

«Αποδείξεις» κι ανταποδείξεις - Πως κατασκευάζονται οι «ειδήσεις», τα «ντοκουμέντα» και τα στημένα «ρεπορτάζ» στα ΜΜΕ



Παρακολουθώντας τα ακόλουθα βίντεο ο υποψιασμένος τηλεθεατής, ενδεχομένως να μην «πέσει απ' τα σύννεφα». Γνωρίζει ότι ο κόσμος των ΜΜΕ, δεν είναι αγγελικά πλασμένος και η τηλεθέαση καθορίζει και την στρατηγική τους. Θα πάρει όμως μια γεύση από τις «μαϊμουδιές» που επινοούν διάφορα «έγκυροι» και ευφάνταστοι δημοσιογράφοι (νεόκοποι και μη) για να δημιουργήσουν εντυπώσεις. Κι ως γνωστόν Εντυπώσεις=Τηλεθέαση=Διαφημίσεις=Χρήμα=Και πολλά άλλα.

Τα παρακάτω βίντεο δημοσίευσε στο YouTube πρώην συνεργάτης των εκπομπών «Αποδείξεις» και «Τετ α τετ» του Νίκου Ευαγγελάτου. Το υλικό δεν περιορίζεται μόνο στα «κατορθώματα» του Ν. Ευαγγελάτου και των συνεργατών του, αλλά και σε άλλες «ενημερωτικές» εκπομπές. Όσο για τα κίνητρα του πρώην συνεργάτη του Ευαγγελάτου, να «ξεβρακώσει» αυτόν και τους υπόλοιπους συναδέλφους του, είναι άγνωστα. Για τον ίδιο λόγο έχει ανοίξει και μια ιστοσελίδα. Η περιγραφή και τα σχόλια των βίντεο, ανήκουν στον συνεργάτη που τα ανέβασε.

Θαυμάστε τους ...

Ανάλυση τηλεοπτικών ρεπορτάζ που έγιναν με χρήση και κατάχρηση κρυφής κάμερας. Οι μέθοδοι, τεχνικές, αλλά και η νοοτροπία των τηλεπρακτόρων δημοσιογράφων και εντολέων τους. Όσοι στοχοποιούνται, διασύρονται και εξοντώνονται, είναι πάντα ένοχοι; Μήπως υπάρχει παραποίηση, παραπληροφόρηση, διαστρέβλωση ή υπερμεγέθυνση, των κακώς κειμένων, για λόγους τηλεθέασης;

Καμπουράκης και Οικονομέας παρουσιάζουν βίντεο «ντοκουμέντο» όπου Αμερικανοί αστυνομικοί «ξεφτιλίζονται» όταν αφήνουν ληστές τράπεζας να τους ξεφύγουν μέσα από τα χέρια τους. Φυσικά είναι βίντεο μαϊμού από το YouTube, και πρόκειται για σκηνοθετημένο γύρισμα για τηλεοπτική διαφήμιση. Ακολουθεί παρόμοιο βίντεο όπου δμηνίτικο μωρό υποτίθεται ότι εξουδετέρωσε με τα γυμνά του χεράκια την κόμπρα που του επιτέθηκε. Το βιολί συνεχίζεται με κολοκύθια που διά μαγείας χημικού ψεκασμού, μεγαλώνουν ακαριαία. Στη συνέχεια από την εκπομπή «Τετ α Τετ», μια ξεκαρδιστική έρευνα όπου η δημοσιογράφος τηλεφωνεί σε άγνωστη πτηνοτρόφο της Ρόδου (λέμε τώρα), η οποία «υποτίθεται» άμεσα συμφωνεί να αγοράσει γιαπωνέζικα λάδια αυτοκινήτου, για να ταΐσει τα κοτόπουλα, αντί για σογιέλαιο που είναι ακριβό. Η Καραμαϊμουδιά με το στημένο τηλεφώνημα ξεσκεπάζεται, από το γεγονός ότι το προσφερόμενο ορυκτέλαιο είναι πολύ...ακριβότερο! Χάψτε το.

Το θέατρο με τα υποτιθέμενα επικίνδυνα κοτόπουλα εμπλουτίζεται με λεκτικά μαργαριτάρια του μοντέλου-δημοσιογράφου (και μελλοντικής βουλευτού). Ο «Εισαγγελάτος» τα χώνει χοντρά στην αξιοπρεπέστατη τότε πρόεδρο του ΕΦΕΤ, ενώ είναι όλο ευγένεια, με τον τότε πρόεδρο του ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΥ ο οποίος επίσης αποδοκιμάζει τον φορέα. Βέβαια στην συνέχεια πήρε την θέση της για να την ξαναχάσει λόγω σκανδάλου με τα γιαούρτια (δάσκαλε που δίδασκες και λόγο δεν εκράττεις). Και από το «Τετ α τετ» στις «Αποδείξεις». Ο παρουσιαστής προαναγγέλλει πολλές φορές το απίστευτο πλάνο που θα ακολουθήσει. Ότι μια σακούλα με μολυσματικά ΑΠΟΒΛΗΤΑ, θα φύγει από το προπορευμένο φορτηγό και θα σκάσει στο μπαρμπρίζ των δημοσιογράφων. Τελικά η σακούλα ήταν μόνον 2 σταγόνες. Μία άλλη σακούλα που πετάει εργαζόμενος προς το κλίβανο «ΕΙΚΑΖΕΤΑΙ» ότι ΘΑ έπεσε στο έδαφος, ΘΑ διασκορπίστηκε το περιεχόμενο του ΘΑ, ΘΑ, ΘΑ. Το караγκιοζιλίκι συνεχίζεται σε ψαράδικο με μια γάτα που αν και δεν διακρίνεται, όμως «ΥΠΟΤΙΘΕΤΑΙ» ότι έφαγε μισή φέτα σολωμού και ο υπάλληλος

την ξανάβαλε (την φέτα & την γάτα) στην θέση της για να καταλήξει «υποτίθεται σε κάποιο δυστυχή καταναλωτή. Όλες οι ΓΛΑΣΤΡΕΣ στον λαχανί καναπέ που «ΥΠΟΤΙΘΕΤΑΙ» έχουν λίγο μυαλό δεν πήραν τον λόγο ή δεν αντέδρασαν στο παραμύθι για αγρίους (τηλεθεατές).

Μια από τις πλέον σημαντικές έρευνες που ξεκίνησε και ολοκληρώθηκε από τον Σκοπελίτη αφορούσε την Απάτη ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ, που ξεγελούσε και ξεγελά συστηματικά τους καταναλωτές με χαμηλές τιμές στις μεγάλες ταμπέλες στα καταστήματα, αλλά και μέσα από τα διαφημιστικά φυλλάδια. Στο ταμείο όμως οι τιμές ήταν και είναι κατά πολύ υψηλότερες. Έρευνα που έγινε σε όλες τις αλυσίδες απέδειξε πέραν κάθε αμφιβολίας, ότι μια μόνον συγκεκριμένη αλυσίδα γαλλικής πολυεθνικής εταιρείας εξαπατούσε τους καταναλωτές συστηματικά και κατά κόρον. Τα δεκάδες ρεπορτάζ που προβλήθηκαν έδειχναν (παρ' όλο το θάμπωμα) ότι πρόκειται για τα σούπερ μάρκετ της ίδιας αλυσίδας. Παρ' όλο αυτά θα ακούσετε συνεχώς τον παρουσιαστή, να παραπληροφορεί (εν γνώσει του) τους τηλεθεατές λέγοντας ότι όλες οι αλυσίδες το κάνουν.

ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ. Κι άλλα βίντεο με διαφορετική τιμή στο ράφι και άλλη (πολύ μεγαλύτερη) στο ταμείο. Ο Παρουσιαστής επιμένει να δηλώνει ψευδώς ότι διαπιστώθηκε η απάτη σε όλες τις αλυσίδες. Εγώ βέβαια που κατέγραφα σε όλες τις επισκέψεις στα καταστήματα την πραγματικότητα, δηλώνω ότι ήταν μόνο στο όμιλο της γαλλικής πολυεθνικής. Ποιόν θα πιστέψετε; Όσο για το Γ.Γ. Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης, που ΥΠΟΤΙΘΕΤΑΙ ότι θα έπαιρνε τα στοιχεία για να τιμωρήσει τους παραβάτες, επίσης υπεύθυνα δηλώνω ότι ποτέ δεν το έκανε. Ακόμα και όταν προσκόμισα στο γραφείο του προσωπικά, αλλά και στους υπόλοιπους ελεγκτικούς μηχανισμούς του Υπουργείου, αδιάσειστα στοιχεία για

εκατοντάδες παραβάσεις της ίδιας εταιρείας το αποτέλεσμα ήταν μηδέν. Αιτήσεις, αποδείξεις και επίσημες καταγγελίες ακόμα και σε βουλευτές μέχρι και το Πρωθυπουργικό Γραφείο, χάθηκαν κουκουλώθηκαν ή αγνοήθηκαν. Οι προστάτες προστατεύονται. Αλλά πίσω έχει η αχλάδα την ουρά.

Στην συνέχεια μπαίνουμε στο κεφάλαιο «κρυφές κάμερες» με αφορμή την περίπτωση Ζαχόπουλου. Είναι ειδική περίπτωση και γι' αυτό στα τηλεοπτικά παράθυρα φιλοξενούνται ειδικοί (λέμε τώρα) στην παρα-κολούθηση και παρα-Πληροφόρηση. Ας τα κάνουμε λιανά...

Σύντομο σεμινάριο για το πως κατασκευάζονται κάποιες από τις κρυφές κάμερες, που χρησιμοποιούνται στις εκπομπές. Απόσπασμα από την Εκπομπή «Αποδείξεις», όπου οι κρυφοκαμεράκηδες της εκπομπής μπαίνουν στον χώρο ελέγχου και παρακολούθησης του HILTON για να στιγματίσουν την καταγραφή των σεκιουριτάδων (άσχετα αν έχουν άδεια) καταγράφοντας κρυφά οι «καλοί» τούς «κακούς». Όπως παρακολουθήσαμε στα βίντεο με τα ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ της πολυεθνικής, η εκπομπή όχι μόνο δεν τόλμησε αλλά ούτε διανοήθηκε να αναφέρει το όνομα της εταιρείας. Όταν όμως: α) ο στόχος είναι μικρός όπως το εστιατόριο της Βουλής, β) δεν είναι και δεν πρόκειται να γίνει τηλεοπτικός χορηγός και γ) με την εκτέλεση του προσφέρουμε υπηρεσίες σε εθνοπατέρες με ευαίσθητα στομάχια, τότε το όνομα το βάζουμε φάτσα κάρτα. Το αν το θύμα διέπραξε κάτι αξιόποιο δεν έχει σημασία. Η τεχνολογία του μοντάζ βοηθά να κατασκευάσουμε αμαρτίες. Η ίδια όμως τεχνολογία βοηθά να αποκαλυφθεί και η μαϊμουδιά.

Κλασικά παραδείγματα χαλκευμένων ρεπορτάζ, όπου η μαϊμουδιά γίνεται στο μοντάζ. Από την στιγμή που δεν φαίνονται τα χείλια των εμπλεκομένων, με την βοήθεια των ψηφιακών μέσων, ο τηλεθεατής ακούει επιλεκτικές «ατάκες» χωρίς

να είναι σε θέση να καταλάβει ποιος πότε και πού απευθύνονται (οι ατάκες). Το θύμα εδώ είναι Ιδιοκτήτης εστιατορίου που προσπαθεί μάταια να αποδείξει ότι δεν είναι ελέφαντας. Ακόμα και στην σπάνια περίπτωση που ο παρουσιαστής παραδέχεται το «λάθος» το προσπερνάει ταχύτατα, αποπροσανατολίζοντας το διαμαρτυρόμενο, ή βομβαρδίζοντας με αλλεπάλληλες ερωτήσεις. Στη συνέχεια το θέμα με τα θαλασσινά και το «καρκινογόνο» (λέμε τώρα) βορικό οξύ. Ο πρόεδρος των ιχθυεμπόρων παίρνει χαμπάρι της μαϊμουδιές των δημοσιογράφων και με πολύ τακτ παρουσιάζει τις αντ-αποδείξεις, για να χαρακτηριστεί από τον παρουσιαστή ωμά, άτιμος. Ένας άλλος ήδη στοχοποιημένος ιδιοκτήτης μπακάλικου που τολμά να αμφισβητήσει το ρεπορτάζ, τιμωρείται με έξτρα διαπόμπευση, ενώ απειλείται «διακριτικά» να το βουλώσει, γιατί τάχα η εκπομπή διαθέτει άλλες 50 ώρες υλικό (μπλόφα).

Συνέχεια στον διασυρμό ενός ιδιοκτήτη κολωνακιώτικου μπακάλικου. Εδώ για να μεγεθύνουν και να οπτικοποιήσουν μία υποτιθέμενη φιλοπαράβαση, η τηλεδημοσιογράφος δανείζεται επιβαρυντικά πλάνα από διαφορετικό βίντεο, και τα παρουσιάζει ως αυθεντικά. Στην ούγια όμως του αλλαντικού ξεχωρίζει η φίρμα του άλλου καταστήματος. Το επόμενο βίντεο αναφέρεται σε έρευνα για κακώς κείμενα μεγάλων σούπερ μάρκετ. Ο παρουσιαστής ισχυρίζεται ότι πρόκειται για τουλάχιστον 5 μεγάλες αλυσίδες, αλλά ο εκπρόσωπος τους αμφισβητεί τον αριθμό, αλλά οι αβανταδόροι ομο-καναπέ-καθούμενοι πολιτικοί και δημοσιογράφοι σιγοντάρουν υπάκουα τον παρουσιαστή, για να τους ξανακαλέσει. Η αλήθεια βέβαια είναι ότι πρόκειται για 2 μόνο μεγάλα σούπερ μάρκετ, τα δε υπόλοιπα είναι 2 μικρομάγαζα Βαρβακείου και Κορωπίου που απλώς παρουσιάζονται πολλές φορές. Ο Γενικός Γρ. Υπουργείου Άχρηστης Ανάπτυξης παίζει τον ρόλο του και βρίσκει ευκαιρία να αραδιάσει παπαριές για την αποτελεσματικότητα του μαγαζιού του. Η τέως πρόεδρος του ΕΦΕΤ κ. Παπανικολάου με αξιοπρέπεια παρουσιάζει την πραγματικότητα, για να δικαιωθεί σήμερα με το σκάνδαλο του μολυσμένου ηλιέλαιου.

Μετά την ανάδειξη των ατασθαλιών των σούπερ μάρκετ, τα στοιχεία των οποίων υποτίθεται ότι ζήτησε ο Γ.Γ. του Υπουργείου Ανάπτυξης για να τους κάνει ντα ντα, αλλά φυσικά λόγω της χορηγικής ασυλίας τα ονόματα ουδέποτε δίνονται (εκτός και η έρευνα είναι κατά παραγγελιά ανταγωνιστή μεγαλοχορηγού), ήλθε η ώρα να δείτε μια άλλη πλευρά του Σκοπελίτη. Ο Σκοπελίτης ως άνεργος ναυτικός ζητιανεύει στη πόλη της Λάρισας. Επάγγελμα στο οποίο μάλλον θα καταλήξει μετά την δημοσιοποίηση των σατυρικών αποκαλύψεων. Το επόμενο θέμα είχε να κάνει με την ανάδειξη του προβλήματος με τις μικροκλοπές. Η κατοχυρωμένη ευρεσιτεχνία μου με το αλουμινόχαρτο επιτρέπει να παρακάμψουμε τους ηλεκτρονικούς ανιχνευτές στην έξοδο των καταστημάτων και να κατακλέψουμε προσωρινά τους εμπόρους.

Η πατέντα κλοπής με την μέθοδο του αλουμινόχαρτου και πολλά αλλά ενδιαφέροντα τεχνολογικά θέματα που αποτέλεσαν την βάση πολλών εκπομπών, ήταν μέρος της αρθογραφίας μου για λογαριασμό ομογενειακής εφημερίδας πριν πολλά πολλά χρόνια (1994). Βέβαια σύμφωνα με την αντίληψη των προϊσταμένων αυτών των τηλεοπτικών παραγωγών, δεν απαιτείται οι έρευνες και τα πειράματα να είναι αυθεντικά και να γίνονται κάτω από πραγματικές συνθήκες. Είναι αρκετό να δηλώνει ο παρουσιαστής ότι είναι. Έτσι ότι δεν είναι εφικτό, κατορθώνεται διά της μεθόδου της ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΩΣ. Σε αυτό το σημείο λοιπόν παρακολουθείστε προσεκτικά, πως παρουσιάζεται η απόπειρα μιας δημοσιογράφου, να κατακλέψει ένα σούπερ μαρκετ, πως παρουσιάζεται και σχολιάζεται ΤΟ ΠΕΙΡΑΜΑ στην εκπομπή και πως αυτό έγινε κατορθωτό (όλα τα λεφτά στο βίντεο 11).

Η απόλυτη τηλεοπτική μαϊμουδιά με στημένο ρεπορτάζ. Το σενάριο-πείραμα προέβλεπε να κλαπούν προϊόντα σε ένα σούπερ μάρκετ, για να διαπιστωθεί αν θα μας πιάσουν. Η δημοσιογράφος όμως προτιμά την εύκολη λύση. Ξεγελά την υπεύθυνη του καταστήματος για να επιτρέψει να γίνει (παρουσία της) η απόπειρα κλοπής και να βιντεοσκοπηθεί, εφόσον θα χρησιμοποιηθεί σαν αναπαράσταση. Φυσικά όπως διαπιστώνετε στο βίντεο 10, το σκηνοθετημένο ψιλο-γύρισμα παρουσιάζεται στην εκπομπή «Τετ α τετ», σαν αυθεντική κλοπή, κάτω από πραγματικές συνθήκες. Οι ξανθιές μοντέλες του πάνελ εντυπωσιάζονται, οι τηλεθεατές εκστασιάζονται και η ΚΕΛΥ ήρωας δημοσιογράφος-κλεφτρόνι-σκηνοθέτης-κάμεραwomen-monkey, εξελίσσεται στην σημερινή επικεφαλής ερευνών της εκπομπής «Αποδείξεις». Λέτε να εφάρμοσε το κόλπο (πολλές) 3 φορές; Η μελλοντική νεκροψία θα δείξει.

Συνέχεια του στημένου ρεπορτάζ με την υποτιθέμενη επιτυχημένη κλοπή σε σούπερ μάρκετ. Η monkey-reporter Kelly Φθινο-πώρου αναγκάζει την υπεύθυνη του καταστήματος, να επαναλάβει τις ατάκες πολλές φορές, ώστε να ακούγονται φυσικές (όχι στημένες). Υπόθεση Εύης Τσέκου και τηλεοπτικά ρεπορτάζ και εκπομπές οργιάζουν με πιθανολογήσεις, ασυναρτησίες και καταληκτικά συμπεράσματα, για το πως, πότε, που και γιατί, η 35χρονη και η συμμορία της οργάνωσαν την κρυφή βιντεοσκόπηση του εραστή Ζάχου Γκουσγκούνη. Φυσικά όταν ακούγεται η απλή εξήγηση της ριγμένης ερωμένης για το πόσο απλά βιντεοσκόπησε με την κάμερα μέσα από την γυναικεία τσάντα της, δεν γίνεται πιστευτή, οπότε στο επόμενο βίντεο 13, απλά εύκολα και κατανοητά θα δείτε ότι λέει την αλήθεια.

Απλοί τρόποι για να μετατραπεί σε λίγα λεπτά, οποιαδήποτε βιντεοκάμερα σε κρυφή. Δοκιμασμένη μέθοδος, που εφαρμόζετε εκτός των άλλων, από τις ερευνητικές Κατινοεκπομπές. Ο διαθέσιμος εξοπλισμός παρακολούθησης ή υποκλοπών διατίθεται ανεξέλεγκτα σε οποιονδήποτε, εντός και εκτός Ελλάδος. Δημοσιογραφίνα υπόδειγμα αλαζονο-Κατίνας, παίρνει το μάθημα της από το πρόεδρο Κίνησης Πολιτών. Συνέχεια για τις ασύρματες μικροκάμερες στο βίντεο 14.

Ασύρματες μικροκάμερες. Χρησιμοποιούνται κατά κόρον από δημοσιογράφους, ντετέκτιβς, Στρατό, Ναυτικό και Αεροπορία. Από τα αποσπάσματα «εκπομπής» που σέβεται απόλυτα την προσωπική ζωή (κάποιων), μαθαίνετε πόσο εύκολο είναι κάποιος να παρεμβάλει ή να υποκλέψει την εικόνα που μεταδίδουν αυτές οι μικρό συσκευές-πομποδέκτες. Εκείνο που «ξέχασαν να ενημερώσουν» είναι ότι όλα αυτά τα συστήματα αναμετάδοσης εικόνας εκπέμπουν σε συνήθως 4 γνωστές σταθερές συχνότητες-κανάλια. Οπότε ακόμα και τυχαία, είναι δυνατόν κάποιος νόμιμος χρήστης να συμπέσει πάνω στην περιορισμένη εμβέλεια κάποιου άλλου χρήστη. Τα αντίμετρα η συστήματα εντοπισμού αυτών των πρωτόγονων (για άλλες χώρες) ασύρματων και ενσύρματων τρόπων παρακολούθησης και παραβίασης της προσωπικής ζωής, διατίθενται λιανικώς και ελευθέρως από τα ίδια καταστήματα που προμηθεύουν τους υποκλοπέις. Η αποτελεσματικότητα είναι θέμα τιμής (Ευρώ) και γνώσεων. Επίσης είναι σχετικά εύκολο για τους μνημένους, να αποδειχθεί αν κάποιο οπτικό υλικό είναι χαλκευμένο και παραποιημένο. Ειδικά αν διαθέτεις και το πρωτότυπο, γνωστό ως αμοντάριστο υλικό (όπως μερικοί μερικοί). Ακολουθεί ο επίλογος στο βίντεο 15 με χρήσιμες πληροφορίες, για το πως κρύβεις τον φακό.

Αντ-«αποδείξεις». Θύμα της εκπομπής, υδραυλικός που παγιδεύεται για αποδειχθεί η ανεντιμότητα του. «Δυστυχώς» συμπεριφέρεται επαγγελματικά τίμια και δίνει και απόδειξη on camera. Ο παρουσιαστής υποτιμώντας την νοημοσύνη των τηλεθεατών, τον χαρακτηρίζει ΑΠΑΤΕΩΝΑ και επιμένει ότι τους βούτηξε 24 ευρώ χωρίς απόδειξη.

Ειδικός αντάπτορας που βιδώνεται στον φακό οποιασδήποτε βιντεοκάμερας μειώνει το μέγεθος του σαν το κεφάλι της καρφίτσας, επιτρέποντας να γίνει «διακριτική» βιντεοσκόπηση.

Διαβάστε εδώ συνέντευξη στην Ελευθεροτυπία για το ίδιο θέμα.

Επίλογος. Με μηνύματα αγάπης και μίσους προς πάσα κατεύθυνση. Τα συμπεράσματα δικά σας.