

Δημήτρης Τρίμης

ΜΜΕ και κρίση: η κότα και τ' αβγό

Όσο λιγότερο οργανωμένη δημοκρατικά είναι μια κοινωνία, τόσο ενισχύεται η επιρροή των πάσης φύσεως προπαγανδιστικών μηχανισμών - και συνεπώς οι ελέγχοντες τους μηχανισμούς προπαγάνδας είναι αυτοί που καθορίζουν σχεδόν αποκλειστικά την πολιτική ατζέντα και ουσιαστικά διευθύνουν την κοινωνία. Οι ισχυρότεροι από τους μηχανισμούς ιδεολογικής επιρροής και πολιτικής προπαγάνδας, είναι τα ηλεκτρονικά Μέσα Ενημέρωσης και κυρίως η τηλεόραση. Η ιδιωτικοποίησή τους, στην πραγματικότητα η δωρεάν εκχώρησή τους σε κατεστημένα πολιτικο-οικονομικά “τζάκια”, νομίζω ότι σημάδεψε από το 1989 και έκτοτε τις πολιτικές και κοινωνικές εξελίξεις. Συνέβαλε στο “οικονομικό θαύμα” με τα ευρωπαϊκά προγράμματα και τις αλματώδεις αυξήσεις του ΑΕΠ, υποστήριξε τις αλληπάλληλες “απελευθερώσεις” των αγορών και τους “εκσυγχρονισμούς” στο τραπεζοκεντρικό οικονομικό σύστημα, συσκότισε την βαρβαρότητα κατά των μεταναστών, έδωσε το σύνθημα για τη χρηματιστηριακή “άνοιξη”, για το εκτεταμένο real estate και τον τουρισμό, για τα δανεικά και τα λοιπά κερδοφόρα χρηματοπιστωτικά προϊόντα (που σήμερα παγιδεύουν εκατοντάδες χιλιάδες πολιτών) και συγκρότησε τελικά ένα νέο “πολιτισμό”: το νέο καταναλωτικό, ατομικιστικό μοντέλο ζωής.

Η εργασία, η ανθρώπινη αξιοπρέπεια (ανεξάρτητα από φυλή και θρησκεία), το κοινωνικό κράτος, όπως και η δικαιοσύνη, τα τελευταία χρόνια απαξιώθηκαν συστηματικά. Οι πολιτικές οργανώσεις, οι κοινωνικές, οι επιστημονικές ενώσεις, τα συνδικάτα, οι συλλογικές προσπάθειες της τοπικής αυτοδιοίκησης, τα δημόσια πανεπιστήμια και τα σχολεία δεν μπόρεσαν να αντιμετωπίσουν τη λεηλασία του δημόσιου πλούτου και τη διάλυση του κοινωνικού ιστού, αρνούμενες να αντιληφθούν ότι από τα μέσα του '90 η χώρα

μεταλλάχθηκε σε ένα βαλκανικό υβρίδιο “κοινωνίας 2/3”.

Πολλοί εκπρόσωποι της λεγόμενης κοινωνίας των πολιτών και των συνδικάτων σύρθηκαν στις πεπονόφλουδες που κάθε φορά τους έβαζε ο κυρίαρχος λόγος μέσω της “τηλε-δημοκρατίας” και προσχώρησαν, εσκεμμένα πολλές φορές, στο παιχνίδι του θεάματος και των εντυπώσεων ...για να “επιβιώσουν”. Οι δημοκρατικές διαδικασίες, το συλλογικό όραμα, το κοινωνικό συμφέρον και ο προγραμματικός λόγος μαράζωσαν, σε πάμπολλες περιπτώσεις με το αζημίωτο. Πελατειακές σχέσεις και άφθονο χρήμα εξαγόραζαν και εξαγοράζουν ελαστικές συνειδήσεις, αλλά και συντεχνίες, κλάδους, κοινότητες, πολιτιστικά και ιδεολογικά ρεύματα ολόκληρα.

Στο κενό που άφηνε ο, ουσιαστικά ανύπαρκτος, δημοκρατικός κοινωνικός έλεγχος, διαμορφώθηκε και ένα ασύλληπτης έκτασης φαινόμενο ανομίας, παραοικονομίας και εγκληματικότητας με αποτέλεσμα να θησαυρίζουν ιδιώτες, να διευρύνονται οι κάθε είδους ανισότητες και να “χρεοκοπούν” αργά αλλά σταθερά τα δημόσια οικονομικά, η δημόσια υγεία, η ασφάλιση, η παιδεία κ.ο.κ.

Εστία της νέας “κοινωνικής συμμαχίας” ήταν και παραμένουν τα ΜΜΕ. Γύρω τους στήθηκε ένα πάρτι συμμοριών με όλα τα χαρακτηριστικά της μαφίας, αλλά και άφθονο “ψυχαγωγικό θέαμα” για τον εφησυχασμό, την παραπλάνηση και την καταναλωτική καθοδήγηση των μαζών. Η κοινωνία του καναπέ ήταν γεγονός. Έκτοτε, ό,τι δεν “λέει” η τηλεόραση δεν υπάρχει και ό,τι σερβίρει, παρά τη γκρίνια και τις διαφωνίες των πελατών της, τελικά επικρατεί.

Νομίζω ότι σήμερα που η οικονομική κατάρρευση οδηγεί στη βαρβαρότητα, χωρίς αυταπάτες και ανέξοδους βερμπαλισμούς, πρέπει να δημιουργήσουμε -ίσως και από την

αρχή- δημοκρατικές και δημιουργικές εστίες αντίστασης και αλληλεγγύης. Η ολομέτωπη σύγκρουση με τα ΜΜΕ, με το “κεντρικό” περιεχόμενό τους και τα καλοταϊσμένα golden boys & girls τους, αν και επιβεβλημένη, προφανώς δεν σημαίνει και πολλά πράγματα από μόνη της, πέρα από μια ακόμα βεντέτα στο έδαφος της κρίσης. Χρειάζονται εναλλακτικές, δίκαιες και παραγωγικές λύσεις για την κοινωνία, νέες μορφές οργάνωσης της ζωής μας με επικεφαλής νέους και ζωντανούς ανθρώπους που να ...πολεμάνε και να τραγουδάνε.

Πηγή: Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 07.2010 και edromos.gr