

## Χειραγώγηση και Μετα-αλήθεια

Η τεχνολογία ως το απόλυτο μέσο χειραγώγησης και προπαγάνδας. Οι πολίτες πλέον αγνοούν τα γεγονότα και δέχονται ευχαρίστως το ψέμα (fake news), στο περιβάλλον πληροφοριακής αταξίας και σύγχυσης των Social Media. Το σκάνδαλο Cambridge Analytica – Facebook, με τη χειραγώγηση της ψήφου και την νίκη το 2016 του Trump και Brexit, και πώς αυτό τραυμάτισε την ελεύθερη βούληση και τη δημοκρατία.

*“Όταν δεν υπάρχει γύρω μας  
τίποτε το αληθινό, πως να  
υποψιαστούμε ότι όλα είναι ψεύτικα;”  
(Δημήτρης Λιαντίνης)*

-Η 15<sup>η</sup> Νοεμβρίου 2016 θα μείνει στην ιστορία ως η μαύρη ημέρα που η ανθρωπότητα αποδέχτηκε ότι έχασε την επαφή με την αλήθεια, δηλαδή τη κινητήρια δύναμη της προόδου του ανθρώπου.

Ήταν η ημέρα που το γνωστό Oxford Dictionary ανακήρυξε ότι ως λέξη της χρονιάς επελέγη η λέξη “μετά-αλήθεια” ( post-truth). Τούτο κατά το λεξικό για να χαρακτηρίσει μια εποχή όπου “τα γεγονότα μετρούν λιγότερο από το συναίσθημα”, όπως έδειξαν και η εκλογή Trump το 2016, αλλά και το Brexit στην Αγγλία.

Πρόκειται για μια κατάσταση όπου όλο και περισσότερο τα πολιτικά και κοινωνικά ζητήματα κυριαρχούνται από συναισθήματα αντί από στοιχεία και λογική.

-Η πιο τυπική ίσως έκφραση της μετά-αλήθειας είναι και οι ψευδείς ειδήσεις, δηλαδή τα fake news όπως έχουν γίνει πλέον γνωστά.

Στην περίπτωση των ψευδών ειδήσεων όπως σημειώνει και ο Π. Πασχαλίδης (Ψευδείς ειδήσεις και μετά-αλήθεια, 2019 ) “ βρίσκουμε πολλές εκδοχές, από την πιο συνοπτική που περιλαμβάνει μια μόνο κατηγορία (η σκόπιμα ψευδής είδηση) μέχρι και τυπολογίες που περιλαμβάνουν πολλές κατηγορίες αλλά που προσεγγίζουν το ζήτημα μέσα από τη

γενικότερη οπτική της παραπληροφόρησης (disinformation), : 1. Την προπαγάνδα που χρησιμοποιεί ψέματα (παράδειγμα από την εκστρατεία υπέρ του Brexit: το πολιτικό μήνυμα το οποίο βρισκόταν πάνω στα διάσημα κόκκινα λεωφορεία πως το Η. Βασίλειο δίνει περίπου εκατοντάδες εκατομμύρια λίρες την εβδομάδα στην Ε.Ε. 2. Τα δολώματα (clickbait), 3. Το πληρωμένο περιεχόμενο (sponsored content), 4. Τη σάτυρα (hoaxes), 5. Τα λάθη, 6. Θεωρίες συνωμοσίας, 7. Ψευδοεπιστήμη (pseudoscience), 8. Ψέματα, 9. Παραπληροφόρηση και 10. Οπαδισμός (“Beyond Fake News” - 10 types of misleading news”, EAVI-Media Literacy for Citizenship, 2017)”.

-Όλο και μεγαλύτερα τμήματα του πληθυσμού την εποχή μας είναι έτοιμα να αγνοήσουν τα γεγονότα (facts) και να δεχθούν ευχαρίστως τα ψέματα. Έτσι δεν είναι η επίκληση της αλήθειας αλλά η έκφραση της “ αλήθειας όπως εμείς τη νοιώθουμε ” (felt truth) που οδηγεί σε επιτυχία αυτή την “μετά – πραγματική “ εποχή (post-factual age).

Η εποχή της μετά-αλήθειας θέτει τεράστιες προκλήσεις “ στα πολιτειακά ζητήματα, στη λειτουργία της δημοκρατίας, στην αξιοπιστία των θεσμών και στην υγιή αποτύπωση της δημοκρατικής έκφρασης των πολιτών” (Γ. Παπούλιας, Μετά-αλήθεια - μια παλιά ασθένεια επιζητά ένα σύγχρονο φάρμακο, 2017).

-Σε αρκετές περιπτώσεις η μετά-αλήθεια με τη ραγδαία εξάπλωση των fake news και γενικότερα της παραπληροφόρησης στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης δημιουργεί συνθήκες πληροφοριακής αταξίας (information disorder: δυσκολία να διακρίνουμε την αξιόπιστη πηγή από την αναξιόπιστη, την αξιόπιστη πληροφορία από την αναξιόπιστη).

-Μέσα σε ένα τέτοιο περιβάλλον αταξίας, αποπροσανατολισμού, σύγχυσης, πνευματικής παράλυσης που είναι δημιούργημα κύρια των SM , έρχονται και αναλαμβάνουν τη “διοίκηση”(management) του μυαλού των πολιτών και της δημοκρατίας οι λεγόμενοι “τεχνολόγοι πολιτικής” (political technologists) με κορυφαίους εκπροσώπους τον Steven Bannon ( του Trump ) και τον Vladislav Surkov (του Putin) για να χειραγωγήσουν τις κοινωνικές διαδικασίες και κύρια την δημοκρατική έκφραση των πολιτών.

Στο κεφάλαιο αυτό θα επιχειρήσουμε να περιγράψουμε σε γενικές γραμμές πρόσφατα δεδομένα για την χειραγωγή του σύγχρονου ανθρώπου, τον έλεγχο του νου του και κύρια της πολιτικής έκφρασής του με την βοήθεια της σύγχρονης τεχνολογίας, τις επιστήμες της συμπεριφοράς, καθώς και της ψυχανάλυσης

## Επιχείρηση Kit-Kat: Ένας Πόλεμος για το μυαλό σου

Η πρώτη περίοδος της μεταδημοκρατίας θα μπορούσε να χαρακτηριστεί από την κυριαρχία των επιχειρήσεων στην πολιτική. Κυριαρχία που έκανε εφικτή η παγκοσμιοποίηση που συγκέντρωσε τεράστια οικονομικό – πολιτική δύναμη στα χέρια μιας σχετικά μικρής ομάδας εταιρειών. Εταιρείες όμως που το κύριο ενδιαφέρον τους ήταν οι αγορές και ο καταναλωτής και πως να βρουν το λεγόμενο «Buying Button» (Κουμπί Αγοράς) στο μυαλό του για να τον πείσουν πιο εύκολα να αγοράσει τα προϊόντα τους.

Από το 2010 περίπου, και ιδιαίτερα από την εμφάνιση του Τραμπ στο πολιτικό σκηνικό, θα μπορούσε κανείς να πει ότι μπαίνουμε σε μία δεύτερη περίοδο που χαρακτηρίζεται από το ενδιαφέρον επιχειρηματικών συμφερόντων και των media να απευθυνθούν στο άτομο όχι για να τον πείσουν να αγοράσει κάτι, αλλά για τον έλεγχο του μυαλού του, την χειραγώγησή του και τον έλεγχο της πολιτικής συμπεριφοράς του, δηλαδή να χειριστούν επιστημονικά το “Cognitive Button” (Γνωσιακό Κουμπί) του μυαλού μας.

Για το σκοπό αυτό δεν διστάζουν πλέον να χρησιμοποιούν επιστημονικές τεχνικές προπαγάνδας, ψυχολογικού πολέμου (psyops), παραπληροφόρησης (disinformation), πληροφοριακό πόλεμο (information warfare) κτλ., κάτι που σήμερα γίνεται πολύ πιο εύκολο, όπως είδαμε και θα αναλύσουμε, από την ύπαρξη των social media (π.χ. Facebook).

Έτσι, η προπαγάνδα πλέον αποτελεί κυρίαρχο εργαλείο σε αυτή την δεύτερη περίοδο της «μεταδημοκρατίας», δηλαδή μιας «θεατρικής Δημοκρατίας» (spectator democracy) όπως την ονομάζουν οι επιστήμονες, όπου ο λαός από – πολιτικοποιείται, υπάρχει πολιτικός λήθαργος και συλλογική απάθεια, κάτω από την «διοίκηση» (management) επιχειρηματικών συμφερόντων και διαφορετικών ελίτ που χειραγωγούν τις κοινωνικές διαδικασίες.

Είναι αληθινό λοιπόν να πούμε ότι αυτό το management προσομοιάζει προς το «Υπουργείο Προπαγάνδας» στο οποίο αναφερόταν ο Α. Χάξλεϊ πριν περίπου 100 χρόνια, μόνο που σήμερα δεν είναι κρατικό, αλλά ανήκει σε ιδιωτικές εταιρείες και επιχειρηματικά συμφέροντα.

-Οι εταιρείες που συνήθως αναλαμβάνουν την υλοποίηση ανήκουν σε μία από τις πιο κάτω δυο κατηγορίες: Εταιρείες Προπαγάνδας / Δημοσίων Σχέσεων (π.χ. Hill & Knowlton Strategies – πόλεμος Ιράκ, Burson – Marsteller, κα) ή εταιρείες για αλλαγή συμπεριφοράς του ατόμου (Behavior Change) μέσα και από επιστημονική μελέτη και αξιοποίηση «Βιο – Ψυχο –

Κοινωνικών Προφίλ» (Bio – Psycο – Social Profiles) δηλαδή εταιρείες όπως SCL / Cambridge Analytica, AIQ, κ.α.

Πρόκειται για εταιρείες με στενές σχέσεις με Υπουργεία Άμυνας, με εξειδίκευση στις «Ψυχολογικές Επιχειρήσεις» (psycological operations ή psyops) δηλαδή που στοχεύουν να αλλάζουν τις πεποιθήσεις / μυαλό των ανθρώπων όχι μέσω πειθούς αλλά μέσω «πληροφοριακής κυριαρχίας» (information dominance), δηλαδή μια σειρά τεχνικών που περιλαμβάνουν: φήμες (rumors), παραπληροφόρηση (disinformation), fake news κτλ. μεταξύ άλλων.

Είμαστε μπροστά στο σκάνδαλο Cambridge Analytica / Facebook, Τραμπ / Brexit, Ρωσία για το οποίο θα μιλήσουμε αναλυτικά σε επόμενες σελίδες.

*Όταν έκλαψε ο Γκέμπελς*

Η ανάγκη για ενέργειες χειραγώγησης των πολιτών είναι αρκετά παλαιά.

Όπως έλεγε και ο Αμερικάνος ανιψιός του Φρόντ από το 1920 Κος Bernays «Η συστηματική χειραγώγηση της συμπεριφοράς και των πεποιθήσεων των μαζών είναι απαραίτητη στις δημοκρατίες, από αυτούς που είναι στο παρασκήνιο και ουσιαστικά ηγούνται» δηλαδή τις ελίτ.

Αλλά και ο ίδιος ο Γκέμπελς, μεγάλος θεωρητικός της εποχής του στα θέματα προπαγάνδας, έλεγε το 1940 «Αν και είναι καλό να κατέχεις την εξουσία η οποία βασίζεται στα όπλα, είναι καλύτερο και πιο ικανοποιητικό να κερδίζεις την καρδιά του λαού και να την κρατάς.»

Την ανάγκη αυτή τη γεννούσε ο κρυφός φόβος κυβερνήσεων / ελίτ κτλ. για ενδεχόμενη εξέγερση των μαζών, ή η επιθυμία τους να επιτύχουν την ύπνωσή τους.

Μπορεί κανείς να διακρίνει δύο εξελικτικές περιόδους για τον έλεγχο του μυαλού μας:

Έλεγχος μαζών (Προπαγάνδα): Ενέργειες προπαγάνδας για τον έλεγχο της κοινωνίας, την αποφυγή κοινωνικής αναταραχής, εξεγέρσεων κτλ. ή να οδηγηθεί αυτή σε απάθεια.

Επιδίωξη είναι η δημιουργία μίας «θεατρικής Δημοκρατίας» (spectator Democracy) που να την λειτουργούν τεχνοκράτες, αλλά να δίνει την εντύπωση «αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας», δηλαδή ότι ο λαός συμμετέχει ενώ έχει ήδη οδηγηθεί σε λήθαργο και απάθεια.

Έλεγχος μυαλού (Γνωσιακός Πόλεμος): Πρόκειται για τεχνικές χειραγώγησης που βασίζονται στον εντοπισμό ψυχολογικών «αδύναμων σημείων» (weak spots) στο μυαλό μας. Οι ενέργειες αυτές είναι πέρα από τον συνειδητό έλεγχό μας, βασίζονται σε πρόσφατες πανεπιστημιακές μελέτες, είναι σχεδόν αδύνατο να τους αντισταθούμε, γίνονται εφικτές λόγω των social media που παρακολουθούν κάθε στιγμή μας.

Για παράδειγμα λέγεται ότι «ένα Like (Μου Αρέσει) στο Facebook, είναι πιο ισχυρό και από τη σφαίρα» και τούτο γιατί έχει βρεθεί από σχετικές μελέτες ότι μελετώντας τα Like ενός ατόμου αναδύεται ένα μοτίβο που μας λέει σχεδόν τα πάντα γι' αυτόν και την προσωπικότητά του, έτσι ώστε να τον «στοχεύσουμε» με τα μηνύματα που θέλει και θα τον επηρεάσουν να αλλάξει συμπεριφορά.

Έτσι για παράδειγμα ένα Like στη Νότια Κορέα, στα παπούτσια Nike και στη σοκολάτα Kit Kat, μπορούν να αποκαλύψουν σχεδόν τα πάντα για την προσωπικότητά σου και για το τι συμβαίνει μέσα στο μυαλό σου, π.χ. ενδεχόμενα τη σκέψη σου για να βάλεις μία βόμβα. Οι μυστικές υπηρεσίες, υπουργεία άμυνας, DaGRA, αλλά και εταιρείες ενδιαφέρονται και επενδύουν πολλά χρήματα στις σχετικές έρευνες για τα Like, κάτω από το κωδικό όνομα «Επιχείρηση Kit Kat» (Operation Kit Kat), όπως είναι γνωστό.

Και πως θα μπορούσε να είναι αλλιώς άλλωστε; Τα Like βγάζουν προέδρους στις ΗΠΑ και όλο τον κόσμο, όπως θα δούμε. Αλλά κυρίως ανοίγουν διάπλατα το μυαλό και τη ψυχή μας στους εισβολείς και χειραγωγούς. Δηλαδή με απλά λόγια, τα προσωπικά μας στοιχεία που δίνουμε π.χ. στο Facebook, χρησιμοποιούνται εναντίον μας, με τρόπους που δεν κατανοούμε και που δεν αντιλαμβανόμαστε.

Όπως λέει ο καθηγητής στο Cambridge (Cambridge Psychometrics Center), Michael Kominski μετά από σχετική έρευνα σε 6 εκατομμύρια χρήστες του Facebook: «αν δω 150 Likes που έχεις κάνει μπορώ να προβλέψω την προσωπικότητά σου καλύτερα από τη γυναίκα σου» «αν δω 300 Likes θα σε ξέρω καλύτερα από εσένα» (ακόμη κι αν είσαι γκέυ και εσύ δεν το γνωρίζεις!!!)

Οπλισμένοι με όλα αυτά τα δεδομένα και με την τεχνική του micro – targeting (μικρο – στοχοποίησης) που επιτρέπουν σήμερα τα social media να στείλουμε ακριβώς το μήνυμα που θα αγγίξει το «αδύναμο σημείο» κάθε ατόμου, ο σύγχρονος άνθρωπος δεν μπορεί παρά να υποταχθεί.

Αν ο Γκέμπελς μετά από τόση επένδυση σε φαραωνικές εκδηλώσεις και πρωτόγονα media, έβλεπε σήμερα ότι μπορούσε να έχει στην οθόνη του Η/Υ τα μύχια κάθε ανθρώπου στον πλανήτη και να απευθυνθεί προσωπικά στα «αδύνατα σημεία» του μέσω social media, δηλαδή μέσω προσωποποιημένων μηνυμάτων π.χ. στο Facebook, αυτή θα μπορούσε να είναι μία σημαντική στιγμή.

Θα ήταν η ημέρα που θα έκλαιγε ο Γκέμπελς!!!

*ΗΠΑ – Ρωσία: Ένας νέος ψυχρός πόλεμος για ένα Like στο Facebook*

Ένας σιωπηλός πληροφοριακός πόλεμος λοιπόν εξελίσσεται σήμερα, κυρίως με τη χρήση των social media, ανάμεσα σε ΗΠΑ και Ρωσία με στόχο τον επηρεασμό των πολιτών και της κοινής γνώμης.

Και τα δύο μέρη έχουν κοινά γνωρίσματα, όπως: στρατιωτική τεχνογνωσία, μελέτες ακαδημαϊκών ιδρυμάτων / πανεπιστημίων, εξειδικευμένα ερευνητικά κέντρα στο ίντερνετ / social media, ένα εκτελεστικό φορέα – ιδιωτική εταιρεία και κυρίως από ένα πολύ πλούσιο επιχειρηματία / ολιγάρχη, διαπλεκόμενο συνήθως με τον πρόεδρο της χώρας αν είναι δυνατόν, ως χρηματοδότη.

Ας δούμε λοιπόν την οργάνωσή τους πιο κάτω:

*ΗΠΑ:Robert Mercer–Ο μεγαλύτερος χορηγός του Τραμπ είναι δισεκατομμυριούχος και γκουρού στη Τεχνητή Νοημοσύνη.*

Προερχόμενος από την IBM στα νιάτα του, ο Robert Mercer εξειδικεύτηκε στους αλγόριθμους και στα Μεγάλα Δεδομένα (Big Data), καθώς και σε θέματα τεχνητής νοημοσύνης (TN / AI).

Με τις εταιρείες του κέρδισε δισεκατομμύρια και έβαλε στόχο να βγάλει πρόεδρο των ΗΠΑ τον Τραμπ με ότι χρήματα και αν χρειαστούν. Έτσι έγινε ο μεγαλύτερος χρηματοδότης του

Ως επιστήμονας που ξέρει καλά την τεχνητή νοημοσύνη και τα socia media διαμόρφωσε τη.... (ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΣΤΟ ΒΙΒΛΙΟ)

Στην ενότητα αυτή υπάρχουν στις σελίδες του βιβλίου και οι εξής υποενότητες :

Ρωσία: Yevgeny Prigozhin – Ο μάγειρας του Πούτιν που έγινε εκατομμυριούχος και Αρχιστράτηγος των Ρωσικών Τρολ στα social media

### **Οι Άρχοντες του Σκότους**

*Vladislav Surkov - Ο "Γκρίζος" Καρδινάλιος του Κρεμλίνου*

*Steve Bannon- Ο "Μέγας Χειραγωγός" στο Λευκό Οίκο του Τραμπ*

### **Πως ο Τράμπ και το Brexit τραυμάτισαν τη Δημοκρατία – Το σκάνδαλο Cambridge Analytica και Facebook**

Ψυχογράφημα Ατόμων ( Behavioral Psychology), "Μεγάλα Δεδομένα"( Big Data) και "Μικρο- Στοχοποίηση" (Micro -Targeting ).