Μας βομβαρδίζουν σαν εμπορική διαφήμιση (Τασούλα Καραϊσκάκη)

Categories : ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Date : 1 Οκτωβρίου, 2008

Είναι αμφίβολο αν υπάρχει έστω και ένας Έλληνας που να μην πιστεύει ότι οι δημοσκοπήσεις είναι ένα «πιάτο» α λα καρτ. Που να μη διορεί ότι οι αφανείς ιερείς στον ναό της δημοκρατίας είναι οι εμπειρογνώμονες της πολιτικής επικοινωνίας, της πολιτικής ψυχολογίας, της κοινωνικής ψυχολογίας, της πολιτικής κοινωνιολογίας, οι ειδήμονες των δημοσκοπήσεων, που φιλοτεχνούν την εικόνα των πολιτικών και το εκλογικό αποτέλεσμα. Ωστόσο, οι δημοσκοπήσεις συνεχίζουν να ασκούν τον ρυθμιστικό τους ρόλο. Οι πολιτικοί συνεχίζουν να τροποποιούν αποφάσεις που πηγαίνουν κόντρα στο πλειοψηφικό ρεύμα, αποφεύγοντας να εφαρμόσουν ιδέες, σχέδια, λύσεις που λόγω θέσης είναι υποχρεωμένοι να γεννούν.

Στις μέρες μας το πολιτικό παιχνίδι συρρικνώνεται όλο και περισσότερο σε μια μάχη για την κατάκτηση της κοινής γνώμης. Όλο και περισσότερο σε μια υπόθεση ειδικών, που διατείνονται ότι φέρνουν στη δημοσιότητα τις κουβέντες των πολιτών. Στο όνομα της διαφάνειας, της αλήθειας, της δημοσιότητας (οι «ανθρωπομετρήσεις» παρέχουν αυτήν την ψευδαίσθηση της προσέγγισης της αλήθειας), της διερεύνησης των κοινωνικών προβλημάτων, οι πολιτικοί επιδίδονται σε μια συνεχή συμβολική αναμέτρηση, ακυρώνοντας έτσι την ίδια την πολιτική πράξη: τη διαμόρφωση προτάσεων μέσα από την ενδελεχή προετοιμασία, την ανάλυση, τη συζήτηση. Οι δημοσκοπήσεις δεν είναι μια ουδέτερη τεχνική διαδικασία. Όσο και αν λέμε ότι δεν τις παίρνουμε υπόψη μας γιατί είναι αναξιόπιστες (διαφορετικές δημοσκοπήσεις που διεξάγονται την ίδια χρονική περίοδο, στο ίδιο πολιτικό κλίμα συχνά εμφανίζουν μεταξύ τους σημαντικές αποκλίσεις), όσο και αν γνωρίζουμε ότι δεν περιορίζονται στο να μετρούν θέσεις, τάσεις, στάσεις, διαθέσεις, αλλά και ότι ενίοτε χαλκεύουν, χειραγωγούν τη λαϊκή βούληση, αναμιγνύοντας την «αλήθεια» και την πληροφορία με την προπαγάνδα, εντούτοις τροποποιούν σοβαρά τους όρους του πολιτικού παιχνιδιού, διαμορφώνοντας την πολιτική ατζέντα. Μετράει η επίφαση της εγγύησης της επιστήμης, το (όποιο) «φορτίο» πολιτικής πληροφορίας, το «ένδυμα» του μικρού δημοψηφίσματος, η «αλίευση» απευθείας μέσα από το σώμα των πολιτών, ο ευφημισμός «σύγχρονη έκφραση της άμεσης συμμετοχικής δημοκρατίας».

Όσο για τον πολίτη, μολονότι υφίσταται πλύση εγκεφάλου (οι πεποιθήσεις του δεν προλαβαίνουν να ωριμάσουν ελεύθερα μέσα από ένα δημόσιο διάλογο, από την αντιπαράθεση ιδεών και προγραμμάτων), κολακεύεται. Οι δημοσκοπήσεις

διαβεβαιώνουν για την ύπαρξη των πολιτών εν γρηγόρσει, την ύπαρξη της κοινής γνώμης. Ακόμη, η δημοσκόπηση, πειστική ή όχι, λειτουργεί λίγο σαν την εμπορική διαφήμιση. Ο πολίτης - καταναλωτής δεν πληροφορείται, δεν υποκινείται να ενδιαφερθεί, βομβαρδίζεται. Υπό τη συνεχή πίεση των επαναλαμβανόμενων προβλέψεων, νιώθει περιττή κάθε προσωπική του ανάμιξη. Έτσι, όχι μόνο δεν συμμετέχει, αλλά και αδιαφορεί...

(Πηγή: "Καθημερινή" 28/9/2008)