

**ΓΙΩΡΓΟΣ ΝΙΚ. ΓΑΛΑΝΗΣ  
& ΓΕΩΡΓΙΟΣ Ε. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ**

**ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ  
ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥΣ ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΠΟΛΕΜΟ**

Ιωάννινα 2004



Γιώργος Ν. Γαλάνης\* & Γεώργιος Ε. Παπαδόπουλος\*\*

## Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και ο ρόλος τους στο σύγχρονο πόλεμο

### Περίληψη

Στόχος της ανακοίνωσης είναι να παρουσιάσει το ρόλο των ΜΜΕ και την παρουσία τους στους σύγχρονους πολέμους τόσο με την ταχύτητα της ενημέρωσης και της ροής των πληροφοριών, όσο και με τον τρόπο προβολής των ειδήσεων αλλά και των ρεπορτάζ μέσω της δύναμης της εικόνας και τη σημασία που έχει αυτή για τον πόλεμο των εντυπώσεων. Αρχικά, αναφερόμαστε στο πως χρησιμοποιήθηκαν στο παρελθόν τα ΜΜΕ από τις διάφορες κυβερνήσεις για να πείσουν την κοινή γνώμη για την χρησιμότητα ενός πολέμου. Στη συνέχεια στο πως έγινε αντιληπτή η μεγάλη δύναμη των ΜΜΕ και στους πολέμους και το πως η πείρα από προηγούμενους πολέμους μελετάται και χρησιμοποιείται. Τέλος, επικεντρώνουμε στον πόλεμο στο Ιράκ το 2003, στους τρόπους και τα μέσα που χρησιμοποιήσαν τα εμπόλεμα μέρη για να κερδίσουν τη μάχη των εντυπώσεων.

**Λέξεις κλειδιά:** ρόλος των ΜΜΕ, σύγχρονος πόλεμος, ταχύτητα ενημέρωσης, ροή πληροφοριών, δύναμη της εικόνας, πόλεμος εντυπώσεων, πόλεμος στο Ιράκ 2003

## The role of mass media in modern wars

### Abstract

The aim of this presentation is to outline the role of the mass media in modern wars owing to the rapid flow of information, the way news is transmitted and especially the power of image inherent in TV reports, and how these factors affect the war of creating impressions. First, we refer to how the media have been used by several governments to convince public opinion that a war is indispensable. We go on to examine the way in which the enormous power of the media has become evident in previous wars and how experience from those wars is studied and used. Last, we focus on the war in Iraq in 2003 and the means employed by belligerent parties to win the war of impressions.

**Keywords:** role of the mass media, modern war, rapid flow of information, the way news is transmitted, power of image, war of creating impressions, war in Iraq 2003

---

\*Καθηγητής Κοινωνικής Ψυχολογίας στο Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων

\*\*Υποψήφιος Διδάκτορας στο Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων

Η επικοινωνία είναι ένα από τα βασικότερα χαρακτηριστικά του ανθρώπου και της οργανωμένης κοινωνίας στην οποία αυτός ζει. Για την επικοινωνία και κυρίως για την ανταλλαγή πληροφοριών καθώς ο ανθρώπινος πολιτισμός εξελισσόταν, οι άνθρωποι εφεύρισκαν καινούργιους και πρωτότυπους τρόπους για να επικοινωνήσουν τόσο μεταξύ τους όσο και με άτομα που βρισκόταν σε μακρινές αποστάσεις.

Από τα τέλη του 19ου και κυρίως κατά τον 20ο αιώνα με την αλματώδη ανάπτυξη της τεχνολογίας, των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης οι άνθρωποι μπορούν εύκολα να επικοινωνήσουν με άλλους ανθρώπους είτε μεταβαίνοντας οι ίδιοι σε κάποιο μέρος είτε με την μετάδοση από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας πληροφοριών και εικόνων (Edelman, 1999, Thompson 1999). Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια εκτίθενται καθημερινά σε έναν τεράστιο όγκο πληροφοριών και ειδήσεων<sup>1</sup>.

Παράλληλα με την τεχνολογική ανάπτυξη των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας αναπτύχθηκε συζήτηση και προβληματισμός για την δύναμη και τις επιδράσεις που ασκούν αυτά στην σύγχρονη κοινωνία καθώς και στην δημιουργία της κοινωνικής πραγματικότητας (Δεμερτζής, Ν., 1999, πρόλογος στο: Thompson, J.B., 1999)<sup>2</sup>. Στην εποχή μας τα διάφορα γεγονότα και οι πληροφορίες που συνδέονται με αυτά είναι εφικτό να μεταδοθούν ταυτόχρονα σε όλον τον πλανήτη μέσω της τηλεοράσεως χωρίς να απαιτείται οι άνθρωποι να έρθουν σε επαφή μεταξύ τους μιας και η τεχνολογία βοηθά ώστε να ξεπεραστούν τα εμπόδια του χώρου και του χρόνου.

Γι' αυτό το σκοπό μεγάλο μέρος του τηλεοπτικού χρόνου δαπανάται για ειδήσεις και απευθείας μεταδόσεις που αφορούν σημαντικά, κυρίως, γεγονότα όπως πόλεμοι, καταστροφές, τρομοκρατικές ενέργειες, ή γεγονότα με πολεμική ή πολιτική σπουδαιότητα ή ακόμη και για διάφορες αθλητικές ή καλλιτεχνικές διοργανώσεις.

Από τα πρώτα χρόνια που τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας έκαναν την εμφάνισή τους χρησιμοποιήθηκαν και στους πολέμους ανάλογα με τις ανάγκες και τις επιλογές της εκάστοτε πολιτικής ή οικονομικής εξουσίας της οποίας την επιρροή υπόκειντο. Με την αρωγή των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και με άλλα μέσα όπως ο φόβος εξωτερικών εχθρών ή μέχρι πρόσφατα ο κομμουνιστικός κίνδυνος ενώ τα τελευταία χρόνια – και κυρίως μετά

---

1. Για τα ΜΜΕ και τις επιδράσεις τους βλέπε και Πλειός 2001, Fairclough 1995, Fiske 1992, McLuhan 1987, Harley 1982

2. Για την Επικοινωνία και κυρίως για την Πολιτική Επικοινωνία βλέπε και Maletzke 1991, Γαλάνης 1999, Δεμερτζής 2002

την 11η Σεπτεμβρίου 2001 – με τον φόβο νέων τρομοκρατικών χτυπημάτων οι πολίτες χειραγωγούνται και μένουν αδρανείς απέναντι στα μεγάλα προβλήματα που τους απασχολούν. (Chomsky 2001, Γαλάνης / Τριανταφυλλίδου 2003)

Η λειτουργία και η χρήση των Μέσων στους σύγχρονους πολέμους δεν περιορίζεται μόνο στην μετάδοση των συγκρούσεων και των ανταποκρίσεων που συνδέονται αποκλειστικά με τεχνικής υφής θέματα και δεν αφορά μόνο την τηλεοπτική ή οποιαδήποτε άλλη κάλυψη των συμβάντων ή τον τόπο και τον τρόπο διεξαγωγής των πολεμικών επιχειρήσεων. Στην εποχή μας ο ρόλος των Μέσων αρχίζει πριν ακόμη ξεκινήσει ο πόλεμος με πρώτο και βασικό σκοπό και στόχο να πειστούν οι λαοί για την χρησιμότητα ενός πολέμου ανεξάρτητα από το αν αυτός ο πόλεμος είναι ή δεν είναι αναγκαίος. Ο αμερικανός πρόεδρος Ουίλσον κατάφερε στη διάρκεια του Α΄ Παγκοσμίου πολέμου να πείσει τους πολίτες των Ηνωμένων Πολιτειών πως ήταν αναγκαία η εμπλοκή τους στον πόλεμο με την βοήθεια της προπαγάνδας και των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας της εποχής κυρίως με την διάδοση ψευδών ειδήσεων και εικόνων. (Chomsky 2000).

Από τότε ο ρόλος των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας άρχισε να μελετάται συστηματικά γιατί έγινε από την αρχή αντιληπτό ότι η ενημέρωση, η πληροφόρηση και ο έλεγχός της κατά τη διάρκεια ενός πολέμου έχει τεράστια σημασία και παίζει πολύ σπουδαίο ρόλο.<sup>3</sup>

Στην διάρκεια του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας υποστήριζαν την προσπάθεια κάθε κράτους κατά των αντιπάλων του όμως στον πόλεμο του Βιετνάμ πολλοί ήταν εκείνοι που επέκριναν τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας για τη στάση που τήρησαν αφού ενώ στην αρχή υποστήριζαν τις πολεμικές επιχειρήσεις στην πορεία άρχισαν να τις αμφισβητούν. Σιγά σιγά οι κυβερνήσεις αντιλήφθηκαν ακόμη περισσότερο την δύναμη που έχουν τα Μέσα και έτσι στους σύγχρονους πολέμους δεν έχουμε μόνο «στρατιωτικούς στόχους, έχουμε και στόχους επικοινωνιακής προβολής και προπαγάνδας».<sup>4</sup> Μέσα σε αυτό το πλαίσιο για τη δημιουργία κλίματος υπέρ ή κατά ενός πολέμου εντάσσονται τα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων, η κυβερνητική προπαγάνδα και γενικότερα ο τρόπος προβολής των ειδήσεων με σκοπό την επίδραση στο κοινό και την διαμόρφωση της κοινής γνώμης.<sup>5</sup> Οι επεμ-

3. Παπαθανασόπουλος, Στ., «Πόλεμος και ΜΜΕ», στο: *Απογευματινή της Κυριακής*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 72

4. Παπαθανασόπουλος, Στ., «Πόλεμος και ΜΜΕ», στο: *Απογευματινή της Κυριακής*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 72

5. Παπαθανασόπουλος, Στ., «Πόλεμος και ΜΜΕ», στο: *Απογευματινή της Κυριακής*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 72

βάσεις σε άλλες χώρες πρέπει να δικαιολογούνται και γι' αυτό το λόγο υπάρχουν ειδικοί που ασχολούνται αποκλειστικά και μόνο με την παρουσίαση τέτοιων αποφάσεων και ενεργειών με όσο γίνεται πιο επιστημονικό τρόπο για να πειστούν οι πολίτες να ακολουθήσουν τις κυβερνητικές αποφάσεις. (Herzian / O' Sullivan 1992)

Στόχος των Μέσων, επίσης, είναι να παρουσιάζουν τις ειδήσεις στο εσωτερικό των Ηνωμένων Πολιτειών – αλλά και κάθε χώρας που βρίσκεται σε πόλεμο - έτσι ώστε να συμφωνούν με τις κυβερνητικές απόψεις γιατί έτσι επιτυγχάνουν να ανυψωθεί το κοινό αίσθημα καταφέροντας να πείσουν πως ο πόλεμος γίνεται εναντίον κάποιου κακού λαού ή ηγέτη χωρίς να προβάλλουν οποιαδήποτε διαφωνία (Said 2000)

Στην προσπάθεια να γίνει πιστευτό ότι υπάρχει κάποιος εξωτερικός εχθρός τα Μέσα φτιάχνουν το προφίλ κάποιου ξένου ηγέτη έτσι ώστε να φαίνεται ότι αυτός είναι ένας κακός δικτάτορας που σκοπεύει να κατακτήσει τον κόσμο ολόκληρο και να επιτεθεί στις Ηνωμένες Πολιτείες. Πολύ πρόσφατο χαρακτηριστικό παράδειγμα η εικόνα του Σαντάμ Χουσείν που «φυτεύτηκε» (Chomsky 2000, σελ. 66) στους ανθρώπους και από φίλος των Ηνωμένων Πολιτειών μετατράπηκε σε εχθρό.

Για την επίτευξη αυτού του στόχου, δηλαδή την διαμόρφωση της κοινής γνώμης υπέρ του πολέμου στο Ιράκ, είχε αρχίσει στις Ηνωμένες Πολιτείες και γενικότερα στη Δύση η μάχη της πληροφόρησης και της παραπληροφόρησης και χρησιμοποιήθηκαν γι' αυτό όλα τα μέσα ακόμη και η δημοσίευση και προβολή δημοσκοπήσεων που από πολλούς θεωρούνται και ως μη έγκυρες.<sup>6</sup> & <sup>7</sup> Στόχος ήταν να παρουσιαστεί ο πόλεμος σαν αναπόφευκτος και αναγκαίος και μάλιστα ένα από τα επιχειρήματα που προεβλήθησαν για να πειστεί η κοινή γνώμη ήταν πως ο πόλεμος θα διαρκούσε πολύ λίγες μέρες, τρεις για την ακρίβεια.<sup>8</sup>

Όλη η σημασία που δόθηκε στην προβολή του πολέμου από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας πηγάζει από τον ρόλο που αυτά έπαιξαν και σε προηγούμενους πολέμους και έτσι το Πεντάγωνο έδωσε πολύ μεγάλη σημασία και σπουδαιότητα στην χειραγώγηση των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας.<sup>9</sup> Η

6. Friedman, Th.L., «Γιατί να εισβάλλουμε στο Ιράκ», στο: *The New York Times*, αναδημοσίευση στο: *Η Καθημερινή*, 22-9-2002, σελ. 9

7. Βιντάλ, Γκ., «Ο Μπους είναι ένας τυπικός Αμερικανός αγράμματος», στο: *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 4 Μαΐου 2003, Περιοδικό «*Εψιλον*» τεύχος 630 σελ. 36, συνέντευξη με τον αμερικανό συγγραφέα Γκορ Βιντάλ

8. Μπουκάλας, Π., «Χίλιες και μια ήττες στην Βαγδάτη», στο: *Η Καθημερινή*, 30-3-2003, σελ. 4

9. Ζηργάνος, Ν., «Ο άγνωστος πόλεμος των μίντια», στο: *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 23 Μαρτίου 2003, σελ. 28

προβολή της αναγκαιότητας ενός πολέμου είχε ήδη χρησιμοποιηθεί και στον πόλεμο του Κόλπου το 1991. Χαρακτηριστικότερα παραδείγματα ήταν η υπόθεση με τις θερμοκοιτίδες όπου κάποιοι Ιρακινοί στρατιώτες είχαν μπει σε ένα μαιευτήριο του Κουβέιτ και είχαν αποσυνδέσει τις θερμοκοιτίδες σύμφωνα με μαρτυρίες μιας νοσοκόμας που αργότερα όμως αποδείχτηκε ότι δεν ήταν νοσοκόμα αλλά η κόρη του πρεσβευτή του Κουβέιτ στις Ηνωμένες Πολιτείες<sup>10</sup> και επίσης η γνωστή εικόνα με τον κορμοράνο μέσα στην πετρελαιοκηλίδα όπου υποτίθεται ότι είχε ρίξει ο Σαντάμ όμως κι αυτό αποδείχτηκε κάποια χρόνια μετά ότι ήταν πλάνα από ναυάγιο στη Βόρεια θάλασσα.<sup>11</sup> Ίδιες περίπου μεθόδους χρησιμοποίησαν και στον πόλεμο της Γιουγκοσλαβίας το 1999 και μάλιστα καθοριστικό ρόλο έπαιξε και ο εκπρόσωπος τύπου του ΝΑΤΟ τα λεγόμενα του οποίου διαψεύστηκαν πολλές φορές στη διάρκεια του πολέμου.<sup>12</sup>

Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας χρησιμοποιήθηκαν για να δίνουν ελεγχόμενες πληροφορίες και με αυτόν τον τρόπο να παρουσιάζουν ότι ήταν συμφέρον για την κάθε πλευρά.

Στον πρόσφατο πόλεμο στο Ιράκ είχαμε πολλές ομοιότητες με άλλους πολέμους – όσον αφορά την τηλεοπτική κάλυψή του – είχαμε όμως και πολλές καινοτομίες που εισήχθησαν για πρώτη φορά και πολλές μεθόδους και τεχνικές που βελτιώθηκαν στο πέρασμα των χρόνων. Μία από αυτές ήταν και ο τρόπος που οι αμερικανικές δυνάμεις αντιμετώπισαν τους δημοσιογράφους. Για πρώτη φορά είχαμε δημοσιογράφους, τους «*Embedded*»<sup>13</sup> δηλαδή οι «*ενσωματωμένοι*»<sup>14</sup> όρος που για πρώτη φορά έκανε την εμφάνισή του στον πόλεμο του Ιράκ. Αυτοί οι δημοσιογράφοι ήταν ενσωματωμένοι στην στρατιωτική δύναμη των Ηνωμένων Πολιτειών, ο αριθμός τους ανήρχετο σε 500 άτομα τα οποία είχαν ως σκοπό να μεταδίδουν εικόνες – κυρίως νίκης – και πληροφορίες από το πεδίο της μάχης. Βέβαια πρώτοι οι βρετανοί το 1982 στον πόλεμο των Φώκλαντς είχαν στείλει μαζί με τις στρατιωτικές δυνάμεις και 29 δημοσιογράφους οι οποίοι ήταν επιβιβασμένοι σε στρατιωτικά πλοία καταφέροντας έτσι να ασκήσουν λογοκρισία στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας.

10. Ζηργάνος, Ν., «Ο άγνωστος πόλεμος των μίντια», στο: *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 23 Μαρτίου 2003, σελ. 28

11. Ξυδά, Ρ., «Η σκηνοθεσία του πολέμου», στο: *Το Βήμα*, 13 Απριλίου 2003

12. Καζάκος, Π., «Η ύβρις του 'νέου παρεμβατισμού'», στο: *Η Καθημερινή*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 15

13. Πλωρίτης, Μ., «οι 'ληστές' του αιώνα», στο: *Το Βήμα*, 18 Μαΐου 2003, σελ. Α58

14. Καρτάλη, Θ., «Η προπαγάνδα στην 'πρώτη γραμμή' του μετώπου», στο: *Η Καθημερινή*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 10

Οι δημοσιογράφοι εκείνοι χρησιμοποιούσαν τον εξοπλισμό των πλοίων για να μεταδίδουν ειδήσεις.<sup>15</sup> Στην πορεία όμως οι ενσωματωμένοι δημοσιογράφοι αναγκάστηκαν εκ των πραγμάτων να μεταδώσουν και εικόνες δυσάρεστες για τους συμπατριώτες τους όπως την εικόνα με τον αμερικανό στρατιώτη που σκοτώθηκε από χειροβομβίδα.<sup>16</sup> Οι Embedded όμως προκάλεσαν και αντιδράσεις ακόμα και μέσα στις Ηνωμένες Πολιτείες. Σε σχόλιό της η εφημερίδα *USA today* αναφέρει χαρακτηριστικά: Χάρη στους περιορισμούς που έχουν αυτοί οι άνθρωποι και στον άγραφο νόμο ότι οι αρνητικές ανταποκρίσεις μπορεί να θεωρηθούν ως μη πατριωτικές, οι επικριτές της πολιτικής αυτής θεωρούν ότι το τηλεοπτικό κοινό θα έχει μια πολύ περιορισμένη εικόνα του πολέμου.<sup>17</sup>

Τα τελευταία χρόνια το αμερικανικό δίκτυο CNN είναι ένα από τα μεγαλύτερα του κόσμου και η πληροφόρηση στις Ηνωμένες Πολιτείες αλλά και γενικότερα σε όλον τον πλανήτη βασίζεται στις μεταδόσεις και στις ανταποκρίσεις αυτού του καναλιού. Μέχρι πριν λίγα χρόνια ήταν μάλιστα το μοναδικό στον τομέα του. Όμως από τον πόλεμο στο Αφγανιστάν και μετά έκανε την εμφάνισή του το αραβόφωνο κανάλι Al Τζαζίρα σπάζοντας έτσι το μονοπώλιο του CNN και δίνοντας μίαν άλλη άποψη και εκδοχή για τα γεγονότα. Στα πλαίσια όμως της κατευθυνόμενης και ελεγχόμενης πληροφόρησης και της μη πλήρους και αντικειμενικής ενημέρωσης και ενδεικτικό της σημασίας που είχε για την ενημέρωση η εμφάνιση του νέου αυτού καναλιού ήταν το γεγονός ότι στον πόλεμο του Αφγανιστάν οι αμερικανικές δυνάμεις βομβάρδισαν το χτίριο όπου στεγάζονταν οι εγκαταστάσεις αυτού του σταθμού κάτι που είχαν κάνει και το 1999 με την γιουγκοσλαβική τηλεόραση στο Βελιγράδι. (Χατζηδημητρίου 1999) προσπαθώντας έτσι να περιορίσουν την ελεύθερη πληροφόρηση. Γεγονότα που λαβαίνουν χώρα στο αντίπαλο στρατόπεδο πρέπει να μην φτάνουν στους πολίτες ή στους στρατιώτες της αντίπερα όχθης και γι' αυτό πρέπει πάση θυσία να αποτραπεί η μετάδοση οιασδήποτε πληροφορίας που θα μπορούσε να προκαλέσει αντιδράσεις στην άλλη πλευρά. Έτσι ίσως οι πολίτες των ΗΠΑ και της Δύσης γενικότερα να μην έμαθαν για τους κατά λάθος βομβαρδισμούς αμάχων και τα γνωστά «λάθη» (Χατζηδημητρίου 1999, σελ. 186) του ΝΑΤΟ, ενώ οι εικόνες των αιχμαλώτων προ-

---

15. Ζηργάνος, Ν., «Ο άγνωστος πόλεμος των μίντια», στο: *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 23 Μαρτίου 2003, σελ. 28

16. Καρτάλη, Θ., «Η προπαγάνδα στην 'πρώτη γραμμή' του πολέμου», στο: *Η Καθημερινή*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 10

17. Καρτάλη, Θ., «Η προπαγάνδα στην 'πρώτη γραμμή' του πολέμου», στο: *Η Καθημερινή*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 10



βάλλονταν πιο πολύ για να δείξουν την άθλια κατάστασή τους παρά το πώς οδηγήθηκαν σ' αυτή την κατάσταση. Εκτός αυτού ο εκπρόσωπος τύπου του ΝΑΤΟ αναγκάστηκε να αλλάξει την εμφάνισή του για να αναγγέλλει δυσάρεστα γεγονότα γιατί ενώ μέχρι τότε φορούσε σιέλ κοστούμια αποφάσισαν αργότερα οι ειδικοί ότι έπρεπε να φορά πιο σκούρα χρώματα για να αρμόζουν με την αναγγελία βομβαρδισμών και επιθέσεων εναντίον αμάχων (Παντελάκης 1999, σελ. 128)

Εκτός όμως από την ελεγχόμενη πληροφόρηση που αφορούσε τα πραγματικά γεγονότα του πολέμου και την μετάδοση ή την απόκρυψή τους πολύ μεγάλη σημασία δόθηκε και σε σκηνοθετημένες σκηνές που γυρίστηκαν με σκοπό να δημιουργήσουν μια άλλη εικόνα και όχι την πραγματική στην ενημέρωση.

Οι ένοπλες δυνάμεις των ΗΠΑ δαπανούν ετησίως για τις κάθε είδους διαφημίσεις και διαφημιστικές καμπάνιες τους ούτε λίγο ούτε πολύ 265 εκατομμύρια δολάρια.<sup>18</sup> Επίσης, για την κάλυψη του πολέμου στο Ιράκ στήθηκε στούντιο στην πόλη Ντόχα από την κεντρική διοίκηση των ΗΠΑ το οποίο στοίχισε 400.000 δολάρια. Τα μεγάλα τηλεοπτικά δίκτυα όπως το CNN, ABC, NBC, CBS αποφάσισαν να είναι σε συνεχή συνεργασία για ανταλλαγή εικόνων ειδήσεων και πληροφοριών κάτι στο οποίο συνεργάστηκε και το Αλ Τζαζίρα.<sup>19</sup> Βέβαια εκτός από τους ενσωματωμένους αμερικανούς δημοσιογράφους υπήρχαν και πολλοί άλλοι που κατά τη διάρκεια του πολέμου ο αριθμός τους αυξανόταν δημιουργώντας έτσι έναν «στρατό ενημέρωσης».<sup>20</sup> Βέβαια σε όλο αυτό το ανθρωπινό δυναμικό πρέπει να προστεθεί και ο ανάλογος τεχνικός εξοπλισμός. Ο πόλεμος στο Ιράκ όμως είχε ακόμη και τη δική του διαφημιστική εταιρία, την εταιρία «Ρέντον»<sup>21</sup>

Σε συνδυασμό με τις σκηνοθετημένες εικόνες τα σύμβολα και τα συναισθήματα χρησιμοποιήθηκαν επίσης κατά την παρουσίαση από τα ΜΜΕ του πολέμου για την δημιουργία εντυπώσεων. Η εικόνα με το άγαλμα του Σαντάμ Χουσείν να πέφτει στην κεντρική πλατεία της Βαγδάτης προβλήθηκε άπειρες φορές σε όλον τον κόσμο. Η εικόνα αυτή οδήγησε σε συνειρμούς και σε συ-

---

18. Παπαϊωάννου, Δ.Κ., «Η εποχή της παντοδυναμίας δια των όπλων», στο: *Ελευθεροτυπία*, 12 Απριλίου 2003, σελ.9

19. Χαλβατζάκης, Κ., «Οι συμμαχίες του 'στρατού της ενημέρωσης'», στο: *Το Βήμα*, 23 Μαρτίου 2003, σελ Α64

20. Χαλβατζάκης, Κ., «Οι συμμαχίες του 'στρατού της ενημέρωσης'», στο: *Το Βήμα*, 23 Μαρτίου 2003, σελ Α64

21. Μπουκάλας, Π., «Εικόνες του πολέμου, πόλεμος των εικόνων», στο: *Η Καθημερινή*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 4

γκρίσεις με την πτώση του τείχους του Βερολίνου το 1989.<sup>22</sup> Η όλη διαδικασία της πτώσης του αγάλματος πήρε συμβολικό χαρακτήρα. Τα άγαλμα σκεπάστηκε στην αρχή με την αμερικάνικη σημαία αλλά αμέσως αντικαταστάθηκε από την ιρακινή σημαία γιατί κρίθηκε σκόπιμο από την αμερικανική πλευρά να μη πέσει και η δική τους σημαία μαζί με το άγαλμα.<sup>23</sup>

Οι εικόνες των αιχμαλώτων που παρουσιάστηκαν και από τις δύο πλευρές στόχευαν στο συναίσθημα της κοινής γνώμης αλλά κυρίως είχαν ως σκοπό την ψυχολογική πίεση στους πολίτες των αντιμαχομένων πλευρών ώστε να κάμψουν το φρόνημά τους αφού η εικόνα ενός αιχμαλώτου στρατιώτη αποτελεί «*λάφυρο και φόβητρο*»<sup>24</sup> κάτι που ενισχύονταν και από την προβολή των δηλώσεων των συγγενών των θυμάτων.<sup>25</sup> Τα εξελιγμένα όπλα των αμερικανών δεν κατάφεραν να αποτρέψουν την σύλληψη αιχμαλώτων. Όμως εικόνες με νεκρούς αμερικανούς στρατιώτες που προβλήθηκαν από τα αραβόφωνο κανάλι Αλ Τζαζίρα έκαναν τις αμερικανικές αρχές να δώσουν εντολή στα αμερικανικά δίκτυα να μην προβάλλουν τέτοιες εικόνες.<sup>26</sup>

Το σπουδαιότερο όμως χαρακτηριστικό του συγκεκριμένου πολέμου όσον αφορά την τηλεοπτική του μετάδοση ήταν πως για πρώτη φορά χρησιμοποιήθηκαν τεχνικές και μέσα του Χόλυγουντ αφού οι αμερικανοί είχαν στο πεδίο της μάχης τον σκηνοθέτη και σκηνογράφο Τζωρτζ Άλισον – ο οποίος αμείφθηκε με 1 Εκατομμύριο δολάρια – μαζί με 40 άτομα για να σκηνοθετήσουν εικόνες στο πεδίο της μάχης.<sup>27</sup>

Ένα από τα πιο γνωστά βίντεο ήταν εκείνο με την παράδοση των Ιρακινών αιχμαλώτων. Σύμφωνα με τον σκηνοθέτη Λ. Παπαδημητριάκη όμως το βίντεο με την παράδοση των ιρακινών στρατιωτών που προβλήθηκε την πρώτη μέρα του πολέμου ήταν σκηνοθετημένο γιατί:

Α. Οι αιχμάλωτοι ήταν σε ευθυγραμμισμένη σειρά και τα χέρια ήταν τοποθετημένα στο ίδιο σημείο.

22. Μαλούχος, Γ.Π., «Οι Αμερικανοί νιώθουν ότι τελικά έχουν δικαιωθεί», στο: *Η Καθημερινή*, 13 Απριλίου 2003, σελ. 12

23. στο: Ξυδά, Ρ., «Η σκηνοθεσία του πολέμου», στο: *Το Βήμα*, 13 Απριλίου 2003

24. Μπασακάλη, Κ., «'Επιστρατεύουν' αιχμαλώτους για τον πόλεμο των εντυπώσεων», στο: *Απογευματινή της Κυριακής*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 16

25. Παπαδημητρίου, Λ., «Οι ζωντανοί -νεκροί του πολέμου» στο: *Το Βήμα, ένθετο «Βηmagazino»* 20 Απριλίου 2003, σελ. 93

26. Δελαστίκ, Γ., «όταν τα ΜΜΕ φοράνε το χακί», στο: *ΜΕΤΡΟ*, Μάιος 2003, τεύχος 90, σελ. 25

27. στο: Ξυδά, Ρ., «Η σκηνοθεσία του πολέμου», στο: *Το Βήμα*, 13 Απριλίου 2003

- Β. Οι στολές που φορούσαν οι αιχμάλωτοι ήταν άγνωστης προέλευσης και εντελώς ατσαλάκωτες.
- Γ. Οι αιχμάλωτοι στο ένα πλάνο κρατούσαν τη σημαία στο ένα χέρι και στο άλλο στο άλλο χέρι κάτι που δείχνει ότι ήταν ηθοποιοί που είχαν κουραστεί από τις πρόβες.
- Δ. Τέλος πολλές εικόνες θα μπορούσαν να ληφθούν μόνο αν η κάμερα ήταν τοποθετημένη μέσα στο χώμα κάτι που δεν είναι τόσο εύκολο στη διάρκεια του πολέμου.<sup>28</sup>

Σκηνοθετημένες ήταν ακόμη σύμφωνα με τον πρόεδρο της Ελληνικής Εταιρίας Σκηνοθετών Χάρη Παπαδόπουλο σκηνές όπως εκείνη που αμερικανοί στρατιώτες έδιναν καραμέλες σε παιδιά προσπαθώντας να τα κάνουν να γελάσουν ενώ τα παιδιά δεν χαμογελούσαν πραγματικά αλλά απλά άνοιγαν το στόμα τους καθώς και οι σκηνές όπου αμερικανοί στρατιώτες μοίραζαν σοκολάτες και διάφορα γλυκά φωνάζοντας στα παιδιά να κοιτάζουν προς την κάμερα και όλα τα παιδιά κοιτάζαν προς το σημείο που είχε στηθεί η κάμερα.<sup>29</sup>

Οι ιρακινοί από την πλευρά τους σκηνοθέτησαν και αυτοί εικόνες και πλάνα για να προβληθούν από τα ΜΜΕ. Η ιρακινή πλευρά επικέντρωσε την τεχνική της κυρίως σε παρελάσεις μέσα στο Ιράκ για την ανύψωση του ηθικού του Ιρακινού λαού και την έκφραση από το λαό στήριξης στο καθεστώς του Σαντάμ Χουσεΐν για τις οποίες είχαν επιστρατευθεί ακόμα και παιδιά για να φαίνεται ο όγκος τους πολύ μεγάλος.<sup>30</sup> Ακόμη, εικόνες με το Σαντάμ Χουσεΐν σε μια επίδειξη «ψυχραιμίας»<sup>31</sup> μετέδιδαν τα ιρακινά Μέσα για να εμπυχώσουν του ιρακινούς πολίτες την ώρα που οι αμερικανοί είχαν ήδη καταλάβει το αεροδρόμιο της Βαγδάτης. Μάλιστα ο ιρακινός υπουργός Πληροφοριών Μοχάμεντ Σαιντ Αλ Σαχάφ για τον τρόπο που χρησιμοποιούσε την προπαγάνδα και για το γεγονός ότι κατάφερε να μετατρέψει σε «θεατρική σκηνή»<sup>32</sup> τη Βαγδάτη χαρακτηρίστηκε σαν «το πρόσωπο της Ιρακινής προπαγάν-

---

28. στο: Ξυδά, Ρ., «Η σκηνοθεσία του πολέμου», στο: *Το Βήμα*, 13 Απριλίου 2003

29. στο: Ξυδά, Ρ., «Η σκηνοθεσία του πολέμου», στο: *Το Βήμα*, 13 Απριλίου 2003

30. Βαφειάδης, Ν., στο: Ξυδά, Ρ., «Η σκηνοθεσία του πολέμου», στο: *Το Βήμα*, 13 Απριλίου 2003

31. Καρακούσης, Α., «Στις γειτονιές της Βαγδάτης οι Αμερικανοί», στο: *Η Καθημερινή*, 6 Απριλίου 2003, σελ. 4

32. Διαμαντάκου, Π., «Το πρόσωπο της προπαγάνδας», στο: *Τα Νέα*, Σαββατοκύριακο 12-13 Απριλίου 2003, σελ. 61

δας».<sup>33</sup> «Μια προπαγάνδα που για τις εκλεπτυσμένες μεθόδους των δυτικών μέσων φαινόταν αφελής, χοντροκομμένη, με το ψέμα προφανές. Μήπως αυτό ήταν το 'μυστικό' της, το προφανές ψέμα;».<sup>34</sup>

Το περιστατικό όμως που είναι το πιο χαρακτηριστικό απ' όλα και αποτελεί για την προπαγάνδα των ΗΠΑ την «κορυφαία στιγμή του πολέμου»<sup>35</sup> είναι το περιστατικό με την αμερικανίδα στρατιώτινα Τζέσικα Λίνκς η οποία διασώθηκε από τις αμερικανικές δυνάμεις και η αερομεταφορά της σε βάση της Γερμανίας μεταδόθηκε απευθείας. Στην συνέχεια όμως έρχονται στο φως της δημοσιότητας πληροφορίες ότι η διάσωση έγινε όταν οι ιρακινές δυνάμεις είχαν εγκαταλείψει την πόλη Νασιρίγια και όχι κατά τη διάρκεια του πολέμου.<sup>36</sup> Μάλιστα σύμφωνα με έκθεση του αμερικανικού Πενταγώνου η Τζέσικα δεν έπεσε καν θύμα στρατιωτών αλλά ήταν θύμα τροχαίου! Οι γιατροί στο Ιράκ της φέρθηκαν με τον καλύτερο τρόπο χωρίς να φέρουν καμία αντίσταση όταν οι αμερικανοί στρατιώτες πήγαν να την πάρουν.<sup>37</sup> Και φυσικά δεν έχει καμιά σημασία αν το εν λόγω περιστατικό «θύμιζε περισσότερο παραμύθι και λιγότερο πολεμική επιχείρηση διάσωσης αιχμαλώτου από τις γραμμές του εχθρού. Το παραμύθι ήταν ό,τι ακριβώς χρειαζόνταν η αμερικανική προπαγάνδα».<sup>38</sup>

Από την άλλη πλευρά η αμερικανική πλευρά χρησιμοποιεί δύο μέτρα και δυο σταθμά ανάλογα με το πώς θέλει να παρουσιάσει μία κατάσταση.

Οι φυλακές του Γκουαντανάμο για τον αμερικανό πρόεδρο δεν αποτελούν ντροπή και δυσφήμιση. Απεναντίας χρησιμοποιούνται για διαφήμιση. Τα μήνυμα που θέλουν να περάσουν σε όλον τον κόσμο είναι ότι όποιος δεν συνεργάζεται μαζί μας ενάντια στον «πόλεμο κατά της τρομοκρατίας» όπως τον ονομάζουν είναι εναντίον μας.

Στην κοινή γνώμη και ιδιαίτερα στον αμερικανικό λαό περνάει η άποψη ότι οι έγκλειστοι σ' αυτό το ουδέτερο έδαφος είναι εχθροί της δημοκρατίας

33. Διαμαντάκου, Π., «Το πρόσωπο της προπαγάνδας», στο: *Τα Νέα*, Σαββατοκύριακο 12-13 Απριλίου 2003, σελ. 61

34. Διαμαντάκου, Π., «Το πρόσωπο της προπαγάνδας», στο: *Τα Νέα*, Σαββατοκύριακο 12-13 Απριλίου 2003, σελ. 61

35. Ο 'ιός' της Κυριακής, «το άλλο πρόσωπο του πολέμου», στο: *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 4 Μαΐου 2003, σελ. 41

36. Ο 'ιός' της Κυριακής, «το άλλο πρόσωπο του πολέμου», στο: *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 4 Μαΐου 2003, σελ. 41

37. Καρτάλης, Γ., «The Jessica story», στο: *Το Βήμα*, 27 Ιουλίου 2003, σελ. Α15

38. Ο 'ιός' της Κυριακής, «το άλλο πρόσωπο του πολέμου», στο: *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 4 Μαΐου 2003, σελ. 41

και η Αμερική ως δημοκρατική χώρα και κράτος δικαίου έχει την υποχρέωση να εγγυηθεί την ασφάλεια των πολιτών της ανεξάρτητα αν καταπατώνται τα ανθρώπινα δικαιώματα και οι διεθνείς συμβάσεις ανεξάρτητα αν οι φυλακισμένοι στο Γκουαντενάμο είναι αθώοι βασανίζονται, κακοποιούνται και τους ασκείται ψυχολογική βία.<sup>39</sup>

---

39. βλ. τηλεοπτική εκπομπή ET1 «Ρεπορτάζ χωρίς σύνορα» του Στελιου Κούλογλου στις 10 Νοεμβρίου 2003 όπου μεταξύ άλλων παρουσιάζονται μαρτυρίες κρατουμένων, δηλώσεις αξιωματούχων των φυλακών, συνηγόρων κρατουμένων, πρώην αξιωματούχων των ΗΠΑ κα.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Γαλάνης, Γ., (1999), *Επικαιρότητα και Πολιτική Ψυχολογία*, Εκδόσεις Τυπωθήτω Γιώργος Δαρδανός, Αθήνα
- Γαλάνης, Γ., / Τριανταφυλλίδου, Στ. (2003), *Τρομοκρατία: Νέα Μορφή Πολέμου*; Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Chomsky, N. / Clark, R. / Said, E.W., (2000), *Νέα Ταξη: Μυστικά και Ψέματα*, (Μετάφραση Αριάδνη Αλαβάνου), Εκδόσεις Λιβάνη, Αθήνα
- Chomsky, N., (2001), *11/9*, (Μετάφραση: Σάββας Μιχαήλ), Εκδόσεις Άγρα, Αθήνα
- Δεμερτζής, Ν., (2002), *Πολιτική Επικοινωνία, Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδύκτιο*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Edelman, M., (1999), *Η Κατασκευή του Πολιτικού Θεάματος*, (Πρόλογος – Επιμέλεια: Νίκος Δεμερτζής, Μετάφραση: Αρχοντής Κόρκας), Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Herman, E. / O' Sullivan, G., (1992), *Η Βιομηχανία της «Τρομοκρατίας»*, (Μετάφραση: Γιώργος Αγγελόπουλος), Εκδόσεις Ποντίκι, Αθήνα
- Maletzke, G., (1991), *Θεωρίες της Μαζικής Επικοινωνίας* (εισαγωγή, επιμέλεια, μετάφραση: Περσεφόνη Ζέρη), Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Παντελάκης, Η., (1999), Η Μάχη της Πληροφόρησης, στο: *Η Κρίση στο Κόσσοβο, η Ελλάδα, η Διεθνής Κοινότητα και τα ΜΜΕ*, Συλλογικός Τόμος, (Επιμέλεια: Σωτήρης Νταλής), Σελίδες 128-131, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Πλειός, Γ., (2001), *Ο Λόγος της Εικόνας, Ιδεολογία και Πολιτική*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Thompson, J.B., (1999), *Νεωτερικότητα και Μέσα Επικοινωνίας*, (Πρόλογος – Επιμέλεια: Νίκος Δεμερτζής, Μετάφραση: Γιώτα Καραμπίνη – Νένα Σώκου), Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Χατζηδημητρίου, Τ., (1999), Ο Πόλεμος, η Γεωοικονομία και η Θεσσαλονίκη, στο: *Η Κρίση στο Κόσσοβο, η Ελλάδα, η Διεθνής Κοινότητα και τα ΜΜΕ*, Συλλογικός τόμος, (Επιμέλεια: Σωτήρης Νταλής), Σελίδες: 182-187, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- McLuhan, M., (1987), *Understanding Media: The Extensions of Man*, ARK Paperbacks, New York
- Fairclough, N., (1995), *Media Discourse*, Edward Arnold, London
- Fiske, J., (1992), *Television Culture*, Routledge, London
- Harley J., (1982), *Understanding News*, Routledge, London

ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ  
ΚΑΙ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΥΠΟ

- Frieman, Th.L., «Γιατί να εισβάλλουμε στο Ιράκ», στο: *The New York Times*, αναδημοσίευση στο: *Η Καθημερινή*, 22-9-2002, σελ. 9
- Βαφειάδης, Ν., στο: Ξυδά, Ρ., «Η σκηνοθεσία του πολέμου», στο: *Το Βήμα*, 13 Απριλίου 2003
- Βιντάλ, Γκ., «Ο Μπους είναι ένας τυπικός Αμερικανός αγράμματος», στο: *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 4 Μαΐου 2003, Περιοδικό «Έφιλον» τεύχος 630 σελ. 36, συνέντευξη με τον αμερικανό συγγραφέα Γκορ Βιντάλ
- Δελαστίκ, Γ., «όταν τα ΜΜΕ φοράνε το χακί», στο: *ΜΕΤΡΟ*, Μάιος 2003, τεύχος 90, σελ. 25
- Διαμαντάκου, Π., «Το πρόσωπο της προπαγάνδας», στο: *Τα Νέα*, Σαββατοκύριακο 12-13 Απριλίου 2003, σελ. 61
- Ζηργάνος, Ν., «Ο άγνωστος πόλεμος των μίντια», στο: *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 23 Μαρτίου 2003, σελ. 28
- Καζάκος, Π., «Η ύβρις του 'νέου παρεμβατισμού'», στο: *Η Καθημερινή*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 15
- Καρακούσης, Α., «Στις γειτονιές της Βαγδάτης οι Αμερικανοί», στο: *Η Καθημερινή*, 6 Απριλίου 2003, σελ. 4
- Καρτάλη, Θ., «Η προπαγάνδα στην 'πρώτη γραμμή' του μετώπου», στο: *Η Καθημερινή*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 10
- Καρτάλης, Γ., «The Jessica story», στο: *Το Βήμα*, 27 Ιουλίου 2003, σελ. Α15
- Κούλογλου, ΣΤ., εκπομπή NET «Ρεπορτάζ χωρίς σύνορα», 10 Νοεμβρίου 2003
- Μαλούχος, Γ.Π., «Οι Αμερικανοί νιώθουν ότι τελικά έχουν δικαιωθεί», στο: *Η Καθημερινή*, 13 Απριλίου 2003, σελ. 12
- Μπασακάλη, Κ., «'Επιστρατεύουν' αιχμαλώτους για τον πόλεμο των εντυπώσεων», στο: *Απογευματινή της Κυριακής*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 16
- Μπουκάλας, Π., «Εικόνες του πολέμου, πόλεμος των εικόνων'», στο: *Η Καθημερινή*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 4
- Μπουκάλας, Π., «Χίλιες και μια ήττες στην Βαγδάτη», στο: *Η Καθημερινή*, 30-3-2003, σελ. 4
- Ξυδά, Ρ., «Η σκηνοθεσία του πολέμου», στο: *Το Βήμα*, 13 Απριλίου 2003
- Παπαδημητρίου, Λ., «Οι ζωντανοί -νεκροί του πολέμου» στο: *Το Βήμα, ένθετο «Βημαγazine»* 20 Απριλίου 2003, σελ. 93

- Παπαθανασόπουλος, Στ., «Πόλεμος και ΜΜΕ», στο: *Απογευματινή της Κυριακής*, 30 Μαρτίου 2003, σελ. 72
- Παπαϊωάννου, Δ.Κ., «Η εποχή της παντοδυναμίας δια των όπλων», στο: *Ελευθεροτυπία*, 12 Απριλίου 2003, σελ. 9
- Πλωρίτης, Μ., «οι 'ληστείες' του αιώνα», στο: *Το Βήμα*, 18 Μαΐου 2003, σελ. Α58
- Χαλβατζάκης, Κ., «Οι συμμαχίες του 'στρατού της ενημέρωσης'», στο: *Το Βήμα*, 23 Μαρτίου 2003, σελ. Α64
- Ο 'ιός' της Κυριακής, «το άλλο πρόσωπο του πολέμου», στο: *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 4 Μαΐου 2003, σελ. 41