

ερμής

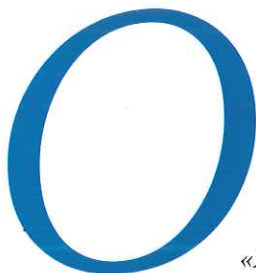
NEA JYONKI

www.saka.gr

για όλους τους αποφοίτους σε όλο τον κόσμο!

ΠΡΩΤΗ ΠΑΡΑ ΕΚΔΟΣΗ ΤΗΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΑΡΧΕΣΤΗΡΩΝ ΚΑΜΕΡΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ - ΤΕΛΟΣ 16-17 ΠΕΡΙΟΔΟΣ 6- ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ - ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2006 - ΝΕΑ ΣΑΡΑ - ΤΕΛΟΣ 55-56 144 10 ΑΡΧΗΚΗ





«Ερμής» αναδημοσιεύει ένα κείμενο του συναποφοίτου Νέστορα Κουράκη '66, Καθηγητή Εγκληματολογίας στη Νομική Σχολή του Πανεπιστημίου Αθηνών, που πρωτοδημοσιεύτηκε στο «Βήμα της Κυριακής» την 17.12.2006, με θέμα τη μεθοδολογία με την οποία τα ΜΜΕ καταφέρνουν συχνά να ανάγουν ορισμένα περιστατικά εγκληματικότητας σε κύριο θέμα ειδησεογραφίας, έτσι ώστε να αιχμαλωτίσουν τον τηλεθεατή και να επιτύχουν υψηλά επίπεδα τηλεθέασης.

■ Εδώ και ορισμένους μήνες υφιστάμεθα και στην Ελλάδα, κυρίως στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού τύπου, τα λεγόμενα «κύματα εγκληματικότητας» (crime waves). Στην αρχή η υπόθεση του «μικρού Άλεξ», έπειτα η υπόθεση του βιασμού της Αμαρύνθου, μετά η υπόθεση της δολοφονίας των πέντε κυνηγών και η υπόθεση του βιαστή ανηλίκων, όλα κομμάτια ενός ψηφιδωτού που αναδεικνύει την εγκληματικότητα ως κεντρικό πρόβλημα της ζωής μας και σε συνεχές σημείο αναφοράς από ειδικούς και παρα-ειδικούς, που διαγκωνίζονται ποιος θα πρωτοεμφανισθεί στα περισσότερα κανάλια. Σίγουρα οι εμπειριστατωμένες αναφορές στις υποθέσεις αυτές είναι κατ' αρχήν δικαιολογημένες, καθώς εξυπηρετούν την ανάγκη του κοινού για ενημέρωση σε θέματα της ζέουσας επικαιρότητας. Ωστόσο, ο προβληματισμός αρχίζει όταν οι αναφορές αυτές αποκτούν ένα συνεχή χαρακτήρα, κάτι σαν κύματα που σπάνε αλληλοδιαδόχως στο κεφάλι του τηλεθεατή, μέχρις ότου να του εξάψουν απόλυτα τη φαντασία και να τον αιχμαλωτίσουν επί ώρες, με αντίστοιχη αύξηση της τηλεθέασης.

■ Θα πρέπει να ομολογηθεί ότι τα κύματα αυτά της εγκληματικότητας δεν οργανώνονται εική και ως έτυχε. Υπάρχουν συγκεκριμένοι κανόνες τηλεθέασης που έχουν μελετηθεί με προσοχή (αρχικά σε επίπεδο εφημερίδων) εδώ και 80 περίπου χρόνια από επιστήμονες αλλά και διευθυντές ειδησεογραφικών μέσων. Οι τελευταίοι λειτουργούν ως «πυλωροί» (gatekeepers) των ειδήσεων, αποφασίζοντας δηλαδή τι είδους ειδήσεις και με τι περιεχόμενο θα αναδειχθούν ως πρώτο θέμα. Χρήσιμο είναι εν προκειμέ-

νω το βιβλίο του Walter Lippmann «Κοινή γνώμη» (Public Opinion, 1922), που υπάρχει και στα ελληνικά σε έκδοση του 1988. Κυρίως, όμως, οι κανόνες αυτοί τέθηκαν από τον Niklas Luhmann στο κλασικό του έργο "Die Realität der Massenmedien" (Opladen 1996, ιδίως σελ. 58 επ.), δηλαδή «Η [κατασκευαζόμενη] πραγματικότητα των ΜΜΕ». Η είδηση, κατά τον Luhmann, θα πρέπει να δημιουργεί αρχικά αιφνιδιασμό ή έκπληξη, να διαψεύδει δηλαδή προσδοκίες ή να δημιουργεί νέες, να έχει σχέση με παραβίαση κοινωνικών κανόνων και ηθικές αξιολογήσεις, να αφορά περιστατικό με σημαντικό μέγεθος βλάβης ή και σπανιότητας, να παρέχει έδαφος σε συγκρούσεις και γενικότερη ανασφάλεια για το μέλλον, να εξειδικεύεται σε συγκεκριμένους δράστες και θύματα που είτε εντοπίστηκαν είτε αναζητούνται, τέλος, δε, να «εμπλουτίζεται» η είδηση με «γνώμες» των κατοίκων της περιοχής ή συγγενών και προπάντων κάποιων ειδικών επιστημόνων, των οποίων οι απόψεις μετατρέπονται σε είδηση και ανακυκλώνουν το ενδιαφέρον της κοινής γνώμης, ιδίως όταν οι ειδικοί αυτοί (π.χ. σεισμολόγοι) αντιπαρατίθενται μεταξύ τους και συγκρούονται.

■ Επομένως, το συνεχές ενδιαφέρον των ΜΜΕ για τις προαναφερθείσες υποθέσεις, που ασφαλώς συγκεντρώνουν πολλά από τα επισημανθέντα στοιχεία «κανόνων τηλεθέασης», δεν είναι καθόλου αθώο και θα πρέπει να ερμηνευθεί υπό το πρίσμα του σφοδρού ανταγωνισμού των ΜΜΕ για θέματα με «αίμα, σπέρμα και στέμμα», δηλαδή για θέματα βίας/ εγκληματικότητας που έχουν μάλιστα σεξουαλικές πτυχές και στα οποία ενδεχομένως εμπλέκονται κάποιοι επώνυμοι.

Ναυαγοί ανάμεσα στα κύματα εγκληματικότητας