

Εισαγωγικό Σχόλιο στο βιβλίο Εικόνες Μηνύματα και Ερμηνείες.

Σωτήρης Χτούρης Φλώρα Τζελέπογλου

Σχόλιο για την εποχή της εικόνας του 2020

Η δεύτερη έκδοση του βιβλίου «Εικόνες Μηνύματα και Ερμηνείες», κάνει τον αρχικό τίτλο, σήμερα το 2020, να φαίνεται κατά κάποιο τρόπο προφητικό. Το 2005 δεν ήταν εύκολο να φανταστεί κανείς ότι, μέσα σε 15 χρόνια, οι εικόνες και τα μηνύματα θα ήταν το κυρίαρχο δίπολο της κοινωνικής και πολιτικής επικοινωνίας μέσω των διάφορων ιστοτόπων των διαδικτύου. Συγκεκριμένα, Facebook, Instagram, Twitter και άλλες ανάλογες μορφές κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν σήμερα όχι μόνο το κέντρο του Βιο-κόσμου και της καθημερινότητας αλλά και το κύριο μέσο για τη εκφορά του δημόσιου λόγου. Πολλές σημαντικές πολιτικές αποφάσεις προέδρων και πρωθυπουργών είναι, σύντομα μηνύματα προς το «λαό» και το «ανώνυμο πλήθος» που έχει εγγραφεί σε ένα ανάλογο σύστημα κοινωνικής δικτύωσης. Οι φωτογραφίες που αποτελούν τεκμήριο των βιωμάτων μας, όπως περιγράφονται στο βιβλίο, πλέον καταγράφονται σε ένα δημόσιο ή ημι-δημόσιο δίκτυο και αποτελούν το μέσον για τη διατήρηση και την ανάπτυξη ψηφιακών δεσμών. Η νέα ιδιωτικότητα που ανακάλυψαν οι κοινωνιολόγοι στο τέλος του 20ου αιώνα, αποτελεί, σήμερα γενικευμένη πραγματικότητα στην οποία το δίκτυο είναι το κυρίαρχο μέσο μετουσίωσης του προσωπικού βιώματος σε ένα μήνυμα με απροσδιόριστους αποδέκτες και αμφίβολη διάρκεια ζωής. Όπως αναφέρεται στο βιβλίο, «προσπαθούμε να ξεφύγουμε από το σύνδρομο της πολύχρωμης κουρελούς, από τα ξεφτίδια της συμπεριφοράς των πρωταγωνιστών της σκηνής και θέλουμε να καταλάβουμε τι είναι αυτό που τελικά θέλουν να κάνουν, ποιος είναι ο στόχος τους και τι νόημα δίνουν στην πράξη τους». Ωστόσο, αυτό πιά είναι αδύνατον, γιατί η δυναμική του εφήμερου, μετατρέπεται το δίκτυο ως το κυρίαρχο πλαίσιο ερμηνείας του πραγματικού. Οι δηλώσεις φιλίας, τα πολλαπλά και στοχευμένα likes συνοδευόμενα συνήθως από ανθρωπόμορφα και ζωόμορφα σύμβολα και τέρατα (emojicons) ως υπερ-σχόλια και λεζάντες προσωπικών δημοσιεύσεων που προέρχονται από τις διαδράσεις μας στις πλατφόρμες, συγκροτούν συχνά το μοναδικό σύστημα τροφοδότησης νοημάτων στη ζωή του διαδικτύου. Ένας εκτεταμένος ετεροπροσδιορισμός, μια «ετεροτοπία» της ζωής που δεν την νοιώθουμε ως αλλοτρίωση, αλλά ως μια ολοκλήρωση και μια επικύρωση της αυθεντικότητας του εαυτού μας. Ιδιαίτερα, το πνεύμα της ψηφιακής ελευθέριας* που απολαμβάνουν οι νέοι σήμερα, απορρέει από τη δυνατότητα της απρόσκοπτης επικοινωνίας και της έκφρασης που δεν ελέγχονται πιά ούτε από το κοινωνικό κατεστημένο ούτε και από το παραδοσιακό εκπαιδευτικό σύστημα. Μια νέα «υποχρεωτική» τεχνολογία του Εαυτού (Rose 1999) η οποία συνδέεται αποφασιστικά με την ψηφιακή τεχνολογία. Στο πνεύμα της εποχής που διανύουμε, ανήκει η αποδοχή από την ηλικιακή ομάδα των νέων, μιας νέας παγκόσμιας ελίτ των digital super reach που συγκεντρώνουν τον τεράστιο πλούτο τους μέσα από την εμπορευματοποίηση της ελεύθερης κοινωνικής δικτύωσης των νέων ή την πώληση εμπορευμάτων και υπηρεσιών μέσω διαδικτύου.

Οι ιδιοκτήτες και χειριστές του Facebook, της Google, της Amazon, του Airbnb και άλλων ψηφιακών κολοσσών, εμπορευματοποιούν τις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης,

πουλώντας κρυφή διαφήμιση προς τους χρήστες του διαδικτύου ή μεσολαβώντας στη διακίνηση προϊόντων και υπηρεσιών. Η υπεραξία των προϊόντων που πωλούνται άμεσα ή έμμεσα προς τους χρήστες του διαδικτύου, διαμοιράζεται ανάμεσα στους ιδιοκτήτες των ψηφιακών μέσων και τους αρχικούς παραγωγούς των προϊόντων. Οι ψηφιακές επιχειρήσεις αποκτούν με αυτό τον τρόπο ηγεμονικές θέσεις στην αγορά ενώ ταυτόχρονα διεισδύουν πλήρως στον Βιο-κόσμο των νέων καθορίζοντας, τις προτιμήσεις και το στίλ ζωής τους.

Η επιθυμητή νεανική αυθεντικότητα ταυτίζεται, κατ' αυτό τον τρόπο με υλικά και εικονικά αντικείμενα, που κινούνται παράλληλα προς τη διάσταση που δημιουργείται ανάμεσα στην αυθεντικότητα και τη δήλωση του «ανήκειν» (Widdicombe & Wooffitt 1995). Η πληροφορία, που μοιάζει αντικειμενική, φιλτράρεται πλήρως από την αγορά της άμεσης και έμμεσης διαφήμισης στη Google και τις άλλες πλατφόρμες αναζήτησης στο διαδίκτυο. Έτσι, συγχέεται μια ελεύθερη ατομική δράση με ένα κατασκευασμένο ψηφιακό κόσμο. Για ορισμένα παγκόσμια δίκτυα, αυτή η υβριδική πραγματικότητα έχει ως κύριο στόχο, τη γρήγορη συσσώρευση πλούτου από μια μικρή ελίτ, μέσα από την παγκόσμια δικτύωση. Στους νέους αυτά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αξιολογούνται θετικά, κυρίως εξαιτίας της άμεσης χρηστικότητάς τους. Σπάνια διατυπώνεται κριτική, από την πλευρά τους, της αλλοιωμένης πραγματικότητας που συχνά δημιουργούν ακόμα και στις περιπτώσεις ενός συστηματικού cyber bullying.

Οι ιδιοκτήτες των ψηφιακών τόπων αναδεικνύονται όμως ως μια νέα «ψηφιακή φεουδαλική αριστοκρατία» που εξασφαλίζει ασυλία απέναντι στις εθνικές νομοθεσίες και τις φορολογικές αρχές. Οι Google, Apple, Amazon, Starbucks, έρχονται σπάνια στο στόχαστρο των φορολογικών αρχών για την εκτεταμένη φοροδιαφυγή και φορο-αποφυγή, όπως πρόσφατα έγινε στη Γαλλία, όπου η φοροδιαφυγή της πλατφόρμας Google εκτιμήθηκε σε £1,2 δισ. Το σημαντικότερο, ωστόσο, πρόβλημα σε αυτή την πρακτική τους είναι ότι, αυτό που οι νέοι σήμερα αξιολογούν στο διαδίκτυο ως χώρο ελευθερίας και επικοινωνίας, αποδεικνύεται ταυτόχρονα, μετά από πιο προσεκτική εξέταση, ένα πεδίο αλλοτριωτικής χρήσης της ανοιχτής τους επικοινωνίας και της πολιτισμικής τους ταυτότητας.

Μια διαπίστωση που γίνεται ακόμα πιο οδυνηρή, όταν ορισμένες πλατφόρμες καταλαμβάνουν ολοένα και περισσότερο όλα τα πεδία επικοινωνίας και δραστηριότητας των νέων, όπως τα ταξίδια, η μόρφωση, η αναζήτηση ψυχαγωγίας, η δημιουργία φίλων και ομάδων συνομήλικων. Στο νέο πνεύμα της ψηφιακής εποχής αναδύεται μια νέα φωτεινή πλευρά του δημόσιου χώρου που έχει σχέση με την ελεύθερη ενημέρωση και τη συμμετοχική κουλτούρα (Jenkins 2006) αλλά, από την άλλη, το διαδίκτυο επιβάλλεται με την εξαρτησιακή του ψυχική και πρακτική του διάσταση, όσον αφορά στα κοινωνικά δίκτυα, τον ελεύθερο χρόνο και την εργασία.

Ορισμένοι χρήστες μηχανών αναζήτησης δεν μπορούν πλέον να φανταστούν τη ζωή τους χωρίς αυτές καθώς όλες οι δραστηριότητές τους έχουν οργανωθεί γύρω από μια ψηφιακή πλατφόρμα. Έτσι, δημιουργείται μια μορφή ενός νέου ψηφιακού υπηκόου που δεν είναι σε θέση να αμφισβητήσει τη λειτουργία και τη νομιμοποίηση του κυρίαρχου μέσου, όπως στο παρελθόν συνέβαινε με τον «φεουδάρχη» που είχε σε πλήρη εξάρτηση τον υπήκόο του, προσφέροντάς του βέβαια κάποια προστασία και τροφή. Επίσης, είναι δύσκολο να μαζέψει τα υπάρχοντά του και να εγκαταλείψει το ψηφιακό domain, καθώς οι φωτογραφίες, το ψηφιακό προφίλ, τα e-mails, οι διαδρομές

αναζήτησης και οι διαδρομές στον ψηφιακό κόσμο παραμένουν στην ιδιοκτησία της ψηφιακής πλατφόρμας.

Η επανέκδοση του βιβλίου το 2020, στο νέο μετα-σύγχρονο περιβάλλον διαβάζεται και ως μια μορφή ιστοσελίδας που παραμένει σε μορφή τυπωμένου χαρτιού και στο οποίο υποχρεωτικά ο χρήστης (user), είναι υποχρεωμένος να βρει τα δικά του νοήματα και τις ερμηνείες για την κοινωνική του πραγματικότητα. Ένα γραπτό και τυπωμένο Anti-Facebook; στο οποίο γίνονται ταυτόχρονα ερμηνευτικές ασκήσεις, με άξονα την Κοινωνιολογία και την περιγραφή της βιωμένης μας εμπειρίας. Νομίζω ότι, τα μαθήματα κοινωνιολογίας και πολιτικής πρέπει να γίνονται προς στους μη ειδήμονες και ιδιαίτερα στους μαθητές/φοιτητές και ειδικά με αυτό τον τρόπο.

Οι ασκήσεις που περιέχονται στο βιβλίο μοιάζουν, ξαφνικά, ως υποδείξεις για τη διατήρηση της υγείας μας ενάντια στον κίνδυνο της παχυσαρκίας, στην προκειμένη περίπτωση, στην «Υπερτροφία της εικόνας» με ετερο-προσδιορισμένο νόημα, δηλαδή, με επικίνδυνα πρόσθετα. Η υγεία του κοινωνικού μας εαυτού μοιάζει να εξαρτάται πια και κυρίως από τα πόσα νοήματα παράγουμε και καταναλώνουμε μόνοι μας, δηλαδή κατά πόσον εμείς και ο κοινωνικός μας περίγυρος διαθέτει κάτι σαν έναν βιολογικό κήπο και έναν βιώσιμο τρόπο παραγωγής, όχι μόνο των απτών αγαθών αλλά και πολιτισμικών νοημάτων της καθημερινότητας και της κοινωνίας μας αλλά και γενικότερα. Τα δίκτυα της πληροφορίας και της νέας κυριαρχίας, μας αναγκάζουν να ξεκινήσουμε την κάθε προσπάθεια ενάντια στην αλλοτρίωση από τον ίδιο το βιωματικό μας κόσμο, με κατεύθυνση, αντίθετη προς την ψυχολογική εσωστρέφεια και με στήριγμα την παραγωγή αυθεντικών νοημάτων μέσα από τον διάλογο και την δημιουργική αλληλεγγύη. Το μεθοδολογικό υπόδειγμα του βιβλίου το οποίο συγγράφει η Φλώρα Τζελέπογλου παρουσιάζει την «συνέντευξη ως συνομιλία (6.2.2.)» και αποτελεί, ένα σημαντικό κίνητρο να ξεκινήσουμε με εθνογραφικές και αυτό-εθνογραφικές προσεγγίσεις των συνομιλητών μας στο κοινωνικό μας χώρο στην εργασία αλλά και σε κάθε πεδίο κοινωνικής και ψυχολογικής μας έντασης.

*Με αναφορά στο βιβλίο: «Οι νέοι στην Ελλάδα Σήμερα, Κοινωνική κατάσταση, Εργασία και Κοινωνικά Δίκτυα», Εκδόσεις Δημιουργία 2020 [2017].

Μυτιλήνη, Δεκέμβριος 2020