

## The Greek Review of Social Research

Vol 161 (2023)

161



### The affective and political economy of hate journalism: Toxic masculinity, misogyny and homophobia in Greek extreme right-wing media

*Eugenia Siapera, Lambrini Papadopoulou*

doi: [10.12681/grsr.35010](https://doi.org/10.12681/grsr.35010)

Copyright © 2023, Ευγενία Σιαπέρα, Λαμπρινή Παπαδοπούλου



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

#### To cite this article:

Siapera, E., & Papadopoulou, L. (2023). The affective and political economy of hate journalism: Toxic masculinity, misogyny and homophobia in Greek extreme right-wing media . *The Greek Review of Social Research*, 161, 73–93. <https://doi.org/10.12681/grsr.35010>

Ευγενία Σιαπέρα\*, Λαμπρινή Παπαδοπούλου\*\*

---

Η ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ  
ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΤΟΥ ΜΙΣΟΥΣ: ΤΟΞΙΚΗ  
ΑΡΡΕΝΩΠΟΤΗΤΑ, ΜΙΣΟΓΥΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΜΟΦΟΒΙΑ  
ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΑΚΡΟΔΕΞΙΑ ΜΜΕ

---

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το άρθρο επικεντρώνεται στην ελληνική ακροδεξιά εφημερίδα Μακελειό και στοχεύει να καταγράψει και να αναλύσει τον τρόπο με τον οποίο αυτή παράγει και διαδίδει αρνητικά συναισθήματα όπως το μίσος. Υποστηρίζουμε ότι το Μακελειό, που αποτελεί ένα επιτυχημένο Μέσο, κατάφερε να επιβιώσει και μάλιστα να ευδοκιμήσει στο ελληνικό επικοινωνιακό τοπίο καθρεφτίζοντας, αναπαράγοντας και ενισχύοντας τις μισογυνικές και ομοφοβικές αξίες της συντηρητικής Ελλάδας. Δεν είναι τυχαίο ότι αυτού του είδους η δημοσιογραφία άνθισε κατά τη διάρκεια της κρίσης που έπληξε σοβαρά την Ελλάδα, καθιστώντας την αβεβαιότητα ως τη νέα κανονικότητα σε όλες τις πτυχές της ζωής. Αυτό το πλαίσιο λειτούργησε ως καταλύτης, που οδήγησε σε μια ευρύτερη χρήση των συναισθημάτων στη δημοσιογραφική πρακτική ως μέσο αντιμετώπισης και διαχείρισης της βαθιάς αβεβαιότητας. Ασκώντας αυτού του είδους τη «δημοσιογραφία μίσους», το Μακελειό δημιουργεί μια ιδιαίτερη σχέση με τους αναγνώστες του, οι οποίοι αναγνωρίζουν τη δική τους γλώσσα, τις σκέψεις και τις ηθικές αξίες στις σελίδες του. Εντέλει, το Μακελειό κινητοποιεί το μίσος προς τις γυναίκες και τους ομοφυλόφιλους για να προσελκύσει το κοινό του, το οποίο, με τη σειρά του, υποστηρίζει αυτού του είδους τη δημοσιογραφία καταναλώνοντάς την.

Λέξεις-κλειδιά: κρίση, ακροδεξιά, Ελλάδα, μίσος, δημοσιογραφία, αβεβαιότητα

---

\*Καθηγήτρια και πρόεδρος της Σχολής Σπουδών Πληροφορίας και Επικοινωνίας, University College Dublin, eugenia.siapera@ucd.ie

\*\*Επίκουρη Καθηγήτρια, Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Lrapador@media.uoa.gr

*Eugenia Siapera\* , Lambrini Papadopoulou\*\**

---

THE AFFECTIVE AND POLITICAL ECONOMY  
OF HATE JOURNALISM: TOXIC MASCULINITY,  
MISOGYNISM AND HOMOPHOBIA  
IN GREEK EXTREME RIGHT-WING MEDIA

---

ABSTRACT

*This article focuses on the Greek far-right newspaper Makeleio and aims to record and analyze the way it produces and circulates negative emotions such as hate. We argue that Makeleio which constitutes a successful endeavor has managed to survive and even thrive in Greece's media landscape by mirroring, reproducing, and reinforcing the misogynist and homophobic values of conservative Greece. It is no coincidence that this kind of journalism flourished during the crisis that hit severely Greece creating uncertainty as the new normal across all aspects of life. This context functioned as a catalyst leading to a wider use of emotions in journalistic practice as a means to address and manage the profound uncertainty. By practicing this kind of 'hate journalism', Makeleio creates a special relationship with its readers, who recognize their own language, thoughts, and moral values in its pages. Ultimately, Makeleio mobilizes hate towards women and homosexuals to attract its audience who in their turn support this kind of journalism by consuming it.*

**Key words:** *crisis, extreme right, Greece, hate, journalism, uncertainty*

---

\*Professor and head of the Information and Communication Studies School at University College Dublin, eugenia.siapera@ucd.ie

\*\*Assistant Professor, Department of Communication and Media Studies, National and Kapodistrian University of Athens, e-mail: Lpapadop@media.uoa.gr

## 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερα ΜΜΕ τείνουν να χρησιμοποιούν πηχυαίους τίτλους, οι οποίοι στοχεύουν στην κινητοποίηση συναισθημάτων όπως ο θυμός, ο φόβος, η αηδία και το μίσος. Ενδεικτικά παραδείγματα αποτελούν το Breitbart, το Infowars και το The Blaze με έδρα τις ΗΠΑ. Ανήκουν σε ένα δίκτυο ακροδεξιών ΜΜΕ που δημοσιεύουν ακραίες θεωρίες συνωμοσίας, που συχνά περιστρέφονται γύρω από αντιφεμινιστικά και ομοφοβικά θέματα, χρησιμοποιώντας λόγο που στοχεύει στην κινητοποίηση συναισθημάτων (Kelly, 2019). Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτού του είδους η δημοσιογραφία εμφανίστηκε σε μια εποχή βαθιάς κρίσης για τα Μέσα ενημέρωσης και τη δημοσιογραφία (Gitlin, 2011) αλλά και ευρύτερα σε μια περίοδο οικονομικής, κοινωνικοπολιτικής και περιβαλλοντικής κρίσης.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα που βίωσε μια παρατεταμένη και εκτεταμένη κρίση, η οποία έχει αναδιαρθρώσει δραστικά όχι μόνο το πολιτικό σύστημα αλλά και την ίδια την κοινωνία. Μία από τις επιπτώσεις της κρίσης ήταν η κανονικοποίηση της αβεβαιότητας ως κάτι φυσιολογικό σε όλες τις πτυχές της ζωής: οικονομική αβεβαιότητα (Hardouvelis et al., 2018), πολιτική αβεβαιότητα (Malkoutzis, 2011) και κοινωνική αβεβαιότητα, που συνδέεται με μια σειρά κοινωνικών φαινομένων όπως η υψηλή ανεργία, η μετανάστευση, τα χαμηλά ποσοστά γεννήσεων, η αύξηση των αυτοκτονιών και η έντονη φτωχοποίηση του πληθυσμού (Branas et al., 2015· Matsaganis, 2018).

Στο πεδίο δε των ΜΜΕ, οι συνθήκες που διαμορφώθηκαν μπορούν να παρομοιαστούν με αυτές μιας τέλειας καταιγίδας (Siapera et al., 2015· Leandros and Papadopoulou, 2020). Σε αυτό το πλαίσιο εμφανίστηκε το 2010 η τηλεοπτική εκπομπή το *Μακελειό*, που μεταδιδόταν από διάφορα παραδοσιακά τηλεοπτικά κανάλια όπως το Kontra channel, το Extra channel και το Alert TV. Η εκπομπή διακόπηκε πολλές φορές λόγω του προσβλητικού περιεχομένου της. Μάλιστα το 2011 επιβλήθηκε πρόστιμο 150.000 ευρώ στο κανάλι Kontra, επειδή ο δημιουργός, συντάκτης και παρουσιαστής της εκπομπής Στέφανος Χίος εξύβρισε και απείλησε τον τότε κυβερνητικό εκπρόσωπο. Αμέσως μετά, η εκπομπή έπαψε να αναμεταδίδεται και μετακόμισε οριστικά στο YouTube, ενώ τον Ιανουάριο του 2015 ξεκίνησε η έκδοση του έντυπου *Μακελειού*.

Παρά το γεγονός ότι το *Μακελειό* αποτελεί μέρος ενός ασταθούς οικοσυστήματος ακροδεξιών ΜΜΕ, έχει αναδειχθεί ως μία σταθερά βιώσιμη έκδοση με σημαντική απήχηση και πωλήσεις. Στην παρούσα

έρευνα εστιάζουμε την προσοχή μας στην εν λόγω εφημερίδα, με στόχο να αναδείξουμε την ευρύτερη δυναμική της σχέσης που υπάρχει ανάμεσα στην κρίση και τα αρνητικά συναισθήματα του κοινού τα οποία λειτουργούν συμβιωτικά με αυτό το είδος δημοσιογραφίας που αποκαλούμε «δημοσιογραφία του μίσους».

## 2. ΚΡΙΣΗ, ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ

Πλήθος ερευνών τα τελευταία χρόνια επισημαίνουν πως η δημοσιογραφική κρίση είναι πρωτίστως οικονομική, γεγονός που τεκμηριώνεται από την πτωτική τάση του αναγνωστικού κοινού των έντυπων Μέσων, η οποία δεν αντισταθμίζεται πλήρως από τα έσοδα που προκύπτουν λόγω της αύξησης των ψηφιακών αναγνωστών. Πέρα, όμως, από το οικονομικό υπόβαθρο, η κρίση της δημοσιογραφίας συνδέεται στενά και με την πολιτική κρίση.

Όπως επισημαίνει ο Gitlin (2011) αλλά και οι McChesney & Pickard (2011), η κρίση της δημοσιογραφίας σχετίζεται με τις ευρύτερες εξελίξεις στην πολιτική, κοινωνική και οικονομική σφαίρα, και πιο συγκεκριμένα με την άνοδο του νεοφιλελεύθερου μοντέλου (απο)-ρύθμισης και την επέκταση της αγοράς σε όλους τους τομείς της ζωής. Αυτές οι εξελίξεις με τη σειρά τους έχουν δημιουργήσει ένα περιβάλλον αυξημένου κινδύνου και αβεβαιότητας καθώς έννοιες που θεωρούνται δεδομένες στο (δυτικό) ευρωπαϊκό πλαίσιο, όπως για παράδειγμα, η πρόνοια, η στέγαση, οι υπηρεσίες υγείας, η δωρεάν εκπαίδευση και το σταθερό πολιτικό σύστημα, έχουν χάσει πλέον το νόημα και το περιεχόμενό τους.

Ενώ η εστίαση στην πολιτική οικονομία της δημοσιογραφίας αφήνει λίγα μόνο περιθώρια για αισιοδοξία, ορισμένοι θεωρητικοί όπως η Zelizer (2015) υποστηρίζουν ότι η διαρκής αναφορά σε μια κρίση δεν είναι παραγωγική, καθώς επικεντρώνεται σε μια μυθική αφήγηση ενός σπουδαίου παρελθόντος αποκλείοντας έτσι το ενδεχόμενο ενός διαφορετικού μέλλοντος για τη δημοσιογραφία. Οι εν λόγω θεωρητικοί προτιμούν να εστιάζουν το ενδιαφέρον τους στην έρευνα του μέλλοντος της δημοσιογραφίας, τους μετασχηματισμούς και τις προσαρμογές της. Το κύριο επιχείρημα που χρησιμοποιούν είναι ότι έχουμε προχωρήσει σε μια μεταβιομηχανική εποχή για τη δημοσιογραφία (Anderson et al., 2015), στην οποία το αρχικό, «βιομηχανικό» μοντέλο της έντυπης δημοσιογραφίας πρέπει να εφευρεθεί εκ νέου για την ψηφιακή εποχή (Deuze and Witschge, 2017). Η εν

λόγω προσέγγιση παραπέμπει σε μια αισιόδοξη άποψη για το μέλλον της δημοσιογραφίας, στην παρούσα συγκυρία, ωστόσο, είναι εξαιρετικά δύσκολο να θεωρηθεί πως η μετάβαση στο νέο αυτό μοντέλο θα οδηγήσει σε Μέσα που θα μπορέσουν να διατηρήσουν την ποιότητα της δημοσιογραφίας (Brüggemann et al., 2016).

Στην παρούσα φάση η δημοσιογραφία αλλά και ολόκληρη η κοινωνία εξακολουθούν να βρίσκονται στη δίνη μιας κρίσης κι ενός αβέβαιου μέλλοντος το οποίο, σε συνδυασμό με τις παρατεταμένες κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές κρίσεις, μετακινεί σταδιακά τις επικρατούσες ιδεολογίες προς τον ακροδεξιό λαϊκισμό (Mudde, 2016), ανοίγοντας, παράλληλα, τον δρόμο για την εμφάνιση διαφόρων ακροδεξιών Μέσων Ενημέρωσης. Αυτή η μετακίνηση των πολιτικών θέσεων έχει ως βασικό χαρακτηριστικό τον συνδυασμό της κλασικής φιλελεύθερης θέσης που επικεντρώνεται στο ατομικό επίτευγμα, της νεοφιλελεύθερης θέσης η οποία εναντιώνεται στις ισχυρές κρατικές παρεμβάσεις και της κοινωνικοπολιτικής ατζέντας της δεξιάς, η οποία αντιτίθεται στην ενσωμάτωση των μειονοτήτων και στα αιτήματα για κοινωνική ισότητα (Betz, 2016).

Πλήθος ερευνών έχουν εντοπίσει και καταγράψει τις ιδεολογικές διαστάσεις και την ιστορία της πολιτικής σκέψης του ακροδεξιού λαϊκισμού. Η παρούσα έρευνα δίνει έμφαση περισσότερο στον ρόλο του συναισθήματος ως συγκολλητικής ουσίας αυτής της ιδεολογίας. Η έννοια του μίσους γίνεται κατανοητή με βάση τον κλασικό ορισμό του Αριστοτέλη, ο οποίος κάνει μια διάκριση μεταξύ θυμού και μίσους. Για τον Αριστοτέλη, ο θυμός προκαλείται από τη βλάβη και εστιάζεται στα άτομα που θεωρούνται υπεύθυνα για αυτή. Το δε μίσος απευθύνεται κυρίως σε μια ολόκληρη κατηγορία ή τάξη ανθρώπων, οι οποίοι μπορεί να μην έχουν βλάβει κάποιον προσωπικά (Αριστοτέλης, 1941, *Ρητορική*). Ο Αριστοτέλης υποστηρίζει περαιτέρω ότι ένα άλλο διακριτικό χαρακτηριστικό μεταξύ θυμού και μίσους είναι ότι, ενώ ο θυμός μπορεί να κατευναστεί, το μίσος δεν έχει άλλη διέξοδο εκτός από τον αφανισμό αυτών που μισούνται. Σε αυτό το πλαίσιο, όπως έχει υποστηρίξει η Ahmed (2004), το μίσος κυκλοφορεί και χρησιμοποιείται ως μέσο κοινωνικής οργάνωσης, διαχωρίζοντας το ποιος ανήκει σε μια ομάδα αλλά και το ποιος πρέπει να εξαλειφθεί. Δεδομένου του προσανατολισμού των συναισθημάτων προς τη δράση (βλ. Chouliaraki, 2010), το μίσος μπορεί αντίστοιχα να κινητοποιηθεί με σκοπό την επίτευξη ορισμένων κοινωνικοπολιτικών αποτελεσμάτων.

Η Ahmed, όπως ο Αριστοτέλης, αντιλαμβάνεται το μίσος ως κοινωνικό συναίσθημα και όχι ως ιδιωτικό που γεννιέται από συγκεκριμένα αντικείμενα ή πρόσωπα. Για την Ahmed, το μίσος αναδύεται μέσω της κυκλοφορίας του από τη μια ομάδα ανθρώπων στην άλλη και μέσω αυτής της διαδικασίας αποκτά νόημα και συγκεκριμένη λειτουργία. Η ίδια υποστηρίζει, επίσης, ότι το μίσος παρουσιάζεται σε καταστάσεις που προκαλούν ή κατασκευάζονται ως κρίσεις και οι οποίες απειλούν το εθνικό ή κοινωνικό σώμα, όπως για παράδειγμα οι τρομοκρατικές επιθέσεις. Το μίσος αναδεικνύεται τη στιγμή της κρίσης ως μέσο με το οποίο η κοινωνία διαχωρίζει το θύμα από τον θύτη (Ahmed, 2004, σελ. 118). Χαρακτήρες όπως η δυναμική γυναίκα, ο ομοφυλόφιλος, ο αιτών άσυλο ή ο τρομοκράτης γίνονται σημαίνοντες της διαφορετικότητας, υποδεικνύοντας ποιος ανήκει σε μια ομάδα και ποιος όχι. Προκειμένου να κυκλοφορήσει και να «κολλήσει» το μίσος σε ορισμένες ομάδες, ο λόγος που χρησιμοποιείται πρέπει να κάνει αναφορά σε παρελθοντικές διαμάχες ή διαφορές, οι οποίες είναι γνωστές στα μέλη της κάθε ομάδας.

Με βάση την προσέγγιση του μίσους ως κοινωνικού και όχι ατομικού συναισθήματος γίνεται ξεκάθαρο ότι αυτό καλείται να εξυπηρετήσει ορισμένες κοινωνικές λειτουργίες, τις οποίες η Ahmed εντοπίζει στο επίπεδο της κοινωνικής οργάνωσης και του ανήκειν. Ομοίως, δεδομένου ότι το μίσος κυκλοφορεί μέσω του λόγου (κείμενο και ομιλία), μπορεί να θεωρηθεί ως επιτελεστικό, με την έννοια μιας λεκτικής πράξης, η οποία έχει διπλό προσανατολισμό: έναν προς το αντικείμενο του λόγου, τον «μισούμενο» και έναν προς το ακροατήριο αυτού του λόγου. Στην πράξη, ο διαμεσολαβημένος λόγος ο οποίος λειτουργεί ως ένα είδος ηθικής αγωγής, προσφέρει προτάσεις για το πώς πρέπει να αισθάνονται –και ως εκ τούτου να ενεργούν– οι αποδέκτες αυτού του λόγου (Chouliaraki, 2010, σελ. 110).

Η παρούσα έρευνα επικεντρώνεται στο μίσος δίνοντας έμφαση στη συναισθηματική του διάσταση, στοιχείο το οποίο χαρακτηρίζει τη μορφή της δημοσιογραφίας που ασκείται από τα λεγόμενα δεξιά εναλλακτικά (Haller et al., 2019). Τα εναλλακτικά μέσα συνολικά κατανοούνται κυρίως μέσω της σχέσης τους με τα παραδοσιακά (Papadopoulou, 2020). Μπορεί να φιλοξενούν ποικίλες απόψεις και πολιτικές θέσεις, αλλά όλα υποστηρίζουν ότι τυγχάνουν άδικης μεταχείρισης από τα κύρια Μέσα Ενημέρωσης. Οι Haller and Holt (2019) σημειώνουν ότι τα δεξιά πολιτικά κόμματα δημιουργούν όλο και πιο στενές συνδέσεις με τα δεξιά εναλλακτικά Μέσα Ενημέρωσης.

Παρά τη συζήτηση περί αποκλεισμού, τα κυρίαρχα ΜΜΕ συχνά χρησιμοποιούν ή φιλοξενούν υλικό από αυτά τα Μέσα και τους δεξιούς πολιτικούς. Υπό αυτή την έννοια, φαίνεται ότι αυτά τα Μέσα πλησιάζουν όλο και περισσότερο στο παραδοσιακό τοπίο, μεταβαίνοντας από μια αντι-ηγεμονία σε μια νέα ηγεμονία (Cammaerts, 2018).

Έρευνες για τα δεξιά εναλλακτικά ΜΜΕ έχουν δείξει τους τρόπους με τους οποίους αυτά συνδέονται ή αποσυνδέονται από τα παραδοσιακά (Holt, 2018), το πώς κατασκευάζουν εναλλακτικές, ρεβιζιονιστικές αφηγήσεις της ιστορίας και της συλλογικής μνήμης (Wasilewski, 2019), τις ομοιότητες και τις διαφορές τους με την επικρατούσα τάση στην κάλυψη βασικών θεμάτων όπως η μετανάστευση (Nordheim et al., 2019) και τα κίνητρα των χρηστών/αναγνωστών και χρηστριών/αναγνωστριών τέτοιων Μέσων (Noppari et al., 2019).

Αν και οι εν λόγω έρευνες έχουν αναμφίβολα συνεισφέρει σημαντικά στο πεδίο, διαφαίνεται μια τάση εξυγίανσης του λόγου που φιλοξενούν ορισμένα από αυτά τα Μέσα, κατανοώντας τον μέσα από μια οπτική που επικεντρώνεται σε αυτά ως εναλλακτικά Μέσα. Μια προσεκτική εξέταση της συγκρότησης του λόγου αυτών των Μέσων και ιδιαίτερα των τρόπων με τους οποίους συμβάλλουν στη συναισθηματική οικονομία του μίσους, μπορεί να προσφέρει μια βαθύτερη κατανόηση των κοινωνικοπολιτικών λειτουργιών τους και μια κατανόηση της θέσης τους εντός του δημοσιογραφικού οικοσυστήματος. Ορισμένα από τα ερωτήματα που παραμένουν αναπάντητα, σχετίζονται με την πολιτική λειτουργία της αφήγησής τους και ειδικά με τον ρόλο του μίσους σε ένα πλαίσιο που χαρακτηρίζεται από βαθιά αβεβαιότητα.

### 3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η βιβλιογραφία για τα ακροδεξιά Μέσα τείνει, ως επί το πλείστον, να τα ερευνά ως προς την ιδεολογία ή τη σχέση τους με τα κυρίαρχα ΜΜΕ. Ωστόσο, εξακολουθεί να καταγράφεται ένα ερευνητικό κενό αναφορικά με το επιχειρηματικό τους μοντέλο και πιο συγκεκριμένα με τη σχέση ανάμεσα στο περιεχόμενο των ακροδεξιών Μέσων και το πλαίσιο παραγωγής αυτού του περιεχομένου. Με στόχο την κάλυψη αυτού του κενού, το υπόλοιπο της παρούσας έρευνας εξετάζει τον βαθμό στον οποίο η κινητοποίηση του μίσους συντηρεί αυτή τη νέα μορφή της δημοσιογραφίας, η οποία αποτελεί γέννημα της κρίσης. Με αυτόν τον τρόπο επιδιώκουμε να συνδέσουμε τη συναισθη-



ματική οικονομία του μίσους με την πολιτική οικονομία της κρίσης και να εντοπίσουμε τη θέση της δημοσιογραφίας σε αυτή τη σχέση.

Για να προσεγγίσουμε εμπειρικά αυτά τα ζητήματα εστιάζουμε στην εφημερίδα *Μακελειό*. Η επιλογή αυτού του Μέσου βασίζεται στη μεγάλη απήχηση και εμβέλειά του. Συγκεντρώσαμε και αναλύσαμε 96 έντυπες εκδόσεις (η καθεμία περιείχε περίπου 30 άρθρα) του *Μακελειού* κατά το διάστημα Μάιος – Αύγουστος 2018, και συμπληρώσαμε την ανάλυση με υλικό από τον ιστότοπο *Μακελειο.gr*, ο οποίος σύμφωνα με την εταιρεία web analytics Alexa κατατάσσεται στην 16<sup>η</sup> θέση στην Ελλάδα. Το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα επελέγη τυχαία, καθώς στόχος ήταν να κατανοήσουμε τις καθημερινές λειτουργίες της εφημερίδας και την ψηφιακή της παρουσία. Η ανάλυση των κειμένων έγινε με βάση την μεθοδολογία της Κριτικής Ανάλυσης Λόγου (CDA), η οποία εστιάζεται στον τρόπο με τον οποίο η κοινωνική δύναμη, η κυριαρχία και η ανισότητα αναπαριστώνται, αναπαράγονται, νομιμοποιούνται ή αμφισβητούνται μέσα από το κείμενο και την ομιλία στο κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο (Van Dijk, 2001). Αυτή η προσέγγιση μάς δίνει τη δυνατότητα να επικεντρωθούμε όχι μόνο στα σημαίνοντα που συνθέτουν το κείμενο αλλά και στις ιστορικές και πολιτιστικές διαστάσεις που κρύβονται πίσω από την επιλογή των εκάστοτε κειμένων. Όπως υπογραμμίζει και ο Fairclough (1995), η εν λόγω μεθοδολογία προχωρά πέρα από τα κειμενικά στοιχεία και επιδιώκει να ενσωματώσει μια ανάλυση των σχέσεων μεταξύ του λόγου και των άλλων στοιχείων της κοινωνικής διαδικασίας. Με αυτόν τον τρόπο, η εν λόγω προσέγγιση είναι συμβατή με την κριτική προσέγγιση της Ahmed (2004) στα συναισθήματα ως κοινωνικές πρακτικές, που εκφράζονται μέσω γλωσσικών και οπτικών σημείων.

Ο Fairclough (1992) εντοπίζει τρία επίπεδα ανάλυσης του λόγου: (1) το ίδιο το κείμενο, (2) την παραγωγή, διανομή, μετατροπή και κατανάλωση του κειμένου, και (3) το ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο που μπορεί να επηρεάσει τη δημιουργία του κειμένου. Όπως επισημαίνει, η ανάλυση ενός συγκεκριμένου κειμένου απαιτεί την ανάλυσή του με βάση κάθε ένα από αυτά τα τρία επίπεδα και τις αλληλεπιδράσεις τους. Αυτή η διαδικασία απαιτεί μια συνεχή κίνηση εμπρός και πίσω, μεταξύ των διαφορετικών επιπέδων ανάλυσης.

Με βάση την παραπάνω μεθοδολογία επιχειρούμε να ερευνήσουμε και να καταγράψουμε το πλήθος των τρόπων με τους οποίους εκφράζεται το μίσος στα ακροδεξιά Μέσα. Καθώς στόχος είναι να

συνδέσουμε τη συναισθηματική οικονομία του μίσους με την πολιτική οικονομία της δημοσιογραφίας, στην επόμενη ενότητα ακολουθεί συζήτηση αναφορικά με το πλαίσιο και τη διαδικασία παραγωγής του *Μακελειού*.

#### 4. Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ «ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΤΟΥ ΜΙΣΟΥΣ»

Πλήθος προηγούμενων ερευνών έχουν αναφερθεί διεξοδικά στη βαθιά κρίση της ελληνικής δημοσιογραφίας (Iosifidis and Boucas, 2015· Siaperas et al., 2015· Siaperas and Papadopoulou, 2016). Τα τελευταία 15 χρόνια έχουν καταρρεύσει διάφοροι ιστορικοί τίτλοι, τα ποσοστά ανεργίας των δημοσιογράφων έχουν φτάσει στο 30%, ενώ στο εργασιακό τοπίο κυριαρχεί η επισφαλής κι απλήρωτη εργασία. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο ορισμένα ακροδεξιά έντυπα Μέσα όπως η *Χρυσή Αυγή*, το *Εμπρός*, το *Μακελειό*, ο *Στόχος*, ο *Ελεύθερος Κόσμος* και η *Ελεύθερη Ώρα*, τα οποία μέχρι τότε απευθύνονταν σε συγκεκριμένο και περιορισμένο κοινό, άρχισαν να αποκτούν μεγαλύτερη ορατότητα και να διεκδικούν μία πιο διευρυμένη μερίδα του κοινού.

Η *Χρυσή Αυγή*, το *Εμπρός*, ο *Ελεύθερος Κόσμος* και ο *Στόχος* συνδέονται άμεσα με την ακροδεξιά οργάνωση *Χρυσή Αυγή*, η οποία μάλιστα επιδοτούσε σε μεγάλο βαθμό την έκδοσή τους (Stochos, 2013). Συγκεκριμένα, κάθε τοπική οργάνωση του κόμματος έπρεπε να αγοράσει μεγάλο αριθμό αντιτύπων και να τα πουλήσει στα μέλη και τους υποστηρικτές του, μια στρατηγική «αναγκαστικής συνδρομής». Ως επί το πλείστον, αυτές οι εφημερίδες ακολούθησαν τη μοίρα του κόμματός τους. Καθώς η υποστήριξη για τη *Χρυσή Αυγή* σταδιακά μειώθηκε, άρχισαν σταδιακά να μειώνονται και οι πωλήσεις. Το δε *Εμπρός* διέκοψε πλήρως την έκδοσή του τον Νοέμβριο του 2019.

Η πορεία του *Μακελειού*, ωστόσο, είναι διαφορετική. Ξεκίνησε ως τηλεοπτική εκπομπή, με παρουσιάστη τον Στέφανο Χίο. Μεταδόθηκε από διάφορα ελληνικά κανάλια, μέχρι που «κόπηκε» οριστικά λόγω του ακατάλληλου και προσβλητικού περιεχομένου του. Η εκπομπή μετακόμισε στο διαδίκτυο και τον Ιανουάριο του 2015 το *Μακελειό* εμφανίστηκε για πρώτη φορά σε έντυπη μορφή.

Σύμφωνα με στοιχεία της Ένωσης Εκδοτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών, το 2020, το *Μακελειό* πουλούσε πανελλαδικά περί-

που 6.000 αντίτυπα καθημερινά και κατατάσσονταν στην 5η θέση ανάμεσα 15 απογευματινές εφημερίδες.

Η δε ιστοσελίδα [makeleio.gr](http://makeleio.gr) σύμφωνα με τον ιστότοπο παροχής στοιχείων [webanalytics similarweb](http://webanalytics.similarweb.com) καταλαμβάνει την 15η θέση στην κατηγορία News & Media Publishers in Greece

αρκετά πιο ψηλά από την ιστοσελίδα της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης, η οποία τον Ιούνιο του 2023 βρισκονταν στην 124η θέση.

Η εφημερίδα κοστίζει 0,80 € και τα ακαθάριστα έσοδά της εκτιμώνται σε περίπου 115.200 € το μήνα, καθώς εκδίδει έξι εκδόσεις την εβδομάδα. Αν και είναι δύσκολο να υπολογιστούν τα έξοδά της, είναι προφανές ότι προσπαθεί να διατηρήσει το λειτουργικό της κόστος όσο το δυνατόν πιο χαμηλά, εκτυπώνοντας λιγότερες σελίδες (24) σε σχέση με τον μέσο όρο των υπόλοιπων εφημερίδων (40) και διατηρώντας μια πολύ μικρή συντακτική ομάδα. Λαμβάνοντας υπόψη τις εκτιμήσεις του Picard (2004) ότι οι δραστηριότητες «back shop» (π.χ. κόστη εκτύπωσης) αντιπροσωπεύουν το 30% έως 35% των λειτουργικών εξόδων μιας εφημερίδας, και τα έξοδα διαχείρισης, διανομής και σύνταξης συμβάλλουν κατά περίπου 10% το καθένα στα λειτουργικά έξοδα, είναι προφανές ότι το *Μακελειό* είναι οικονομικά βιώσιμο. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η εφημερίδα δεν φιλοξενεί διαφημίσεις και βασίζεται αποκλειστικά στα έσοδα από τις πωλήσεις. Η ιστοσελίδα [Makeleio.gr](http://Makeleio.gr) φιλοξενεί μόνο μία διαφήμιση από διαδικτυακό ιστότοπο τυχερών παιχνιδιών ([stoixima.com](http://stoixima.com).gr). Ο Στέφανος Χίος εμφανίζεται ως «σύμβουλος σύνταξης» στην εφημερίδα, η οποία φαίνεται να ανήκει στην εταιρεία *Makeleio S.A.*, πιθανόν προκειμένου να αποφύγει ο ίδιος την προσωπική ευθύνη για την πληθώρα των αγωγών που κατατίθενται εναντίον του Μέσου για συκοφαντία, ρητορική μίσους και υποκίνηση σε βία. Ο ίδιος πάντως επιχειρεί να εμφανίζει την εφημερίδα ως «one man show», αναφέροντας πως η εφημερίδα βασίζεται μόνο στην δική του υπογραφή.

Εξετάζοντας την εφημερίδα υπό το πρίσμα πολιτικοοικονομικών όρων, διαπιστώνεται ότι το *Μακελειό* αναδεικνύεται ως μια οικονομικά επιτυχημένη δημοσιογραφική επιχείρηση σε ένα περιβάλλον που έχει δει άλλες ακροδεξιές αλλά και παραδοσιακές εκδόσεις να χρεοκοπούν. Τα έσοδά της προέρχονται εξ ολοκλήρου από πωλήσεις και το λειτουργικό της κόστος διατηρείται σε χαμηλά επίπεδα. Ο ιστότοπος φιλοξενεί μεγαλύτερη ποικιλία περιεχομένων, που συνήθως προέρχονται από πρακτορεία Τύπου και άλλα ηλεκτρονικά Μέσα. Το [Makeleio.gr](http://Makeleio.gr) δε δημοσιεύει την έντυπη έκδοση στο διαδί-

κτυο, αν και παρουσιάζει τακτικά teaser, φωτογραφίες από τα έντυπα εξώφυλλα και περιστασιακά leads άρθρων. Το επιχειρηματικό μοντέλο στο οποίο βασίζεται λοιπόν το *Μακελειό* είναι ένα μοντέλο το οποίο πουλάει πρόσβαση στο περιεχόμενό του αποκλειστικά σε όσους αγοράζουν την έντυπη εφημερίδα και χρησιμοποιεί τον ιστότοπο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να διατηρήσει την κοινότητα των αναγνωστών και να προωθήσει το περιεχόμενό της.

## 5. Η ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ «ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΜΙΣΟΥΣ»

Στην παρούσα ενότητα επιχειρούμε να προσδιορίσουμε τους τρόπους με τους οποίους το *Μακελειό* παράγει και διαδίδει τη «δημοσιογραφία του μίσους», με βάση τα τρία επίπεδα ανάλυσης του Fairclough (1992). Το πρώτο επίπεδο στο τρισδιάστατο μοντέλο που προτείνει ο Fairclough είναι το ίδιο το κείμενο και οι γλωσσικές επιλογές που γίνονται προκειμένου να περιγράψουν τα περιεχόμενα της αφήγησης.

### 5.1. Το Μακελειό και το γυναικείο φύλο

Αναλύοντας τα κείμενα της εφημερίδας διαπιστώσαμε πως κυριαρχεί το άτυπο λεξιλόγιο της καθομιλουμένης με αρκετές εκφράσεις του δρόμου, βρισιές και ελάχιστη προσοχή στη γραμματική και τη συντακτική συνοχή. Τα γλωσσικά χαρακτηριστικά που συναντήσαμε περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων τη συχνή χρήση χυδαιότητων, αργκό και προσβλητικών εκφράσεων. Η γλώσσα που χρησιμοποιείται είναι η δημοτική, με αρκετές βρισιές, μη γραμματικές εκφράσεις, πολλαπλά θαυμαστικά και υπερβολές που δεν συναντώνται συνήθως στη δημοσιογραφία και στην επίσημη, «σωστή» χρήση της γλώσσας. Στις περισσότερες περιπτώσεις, μέσω αυτής της γλώσσας, απευθύνεται σε άτομα που συνιστούν κάποιου είδους απειλή.

Αναφορικά με το γυναικείο φύλο διαπιστώσαμε ότι το *Μακελειό* τείνει να χρησιμοποιεί υποτιμητικό κι εχθρικό λόγο εναντίον των γυναικών, εστιάζοντας σχεδόν εμμονικά στη σεξουαλικότητά τους. Οι δε άνδρες παρουσιάζονται σε πολλές περιπτώσεις ως θύματα αυτών των γυναικών-αραχνών, οι οποίες είτε τους απατούν με άλλους συντρόφους είτε τους εκμεταλλεύονται προκειμένου να πετύχουν τους στόχους τους. Στις περισσότερες περιπτώσεις το *Μακελειό* αναφέ-

ρεται σε γυναίκες που κατέχουν περίοπτη θέση στον δημόσιο βίο, αποκαλώντας τις «πόρνες» και «τσούλες».

Φιλοξενώντας φωτογραφίες τους στα πρωτοσέλιδά του κάνει λόγο για τους υπόγειους και πονηρούς τρόπους με τους οποίους κατάφεραν να αποπλανήσουν τους άνδρες και να σακαφαλώσουν στις θέσεις που βρίσκονται (π.χ. «σέρνεται στα γόνατά της και ανοίγει τα φερμουάρ των ανδρικών παντελονιών με το στόμα της» 10/8/2018). Το γυναικείο φύλο εμφανίζεται να χειραγωγεί τους άνδρες προκειμένου να πετύχει τους στόχους του. Για παράδειγμα, η σύζυγος του πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη περιγράφεται ως μια αράχνη που τον έπιασε στον ιστό της και θα τον πετούσε σαν αδέσποτο σκυλί, αν δεν κατάφερε να γίνει πρωθυπουργός (30/5/2018). Χρησιμοποιώντας τέτοιους χαρακτηρισμούς, το *Μακελειό* επιτίθεται όχι μόνο στις γυναίκες και τον φεμινισμό αλλά και στην ίδια την ιδέα ότι οι γυναίκες μπορούν να κατέχουν κάποια θέση στο δημόσιο βίο. Έτσι, το ιδανικό της γυναίκας που προτάσσεται –μέσω της στοχοποίησης των γυναικών που δεν συμμορφώνονται σε αυτό– είναι αυτό της γυναίκας-μάνας, η οποία δεν προκαλεί με τη σεξουαλικότητά της, δεν ασχολείται με τα κοινά, δεν εκφράζει τις δικές της απόψεις και δεν λειτουργεί ανεξάρτητα από τον σύζυγό της.

### 5.2. Το Μακελειό και η ομοφυλοφιλία

Η ομοφυλοφιλία παρουσιάζεται ως κάτι απεχθές και άρρωστο, που έρχεται σε πλήρη αντίθεση με το ιδανικό του ηρωικού αρσενικού Έλληνα. Χαρακτηριστικό αυτών των δύο διαφορετικών και αντιτιθέμενων ρόλων είναι το ρεπορτάζ με τίτλο «Οι βρωμεροί ομοφυλόφιλοι έχουν μετατρέψει σε οίκο ανοχής την ιερή γη όπου θυσιάστηκαν 300 άνδρες του βασιλιά της Σπάρτης, Λεωνίδα» (1/6/2018). Οι ομοφυλόφιλοι άντρες αναφέρονται πάντα με τη χρήση ομοφοβικών προσβολών, την υποτιμητική χρήση γυναικείων αντωνυμιών και μέσω περιγραφών σεξουαλικών πράξεων («πισωγλέντης», «πούστης»). Συχνά οι γλωσσικές επιλογές του *Μακελειού* γίνονται επιθετικές δηλώνοντας θυμό ενώ σε πολλές περιπτώσεις χρησιμοποιούνται πολλαπλά προσβλητικά επίθετα και νεολογισμοί. Η ψήφιση του νόμου που επιτρέπει στα ομοφυλόφιλα ζευγάρια την αναδοχή παιδιών οδήγησε το *Μακελειό* σε ένα ρεσιτάλ ομοφοβίας με τίτλους όπως «Βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ “ψωνίζονται” με περούκες και ζαρτιέρες στη Συγγρού και το Πεδίον του Άρεως. Ο “κατουρλής” βου-

λευτής Κυρίτσης, ξέρει να μας πει; Εξευτελισμός του κοινοβουλίου. Οίκος ανοχής. Παρέλαση π@@στηδων, τραβεστί και ανώμαλων στο επαίσχυντο νομοσχέδιο για τους ομοφυλόφιλους ανάδοχους γονείς» (9/5/2018). Αν και αυτός ο τύπος υπερβολικής γλώσσας δεν είναι ασυνήθιστος στον ταμπλόιντ Τύπο, το *Μακελειό* κάνει ένα βήμα παραπέρα, κατασκευάζοντας νέους όρους, τυπώνοντας χυδαιότητες και βρισιές και επιτιθέμενο απευθείας σε άτομα και ομάδες που δεν κατασκευάζονται μόνον ως «άλλοι», αλλά στοχοποιούνται μέσω αρνητικών συναισθημάτων όπως το μίσος.

## 6. ΤΟ ΜΙΣΟΣ ΩΣ ΔΙΑΛΟΓΙΚΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ

Ερευνώντας τον λόγο που χρησιμοποιεί το *Μακελειό*, διαπιστώσαμε ότι γίνεται χρήση ορισμένων κειμενικών συμβάσεων που παραπέμπουν μεν στην ερευνητική δημοσιογραφία αλλά, στην προκειμένου περίπτωση, αξιολογούνται προκειμένου να αναδειχθούν θεωρίες συνωμοσίας, φαινομενικές «αλήθειες» και απλοποιημένες αφηγήσεις. Μέσω αυτών των λεκτικών επιλογών, το *Μακελειό* επιδιώκει να εδραιώσει την αξιοπιστία του ως δημοσιογραφικό Μέσο, προκειμένου στη συνέχεια να τη χρησιμοποιήσει για να νομομοποιήσει τις κοσμοθεωρίες του και, κυρίως, την κατασκευή και στοχοποίηση συγκεκριμένων ομάδων με αρνητικά συναισθήματα.

Ένα κρίσιμο στοιχείο της πρακτικής του λόγου αφορά τις υλικές και πρακτικές πτυχές της παραγωγής του. Ενώ ήδη αναφερθήκαμε στην πολιτική οικονομία του *Μακελειού*, σε αυτό το σημείο θα επιχειρήσουμε να σκιαγραφήσουμε λεπτομερέστερα τις σχέσεις μεταξύ του επιχειρηματικού μοντέλου του και του λόγου μίσους που παράγει. Επικεντρωνόμαστε στον ρόλο του συμβούλου σύνταξης του Μέσου, Στέφανου Χίου. Ο Χίος υπήρξε επαγγελματίας δημοσιογράφος και πρώην μέλος επαγγελματικών φορέων δημοσιογράφων (ΕΣΠΠΤ και ΕΣΗΕΑ) και, ως εκ τούτου, εξοικειωμένος με δημοσιογραφικές πρακτικές και συμβάσεις. Είχε συνεχείς δημόσιες διαμάχες με πολιτικούς, άλλους δημοσιογράφους και μέλη του κοινού και έχει καταδικαστεί για συκοφαντική δυσφήμιση τουλάχιστον τρεις φορές. Χρησιμοποιεί τακτικά αυτά τα περιστατικά ως απόδειξη των «αντισυστημικών» διαπιστευτηρίων του. Αξίζει να σημειωθεί ότι όλες αυτές οι καταδικαστικές αποφάσεις, όπως και εμφανίσεις στο δικαστήριο, ανεξάρτητα από την καταδικαστική ή όχι απόφαση, αποτελούν μια ιδιαίτερα επιζήμια υπόθεση. Το γεγονός πως ο Χίος και

ειδικότερα το *Μακελειό* φαίνεται να μην προούνται από την οικονομική επιβάρυνση αυτών των διαδικασιών και να επιμένουν στην παρουσίαση θεμάτων που οδηγούν συχνά στα δικαστήρια με τον προσβλητικό τους χαρακτήρα, σημαίνει πως τα έσοδα που αποφέρει η εφημερίδα όχι μόνον ισοσκελίζουν αυτές τις δαπάνες αλλά αποφέρουν και ένα σημαντικό κέρδος.

Εν τέλει η παραγωγή αυτού του είδους του περιεχομένου φαίνεται να είναι κερδοφόρα, καθώς διασφαλίζει τα «αντισυστημικά» διαπιστευτήρια της εφημερίδας αλλά και ένα τακτικό αναγνωστικό κοινό, το οποίο, ενδεχομένως, να εγκατέλειπε το Μέσο αν αυτό ήταν πιο μετριοπαθές στον λόγο του. Ο «αντισυστημικός» λόγος του *Μακελειού*, ο οποίος χτίζει μια ολόκληρη κοσμοθεωρία, βασίζεται σε τρεις διαφορετικές αφηγήσεις. Η πρώτη αφήγηση σχετίζεται με την υποτιθέμενη καταδίωξη της Ελλάδας από τους εχθρούς της που την εποφθαλμούν, η δεύτερη αφήγηση έχει να κάνει με την καταδίωξη των ανδρών από τις γυναίκες και τους ομοφυλόφιλους και η τρίτη αφήγηση με την διαφθορά των ελίτ.

Σε αυτές τις τρεις αφηγήσεις, πρέπει να προσθέσουμε και μια τέταρτη μετα-αφήγηση, στην οποία το *Μακελειό* παρουσιάζεται ως το αξιόπιστο Μέσον που ασκεί το λειτούργημα της δημοσιογραφίας, προκειμένου να αποκαλύψει την αλήθεια που επιχειρούν να κρύψουν οι πολιτικοί και τα υπόλοιπα Μέσα. Συγκεκριμένα, το ύφος του *Μακελειού* μιμείται αυτό της ερευνητικής δημοσιογραφίας, υποσχόμενο αποκαλύψεις, έρευνες και ενέργειες που αρμόζουν στον ρόλο του «θεματοφύλακα του δημοσίου συμφέροντος».

Δύο άλλες συναφείς πρακτικές που διαπιστώθηκε ότι χρησιμοποιεί συχνά στον λόγο του το *Μακελειό* προκειμένου να οικοδομήσει μια αφήγηση στην οποία η Ελλάδα είναι ένα έθνος Ελλήνων, Χριστιανών Ορθοδόξων, ετεροφυλόφιλων ανδρών που δέχεται επίθεση, είναι (1) οι θεωρίες συνωμοσίας, και (2) η αναζήτηση αποδιοπομπαίου τράγου. Ως προς τις θεωρίες συνωμοσίας, η κυριότερη αφορά τον σφετερισμό της εξουσίας των «πραγματικών ανδρών» από διάφορους «εχθρούς». Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με το αφήγημα που αναπαράγεται, η Ελλάδα δέχεται επίθεση από παγκόσμιους πολιτικούς παράγοντες, γυναίκες, ομοφυλόφιλους και διεφθαρμένες ελίτ. Αυτές οι συνωμοσίες παρουσιάζονται με όρους ασπρόμαυρης ηθικής και χρησιμοποιούνται για να εξηγήσουν σχεδόν όλα τα γεγονότα που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα και τις ειδήσεις σχετικά με αυτήν.

Μια άλλη διαπίστωση είναι πως το *Μακελειό* ενισχύει αλλά και διαστρέφει τον θυμό και την ταπείνωση που ένιωσαν πολλοί Έλληνες την τελευταία δεκαετία της σκληρής οικονομικής κρίσης, κατασκευάζοντας απλοποιημένες αφηγήσεις που «αποκαλύπτουν» την «αλήθεια» αναφορικά με το τι συνέβη και το ποιος ευθύνεται. Στη συνέχεια, προτείνονται συγκεκριμένες ενέργειες εναντίον των υπαιτίων προκειμένου να αποκατασταθεί η εθνική υπερηφάνεια. Έτσι, οι «κανονικοί» Έλληνες κατευθύνονται προς την αντιμετώπιση του θυμού και της ταπείνωσης που αισθάνονται μέσω της *εκτόπισης*, όπως αναφέρει και η Ahmed (2004). Οι μετανάστες, οι γυναίκες, οι γκέι, οι αριστεροί και οι Εβραίοι αντιπροσωπεύουν τον φόβο, τον θυμό και την ταπείνωση και τελικά γίνονται οι ίδιοι μισητά πρόσωπα. Σε αυτό το περιβάλλον απειλών, προδοτών και συνωμοσιών, ο σύμβουλος σύνταξης της εφημερίδας Στέφανος Χίος επιφυλάσσει για τον εαυτό του έναν μεσσιανικό ρόλο, αυτοπαρουσιαζόμενος ως «τιμωρός-εκδικητής» που έχει αναλάβει την αποστολή να αποκαλύψει τα ψέματα και τις συνωμοσίες και να κηρύξει κατάσταση έκτακτης ανάγκης για την επιβίωση του έθνους. Σε αυτό το πλαίσιο, οι διάφορες αγωγές που δέχεται παρουσιάζονται ως μέρος μιας σειράς διώξεων εναντίον του, προκειμένου να σιωπήσει. Στην πραγματικότητα, ωστόσο, ακόμη και οι αγωγές συμβάλλουν, αφενός, στην αύξηση των κερδών του, καθώς συνεισφέρουν στο αφήγημα της στοχοποίησής του από το σύστημα, και αφετέρου, στη στήριξη του Μέσου, καθώς το κοινό αγοράζει την εφημερίδα για να τον υποστηρίξει στον αγώνα του.

## 7. Ο ΛΟΓΟΣ ΩΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ

Το τελευταίο επίπεδο στο τρισδιάστατο μοντέλο του Fairclough βασίζεται στην κατανόηση του ευρύτερου κοινωνικο-πολιτισμικού, πολιτικού, ιδεολογικού και ιστορικού πλαισίου που περιβάλλει το κείμενο. Η ανάλυση του λόγου του *Μακελειού* ως κοινωνικο-πολιτισμικής πρακτικής σχετίζεται με την έννοια της Ahmed (2004) για τη συναισθηματική οικονομία του μίσους.

Πιο συγκεκριμένα, διαπιστώνουμε πως στα κείμενά του κυριαρχούν τα βαθιά ριζωμένα εθνικά στερεότυπα που βασίζονται στα βασικά δόγματα του συντηρητισμού: παραδοσιακή, πατριαρχική οικογένεια, θρησκευτικές αξίες και ηθική. Το μίσος εναντίον των γυναικών και των ομοφυλόφιλων που αναπαράγει το *Μακελειό* στη-



ρίζεται στις διαθέσιμες πολιτιστικές πηγές προκειμένου να αντλήσει νόημα και νομιμότητα (Baider and Constantinou, 2014). Για παράδειγμα ο λόγος του βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στο τρίπτυχο «Πατρίς – Θρησκεία – Οικογένεια», που συνδέθηκε με την πολιτική και την προπαγάνδα των αυταρχικών καθεστώτων αλλά και τη στρατιωτική χούντα που κυβέρνησε την Ελλάδα τη δεκαετία του 1970 (Gazi, 2013). Αναπαράγοντας, ωστόσο, αυτό το τρίπτυχο με τον δικό του τρόπο, ανακτά αυτές τις πολιτιστικές πηγές ως δικές του παρουσιάζοντας το Μέσο ως τον μόνο νόμιμο φορέα «πατριωτικών» ελληνικών παραδόσεων και πολιτισμού.

Έτσι το ίδιο το Μέσο παράγει και διανέμει το αίσθημα του μίσους ως «δόλωμα», προκειμένου να προσελκύσει το αναγνωστικό κοινό. Στη συνέχεια υποστηρίζει πως ο μόνος τρόπος λύτρωσης των αναγνωστών από το αίσθημα του μίσους είναι η τιμωρία όσων έρχονται σε αντίθεση με τα εθνικά ιδεώδη και τους καλεί να ξεκινήσουν, να συμμετάσχουν σε ή να υποστηρίξουν ενέργειες βίας. Ως επί το πλείστον η προτροπή για συμμετοχή σε βίαιες ενέργειες υπονοείται, περιστασιακά όμως παίρνει και μια απροκάλυπτη μορφή.

Η δημοσιογραφία μίσους του *Μακελειού* έχει επομένως δύο αποτελέσματα: ένα ιδεολογικό και ένα υλικό. Ιδεολογικά, χρησιμοποιείται για να συγκροτήσει μια φαντασιακή κοινότητα όσων μοιράζονται την ίδια ιδεολογία, θρησκεία και πολιτισμό, στιγματίζοντας ορισμένες κοινότητες και νομιμοποιώντας ενέργειες για την υποταγή και τον έλεγχο τους (Korytowska et al., 2017). Υλικά καθιερώνει και ενισχύει τη θέση του *Μακελειού* ως δημοσιογραφικού Μέσου αυτής της φαντασιακής κοινότητας πατριωτών, η οποία στη συνέχεια καλείται να τη στηρίξει οικονομικά, ακριβώς επειδή είναι η μόνη εφημερίδα που τους εκπροσωπεί.

## 8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ: ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΜΙΣΟΥΣ

Η παρούσα έρευνα είχε ως σημείο αφετηρίας την κρίση της δημοσιογραφίας και τη γενικότερη συνθήκη της κοινωνικοπολιτικής και οικονομικής κρίσης. Υπό αυτό το πρίσμα προσεγγίσαμε το συναίσθημα του κοινού ως ένα μέσο πλαισίωσης και διαχείρισης της αβεβαιότητας που απορρέει από τις διαρκείς κρίσεις των τελευταίων ετών. Υποστηρίζουμε ότι οι εκφράσεις αρνητικών συναισθημάτων όπως το μίσος πρέπει να γίνονται κατανοητές τόσο από την άποψη

των υλικών συνθηκών στις οποίες παράγονται όσο και από την άποψη των συναισθηματικών τους διαστάσεων. Για να κατανοήσουμε τη λειτουργία των αρνητικών συναισθημάτων όπως το μίσος, υιοθετήσαμε την οπτική της Ahmed (2004) για τη συναισθηματική οικονομία του μίσους.

Σε εμπειρικό επίπεδο, επικεντρωθήκαμε σε ένα έντυπο Μέσο που συνδέεται ιδεολογικά με την ακροδεξιά και αποτελεί μια σημαντική μελέτη περίπτωσης της «δημοσιογραφίας μίσους» και των πολιτικών λειτουργιών που υπηρετεί. Για να κατανοήσουμε πώς αυτού του είδους η δημοσιογραφία μπορεί να επηρεάσει την κοινωνία, προσδιορίσαμε δύο διαστάσεις: μια ιδεολογική και μια υλική. Όπως διαπιστώθηκε, η δημοσιογραφία του μίσους με τον τρόπο που ασκείται από το *Μακελειό* δεν αποτελεί τόσο μια παθολογική εκδοχή της κοινωνίας όσο μια «παθολογική κανονικότητα», η οποία για να χρησιμοποιήσουμε τη φράση του Mudde (2010, σελ. 1178), είναι «καλά συνδεδεμένη με τις κυρίαρχες ιδέες και εναρμονίζεται σε μεγάλο βαθμό με τις μαζικές συμπεριφορές και πολιτικές θέσεις». Με αυτούς τους όρους, αντί να εναντιώνεται ή να βρίσκεται στο περιθώριο του κυρίαρχου ρεύματος, η δημοσιογραφία του μίσους ριζοσπαστικοποιεί τις κυρίαρχες απόψεις, πηγαίνοντάς τες μερικά βήματα πιο πέρα.

Συγκεκριμένα, εστιάζοντας τη ματιά μας στον λόγο του *Μακελειού* αναφορικά με το γυναικείο φύλο και την ομοφυλοφιλική κοινότητα διαπιστώσαμε ότι βρίθεται από μισογυνισμό και ομοφοβικό μίσος, καθώς αυτά καθρεφτίζονται κι αναπαράγονται μέσα από τις σελίδες του, ενισχύοντας τις αντίστοιχες αξίες της συντηρητικής Ελλάδας. Παρουσιάζοντας τις δυναμικές γυναίκες ως τσούλες και τους ομοφυλόφιλους άνδρες ως αρρώστους, κατασκευάζει αυτές τις δύο ομάδες ως κάτι το μισητό, το οποίο στρέφεται εναντίον της «κανονικής» ταυτότητας, η οποία είναι ελληνική, χριστιανική ορθόδοξη, ανδρική και ετεροφυλόφιλη. Με αυτόν τον τρόπο, το *Μακελειό* ουσιαστικά κατασκευάζει τη διαφορετικότητα βασιζόμενο σε μια πληθώρα γλωσσικών και ρητορικών εργαλείων και στρατηγικών, που οξύνουν τη διχοτόμηση του «εαυτού» έναντι του «άλλου», όπως φαίνεται στη συχνή χρήση και την επικράτηση αντωνυμιών όπως «εμείς» και «αυτοί».

Μέσω αυτών των γλωσσικών επιλογών, το *Μακελειό* κατασκευάζει τον «άλλο» ως απειλητικό κατώτερο ον, άξιο μίσους. Σε αυτό το πλαίσιο, αντικαθιστά την επίσημη γλώσσα της δημοσιογραφίας με

μα δημοφιλή δημοτική γλώσσα που συνδέεται με τον «κοινό λαό». Μέσω αυτού, η εφημερίδα επιδιώκει να επιτύχει δύο στόχους: ο πρώτος είναι να χαράξει μια γραμμή που να διαχωρίζει την ίδια από την κυρίαρχη δημοσιογραφία. Ο δεύτερος στόχος είναι να μειώσει κάθε απόσταση από τους αναγνώστες, παρουσιάζοντας το Μέσο ως «έναν από αυτούς», δείχνοντας ότι μοιράζεται το λεξιλόγιό τους, αντιμετωπίζει τις ίδιες απειλές και, εντέλει, εκφράζει τις σκέψεις και τον θυμό τους.

Μέσα από τις σελίδες του *Μακελειού*, ορισμένοι αναγνώστες επικυρώνουν τα συναισθήματά τους αναγνωρίζοντας στον λόγο της εφημερίδας τις πρακτικές τους και τη δημοτική τους γλώσσα. Άλλοι αναγνώστες διοχετεύουν τα άγχη τους βρίσκοντας στον λόγο του *Μακελειού* μια διέξοδο και μια μορφή απελευθέρωσης, η οποία τους προσφέρει εντέλει παρηγοριά για όσα βιώνουν στην καθημερινότητά τους μετά από τις αλλεπάλληλες κρίσεις. Ως αντάλλαγμα, οι αναγνώστες καταναλώνουν και στηρίζουν οικονομικά αυτού του είδους τη δημοσιογραφία, αναδεικνύοντας το *Μακελειό* σε ένα κερδοφόρο έντυπο Μέσο, την ώρα που πλήθος άλλων εφημερίδων παλεύουν να επιβιώσουν.

Αυτό προσδιορίζουμε ως υλική διάσταση: με πολιτικούς οικονομικούς όρους, το *Μακελειό* έχει επιτύχει οικονομική επιτυχία και βιωσιμότητα ακριβώς λόγω του ρόλου που διαδραματίζει στη συναισθηματική οικονομία του μίσους. Έτσι, η πολιτική και η συναισθηματική οικονομία του μίσους αλληλοϋποστηρίζονται. Αξίζει, τέλος, να σημειωθεί ότι η επιτυχία αυτού του Μέσου στο ανταγωνιστικό και δυστοπικό περιβάλλον της ελληνικής δημοσιογραφίας θα μπορούσε να οδηγήσει σε προσπάθειες μίμησης καθώς η πώληση μίσους φαίνεται πως αναδεικνύεται σε συνταγή που διασφαλίζει την οικονομική βιωσιμότητα.

Οι «λύσεις» που προσφέρει το μίσος είναι σαφείς: οι μισητές ομάδες πρέπει να στοχοποιηθούν και να υποταχθούν προκειμένου να επιστρέψει η κοινωνική ισορροπία και η Ελλάδα να βρεθεί και πάλι στη θέση που της αξίζει. Πολιτικά μιλώντας, επομένως, η δημοσιογραφία του μίσους που εντοπίσαμε και περιγράψαμε ανακατευθύνει τις κοινωνικές ενέργειες προς οπισθοδρομικές κοινωνικές αξίες και αυταρχικές θέσεις, αναδεικνύοντάς τες ως λύση στην καπιταλιστική κρίση.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ahmed, S. (2004). *The cultural politics of emotion*. Routledge.
- Anderson, C.W., Bell, E. and Shirky, C. (2015). Post-industrial journalism: Adapting to the present. *Geopolitics, History & International Relations*, 7 (2), pp. 32-123.
- Aristotle (1941). *Rhetoric* (trans.: R Roberts). Random House.
- Baider, F.H. and Constantinou, M. (2014). How to make people feel good when wishing hell: Golden Dawn and National Front discourse, emotions and argumentation. In Romero-Trillo J. (Ed.), *New empirical and theoretical paradigms series: Yearbook of corpus linguistics and pragmatics* (pp.179-210), vol. 2. Springer.
- Betz, H.G. (2016). The new politics of resentment: Radical right-wing political parties in Western Europe. In C. Mudde (Ed.), *The populist radical right: A reader* (pp. 338-359). Routledge.
- Blommaert, J. and Bulcaen, C. (2000). Critical discourse analysis. *Annual Review of Anthropology*, 29 (1), pp. 447-466.
- Blumler, J.G. (2010). Foreword: the two-legged crisis of journalism. *Journalism Studies* 11 (4), pp. 439-441. <https://doi.org/10.1080/14616701003802519>
- Branas, C.C, Kastanaki, A.E., Michalodimitrakis, M., et al. (2015). The impact of economic austerity and prosperity events on suicide in Greece: A 30-year interrupted time-series analysis. *BMJ Open*, 5 (1), pp. 1-10. <http://dx.doi.org/10.1136/bmjopen-2014-005619>
- Brown, G., Dowling, E., Harvie, D., et al. (2013). Careless talk: social reproduction and fault lines of the crisis in the United Kingdom. *Social Justice*, 39(1) (127), pp. 78-98.
- Brüggemann, M., Humprecht, E., Kleis Nielsen, R., et al. (2016). Framing the newspaper crisis: How debates on the state of the press are shaped in Finland, France, Germany, Italy, United Kingdom and United States. *Journalism Studies*, 17 (5), pp. 533-551. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1006871>
- Cammaerts, B. (2018). The mainstreaming of extreme right-wing populism in the low countries: What is to be done?. *Communication Culture & Critique*, 11 (1), pp. 7-20. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcx002>
- Chouliaraki, L. (2010). Post-humanitarianism: humanitarian communication beyond a politics of pity. *International Journal of Cultural Studies*, 13 (2), pp. 107-126. <https://doi.org/10.1177/1367877909356720>
- Deuze, M. and Witschge, T. (2017). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19 (2), pp. 1-17. <http://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis. The critical study of language*. Longman.
- Gazi, E. (2013). 'Fatherland, religion, family': Exploring the history of a slogan in Greece, 1880-1930. *Gender & History*, 25 (3), pp. 700-710. <https://doi.org/10.1002/9781118833926.ch17>
- Gitlin, T. (2011). A surfeit of crises: circulation, revenue, attention, authority, and deference. In R.W. McChesney and V. Pickard (Eds.), *Will the last reporter please turn out the lights* (pp. 92-102). The New Press.
- Haller, A., and Holt, K. (2019). Oaradoxical populism: How PEGIDA relates to mainstream and alternative media. *Information Communication & Society*, 22 (12), pp. 1665-1680. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1449882>
- Haller, A., Holt, K., and De La Brosse, R. (2019). The 'other' alternatives: political right-wing alternative media. *Journal of Alternative and Community Media*, 4 (1), pp. 1-6.

- Hardouvelis, G.A., Karalas, G., Karanastasis, D., et al. (2018). Economic policy uncertainty, political uncertainty and the Greek economic crisis. *SSRN*. <https://ssrn.com/abstract=3155172> (accessed 20 August 2020).
- Holt, K. (2018). Alternative media and the notion of anti-systemness: Towards an analytical framework. *Media and Communication*, 6 (4), pp. 49-57. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1467>
- Iosifidis, P., and Boucas, D. (2015). Media policy and independent journalism in Greece. *Report, Open Society Foundations, UK*, May.
- Kelly, C.R. (2019). The rage network: form, affective arguments and toxic masculinity in the digital space. In C Winkler (Ed.), *Networking argument* (pp.308-313). Routledge.
- Kopytowska, M., Grabowski, L., and Woźniak, J. (2017). Mobilizing against the other: Cyberhate, refugee crisis and proximization. In M. Kopytowska (Ed.), *Contemporary discourses of hate and radicalism across space and genres* (pp. 57-97). John Benjamins.
- Leandros, N., and Papadopoulou, L. (2020). Strategic business models in times of transformational change and crisis: A new typology for sustainable media. *Journal of Media Management and Entrepreneurship*, 2 (1), pp. 28-41. doi: 10.4018/JMME.2020010102. 10.4018/JMME.2020010102
- McChesney, R.W., and Pickard, V. (Eds.) (2011). *Will the last reporter please turn out the lights: the collapse of journalism and what can be done to fix it*. The New Press.
- Malkoutzis, N. (2011). The Greek crisis and the politics of uncertainty. Report, Friedrich-Ebert-Stiftung, Germany, October.
- Matsaganis, M. (2018). Making sense of the Greek crisis, 2010-2016. In M. Castells, O. Bouin, J. Caração, et al. (Eds.), *Europe's crises* (pp. 49-69). Polity Press.
- Mudde, C. (2010). The populist radical right: A pathological normalcy. *West European Politics*, 33 (6), pp. 1167-1186. <https://doi.org/10.1080/01402382.2010.508901>
- Mudde, C. (Ed.) (2016). *The populist radical right: A Reader*. Routledge.
- Noppari, E., Hiltunen, I., and Ahva, L. (2019). User profiles for populist counter-media websites in Finland. *Journal of Alternative and Community Media*, 4 (1), pp. 23-37.
- Nordheim, G., Müller, H., and Scheppe, M. (2019). Young, free and biased: A comparison of main-stream and right-wing media coverage of the 2015-16 refugee crisis in German newspapers. *Journal of Alternative and Community Media*, 4 (1), pp. 38-56. [https://doi.org/10.1386/joacm\\_00042\\_1](https://doi.org/10.1386/joacm_00042_1)
- Papadopoulou, L. (2020). Alternative hybrid media in Greece: An analysis through the prism of political economy. *Journal of Greek Media and Culture*, 6 (2), pp. 199-218. doi:10.1386/jgmc\_00013\_1.
- Picard, R.G. (2004). The economics of the daily newspaper industry. In A. Alexander, J. Owers, et al. (Eds.), *Media economics. Theory and practice*, (pp.109-127), (3rd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Siapera, E., and Papadopoulou, L. (2016). Entrepreneurialism or cooperativism? An exploration of cooperative journalistic enterprises. *Journalism Practice*, 10,(2), pp. 178-195. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1125760>
- Siapera, E., Papadopoulou, L., and Archontakis, F. (2015). Post-crisis journalism: Critique and renewal in Greek journalism. *Journalism Studies*, 16 (3), pp. 449-465. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.916479>
- Siapera, E., and Papadopoulou, L. (2018). Radical documentaries, neoliberal crisis and post-democracy. *TripleC: Communication, capitalism & critique. Open Access Journal*

- for a Global Sustainable Information Society*, 16 (1), pp. 1-17. <https://doi.org/10.31269/triplec.v16i1.851>
- Stochos (2013). *Empros. One title, a long history. From 1869, renewed in 2013*. <https://www.stoxos.gr/2013/06/1896-2013.html> [Accessed: 1/5/2023]
- Van Dijk, T.A. (2001). Critical discourse analysis. In D. Schiffrin, D. Tannen and H.E. Hamilton (Eds.), *The Handbook of discourse analysis* (pp. 352-371). Blackwell Publishers.
- Waller, L.G. (2006). Introducing Fairclough's critical discourse analysis methodology for analyzing Caribbean social problems: Going beyond systems, resources, social action, social practices and forces of structure or lack thereof as units of analysis. *Journal of Diplomatic Language*, 3 (1), pp. 1-20.
- Wasilewski, K. (2019). Us alt-right media and the creation of the counter-collective memory. *Journal of Alternative and Community*, 4 (1), pp. 77-91.
- Zelizer, B. (2015). Terms of choice: uncertainty, journalism, and crisis. *Journal of Communication*, 65 (5), pp. 888-908. <https://doi.org/10.1111/jcom.12157>