

## Από τον Γκαίμπελς στα social media

Κώστας Π. Κατάρας

Η ανάγκη για ενέργειες χειραγώγησης των πολιτών είναι αρκετά παλαιά.

Όπως έλεγε και ο Αμερικάνος ανιψιός του Φρόντ από το 1920, κύριος Μπερνάις (Edward Bernays, *The Engineering of Consent*) : «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 Γκαίμπελς, 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 χειραγώγησης των πολιτών τη γεννούσε ο κρυφός φόβος κυβερνήσεων / ελίτ, κ.λπ., 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, κ.λπ., ή να οδηγηθεί αυτή σε απάθεια.

Επιδίωξη είναι η δημιουργία μίας «θεατρικής δημοκρατίας» (“spectator democracy”) που να τη 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 αδύνατον να τους αντισταθούμε, γίνονται εφικτές λόγω των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης ( social media) που παρακολουθούν κάθε στιγμή μας.

*Ένα like είναι πιο ισχυρό και από τη σφαίρα;*

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 likes 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· για παράδειγμα, ενδεχομένως τη σκέψη σου για να βάλεις μία βόμβα. Οι μυστικές υπηρεσίες, υπουργεία άμυνας, Dargra, αλλά και εταιρείες ενδιαφέρονται και επενδύουν πολλά χρήματα στις σχετικές έρευνες για τα likes, κάτω από το κωδικό όνομα «Επιχείρηση Kit-Kat» (“Operation Kit-Kat”), όπως είναι γνωστό (Carole Cadwalladr, “I made Steve Bannon’s psychological warfare too”, The Guardian, 18/03/2018) .

Και πώς θα μπορούσε να είναι αλλιώς, άλλωστε; Τα likes βγάζουν προέδρους στις ΗΠΑ και σε όλο τον κόσμο.

Αλλά κυρίως ανοίγουν διάπλατα το μυαλό και την ψυχή μας στους εισβολείς και χειραγωγούς. Δηλαδή, με απλά λόγια, τα προσωπικά μας στοιχεία που δίνουμε, για παράδειγμα, στο facebook, χρησιμοποιούνται εναντίον μας, με τρόπους που δεν κατανοούμε και που δεν αντιλαμβανόμαστε.

Όπως λέει ο καθηγητής στο Κέμπριτζ (Cambridge Psychometrics Center), Michael Kominski (Μάικλ Κομίνσκι) 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» (ακόμα κι αν είσαι γκέι 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 το

οποίο θα αγγίξει το «αδύναμο σημείο» κάθε ατόμου, ο σύγχρονος άνθρωπος δεν μπορεί παρά να υποταχθεί στους χειραγωγούς.

*Όταν έκλαιψε ο Γκαίμπελς*

Τα social media (SM) λοιπόν, που κάποτε ήταν συνώνυμο της ελευθερίας και της δημοκρατίας, σήμερα κατηγορούνται βάσιμα για την υπονόμευσή της αφού διαστρεβλώνουν πληροφορίες, προωθούν ψευδείς ιστορίες και διευκολύνουν την πολιτική χειραγώγηση (Key social media risks to democracy, EPRS, 2021) . Ενδεικτικά:

- με το “αποτύπωμα” του ατόμου στα SM που το αξιοποιούν οι κυβερνήσεις, ο πολίτης γίνεται αντικείμενο πολιτικής επιτήρησης (political surveillance ), φοβάται γιατί «παρακολουθείται», χάνει την ιδιωτικότητά του και την αυτονομία του (loss of privacy and autonomy ) , χάνει το ενδιαφέρον του για τα κοινά και τελικά οδηγείται στην πολιτική απάθεια (political disengagement).

- με τη διάδοση ψευδών πληροφοριών, τα SM μειώνουν την ικανότητα του πολίτη να εκφράσει τις πολιτικές του πεποιθήσεις (distortion of political views and preferences), τον οδηγούν σε σύγχυση, επηρεάζουν καθοριστικά τη ψήφο του και τελικά το εκλογικό αποτέλεσμα (distortion of electoral outcome).

Και τούτο με αυτόματους μηχανισμούς της τεχνολογίας και των αλγορίθμων που εκμεταλλεύονται ανθρώπινες προκαταλήψεις ή την προτίμηση σε αρεστές και ελκυστικές ειδήσεις (μετα-αλήθεια, fake news, κλπ) ή την ανάγκη για προσωπική επιβεβαίωση (confirmation bias) . Όλα αυτά δηλαδή που χαρακτηρίζουν την πολιτική χειραγώγηση (political manipulation), τον επηρεασμό του εκλογικού αποτελέσματος και τελικά τη φθορά της δημοκρατίας.

Αν ο Γκαίμπελς, μετά από τόση επένδυση σε φαραωνικές εκδηλώσεις και πρωτόγονα media την εποχή του, έβλεπε σήμερα ότι μπορούσε να έχει στην οθόνη τού υπολογιστή του τα μύχια κάθε ανθρώπου στον πλανήτη και να απευθυνθεί προσωπικά στα «αδύνατα σημεία» του μέσω social media, δηλαδή μέσω προσωποποιημένων μηνυμάτων, για παράδειγμα στο facebook, αυτή θα μπορούσε να είναι μια σημαντική στιγμή.

Θα ήταν η ημέρα που θα έκλαιγε ο Γκαίμπελς!