαζαν κάποιοι

υποψήφιοι έναντι των αντιπάλων τους. Στη βάση ποιων κριτηρίων κρίθηκε μόνο ο «Εφιάλης» ως «αρνητική διαφήμιση» που παρουσιάζει όλα αυτά τα «προβλήματα»; Αποψη μας είναι ότι τα κριτήρια πάνω στα οποία βασίστηκε η απόφαση της Αρχής ήταν καθαρά πολιτικά.

### Η υπόθεση Downer

Μια δεύτερη υπόθεση η οποία απασχόλησε έντονα την κοινή γνώμη της Κύπρου ήταν η υπόθεση Downer. Σύμφωνα με επιστολή που στάλθηκε στον Γενικό Διευθυντή του «Ράδιο Πρώτο» και την οποία υπογράφει ο Ν. Επαμεινώνδας (Διευθυντής), η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου αποφάσισε να εξετάσει «τις από μέρους του οργανισμού πιθανές παραβάσεις» σχετικών άρθρων των περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Κανονισμών του 2000».<sup>11</sup> Σύμφωνα με την επιστολή αυτή, στις 12 Μαρτίου 2013, η «Πρώτη Εκπομπή» ενδέχεται να έχει παραβιάσει «την αρχή του σεβασμού της προσωπικότητας, την υπόληψη και του ιδιωτικού βίου του κυρίου Alexander Downer, στον οποίο έγιναν αναφορές, κατά παράβαση του άρθρου 21(1)(ε) του περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμου 7(Ι) του 1988 (όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα)». Οι συγκεκριμένες αναφορές για τις οποίες η Αρχή αποφάσισε να διεξαγάγει έρευνα, έγιναν στο πλαίσιο συνομιλίας ανάμεσα στον δημοσιογράφο κ. Λάζαρο Μαύρο και τον πανεπιστημιακό Γιώργο Κέντα (ο γράφων) με τον εξής τρόπο:<sup>12</sup>

Λάζαρος Μαύρος: Πρώην Υπουργός Εξωτερικών ήταν της Αυστραλίας, αν δεν κάναμε λάθος προηγουμένως στο πώς τον χαρακτηρίσαμε.

Γιώργος Κέντα: Ναι, ένας άνθρωπος ο οποίος είχε εμπλοκή σε σειρά σκανδάλων κατά τη διάρκεια της θητείας του στο Υπουργείο Εξωτερικών της Αυστραλίας. Ένας σχεδόν αποτυχημένος πολιτικός στην Αυστραλία, ο οποίος κατάφερε να κερδίσει αυτό το συμβόλαιο με τα Ηνωμένα Έθνη

και να εξυπηρετεί τις προσωπικές του φιλοδοξίες και το πάθος που έχει ο ίδιος ως πρόσωπο να προωθή τις δικές του αντιλήψεις.

Το πρώτιστο ζήτημα το οποίο προκύπτει είναι οι λόγοι που οδήγησαν την Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου να προβεί σε αυτή την έρευνα. Σύμφωνα με τον κ. Επαμεινώνδα, ο οποίος υπογράφει τη σχετική επιστολή, η Αρχή αποφάσισε «αυτεπάγγελτα» να εξετάσει πιθανές παραβάσεις. Όταν κλήθηκε από τον τηλεοπτικό σταθμό «Σίγμα» να δώσει τη δική του ερμηνεία, όμως, ο κ. Επαμεινώνδας είπε ότι η έρευνα αυτή διεξάγεται μετά από καταγγελία.<sup>13</sup> Λίγες μέρες αργότερα, η εφημερίδα «Ο Φιλελεύθερος» αποκάλυψε ότι η καταγγελία έγινε εκ μέρους του ίδιου του κ. Downer στον Πρόεδρο της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης.<sup>14</sup> Σύμφωνα με μαρτυρία, αντιπρόσωπος του κ. Downer επισκέφθηκε τον Πρόεδρο της Αρχής και είχε μακρά συνομιλία μαζί του για το ζήτημα αυτό. Ακολούθησε η αποστολή της επιστολής της Αρχής στο «Ράδιο Πρώτο», στην οποία ψευδώς, όπως διαφάνηκε στη συνέχεια, αναφέρθηκε ότι αποφασίστηκε η διεξαγωγή «αυτεπάγγελτης» έρευνας.

Βεβαίως η δράση του κ. Downer στο Κυπριακό είναι πολύ καλά γνωστή και δε χρειάζεται ιδιαίτερη συζήτηση.<sup>15</sup> Η Βουλή των Αντιπροσώπων στην Κύπρο ασχολήθηκε με τη δράση του κ. Downer και η Επιτροπή Θεσμών έχει κάνει σειρά συνεδριάσεων για το ζήτημα αυτό και εξέδωσε ψήφισμα. Άπειρες φορές έγιναν δημόσιες δηλώσεις για το πρόσωπο και το ρόλο του κ. Downer. Ταυτόχρονα, η πολιτική δράση του κ. Downer στην Αυστραλία, η προ-

σωπικότητα του και τα σκάνδαλα στα οποία έχει εμπλακεί αποτέλεσαν ζητήματα που δημοσιεύθηκαν στον αυστραλιανό Τύπο κατά διαστήματα στο παρελθόν. Ο κ. Downer είναι ένα δημόσιο πρόσωπο και όλα όσα λέχθηκαν γι' αυτόν στην «Πρώτη Εκπομπή» είναι αποτέλεσμα επιστημονικής έρευνας και σίγουρα δεν ακούστηκαν για πρώτη φορά.<sup>16</sup>

Κατά την ολοκλήρωση του κειμένου αυτού, η υπόθεση Downer βρισκόταν σε εξέλιξη. Αναμένεται ότι η έρευνα θα αποκαλύψει πολλές ακόμα πτυχές της υπόθεσης αυτής.

## Συμπέρασμα

Τα πιο πάνω γεγονότα αναδεικνύουν μια παράμετρο της λειτουργίας της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, η οποία δεν έτυχε της απαραίτητης προσοχής στη βιβλιογραφία. Η παράμετρος αυτή αφορά τον τρόπο με τον οποίο η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου παρεμβαίνει στα πολιτικά δρώμενα της κυπριακής κοινωνίας και επιδιώκει άμεσο ή έμμεσο πολιτικό αποτέλεσμα. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η πρακτική αυτή ορίζεται στη βιβλιογραφία ως «πολιτική βία».

Κλείνοντας το κείμενο αυτό, επιθυμώ να επαναφέρω την υπόθεση εργασίας, η οποία θα πρέπει να διερευνηθεί, προς επιβεβαίωση ή διάψευση: «Οι πολιτικές καταβολές και σχέσεις των διορισμένων μελών της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, όπως και οι προσωπικές πολιτικές θέσεις, προτιμήσεις ή και εξαρτήσεις που έχουν τα μέλη αυτά, δεν επιτρέπουν στην Αρχή να λειτουργήσει ανεξάρτητα, αλλά την καθιστούν φορέα πολιτικής βίας». ♣

<sup>1</sup> Ο όρος πολιτική βία αναφέρεται σε μέσα και διαδικασίες οι οποίες αποσκοπούν στην επίτευξη πολιτικού/ών σκοπού/ών. Στη βιβλιογραφία, η πολιτική βία σχετίζεται με τον ρόλο των μέσων μαζικής ενημέρωσης, βλ. Schlesinger, P. *Media, state and nation: Political violence and collective identities* (London: Sage, 1991). Στο κείμενο αυτό εισηγούμαι ότι η Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, ο φορέας ο οποίος θεωρητικά έχει ως αποστολή να ελέγχει τον τρόπο με τον οποίο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ασκούν πολιτική βία, λειτουργεί ως φορέας πολιτικής βίας, δηλαδή χρησιμοποιεί μέσα και διαδικασίες οι οποίες αποσκοπούν σε πολιτικά αποτελέσματα.

<sup>2</sup> Ο περί Ραδιοφωνικών και Τηλεοπτικών Σταθμών Νόμος του 1998 εκδίδεται με δημοσίευση στην Επίσημη Εφημερίδα της Κυπριακής Δημοκρατίας, σύμφωνα με το Άρθρο 52 του Συντάγματος.

<sup>3</sup> Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου (<http://www.cрта.org.cy/default.asp?id=224>) (Απρίλιος 2013).

<sup>4</sup> Οι περιπτώσεις που εξετάζονται πιο κάτω αποτελούν απλά την αφορμή για περαιτέρω διερεύνηση του πολιτικού ρόλου της Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου. Τα αποτελέσματα της έρευνας είναι ενδεικτικά και παρουσιάζονται στο πλαίσιο του περιορισμένου χώρου που έχει παραχωρηθεί. Σημειώνεται επίσης ότι ο γράφων έχει ιδιαίτερο προσωπικό και επιστημονικό ενδιαφέρον για τις υποθέσεις αυτές, κάτι που διαφαίνεται στην ανάλυση που ακολουθεί.

<sup>5</sup> Το βίντεο αυτό έχει αναρτηθεί στο διαδίκτυο (<http://www.youtube.com/watch?v=oMnPdfQZy6Y>) (Απρίλιος 2013) και το έχουν δει μέχρι σήμερα πέραν των 10.400 επισκεπτών του συγκεκριμένου ισότοπου, μακράν περισσότεροι από αυτούς που είδαν άλλα προεκλογικά βίντεο.)

<sup>6</sup> Για μια συζήτηση σχετικά με το επεισόδιο αυτό βλ. [http://www.newsit.com.cy/default.php?pname=Article&art\\_id=106162&catid=9](http://www.newsit.com.cy/default.php?pname=Article&art_id=106162&catid=9) (Απρίλιος 2013).

<sup>7</sup> Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, Αρ. Εγκυκλίου 4/2013.

<sup>8</sup> Αξίζει να σημειωθεί ότι το όνομα το οποίο έδωσε ο παραγωγός του βίντεο, δηλαδή η Παγκύπρια Κίνηση Πολιτών, ήταν «Το όνειρο». Με το όνομα αυτό το βίντεο αυτό στάλθηκε στους τηλεοπτικούς σταθμούς. Το όνομα «Εφιάλτης» επικράτησε στην κοινή γνώμη αργότερα.

<sup>9</sup> Απόφαση Αρχής Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου (<http://www.cрта.org.cy/applications/assets/APOFASH%20ARXHS%2013-2-2013.pdf>) (Απρίλιος 2013).

<sup>10</sup> Το βίντεο αυτό δεν αναρτήθηκε στο διαδίκτυο όπως μεταδόθηκε τηλεοπτικά. Υπάρχει μια έκδοση του βίντεο αυτού, η οποία όμως δεν παρουσιάζει τη διαγραφή του ονόματος του Δ. Χριστόφια (<http://www.youtube.com/watch?v=nP0j2bP9-OA>, Απρίλιος 2013).

<sup>11</sup> Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου, Επιστολή, Αρ. Φακ. 28/2013(12).

<sup>12</sup> Παρουσιάζονται με τον τρόπο που εμφανίστηκαν στη σχετική επιστολή. Ολόκληρη η συνομιλία υπάρχει εδώ: <http://www.youtube.com/watch?v=rr3134eBZhs> (Απρίλιος 2013).

<sup>13</sup> Εκπομπή «Μεσημέρι και κάτι», 9 Απριλίου 2013. Είχα την ευκαιρία να δώσω τη δική μου ερμηνεία στην ίδια εκπομπή, στις 4 Απριλίου 2013.

<sup>14</sup> «Ο Φιλελεύθερος», 14 Απριλίου 2013, σελ. 12.

<sup>15</sup> Βλ. Α. Αιμιλιανίδης, Μ. Κοντός, Γ. Κέντας, *Σημαδεμένη Τράπουλα* (Λευκωσία: Power Publishing, 2010). Υπάρχει επίσης σωρεία άλλων στοιχείων που στοιχειοθετούν τον μεροληπτικό ρόλο του κ. Downer στο Κυπριακό, όπως για παράδειγμα τηλεγραφήματα της Αμερικανικής Πρεσβείας στη Λευκωσία, τα οποία έχουν διαρρεύσει στον ιστότοπο Wikileaks.

<sup>16</sup> Βλ. Άριστος Μιχαηλίδης, «Άκου έγνοια ο άλλος!», «Ο Φιλελεύθερος», 3 Απριλίου 2013, σελ. 3.

# Κυβερνήσεις, Κοινωνία και Ειδήσεις



ΤΟΥ ΑΝΤΩΝΗ Δ. ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΙΔΗ

Οι κυβερνήσεις, ειδικότερα στις δημοκρατικές κοινωνίες, θεωρούν ότι έχουν το δικαίωμα να διαμορφώνουν το agenda setting των ειδήσεων

**Η κυβέρνηση, ως θεσμική μορφή άσκησης της εξουσίας, είναι στην πραγματικότητα κάτι πολύ πιο πολύπλοκο και πολύμορφο.** Πέρα από ένα υπουργικό συμβούλιο και μια δομή εξουσίας, πρόκειται για μια ευρύτατη σειρά από εμπλεκόμενους παράγοντες, όπως είναι για παράδειγμα η δημόσια διοίκηση, η Κεντρική Τράπεζα της Ελλάδας, η Τρόικα –χωρίς αυτήν δεν υπάρχουν αποφάσεις και το διεθνές σύστημα– που περιορίζει και οδηγεί τα βήματα της κυβέρνησης.

Οι **κυβερνήσεις**, ειδικότερα στις δημοκρατικές κοινωνίες, θεωρούν ότι έχουν το δικαίωμα να διαμορφώνουν το **agenda setting** των ειδήσεων. Ο ρόλος της **κοινωνίας** είναι πρωτίστως να υπάρχει, να επηρεάζεται στο βαθμό που επιθυμεί να επηρεαστεί, αλλά και να αντιδρά είτε μέσω των τυποποιημένων μορφών εκφράσης –όπως είναι οι απεργίες, η συμμετοχή στις εκλογές– είτε μέσω του δημόσιου αναβρασμού ή επαίνου. Επί αυτής της κοινωνίας ασκείται η εξουσία από την κυβέρνηση και μέσα από τη διαδικασία απορρόφη-

σης των κοινωνικών μηνυμάτων οδηγεί τη συζήτηση, θέτοντας τους κανόνες και τα πλαίσια, με σκοπό να την ορίσει. Κατά πόσο όμως καταφέρνει να ορίζει τα πράγματα; Μήπως εντέλει νομίζει ότι τα ορίζει; Και πώς γίνονται όλα αυτά αισθητά;

Η απάντηση στο τρίτο ερώτημα και κατ' επέκταση και στα άλλα δυο έρχεται μέσα από τη μεσολάβηση των **MME**, στα οποία η κυβέρνηση μεν αποκτά το δικαίωμα να ορίσει τη δημόσια συζήτηση ή να επηρεάσει τη ζωή των ανθρώπων και η κοινωνία δε να εκφράσει την ανάδραση, την απάντηση και τις απαιτήσεις της προς την κυβέρνηση. Το συμπέρασμα λοιπόν που προκύπτει είναι πως, ενώ η κυβέρνηση νομίζει ότι ορίζει την κατάσταση των πραγμάτων, εντέλει συνδιαμορφώνει τη κοινή γνώμη, και αυτό διότι στην ουσία η κοινωνία, με την αντίδρασή της, μπορεί να την προλαμβάνει ή ακόμη και να την ορίζει, με υπορέοντα τρόπο (επί παραδείγματι, με την πτώση πωλήσεων της εφημερίδας, τη μείωση τηλεθέασης του καναλιού).

Ο Αντώνης Δ. Παπαγιαννίδης υπήρξε υπό διάφορες έννοιες δημοσιογράφος. Είναι δικηγόρος.

**Ποιος τώρα είναι ο ρόλος των MME στο agenda setting;** Καταρχάς, τα μίντια σαφώς ανήκουν στους ιδιοκτήτες-μετόχους τους, στο δημοσιογραφικό προλεταριάτο εν μέρει, στους «πυλωρούς», στα κυρίαρχα συμφέροντα. Στην καθημερινή όμως διαχείριση των Μέσων, ο ιδιοκτήτης-μέτοχος δεν είναι ο βασικός, αλλά ο βαθύτερος παράγοντας επηρεασμού, καθώς μέσω αυτού παρουσιάζεται η διαμεσολαβητική λειτουργία των δημοσιογράφων και των μεγάλων στελεχών. Η βασική αντίληψη του ιδιοκτήτη θα ακολουθηθεί είτε επειδή θα επιβληθεί (γεγονός που δεν εμφανίζεται στην καθημερινή διαχείριση των ειδήσεων) είτε διότι οι δημοσιογράφοι την έχουν ήδη ενσωματώσει στη δική τους κοσμοαντίληψη, μέσα από τη διαδικασία της αυτολογοκρισίας. Ο ισχυρότερος παράγοντας λοιπόν είναι όταν οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι, προκειμένου να είναι αρεστοί και μελλοντικά «εξασφαλισμένοι», προλαμβάνουν μια ενδεχόμενη αντίδραση δείχνοντας την πίστη τους στην ιδιοκτησιακή ιδεολογία.

Το βασικότερο είναι να συνειδητοποιήσουμε και να αποδεχτούμε πως δεν υπάρχουν αντικειμενικές **ειδήσεις**. Τα μίντια ποτέ δεν ενημερώνουν αντικειμενικά, αλλά προσπαθούν να δώσουν την πιο εντυπωσιακή και δημοφιλή εικόνα - γωνία προσέγγισης των πραγμάτων, διαμεσολαβώντας καθιερωμένες και κατεστημένες απόψεις. Με αυτόν τον τρόπο προσφέρουν το λεγόμενο infotainment, ένα πρόσχημα δηλαδή της ενημέρωσης σε συνδυασμό με κάτι που είναι ελκυστικό, όπως είναι η επίκληση στη «λαγνεία της τραγωδίας».

Κάποιοι ευαγγελίζουν ότι η ισχυρή επίδραση του ιδιοκτησιακού καθεστώτος και η επιχειρηματικότητα στις επιχειρήσεις των MME έχει σήμερα αναδιαμορφωθεί. Δυστυχώς ή ευτυχώς όμως, κάποια φαινόμενα που νομίζουμε ότι αλλάζουν τελικώς μένουν τα ίδια και παρά την όποια πολυμορφία και αντίθεσή τους τελικώς επικρατεί η ομοιομορφία, ως χαρακτηριστικό των υπερανεντυπωμένων κοινωνιών, των οποίων τα MME αποτελούν και εικόνα και μέρος. Η κεφαλαίουχική δομή επομένως παίζει πολύ λιγότερο ρόλο, καθώς αυτό που προσφέρει επιρροή και δύναμη στο Μέσο είναι η τοποθέτησή του απέναντι στην εξουσία, την πολιτική και την οικονομική. Η δύναμη της εφημερίδας και αργότερα της τηλεόρασης έγκειται στον τρόπο που θα προσφέρει την είδησή της.

Εν κατακλείδι, οι κυβερνήσεις (ειδικά στις συγκεντρωτικές εξουσίες, όπως στην Ελλάδα), οι αρχισυντάκτες και οι διευθυντές σύνταξης διεκδικούν αυτήν την άσκηση της εξουσίας, ωθώντας την προς τα συμφέροντα των ανθρώπων που τους επηρεάζουν, όχι όμως με εξωτερική επιβολή. Και τελικά «εκείνος που διεκδικεί τον ρόλο της ισχύος, έχει και τη μεγαλύτερη ισχύ στις ειδήσεις».

**Κρίση και MME** σημαίνει πρωτίστως πως εμμέσως οι αμοιβές των δημοσιογράφων έχουν «λιανιστεί», λόγω βεβαίως και της κατάρρευσης των διαφημιστικών μηνυ-

μάτων, γεγονός που καθίσταται ιδιαίτερος επικίνδυνος. Δευτερευόντως, αλλά ταυτόχρονα πρωτίστως, έχει ανέβει το επίπεδο της υποκρισίας και όχι εκείνο της κοινωνικής αυτοσυγκινησίας, με την ξαφνική και έντονη επίκληση-υποστήριξη των λαϊκών στρωμάτων. Τα Μέσα ουσιαστικά υπερασπίζονται τα συμφέροντα όχι του κοινού τους, αλλά εκείνα που θεωρούν ή αναδεικνύουν ως συμφέροντα, έχοντας πάντοτε μια παγιωμένη κοσμοαντίληψη, μια κατασκευή του κόσμου. Με απλά λόγια σημαίνει πως όταν ο κόσμος «κουνιέται» (βλ. κρίση), συνήθως δεν προσαρμόζονται με αυτό, αλλά συνεχίζουν με το προηγούμενο. Η πολιτική εξουσία, ενώ έχει την εντύπωση ότι μπορεί να επηρεάζει τη διαχείριση της κρίσης, ουσιαστικά σύρεται και παριστάνει ότι την επηρεάζει. Κι αυτό αποτελεί ένα επιπρόσθετο στοιχείο στην επονομαζόμενη υποκρισία.

*Γιατί έχουμε ως κοινωνία αυτά τα Μέσα; Και η απάντηση με την ερώτηση: Γιατί έχουμε αυτό το πολιτικό σύστημα; Ο* τοποθετήσεις μας οδηγούν τα Μέσα και διαμορφώνονται μέσα από τις προτιμήσεις μας (όταν αγοράζουμε μια συγκεκριμένη εφημερίδα, όταν επιλέγουμε ένα κανάλι). Σε δημοκρατικές και ελεύθερες κοινωνίες, όχι όμως σε εποχές μεγάλης κρίσης, οι εσωτερικές προτιμήσεις της κοινωνίας οδηγούν και τα Μέσα και το πολιτικό σύστημα. Στην πραγματικότητα επιλέγοντας μεν κυρίαρχα το λιγότερο κακό, επιλέξαμε σχετικά δειλά και με βάση την πεπατημένη όσον αφορά την πολιτική σκηνή, με συνέπεια να έχουμε σήμερα τα Μέσα που καλλωπίζουν από τη μια πλευρά την πραγματικότητα και από την άλλη όταν δεν την αντέχουν την «πολεμούν».

Το **διαδίκτυο**, από την άλλη πλευρά, με την αμεσότητα που το διακρίνει, έχει συντελέσει ομολογουμένως σε μια νέα πραγματικότητα. Οι κυβερνήσεις βέβαια, γνωρίζοντας την εμβέλειά τους, λαμβάνουν αυτά τα άμεσα μηνύματα του κυβερνοχώρου και επιδίδονται για ακόμη μια φορά στη γνωστή τακτική τού επηρεασμού και του προσδιορισμού αυτών. Αυτή όμως ακριβώς η ελευθερία συμμετοχής σε όλους έχει ως απόρροια να ευνοείται η κραυγή και ο εύκολος σκανδαλοθηρισμός.

Είναι έκδηλο πως σήμερα η **δημόσια συζήτηση** έχει γίνει λιγότερο καθοδηγήσιμη. Η ιστορία και το μέλλον όμως θα δείξουν κατά πόσο είναι περισσότερο δημοκρατική και λιγότερο αυταρχική, διότι μέσα στη βουή των πολλών παρεμβάσεων, οι σκληρότερες και μονιμότερες φωνές είναι εκείνες που στο τέλος επικρατούν. Η άσκηση εξουσίας και βίας ενίοτε μεταξύ Κυβέρνησης και Μέσων είναι ουσιαστικά η ίδια η επιβίωση των Μέσων, μιας που σήμερα απειλούνται με εξαφάνιση λόγω της ζημιογόνας τους κατάστασης. Σαφώς και θα υπάρξουν νέα δίκτυα αλληλεξάρτησης (με αποχώρηση των παλιών προσώπων που θεωρούνται πλέον «ξεπερασμένα»), με τις κυβερνήσεις να προσπαθούν να σώσουν τα Μέσα και αυτά με τη σειρά τους να νομιμοποιήσουν τις κυβερνήσεις. ^



# Κείμενα για την τιμή των γραμμάτων και της δημοσιογραφίας

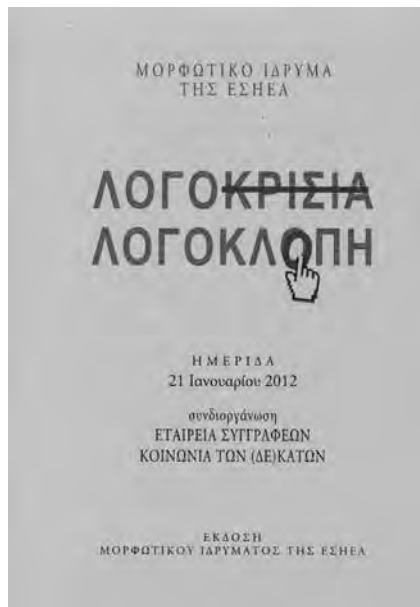
Εκπρόσωποι της δημοσιογραφίας, της λογοτεχνίας και των επιστημών αναφέρονται στην ελευθερία της έκφρασης και τα όριά της



ΤΟΥ ΘΑΝΑΣΗ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ

## **Λογοκρισία-Λογοκλοπή**

Πρακτικά Ημερίδας της ΕΣΗΕΑ, της Εταιρίας Συγγραφέων και της Κοινωνίας των (δε)κάτων, της 21ης Ιανουαρίου 2012  
**εκδ. Μορφωτικού Ιδρύματος της ΕΣΗΕΑ, 2012**  
Σελ. 183



Είκοσι άνθρωποι της δημοσιογραφίας, της λογοτεχνίας και των επιστημών αναπτύσσουν πτυχές των θεμάτων που –ζυγισμένα ισομερώς στις δύο ενότητες, με δύο τραπέζια η καθεμία, τη δημοσιογραφία και τη λογοτεχνία– αποτέλεσαν τους επιμέρους άξονες

της Ημερίδας με το θέμα «Λογοκρισία-Λογοκλοπή»: 1) «Λογοκρισία και Δημοσιογραφία», με συντονίστρια τη συγγραφέα Κατερίνα Ζαρόκωστα, 2) «Λογοκρισία και Λογοτεχνία» με συντονίστρια τη συγγραφέα και, δημοσιογράφο Έλενα Χουζούρη, 3) «Λογοκλοπή στα Μέσα Ενημέρωσης», με συντονίστρια τη συγγραφέα Λίλη Εξαρχοπούλου και 4) «Λογοκλοπή στη Λογοτεχνία» με συντονιστή τον δημοσιογράφο, και ποιητή Ηλία Γκρή.

Ο τόμος –έκδοση του Μορφωτικού Ιδρύματος της ΕΣΗΕΑ– σε επιμέλεια του Ηλία Γκρή, αμέσως μετά τους χαιρετισμούς των συνδιοργανωτών-προέδρων, της ΕΣΗΕΑ, της «Κοινωνίας (δε)κάτων» και της Εταιρείας Συγγραφέων, ακολουθεί τα τραπέζια συζητήσεων.

Στο πρώτο τραπέζι της ενότητας «Λογοκρισία» μετείχαν οι Γιώργιος Λεονάρδος, δημοσιογράφος, συγγραφέας με θέμα «Αιτία και μορφές λογοκρισίας», Γιώργος Βότσης, δημοσιογράφος με θέμα «Λογοκρισία, δεοντολογία και αμεροληψία στη δημοσιογραφία»,

Ο Θανάσης Βασιλείου (διοίκηση επιχειρήσεων και πολιτικές επιστήμες) είναι τακτικός συνεργάτης στο «Τέχνες & Γράμματα» της *Καθημερινής της Κυριακής*.



# Ο ΤΟΜΟΣ ΜΕ ΤΑ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΤΗΣ ΗΜΕΡΙΔΑΣ ΕΙΝΑΙ ΑΦΙΕΡΩΜΕΝΟΣ «ΣΤΗΝ ΑΤΕΛΕΙΩΤΗ ΣΕΙΡΑ ΤΩΝ ΘΥΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΛΟΓΟΚΡΙΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ» ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΜΙΑ ΠΡΩΤΗ, ΝΩΠΗ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ

Τάσος Αναστασίου, σκιτσογράφος με θέμα «Λογοκρισία και ελευθερία έκφρασης» και Βασίλης Καραποστόλης, καθηγητής πανεπιστημίου με θέμα «Η επίδραση της λογοκρισίας στην άσκηση της δημοσιογραφίας».

Στο δεύτερο τραπέζι μετείχαν οι Αλέξης Ζήρας, συγγραφέας και κριτικός λογοτεχνίας με θέμα «Λογοκρισία και ιδεολογία», Νίκος Κουνενής, συγγραφέας με θέμα «Λογοκρισία, αυτολογοκρισία στη δημοσιογραφία και τη δημιουργική γραφή», Γιάννης Μπασκόζος, δημοσιογράφος με θέμα «Λογοκρισία στην παρουσίαση βιβλίων» και Κώστας Βούλγαρης, συγγραφέας με θέμα «Εύνοια και δυσμένεια του Τύπου σε είδη λογοτεχνίας».

Στο πρώτο τραπέζι της ενότητας «Λογοκλοπή» μετείχαν οι Παύλος Τσίμας, δημοσιογράφος και συγγραφέας με θέμα «Λογοκλοπή στον έντυπο λόγο», Μαριάννα Τζιαντζή, δημοσιογράφος και συγγραφέας με θέμα «Λογοκλοπή στον ηλεκτρονικό Τύπο», Στρατής Χαβιαράς, συγγραφέας με θέμα «Πνευματικά δικαιώματα και Διαδίκτυο» και ο Σπύρος Μοσχονάς, καθηγητής πανεπιστημίου με θέμα «Η λογοκλοπή ως προϋπόθεση της δημοσιογραφίας».

Στο δεύτερο τραπέζι μετείχαν οι Αναστάσης Βιστωνίτης, ποιητής με θέμα «Πνευματικά δικαιώματα και λογο-

κλοπή», Γεώργιος Κεντρωτής, καθηγητής πανεπιστημίου, μεταφραστής και ποιητής με θέμα «Λογοκλοπή και Μετάφραση», Γιώργος Μπλάνας, ποιητής με θέμα «Μίμηση και λογοκλοπή»

Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ημερίδα αποτέλεσε την πρώτη συντονισμένη προσπάθεια να συζητηθούν από ανθρώπους που συμβάλλουν με το έργο, την πείρα και τη δημόσια δράση τους τόσο στη δημοσιογραφία όσο και στη λογοτεχνία και που είναι σε θέση να τεκμηριώσουν μια παρούσα πραγματικότητα –που, άλλωστε, ενδιαφέρει πρωτίστως το δικό τους σπίτι – όψεων και φαινομένων λογοκρισίας και λογοκλοπής με έναν ειλικρινή, πρωτότυπο, σίγουρα βιωματικό αλλά και αιχμηρό αναλυτικό λόγο.

Όπως διαπιστώνει ο αναγνώστης, σε σχέση με τη λογοκρισία, η συζήτηση δεν περιορίστηκε στην «κλειστή» σημασία της, δηλαδή, των αυταρχικών μηχανισμών που επέτρεψαν ιστορικά την κατασκευή μιας λίστας απαγορευμένων βιβλίων, θεατρικών παραστάσεων, κινηματογραφικών ταινιών, προγραμμάτων ραδιοφώνου και τηλεοπτικών εκπομπών, άρθρων και απόψεων στον ημερήσιο και περιοδικό Τύπο. Η επέκταση των εισηγητών –πέραν της ιστορίας και της περιπτωσιολογίας– στην ιδεολογία που κατασκευ-

άζει σήμερα τη λογοκρισία και στους μηχανισμούς της που ακουμπούν την καθημερινότητα, επιχειρεί να αποκάλυψει την επίδρασή της στην αισθητική, στην αλυσίδα επιλογής/απόρριψης θεμάτων, στην πρακτική της μετάδοσης των πληροφοριών, στην παραγωγή της τέχνης και της έκφρασης μέσα από την εγκαθίδρυσή της ως υπαρκτού, αισθητού ή λανθάνοντος, ζεύγματος «εύνοια-δυσμένεια». Συμφέροντα, συντεχνιασμοί, καριέρες, φόβοι, πιέσεις, αλλά και φιλίες, ημετερισμοί, συμπάθειες και αντιπάθειες συζητούνται στο πλαίσιο αναζήτησης μιας, οπωσδήποτε, άλλης ανοιχτής κοινωνικής ηθικής και άλλων αξιών.

Αν, όμως, η λογοκρισία έχει αποτελέσει και στο παρελθόν αντικείμενο μελέτης (πρόσφατα είχε κυκλοφορήσει το συλλογικό «Όψεις λογοκρισίας στην Ελλάδα» (Νεφέλη, 2008) σε επιμέλεια Γιάννη Ζιώγα, Λεωνίδα Καραμπίνη κ.ά.), η αιχμή της Ημερίδας ήταν το θέμα της λογοκλοπής. Τι είναι η λογοκλοπή, πότε υπάρχει, πώς εμφανίζεται, γιατί εμφανίζεται, πώς αντιμετωπίζεται; Πότε είμαστε αυθεντικοί, πρωτότυποι και πότε δανειζόμαστε; Μπορούμε να «κλέβουμε» ό,τι μας αρέσει; Κατοχυρώνονται τα πνευματικά δικαιώματα; Προστατεύονται οι δημιουργοί; Ποιο είναι και ποιο θα έπρεπε να είναι το αναγκαίο θεσμικό και κοινωνικό ρυθμιστικό πλαίσιο κατά της λογοκλοπής; Αυτά είναι ορισμένα από τα ερωτήματα που επιχειρούν να απαντήσουν οι εισηγητές –με γνώμονα την ευαισθητοποίηση, την αυτοκριτική σε ορισμένες περιπτώσεις και, κυρίως, την εγρήγορση κατά της λογοκλοπής που, σήμερα, ξεπερνά σε πλείστες περιπτώσεις, τα πλέον ελαστικά όρια ανοχής.

Ο τόμος της Ημερίδας, αφιερωμένος «στην ατέλειωτη σειρά των θυμάτων της λογοκρισίας και της λογοκλοπής», αποτελεί μια πρώτη νωπή καταγραφή του θέματος και μια συμβολή στον ευρύτερο, γόνιμο, ανοιχτό προβληματισμό για τις δύο παθολογίες της δημοσιογραφίας και της λογοτεχνίας. ^

**Η τέχνη της μνήμης**  
 Frances A. Yates  
 Μετάφραση: Άρης Μπερλής  
**εκδ. ΜΙΕΤ, 2012**  
 Σελ. 580



Η ιστορία της τέχνης της μνήμης, είναι το θέμα του βιβλίου της ιστορικού Frances A. Yates (1899-1981). Η «μνημοτεχνική», όπως επινοήθηκε από τους αρχαίους Έλληνες ως

ταμείο ευρέσεων και φύλακας της ρητορικής, πέρασε στους Ρωμαίους και από κει στα κέντρα του ευρωπαϊκού πολιτισμού. Πριν από την εφεύρεση της τυπογραφίας, η ασκημένη μνήμη είχε ζωτική σημασία ως μοχλός πλείστων ψυχικών λειτουργιών. Όμως, σήμερα, η μελέτη της τέχνης της μνήμης περιλαμβάνει κάτι περισσότερο από την ιστορία των τεχνικών της. Η Yates, μελετώντας την εξέλιξη αυτής της θεμελιώδους όσο και απροσδιόριστης ανθρώπινης λειτουργίας, ρίχνει τον αναγνώστη σε βαθιά νερά.

Από τις αρχές της τέχνης της μνήμης της αρχαιότητας, τον οδηγεί στους Σχολαστικούς του Μεσαίωνα και στην επιρροή της μεσαιωνικής εικονοποιίας στην τέχνη, την αρχιτεκτονική και στα μεγάλα λογοτεχνικά μνημεία, όπως η Θεία Κωμωδία του Δάντη, και από εκεί στην Αναγέννηση, την ουμανιστική και την ερμητική παράδοση, μέχρι τον 17ο αιώνα, όπου η τέχνη της μνήμης από μέθοδος απομνημόνευσης της εγκυκλοπαίδειας, της γνώσης και απεικόνισης του κόσμου στη μνήμη, γίνεται βοήθημα διερεύνησης της εγκυκλοπαίδειας και του κόσμου με στόχο την ανακάλυψη νέας γνώσης.

**(δέ)κατα, τεύχος 29**  
 Φάκελος Λογοκρισία-Λογοκλοπή  
**Κοινωνία των (δε)κάτων,**  
**Άνοιξη 2012**



Στο πλαίσιο της Ημερίδας που οργάνωσαν η ΕΣΗΕΑ, η Εταιρεία Συγγραφέων και η Κοινωνία των (δε)κάτων τον Ιανουάριο 2012, το τεύχος 29 του Περιοδικού (δέ)κατα παρουσιάζει και αυτό –πλάι στον σχετικό τόμο που κυκλοφόρησε και παρουσιάζεται

παραπάνω- τον «φάκελο Λογοκρισίας-Λογοκλοπή» στις σελίδες του, θεωρώντας ότι η λογοτεχνική κοινότητα, παρά τα επανειλημμένα κρούσματα λογοκλοπής από νέους Έλληνες πεζογράφους, δεν έχει πάρει θέση για το καταγιστικό φαινόμενο. Τα πνευματικά δικαιώματα φαίνεται να αποτελούν terra incognita στον εκδοτικό κόσμο και το νομικό πλαίσιο σπανίως λειτουργεί. Επιπλέον, καθώς η ελληνική γλώσσα ομιλείται μόνο στην Ελλάδα και την Κύπρο, δεν υπάρχει αξιόπιστο λογισμικό ελέγχου της λογοκλοπής. Στο αφιέρωμα καταθέτουν εκτενώς τις απόψεις τους για τη λογοκρισία και τη λογοκλοπή οι Κώστας Βούλγαρης, Αναστάσης Βιστωνίτης, Γιώργος Κεντρωτής, Σπύρος Μοσχονάς, Γιώργος Μπλάνας, Βασίλης Καραποστόλης, Νίκος Κουενής κ.ά. «Όταν μια κοινωνία εκπαιδεύει τους πολίτες της για να τους παραδώσει στη συνέχεια σε μηχανισμούς που τους μεταχειρίζονται σαν μια μάζα ευέξαπτων αγραμμάτων, τότε, αργά ή γρήγορα αυτή η μάζα θα κάνει ένα από τα δύο: είτε θα εκδικηθεί και την κοινωνία και τα γράμματα, είτε θα εξεγερθεί για να αποκαταστήσει τη χαμένη τιμή, αν μη τι άλλο, της νοημοσύνης της», γράφει ο Βασίλης Καραποστόλης. Προς τη δεύτερη κατεύθυνση κινείται το αφιέρωμα του περιοδικού.

**Επικοινωνία: Θεωρία στην πράξη**  
 Σοφία Καϊτατζή-Γουίτλοκ  
 Λιβάνης, 2012  
 Σελ. 397

Το βιβλίο της Σοφίας Καϊτατζή-Γουίτλοκ, καθηγήτριας στο Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, αποτελεί σύνθεση του πολυπρισματικού γνωστικού αντικείμενου της «επικοινωνίας και των θεωριών της», ενός «ζωτικού» και «στρατηγικού πόρου», στα συγκείμενα της εκρηκτικής ανάπτυξης των μέσων και των μεθόδων κατά τον 20ό και τον 21ο αιώνα. Ο



θρίαμβος των διαδραστικών ψηφιακών δικτύων, ο εκδημοκρατισμός των «επικοινωνιακών σχέσεων», ο πλαπλασιασμός των επικοινωνιακών ευχερειών, των δεξιοτήτων και δυνατοτήτων των ατόμων και των ομάδων, με την παράλληλη υποχώρηση των πατερναλιστικών πομποκεντρικών επικοινωνιακών σχέσεων του παρελθόντος κατέχουν κεντρική θέση στον τόμο. Πού μας οδηγούν όλες αυτές οι ανατροπές; Πώς ερμηνεύονται τα εκάστοτε πρωτόγνωρα επικοινωνιακά φαινόμενα και τα νεόκοπα περιβάλλοντα; Στο βιβλίο, σε είκοσι ευσύνοπτα κεφάλαια, δίνονται απαντήσεις μέσω της αναλυτικής και κριτικής παρουσίασης των σημαντικότερων θεωριών της «επιστήμης της επικοινωνίας» των τελευταίων εκατό ετών, από τους Αμερικανούς Charles Cooley, Herbert Mead και Walter Lippmann των αρχών του 20ού αιώνα, έως τις σύγχρονες θεωρήσεις του 21ου. Στο νέο επικοινωνιακό περιβάλλον, το βιβλίο είναι ένα εργαλείο απαραίτητο στους μελετητές και τους επαγγελματίες της επικοινωνίας, αλλά και στους πολίτες που συνειδητοποιούν την αξία του «επικοινωνιακού κεφαλαίου» και τη σημασία της «επικοινωνιακής αγωγής». ^

Το περιοδικό *Δημοσιογραφία* διατίθεται στα εξής σημεία πώλησης:

- **Αθήνα:** στα βιβλιοπωλεία **Ιανός** και **Πολιτεία**.
- **Θεσσαλονίκη:** στα βιβλιοπωλεία **Ιανός**.
- **Λευκωσία:** στο βιβλιοπωλείο **Σολώνειο**.
- **Διαδίκτυο:** στο [www.ianos.gr](http://www.ianos.gr) και στο [www.cjr.press.cy](http://www.cjr.press.cy)

Ετήσια συνδρομή σε Ελλάδα και Κύπρο:

Κατηγορία Συνδρομητή	Τιμή*
Επιχειρήσεις & Οργανισμοί	€17
Ιδιώτες	€14
Φοιτητές	€12

\*Στην τιμή συμπεριλαμβάνεται και το κόστος αποστολής με απλό ταχυδρομείο

Ετήσια συνδρομή σε άλλες χώρες:

Κατηγορία Συνδρομητή	Τιμή
Επιχειρήσεις & Οργανισμοί	€15 συν κόστος αποστολής
Ιδιώτες	€12 συν κόστος αποστολής
Φοιτητές	€10 συν κόστος αποστολής

Για περισσότερες πληροφορίες σε σχέση με τη συνδρομή σας, επισκεφτείτε τον ιστότοπο της **Δημοσιογραφίας:** [www.cjr.press.cy](http://www.cjr.press.cy)

Τιμολόγιο καταχωρήσεων:

Κατηγορία Καταχώρησης	Κόστος
Ολοσέλιδη, ασπρόμαυρη, εσωτερική σελίδα	€120
Ημισέλιδη, ασπρόμαυρη, εσωτερική, σελίδα	€60
Υποσέλιδο, ασπρόμαυρο, εσωτερική σελίδα	€30
Εσωτερική, Εξωφύλλο & Οπισθόφυλλο έγχρωμη	€300

Με κάθε καταχώρηση στο οπισθόφυλλο

ένα banner για δύο εβδομάδες στο site του περιοδικού [www.cgr.press.cy](http://www.cgr.press.cy)

# Έξι βαθμοί συνάθροισης<sup>1</sup>

*Πώς η Huffington Post κατέκτησε το Διαδίκτυο*



TOY MICHAEL SHAPIRO

Η ιστορία της Huffington Post είναι ένα αφήγημα γεμάτο πολιτικές τιτανομαχίες, ίντριγκες, πάθη, πηλοϋτή, δολοπλοκίες, φιλοδοξίες, glamour και glitter, κέρδη και ζημίες –το ίδιο μείγμα ύλης που δημοσιεύει το website. Πρωταγωνιστεί η Arianna Huffington, η Βασίλισσα της Δικτύωσης. Read all about it!

---

Ο Michael Shapiro διδάσκει δημοσιογραφία στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα της Σχολής Δημοσιογραφίας του Πανεπιστημίου Columbia και είναι τακτικός συντάκτης του CJR.

---

**Από τις πολλές και αντικρουόμενες ιστορίες** για το πώς δημιουργήθηκε η Huffington Post –πώς καμαρώνει για τις 68 ενότητες, τις τρεις διεθνείς εκδόσεις (και έπονται και άλλες), τις 1,2 δισεκατομμύρια επισκέψεις της μηνιαίως και τα 54 εκατομμύρια σχόλια μόνο κατά τη διάρκεια της περασμένης χρονιάς, πώς ξεπέρασε σε επισκεψιμότητα ουσιαστικά όλους τους εδραιωμένους ειδησεογραφικούς οργανισμούς και συγκέντρωσε τέτοιο όγκο δεδομένων, που μια επίσκεψη στην ιστοσελίδα της μοιάζει με εκδρομή σε εμπορικό κέντρο, όπου κανείς είναι αδύνατο να εντοπίσει τις εξόδους– η παλαιότερη λοιπόν και, όπως φαίνεται, η πιο αποκαλυπτική ξεκινά από ένα γεύμα τον Μάρτιο του 2003, κατά τη διάρκεια του οποίου η ιδέα για μια διαδικτυακή εφημερίδα, γεμάτη διάσημους bloggers και συναθροισμένο περιεχόμενο που θα διαχέεται μαζικά κι ακαριαία δεν προέκυψε.

Την πρόσκληση, σε γεύμα απηύθυνε ο Kenneth Lerer, ηλικίας 51 χρόνων,

ο οποίος αναζητούσε κάτι καινούριο, αφού είχε πρόσφατα εγκαταλείψει τη θέση του αναπληρωτή διευθύνοντα συμβούλου της AOL. Ο Lerer ήταν ένας κλειστός άνθρωπος, άνετος ωστόσο παρουσία ισχυρών ανθρώπων, χάρη στους οποίους έγινε γνωστός, λόγω του ότι αποκατέστησε τη δημόσια εικόνα τους, με πιο γνωστό τον Michael Milken, χρηματιστή που διακινούσε ομόλογα-σκουπίδια, ο οποίος καταδικάστηκε και στη συνέχεια αποκαταστάθηκε. Ο Lerer είχε βγάλει αρκετά χρήματα και είχε αποκτήσει πολλούς φίλους, αφού είχε πρώτα κάνει όνομα το 1974 στην Νέα Υόρκη με την donκιχωτική εκστρατεία του Ramsey Clark που ήταν υποψήφιος για τη Γερουσία (για την οποία είχε προσληφθεί από τον διευθυντή του ανά χειράς περιοδικού, Victor Navasky, και αργότερα, πάλι ο ίδιος τον κάλεσε στη Συμβουλευτική Επιτροπή του CJR, που δεν έχει λόγο επί του περιεχομένου). Ο Lerer περνούσε τον χρόνο του ανάμεσα στη Νέα Υόρκη και στο εξοχικό του στη Γιούτα, όπου έκανε σκι, όταν έπεσε στα χέρια

του το καινούριο βιβλίο ενός νεαρού κοινωνιολόγου, του Duncan Watts. Το βιβλίο είχε τίτλο *Six Degrees* [Έξι βαθμοί]. Τον ενθουσίασε τόσο, που κάλεσε τον Watts για φαγητό.

Είχε μαζί του το βιβλίο και ο Watts θυμάται ότι είχε τσακισμένες κάποιες σελίδες, κολακευτικό σημάδι ενδελεχούς ανάγνωσης. Ο Lerer είχε ένα σχέδιο και ήθελε να τον βοηθήσει ο Watts. Είχε θέσει έναν φιλόδοξο στόχο. Ήθελε να τα βάλει με την Εθνική Ένωση Όπλων (National Rifle Association, NRA). Είπε στον Watts: «Ξέρω πως η απάντηση είναι κάπου μέσα σ' αυτές τις σελίδες».

Μετά από εννέα χρόνια και ένα Βραβείο Πούλιτζερ, ποιο είναι φαινόμενο που εκείνο το γεύμα έθεσε σε κίνηση; Πώς προέκυψε η Huffington Post, που τότε εξυμνείται ως σωτήρας της μητρικής εταιρίας και πότε αποδοκιμάζεται σφόδρα ως γκλάμουρ σφετεριστής της δημοσιογραφικής δουλειάς των άλλων;

Πριν από την αγορά της από την AOL, τον Φεβρουάριο του 2011, η Huffington Post δεν είχε καταφέρει πολλά από άποψη εσόδων· είχε σημειώσει κέρδη μόνο κατά το έτος πριν από την πώληση –το ποσό δεν αποκαλύφθηκε ποτέ– με έσοδα μόλις 30 εκατομμύρια δολάρια. Εκτός από τα λαβράκια του ευυπόληπτου γραφείου της στην Ουάσιγκτον, δεν είχε να επιδείξει πολλές αποκαλυπτικές ιστορίες, που είναι η παραδοσιακή οδός της βιομηχανίας των μέσων προς την αναγνώριση.

Η Huffington Post, που κατάφερε τη βελτιστοποίηση της σελίδας της ως προς τις μηχανές αναζήτησης και αντιλήφθηκε κι εκμεταλλεύθηκε γρήγορα την άνοδο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, απέκτησε πολύ γρήγορα πολλούς αναγνώστες, αλλά δεν έγινε εξίσου σημείο αναφοράς. Κάτι που μπορεί να αλλάξει όμως τώρα, που μπορεί πια να επαίρεται για το Πούλιτζερ Εθνικού Ρεπορτάζ με το οποίο τιμήθηκε και το οποίο κλείνει τα στόματα όλων εκείνων που επέ-

κριναν την Huffington Post, ότι εξυτελίζει τα ιερά και τα όσια της δημοσιογραφίας.

Η Huffington Post εξελίχθηκε σε κάτι περισσότερο από ένα μεγαθήριο του Παγκόσμιου Ιστού σε επίπεδο κυκλοφορίας, blogging και συνάθροισης. Αυτή την εποχή, η Arianna Huffington συμμετέχει τακτικά σε τηλεοπτικά πάνελ περί πολιτικής, γεγονός που δείχνει όχι μόνο τη δική της άνεση στην τηλεόραση, αλλά και την κυρίαρχη θέση που κατέχει ο δημοσιογραφικός της οργανισμός.

Τα στοιχεία για την HuffPo επέτρεπαν σε κάποιον να συναγάγει κάθε λογής συμπεράσματα, κολακευτικά ή μη. Ωστόσο, δύο συγκεκριμένοι αριθμοί ξεχώριζαν, για όσα υποδήλωναν σχετικά με τη φύση της επιχείρησης που οικοδόμησαν η Huffington, ο Jonah Peretti και ο οικοδεσπότης εκείνου του πρώτου γεύματος, ο Ken Lerer: 40 εκατομμύρια και 19.000. Ο πρώτος είναι ο αριθμός των ατόμων που επισκέφθηκαν την ιστοσελίδα τον Ιανουάριο του 2012. Ο δεύτερος είναι ο αριθμός των ατόμων στη λίστα επαφών της Arianna Huffington.

Ο καθένας αριθμός αντιπροσωπεύει ένα δίκτυο και τα δύο δίκτυα μαζί συγκροτούν κάτι πολύ πιο σημαντικό από ό,τι το καθένα τους ξεχωριστά –μια φιλοδοξία: τη δυναμική ισχύ που αποκτούν όσοι μπορούν να χτίσουν, να τροφοδοτήσουν και να χαλιναγωγήσουν ένα ευρύ και συνάμα έντιμο δίκτυο.

Η έμφαση στο «δυναμική».

## 1. Διασύνδεση

Το βιβλίο *Έξι βαθμοί* του Duncan Watts εξέταζε τη φύση των «μικρών κόσμων», όπως τους ονόμαζε ο Watts. Η ιδέα –που επρόκειτο να υιοθετηθεί στη συνέχεια από θαυμαστές του Kevin Bacon και από τον θεατρικό συγγραφέα John Guare– είχε προέλθει από ένα πείραμα που είχε πραγματοποιήσει ο κοινωνικός ψυχολόγος Stanley Milgram το 1967, με το οποίο εντό-



Featureflash / Shutterstock.com

Η Arianna Huffington το 2003, τη χρονιά που, μετά τη γνωριμία της με τον Ken Lerer και τον Jonah Peretti, τέθηκαν τα θεμέλια για την ίδρυση της Huffington Post

πισε τον αριθμό των συνδέσεων που θα χρειαζόταν ένα γράμμα για να καταλήξει σε έναν συγκεκριμένο παραλήπτη, άγνωστο στον αρχικό αποστολέα. Η απάντηση ήταν έξι. Το συμπέρασμα αυτό σήμαινε πως ένα άτομο μπορούσε να έρθει σε επαφή με οποιοδήποτε άλλο άτομο στον πλανήτη, μέσα από τη δημιουργία ενός δικτύου φθίνουσας οικειότητας –ξεκινώντας από έναν φίλο, περνώντας στη συνέχεια σε έναν φίλο του φίλου κ.ο.κ. –έως ότου ολοκληρωθεί η σύνδεση. Αυτή η υπόθεση τροφοδότησε την έρευνα της «επιστήμης των δικτύων», όπως την ονόμασε ο Watts, μια θεωρία που αναγόταν στον 18ο αιώνα και προϊόντος του χρόνου προσείλκυσε την προσοχή πολυάριθμων επιστημόνων, οι οποίοι πίστευαν πως τα πάντα μπορούν να μετρηθούν. Και εφόσον μπορούν να μετρηθούν, τότε μπορούν ίσως και να αποτυπωθούν με γραφήματα και διαγράμματα, κατά τρόπον ώστε να προ-

κύψουν μοντέλα που, σε έναν ιδανικό κόσμο, θα μπορούσαν να αντιγραφούν.

Ίσως το όνειρο της δημιουργίας αχανών δικτύων που θα συνέδεαν αγνώστους μεταξύ τους ανθρώπους να μπορούσε να πραγματοποιηθεί, εάν κάποιος μπορούσε να εντοπίσει τους κατάλληλους συνδέσμους. Ή, στη γλώσσα της δικτύωσης, εάν μπορούσε κανείς να μετατρέψει αδύναμους δεσμούς σε ισχυρούς.

Το βιβλίο του Watts ήταν γεμάτο με εικόνες και σχέδια που κάποιος θα μπορούσε να τα θεωρήσει περίπλοκα – πόσες κλωστές χρειάζονται για να συνδεθούν μεταξύ τους πάρα πολλά κουμπιά, έτσι ώστε να αποτελέσουν δίκτυο – έως και προκλητικά, ειδικά για κάποιον που προσπαθούσε να βρει τρόπο να τα βάλει με ένα από τα πιο ισχυρά λόμπι της χώρας.

Ωστόσο, τα δίκτυα υπονομεύονταν συνεχώς από την αναπόδραστη δύναμη του τυχαίου. Ο Ken Lerer άκουγε χωρίς να αποθαρρύνεται. Δίκτυα δημιουργούνταν πάντως – μεγάλα δίκτυα, τα οποία συνένωναν ξαφνικά άτομα που δεν είχαν καμία σχέση μεταξύ τους, για να μοιραστούν ενδεχομένως μια ιδέα, ένα τραγούδι, ένα συναίσθημα, ένα σκοπό. Γιατί να μην προσπαθήσει λοιπόν κανείς να δημιουργήσει ένα δίκτυο που θα μπορούσε να σταθεί απέναντι στο ισχυρό και διαχρονικό δίκτυο της NRA;

«Ξέρω τις απαντήσεις», του είπε ο Watts. «Είμαι σίγουρος πως δεν βρίσκονται μέσα σ' αυτό το βιβλίο». Έπειτα, αφού είχε καταρρακώσει το ηθικό του Lerer, ο Watts του πέταξε ένα σωσίβιο: «Ίσως ο φίλος μου ο Jonah να μπορεί να σε βοηθήσει».

Ο JONAH PERETTI ΗΤΑΝ 29 ΕΤΩΝ ΚΑΙ θεωρούνταν ήδη σπουδαίο μυαλό. Εργαζόταν ως καθηγητής τεχνολογίας σε ιδιωτικό σχολείο της Νέας Ορλεάνης, όταν έγινε δεκτός σε ένα μεταπτυχιακό πρόγραμμα στο MIT. Το σχέδιό του ήταν να μελετήσει τρόπους με τους οποίους τα δίκτυα θα μπορούσαν να καλλιεργήσουν την επικοινωνία

νά μεταξύ των καθηγητών, αλλά στην πορεία λοξοδρόμησε, ενώ εκπονούσε τη διπλωματική του εργασία. Το 2000, η Nike καλούσε τους πελάτες να σχεδιάσουν παπούτσια με το προσωπικό τους λογότυπο. Η εταιρεία είχε επικριθεί πάρα πολύ ότι πουλούσε αθλητικά παπούτσια που κατασκευάζονταν από εξαθλιωμένους από τη φτώχεια ανθρώπους σε πάμφτωχες χώρες. Ο Peretti, ψηλός, κοκκαλιάρης, με γυαλιά, υπέβαλε το αίτημά του. Ήθελε τα αθλητικά του να γράφουν «sweatshop», σα να λέμε κάτεργο. Η Nike αρνήθηκε. Τότε ο Peretti έκανε μια έξυπνη κίνηση: τους έστειλε μείλ.

Η Nike απάντησε και έτσι ξεκίνησε μια ανταλλαγή μηνυμάτων, με τον Peretti να πιέζει για υλοποίηση του αιτήματός του και τη Nike να προσπα-

19.000:  
Ο ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ  
ΣΤΗ ΛΙΣΤΑ ΕΠΑΦΩΝ ΤΗΣ  
ARIANNA HUFFINGTON

θεί να βρει δικαιολογίες, φτάνοντας μέχρι του σημείου να αρνηθεί με το σκεπτικό πως η λέξη «sweatshop» ανήκει στην αρχαία και επομένως δεν μπορούσε να γίνει δεκτή. Ο Peretti επέμεινε πως κάτι τέτοιο δεν ισχύει και παρέθεσε το λήμμα του λεξικού Webster's. Τέλος, έκλεισε τη συζήτηση με ένα τελευταίο αίτημα: «Θα μπορούσατε να μου στείλετε μια έγχρωμη φωτογραφία του 10χρονου κοριτσιού από το Βιετνάμ που φτιάχνει τα παπούτσια μου;» Στη συνέχεια συνέβη κάτι που προκάλεσε μια ανεπαίσθητη, αλλά βαθιά μετατόπιση στις τεκτονικές πλάκες των Μέσων, κάτι που δεν συμβαίνει καθόλου συχνά: ο Peretti πρότεινε στο περιοδικό *Harper's* να δημοσιεύσει την αλληλογραφία αυτή. Το περιοδικό αρνήθηκε. Έτσι, στις 17 Ιανουαρίου 2001, ο Peretti προώθησε την αλληλογραφία του με τη Nike σε δέκα φίλους. Οι φίλοι του με τη σειρά τους

την προώθησαν σε άλλους φίλους τους και, πολύ σύντομα, άνθρωποι που δεν είχαν ούτε καν ακουστά τον Jonah Peretti, κάποιιο από τους οποίους μάλιστα βρίσκονταν στην Αυστραλία, διακινούσαν τη συνομιλία του με τη Nike.

Σε λιγότερο από δύο εβδομάδες μετά από την αρχική προώθηση της συνομιλίας, η εφημερίδα *Mercury News* του Σαν Χοσέ δημοσίευσε ένα σχετικό άρθρο. Σύντομα ακολούθησε η ιστοσελίδα *Salon.com*. Και στη συνέχεια το *Time*, η *Village Voice*, η *Independent* και η *Guardian* στο Λονδίνο. Χρόνια αργότερα, ο Peretti θυμάται την αίσθηση που είχε παρακολουθώντας αυτό που ο ίδιος ξεκίνησε να παίρνει τόσο μεγάλες διαστάσεις, με αποκορύφωμα την εμφάνισή του στην εκπομπή *Today Show*, μαζί με κάποιον δύσθυμο εκπρόσωπο της Nike. «Όποιος έχει κάνει κάτι που εξαπλώθηκε μαζικά κι ακαριαία σαν ιός, θυμάται την εμπειρία αυτή με χαρά και δυσπιστία μαζί», λέει. «Από τη μία νιώθει δυνατός κι από την άλλη κάπως σαν μάγος – έκανα κάτι ελάχιστο και συνέβη κάτι τεράστιο».

Προς μεγάλη του τιμή, ο Peretti ολοκλήρωσε τη διπλωματική του εργασία με θέμα την επικοινωνία μεταξύ των καθηγητών, αλλά το μυαλό του ήταν αλλού, αναζητούσε τρόπους να αναπαραγάγει την αίσθηση που είχε βιώσει με τη Nike. Έφυγε από το Κέμπριτζ και μετακόμισε στη Νέα Υόρκη, όπου έστησε ένα εργαστήριο για αυτό που αποκαλούσε «μεταδοτικά μέσα» (“contagious media”). Στο Κέντρο Τέχνης και Τεχνολογίας Eyebeam, ο Peretti, μαζί με ομοϊδέατες φίλους του, μεταξύ των οποίων και η αδερφή του Τσέλι, ανερχόμενη ηθοποιός της stand-up comedy, δημιούργησαν τα πρώτα, όπως θεωρήθηκαν, ορόσημα της ακαριαίας και μαζικής διάδοσης: το *blackreopleloveus.com*, στο οποίο λευκοί προσπαθούν να γίνουν αρεστοί στους μαύρους φίλους τους κατά τρόπο εξαιρετικά προσβλητικό, σε σημείο που γράφτηκε άρθρο

στη *The New York Times* και το «breakup hotline», τηλεφωνικό αριθμό και συνοδευτική ιστοσελίδα για γυναίκες που προσπαθούν να απαλλαγούν από ανεπιθύμητους μνηστήρες. «Επιχειρούσα να έχω μια κάποια επιρροή στην κουλτούρα», λέει ο Peretti.

Ενώ ο Watts ενστερνιζόταν την τυχαιότητα, ο Peretti συμφωνούσε μεν αλλά είχε διαπιστώσει πως είχε το ταλέντο να αυξάνει τις πιθανότητες μιας μαζικής και ακαριαίας, viral, διάδοσης. Ο Watts είπε αργότερα για αυτόν: «Βασικά, είναι πλακατζής».

Αυτός ήταν και ο λόγος για τον οποίο σκέφτηκε πως ο Peretti και ο Lerer έπρεπε να γνωριστούν.

ΤΟ STOPTHENRA.COM ΔΕΝ ΣΤΑΜΑΤΗΣΕ, τελικά, την NRA. Σκοπός ήταν να εξασφαλισθεί πως δεν θα έληγε τον Σεπτέμβριο του 2004 η απαγόρευση των αυτόματων όπλων που είχε επιβληθεί την εποχή του Clinton. Και παρόλο που η απαγόρευση τελικά έληξε –το Κογκρέσο απλά απέφυγε να θέσει το θέμα σε ψηφοφορία– ο Lerer έμεινε ικανοποιημένος με την προσπάθεια (αργότερα την ίδια χρονιά παραχώρησε την ιστοσελίδα στην εκστρατεία του Jim Brady<sup>2</sup> κατά της οπλοκατοχής.) Κατά τα λεγόμενά του, ο Peretti από την εμπειρία αυτή αποκόμισε σημαντικά διδάγματα. Είχε μάθει από την ιστορία με τη Nike πόσο σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν τα ισχυρά MME ως προς τη νομιμοποίηση ενός άμεσα μεταδοτικού μιμίδιου,<sup>3</sup> ένα δίδαγμα που εν προκειμένω ενισχύθηκε από την ικανότητα του Lerer στις δημόσιες σχέσεις. Υπήρχε, όμως, και κάτι ακόμα, ένα σημείο που ο Watts είχε αναδείξει νωρίς στο βιβλίο του.

Το πρόβλημα με το κίνημα STOP THE NRA ήταν πως απευθυνόταν σε ένα κοινό που, κατά τα λεγόμενα του Watts, ήταν ήδη «ομαδοποιημένο». Ήταν σαν μια ομάδα φίλων ή συναδέλφων που γνωρίζονται ήδη μεταξύ τους. Ως παράδειγμα «ομαδοποίησης», ο Watts ανέφερε μια τριλογία επιστημονικής φαντασίας<sup>4</sup> του Isaac Asimov, στην οποία η Γη είναι ένα μέρος γεμάτο από εξατομικευμένες σπηλιές από αστάλι, σε αντίθεση με τη Σολάρια, όπου κάθε μορφή επικοινωνίας είναι εικονική. Στη Γη, όσους γνωρίζει κάποιος τους γνωρίζει πολύ καλά, αλλά δεν γνωρίζει κανέναν άλλο. Στη Σολάρια, οι δεσμοί μεταξύ των ανθρώπων είναι ευρύτατοι αλλά αδύναμοι.

Με δεδομένη την κατάσταση του κλάδου των MME το 2003, είναι σχεδόν αυτονόητο να διαβάζει κανείς το εν λόγω απόσπασμα και να του έρχονται στον νου οι εφημερίδες ως αντίστοιχες ατσαλένιες σπηλιές, κολημένες η μία πάνω στην άλλη κι επτασφράγιστες.

Η εναλλακτική λύση για τις ατσαλένιες σπηλιές, για τις κλειστές ομάδες, ήταν το εφήμερο δίκτυο της Σολάρια. Αλλά πού υπήρχε, στη σημερινή πραγματικότητα, αυτό το δίκτυο; Πώς θα μπορούσε να χειραγωγηθεί; Ο Peretti, που κατείχε τη διάδοση αποσπασματικού και ασύνδετου



περιεχομένου, θεώρησε πως έχει τη λύση: την ονόμασε «Δίκτυο όσων Βαριούνται στη Δουλειά». Θεωρούσε πως, σε ολόκληρο τον κόσμο, άντρες και γυναίκες κάθονται στα γραφεία τους μπροστά στον υπολογιστή τους και πλήττουν. Τι καλύτερο, λοιπόν, για μια στιγμιαία, έστω, ανακούφιση από την ανία, από το να διαδώσουν κάτι τόσο ευχάριστα απλό, που οι παραλήπτες του θα αφιέρωναν ένα λεπτό για το προωθήσουν κι αυτοί με τη σειρά τους σε φίλους; (Κανόνας 1ος της Σχολής Peretti για το ακαριαία και μαζικά μεταδιδόμενο –viral– περιεχόμενο: πρέπει να επεξηγείται σε μία πρόταση.)

Το περιεχόμενο που προωθούνταν αποκάλυπτε, φυσικά, κάτι για τον αποστολέα, όπως τονίζε ο Watts, γι' αυτό και πολύ λίγοι έστειλαν πορνογραφικό υλικό –δεν θα ήταν cool. Και παρότι πάρα πολλά από αυτά τα bit περιεχομένου δεν είχαν διάρκεια ζωής μεγαλύτερη από εκείνη μιας πατημασιάς στην άμμο, κάποιες φορές το Δίκτυο έπαιρνε φωτιά και οι αδύναμοι δεσμοί μετατρέπονταν σε δυνατούς. Ένα μεγάλο δίκτυο γεννιόταν.

«Δεν αναπαράγεται εύκολα», είπε αργότερα ο Peretti. «Δεν γίνεται εύκολα κατανοητό». Αλλά όταν προκύπτει, η δύναμή του είναι προφανής.

ΑΥΤΟΣ ΉΤΑΝ ΚΑΙ Ο ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ Ο LERER παρέμενε απτόητος. Το 2004, η εκστρατεία για τις προεδρικές εκλογές είχε ξεκινήσει και στους κύκλους των Δημοκρατικών ενισχυόταν διαρκώς η αίσθηση πως ο Πρόεδρος Bush, υπό το κράτος του όλο και περισσότερο απεχθούς στον λαό πολέμου στο Ιράκ, ήταν πιθανό να ηττηθεί. Ο Peretti πειραματιζόταν ακόμη με «μεταδοτικά σχέδια» και δίδασκε στο Πρόγραμμα Διαδραστικών Τηλεπικοινωνιών (ITP) του Πανεπιστημίου NYU, όταν ο Lerer τον κάλεσε να του πει μια ιδέα που του είχε έρθει: ήθελε να πάει ο Peretti στο Λος Άντζελες να συναντήσει την Arianna Huffington.

Ο Lerer την είχε γνωρίσει εκείνη τη χρονιά, σε ένα δείπνο στο Άππερ Ιστ Σάιντ. Η σύζυγός του είχε αρνηθεί να



τον συνοδεύσει και ο Lerer πήγε με βαριά καρδιά, για να υποκύψει τελικά στη γοητεία που σαγήνευε τόσο πολύ κόσμο για τόσο πολύ καιρό. Ο Lerer σκέφτηκε πως θα ήταν καλή ιδέα να συναντήσει η Huffington τον νεαρό συνεργάτη του. Ο Peretti ανήκε τότε στη μικρή μερίδα της αμερικανικής κοινωνίας που δεν είχε ιδέα σε ποια αναφερόταν ο Lerer. Το φθινόπωρο του 2004, η Arianna Huffington ζούσε για ακόμη μια φορά το Έπος Arianna, όπως το ονόμαζαν πολλοί επικριτές της και ίσως κάποιοι από τους πολλούς φίλους τους.

Μια μεγάλη ιστορία με δυο λόγια: η Huffington, το γένος Στασινοπούλου, κόρη ενός Έλληνα ιδιοκτήτη εφημερίδας με πολλά σκαμπανεβάσματα στην καριέρα του, εγκαταλείπει μια σχετικά μοναχική εφηβεία στην Αθήνα για να πάει στην Αγγλία, όπου πολύ σύντομα γίνεται μέλος, και μάλιστα εξέχον, του Ρητορικού Συλλόγου του Πανεπιστημίου του Cambridge και έτσι: α) ανακαλύπτει τη δύναμη των λέξεων, β) γνωρίζει πολύ κόσμο, γ) αρχίζει να εμφανίζεται στην τηλεόραση, δ) γράφει ένα βιβλίο για τον φεμινισμό που θα γίνει αργότερα μπεστ σέλερ και ε) γνωρίζει και ερωτεύεται τον κριτικό επί πολιτιστικών θεμάτων Bernard Levin, ο οποίος, όπως λέει αστεϊευόμενη, έχει τα διπλάσια χρόνια και το μισό της ύψος (η ίδια έχει ύψος 1,77). Χωρίζει με τον Levin έπειτα από επτά χρόνια-

αυτή θέλει παιδιά, εκείνος όχι. Γράφει δύο ακόμη βιβλία (για το δεύτερο, μια βιογραφία της Μαρίας Κάλλας, υποβάλλεται εναντίον της αγωγή για λογοκλοπή από έναν συγγραφέα, με τον οποίο τελικά θα συμβιβαστεί και στη συνέχεια θα τον θεωρεί φίλο της) και μετακομίζει στη Νέα Υόρκη, όπου, με τη βοήθεια διασημοτήτων όπως η Ann Getty και η Barbara Walters, είναι πάντοτε παρούσα, σε όλα ανεξαιρέτως τα κοσμικά πάρτι του Άππερ Ιστ Σάιντ, σε σημείο που το 1983 το περιοδικό *New York* της έκανε αφιέρωμα με τίτλο «Η άνοδος και η ...άνοδος της Arianna Huffington».

Τρία χρόνια αργότερα, παντρεύεται, αισίως κατά τα φαινόμενα, με τον Τεξανό εκατομμυριούχο του πετρελαίου Michael Huffington, έναν ρεπουμπλικανό τον οποίο στηρίζει στην πολιτική του καριέρα, με αποτέλεσμα την εκλογή του στο Κογκρέσο το 1992. Ακολούθησε η άκαρπη εκστρατεία του Huffington για την εκλογή του στη Γερουσία το 1994. Ο γάμος τελειώνει το 1997 –ο Michael Huffington θα αποκαλύψει αργότερα πως είναι αμφιφυλόφιλος– και η Arianna μένει με ένα σπίτι στο Μπρέντγουντ, το οποίο μοιράζεται με την αδερφή της και τις δύο κόρες της. Η Arianna, συνεργάτιδα του περιοδικού *National Review*, εξελίσσεται σε «προοδευτική». Υποβάλλει υποψηφιότητα για κυβερνήτης. Πάρνει ποσοστό μικρότερο του 1%. Επιστρέφει στη συγγραφή–θα γράψει 13 συνολικά βιβλία– και διατηρεί blog, το *ariannaonline*, όταν ένα φθινοπωρινό πρωινό του 2004 ο Jonah Peretti, που είχε φτάσει αεροπορικώς το προηγούμενο βράδυ και είχε κοιμηθεί στον ξενώνα, μπαίνει στην τραπεζαρία στις 7 το πρωί και διαπιστώνει πως είναι το δεύτερο ραντεβού που είχε δώσει για την ώρα που έπαιρνε το πρωινό της.

Μέσα στις επόμενες ώρες, ο Peretti παρατήρησε με θαυμασμό με πόση άνεση και ευκολία προσαρμοζόταν η Arianna Huffington σε πολύ διαφορετικά περιβάλλοντα, κάνοντας ταυτό-

χρονα τον συνομιλητή της να αισθάνεται ότι είναι ο πιο σημαντικός και ο πιο ενδιαφέρων άνθρωπος στον κόσμο, καθώς κρεμόταν κυριολεκτικά από τα χείλη του χωρίς ποτέ να αποσπά την προσοχή της για να κοιτάξει κάποιο από τα τρία της BlackBerry. «Τρελαίνομαι να διοργανώνω κοινωνικές συναθροίσεις», έλεγε η Huffington αργότερα. «Δεν θεωρώ πως μπορείς κανείς να κάνει λάθος οργανώνοντας κοινωνικές συναθροίσεις». Ο Peretti είδε αυτό το ταλέντο υπό άλλο πρίσμα. «Η Arianna έχει την ικανότητα να μετατρέπει τους αδύνατους δεσμούς σε ισχυρούς», λέει.

## 2. Προσκόλληση

Το τι συνέβη ακριβώς στην οικία Huffington στο Μπρέντγουντ μερικές εβδομάδες αργότερα, μετά τη νίκη του George Bush επί του John Kerry το 2004, αποτελεί θέμα τόσο συζήτησης όσο και δικαστικής αντιδικίας. Η διαφωνία αφορά το σε ποιον ανήκει η ιδέα για αυτό που εξελίχθηκε τελικά στην Huffington Post. Καλά δικτυωμένοι άνθρωποι κάθε λογής –που όλοι τους συνδέονταν με την Arianna– είχαν διάφορες ιδέες για το πώς άνθρωποι δημοφιλείς και με επιρροή στην προοδευτική παράταξη θα μπορούσαν να κάνουν αισθητή την επιρροή αυτή. Ανάμεσα στους περίπου 30 προσκεκλημένους –τον Larry David, τον Norman Lear, την Meg Ryan, τον David Geffen– βρισκόταν και ένας συντηρητικός, ο οποίος ήταν σαν το ψάρι έξω από το νερό, συνεργάτης του Matt Drudge, ο αείμνηστος Andrew Breitbart, ο οποίος δήλωσε αργότερα στο *Wired* ότι η ιστοσελίδα ήταν εξ αρχής δική του ιδέα. Δύο ακόμη συμμετέχοντες, σύμβουλοι των Δημοκρατικών, ο Peter Daou και ο James Boyce, θα επέμεναν πως η ιδέα ήταν δική τους και έξι χρόνια αργότερα θα μήνυαν τη Huffington και τον Lerer. Η υπόθεση ακόμη δεν έχει τελεσιδικήσει.

Παρόλα αυτά, κοινή αίσθηση όλων



## Η HUFFINGTON ΣΥΝΔΕΕΙ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ, ΔΗΜΙΟΥΡΓΩΝΤΑΣ ΤΟΥΣ ΤΗΝ ΑΙΣΘΗΣΗ ΟΤΙ ΑΝΗΚΟΥΝ ΚΑΠΟΥ ΟΛΟΙ ΜΑΖΙ

των προσκεκλημένων ήταν πως η προοδευτική παράταξη χρειαζόταν μια απάντηση στη δύναμη του Matt Drudge –του μυστικοπαθούς, αντικοινωνικού δεξιού που, με την ιστοσελίδα Drudge Report, τροφοδοτούσε αποκλειστικά σχεδόν με ειδήσεις και απόψεις τον πολιτικό κόσμο– και πως ίσως το πλήθος φίλων της Arianna θα μπορούσε να βοηθήσει. Όλοι έκαναν προτάσεις για τον τρόπο που θα μπορούσε να γίνει κάτι τέτοιο. Ο Lerer δεν έλεγε σχεδόν τίποτα, ως συνήθως· είχε από καιρό καλλιεργήσει τη φήμη πως ακολουθεί επιφυλακτική στρατηγική, όντας ο καλός ακροατής που περιμένει να μιλήσουν πρώτα όλοι οι άλλοι πριν εκφράσει τη δική του αιχμηρή άποψη. Υπήρχε, ωστόσο, μια σταθερά σε όλα τα σχόλια: πώς μπορεί να αξιοποιηθεί με τον καλύτερο τρόπο ο αυξανόμενος ενθουσιασμός για τα blogs.

Το φαινόμενο αυτό είχε δημιουργήσει εξαιρετικά γρήγορα μια πολιτιστική πραγματικότητα, μια «κοινότητα», οι κυριότεροι εκφραστές της οποίας πανηγύριζαν το τέλος του παραδοσιακού τρόπου ροής της πληροφορίας: από πάνω προς τα κάτω. Όπως διατεινόταν οι πιο δημοφιλείς bloggers, τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης είχαν πια χάσει διά παντός την εξουσία να διαδίδουν ιδέες. Το Διαδίκτυο είχε μετατρέψει τον καθένα σε εκδότη, ακόμα και τον τύπο που καθόταν όλη την ημέρα με τις πτυζάμες, όπως δεν κουράζονταν να επαναλαμβάνουν.

Πίσω στη Νέα Υόρκη, ο Peretti σκέφτηκε πως μια προσπάθεια αντιγραφής του Drudge Report μέσα από μια απλή μίμηση του Drudge δεν επρόκειτο να έχει κανένα αποτέλεσμα. Όσοι το είχαν αποπειραθεί –το Drudge Retort<sup>5</sup>, το BuzzFlash– είχαν ελάχιστη απήχηση. «Ακόμα κι αν ήταν κανείς 50% καλύτερος από τον Drudge, πάλι δεν θα είχε καμία σημασία», είχε πει αργότερα. «Γιατί δεν θα χρησίμευε σε κανέναν». Ο Drudge κατείχε ήδη την αποκλειστικότητα στο «κόλλημα», όπως το ονόμαζε ο Peretti, την ικανότητα να κάνει τους αναγνώστες να επιστρέφουν ξανά και ξανά.

Οι αναγνώστες «κολλούσαν» λοιπόν στην ιστοσελίδα του Drudge. Κολλούσαν όμως και με τους bloggers, πολλοί από τους οποίους παρουσίαζαν ιδέες οι οποίες μπορούσαν να έχουν απήχηση στον κόσμο και, κατά συνέπεια, συνέβαλαν στη δημιουργία κοινοτήτων από ομοϊδέτες, ή ομάδων (clusters). Οι ομάδες αυτές του Watts, ενώ χαρακτηρίζονταν από ιδιαίτερα στενούς δεσμούς, αναπτύσσονταν με αργούς ρυθμούς. Ο Peretti επιζητούσε η ανάπτυξη να είναι ταχύτατη.

Είχε ήδη διαπιστώσει το πόσο γρήγορα μπορούσε να

διαδίδει περιεχόμενο. Τα δίκτυα που δημιουργούσε, όμως, δεν είχαν διάρκεια. Τα δίκτυα της Arianna Huffington είχαν. Την είχε δει πώς κινούνταν μέσα στα δίκτυα που είχε δημιουργήσει –κανείς κατά τη γνώμη του δεν είναι δουλέψει πιο σκληρά στην κατεύθυνση από αυτή–, πώς συνέδεε μεταξύ τους ανθρώπους δημιουργώντας τους την αίσθηση ότι ανήκουν κάπου. Δεν μετέτρεπε απλώς αδύναμους δεσμούς σε ισχυρούς: «Έκανε τους αδύναμους δεσμούς να νιώθουν ισχυροί». Και αυτό, αντιλήφθηκε ο Peretti, «δημιουργεί ένα ευρύ δίκτυο κάθε λογής ανθρώπων που σε νιώθουν κοντά τους. Αυτό είναι εξαιρετικά σημαντικό, όσον αφορά την [κοινωνική] ισχύ».

Κατέληξε στο συμπέρασμα πως, προκειμένου να έχει επιτυχία η ιστοσελίδα που έμελλε να γίνει η Huffington Post θα έπρεπε και να μεταδίδεται σαν ιός (να είναι viral) και να προκαλεί «κόλλημα» (να είναι sticky). Οι επισκέπτες θα έπρεπε να νιώθουν πως κάτι τους συνδέει μαζί της και έτσι να επιστρέφουν. Επίσης, έχουν ανάγκη από κάτι που θα μπορούν να μοιράζονται με άλλους. Και ποιος καλύτερος τρόπος υπήρχε να εκμεταλλευτούν στο μέγιστο την ξαφνική άνθιση των blog από το να βάλουν τους *διάσημους* να το κάνουν αυτό; Ο κόσμος των bloggers θα μισούσε ενδεχομένως την ιδέα, αλλά «δεν θα μπορούσε να την αγνοήσει», είπε αργότερα. «Ακόμη και όσοι τη μισούν, θα επισκέπτονται την ιστοσελίδα καθημερινά».

Αφού η ιστοσελίδα επρόκειτο να γίνει blog, θα έπρεπε να έχει την εμφάνιση ενός blog και επομένως θα έπρεπε να τη φτιάξει με λογισμικό για blog. Επέλεξε την εφαρμογή Moveable Type και άρχισε να σχεδιάζει μια μακέτα. Ο Lerer ανέλαβε να συγκεντρώσει το αρχικό κεφάλαιο –1 εκατομμύριο δολάρια– και η Huffington να βρει τους bloggers. Ήθελε τον Arthur Schlesinger, ήταν φίλος της. Όπως και ο Larry David, και ο John Cusack, και ο Harry Shearer.

Ποιος δεν ήταν;

### 3. Μεταδοτικότητα

Το πρόγραμμα της Eyebeam «Contagious Media Showdown» (Αναμέτρηση Μεταδοτικών Μέσων) ξεκίνησε το Σάββατο 7 Μαΐου 2005, με μια σειρά εργασιών και την ανακοίνωση ενός διαγωνισμού, στον οποίο ο νικητής δεν θα αναδεικνύονταν με αποτίμηση της αισθητικής διάστασης του ταχύτατα μεταδιδόμενου (viral) δημιουργήματός του, αλλά με βάση τις μετρήσεις: «χτυπήματα», προβολές σελίδων, επισκέψεις, μοναδικοί επισκέπτες, εύρος ζώνης, κλπ. Το MSNBC, το Slate και η *Los Angeles Times* κάλυψαν την εκδήλωση με τον στοργικό θαυμασμό που δείχνει κανείς στην πρώτη ζωγραφιά ενός παιδιού.

Το ντεμπούτο της Huffington Post έγινε δύο ημέρες αργότερα και οι αντιδράσεις ήταν σαφώς λιγότερο ενθουσιώδεις. Η ιστοσελίδα δεν ήταν όμορφη. Για τους ιδρυτές της, όμως, αυτό δεν είχε καμία σημασία. Ο Peretti που,

όπως και η Huffington και ο Lerer, δεν διακρινόταν από δημοσιογραφικές ευαισθησίες, συνειδητοποίησε πως το πλέον σημαντικό ήταν η φιλικότητα προς τον χρήστη. Εκτός από την έντονη επικεφαλίδα και την «πινακιδωτή» αρχιτεκτονική που θα υιοθετούσε το website αργότερα, η HuffPost του Μαΐου του 2005 έμοιαζε με μια απογυμνωμένη έκδοχή της σημερινής έκδοσης.

ΜΕΧΡΙ ΤΟΝ ΜΑΙΟ ΤΟΥ 2006, ΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ *TIME* είχε αναδείξει τη Huffington ως ένα από τα 100 άτομα με τη μεγαλύτερη επιρροή στον κόσμο –μαζί με τον Matt Drudge. Ο Lerer είχε συγκεντρώσει άλλα 5 εκατομμύρια δολάρια και η ιστοσελίδα, ανάλογα με το ποιος διενεργούσε τη μέτρηση, είχε από 760.000 έως 1.300.000 μοναδικούς επισκέπτες μηνιαίως. Η Huffington ανακάλυψε την πρόσληψη της Melinda Henneberger, πρώην ρεπόρτερ της *New York Times* και του *Newsweek*, σε μια προσπάθεια δημιουργίας πρωτότυπου υλικού από μισθωτή υπάλληλο. Η Huffington καλούσε, όπως φαίνεται, όποιον συναντούσε να «μπλογκάρει», ακόμα και τον γιατρό που φρόντισε το σπασμένο πόδι της. Το χρήμα έρρεε τον Ιούνιο, το διαφημιστικό πρακτορείο JWT αγόρασε όλον τον διαφημιστικό χώρο της ιστοσελίδας για μια εβδομάδα, για να προβάλει πελάτες όπως η JetBlue, η Levi's και η Ford, πληρώνοντας, όπως φημολογείτο, εξαψήφιο νούμερο. Το *Newsweek* συμπεριέλαβε την Arianna στο εξώφυλλό του για το αφιέρωμά του «γυναίκες και εξουσία».

Ωστόσο, συνέχιζε να υπάρχει στο όλο εγχείρημα κάτι το ανάρμοστο, ειδικά σε σχέση με τους δημοσιογράφους, μια αίσθηση πως φτιάχνοντας τους δικούς της κανόνες η Huffington Post είχε παραβιάσει πάρα πολλούς υπάρχοντες άλλους. Η συλλογή των ειδήσεων γινόταν από άλλους, παρότι ο σχολιασμός ήταν πρωτότυπος. Οι bloggers δεν αμείβονταν, χωρίς αυτό ωστόσο να εμποδίσει ένα σωρό κόσμο να γράφει εκεί –χωρίς να εξαιρείται και

ο υπογράφων αυτό το άρθρο. Έγραφα 14 ποστ για την Huffington Post για έναν και μόνο λόγο: έβγαζα βιβλίο και ήταν σαφές ότι, αν ήθελα να προσεγγίσω πιθανούς αγοραστές, η HuffPost προσέφερε μια πλατφόρμα που διαρκώς διέυρνε το κοινό της. Πολλοί μη επώνυμοι υπέβαλλαν κείμενα και όχι απλώς τα έβλεπαν να δημοσιεύονται, αλλά και ξεπερνούσαν, ενίοτε, σε αναγνωσιμότητα κείμενα διάσημων συνεργατών.

Το να είναι σε θέση να βλέπουν το όνομά τους, η ακόμα καλύτερα την υπογραφή τους, μαζί με μια μικροσκοπική φωτογραφία τους, σήμαινε πως αυτοί οι άμισθοι συνεργάτες ήταν μέρος του φαινομένου για το οποίο η Huffington μιλούσε και εξυμνούσε πάνω από ο,τιδήποτε άλλο: της Συζήτησης. Παρέχο-

Η HUFFINGTON POST  
ΔΕΝ ΠΡΟΣΠΑΘΗΣΕ  
ΝΑ ΕΞΑΛΕΙΨΕΙ  
ΤΟ ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΟ  
ΤΗΣ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ

ντας λοιπόν ένα φόρουμ στους ανθρώπους αυτούς, η Huffington Post κατάφερε να διευρύνει και να ενισχύσει την επίδραση του δικτύου της, που ήταν πιο ευρύ και πιο ελκυστικό από ποτέ.

Το φθινόπωρο εκείνο, η επισκεψιμότητα της Huffington Post ξεπέρασε την αντίστοιχη της *Philadelphia Inquirer*, παρότι υστερούσε ακόμη σημαντικά σε σχέση με τους κυρίαρχους του παιχνιδιού: το CNN, το Yahoo, την *New York Times* και το Drudge Report, που είχε αυτοχρισθεί η «Νέμεσις» της HuffPost. Η ιστοσελίδα, που είχε ξεκινήσει με λιγότερους από δέκα υπαλλήλους –οι περισσότεροι στη Νέα Υόρκη, με την Huffington και τον Roy Sekoff στο Λος Άντζελες – άρχισε δειλά-δειλά να προσλαμβάνει. Μεταξύ των άρτι αφιχθέντων και ένας παλιός φοιτητής του Peretti, ο Paul Berry. Ο Peretti δεν είχε ησυχία,

σκόπευε να στήσει ένα δικό του εργαστήριο, μια εταιρία που θα ονομαζόταν BuzzFeed, και ήθελε κάποιον που θα μπορούσε να μετατρέψει τα ήδη εντυπωσιακά νούμερα της επισκεψιμότητας σε μετρήσιμες αντάξιες του μεταδοτικού φαινομένου, στην ανάδυση του οποίου είχε συμβάλει.

## 4. Αναταραχή

Όταν ο Paul Berry έφτασε στη Huffington Post το 2007, θα έλεγε κανείς πως όλη η εμπειρία της μέχρι τότε ζωής του τον προετοίμαζε για να γίνει ο άρχοντας της επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας. Ήταν 30 ετών, είχε μόλις παντρευτεί και είχε έναν αέρα μεταδοτικού ενθουσιασμού. Μιλούσε δυνατά, γελούσε συχνά και δυνατά. Ο Peretti είχε διακρίνει τις δυνατότητές του όταν ήταν ακόμα μεταπτυχιακός φοιτητής στο πρόγραμμα ITP του NYU και τον είχε προσκαλέσει να συμμετάσχει στο πρόγραμμα της Eyebeam «Contagious Media Showdown». Ο Berry είχε εγκαταλείψει πια καιρό τώρα το όνειρό του να γίνει συγγραφέας –είχε πτυχίο στη Λατινοαμερικανική Λογοτεχνία– και δούλευε ως προγραμματιστής και σχεδιαστής ιστοσελίδων, μια δουλειά που δεν τον γέμιζε ιδιαίτερα.

Ως παιδί είχε ζήσει για ένα διάστημα στην Πόλη του Μεξικού, όπου ο πατέρας του, Tim, εργαζόταν για το πρακτορείο United Press International, πριν εγκατασταθεί με την οικογένειά του στη Σίλικον Βάλει. Ο Tim, που είχε μάθει στον Paul προγραμματισμό από τα οχτώ του, ίδρυσε τελικά τη δική του εταιρία, πουλούσε μέσω διαδικτύου λογισμικό για επιχειρήσεις, και προσέλαβε τον Paul, τουλάχιστον μέχρι την κρίση dot.com, την κατάρρευση των διαδικτυακών επιχειρήσεων το 2000. Ο Paul πήγε τότε στο Μεξικό, όπου βρήκε δουλειά ως προγραμματιστής με 25 δολάρια την ώρα, αλλά στενοχωριόταν πολύ με την απομάκρυνσή του από τις ζυμώσεις και τον ενθουσιασμό της μεγάλης ψηφιακής επανάστασης που λάμβανε χώρα στην



πατρίδα του. «Ήθελα να παρακολουθήσω εκ του σύνεγγυς την αλλαγή της ιστορίας», θυμάται. «Ήταν σαν να γίνεται σεισμός και σκίζεται η γη και ανοίγει αυτό το τεράστιο ρήγμα. Τόσο προφανές ήταν».

Επέστρεψε στη Νέα Υόρκη, όπου χάρη στις δεξιότητές του εργάστηκε σε μια εταιρία χρηματοδότησης ακινήτων. Πάλι όμως δεν ήταν ενθουσιασμένος με τη δουλειά του. Γράφτηκε λοιπόν στο πρόγραμμα ITP του NYU, όπου ως προπτυχιακός είχε παρακολουθήσει ένα μάθημα με καθηγητή τον Clay Shirky, θεωρητικό των MME. Προς δυσαρέσκεια της Σχολής, κράτησε τη δουλειά του παράλληλα με το πλήρες πρόγραμμα των μαθημάτων.

Δύο εβδομάδες πριν καταθέσουν βαθμολογία οι καθηγητές, ο Berry δημοσιοποίησε το Teachers On the Run, μια ιστοσελίδα όπου οι φοιτητές του ITP είχαν τη δυνατότητα να αξιολογούν και να σχολιάζουν τους καθηγητές τους. Η διοίκηση της σχολής ήθελε να το κλείσει, παρόλο που ο Shirky τον υποστήριξε. Ο Berry διαπίστωσε ίδιος όμως, όπως ο Peretti με την εκστρατεία κατά της Nike, πόση δύναμη μπορεί να αποκτήσει μια ιδέα εάν βρει το κατάλληλο κοινό.

Στο μάθημα του Peretti, ο Berry έμαθε πως υπήρχε μια διαδικασία για τη δημιουργία viral περιεχομένου: η επαναληπτική διεργασία. «Στην προσέγγιση του Jonah για το περιεχόμενο που εξαπλώνεται σαν ιός, υπάρχει μια δομή», υποστηρίζει ο Berry. «Ο τρόπος ανάπτυξης μοιάζει εντελώς χαοτικός. Υπάρχει, όμως, μια δομή ανατροφοδότησης από ανθρώπους-κλειδιά».

Όπως άρχιζε να μαθαίνει, αυτή δομή συνίσταται στην ανάπτυξη μιας ιδέας, την παρουσίασή της στο κοινό και, ανάλογα με τις αντιδράσεις του, την αλλαγή, την προσαρμογή, τη συνολική της αναθεώρηση ακόμα. «Είναι εξαιρετικά σπάνιο να το πετύχεις με την πρώτη».

Ο Berry είχε ανακαλύψει πώς να βιοπορίζεται όντας δημιουργικός μέσα σ' αυτή την τρομερή αναταραχή. «Η επισκεψιμότητα», λέει, «είναι το μέτρο της επιτυχίας. Δείχνει το αν μπορούμε να είμαστε μια πραγματική επιχείρηση». ΤΙ ΑΚΡΙΒΩΣ, ΟΜΩΣ, ΗΤΑΝ ΑΥΤΗ Η επιχείρηση; Μέχρι το 2007, στην Huffington Post είχαν εισρεύσει επενδύσεις

αξίας 10 εκατομμυρίων δολαρίων. Το ποσό αυτό θεωρούνταν μικρό για τα δεδομένα των κεφαλαίων επιχειρηματικής συμμετοχής, αλλά υπαινισσόταν, χωρίς να το κρύβει και ιδιαίτερα, τη φύση του εγχειρήματος: να βγάλει λεφτά, να φτιάξει την εικόνα της επιχείρησης, να βγάλει περισσότερα λεφτά και, τη σωστή στιγμή και στη σωστή τιμή, να ψάξει για την έξοδο. Κάτι τέτοιο δεν μπορούσε να γίνει χωρίς έσοδα και δεν θα υπήρχαν έσοδα χωρίς επισκεψιμότητα. Το κυνήγι της επισκεψιμότητας ήταν στο χέρι του Berry και χαιρόταν πολύ γ' αυτό.

Μέσα στα επόμενα χρόνια θα γινόταν πολλές προσπάθειες –κι όχι πάντα με τον καλύτερο τρόπο– προκειμένου η HuffPost να επιτύχει τη βελτιστοποίησή της στις μηχανές αναζήτησης ή, όπως επέμεναν οι επικριτές της, για να βρίσκεται ένα βήμα μπροστά σε σχέση με τον αλγόριθμο αναζήτησης της Google. «Το μόνο που χρειαζόταν ήταν μελέτη», λέει σήμερα ο Berry. «Το μόνο που έπρεπε να κάνει κανείς ήταν να πηγαίνει με τα νερά της Google». Μπορεί αυτό να ακούγεται ίσως υπερβολικά υποκριτικό, αλλά έχει μια δόση αλήθειας. Ο Berry όντως μελέτησε και μετά έκανε ό,τι έκαναν πάντοτε εκείνος κι ο Peretti: επαναληπτικές διεργασίες. Ο Berry λανσάρισε μπλογκ, ιστορίες τις οποίες συνάθροιζε από αλλού, φωτογραφικά άλμπουμ, λίστες και μετρούσε κάθε λανσάρισμα σε *πραγματικό χρόνο*, κάνοντας παράλληλα προσαρμογές και βελτιώσεις. Όταν αυτός και η ολιγομελής ομάδα του στη Νέα Υόρκη έκλειναν στο τέλος άλλης μιας ατελείωτης ημέρας τον υπολογιστή, παρέδιδε τα ηνία στους προγραμματιστές στην Ουκρανία και τη Νότιο Αμερική, εξασφαλίζοντας έτσι πως η δουλειά και οι μετρήσεις δεν θα σταματούσαν ποτέ. Με τον Peretti ολοένα και περισσότερο απορροφημένο με το BuzzFeed, την Huffington στο Μπρέντγουντ και τον Lerer να ενδιαφέρεται κατά κύριο λόγο για την επιχείρηση, ο Berry κατέληξε να διευθύνει αυτός την αναπτυσσόμενη αίθουσα σύνταξης της Huffington.

Ο χώρος, ένα λοφτ στις αρχές της Λεωφόρου Μπρόντγουεϊ, πάνω από ένα κατάστημα Dean & DeLuca, ήταν ένα μεγάλο δωμάτιο με πολλά γραφεία στη σειρά. Ήταν



Albert H. Teich / Shutterstock.com

ένας εργασιακός χώρος ο οποίος θύμιζε, ως αίσθηση, τον Άρχοντα των Μυγών. Καθώς δεν υπήρχαν ενήλικοι, αλλά ούτε και κάποιος καθιερωμένος τρόπος δουλειάς, λαμπροί και ενθουσιώδεις εικοσάρηδες φώναζαν διαρκώς ο ένας στον άλλον, καθώς ανταγωνίζονταν ποιος θα πετύχαινε τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα ως το τέλος της ημέρας, οπότε μετά από 12 ώρες δουλειά θα έφευγαν για άλλη μια φορά να πάνε για ένα ποτό παρέα. «Είχαμε την αίσθηση πως φτιάχναμε τους κανόνες στην πορεία της δουλειάς», λέει ένας από αυτούς. «Οι περισσότεροι από εμάς είχαμε τόσο μικρή εμπειρία που δεν ξέραμε πως αυτό δεν ήταν φυσιολογικό». Η απουσία επίκρισης συνιστούσε έπαινο.

Ωστόσο, ορισμένοι δεν ήταν τόσο ικανοποιημένοι, ειδικά αυτοί που συμμετείχαν με την αφελή ελπίδα πως θα έκαναν πρωτότυπη δημοσιογραφική δουλειά. Αυτοί συνήθως έφευγαν, και καλά έκαναν, καθώς εκείνοι που έμεναν έβλεπαν πως, ενώ μια σειρά από συντάκτες ύλης μιλούσαν ο ένας μετά τον άλλο στο προσωπικό για ειδήσεις και περιεχόμενο, εκείνος που είχε τον τελευταίο λόγο ήταν πάντα ο Berry. Αυτός μιλούσε γεμάτος ενθουσιασμό για βελτιστοποίηση στις μηχανές αναζήτησης. «Αυτή ήταν η πρόκληση», λέει ένας πρώην εργαζόμενος.

Ωστόσο, υπήρχε ακόμα ένα ζήτημα

που χρειαζόταν προσοχή σε σχέση με την επισκεψιμότητα και ο Berry το γνώριζε πολύ καλά: «Είχε μεγάλη σημασία να κρατήσουμε σε ένα επίπεδο το όνομά μας». Τα blogs δεν μπορούσαν να αποτελούν τον μοναδικό τροφодότη της Huffington Post. Ούτε μπορούσε η επιχείρηση να συνεχίσει να αναπτύσσεται εάν ο κόσμος την θεωρούσε μία ακόμα πολιτική ιστοσελίδα. Παρόλο που η επισκεψιμότητα είχε αυξηθεί το 2007, υπήρχε η αίσθηση πως η HuffPost θα ερχόταν ενδεχομένως αντιμέτωπη με μια δραματική πτώση μετά τις προεδρικές εκλογές, που απείχαν τότε ακόμη ενάμιση χρόνο. Βλέποντας μακριά, ο Peretti εγκατέστησε μετρητές της επισκεψιμότητας και διαπίστωσε πως η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας προερχόταν κατά το ήμισυ από τα μη πολιτικά άρθρα. Έτσι, την άνοιξη του 2007, η HuffPost πρόσθεσε νέες στήλες για τα μέσα ενημέρωσης, την εργασία, τη διασκέδαση και, με δεδομένη την αποστολή της Arianna να διαδώσει τις αρετές της υγείας και της πνευματικότητας, τη στήλη Living Now.

Οι προεδρικές εκλογές του 2008 ήταν πράγματι θείο δώρο για τις πολιτικές ιστοσελίδες και ιδιαίτερα για τη HuffPost. Τέσσερα χρόνια μετά την επανεκλογή του Τζωρτζ Μπους, θα εκλεγόταν Πρόεδρος ένας Δημοκρατικός, και η HuffPost είχε σχεδόν τη

διπλάσια κίνηση από αυτήν του Drudge Report, επισκιάζοντας τη *Wall Street Journal* και την *Los Angeles Times*. Μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2008, η ιστοσελίδα ήταν πρώτη μεταξύ των ανταγωνιστών της σε επισκεψιμότητα, με 4.5 εκατομμύρια μοναδικούς επισκέπτες μηνιαίως – αύξηση της τάξης του 474% σε σχέση με τον προηγούμενο Σεπτέμβρη.

Μερικές εβδομάδες μετά τις εκλογές, η Huffington Post ανακοίνωσε πως είχε εξασφαλίσει κεφάλαιο 25 εκατομμυρίων δολαρίων από την Oak Investment Partners αυτή τη φορά, ο πρόεδρος της οποίας, Fredric Harman, έγινε μέλος του διοικητικού συμβουλίου της HuffPost. Η συνολική επένδυση ανήλθε έτσι στα 37 εκατομμύρια ευρώ, με αποτέλεσμα οι αναλυτές να εκτιμούν την αξία της HuffPost πάνω από 100 εκατομμύρια δολάρια. Ο νέος Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, Eric Hippeau, ανακοίνωσε πως τα χρήματα θα διατεθούν σε αγορές και προσλήψεις. Μέσα σε ένα χρόνο, η εταιρία δημιούργησε στήλες για πολλές αμερικανικές πόλεις, παρουσίασε τη σατιρική ιστοσελίδα 23/6 – με 2 εκατομμύρια επισκέπτες το μήνα – και, το σημαντικότερο ίσως, έκλεισε συμφωνία με το Facebook για τη κοινή χρήση ειδήσεων, με το όνομα HuffPost Social News.

Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι, όταν το 2010 η HuffPost ανακοίνωσε ότι σταματά το εγχείρημα της ερευνητικής δημοσιογραφίας, το οποίο είχε προβάλει επί ένα έτος με μεγάλη αυταρέσκεια (η Arianna είχε δηλώσει ότι θέλει να «διασώσει» αυτό το τιμημένο και πανάκριβο είδος δημοσιογραφίας), τα κακεντρεχή σχόλια περίσσεψαν. Ο εκδότης του The Investigative Fund, Larry Roberts, τον οποίο η HuffPost «άρπαξε» από την Washington Post, έφυγε σε λιγότερο από ένα χρόνο και οι προσπάθειες της HuffPost να μετατρέψουν σε μη κερδοσκοπική εταιρεία το συγκεκριμένο τμήμα κόλλησαν σε ένα νομικό βάλτο – δεδομένου ότι η HuffPost ήταν αναμφισβήτητα εται-

ρεία κερδοσκοπικού χαρακτήρα, η οποία, όπως τόνισε με μεγάλη του χαρά το Gawker, είχε το κύριο όφελος από τις ανταποκρίσεις που πραγματοποιούσε το τμήμα αυτό. Το τμήμα ερευνητικής δημοσιογραφίας, μαζί με τη χρηματοδότησή του, απορροφήθηκε τελικά από το συνέταιρό του, The Center for Public Integrity.

Εν τω μεταξύ, παρά το περιστασιακό αυτό στραβοπάτημα, η ιστορία της Huffington Post άρχισε να γίνεται αμείλικτα οικεία: μήνα με το μήνα, χρόνο με τον χρόνο, οι μετρήσεις κινούνταν προς μία μόνο, αξιοζήλευτη και κερδοφόρα κατεύθυνση. Όλο και περισσότερες ειδικές στήλες έκαναν την εμφάνισή τους –Στιλ, Τεχνολογία, Περιβάλλον, Αθλητικά, Πανεπιστήμιο, Βιβλία. Οι αναγνώστες της HuffPost, έγραψε το comScore το 2008, ήταν νεότεροι ηλικιακά από αυτούς του Politico και του Drudge Report. Και όταν, το φθινόπωρο του 2009, τα 10 εκατομμύρια μοναδικών επισκεπτών της HuffPost μηνιαίως ξεπέρασαν την επισκεψιμότητα της *Washington Post*, ο Hipreau τόνισε σε μια συνέντευξη στο paidContent.com: «Παίζουμε πλέον στην Α' Εθνική».

## 5. Απληροσία

Μια εβδομάδα πριν από την πρώτη επέτειο της «συνένωσής» τους, τον Φεβρουάριο του 2011, η Arianna Huffington και ο Tim Armstrong κατέφθασαν σε ένα ήδη κατάμεστο τηλεοπτικό στούντιο στα γραφεία της AOL στο νότιο Μανχάταν για μια ακόμα επίδειξη της ικανότητάς τους να προσελκύουν την προσοχή.

Αφορμή αποτέλεσε η επίσημη ανακοίνωση της τελευταίας επιχειρηματικής κίνησης από πλευράς του ομίλου Huffington Post Media Group, που πλέον αποτελούσε ιδιοκτησία της AOL του Armstrong: βίντεο σε ζωντανή μετάδοση 12 ώρες την ημέρα, πέντε ημέρες την εβδομάδα.

Ο Armstrong μίλησε πρώτος. Θυμήθηκε την πρώτη φορά που συνάντησε την Huffington, τον Νοέμβριο του 2010, και πώς αυτή η συνάντηση οδήγησε, μερικούς μήνες αργότερα και κατά τη διάρκεια του ημιχρόνου του Super Bowl 2011, στην ανακοίνωση από πλευράς της AOL πως είχε συμφωνήσει να καταβάλει 315 εκατομμύρια δολάρια για να αγοράσει τη Huffington Post, παραδίδοντας τον έλεγχο της σύνταξης στην ίδια τη Huffington. Πολλοί θεώρησαν αυτή την εξαγορά κίνηση απελπισίας, με στόχο να διασωθεί η AOL η οποία είχε πάρει την κατιούσα. «Πιστεύουμε πως το περιεχόμενο έχει κυρίαρχο ρόλο», είπε. «Και πιστεύουμε επίσης ότι το εμπορικό όνομα έχει κυρίαρχο ρόλο».

Μ' αυτή τη φράση έδωσε τον λόγο στην Arianna Huffington. Η Huffington Post, είπε εκείνη, έχει μετατραπεί από «υπερταχεία σε υπερηχητικό αεροσκάφος». Εκατόν εβδομήντα δημοσιογράφοι προσλήφθηκαν από τη στιγμή της εξαγοράς, την ώρα που η AOL απέλυε σχε-

δόν 2.500 άτομα και έβαζε τέλος σε δικά της δημοσιογραφικά εγχειρήματα, όπως το Politics Daily.

Ο Armstrong είχε έρθει στην AOL το 2009, αφού έκανε όνομα έχοντας την ευθύνη για τις πωλήσεις και τις διαφημίσεις στη Google. Ήταν 43 ετών, ψηλός και όμορφος, ο τύπος του ηθοποιού που ένα πρακτορείο θα έστελνε για τον ρόλο του επιτυχημένου. Στην AOL, όμως, κληρονόμησε μια εταιρία που, για να το πούμε –όπως πολύς κόσμος άλλωστε– ωμά, δεν είχε προφανή λόγο ύπαρξης. Η AOL είχε κυριαρχήσει κάποτε στο διαδικτυακό τοπίο, αλλά η αρχική βασική δραστηριότητά της, του παροχέα dial-up συνδέσεων, έτεινε να εξαφανιστεί, ακόμα και μετά την κίνησή της να μετατραπεί σε εταιρία παροχής περιεχομένου. Ο Armstrong φαινόταν το πλέον κατάλληλο άτομο για να κάνει την ανατροπή· ήταν επίσης μεγαλομέτοχος στο Patch, ένα δίκτυο ιστοσελίδων τοπικών ειδήσεων που η AOL αγόρασε μετά την άφιξή του.

Παρέμενε ωστόσο γεγονός ότι η παρακμή της AOL ήταν ένα σκληρό μάθημα σχετικά με τη μέγιστη διάρκεια ζωής των εταιριών στον ψηφιακό κόσμο. Δεκαεννέα χρόνια μετά από τη δημόσια προσφορά της και έντεκα χρόνια μετά τη συγχώνευση με την Time Warner, μια συγχώνευση εμπορικής αξίας 350 δισεκατομμυρίων δολαρίων, η AOL έχανε 19.000 πελάτες την εβδομάδα.

Η AOL ανυπομονούσε τόσο πολύ να αυξήσει την επισκεψιμότητά της μέσω της παροχής περιεχομένου, που στα τέλη του 2010 επινόησε μια στρατηγική, The AOL Way. Η Διεύθυνση έθεσε στόχους: τα κείμενα έπρεπε να αυξηθούν από τα 33.000 στα 55.000 το μήνα, τα βίντεο, που αποτελούσαν το 4% του περιεχομένου, έπρεπε να φτάσουν στο 70%. Όλοι οι εργαζόμενοι έπρεπε να γράφουν από πέντε έως δέκα άρθρα την ημέρα. Για να τους βοηθήσει η AOL να πετύχουν τους στόχους, συνέταξε ένα εγχειρίδιο 60 σελίδων γεμάτο γραφήματα, σχεδιαγράμματα ροής περιεχομένου και οδηγίες του τύπου: «κάθε άρθρο θα πρέπει να είναι προσοδοφόρο και να φέρνει τουλάχιστον 7.000 προβολές σελίδας ανά κείμενο». Ένας εργαζόμενος δήλωσε ανώνυμα στο Business Insider, το οποίο έβγαλε πρώτο την είδηση, πως «η AOL είναι ένα απίστευτο μπάχαλο, μια επιχείρηση πραγματικά για πέταμα». Το πρόβλημα ήταν πως η AOL ούτε ήταν ένα παραδοσιακό πρακτορείο ειδήσεων, το οποίο παρήγαγε περιεχόμενο που ο κόσμος θα ήθελε πραγματικά να διαβάσει και να μοιραστεί, ούτε και είχε το DNA της Huffington Post, για παράδειγμα.

ΟΤΑΝ Ο ARMSTRONG ΓΝΩΡΙΣΕ ΤΗΝ Arianna Huffington (θα πει η Arianna αργότερα), τα βρήκαν τόσο καλά μεταξύ τους που ως το τέλος της πρώτης αυτής συνάντησης είχαν φτάσει να αρχίζει ο ένας την πρόταση και να την τελειώνει ο άλλος. Δύο μήνες μετά, η AOL ανακοίνωσε την εξαγορά, έναντι του ποσού των 295 εκατομμυρίων δολαρίων

# 250.000

ΣΧΟΛΙΑ ΚΑΤΑΦΘΑΝΟΥΝ  
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ  
ΣΤΑ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΑ  
ΤΗΣ HUFFINGTON POST

σε μετρητά. Εμφανώς απούσα από τη συμφωνία ήταν η ρήτρα μη ανταγωνισμού. Ο Ken Lerer αποχώρησε για να ξεκινήσει τη δική του εταιρία επιχειρηματικών κεφαλαίων, την Lerer Ventures, και σύντομα τον ακολούθησε ο Eric Hippeau. Ο Peretti αποχώρησε για το BuzzFeed. Ο Berry έφυγε έπειτα από μερικούς μήνες και εγκαταστάθηκε σε ένα μεγάλο χώρο που ανήκε στην Lerer Ventures –στον κάτω όροφο της πρώτης αίθουσας σύνταξης της Huffington Post. Η HuffPost στεγάστηκε στα κυριλέ γραφεία της AOL, χαμηλά στη Λεωφόρο Μπρόντγουεϊ. Από τους τρεις ιδρυτές της Huffington Post, είχε απομείνει μόνο η Arianna Huffington. Υπό μία έννοια, τώρα μόλις ξεκινούσε.

Είχε ήδη επιστρέψει στη Νέα Υόρκη από το Λος Άντζελες το 2010 και είχε γρήγορα κάνει αισθητή την παρουσία της στην αίθουσα σύνταξης, δημιουργώντας σύγχυση και ενίοτε πικρία σε όλους εκείνους τους νέους ανθρώπους που είχαν συνηθίσει να μην υπάρχουν μεγάλοι στον εργασιακό τους χώρο. Η HuffPost προσλάμβανε ήδη μεγάλα ονόματα –ο Howard Fineman είχε έρθει από το Newsweek τον Σεπτέμβριο. Προσλήφθηκαν ο Peter Goodman και ο Tim O'Brien από τους Times. Το γραφείο της HuffPost στην Ουάσινγκτον, που ξεκίνησε ως επιχείρηση ενός ατόμου και έκανε πάρτι την πρώτη φορά που ο Πρόεδρος Obama ζήτησε από τον Sam Stein να παρευρεθεί σε συνέντευξη τύπου, απαρτιζόταν πλέον από 26 δημοσιογράφους οι οποίοι, σε μια πόλη όπου η ισχύς ορίζεται από το κατά πόσο απαντάς όταν σε καλούν

στο τηλέφωνο, δέχονταν παράπονα (ότι ήταν δυσεύρετοι στο τηλέφωνο) από τα γραφεία του Harry Reid και του Mitch McConnell<sup>6</sup>.

Έως το 2012, η Huffington Post είχε μεγαλώσει τόσο πολύ που οι επικριτές της –ακόμα και ορισμένοι από τους υποστηρικτές της– άρχισαν να υπονοούν πως είχε μεγαλώσει υπερβολικά, είχε γεμίσει με πάρα πολλά άρθρα σε πάρα πολλές στήλες και έτσι δεν μπορούσε να ανταγωνιστεί τα νέα και πιο ευέλικτα εγχειρήματα διάδοσης περιεχομένου. Καθόλου τυχαία, το BuzzFeed του Jonah Peretti δήλωσε 25 εκατομμύρια μοναδικούς επισκέπτες για τον μήνα Ιανουάριο. Η HuffPost βαρύνονταν επίσης, αποδεδειγμένα, από μια μητρική εταιρία που, παρά την άνοδο των εσόδων από διαφημίσεις προς το τέλος του 2011 –και την επιβράβευση από την άνοδο της αξίας της μετοχής της– έκλεισε τη χρονιά με πτώση 3% στα έσοδα του τέταρτου τριμήνου.

Υπήρχε ωστόσο μια μέτρηση, η οποία ήταν η πλέον ενδεικτική ως προς το τι ακριβώς κέρδισε ο Armstrong αγοράζοντας την HuffPost: το σχόλιο. Περίπου 250.000 σχόλια καταφθάνουν καθημερινά στα εισερχόμενα της Huffington Post. Η αρχική διαλογία –η διαδικασία με την οποία ξεσκαρτάρονται τα «σπαμ» (τα ανεπιθύμητα emails) και οι «τρολιές» (τα προσβλητικά ψευδώνυμα μηνύματα)– γίνεται με τεχνολογικά μέσα. Το 2010, η Huffington Post αγόρασε την Adaptive Semantics, η οποία είχε δημιουργήσει λογισμικό για την αξιολόγηση της «συναισθηματικής» φόρτισης του περιεχομένου: έτσι, όσο πιο υβριστικό είναι το κείμενο, τόσο πιο εύκολα γίνεται αντιληπτό.

Αλλά μόλις γίνει το ξεκαθάρισμα, η απόφαση για το τι θα αναρτηθεί παραμένει σκόπιμα στην κρίση αυτών που εργάζονται στη HuffPost, καθώς και των πιο συχνών σχολιαστών της ιστοσελίδας. Το 2010, η HuffPost αποφάσισε να βραβεύσει τους πιο πιστούς της αναγνώστες με τρεις διακριτικούς

τίτλους, ενδεικτικούς του βαθμού της αφοσίωσής τους: «networkers» («δικτυωμένοι»), οι οποίοι έχουν υποστηρικτές και ακόλουθους, «superusers» («υπερ-χρήστες»), που μοιράζονται συχνά περιεχόμενο στο Facebook και το Twitter και επίσης σχολιάζουν τακτικά, και «moderators» («διαχειριστές»), στους οποίους, καθότι κόβει το μάτι τους και ταυτίζονται με την ιδεολογία της ιστοσελίδας, ανατίθεται η διαγραφή σχολίων τα οποία κρίνουν ακατάλληλα.

Η HuffPost, κατά μία έννοια, αποτέλεσε επανάληψη σε μεγάλη κλίμακα της Εμπειρίας της Arianna, όπως θα μπορούσε να ονομαστεί, όσον έμαθε πρώτα στο Cambridge και, στις δεκαετίες που ακολούθησαν, εφάρμοσε, αναπτύσσοντας ένα δίκτυο χιλιάδων ανθρώπων διάφορων επιπέδων οικειότητας, οι οποίοι συνδέονται παρόλα αυτά μεταξύ τους μέσα από τη σχέση τους με την Arianna. Η ίδια μπορεί να είναι λίγο ανειλικρινής όσον αφορά αυτό της το ταλέντο –μέντοράς της όσον αφορά τη διοργάνωση κοινωνικών συναθροίσεων ήταν η μακαρίτισσα η μητέρα της, η οποία καλούσε λογίων-λογίων ανθρώπους στο τραπέζι της και φρόντιζε πάντα να τους ταΐζει. Όταν μιλάει για τον Ρητορικό Σύλλογο του Πανεπιστημίου του Cambridge, δεν αναφέρεται τόσο στον διάλογο και τη ρητορική, όσο στην εμπειρία μιας νεαρής κοπέλας με ελληνική προφορά που έγινε γνωστή σε αυτόν τον αυστηρών αρχών βρετανικό θεσμό, καλλιεργώντας τη δύναμη του λόγου της. Με τον λόγο ήρθαν και οι φίλοι, και με τους φίλους ήρθε ένας ευρύτατος κύκλος γνωριμιών και δεν είχε και μεγάλη σημασία τι σκέφτονταν ή πού έμεναν, επειδή η Arianna δεν «ομαδοποιούσε» τις γνωριμίες της. Όλοι ήταν ευπρόσδεκτοι, διότι –ποιος ξέρει– κάποια μέρα μπορεί να αξίζει να τους τηλεφωνήσει. Όταν την πρωτογνώρισε ο Howard Fineman, το 1995, ήταν παντρεμένη με τον Michael Huffington και διοργάνωνε συναθροίσεις στο σπίτι τους στην Ουάσινγκτον, όπου μαζεύονταν ξεχωριστοί άνθρωποι του πνευ-

ματος, όπως ο συντηρητικός συγγραφέας και κριτικός William Bennett, για να μιλήσουν για λύσεις που μπορούν να δώσουν μη-κυβερνητικοί φορείς σε διάφορα κοινωνικά ζητήματα. Με τον Fineman δεν χάθηκαν. Σήμερα είναι διευθυντής σύνταξης της HuffPost.

«Δεν διοργάνωσα ποτέ μια αποτυχημένη, κακή κοινωνική συνάθροιση», λέει η Arianna. «Κάποιες από αυτές μπορεί να ήταν πιο βαρετές, λιγότερο συναρπαστικές, αλλά όχι κακές». Όταν καλείται να μιλήσει δημόσια, ζητάει να είναι αναμμένα τα φώτα ώστε να μπορεί να βλέπει τα πρόσωπα των ανθρώπων. «Όταν μιλάς, ξέρεις πότε κρατάς το κοινό και πότε το χάνεις», σημειώνει. «Θέλω να βλέπω τα μάτια του κόσμου. Θέλω να συνδεθώ μαζί του. Θέλω να πω αυτά που νιώθω πως θέλουν να ακούσουν στη συνέχεια».

Ο Tim Armstrong πλήρωσε αδρά ελπίζοντας πως το δίκτυο της HuffPost μπορεί να γίνει και δικό του. Και αν αυτό πρόκειται να συμβεί, η περιουσία του βρίσκεται σε μεγάλο βαθμό στα χέρια ανθρώπων όπως ο Justin Isaf και ο Travis Donovan, οι οποίοι (και ζητώ συγγνώμη από όλους αυτούς που περνούν την ημέρα τους παράγοντας δημοσιογραφικά κείμενα για τη HuffPost) είναι μέρος της μεγάλης στρατιάς νέων ανδρών και γυναικών που έχουν αναλάβει τη δουλειά που αποτελεί την καρδιά της επιχείρησης: την καλλιέργεια, την τροφοδότηση, τη φροντίδα και το ντάντεμα του δικτύου.

«Ο κόσμος θα έκανε τα πάντα για την αναγνώριση», λέει ο Isaf, 28 ετών και διαχειριστής κοινότητας. «Όταν λες σε κάποιον πως είναι αρκετά καλός ώστε να αναγνωριστεί η αξία του από όλο τον κόσμο, κερδίζεις πολλά. Θα σου είναι πιστός».

Ο Donovan, 25 ετών, αρχισυντάκτης σε σειρά από μόνιμες στήλες, με χέρια γεμάτα τατουάζ, ήταν κοινωνικός λειτουργός πριν βρεθεί στη HuffPost, πάσχιζε να εντάξει κοινόβιο ενηλίκων ΑΜΕΑ στην κοινότητα όπου ζούσαν. «Ό,τι συμβαίνει στην κοινωνία, το ίδιο γίνεται και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης», δηλώνει. «Θέλουμε να αλλάξουμε το τοπίο των μέσων. Η είδηση είναι από τη φύση της κοινωνικό φαινόμενο. Υποτίθεται πως είναι κάτι που θέλεις να μοιραστείς με τους φίλους σου».

Ενδιαφέρουσα φιλοδοξία, όχι μόνο για την Huffington Post, αλλά και για κάθε επιχείρηση, ήδη υπάρχουσα ή στη φάση του σχεδιασμού, που βλέπει στην ιστορία της ανόδου της HuffPost μια σειρά βημάτων που μπορεί να αντιγράψει κάποιος και να του εξασφαλίσουν την επιτυχία. Αυτός ο τρόπος σκέψης προβληματίζει τον Duncan Watts. Σε τελική ανάλυση, κάποια πράγματα απλώς συμβαίνουν. Υπάρχει μια συγκυρία από γεγονότα που δεν θα μπορούσε κανείς να φανταστεί, που συνέβησαν ακριβώς όπως και όταν έπρεπε, και τα οποία θα ήταν αδύνατον να έχουν προβλεφθεί.

«Ξέρω πως δεν ήξεραν ότι θα πετύχουν», λέει ο Watts για τους ιδρυτές της HuffPost. Δεν ήταν μόνο ότι αλληλοσυμπληρώνονται σε επίπεδο δεξιοτήτων και ιδιοσυγκρασιών. Ήταν επίσης η στιγμή –το φαινόμενο των blogs, η πικρία των προοδευτικών μετά το 2004, η ανάδυση του Web 2.0 και ο ενθουσιασμός των εκλογών του 2008, η ανάπτυξη του Δικτύου όσων Βαριούνται στη Δουλειά, η ολοένα και μεγαλύτερη ευκολία της τεχνολογίας, όλα αυτά και όλα μαζί ταυτόχρονα.

«Το πιο σημαντικό είναι ότι σκεφτόμαστε ντετερμινιστικά», λέει. «Αν σκεφτεί κανείς τις μείζονες θρησκείες, είναι όλες ντετερμινιστικές –δημιουργός, σχέδιο, πίστη, πεπωμένο, αιτιότητα. Οι δημοσιογράφοι είναι επιρρεπείς σ' αυτό. Διηγούνται ιστορίες και οι ιστορίες είναι περιοριστικές. Υπάρχει η τάση να λέμε μια ιστορία με τρόπο που να φαίνεται σαν να ήταν να γίνουν όλα όπως ακριβώς έγιναν.

Η Huffington Post υποτίθεται πως θα ήταν η απάντηση των προοδευτικών στο Drudge Report. Τουλάχιστον έτσι είχε ξεκινήσει η ιστορία. Η HuffPost δανείστηκε στοιχεία από τον Drudge. Και από τους bloggers. Και από το blackpeopleloveus.com και από το Εργαστήριο Μεταδοτικών Μέσων και από το Stop the NRA και από το ariannaonline. Και έπειτα άρχισε να κάνει αυτό που προκύπτει τόσο φυσικά στον ψηφιακό κόσμο, και που ο παραδοσιακός δημοσιογραφικός κόσμος ακόμα παλεύει να κατακτήσει: επαναληπτικές διεργασίες. Δεν προσπάθησε να εξαλείψει το ενδεχόμενο της αποτυχίας. Έκανε κάτι άλλο. Το αγκάλιασε. **CJR**

<sup>1</sup> Συντομευμένη εκδοχή του αγγλικού κειμένου. Ο αγγλικός τίτλος του άρθρου (“Six degrees of aggregation”) αποτελεί αναφορά στην έκφραση “six degrees of separation” (που μπορεί να αποδοθεί είτε ως «έξι βαθμοί συγγένειας» είτε ως «έξι επίπεδα διαχωρισμού» – ή και «διασύνδεσης») και την ομώνυμη θεωρία για την δικτύωση ατόμων που υποστηρίζει ότι –σε πλανητική κλίμακα– δύο άνθρωποι συνδέονται μέσω κοινών γνωριμιών οι οποίες δεν υπερβαίνουν τις έξι. Ο τίτλος αναφέρεται επίσης στη λειτουργία του ιστότοπου *Huffington Post* ως “news aggregator”, δηλαδή «συναθροιστή ειδήσεων», αλλά και στην ικανότητα της Arianna Huffington να κινητοποιεί γνωριμίες και να προσεταιρίζεται ταλέντα. (ΣΣ)

<sup>2</sup> Ο James Brady διετέλεσε Γραμματέας Τύπου του Λευκού Οίκου μεταξύ 1981 και 1989. Στην απόπειρα δολοφονίας κατά του Προέδρου Reagan το 1981, ο Brady τραυματίστηκε με αποτέλεσμα να μείνει ημιπαράλυτος, σε αναπηρικό καροτσάκι, εφ' όρου ζωής, και να γίνει ένθερμος υποστηρικτής

του ελέγχου της οπλοφορίας.

<sup>3</sup> Μιμίδιο (meme): μια «ιδέα, συμπεριφορά ή τρόπος που διαδίδεται από άτομο σε άτομο μέσα σε μια ανθρώπινη κουλτούρα» (ορισμός κατά το *Merriam-Webster*). Τη λέξη (η οποία βασίζεται στο gene, γονίδιο) εισήγηθηκε ο εξελικτικός βιολόγος Richard Dawkins στο βιβλίο του *Το Εγωιστικό Γονίδιο* (Σύναγμα 1998, Κάτοπτρο 2008, 2010).

<sup>4</sup> Στα Ελληνικά, από τις εκδόσεις Κάκτος: *Σπηλιές από Ατσάλι* (1977), *Γυμνάσιον Ήλιος* (1977), *Τα Ρομπότ της Αυγής* (1985).

<sup>5</sup> Ευφυές λογοπαίγνιο: Report = αναφορά, Retort = ανταπάντηση

<sup>6</sup> Harry Reid: επικεφαλής της Κοινοβουλευτικής Ομάδας του πλειοψηφούντος κόμματος στη Γερουσία (από το Δημοκρατικό Κόμμα). Mitch McConnell: επικεφαλής της Κοινοβουλευτικής Ομάδας του μειοψηφούντος κόμματος στη Γερουσία (από το Ρεπουμπλικανικό Κόμμα).

# Μια ζωή κομμάτια και θρύψαλα

Τι επιφυλάσσει η επισκεψιμότητα για τους σημερινούς νέους ελεύθερους επαγγελματίες δημοσιογράφους και αρθρογράφους;



ΤΟΥ BEN ADLER

Οι επίδοξοι σημερινοί δημοσιογράφοι θα έκαναν καλά να ξεκινήσουν τις δικές τους ιστοσελίδες και να τις προωθήσουν μέσω των social media

**Το 2009, ένας συντάκτης μιας νέας ιστοσελίδας που ονομάζεται The Faster Times, η οποία επιθυμούσε να αποτελέσει μια πιο ψαγμένη έκδοση της Huffington Post, μου έστειλε ένα email για να με ρωτήσει εάν ενδιαφέρομαι για μια θέση μερικής απασχόλησης.** Δεν ήξερα ότι ήταν δυνατόν να είναι κανείς πιο ψαγμένος από την HuffPo, αλλά το σύστημα αμοιβών τους ήταν αναμφισβήτητα πιο καινοτόμο. Η HuffPo πληρώνει τους δημοσιογράφους/αρθρογράφους που εργάζονται σε αυτήν με τον πατροπαράδοτο τρόπο, δηλαδή με μισθό και παροχές, ενώ αντιθέτως δεν πληρώνει καθόλου τους συνεργάτες. Η *The Faster Times* ακολούθησε μια τρίτη οδό. Αντί για έμμισθους δημοσιογράφους, είχε συνεργάτες οι οποίοι αφιέρωναν 10 περίπου ώρες την εβδομάδα στο να γράφουν και να συγκεντρώνουν σε blogs νέα σχετικά με ένα συγκεκριμένο θέμα. Σε αντάλλαγμα, λαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων από τις διαφημίσεις που πωλούνται στις σελίδες που δημιούργησαν.

Μου πήρε κάποιο χρόνο για να συνειδητοποιήσω ότι ο αρχισυντάκτης μού πρότεινε να δεσμευτώ ότι θα προσφέρω εργασία σε τακτική βάση με αντάλλαγμα μια απολύτως μη εγγυημένη αμοιβή.

Στην αρχή της καριέρας μου, έγραφα δωρεάν ορισμένα άρθρα, με σκοπό να αποκτήσω δημοσιογραφική εμπειρία, όπως επίσης δωρεάν έγραφα κάποιες φορές στο blog του *The American Prospect*, με σκοπό να βελτιώσω το επαγγελματικό μου προφίλ. Θεωρούσα, όμως, ότι δεν θα χρειαζόταν να κάνω ξανά κάτι παρόμοιο. Στα 27 μου χρόνια, είχα καλύψει τις προεδρικές εκλογές ως συνεργάτης του αμερικανικού δημοσιογραφικού οργανισμού Politico, ενώ είχα γράψει επίσης άρθρα για αρκετά αναγνωρισμένα εθνικά περιοδικά. Παρόλο που με ξάφνιασε η πρόταση της *The Faster Times*, δεν ένιωσα προσβεβλημένος: με είχαν βρει μέσω ενός παλιού συναδέλφου μου στο περιοδικό *The New Republic* που συνεργαζόταν μαζί τους και, εκτός αυτού, άλλοι δημοσιογρά-

Ο Ben Adler είναι μόνιμος συντάκτης του *The Nation* και συνεργάτης σε θέματα ομοσπονδιακής πολιτικής στο *Next American City*.

Φωτογραφίες: JONATHAN GRASSI, ALLY MILLAR



φοι/αρθρογράφοι, κάποιιοι πολύ πιο επιτυχημένοι από εμένα, είχαν ήδη αποδεχθεί την πρόταση.

Η διαδικτυακή εφημερίδα The Faster Times δεν είναι η μοναδική. Τα τελευταία χρόνια αρκετές ιστοσελίδες έχουν δοκιμάσει παρόμοια επιχειρηματικά μοντέλα ή άρχισαν να προσφέρουν στους συγγραφείς μόνους με βάση την επισκεψιμότητα. Η True/Slant, μια ιστοσελίδα που δημιουργήθηκε το 2009, παρείχε στους συνεργάτες της μια μικρή μηνιαία αμοιβή ως αντάλλαγμα για έναν συγκεκριμένο αριθμό δημοσιεύσεων, καθώς και επιπλέον προσαυξήσεις με βάση την επισκεψιμότητα. Μερικές ιστοσελίδες δεν παρέχουν καμία αμοιβή για το περιεχόμενο που προέρχεται από ελεύθερους επαγγελματίες, ενώ κάποιες άλλες, όπως η The Awl, ξεκίνησαν να πληρώνουν τουλάχιστον έναν χρόνο μετά από την έναρξη λειτουργίας τους. Η ευκαιρία την οποία παρέχουν τέτοιου είδους ιστοσελίδες – αν μπορεί κανείς να μιλήσει για ευκαιρία – είναι η δυνατότητα να φτιάξει κανείς όνομα και να καλλιεργήσει τις ικανότητές του. Όπως ανακάλυψα, η όποια αμοιβή που προέρχεται άμεσα ή έμμεσα

από το όνομα που φτιάχνει κανείς και από τη βελτίωση των ικανοτήτων του αποτελεί μάλλον ένα απροσδόκητο συμπλήρωμα παρά έναν τρόπο βιοπορισμού.

Το να γράφει κανείς δωρεάν μπορεί πράγματι να αποφέρει κέρδη. Για παράδειγμα, μερικοί συντάκτες στο Feminnisting, ένα πολιτικό και πολιτιστικό blog με μεγάλη επιρροή, έχουν καταφέρει να κλείσουν συμφωνίες για την έκδοση βιβλίων χάρη στη δημοτικότητα των δημοσιεύσεων τους στο blog αυτό. Τα έσοδα από τις διαφημίσεις που προέρχονται από τους 500.000 μηνιαίως μοναδικούς επισκέπτες της ιστοσελίδας μετά βίας αρκούν για



**Σε ανοδική πορεία** Οι νέοι επαγγελματίες Samhita Mukhopadhyay (πάνω αριστερά), Clay Risen (πάνω δεξιά) και Alex Pareene (κάτω), πειραματίζονται με νέα επιχειρηματικά μοντέλα.

να καλυφθεί το λειτουργικό κόστος, με αποτέλεσμα το Feminnisting να μην μπορεί να διασφαλίσει αμοιβή για τους δημοσιογράφους/αρθρογράφους του. Εντούτοις, όλοι κρατάνε αρχείο αναφορικά με τις ώρες εργασίας τους: σε περίπτωση που στο τέλος του χρόνου περισσέψουν κάποια χρήματα, προσφέρονται εφάπαξ αμοιβές με βάση τις ώρες αυτές και όχι με βάση την επισκεψιμότητα. «Πιστεύουμε ότι κάτι τέτοιο είναι πιο δίκαιο, καθώς τα αίτια της επισκεψιμότητας δύσκολα μπορούν να προσδιοριστούν, αναφέρει η Samhita Mukhopadhyay, συντάκτρια του Feminnisting.

Η σύνδεση της αμοιβής με την επισκεψιμότητα μπορεί να προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε μία έκδοση, καθώς δεν υπάρχει ο κίνδυνος να πληρωθεί ένας συγγραφέας περισσότερα χρήματα από αυτά που θα αποφέρει στην ιστοσελίδα το περιεχόμενο το οποίο παράγει. Ορισμένες περισσότερες αναγνωρισμένες ιστοσελίδες, όπως η Talking Points Memo ή η Gawker, υιοθέτησαν τη μέθοδο σύνδεσης πρόσθετων παροχών με την επισκεψιμότητα, παρά το γεγονός ότι οι συνεργάτες τους είναι ως επί το πλείστον έμμισθοι. Το 2010, η ιστοσελίδα Forbes αγόρασε την True/Slant. Έτσι, πολλά χαρακτηριστικά της ενσωματώθηκαν στη Forbes.com, η οποία πλέον πληρώνει μερικούς συνεργάτες της με παρόμοιο τρόπο, βάσει της επισκεψιμότητας.

Όταν αποφοίτησα από τη σχολή και έκανα αίτηση για μία θέση πρακτικής άσκησης στο περιοδικό *The Nation* το 2003, δεν οραματιζόμουν αυτήν ακριβώς τη σταδιοδρομία. Εκείνο το διάστημα, ο πατέρας μου ήταν αρχισυντάκτης στο περιοδικό *Newsweek* και ακολούθησα τον συνηθισμένο δρόμο που θα με οδηγούσε στο να καταφέρω να γράφω για ένα περιοδικό εθνικής εμβέλειας: αμειβόμενη, έστω και ελάχιστα, πρακτική άσκηση, ελάχιστα έστω αμειβόμενος ελεύθερος επαγγελματίας και αιτήσεις για μόνιμες θέσεις εργασίας έως ότου μία από αυτές ευοδωθεί. Οι επίδοξοι σημερινοί δημοσιογράφοι/αρθρογράφοι των περιοδικών ίσως θα έκαναν καλύτερα να ξεκινήσουν τις δικές τους ιστοσελίδες, να τις προωθήσουν στο Twitter τους, να δουλέψουν ως ελεύθεροι επαγγελματίες χωρίς μισθό και, τέλος, να είναι αισιόδοξοι.

Τη σήμερον ημέρα, μπορεί να ξεκινήσει κανείς γράφοντας χωρίς πληρωμή για την HuffPo ή την The Awl (και να ελπίζει σε ευρύτατη διάχυση) ή να γράφει σε κάποιο blog 12 φορές την ημέρα, όπως ζητούσε το Curbed πέρσι, όπου υπέβαλα αίτηση. Ίσως και να χρειαστεί να εργάζεται κανείς από

το σπίτι χωρίς την καθοδήγηση κάποιου αρχισυντάκτη. Μπορεί να μην βγάξει απολύτως τίποτα ή να μην ξέρει κάθε μήνα πόσα θα βγάλει.

Το νέο αυτό μοντέλο είναι κατά κάποιο τρόπο περισσότερο αξιοκρατικό, διότι βασίζεται σε αντικειμενικές μετρήσεις. Και υπάρχουν ένα σωρό σχετικές ιστορίες επιτυχίας. Ο Choire Sicha, πρώην συντάκτης της Gawker, ο οποίος ίδρυσε την The Awl, υποστηρίζει ότι το μοντέλο της The Awl προσφέρει στους επίδοξους δημοσιογράφους/αρθρογράφους τα ίδια πλεονεκτήματα με το μοντέλο που αντικατέστησε. «Θεωρώ ότι η περίπτωση του να δουλεύει κανείς χωρίς να αμειβεται υπήρχε ανέκαθεν στη δημοσιογραφία», αναφέρει ο Sicha. «Έπρεπε να πληρώσει κανείς για την πανεπιστημιακή του μόρφωση, να γνωρίζει τους σωστούς ανθρώπους ή να βοηθηθεί για να ανέβει. Υπήρχαν κάπως περισσότερες αμειβόμενες πρακτικές σε εφημερίδες, αλλά αφορούσαν πάντα ένα συγκεκριμένο τύπο φοιτητή».

Αυτή η νέα προσέγγιση λειτούργησε μέχρι τώρα πολύ καλά για την Emma Carmichael, η οποία αποφοίτησε το 2010 από τη σχολή Vassar και μετακόμισε στη Νέα Υόρκη με την ελπίδα να δουλέψει στον χώρο της δημοσιογραφίας. Ενώ εργαζόταν σε μία εταιρεία δημοσίων σχέσεων, άρχισε να γράφει

χωρίς αμοιβή άρθρα για την The Awl. Θεωρεί ότι χάρη σε αυτά ακριβώς τα άρθρα κατάφερε να κάνει πρακτική άσκηση χωρίς αμοιβή στο αθλητικό blog της Gawker Deadspin και στη συνέχεια να προαχθεί σε αρχισυντάκτρια της Gawker. «Χωρίς τον Choire, πιθανώς να μην είχα τη δουλειά που έχω αυτή τη στιγμή», λέει.

Παρόλα αυτά, σήμερα από τους επίδοξους δημοσιογράφους δεν λείπει μόνο η οικονομική ασφάλεια. Η αμειβόμενη πρακτική άσκηση, οι εξωτερικές συνεργασίες, η δουλειά της επιμέλειας σε κάποιο περιοδικό ή της μαθητείας σε κάποια εφημερίδα εξασφάλιζαν την εκπαίδευση της δημοσιογραφικής και την ανάπτυξη της συγγραφικής δεξιάς, όπως επίσης και κάποια άρθρα σε μια αναγνωρισμένη έκδοση. Αυτά τα στοιχεία στο βιογραφικό και τα άρθρα στον φάκελο κάποιου υποδήλωναν ένα γνωστικό υπόβαθρο, καθώς και την αποδοχή εκ μέρους ενός αξιόπιστου οργανισμού. Ήταν ισάξια ενός πτυχίου δημοσιογραφίας, με τη διαφορά ότι πληρωνόταν κανείς για να μάθει τη δουλειά. Κάποιες δημοσιεύσεις σε blogs με ελάχιστη ή και μηδαμινή ερευνητική δουλειά ή καθοδήγηση από κάποιον αρχισυντάκτη δεν αποδεικνύει κατ' ανάγκη σε κάποιον πιθανό εργοδότη ότι είναι κανείς εκπαιδευμένος δημοσιογράφος. Στην περίπτωση που είναι κανείς επίδοξος ευθυμογράφος ή καυστικός αρθρογράφος, αυτό μπορεί να μην παίζει κανένα ρόλο. Στην περίπτωση, όμως, που θέλει κανείς να γράψει δημοσιογραφικά κείμενα για μία εφημερίδα ή ένα περιοδικό, τότε παίζει ρόλο και μάλιστα σημαντικό.

Μπορεί να είναι και αγγαρεία. Ο Clay Risen έγραφε επί έξι μήνες για πολιτική στην *The Faster Times*, με μία έως πέντε δημοσιεύσεις την εβδομάδα, ενώ ταυτόχρονα δούλευε κανονικά ως διορθωτής και αναλάμβανε και άλλες δουλειές ως ελεύθερος επαγγελματίας. Συνολικά, κέρδισε μόνο \$100. Οι ελεύθεροι επαγγελματίες που γράφουν για την *The Huffington*

Η ΚΑΤΑΜΕΤΡΗΣΗ  
ΤΩΝ ΜΟΝΑΔΙΚΩΝ  
ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΙ,  
ΑΝΑΜΦΙΣΒΗΤΗΤΑ, ΤΟ  
ΚΑΛΥΤΕΡΟ ΜΟΝΤΕΛΟ  
ΑΝΤΑΜΟΙΒΗΣ  
ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ  
ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ

## ΟΙ ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΕΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΕΠΗΡΕΑΣΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΕΝΟΣ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΟΥ ΒΑΖΟΝΤΑΣ ΤΑ ΚΕΙΜΕΝΑ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΚΑΙ ΠΡΟΒΑΛΛΟΝΤΑΣ ΤΑ ΣΤΑ SOCIAL MEDIA

Post δεν πρόκειται καν να λάβουν μια αμοιβή σαν της Faster Times, αλλά η λογική των κινήτρων είναι παρόμοια. Όταν κάποιος δεν πληρώνεται για το κείμενό του, το γράφει μόνο και μόνο με την ελπίδα ότι θα διαβαστεί και ότι αυτό θα συμβάλει στην προώθηση του ονόματός του. Εάν κανείς δεν το διαβάσει, τότε απλώς έχει χάσει το χρόνο του. Στόχος του είναι να γράψει ένα κείμενο τόσο ελκυστικό, που οι αρχισυντάκτες να το βάλουν πρωτοσέλιδο και οι άλλοι bloggers να παραπέμπουν σε αυτό. Κατά συνέπεια, οι συγγραφείς που εργάζονται ως ελεύθεροι επαγγελματίες έχουν κάθε λόγο να κάνουν το κείμενό τους όσο πιο ελκυστικό μπορούν, προκειμένου να τραβήξουν την προσοχή.

Στο μεταξύ, όλοι οι αρχισυντάκτες στις ιστοσελίδες που ακολουθούν κάποιο από αυτά τα νέα μοντέλα αμοιβών παραδέχονται ότι φτάνουν στο ίδιο αδιέξοδο: ο κόσμος είναι διατεθειμένος να φιλοσοφήσει ή να αστείευτεί χωρίς αμοιβή, αλλά όχι να κάνει πραγματική ερευνητική δουλειά. «Ένα από τα κενά που έχουμε είναι ότι χρειαζόμαστε περισσότερη ερευνητική δημοσιογραφία», αναφέρει ο Sicha. «Τα οικονομικά προφανώς δεν βοηθούν σ' αυτή την κατεύθυνση».

«Πρόκειται για ένα τεράστιο πρόβλημα», τονίζει ο Sam Apple, ιδρυτής της The Faster Times. «Αυτό που έχουμε καταλάβει είναι ότι οι άνθρωποι δεν είναι διατεθειμένοι να σπάσουν τα τηλέφωνα και να γράψουν άρθρα βασισμένα σε σημαντική έρευνα – κάτι που δεν θα επιφέρει κατά ανάγκη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα – με την αμοιβή την οποία προσφέρουμε».

Κι αφού λέμε τα δυσάρεστα, ακόμη και η πιο αξιόλογη ιστορία μπορεί να μη φέρει επισκεψιμότητα. Γιατί λοιπόν να αφιερώσει κάποιος εβδομάδες ολόκληρες για να γράψει μια είδηση, εάν υπάρχει η πιθανότητα να μην πληρωθεί καν για αυτήν;

Αντί να εκπαιδεύουμε μια μελλοντική γενιά δημοσιογράφων, δημιουργούμε μια γενιά bloggers και συναθροιστών ειδήσεων. «Χρειάστηκε να αρχίσουμε να προσφέρουμε επιπλέον χρήματα για αποκλειστικές ειδήσεις»,

αναφέρει η Apple. «Σκέφτηκα ότι πολλοί δημοσιογράφοι/αρθρογράφοι θα δελεάζονταν από κάτι τέτοιο, αλλά πολλοί είναι bloggers προς το ζην και η δουλειά τους είναι διαφορετική. Μια αποκλειστική είδηση έχει συνήθως περισσότερη επισκεψιμότητα και επιφέρει περισσότερους συνδέσμους (links), αλλά δεν είναι και απαραίτητο». (Η Apple δηλώνει ότι πρόσφατα έπαψε να πληρώνει για αποκλειστικές ειδήσεις).

Η αμοιβή με βάση την επισκεψιμότητα δημιουργεί ένα κίνητρο για περισσότερη δουλειά. Οι υποστηρικτές αυτών των μοντέλων αμοιβών, μαζί και ορισμένοι αρθρογράφοι, επισημαίνουν το στοιχείο αυτό ως ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματά τους. «Μπορεί να σου δώσει κίνητρο για να δουλέψεις πιο σκληρά από πριν», αναφέρει ο Paul Tassi, ο οποίος έγραφε στην True/Slant για ταινίες και βιντεοπαιχνίδια και τώρα είναι, με παρόμοιο συμβόλαιο, συνεργάτης της Forbes.

Μήπως όμως ο ρυθμός είναι υπερβολικά έντονος; Και δίνει άραγε σε κάποιον το περιθώριο να κάνει μια δουλειά βασισμένη σε εμπεριστατωμένη έρευνα; Ο Tassi γράφει περισσότερα από 15 κείμενα την ημέρα στην Forbes και σε άλλες ιστοσελίδες, μαζί και στη δική του. Και δεν είναι μόνο αυτό: ανεβάζει επίσης βίντεο για μια ιστοσελίδα και εργάζεται ως αρχισυντάκτης για κάποια άλλη. Γενικά, κερδίζει αρκετά χρήματα, αλλά καμία από τις δουλειές του δεν του προσφέρει ιατροφαρμακευτική περίθαλψη και δεν μπορεί να ξέρει πόσα χρήματα θα βγάλει το μήνα, έως ότου γνωστοποιηθούν τα ποσοστά επισκεψιμότητας και τα έσοδα από τις διαφημίσεις. Ο Tassi είναι μόλις 24 ετών και ως εκ τούτου μπορεί εύκολα να διαχειριστεί αυτόν τον φόρτο δουλειάς αλλά και τον τρόπο ζωής. Μπορεί όμως κάποιος να γράφει δύο κείμενα σε blog ανά ώρα για τα επόμενα 40 χρόνια καριέρας; Τι γίνεται στην περίπτωση που έχει κανείς παιδιά να φροντίσει;

Επιπλέον, δεν είναι ξεκάθαρο πώς η σύνδεση της πληρωμής με την επισκεψιμότητα θα επηρεάσει τη σχέση εργαζομένων-διεύθυνσης. Οι αρχισυντάκτες των ιστοσελίδων που πληρώνουν τους αρθρογράφους με ποσοστά βασισμένα στην επισκεψιμότητα έχουν ένα προφανές κίνητρο παραποίησης των ποσοστών επισκεψιμότητας, με σκοπό να αποφύγουν να πληρώσουν. Ένας αρθρογράφος ο οποίος ρωτήθηκε σχετικά ανέφερε ότι, κατά τη γνώμη του, τα ποσοστά επισκεψιμότητας που του παρουσίασαν οι αρχισυντάκτες του ήταν ύποπτα χαμηλά.

Οι αρχισυντάκτες έχουν, επίσης, τη δύναμη να επηρεάσουν την επισκεψιμότητα ενός αρθρογράφου βάζοντας τα κείμενά του στην αρχική σελίδα και προβάλλοντάς τα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή και το αντίθετο. Αρθρογράφοι τους οποίους ρώτησα σχετικά ανέφεραν ότι η διεύθυνση τους έδωσε όλα όσα δικαιούνταν και με το παραπάνω και δεν ανησύχησαν ποτέ μήπως τα άρθρα τους δεν προβάλλονταν αρκετά –τουλάχιστον όχι για κάποιον

άλλο λόγο πέραν των αποφάσεων της αρχισυνταξίας. Εντούτοις, το θέμα είναι ότι οι αρθρογράφοι εμπιστεύονται την τύχη τους όσον αφορά την αμοιβή τους στα χέρια κάποιου, ο οποίος πιθανώς να έχει κίνητρο να την υπονομεύσει.

Παίρνοντας ως παράδειγμα την Gawker, υπάρχουν όντως ενδείξεις ότι τα κίνητρα μπορούν στην πραγματικότητα να ενθαρρύνουν την ερευνητική δουλειά. Πριν από μερικά χρόνια, η Gawker Media είχε τη φήμη εργασιακού κάτεργου. Προσλάμβανε δημοσιογράφους/αρθρογράφους ως ελεύθερους επαγγελματίες πλήρους απασχόλησης χωρίς καμία αμοιβή και τους ζητούσε να γράφουν 12 κείμενα την ημέρα. Πέραν τούτου, λάμβαναν ποσοστά τα οποία βασίζονταν σε δείκτες επισκεψιμότητας. Υπήρχε όμως μία ειρωνική αντίφαση: ως βάση υπολογισμού της επισκεψιμότητας λαμβάνονταν τα ποσοστά του προηγούμενου τριμήνου και έτσι αυξανόταν σημαντικά το όριο επισκεψιμότητας που έπρεπε να επιτύχει κανείς για να αμειφθεί.

«Ήταν σαν να τιμωρούνταν κανείς για την επιτυχία του», αναφέρει ο Alex Pareene, ένας blogger της Salon, ο οποίος παλαιότερα είχε εργαστεί για την Gawker και την Wonkette, μία θυγατρική της Gawker. Είχε την υποχρέωση να δημοσιεύει 12 κείμενα την ημέρα και, επιπλέον, η μεγιστοποίηση της επισκεψιμότητας σήμαινε ελάχιστα χρόνο για την παραγωγή αυθεντικού δημοσιογραφικού έργου. Η επισκεψιμότητα μετριόταν με προβολές σελίδων, με αποτέλεσμα να ενθαρρύνεται η αύξηση των κλικ με φτηνά κόλπα. Πρώην bloggers της Gawker Media αστεϊεύονται ότι παροτρύνονταν με έμμεσο τρόπο να μετατρέπουν το καθετί σε εικόνες τύπου «διάσημες ρώγες στη φόρα (nip slips)», δηλαδή εικόνες διασήμων που κατά λάθος φάνηκε το στήθος τους.

Η Gawker προσέλαβε έκτοτε μισθωτούς δημοσιογράφους/αρθρογράφους πλήρους απασχόλησης. Επιπλέον, μεί-

## ΤΟ ΝΑ ΓΡΑΦΕΙ ΚΑΝΕΙΣ ΔΩΡΕΑΝ ΜΠΟΡΕΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙ ΝΑ ΑΠΟΦΕΡΕΙ ΚΕΡΔΗ – ΥΠΟ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

ωσε τον απαιτούμενο αριθμό των 12 κειμένων ημερησίως και δεν έδινε πια προσαύξηση με βάση τις προβολές σελίδων, αλλά τους μοναδικούς επισκέπτες. Οι πιο επιτυχημένες ιστοσελίδες της Gawker, όπως η Jezebel, λαμβάνουν ένα μπόνους που το μοιράζουν στους bloggers τους. Αυτό σημαίνει ότι μια δημοσιογραφική δουλειά με πραγματική έρευνα ή μία στοχαστική ανάλυση που φέρνει συνδέσμους από άλλα blogs αποτελεί το πιο πολύτιμο περιεχόμενο. Η εστίαση στους μοναδικούς επισκέπτες μετρά την ανταπόκριση και την απήχηση μιας δημοσίευσης στους νέους αναγνώστες –ενώ ταυτόχρονα μετατοπίζει την εστίαση από τους πιστούς αναγνώστες, που ενδεχομένως προβάλλουν επιπλέον σελίδες κάνοντας ανανέωση στη σελίδα για να συμμετέχουν σε μια συζήτηση (σε ένα νήμα). Από τη σκοπιά των επιχειρήσεων, κάθε μέτρηση έχει τα δικά της πλεονεκτήματα, αλλά η καταμέτρηση των μοναδικών επισκεπτών αποτελεί, αναμφισβήτητα, ένα καλύτερο μοντέλο ανταμοιβής της δημοσιογραφικής επιτυχίας.

«Ο Nick [Denton, ιδιοκτήτης της Gawker] προσπαθούσε να αποδομήσει το σύστημα, έτσι ώστε η επιλογή έκδοσης να βασίζεται στην ποιότητα και η δικαίωσή της στην επισκεψιμότητα», αναφέρει ο Pareene. Έτσι, χαιρόταν κανείς πια πολύ περισσότερο να δουλεύει στη Gawker, αλλά οι απαιτήσεις παρέμεναν εξίσου υψηλές. «Μια από τις ιδέες ήταν ότι μπορούσες να ξεδώσεις περισσότερο χρόνο σε ένα πραγματικά καλό κείμενο, αντί να δημο-

σιεύσεις τέσσερα σύντομα», εξηγεί ο Pareene. «Το κίνητρο για να συνεχίσεις να δουλεύεις παρέμενε, δεν αφορούσε όμως πια τον όγκο αλλά την ποιότητα δουλειάς».

Εν τω μεταξύ, η TPM (Talking Points Memo) εφάρμοζε διάφορα μοντέλα μέτρησης όσον αφορά τη χορήγηση του μπόνους, έτσι ώστε να ανταμείβονται δημοσιογράφοι με διαφορετικές αρμοδιότητες, και αυτοί που γράφουν άπειρες σύντομες ειδήσεις για τους τακτικούς επισκέπτες, αλλά και εκείνοι που γράφουν σημαντικά άρθρα που φέρνουν συνδέσμους.

Κατά τρόπο ειρωνικό, το μοντέλο της Faster Times λειτουργεί καλύτερα όχι για το ορμητικό παιδί που μόλις τελείωσε τη σχολή, αλλά για κάποιον που εργάζεται αλλού με πλήρη απασχόληση. Ο Clay Risen αναφέρει ότι πιθανώς να δούλευε ξανά με αυτόν τον τρόπο, εφόσον όμως αυτό θα ήταν μια συμπληρωματική δουλειά και όχι ο κύριος τρόπος βιοπορισμού του. «Δεν θα ήθελα να πρέπει να γράφω συγκεκριμένα πράγματα, επειδή έτσι μου υπαγορεύουν οι αριθμοί», αναφέρει χαρακτηριστικά, και στη συνέχεια προσθέτει ότι «αυτά τα κείμενα μπορούν να υπάρχουν, στο βαθμό που δεν αποτελούν το μοναδικό σύστημα».

Λίγους μήνες αφού είχα περάσει συνέντευξη στην The Faster Times, μου παρουσιάστηκε μια μεγάλη ευκαιρία. Προσλήφθηκα ως συντάκτης στο περιοδικό Newsweek με όλα τα μεγάλα οφέλη και την οικονομική ασφάλεια που συνεπάγεται αυτό. Όποιος διαβάζει το περιοδικό, γνωρίζει προφανώς τι συνέβη εκεί λίγο μετά από όταν προσλήφθηκα, τον Σεπτέμβριο του 2009. Αυτό το διάστημα εργάζομαι ξανά ως ελεύθερος επαγγελματίας και ιώθω περισσότερο ως πλανόδιος πωλητής παρά ως δημοσιογράφος, έτσι όπως είχα στον νου μου τη δημοσιογραφία. Τουλάχιστον, όμως, δεν εργάζομαι – προς το παρόν – με προμήθεια. **CJR**

Μετάφραση από τα αγγλικά:  
Βασιλεία Λιούλη

# Σκεφθείτε ... συνδεσμικά



ΤΩΝ MICHAEL SCHUDSON ΚΑΙ KATHERINE FINK



Πώς χρησιμοποιούν τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης τους υπερσυνδέσμους; Αν κρίνουμε από ορισμένες ιστοσελίδες, όχι και πολύ αποτελεσματικά. Αρκετοί ερευνητές της δημοσιογραφίας παρατήρησαν ότι συγκριτικά με τα blogs, τα ηλεκτρονικά ειδησεογραφικά άρθρα παρέχουν ελάχιστους υπερσυνδέσμους. Επιπλέον, οι περισσότεροι υπερσύνδεσμοι που εμφανίζονται στα ειδησεογραφικά άρθρα οδηγούν σε άλλες σελίδες εντός της ιστοσελίδας του εκάστοτε οργανισμού, με αποτέλεσμα να μην παρέχονται στους αναγνώστες οι πιο χρήσιμες πληροφορίες.

Για ποιο λόγο οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί αντιστέκονται στη χρήση υπερσυνδέσμων προς εξωτερικές ιστοσελίδες; Ορισμένοι ερευνητές επιχειρήσαν να απαντήσουν σ' αυτό το ερώτημα σε ένα ηλεκτρονικό άρθρο με τίτλο *New Media & Society* («Η Κοι-

ωνία και τα Νέα Μέσα»), το οποίο δημοσιεύθηκε τον περασμένο Δεκέμβριο. Ο Tsan-Kuo Chang από το City University του Χονγκ-Κονγκ και οι συνεργάτες του, Brian G. Southwell (RTI International), Hyung-Min Lee και Yejin Hong (University of Minnesota), πραγματοποίησαν έρευνα στο πλαίσιο της οποίας ρώτησαν αμερικανούς συντάκτες εφημερίδων και τηλεοπτικούς διευθυντές ειδήσεων αναφορικά με τους υπερσυνδέσμους. Οι ερευνητές κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι αποφάσεις σχετικά με το εάν θα υπάρξει κάποιος σύνδεσμος και με τι σχετίζονταν με οικονομικούς παράγοντες. Συγκεκριμένα, ένας σύνδεσμος που οδηγεί σε μία εξωτερική ιστοσελίδα ωθεί τους αναγνώστες να εγκαταλείψουν την αρχική ιστοσελίδα, ενώ οι εσωτερικοί σύνδεσμοι τους ωθούν να επισκεφθούν περισσότερες σελίδες

---

Ο Michael Schudson διδάσκει στο Πανεπιστήμιο Columbia, στο προπτυχιακό πρόγραμμα Δημοσιογραφίας.

---

Η Katherine Fink είναι διδακτορική φοιτήτρια στο Τμήμα Επικοινωνίας του Πανεπιστημίου Columbia.

---

της αρχικής ιστοσελίδας, με αποτέλεσμα τα καλύτερα ποσοστά επισκεψιμότητας και, θεωρητικά, την αύξηση των διαφημιστικών εσόδων. Οι συγγραφείς κατέληξαν περαιτέρω στο συμπέρασμα ότι «μια εθνοκεντρική δημοσιογραφική πρακτική» οδήγησε τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς στη συχνότερη χρήση συνδέσμων που οδηγούν σε αμερικανικές ιστοσελίδες, παρά σε ιστοσελίδες ξένων μέσων ενημέρωσης, κυβερνήσεων και οργανισμών.

Οι οικονομικοί παράγοντες και ο εθνοκεντρισμός αποτελούν πιθανές ερμηνείες για τις επιλογές μέσων ειδησεογραφικών οργανισμών όσον αφορά τη χρήση υπερσυνδέσμων. Εντούτοις, δεν είναι ξεκάθαρη η λογική βάσει της οποίας οι μελετητές κατέληξαν στα συγκεκριμένα συμπεράσματα. Καταρχάς, μόνο το 9,6 % των ερωτηθέντων στην έρευνα αυτή θεώρησαν τους συνδέσμούς που οδηγούσαν σε εξωτερικές ιστοσελίδες ως «οικονομικό απόπνημα» –ποσοστό αρκετά χαμηλό για να στηρίξει την εξήγηση του Chang και των υπολοίπων αναφορικά με τα οικονομικά. Και παρόλο που οι ερωτηθέντες στη έρευνα υπέδειξαν την προτίμησή τους για τη χρήση υπερσυνδέσμων που οδηγούν σε αμερικανικές ιστοσελίδες, ο λόγος της προτίμησης αυτής δεν είναι σαφής. Ενδεχομένως οι διευθυντές ειδήσεων να θεωρούν τη δημοσιογραφική τους δουλειά ανώτερη από εκείνη των ξένων ανταγωνιστών τους. Ενδεχομένως, βέβαια, η σύνδεση με ξένες ιστοσελίδες να μην ενδείκνυται ιδιαίτερα για τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς που καλύπτουν σε τοπικό επίπεδο αστυνομικό δελτίο, πολιτικά ή εκπαιδευτικά θέματα.

Επιπρόσθετα, η συγκεκριμένη έρευνα μπορεί να μην έθεσε τα σωστά ερωτήματα στους σωστούς ανθρώπους. Οι διευθυντές ειδήσεων δεν είναι κατ' ανάγκη αυτοί οι οποίοι λαμβάνουν τις καθημερινές αποφάσεις σχετικά με τους υπερσυνδέσμούς. Ορισμένα ανεπίσημα ερωτήματα που τέθηκαν σε δημοσιογράφους και συντάκτες υποδεικνύουν

## ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ BLOGS, ΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΚΑ ΑΡΘΡΑ ΠΑΡΕΧΟΥΝ ΕΛΑΧΙΣΤΟΥΣ ΥΠΕΡΣΥΝΔΕΣΜΟΥΣ

ότι οι αποφάσεις αναφορικά με τους υπερσυνδέσμούς μπορεί να προέρχονται είτε από την κορυφή της δημοσιογραφικής ιεραρχίας, είτε από τη βάση της, είτε από οποιοδήποτε άλλο ενδιάμεσο τμήμα της. Ορισμένες, μάλιστα, φορές η υπερσύνδεση γίνεται αυτόματα με κάποιο λογισμικό. Ένα άλλο πρόβλημα αναφορικά με την έρευνα του Chang είναι ότι επικεντρώθηκε σε γνώμες και όχι σε πρακτικές. Οι διευθυντές ειδήσεων ερωτήθηκαν για το τι πιστεύουν γενικά για το θέμα των υπερσυνδέσμων, αλλά όχι για το πώς χρησιμοποιούνται συγκεκριμένα οι υπερσύνδεσμοι.

Μολονότι ο καθηγητής δημοσιογραφίας του Δημοτικού Πανεπιστημίου της Νέας Υόρκης (CUNY) Jeff Jarvis υποστηρίζει ότι «πρέπει κανείς να κάνει αυτό που ξέρει καλύτερα και να αφήνει στους υπερσυνδέσμούς τα υπόλοιπα», για ποιο λόγο να θελήσει ένας ειδησεογραφικός οργανισμός να παραδεχθεί ότι οι ανταγωνιστές του διαθέτουν πληροφορίες τις οποίες ο ίδιος δεν διαθέτει;

Πιθανώς διότι αυτός παρέχει ένα πλουσιότερο σύνολο πληροφοριών στους αναγνώστες που επιζητούν μεγαλύτερη εμβάθυνση στο θέμα ή επειδή οι υπερσύνδεσμοί του υποδηλώνουν την ενδελεχή έρευνα πίσω από το κείμενο που διαβάζουν οι αναγνώστες. Η ιστοσελίδα PolitiFact χρησιμοποιεί συνήθως συνδέσμούς που οδηγούν στις πηγές των πληροφοριών τις οποίες χρησιμοποιεί για να ασκήσει κριτική στους πολιτικούς, σχετικά με την αντικειμενικότητα των ισχυρισμών

τους. Τον Δεκέμβριο, η ενημερωτική ιστοσελίδα ProPublica ξεκίνησε ένα πείραμα με την ονομασία «Εξερεύνηση Πηγών», με ένα κείμενο ερευνητικής δημοσιογραφίας του Marshall Allen που περιλαμβάνει υπερσυνδέσμούς με δεκάδες έγγραφα τα οποία ο Allen χρησιμοποίησε στην έρευνά του. Η επιλογή ενός συνδέσμου ανοίγει ένα νέο παράθυρο με το έγγραφο αναφοράς, στο οποίο τα σχετικά αποσπάσματα είναι υπογραμμισμένα.

Τα κείμενα που περιλαμβάνουν τόσους πολλούς υπερσυνδέσμούς καθιστούν τους δημοσιογράφους υπεύθυνους, αφού οφείλουν να δείξουν τις πηγές που χρησιμοποίησαν για το έργο τους. Επιπλέον, οι αναγνώστες μπορούν έτσι να βρουν περισσότερες πληροφορίες ή και να εμβαθύνουν στην αναζήτησή τους, εάν και εφόσον το επιθυμούν. Εντούτοις, εγχειρήματα όπως η «Εξερεύνηση Πηγών» απαιτούν, επίσης, πολλή δουλειά. Ο Allen ανέφερε στο Ινστιτούτο Poynter ότι «υπάρχουν ολόκληρα στρώματα μεταδεδομένων, απαραίτητα για την ολοκλήρωση μιας ιστορίας» –μαζί και η ηλεκτρονική ανάρτηση των εγγράφων, η υπογράμμιση των σχετικών τμημάτων, καθώς και η σύνδεση των εγγράφων στο κατάλληλο σημείο του άρθρου του. Ακόμη κι αν οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί προτιμούν να παραπέμπουν σε πηγές παρά να δημοσιεύουν οι ίδιοι τις πηγές αυτές, η εύρεση των καλύτερων συνδέσμων αποτελεί χρονοβόρα διαδικασία. Ο Chang και οι συνεργάτες του, δεν έδωσαν στους ερωτηθέντες στην έρευνά τους την επιλογή «ζητήματα σχετικά με τη διαδικασία της εργασίας», ως παράγοντα που συντελεί στη λήψη αποφάσεων σχετικά με τους υπερσυνδέσμούς. Έχουμε την υποψία ότι τέτοιου είδους ζητήματα είναι εξίσου, αν όχι περισσότερο, σημαντικά όσον αφορά τους υπερσυνδέσμούς από ό,τι οι οικονομικοί παράγοντες. **CJR**

Μετάφραση από τα αγγλικά:  
Βασιλεία Λιούδη

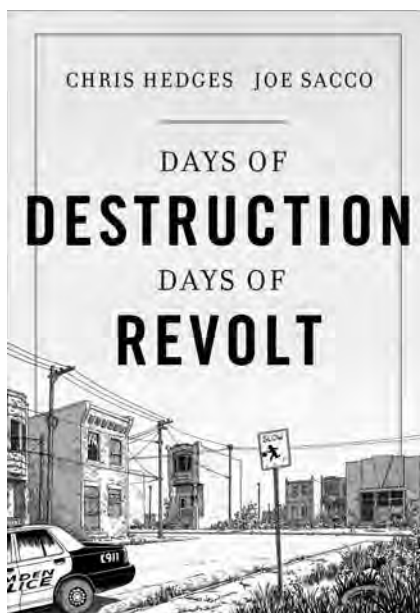
# Τυφλωμένοι από την σύγκρουση

Σε ένα καινούργιο βιβλίο σχετικά με τη φτώχεια στην Αμερική, τα ίδια τα κηρύγματα των συγγραφέων υπονομεύουν το μήνυμά τους.

**Days of Destruction,  
Days of Revolt**  
Chris Hedges και Joe Sacco  
Nation Books, 2012  
Σελ. 320



TOY JUSTIN PETERS



Το 2009, ο δημοσιογράφος Chris Hedges και ο κομίστας Joe Sacco θέλησαν να αποτυπώσουν την αμερικανική απελπισία. Για τα επόμενα δύο χρόνια, οι δύο αυτοί άνδρες γνώρισαν την αθλιότητα, ταξιδεύοντας σε ορισμένα από τα πλέον εξαθλιωμένα μέρη της Αμερικής: στον καταυλισμό Πάιν Ριτζ στη Νότια Ντακότα, με τα υψηλότερα ποσοστά, σε εθνικό επίπεδο, χρήσης ναρκωτικών, αλκοολισμού, καθώς και νεανικής αυτοχειρίας· στο Κάμντεν του Νιού Τζέρσι, μια από τις φτωχότερες και πιο επικίν-

δυνες πόλεις της χώρας· στο Γουέλς της Δυτικής Βιρτζίνια, όπου οι εταιρείες άνθρακα εξαντλούν ασταμάτητα τόσο τους ανθρώπινους όσο και τους φυσικούς πόρους· και, τέλος, στο Ιμόκαλι της Φλόριντα, όπου οι μετανάστες εργάτες γης δουλεύουν σαν πραγματικοί είλωτες.

Το βιβλίο με τίτλο *Days of Destruction, Days of Revolt* («Ημέρες Καταστροφής, Ημέρες Εξέγερσης») είναι ένα συγκεκριμένο όσο και καλοπροαίρετο υβρίδιο ρεπορτάζ, προφορικής ιστορίας και πολεμικής κριτικής. Ο Hedges, ο οποίος κέρδισε βραβείο Πούλιτζερ με τους *New York Times* και ο Sacco, ένας καλλιτέχνης-δημοσιογράφος που το βιβλίο του *Palestine* τιμήθηκε με το American Book Award, εγκωμιάστηκαν αμφότεροι για τον τρόπο με τον οποίο κάλυψαν τις συγκρούσεις, καθώς τα πρόσωπα του βιβλίου τους απεικονίζονται σαφώς ως θύματα πολέμου – ενός πολέμου που διεξάγεται από τις μοχθηρές δυνάμεις του εταιρικού καπιταλισμού ενάντια στους δύσμοιρους που δουλεύουν για ένα κομμάτι ψωμί. Πρόκειται για μια δραστική ιεραμιάδα, παρότι πάσχει σε επίπεδο τεκμηρίωσης. Διαθέτει σημαντική ερευνητική βάση, η οποία υποσκάπτεται από έναν άχαρο τόνο προπαγάνδας,

Ο Justin Peters είναι συντάκτης του ελεύθερου ρεπορτάζ για το CJR.

που αποσπά τελικά την προσοχή του αναγνώστη από το μήνυμα του βιβλίου.

Αφού αποχώρησε από τους *Times* το 2003, ο Hedges μου θύμιζε αγόρι των Amish που ζει την «rumspringa» του, (μια περίοδο της εφηβίας έξω από τα όρια της κοινότητάς του), απορρίπτοντας την ουδέτερη απάθεια της πρώην εφημερίδας του υπέρ μιας εμφατικά προοδευτικής και εκδηλωτικής δημοσιογραφικής προσέγγισης. Το έργο *Days of Destruction* συνεχίζει στο ίδιο ύφος και, προς τιμήν του, ο Hedges δηλώνει σαφέστατα ότι αυτός και ο Sacco δεν λειτουργούν ως αντικειμενικοί παρατηρητές, αλλά σαν να βρίσκονται σε αποστολή. Ο στόχος τους είναι ο εξής: «να δείξουν... πώς είναι η ζωή όταν η αγορά κυβερνά δίχως κανένα περιορισμό και οι άνθρωποι, καθώς επίσης και ο φυσικός κόσμος, χρησιμοποιούνται και μετά πετιούνται στο βωμό της μεγιστοποίησης του κέρδους».

## TO DAYS OF DESTRUCTION, DAYS OF REVOLT ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ ΣΥΓΚΕΧΥΜΕΝΟ ΟΣΟ ΚΑΙ ΚΑΛΟΠΡΟΑΙΡΕΤΟ ΥΒΡΙΔΙΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ, ΠΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΙΣΤΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΕΜΙΚΗΣ ΚΡΙΤΙΚΗΣ

Το δείχνουν αυτό παρουσιάζοντας σε μακροσκελή κεφάλαια τέσσερις περιοχές που βιώνουν έντονη κρίση. Τα κείμενα όπου ο Hedges περιγράφει τους ανθρώπους που γνώρισε και τις προκλήσεις που αυτοί αντιμετωπίζουν να εναλλάσσονται με την εικονογράφηση του Sacco, που απεικονίζει τους κατοίκους να αφηγούνται την ιστορία της ζωής τους. Παρότι τα οπτικά αυτά αποσπάσματα δεν εντάσσονται οργανικά στο βιβλίο, παραμένουν ενδιαφέροντα και σε συμφωνία με τη μορφή της προφορικής ιστορίας. Προσωπικά, θα ευχόμουν να ήταν ακόμη περισσότερα.

Υπάρχουν όμως και δυνατές στιγμές στο κείμενο: η περιγραφή του Γουάιτκλει στη Νεμπράσκα, μίας «πόλης» έκτασης ενάμιση οικοδομικού τετραγώνου, που υπάρχει για να πουλάει μπύρα στους κατοίκους του ινδιάνικου καταυλισμού απέναντι, εντός των ορίων της Νότιας Ντακότα· η κλεφτή ματιά στα εξαθλιωμένα τροχόσπιτα όπου ζουν οι εργάτες γης στο Ιμόκαλι· η όλο θλίψη συνέ-

ντευξη με τρεις ανέργους από τη Δυτική Βιρτζίνια, οι οποίοι συγκατοικούν στο ίδιο δωμάτιο σε μια πολυκατοικία αγορασμένη από τη FEMA, τον οργανισμό που είναι επιφορτισμένος με τους αστέγους, και βουλιάζει από κόσμο, κι ο ένας τους μάλιστα πεθαίνει από υπερβολική δόση επτά εβδομάδες μετά την επίσκεψη του Hedges. Οι άνθρωποι αυτοί συνήθως δεν γίνονται πρωτοσέλιδο και ως εκ τούτου οι Hedges και Sacco είναι αξιέπαινοι που έψαξαν και τους βρήκαν και κατέγραψαν τα ζόρια και τα προβλήματά τους

Παρά ταύτα, ο Hedges δεν αντιστέκεται στο πειρασμό του μανιφέστου, το οποίο από ένα σημείο και έπειτα γίνεται κουραστικό. [...] Οι προσωπογραφίες του βιβλίου εμφανίζονται συχνά λιγότερο σημαντικές από το πολιτικό πλαίσιο στο οποίο εντάσσονται. Το πρόβλημα έγκειται στο γεγονός ότι ο Hedges και ο Sacco δεν θέλουν να περιγράψουν ένα θανάσιμα λαβωμένο έθνος, αλλά να δείξουν ότι τη σκανδάλη την τράβηξε η εταιρική απληστία. Για τον σκοπό αυτό, κι αυτό ακριβώς είναι το μεγαλύτερο του πρόβλημα, το βιβλίο ορίζει συστηματικά τα πρόσωπά με βάση τις συμφορές τους και αποκλείει οτιδήποτε θα μπορούσε να παραπέμψει σε μια πολύμορφη εμπειρία. Οι Hedges και Sacco μιλάνε σε όλες τις ιερόδουλες και τους χρήστες ναρκωτικών που μπορούν να βρουν, αλλά σε ελάχιστους ανθρώπους που θα έδειχναν μια πιο πολύπλοκη εικόνα τόσο αυτών των κοινωνιών όσο και των οικονομικών δυνάμεων που τις έφεραν στο χάλι αυτό. Σπεύδουν να καταδείξουν τους κακούς και τα θύματα και παραγνωρίζουν έτσι τις αποχρώσεις της πραγματικότητας.

Το κεφάλαιο που αναφέρεται στο Κάμντεν είναι πραγματικά εκνευριστικό. Οι συγγραφείς πασχίζουν να δώσουν έμφαση στη μετά-βιομηχανική δυσθυμία της πόλης, η οποία βρίσκεται στις όχθες του ποταμού Ντέλαγουερ απέναντι από τη Φιλαδέλφεια. (Σε σύγκριση με το Κάμντεν, η Δυτική Βαλτιμόρη μοιάζει με το Γουέστ Εγκ). Ο πίνακας πάλι είναι πολύ απλουστευτικός. Οι Hedges και Sacco δεν έχουν κανένα πρόβλημα να παραλείψουν κάθε αναφορά στις γενιές που αγωνίστηκαν για τη μεγαλύτερη πολιτική συμμετοχή των μειονοτήτων, κάνοντας απλώς λόγο ελαφρά τη καρδία για «τις ενδοτικές ελίτ των μαύρων, των οποίων η αφοσίωση σπάνια εκτείνεται πέραν του δικού τους διεφθαρμένου στενού κύκλου». Αποφαινεται ότι στο Κάμντεν «ο κόσμος είναι χωρισμένος σε θηράματα και θηρευτές», μετατρέποντας έτσι την αστική φτώχεια σε ντοκιμαντέρ του *Animal Planet*. Αρνούνται να αναγνωρίσουν στους κατοίκους του Κάμντεν οποιαδήποτε δράση, κάτι που προφανώς δεν μπορεί να ισχύει. [...] Το Κάμντεν αποτελεί ένα τριτοκοσμικό περιβάλλον, όπου ζουν όμως άνθρωποι που δρουν κινούμενοι από φιλοδοξίες του πρώτου κόσμου, κάτι που κατέχει στην ιστορία της πόλης εξίσου σημαντική θέση με τους τεκέδες και τις ιερόδουλες,



Έχει κανείς την αίσθηση, σε ολόκληρο το βιβλίο, ότι οι Hodges και Sacco προσπάθησαν πολύ σκληρά για να βρουν στοιχεία και να στηρίξουν τις θέσεις τους. Ομολογουμένως, το βιβλίο είναι μια πολεμική κριτική, η οποία επιδιώκει να καταγγείλει άδικες πολιτικές και διαδικασίες, καθώς επίσης και να σφυρηλατήσει την εναντίον τους δημόσια διαμαρτυρία. Χρησιμοποιεί όμως ανθρώπους για να υποστηρίξει τις θέσεις του και η υπεραπλούστευση της αληθινής ζωής προκειμένου να υποστηριχθεί μια πολιτική, τελικά, θέση, απωθεί σε ένα βαθμό τον αναγνώστη. Όταν γράφει κανείς για ανθρώπους που ουδεμία σχέση έχουν με τα κοινωνικά πρότυπα – ανθρώπους που όλοι όσοι τους συναντούν τους αντιμετωπίζουν απλουστευτικά και τυποποιημένα–, έχει την ηθική υποχρέωση να γράφει για το ίδιο το άτομο και όχι μόνο για τις περιστάσεις του βίου του. Άραγε πόσοι από τα πρόσωπα των Hodges και Sacco θα αναγνώριζαν τους εαυτούς τους στο βιβλίο τους;

Σε ένα βιβλίο που φαινομενικά αφορά ανθρώπους που ζουν στο περιθώριο, ο άνθρωπος τον οποίο ακούμε περισσότερο να μιλά είναι ο κάτοικος του Πρίνστον Chris Hedges. Μέχρι ενός σημείου, αυτό το σέβομαι. Σε κάθε ιστορία καθρεφτίζεται ο αφηγητής της και, πέραν αυτού, ο Chris Hedges δεν κρύβει τα πιστεύω του. Αλλά το παρακάνει και οι υπερβολές του υπονομεύουν εντέλει το μεστό και καλογραμμένο βιβλίο του. Τον βλέπουμε λόγω χάρη να δίνει έμφαση σε ένα χωρίο για τη φτώχεια των ιθαγενών Αμερικανών με την ακόλουθη, αδέξια φράση: «Η τυραννία την οποία επιβάλλαμε στους άλλους, επιβάλλεται τώρα και σε μας». Τον βλέπουμε επίσης στη μαύρη από τον άνθρακα ενδοχώρα της Δυτικής Βιρτζίνια, σε ένα τοπίο που μιλά από μόνο του, να αποφαινεται ότι «αυτοί που επιδίδονται σε αυτή τη λεηλασία θεωρούν πιθανώς ότι οι ίδιοι μπορούν να γλιτώσουν από την ίδια τους την καταστροφικότητα. Θεωρούν ότι ο πλούτος, τα προνόμια και οι κλειστές τους κοινωνίες θα τους σώσουν». Είναι σαν να θεωρεί ότι δεν μπορούμε να εννοήσουμε το επιχείρημα του και μας σφυροκοπά με αυτό συνεχώς, σε κάθε σελίδα, μαζί με ένα επαναλαμβανόμενο «Δεν έχεις τίποτα να χάσεις εκτός από τις αλυσίδες σου!!!».

Είναι εξαντλητικό, και μιλώ από τη σκοπιά ενός φιλοεργατικού που συμφωνεί με την άποψη ότι οι υπερβολές των εταιρειών έχουν σακατέψει την εργατική τάξη. Η αμερικανική κοινωνία απέτυχε παταγωδώς και είναι καλό το γεγονός ότι οι δημοσιογράφοι τολμούν να καταγράψουν τα συντρίμια. Αλλά, η καλύτερη δουλειά του Hedges για τους *Times*, στη Βοσνία ως πούμε, απέδειξε πως, όταν τα στοιχεία της τραγωδίας είναι τόσο εμφανή και συντριπτικά, ένας καλός δημοσιογράφος θα πρέπει απλώς να τα περιγράφει και να αφήνει τα γεγονότα να μιλήσουν από μόνα τους.

Μοιραία συγκρίνει κανείς το βιβλίο του με το έργο *Let*



**Μεθυσμένη γροθιά** Η συγγραφική αδεξιότητα αδικεί μία σημαντική ιστορία για την ανισότητα.

*Us Now Praise Famous Men* (Αινέσωμεν δη άνδρας ενδόξους), καρπό συνεργασίας μεταξύ του Walker Evans και του James Agee που παρουσίασαν τρεις οικογένειες επίμορτων καλλιεργητών στα τέλη της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης του 1929. Με τα πρόσωπα του συγκεκριμένου βιβλίου μπορεί κανείς να συμπάσχει, αλλά δεν τα λυπάται. Ή μπορεί ακόμα να το συγκρίνει με το πιο πρόσφατο έργο, του 2011, *Someplace like America* («Κάπου σαν την Αμερική»), στο οποίο ο φωτογράφος Michael Williamson και ο δημοσιογράφος Dale Maharidge καταγράφουν τη δική τους προσωπική περιήγηση στη φτώχεια απ' άκρου εις άκρο της χώρας. Στην εισαγωγή του βιβλίου, ο Maharidge συλλογίζεται την εκπληκτική επιμονή και αντοχή που είδε στα μάτια των ναρκομανών, των καταληψιών, των χειρωνακτών και των ιδεαλιστών. Μπορεί να χτυπήθηκαν, αλλά δεν ηττήθηκαν. «Άνθρωποι με τέτοιο βλέμμα δεν μπορούν να συντριβούν», αναφέρει χαρακτηριστικά.

Όμως, στο έργο *Days of Destruction*, στις προφορικές ιστορίες, καθώς επίσης και στις εικονογραφήσεις, το βλέμμα των προσώπων είναι χαμηλωμένο και κενό, σαν να περιμένουν είτε τη σωτηρία είτε την καταδίκη, όποια προλάβει και καταφθάσει πρώτη. (Το μόνο ίχνος χαμόγελου και ζωντάνιας εντοπίζεται στα σκίτσα του Sacco τα οποία συνοδεύουν το τελικό κεφάλαιο, που αφορά στο Κίνημα Κατάληψης της Γουόλ Στριτ (Occupy Wall Street): οι εκδηλώσεις διαμαρτυρίας του έχουν συγκριθεί με τις πράξεις που κατάφεραν να ανατρέψουν τον ρουμάνο δικτάτορα Nicolae Ceausescu, καθώς επίσης και με την πτώση του Τείχους του Βερολίνου). Οι Hedges και Sacco κοίταξαν κατάματα την Αμερική και προφανώς αυτό είναι το θέαμα που αντίκρισαν. Το θέμα είναι ότι η εικόνα δεν είναι ολοκληρωμένη. **CJR**

Ο Joe Sacco είναι δημοσιογράφος και συγγραφέας του ρεπορτάζ με μορφή κόμικς *Palestine*, το οποίο κυκλοφορεί στα Ελληνικά από τις εκδόσεις ΚΨΜ, 2006.

Μετάφραση από τα αγγλικά: Βασιλεία Λιούλη

# EPT, η αντίσταση στο μαύρο: the inside story

ΤΗΣ ΒΑΛΙΑΣ ΚΑΪΜΑΚΗ

Οι εξελίξεις στην EPT βρήκαν αυτό το πρώτο τεύχος της *Δημοσιογραφίας*, με αφιέρωμα «Λογοκρισία-Αυτολογοκρισία», στη διαδικασία της εκτύπωσης.

**Μπορεί οι δέκτες των τηλεθεατών να «μαύρισαν» κατ' εντολήν της κυβέρνησης, ωστόσο οι εργαζόμενοι της EPT κατάφεραν ένα μικρό θαύμα.**

Να συνεχίσουν το πρόγραμμα και ταυτόχρονα να εξασφαλίσουν την όσο μεγαλύτερη εκπομπή του.

Σε αυτό, σημαντική ήταν η συμβολή της European Broadcasting Union (EBU), η οποία από την αρχή δήλωσε την αντίθεσή της στο «μαύρο» και μάλιστα ενεργά: πήρε το σήμα που εξέπεμπε η EPT και το ανέβασε στον δορυφόρο, στη συχνότητα της ERT Sat. Οι τεχνικοί της EPT, οι οποίοι εργάστηκαν μερόνυχτα, ανέβηκαν στις κεραίες στα βουνά, τοποθέτησαν δορυφορικά πιάτα, όπου δεν υπήρχαν ήδη, ώστε να λαμβάνουν το σήμα της EBU, και συνέδεσαν τους πομπούς με τα πιάτα. Έτσι, μπόρεσαν να δώσουν το σήμα της EPT εκεί όπου οι κεραίες δεν φυλάσσονταν από τα MAT, όπως έγινε στους πομπούς του Υμηττού, της Πάρνηθας, της Αίγινας, του Χορτιάτη, της Καλαμάτας, της Τρίπολης... Δυστυχώς, μετά από μερικά 24ωρα, η EBU αναγκάστηκε να κόψει την εκπομπή της κι έτσι βρέθηκε εναλλακτικός τρόπος – ασύρματα – μέσω radio-link

από τους περιφερειακούς σταθμούς.

Εν τω μεταξύ, στο ραδιομέγαρο της Αγίας Παρασκευής το πρόγραμμα συνέχισε ειδησεογραφικό με 24ωρες βάρδιες. Κάποιοι εξαφανίστηκαν από την αρχή, κάποιοι χάθηκαν στον δρόμο, κάποιοι αυτοανακηρύχθηκαν σε ηγέτες, κάποιοι συνέχισαν να περνάνε «γραμμή», όμως μέσα από αυτό το αλαλούμ, δημοσιογράφοι και τεχνικοί της EPT έδωσαν τη μάχη της δημόσιας ενημέρωσης.

Το «μαύρο» προκάλεσε σεισμό και στα social media, τόσο από εγχώριους όσο και ξένους σχολιαστές, με το αντίστοιχο hashtag στο Twitter (#ert) να μπαίνει στη δεύτερη θέση της κορυφαίας δεκάδας των worldwide trends της πλατφόρμας. Σε αυτήν την περίπτωση βέβαια, τα social media δεν προκάλεσαν ή μεγέθυναν το θυμό ή την αντίδραση εργαζόμενων και απλού κόσμου για τα συμβάντα, αλλά διέδωσαν κάτι που ήδη συνέβαινε, κρατώντας μεγάλο βάρος της ενημέρωσης του κόσμου. Ιδιαίτερα στο εξωτερικό, αφού πολλοί Έλληνες δημοσιογράφοι – και όχι όλοι από την EPT – τα χρησιμοποίησαν για να ενημερώσουν τους συναδέλφους τους. ♪

Η Βάλια Καϊμάκη είναι δημοσιογράφος, δρ. Επικοινωνίας και διδάσκουσα στο ΜΠΣ «Επικοινωνία & Δημοσιογραφία» του ΑΠΚΥ.

## Μετά την EPT: ταξίδι στην ομίχλη

Το πού θα καταλήξει η ιστορία που άνοιξε η Κυβέρνηση Σαμαρά με την κατάργηση της EPT μέσω ΠΝΠ, είναι πολύ νωρίς για να το προδιαγράψει κανείς...

Πάντως, ήδη, από Κυβέρνηση ΝΔ-ΠΑΣΟΚ-ΔΗΜΑΡ βρεθήκαμε σε Δικομματική Σαμαρά-Βενιζέλου, με ανοχή ΔΗΜΑΡ. Στο κυβερνητικό «μαύρο» της EPT αντιπαρατάχθηκε πολυήμερη γενική συσκότιση ειδήσεων με συνδικαλιστική πρωτοβουλία. Η Δικαιοσύνη βρέθηκε εκούσα-άκουσα να ρυθμίζει ζητήματα βαθύτατα πολιτικά. Η «Ευρώπη» ήρθε σε αντιπαράθεση με την ελληνική διαχείριση – και αποκήρυξε κάθε ευθύνη. Α, ναι, και η ελευθερία του λόγου αποδείχθηκε ρηχά προσχηματική έννοια.

Η ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ βρισκόταν στο τυπογραφείο όταν έπεσε (και) αυτή η κεραμίδα. Περιορίζεται σε αυτήν τη λακωνική καταγραφή: ταξίδι στην ομίχλη.

## ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ



## ΝΕΕΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΕΣ

του ιδίου:  
Η ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗ ΩΣ ΕΥΚΑΙΡΙΑ | Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΟΝΙΜΟΤΗΤΑ  
ΤΗΣ ΟΡΓΗΣ | ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗΝ ΚΑΛΙΕΡΓΕΙΑ | ΤΟ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ  
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ | Η ΚΑΤΑΡΡΕΥΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ  
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ | ΕΠΑΙΝΟΣ ΨΗΦΟΥ ΤΙΜΩΡΗΤΙΚΗΣ | ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΑΜΕΣΟΤΗΤΑ



**ΧΡΗΣΤΟΣ  
ΓΙΑΝΝΑΡΑΣ**  
Το πρόβλημά  
μας είναι  
πολιτικό,  
όχι  
οικονομικό.



**ARJA  
ΣΑΙΙΟΝΜΑ**  
Μια νέα  
γυναίκα  
αποκαλύπτεται.  
Η συνάντηση  
με τον Μίκη



**ΠΕΡΙΚΛΗΣ  
ΣΦΥΡΙΔΗΣ**  
Τα ερωτικά.  
Διηγήματα



**ΓΙΑΝΝΗΣ  
ΑΝΤΩΝΙΑΔΗΣ**  
Σκάκι και  
λογοτεχνία.  
Μια ανθολογία



**ΑΙΜΙΛΙΟΣ  
ΕΔΕΝ**  
Το βιβλίο της  
ποίησης



**ΝΟΤΗΣ  
ΜΑΥΡΟΥΔΗΣ**  
Παγκόσμιο  
Μουσικό  
Χρονολόγιο



**ΜΑΥ  
ROOSEVELT**  
Μουσική  
σε ποίηση  
Ντίνου  
Χρισσανόπουλου

Το μεγαλύτερο  
ηλεκτρονικό  
βιβλιοπωλείο!

Περιηγηθείτε στο

# ΙΑΝΟΣ.GR

ΝΕΕΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΕΣ

BESTSELLERS

ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΝΕΑ

ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ



**130.000**  
προϊόντα



Η επικοινωνία άλλαξε!  
Μπορείς κι εσύ!

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών  
Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών  
Επικοινωνία και Δημοσιογραφία



ΑΝΟΙΚΤΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΚΥΠΡΟΥ  
www.ouc.ac.cy

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Επικοινωνίας και Δημοσιογραφίας

ouc\_edm

oucedm

commediama

media-press

oucedm

Edm OpenUniversityCyprus