

Φιλοσοφικές σκέψεις γιά την επικοινωνία

του Νικ. Α. Γ. Λιναρδάτου

Πρίν από εβδομήντα τόσα χρόνια ο Walter Lippman (1889-1974), διακεκριμένος Αμερικανός πολιτικός σχολιαστής και συγγραφέας είχε ισχυρισθεί πως το κοινό «είναι ένα φάντασμα που καταφθάνει στο μέσο της τρίτης πράξεως και αποχωρεί πριν από το τελικό κλείσιμο της αυλαίας». Από τότε πολλά άλλαξαν στην οργάνωση των κοινωνιών και τον ρόλο που παίζει το κοινό. Ο πλασιασμός και η ανάπτυξη των μαζικών μέσων επικοινωνίας (όχι «ενημέρωσης») έδημιούργησαν νέες συνθήκες και νέες προκλήσεις στην πολιτική διαμόρφωση των δυτικών δημοκρατιών. Ύστερα με το παιχνίδι των δημοσκοπήσεων κυρίαρχη πλέον είναι η άποψη πως η κοινή γνώμη είναι ο πρωταγωνιστής.

Από την επικοινωνιακή αυτή υπερφόρτωση ανέκυψαν μεγάλα προβλήματα εν σχέσει με την πολιτική διαδικασία και γενικώτερα με την κοινωνία. Στα παλιά μέσα μεταδόσεως πληροφοριών (τύπος, φωτογραφία, τηλεγράφοι, τηλέφωνο) προστέθηκαν κατά τον περασμένο αιώνα το ραδιόφωνο, η τηλεόραση, δορυφόροι επικοινωνίας, ηλεκτρονικοί υπολογιστές, το διαδίκτυο και άλλα. Παρατηρείται σήμερα να εξασθενίζει ο ρόλος του γραπτού Τύπου και να πρωταγωνιστεί η τηλεόραση με μελλοντική προοπτική τη διεύρυνση και έδραϊωση του διαδικτύου. Και τούτο λόγω της άμεσης πλέον και ενεργού συμμετοχής στην επικοινωνία πλείστον (δυνάμει, όλων των χειριστών του internet, blogs κ.λπ.) πολιτών.

Αυτές οι σκέψεις μου άρχισαν να διαμορφώνονται εξ άφορμης δύο περιστατικών της είδησεογραφίας των τελευταίων ημερών. Αναφέρομαι στη βαθιά κρίση, στην όποια βράζει η διεθνώς πασίγνωστη γαλλική εφημερίδα Le Monde και, δεύτερο, στην είδηση ότι ο Γερμανός φιλόσοφος Jurgen Habermas συνηγορεί σε άρθρο του υπέρ της επιδοτήσεως των εφημερίδων ποιότητας εξ άφορμης φημών ότι η Suddeutsche Zeitung, μία από τις πιο έγκυρες γερμανικές εφημερίδες, διατρέχει, λόγω οικονομικών προβλημάτων, τον κίνδυνο να περιέλθει στην ιδιοκτησία επιχειρηματικών όμιλων.

Και η κρίση στη Le Monde, παρ' όλο που έχει πάρει τη μορφή οξυτάτης αντιπαράθεσης μεταξύ του «έμβληματικού» επί κεφαλής της εφημερίδας Jean Marie Colombani και μεγάλου μέρους του συνόλου των εργαζομένων σ' αυτήν, έχει ένα χοντρό οικονομικό υπόστρωμα. Η εφημερίδα τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει μεγάλα οικονομικά έλλειμματα και έχει συσσωρευμένο ένα πολύ βαρύ χρέος.

Επιστρέφουμε στον Habermas («ένα δεύτερης γενιάς μέλος της Σχολής της Φραγκφούρτης, που σήμερα είναι πέραν κάθε αμφιβολίας ή πιο διακεκριμένη – όπως επίσης αμφιλεγόμενη – μορφή στον γερμανικό φιλοσοφικό και κοινωνικοκριτικό διαλογισμό». The Oxford Companion to Philosophy) και στο άρθρο του (του όποιου μετάφραση έδημοσιεύθηκε στο «Βήμα» της Κυριακής 27 Μαΐου).

Τό άρθρο λοιπόν αρχίζει με τη διαπίστωση πως: «Υπάρχει φόβος ότι οι αγορές στις όποιες πρέπει σήμερα να επιβληθούν οι εθνικές εκδοτικές επιχειρήσεις δεν είναι προσαρμοσμένες στη διπλή λειτουργία την όποια επιτελούσε ως τώρα ο ποιοτικός Τύπος: να ικανοποιεί τη ζήτηση για ενημέρωση και πολιτισμό, παραμένοντας ταυτόχρονα αρκετά επικερδείς». Σύμφωνα με μελέτη της «επιστήμης της επικοινωνίας» ο Τύπος ποιότητας διαδραματίζει για τους αναγνώστες ως πολίτες τον ρόλο «κατευθυντήριου μέσου». Η επιχειρηματολογία του Habermas είναι μάλλον στρυφνή. Αξιοπαρατήρητη είναι και για τη σαφήνιά της η πρόταση: «Χωρίς την εισροή πληροφοριών, των όποιων η ανάζητηση και η έρευνα μπορεί να είναι δαπανηρές και χωρίς την επανάληψη αυτών των πληροφοριών μέσω επιχειρημάτων, τα όποια προϋποθέτουν κατάρτιση που επίσης δεν προσφέρεται δωρεάν, η δημόσια επικοινωνία δεν μπορεί παρά να χάσει τη διαλεκτική ζωτικότητα της. Η δημόσια σφαίρα κινδυνεύει τότε να μην είναι σε θέση να αντισταθεί στις λαϊκιστικές τάσεις, ούτε να επιτελέσει τη λειτουργία που είναι καθήκον της να επιτελεί στο πλαίσιο ενός κράτους δικαίου».

Συμπέρασμα: «Τό ότι τό κράτος θά προσπαθήσει να προστατεύσει τό δημόσιο αγαθό και ιδιαίτερα αυτό του ποιοτικού Τύπου δεν πρέπει να θεωρηθεί ως “λάθος του συστήματος”. Τό θέμα είναι να δούμε πως μπορεί να τό κατορθώσει καλύτερα και αυτό δεν είναι παρά ένα πραγματιστικό ζήτημα».

Έχρινα ενδιαφέρουσα αυτήν τη μικρή έπιλογή παρατηρήσεων και όποιαδήποτε άνομοιότητα με τά συμβαινόντα εν Ελλάδι είναι τελείως συμπτωματική.

Στό πλαίσιο στηρίξεως της επιχειρηματολογίας του ό Γερμανός φιλόσοφος διατυπώνει και μερικές καιριες παρατηρήσεις για την τηλεόραση, όπως π.χ. ότι οι σχετικοί με τά ΜΜΕ τοπικοί νόμοι και οι αποφάσεις του (γερμανικού) Συνταγματικού Δικαστηρίου άπτηχούν την αντίληψη ότι τά ηλεκτρονικά μέσα μαζικής επικοινωνίας δεν πρέπει να ικανοποιούν μόνο τις άνάγκες ψυχαγωγίας των καταναλωτών, οι όποιες εύκολα έμπορευματοποιούνται. «Οί άκροατές και θεατές δεν είναι μόνο καταναλωτές... Είναι επίσης πολίτες, οι όποιοι άπολαμβάνουν ένα δικάιωμα πολιτιστικής συμμετοχής, προσβάσεως στό πολιτικό γεγονός και συμμετοχής στόν σχηματισμό κοινής γνώμης». Και μία άκόμα παρατήρηση: «Τό δημόσιο δικάιο έχει εγκαταστήσει έναν πολύ καλό μηχανισμό, ό όποιος πλαισιώνει τά ηλεκτρονικά μέσα».

Αυτά συμβαίνουν στον κόσμο και αυτά σκέπτονται μεγάλοι στοχαστές. Τι όμως για τά καθ' ήμάς; Έπειδή είχα άλλοτε άσχοληθεί έπαγγελματικά με τον Τύπο και την επικοινωνία με ρωτούν: Γιατί δεν λειτουργούν στην χώρα μας οι μηχανισμοί; Υπάρχουν και στην Ελλάδα. Έξέμειναν από καύσιμα; Ένώ άλλοι παραλληλίζουν: Η Anne Sinclair παράτησε την τηλεοπτική έκτομή της Sept sur Sept όταν ό άνδρας της Dominique Strauss-Kahn έγινε τό 1997 ύπουργός στην κυβέρνηση Jospin και την μιμούντα η Christine Okrent, σύζυγος του ύπουργού Έξωτερικών και Ευρωπαϊκών ύποθέσεων στη νέα γαλλική κυβέρνηση Bernard Kouchner και η Beatrice Schonberg, σύζυγος του Jean-Louis Borloo, τώρα ύπουργού Οικονομίας-Οικονομικών και Άπασχολήσεως. Έ! Και;