

ΚΕΔΙΣΑ  ΚΕΔΙΣΑ

ΚΕΝΤΡΟ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ
CENTER FOR INTERNATIONAL STRATEGIC ANALYSES

Ο ρόλος της προπαγάνδας και ειδικότερα η
σχέση της με τα μέσα ενημέρωσης στον
κλάδο των Διεθνών Σχέσεων

Σταυριανή Σάγου

Ερευνητική Εργασία νο. 112

ΚΕΔΙΣΑ ΚΕΔΙΣΑ

ΚΕΝΤΡΟ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΑΝΑΛΥΣΕΩΝ
CENTER FOR INTERNATIONAL STRATEGIC ANALYSES

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΚΕΔΙΣΑ

Δρ. Ανδρέας Γ. Μπανούτσος	Πρόεδρος
Δρ. Παναγιώτης Σφαέλος	Αντιπρόεδρος & Δ/ντης Ερευνών
Γεώργιος Κουκάκης	Γενικός Γραμματέας
Αργέττα Μαλιχουτσάκη	Οικονομική Διαχειρίστρια
Βασιλική Καντιώτη	Μέλος
Μαρία Ντάμπου	Μέλος
Αικατερίνη Μαρούκη	Μέλος

© 2025 Center for International Strategic Analyses (KEDISA, All Rights Reserved)

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without permission of the publisher



**ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ, ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ
ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**

ΤΜΗΜΑ ΙΣΤΟΡΙΑΣ, ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

DIRSS626

ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Θέμα: Ο ρόλος της προπαγάνδας και ειδικότερα η σχέση της με τα μέσα ενημέρωσης στον κλάδο των Διεθνών Σχέσεων

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΣΑΓΟΥ ΣΤΑΥΡΙΑΝΗ-ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ

Δεκέμβριος 2023

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....ΣΕΛ 2-3
2. Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ.....ΣΕΛ 3-4
3. ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ ΩΣ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΜΕΣΟ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....ΣΕΛ 5-7
4. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ..... ΣΕΛ 7-9
5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,, ΣΕΛ 10
6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣΕΛ10- 11

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε πρώτο στάδιο ως προπαγάνδα μπορεί να ονομαστεί μία συλλογή πληροφοριών οι οποίες έχουν παραπλανητικό χαρακτήρα χωρίς να προσδίδουν αληθινά στοιχεία για να πετύχουν πολιτικούς στόχους ή να καλύψουν τα συμφέροντα των ατόμων που κατέχουν μία ανώτερη εξουσία. Σύμφωνα με τον Stanley η προπαγάνδα σχηματίζει ιδεολογίες προβληματικές που υπάρχουν σε μία διεθνή κοινωνία(βλ.σελ 4 Stanley 2015). Η προπαγάνδα γενικότερα έχει την τάση να δημιουργεί μία εσφαλμένη ιδεολογία επηρεάζοντας την ψυχική κατάσταση των ατόμων προσπαθώντας με κάθε τρόπο να αφανίσει τα συμφέροντά τους. Μια άλλη ενέργεια που μπορεί να αποδοθεί σε αυτό το σύνολο πληροφοριών είναι ότι προωθεί έναν δημαγωγικό λόγο ο οποίος έχει την τάση να υπονομεύει την δημοκρατική διαβούλευση. Βέβαια δεν αποκλείεται το γεγονός πως μία προπαγάνδα μπορεί να βοηθήσει στην διόρθωση των εσφαλμένων ιδεολογιών και να προωθήσει την δημοκρατική σκέψη στους πολίτες.

Οι εσφαλμένες ιδεολογίες προσδίδουν πάντα δυσκολεύουν την ολοκλήρωση στόχων(βλ.σελ.8 Stanley 2015) . Σε μία κοινωνία που επικρατεί το φαινόμενο της ανισότητας οι λανθασμένες ιδεολογίες θα αυξάνονται σε γρήγορους ρυθμούς όπως επίσης θα διαδίδονται ψευδείς ειδήσεις δημιουργώντας εξίσου εμπόδια στην εκμετάλλευση ευκαιριών. Επιπλέον ο Stall έχει αποδώσει για την προπαγάνδα μία μικρο-επιτελεστική και μία μακρο- επιτελεστική δράση (βλ.σελ.2 Stall 2019). Αναφορικά με την μικρο-επιτελεστική δράση επισημαίνεται ότι η προπαγάνδα ενδέχεται να εκδηλωθεί μέσω από διαλόγους των μέσων ενημέρωσης πχ τηλεόραση,ραδιόφωνο σε καθημερινή βάση αλλά και σε περιόδους εκλογών όταν εισέρχονται οι πολίτες στην διαδικασία της ψηφοφορίας. Στην μακρο-επιτελεστική δράση η προπαγάνδα μπορεί να μεταδοθεί μέσα από την δημιουργία μετασχηματισμών που στόχο έχουν την ανατροπή των κυβερνήσεων και την επίτευξη ενός πολέμου παγκόσμιας διάστασης. Αν η προπαγάνδα εφαρμοστεί κατά τον Stall με αυτές τις δύο μεθόδους τότε θα προσαρμοστεί πολύ ικανοποιητικά με τις υπάρχουσες συνθήκες μίας κοινωνίας. Στην παρούσα εργασία θα αναλυθεί εκτενέστερα η έννοια της προπαγάνδας σε όλες τις εκφάνσεις καθώς και τον σημαντικό ρόλο που παίζουν τα μέσα ενημέρωσης σε σχέση με αυτό το φαινόμενο.

Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ

Σε πρώτο στάδιο ως σύγχρονη προπαγάνδα ορίζεται μία απόπειρα δημιουργίας γεγονότων που ασκούν επιρροή ανάμεσα στην δέσμευση των πολιτών με μία επιχείρηση (βλ.σελ 25 Bernays 1928). Η προπαγάνδα έχει την άνεση να κυριαρχεί στις σκέψεις των πολιτών και να δημιουργεί εκείνη εικόνες για τον κόσμο. Αναφορικά με τον πόλεμο η προπαγάνδα έχει λάβει διάφορες διαστάσεις βλέποντας το άτομο που συμμετέχει στην έναρξη του όχι σαν έναν κοινωνικό οργανισμό αλλά ως κοινωνική ομάδα. Η προπαγάνδα κυρίως έχει την τάση να χτίζει κάποιες υποθέσεις για τα άτομα και μπορεί να τις εκφράζει μέσα από εφημερίδες όπως για παράδειγμα η στην γνωστή ευρέως εφημερίδα την New York Times . Στην συγκεκριμένη λόγου χάρη εφημερίδα στην πρώτη της σελίδα γράφονται κείμενα τα οποία αναφέρουν δέκα ειδήσεις. Αλλά δεν σημαίνει ότι τα γεγονότα αυτά είναι πραγματικά. Τα μισά από αυτά υποδεικνύουν σε μεγάλο βαθμό προπαγάνδα. Σύμφωνα με τον Bernays ο απλός μελετητής που θα διαβάσει δεν θα υποψιαστεί την προπαγάνδα όμως θα καταλάβει ότι πρόκειται για καθημερινές καταστάσεις. Ως προπαγανδιστικά γεγονότα μπορεί να χαρακτηριστούν τίτλοι όπως *Δέκα έθνη ενημερώνουν την Κίνα για την επίτευξη μεταρρυθμίσεων προκειμένου να ανακουφιστούν, Ο Πρίνσετ επιβεβαιώνει ότι ο σιωνισμός θα καταστραφεί*. Πίο συγκεκριμένα στον πρώτο τίτλο επισημαίνεται ότι το Κινέζικο κράτος παρουσιάζει μία αδυναμία στην διεκδίκηση εδαφών καθώς συναντά εμπόδια από τις ΗΠΑ. Στον δεύτερο τίτλο ειδήσεων διατυπώνεται η λογική του κ.Πρίνσετ ο οποίος ήταν μάλιστα υπεύθυνος του ιδρύματος Carnegie σχετικά με τον Σιωνισμό. Ο σιωνισμός είναι ένα πολιτικό κίνημα που εμφανίστηκε τον 19ο αιώνα κοντά στην Παλαιστίνη για να συγκεντρώσει όλους τους Εβραίους της διασποράς. Το κίνημα ήταν κυρίως κοσμικό και λειτούργησε ως απάντηση στον αντισημιτισμό που κυριαρχούσε στην Ευρωπαϊκή ήπειρο. Βέβαια έχει δεχτεί κατά καιρούς άπειρες κριτικές και χαρακτηρίστηκε εθνικιστικό διότι ερχόταν σε αντίθεση με το Ταλμούδ. Κατά τον δόκτορα Πρίνσετ ο σιωνισμός θα επιφέρει δυστυχία στους Αραβες και τους Εβραίους και διατυπώθηκε στο Carnegie με έντονη τακτική προκειμένου να καταστεί πραγματικότητα για τους αναγνώστες (βλ.σελ 24 Bernays 1928).

Τα συγκεκριμένα παραδείγματα δεν επιδεικνύουν την αρνητική πλευρά της προπαγάνδας κατά τον Bernays αλλά σκοπεύουν να αποδείξουν τον τρόπο κατά τον οποίο θα πρέπει να παρουσιάζονται σωστά τα γεγονότα και πώς τα πρόσωπα που αναφέρθηκαν πίσω από αυτά τα γεγονότα μπορούν να εισέλθουν στην σκέψη του αναγνώστη. Τέτοια παραδείγματα

αναφέρονται στην απόδοση της σύγχρονης προπαγάνδας. Επιπλέον η νέα πλευρά της προπαγάνδας αλλάζει τις απόψεις που μπορούμε να έχουμε εμείς για τον κόσμο. Αν και αυτή η οπτική της εμπνέει δυσαρέσκεια για το κοινό εξακολουθεί να προσπαθεί να αποδείξει ότι η άποψη που εκφράζει μέσω γεγονότων μπορεί να είναι αληθινή.

Γενικότερα η σύγχρονη απόδοση ορισμού της προπαγάνδας θέτοντας υπό την σκέψη της την κοινωνία εξ ολοκλήρου στοχεύει να πραγματοποιήσει τις επιθυμίες των κατοίκων της. (βλ.σελ.30 Bernays 1928). Ωστόσο η επιθυμία της προπαγάνδας δεν είναι εφικτό να μετατραπεί σε πράξη επειδή δεν υπάρχει η κατάλληλη έγκριση από τα κατάλληλα νομοθετικά όργανα. Για παράδειγμα πολλά άτομα πιστεύουν ότι οι τροφές που παράγονται στις βιομηχανίες προκαλούν προβλήματα στην υγεία άρα είναι αναγκαίο να απαγορευθούν. Επομένως βάση νόμων η επιθυμία τους για απαγόρευση επικίνδυνων προϊόντων θα πρέπει να λάβει την έγκριση από το νομοθετικό όργανο της εξουσίας. Κατά τον συγγραφέα η προπαγάνδα επηρεάζει περισσότερο τις λιγότερο νοήμονες κοινωνίες σε καθημερινό επίπεδο. Σε αυτές τις κοινωνίες για να απαλλαγθούν από την προπαγάνδα θα πρέπει να μουν στην διαδικασία να υιοθετούν μικρές ιδέες.

ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ ΩΣ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΜΕΣΟ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σύμφωνα με πολλούς μελετητές η προπαγάνδα μπορεί να λειτουργήσει ως μέσο κοινωνικής ανάλυσης και αυτό αποδεικνύεται μέσα από μεθόδους που αξίζει να γίνει εκτενέστερη αναφορά(βλ.σελ.5 Auerbach,Castronovo,Rush 2013). Σε πρώτη φάση η προπαγάνδα δεν έχει έχει πάντοτε αρνητική πλευρά. Αυτή την άποψη διατύπωσε ο Τζορτζ Οργουελ που επισήμανε ότι η προπαγάνδα δεν είναι αληθής ακόμα και αν προσπαθεί κάποιος να πεί την αλήθεια. Κατά την διάρκεια του Α Παγκοσμίου Πολέμου η πρακτική της προπαγάνδας έγινε φανερή από τις κατηγορίες ανάμεσα στην Γερμανία και τους εχθρούς της εκφράζοντας μία θετική πλευρά εξαιτίας της σύνδεσης της με τα μαζικά κινήματα , το δικαίωμα της ψήφου και η προστασία του περιβάλλοντος. Κατά τους Auerbach και Castronovo δεν είναι εφικτό να γίνει επαναφορά της πρωταρχικής κατάστασης της προπαγάνδας μετά τα βίαια γεγονότα του πολέμου. Αλλά δεν πρέπει να παραλείπεται η άποψη ότι χάρη στην προπαγάνδα προέκυψαν υποτιμητικές υποθέσεις σε μία συγκεκριμένη στιγμή του σύγχρονου πολέμου πράγμα που επιτρέπει στην κοινωνία να επανεξετάζει τις έρευνες της προπαγάνδας περισσότερο σε άλλες κατευθύνσεις.

Ενας δεύτερος χαρακτηρισμός της προπαγάνδας είναι ότι λειτουργεί ως προπαγάνδα. Και αυτό προκύπτει από την άποψη ότι ένα επιχείρημα το οποίο χρησιμοποιεί μπορεί να είναι αδρανές διότι δεν λειτουργεί από το κοινό. Η προπαγάνδα λειτουργεί δημόσια και επηρεάζει μεγάλα ποσά ανθρώπων .(βλ.σελ.5 Auerbach ,Castronovo,Rush 2013). Ακόμα εαν ανάμεσα σε άτομα υπάρχει ανταλλαγή προσωπικών συζητήσεων πάλι αυτή η ενέργεια μπορεί να οριστεί ως προπαγάνδα . Αλλο παράδειγμα λειτουργίας της προπαγάνδας είναι η ερμηνεία μετεωρολογικών προβλέψεων που μπορούν να πείσουν αρκετά άτομα για την εγκυρότητα τους οι οποίες μπορούν να αποδοθούν είτε μέσω τηλεόρασης είτε μέσω ραδιοφώνου αλλά και μέσω του Τύπου και του Διαδικτύου. Είναι ξεκάθαρο ότι μία πρόβλεψη καιρού μπορεί να χρησιμοποιηθεί για στόχους προπαγάνδας ειδικά αν αναφέρονται σε μία κλιματική αλλαγή.

Επιπρόσθετα ο δεσμός ανάμεσα στην προπαγάνδα και στις πληροφορίες είναι στενός και παρουσιάζει ποικιλία ανάλογα με την λειτουργία που επιτελούν η κάθε μία ξεχωριστά. Αν λάβουμε υπόψιν το παράδειγμα με τον καιρό δεν αποκλείεται το γεγονός η μετάδοσή του να γίνεται με γνώμονα την στήριξη των κομματικών παρατάξεων αναφορικά με την κλιματική αλλαγή, το φαινόμενο του θερμοκηπίου κτλ. Γενικότερα τα άτομα δεν αναγνωρίζουν την πραγματική διάσταση της προπαγάνδας και τις ιδιότητες της με αποτέλεσμα να επηρεάζονται αρκετά εύκολα. Ως προπαγάνδα μπορεί εξίσου να λειτουργήσει και η άνοδος της θερμοκρασίας. Πιο συγκεκριμένα διαφορετική είναι η παρουσίαση των γεγονότων από την Εθνική Υπηρεσία των Πληροφοριών και διαφορετική θα είναι εξίσου η παρουσίαση σε έναν άλλον διαδικτυακό ιστότοπο όπως πχ το JunkScience.com.

Σύμφωνα με τους Castronovo και Auebach η προπαγάνδα μπορεί να μην έχει κάποια σταθερά χαρακτηριστικά ωστόσο μπορεί να διαδοθεί με πολλούς τρόπους. Πέρα από τους τρόπους που μπορούμε να ανακαλύψουμε τα συστατικά της στοιχεία θα πρέπει να εξετάσουμε την ρητορική αυτών και πώς οι πληροφορίες που διαθέτει μπορούν να επηρεάσουν το ευρύ κοινό. Αυτή η λειτουργία είναι διαφορετική σε σχέση με τις υπόλοιπες καθώς πρέπει να δωθεί ιδιαίτερη έμφαση στα μοτίβα ,της διάδοσης και της πληροφορίας. Αυτή η λειτουργία θέτει στην επιφάνεια ένα παράδειγμα από το Ινστιτούτο Ανάλυσης της Προπαγάνδας το οποίο λαμβάνοντας υπόψιν το γεγονός του ότι ήταν μία οργάνωση των ΗΠΑ που συγκροτήθηκε στα τέλη του 1930 προσπαθούσε να απαγορεύσει την αρνητική κριτική εναντίον του ανθρώπου να εκφράσει ελεύθερα την σκέψη του. Παράλληλα το ινστιτούτο ήταν αρμόδιο να βοηθήσει τον κάθε πολίτη να κάνει μία εκτενέστερη ανάλυση σχετικά με την προπαγάνδα.(βλ.σελ 6 Castronovo & Auebach 2013)

Πρέπει να επισημανθεί ότι η προπαγάνδα σχετίζεται με πολιτιστικούς φορείς όπως η εκπαίδευση, η θρησκεία, η διαφήμιση και η λογοτεχνία. Αυτή σχέση έχει ως αποτέλεσμα να μην απομονώνεται η προπαγάνδα αλλά προωθεί έμμεσα την διδασκαλία την πειθώ και την πώληση. Χαρακτηριστικό παράδειγμα εκκλησιαστικής προπαγάνδας αποτελούσε η Εκκλησία της Μ. Βρετανίας που προσπαθούσε να διαδώσει με μία δική της μέθοδο το Ευαγγέλιο για να προκαλέσει το ενδιαφέρον των ειδωλολατρών. Οσον αφορά τον κλάδο της εκπαίδευσης η προπαγάνδα τείνει να επεμβαίνει συνήθως σε προγράμματα σπουδών και στην υιοθέτηση βιβλίων. Τέλος ο κλάδος της διαφήμισης ήταν πιο στενά συνδεδεμένος με την έννοια της προπαγάνδας και δεν είναι τυχαίο το γεγονός που κάποιοι μελετητές θεωρούσαν πως αυτές οι δύο έννοιες ήταν συνώνυμες.

Πέρα από την εκπαίδευση, την θρησκεία και την διαφήμιση η προπαγάνδα επισημαίνεται και μέσα από άλλα μέσα όπως το ραδιόφωνο. Το ραδιόφωνο ήταν αποκλειστικά μέσω ενημέρωσης αλλά στην πορεία όπως και η τηλεόραση λειτουργούσε ως μέσο προπαγάνδας. Και αυτό επισημαίνεται από το γεγονός ότι οι άνθρωποι που ασχολούνται αποκλειστικά με το ραδιόφωνο μπορούν να μεταδώσουν μία είδηση με την επεξεργασία επηρεάζοντας ψυχολογικά τους αναγνώστες.

Η προπαγάνδα στα αποτελέσματα της να είναι μερική και όχι ολική. Χώρες που έχουν αυστηρά καθεστώτα έχουν την επιθυμία να αυξήσουν την κυριαρχία τους και τον έλεγχο τους πέρα από τους τομείς της εκπαίδευσης της θρησκείας και του πολιτισμού. Για παράδειγμα στην Β.Κορέα με την εξουσία του Κιμ Γιονγκ Ουν αλλά και στο Ιρακ με τον Σανταμ Χουσειν αξιοποιήθηκαν τους θεσμούς ενημέρωσης όπως η τηλεόραση, η εκπαίδευση ο αθλητισμός και η υγεία. Σε χώρες που κυριαρχεί η δικτατορία η προπαγάνδα δεν εκδηλώνεται σε ήπιο βαθμό καθώς χρησιμοποιείται έντονα η τακτική του εξαναγκασμού. Επομένως σε κράτη που διοικούνται με τέτοιου είδους καθεστώτα το φαινόμενο της προπαγάνδας δεν είναι τόσο δημοφιλές(βλ.σελ.8 Castronovo & Auebach).

Η προπαγάνδα χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή στην διάδοση πληροφοριών αλλά και στο περιεχόμενο τους. Είτε αυτές οι πληροφορίες είναι πολιτικού περιεχομένου είτε είναι κοινωνικού ο τρόπος με τον οποίο μεταφέρεται είναι εξίσου σημαντικός με τον τρόπο κατά τον οποίο μεταδίδεται. Ο τρόπος με τον οποίο αναλύεται η προπαγάνδα είναι τελείως διαφορετικός από τον τρόπο με τον οποίο ασκείται μία κριτική γιατί προσπαθεί να καλύψει νήματα που αφορούν μία ομιλία ή ένα διάγραμμα. Ως προπαγάνδα μπορεί να χαρακτηριστεί ένα μήνυμα παραπλάνησης ψεύτικα μηνύματα και υπερβολικά συμπεράσματα.

Τέλος η προπαγάνδα για να λειτουργήσει σε ικανοποιητικό βαθμό θα πρέπει να μην εστιάζει μόνο σε συναισθήματα αρνητικά αλλά και σε συναισθήματα που να εκπέμπουν θετική ενέργεια. Ο ερευνητής Žižek επισήμανε ότι η ιδεολογία δεν λειτουργεί με την ψευδαίσθηση αλλά με το συναίσθημα μη προκαλώντας σύγχυση. Η προπαγάνδα δεν είναι δημοφιλής στις απολυταρχικές κοινωνίες όπως αναφέρθηκε έμμεσα πριν αλλά στις δημοκρατικές. Ο Καρλαιλ για παράδειγμα τόνισε ότι η διάδοση της πληροφορίας οδήγησε στην δημιουργία τηλέγραφου και την συγκέντρωση του πληθυσμού στα μεγάλα αστικά κέντρα. Σύμφωνα με τον Ντιούι κατά τα χρόνια του Β Παγκοσμίου Πολέμου η παραγωγή της προπαγάνδας θα είχε θετική επιρροή εν όψη των εξελίξεων.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ

Σε καθημερινό βαθμό η κοινωνία διακατέχεται από ένα συνεχόμενο κύμα πληροφοριών που προέρχεται από διάφορα μέσα ενημέρωσης όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, οι διαφημίσεις κτλ. Τα μέσα πληροφόρησης δέχονται επιρροές από οργανισμούς που τα χρηματοδοτούν προκειμένου να πετύχουν τους δικούς τους στόχους. Μια οποιαδήποτε οργάνωση πολιτικού χαρακτήρα μπορεί να παρουσιάσει ένα μήνυμα με σκοπό να προκαλέσει το ενδιαφέρον σε μία μεγάλη μάζα ανθρώπων να το εφαρμόσουν. Αυτό το μήνυμα πολύ εύκολα ορίζεται ως προπαγάνδα διότι έχει ως βοηθητικό εργαλείο την πειθώ (Kadir & Hasan 2014). Αρα στην πορεία της εργασίας θα αναλυθεί η βαθύτερη σχέση ανάμεσα στην προπαγάνδα και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης που διακρίνονται σε παλαιά όπως η τηλεόραση, η εφημερίδα και το ραδιόφωνα και σύγχρονα όπως το διαδίκτυο.

Σε πρώτη φάση τα παλαιά μέσα ενημέρωσης σχηματίζουν την προπαγάνδα όχι μόνο σε χώρες που παρουσιάζουν ανάπτυξη σε όλους τους τομείς αλλά σε παγκόσμιο επίπεδο σε οποιαδήποτε κοινότητα. Συνήθως αυτά τα μέσα για να αναβαθμίσουν την προπαγάνδα πάντα φροντίζουν να ελέγχουν την ποιότητα των εικόνων και των κειμένων που θα αναρτήσουν για να καλύψουν αποτελεσματικά τα συμφέροντά τους.(Afolabi 2008). Πιο συγκεκριμένα η εφημερίδα η με την άλλη έννοια ο Τύπος αναγράφει τα γεγονότα με απόλυτη ακρίβεια εκδηλώνοντας τον σεβασμό του ως προς την κοινωνία και ενημερώνοντας πως τα γεγονότα αυτά είναι όντως πραγματικά. Ο δημοσιογράφος η ο πολιτικός που θα γράψει ένα άρθρο φροντίζει να ενημερώνει το κοινό με ένα τίμιο και σωστό τρόπο. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι

ότι δεν προβάλλει προπαγανδιστικά μηνύματα. Απεναντίας διαφαίνονται σε ένα κείμενο εφημερίδας εξαιτίας της έλλειψης γνώσης από τον δημοσιογράφο πάνω σε αυτό το θέμα. Σε γενικά πλαίσια η δημοσιογραφία είναι ένα επάγγελμα που στοχεύει στην ανάρτηση πραγματικών γεγονότων παρόλο που τις περισσότερες φορές δεν έχουν ψυχαγωγικό περιεχόμενο. Λόγω αμφισβητήσεων για την ορθότητα του τύπου η American Society of News Editors αποφάσισε την επανεξέταση της εγκυρότητας των άρθρων σχετικά με το αν υπάρχει έγκαιρη πληροφόρηση. Αυτή η ενέργεια ήταν υποχρεωτική καθώς η κοινωνία πληροφορήθηκε ότι ο τύπος κατά την διάρκεια του Α Παγκοσμίου Πολέμου ωθούσε την παραπληροφόρηση του λαού των Αμερικανών.(Broersma 2011). Οι δηλώσεις του Editors διαφοροποιούσε την προπαγάνδα από την δημοσιογραφία με στόχο να προάγει την εξουσία . Γενικότερα η προπαγάνδα μέσω του Τύπου χρησιμοποιείται ως μέσο για να επηρεάζει την κοινή γνώμη.

Επιπλέον η σχέση της προπαγάνδας και του ραδιοφώνου είναι εξίσου στενή καθώς το ραδιόφωνο είναι ένα μέσο το οποίο έχει ψυχαγωγικά προγράμματα αλλά και ενημερωτικά. Χρησιμοποιείται κυρίως στα κράτη με μεγάλη ανάπτυξη όμως η άνοδος του σημειώθηκε εξαιτίας της διείσδυσης του στα αυτοκίνητα αν και η δημοτικότητα του τα τελευταία έτη ξεκίνησε να μειώνεται λόγω της νέας τεχνολογίας. Το ραδιόφωνο αποτελεί βασικό μέσο ενημέρωσης για όλα τα άτομα ακόμα εδώ και πολλές δεκαετίες. Για παράδειγμα λίγο πριν την έναρξη του Α Παγκοσμίου Πολέμου το ραδιόφωνο ήταν σημαντικό εργαλείο επικοινωνίας σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Επιπλέον το ραδιόφωνο ήταν βασικό μέσο προπαγάνδας και ήταν φανερό από τον Β Παγκόσμιο Πόλεμο. Η προπαγάνδα αποτέλεσε βασικό στοιχείο που εφάρμοσε η Ναζιστική Γερμανία ως προς την στρατηγική που ακολουθούσε. Τα ραδιοφωνικά προγράμματα της εποχής υποστήριζαν την ανάδειξη της στρατιωτικής τους δύναμης.(Salata 2020).

Η τηλεόραση ως μέσο ενημέρωσης αποτελεί μεγάλο μέρος της προπαγάνδας καθώς παρέχει έναν μεγάλο όγκο πληροφοριών καθώς πέρα από τον ήχο διαθέτει και εικόνα κάτι που καθιστά το ενδιαφέρον των πολιτών ακόμα μεγαλύτερο(Pan et al 2020). Η προπαγάνδα στην τηλεόραση αναφέρεται στο γεγονός ότι απευθύνεται και επηρεάζει το κοινό ανάλογα το επίπεδο εκπαίδευσης τους και αυτό το πετυχαίνει μέσα από την προβολή ειδικών θεμάτων . Η προπαγάνδα μέσω τηλεόρασης πέρα ότι αποτελεί κομμάτι της καθημερινότητας του κάθε ατόμου επηρεάζει και τα συναισθήματα του.(Okdie 2014). Επιπλέον η προπαγάνδα μέσω τηλεόρασης εστιάζει σε πολιτικά θέματα παρά κοινωνικά με στόχο να εξαναγκάσει τους τηλεθεατές να αλλάξουν απόψεις και στάσεις απέναντι στο καθεστώς που στηρίζουν.

Τέλος το διαδίκτυο αποτελεί ένα σύγχρονο μέσο προπαγάνδας στο οποίο οι οργανισμοί εύκολα αποκαλύπτουν την ταυτότητα τους με σκοπό να αποκτήσουν αρκετούς οπαδούς.(Lock & Ludolf 2019). Επίσης το διαδίκτυο είναι μία εύκολη εναλλακτική της διάδοσης εξτρεμισμού και τρομοκρατίας και χαρακτηρίζεται αρκετά οικονομικό. Αρκετά κόμματα και εταιρείες στην Κίνα χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να μεταδώσουν τις ιδέες τους.(Lock & Ludolph 2019).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Εν κατακλείδι η προπαγάνδα είναι ένα μέσο επιρροής στις πεποιθήσεις των ατόμων αλλά έχει την ικανότητα να στηρίζει το γεγονός ότι οι πεποιθήσεις άλλων ανθρώπων έχουν αλλάξει. Γενικώς η προπαγάνδα έχει μία ιδιότητα να χρησιμοποιεί κάποιες ιδέες και απόψεις με σκοπό να μετατρέψει τις προτιμήσεις και τις ιδέες των ατόμων δημιουργώντας ένα είδος προκατάληψης. Ένα άτομο που είναι υποστηρικτής της προπαγάνδας μπορεί με την χρήση παλαιών μέσων ενημέρωσης πχ τηλεόραση ραδιόφωνο να καταφύγει στα ψεύδη μέσω πλαστών ειδήσεων. Η προπαγάνδα είναι ένα φαινόμενο που κυριαρχεί εδώ και δεκαετίες ακόμα και σε ιστορικές περιόδους. Για παράδειγμα όταν ξέσπασε ο πόλεμος μεταξύ Ρωσίας Ουκρανίας τα δύο κράτη είχαν χρησιμοποιήσει διαφορετικές μεθόδους για να αφηγηθούν τον πόλεμο. Επιπλέον η Ρωσία κατά καιρούς τελούσε χρήση της προπαγάνδας για να ελέγχει τα μέσα ενημέρωσης και την διάδοση ψεύτικων πληροφοριών . Η παραπληροφόρηση είναι ένα μέσο που δεν απευθύνεται μόνο στα άτομα αλλά αποτελεί και μέσο συνομοσίας κάνοντας την απόπειρα να ενισχυθούν οι δικοί της υποστηρικτές . Επομένως καλό θα ήταν από πλευράς κάθε κράτους να ελέγχουν τις πληροφορίες που αναρτώνται στο διαδίκτυο και να υπάρχει μια εγρήγορση σχετικά με την διακοπή διάδοσης της παραπληροφόρησης. Επίσης για να ξεπεραστούν οι ψευδείς πληροφορίες θα είναι προτιμότερο από πλευράς των πολιτών να κρίνουν τις πληροφορίες εμπειρικά και να γνωρίζουν τις τεχνικές που εφαρμόζονται

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Stanley Jason How Propaganda Works?
Princeton and Oxford Princeton University Press 2015
2. Stall Jonas Propaganda Art in the 21th century
The MIT Press 2019
3. Bernays Edward Propaganda NY(Ig
Publishing 2005)
4. Auerbach, Jonathan and Castronovo, Russ The
Oxford Handbook of Propaganda Studies (Oxford & New York) Oxford University
Press 2013
5. Δημήτρης Γιαννος ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ με
θέμα ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ ΣΕ ΠΑΡΑΔΟΔΙΑΚΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Παράρτημα Καστορίας 2023