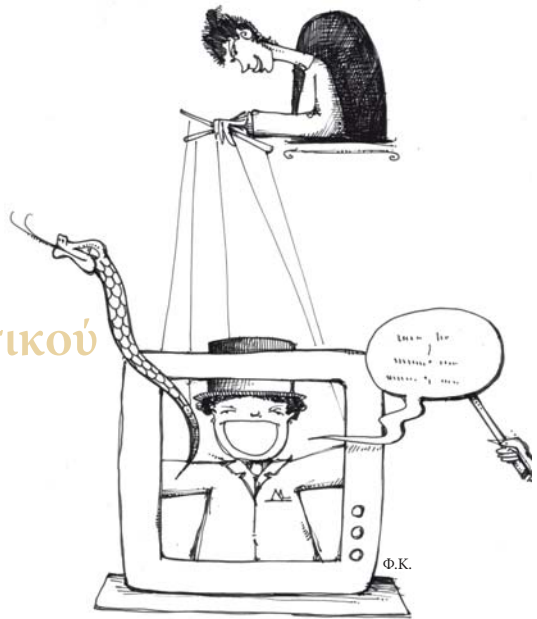


Δημοκρατία και Επικοινωνία: Η Αισθητικοποίηση του Πολιτικού



Το γεγονός της αυξανόμενης αισθητικοποίησης της πολιτικής προσεγγίζεται μέσα από μια κριτική κοινωνιολογική ματιά που καθιστά άκρως προβληματική τη σχέση μεταξύ επικοινωνίας και δημοκρατίας, μαζικής ενημέρωσης και πολιτικής συζήτησης. Το συμπέρασμά, ωστόσο, εστιάζεται αναστοχαστικά στην πολυπλοκότητα των σύγχρονων «τηλεδημοκρατικών» διαδικασιών, παρά στον άκριτο πεσιμισμό, τον εύκολο καταγγελτικό λόγο και τους ευρέως διαδεδομένους, απλουστευτικούς αφορισμούς. [σελ. 27-34]

του Χαράλαμπου Τσέκερη

Δρ Κοινωνιολογίας και διδάσκοντα
στο Τμήμα Ψυχολογίας του
Παντείου Πανεπιστημίου

Στην εποχή μας, η οποία εν πολλοίς χαρακτηρίζεται από την κυριαρχία της τηλεόρασης, των «ειδώλων» και της μαζικής «ενημερωδιασκέδασης» (infotainment), η σχέση μεταξύ πολιτικής και επικοινωνίας είναι ουσιαστικά αδιάρρηκτη. Πρόκειται για μια έντονη σχέση αμοιβαίας συγκρότησης, συνεξέλιξης και ανταγωνιστικής συμβίωσης. Το κείμενο αυτό έχει ως κύριο στόχο να καταδείξει τη φύση, τον χαρακτήρα και τα πραγματικά αποτελέσματα της «αισθητικοποίησης της πολιτικής», ενός σύνθετου και πολυσήμαντου πολιτικοεπικοινωνιακού φαινομένου το οποίο συναντάται πλέον σε όλες τις

Η ρομαντική παράδοση απεικόνισε τον ονειροπόλο ποιητή ή τον οραματιστή καλλιτέχνη ως «χαρισματική προσωπικότητα», ως κάποιον που διέθετε μια μοναδική έφεση για ενεργό συμμετοχή στις πολιτικές διαδικασίες

σύγχρονες ανεπτυγμένες κοινωνίες (δυτικές ή μη), αλλά αντιμετωπίζεται με διαφορετικούς μεθοδολογικούς τρόπους. Το άρθρο επιχειρεί μια σύντομη σκιαγράφηση του σχετικού εννοιολογικού πλαισίου, περιγράφει κριτικά την παραγωγική αμφιθυμία του αισθητικοποιημένου Πολιτικού και, εν κατακλείδι, προτείνει έναν εναλλακτικό, εμπειρικά ανοιχτό και «μη αποφασισίμο» τρόπο θεωρητικής αντιμετώπισής του.

Στην πολύπλοκη ιστορική αντιπαράθεση ανάμεσα στον Διαφωτισμό και τον Ρομαντισμό, στη Νεωτερικότητα και την αντι-Νεωτερικότητα, μπορεί κανείς να διακρίνει μια ευρεία διάσταση και σύγκρουση ανάμεσα σε δύο βασικές μορφές σκέψης και δράσης. Το σοβαρό, απρόσωπο και ουνιβερσαλιστικό (ολοκρατικό) ύφος του ορθολογισμού (π.χ., Descartes, Hobbes, Kant, Spinoza) και του εμπειρισμού (π.χ., Bacon, Boyle, Hume, Locke), το οποίο υπήρξε πάντοτε άρρηκτα συνδεδεμένο με τη συστηματική επιδίωξη μιας επιστημονικά θεμελιωμένης πολιτικής (το «επιστημονικό κράτος»), εξύψωσε τον φιλόσοφο, τον διανοούμενο ή τον επιστήμονα στην καταστασιακή θέση του «υπερ-πολιτικού». Αντίθετα, η ρομαντική παράδοση αντικατέστησε το Καντιανό «τόλμα να μαθαίνεις» με το πραγματιστικό «τόλμα να νιώθεις» και την ιδεαλιστική «θέληση για Αλήθεια» με τη Νιτσεική «θέληση για Δύναμη», τόνισε τη μη αναγώγιμη σπουδαιότητα του ύφους, του συναισθήματος ή της διαίσθησης, και απεικόνισε τον ονειροπόλο ποιητή ή τον οραματιστή καλλιτέχνη ως «χαρισματική προσωπικότητα», ως κάποιον που διέθετε μια μοναδική έφεση για ενεργό συμμετοχή στις πολιτικές διαδικασίες (μέσα στο «αισθητικό κράτος») (Pels 2003).

Το ρασιοναλιστικό δόγμα στην πολιτική ουδέποτε αυτο-προσδιορίστηκε ως προς τη «συνάφεια» και το «στυλ». Απεναντίας, αναζήτησε την επιστημολογική του αρμοδιότητα (όχι τόσο στη φαντασιακή κατασκευή του κόσμου όσο) στη ψυχρή «απεικόνιση», ή «εικονική επανάληψη», μιας απρόσωπης, αντικειμενικής (πολιτικής) πραγματικότητας. Ωστόσο, η «συναισθηματική παράμετρος», η οποία υπήρχε ανέκαθεν στην πολιτική κοινωνιολογία, αποκτά στις μέρες μας ολοένα και μεγαλύτερη σημασία (βλ. ενδεικτικά Samuels 1993, Δε-



Φωτ.: Γ. Χολογούνης

μερτζής/Λίποβατς 2006). Επιπροσθέτως, η συνεχώς αυξανόμενη παρέμβαση των σύγχρονων τεχνολογιών μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας (και, ιδιαίτερα, της τηλεόρασης) στην άσκηση της πολιτικής και την αντιπροσώπευση των συλλογικών συμφερόντων σηματοδοτεί τη γενικευμένη «μεσοποίηση» του Πολιτικού και άρα, σε μεγάλο βαθμό, την επιτελεστική μιντιακή κατασκευή του (Marshall McLuhan).

Η πολιτική πραγματικότητα, αν μη τι άλλο, δεν υφίσταται «προ της πολιτικής αναπαράστασης αλλά μόνον διαμέσου αυτής [...] δεν βρίσκεται ή ανακαλύπτεται, αλλά φτιάχνεται, μέσα από τις διαδικασίες της πολιτικής αναπαράστασης» (Ankersmit 1996: 48, βλ. επίσης Bourdieu 1999). Ειδικότερα, όμως, στη μιντιακή εποχή της (μεταμοντέρνας) αυτοαναφορικής επικοινωνίας, όπως εύστοχα διαπιστώνει ο καθηγητής Christopher Dornan για την χαρακτηριστική περίπτωση των ΗΠΑ, εκείνο που πλέον έχει σημασία «δεν είναι τόσο οι ίδιες οι πράξεις που έχουν γίνει, αλλά πώς οι πράξεις εμφανίζονται στο τοπίο των μέσων ενημέρωσης» (Hargreaves 2006: 182). Οτιδήποτε συμβαίνει εκτός τηλεόρασης, δεν έχει λόγο ύπαρξης!

Η τηλεόραση, ως κυρίαρχο πεδίο συλλογικής αναφοράς και κατ' εξοχήν προνομιακός χώρος αναπαραγωγής εξουσιαστικών σχέσεων, κοινωνικών ιεραρχιών και πολιτισμικών προτύπων, έχει μετατραπεί σε αποτελεσματικό «ολοκληρωτικό όπλο των νέων μανδαρινών που υπαγορεύουν τον χρόνο και τον τρό-

Στο πλαίσιο της αισθητικοποίησης της πολιτικής, η έμφαση τοποθετείται στο πολιτικό ύφος και όχι στο πολιτικό περιεχόμενο, στα πρόσωπα και όχι στις ιδεολογικές διαφορές και αντιγνώμεις, στην κινούμενη εικόνα και όχι στην ουσία

πο του πολιτικού διαλόγου: ή παίζεις το παιχνίδι μου ή δεν υπάρχουν [...]» (Μουλόπουλος 2002). Στα σκοτεινά συμφραζόμενα της αναδυόμενης «ηλεκτροκρατίας», λοιπόν, ο κίνδυνος της αλλοίωσης των θεσμών είναι αναμφίβολα υπαρκτός, από τη στιγμή που «το δίκαιο και το άδικο, το νόμιμο και το παράνομο, το ηθικό και το ανήθικο δεν το κρίνουν το κράτος δικαίου με τα όργανά του, αλλά το κράτος της τηλεόρασης με τους αστέρες του [...] Ο δημόσιος βίος βρίσκεται σε μια κατάσταση τηλεοπτικής πραγματικότητας» (Μουλόπουλος 2005).¹

Ένα από τα σημαντικότερα αποτελέσματα της μεσοποίησης (ηλεκτροποίησης) της πολιτικής είναι η αισθητικοποίησή της. Στο πλαίσιο της αισθητικοποίησης της πολιτικής, η έμφαση τοποθετείται στο πολιτικό ύφος και όχι στο πολιτικό περιεχόμενο, στα πρόσωπα και όχι στις ιδεολογικές διαφορές και αντιγνώμεις, στην κινούμενη εικόνα (στο φαίνεσθαι) και όχι στην ουσία (Δεμερτζής 2002). Η όραση μετατρέπεται, κατά το μάλλον ή ήττον, «σε πίστη και σε μια έντονη αφηγηματική δραστηριότητα (στην οποία περιλαμβάνονται και οι “ειδήσεις” που αφηγούνται τα υποτιθέμενα βασικά συμβάντα ανά τον κόσμο)» (Κωνσταντοπούλου 2003: 315). Η δραστηριότητα αυτή, με τη σειρά της, οδηγεί αναπόφευκτα στον άμεσο «καθορισμό της φτηνής επιδίωξης του εντυπωσιασμού ως μοναδικού κριτηρίου για τη δημοσιοποίηση ενός θέματος» (Gitlin 2008). Ως εκ τούτου, το μείζον συχνά αξιολογείται ως έλασσον και το έλασσον ως μείζον.

Βλέποντας την πολιτική με αισθητικούς όρους, με τους κώδικες δηλαδή του θεάματος, ο πολιτικός λόγος (η πολιτική επιχειρηματολογία) τείνει να ταυτιστεί με την καθημερινή ρητορική, το άτυπο καθημερινό γλωσσικό ιδίωμα. Ο ούτως λεγόμενος «ρεαλισμός των αισθήσεων», ως εκ της φύσεώς του, σιωπηλά απορροφά και εξαφανίζει τη – συγκροτητική για την ουσιαστική δημοκρατία – δυνατότητα κριτικού αναστοχασμού πάνω στα πολιτικά δρώμενα, την τρέχουσα επικαιρότητα και τις ταχύτερες παγκόσμιες κοινωνικές και οικονομικές εξελίξεις και αναδιατάξεις. Κατά συνέπεια, συρρικνώνει περαιτέρω την (ήδη φθίνουσα) ζωτική διάσταση της «δημόσιας λογοδοσίας» και παράλληλα αυξάνει δραμα-

τικά την αδιαφορία, εάν όχι δυσφορία, των πολιτών για τα κοινά.

Άλλωστε, ας μη λησμονούμε ότι ο όρος «αισθητικοποίηση της πολιτικής» χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τον Γερμανό κριτικό φιλόσοφο Walter Benjamin (1892-1940) προκειμένου να επισημανθούν και να καυτηριαστούν λαϊκίστικες πολιτιστικές και επικοινωνιακές πρακτικές της Ναζιστικής περιόδου (βλ. ενδεικτικά Koerpnick 1999). Στη σύγχρονη εποχή, επίσης, η αισθητικοποίηση της πολιτικής αποτελεί, για τους παραπάνω λόγους, αντικείμενο οξείας κριτικής και αμφισβήτησης τόσο από αριστερούς διανοουμένους όσο και από φιλελεύθερους πολιτικούς αναλυτές (Lloyd 2004, Stevenson 1995).

Από την άλλη μεριά, δεν λείπουν οι συστηματικές θεωρητικές προσπάθειες «διάσωσης» της αισθητικοποίησης της πολιτικής από τις αρνητικές συνδηλώσεις της και, ειδικότερα, από τον εύκολο συσχετισμό της με την οφθαλμολαγνεία, την παθητικοποίηση, τη δημαγωγία και τον ολοκληρωτισμό. Επί παραδείγματι, σύμφωνα με τον Ολλανδό κοινωνιολόγο Ντικ Πελς, η αισθητικοποίηση όχι μόνο δεν οδηγεί στην ηθική αμετροέπεια και τον πολιτικό ανορθολογισμό, «αλλά ευνοεί έναν επαναπροσδιορισμό του πεδίου της πολιτικής ορθολογικότητας [...] προκειμένου να συμπεριλάβει τη συναισθηματική πολιτική νοημοσύνη των απλών πολιτών» (Pels 2003: 57). Για τους ένθερμους υποστηρικτές της αισθητικοποίησης (π.χ., Ankersmit, Corner, Hix, Jones, Pels, Richards, Street), η δομική σύζευξη συναισθημάτων/συγκινήσεων ή «έξεων-προδιαθέσεων» (κατά Bourdieu) και πολιτικού λόγου αποτελεί απαραίτητο «όρο ύπαρξης» της δημιουργικής πολιτικής δράσης και κινητοποίησης, όπως επίσης και της ενεργητικής δημοκρατικής συμμετοχής και διαβούλευσης.²

Εδώ, το επίμονο ερώτημα περί μιας «χρυσής τομής» ανάμεσα στην απόλυτη απαισιοδοξία των επικριτών της «αισθητικοποιημένης» πολιτικής και την υπέρμετρη αισιοδοξία των (μεταμοντέρνων) οπαδών της, ανάμεσα στο μύθο του «άβουλου υποκειμένου» και το μύθο του «κυρίαρχου τηλεθεατή», ανάμεσα στον «ελιτισμό» της κριτικής θεωρίας (π.χ., Theodor Adorno, Jim

Ζούμε πλέον σ' ένα εντυπωσιακά ρευστό, αποκεντρωμένο και κατακερματισμένο επικοινωνιακό περιβάλλον όπου η χειραγώγηση και η συμμετοχή, η υποταγή και η αντίσταση, η υπακοή και η αμφισβήτηση, η υποτέλεια και η ελευθερία, αποτελούν ένα καθημερινό διακύβευμα, ένα καθημερινό «κατόρθωμα»

McGuigan) και τον «λαϊκισμό» των πολιτισμικών σπουδών (π.χ., John Fiske, John Hartley), θα πρέπει, κατά τη γνώμη μου, να παραμείνει εμπειρικά ανοιχτό και μη αποκρίσιμο.

Ο χαρακτήρας της νέας «παγκόσμιας πληροφορικής τάξης» (Giddens 2002, Lash 2002) είναι εν πολλοίς ασταθής και απρόβλεπτος (μη-γραμματικός). Ζούμε πλέον σ' ένα εντυπωσιακά ρευστό, αποκεντρωμένο και κατακερματισμένο επικοινωνιακό περιβάλλον όπου, όπως λεπτομερώς έχει καταδείξει ο Στιούαρτ Χολ (Stuart Hall 1982), η χειραγώγηση και η συμμετοχή, η υποταγή και η αντίσταση, η υπακοή και η αμφισβήτηση, η υποτέλεια και η ελευθερία, αποτελούν ένα καθημερινό διακύβευμα, ένα καθημερινό «κατόρθωμα».³ Η έκβαση των αντιθέσεων δεν είναι σε καμιά περίπτωση προδιαγεγραμμένη: «Η κοινωνική δυναμική δεν θα πάψει ποτέ να μας εκπλήσσει! Τουλάχιστον έτσι μπορούμε πάντοτε να ελπίζουμε!» (Κατερέλος 2007).

Στη σύγχρονη μετα-βιομηχανική μαζική «κοινωνία των σημείων» (Harris 1996, Lash/Urry 1994), ή «κοινωνία του λόγου» (Beck 1997: 128), το νόημα (meaning) είναι προσωρινό, εύθραυστο και εύκολα ανατρέψιμο. Με άλλα λόγια, είναι ένας μεταβαλλόμενος συμβολικός χώρος διαλόγου, αντιπαράθεσης και «δυναμικής διαπραγμάτευσης» (Hall 1982), ένα δυνητικό πεδίο διαρκούς επιτελεστικής συνανάδυσης ατομικών και συλλογικών ταυτοτήτων, συνδιαμόρφωσης πολιτισμικών αξιών και ιδεολογικής σύγκρουσης.

Επομένως, ειδικότερα μετά τη ραγδαία ανάπτυξη και διείδυση του ευρυζωνικού διαδικτύου που ουσιαστικά σηματοδοτεί ριζικά νέες, συμπληρωματικές μορφές ενημέρωσης, επικοινωνίας, διάδρασης και ορατότητας (visibility), δεν μπορούμε ακόμα να ισχυριστούμε με απόλυτη βεβαιότητα ούτε την οριστική «πτώση της δημόσιας σφαιράς» (Sennett, Habermas) ούτε τη θριαμβευτική ανασυγκρότησή της (Thompson, Toffler). Βέβαιο είναι ότι θα πρέπει να διατηρήσουμε την κοινωνιολογική μας φαντασία καθώς και ένα συνεχές κριτικό-αναστοχαστικό βλέμμα απέναντι στο πολύπλοκο φαινόμενο της αισθητικοποίησης της πολιτικής και τις εγγενείς αμφιθυμίες του.⁴

Σημειώσεις Τέλους

1. Κατά το γνωστό σλόγκαν του Αμερικανού συγγραφέα Daniel J. Boorstin: *Nothing is really real unless it happens on television*. Σε μια τέτοια κατάσταση, η «κοινή γνώμη», όπως έχει γράψει ο Loïc Blondiaux (1998), ισοδυναμεί συνήθως με τα αποτελέσματα των τηλεοπτικών δημοσκοπήσεων.

2. Για τον Ντ. Πελς (2007), η παγκόσμια «επανάσταση του ύφους» (*style revolution*) στη σφαίρα του Πολιτικού εκφράζει μια «γενικότερη διαδικασία εξατομίκευσης της κοινωνικής ζωής, η οποία επίσης αντικατοπτρίζεται στην αυξανόμενη ένταση της λατρείας της δημόσιας ατομικότητας (*public individuality*) ή διασημότητας (*celebrity*)». Αυτό που πραγματικά χρειάζεται η σύγχρονη Ευρώπη, κατά τη γνώμη του, είναι «είδωλα με ιδέες» (*idols with ideas*), μια νέα γενιά «χαρισματικών» εκπροσώπων της πολιτικής και του πολιτισμού, οι οποίοι θα είναι ικανοί να επικοινωνήσουν κατά τρόπο ιδιосυγκρασιακό και πρωτότυπο τις ευρωπαϊκές αξίες και προοπτικές. Βλ. επίσης και Ντ. Πελς, «Τηλεοπτική Δημοκρατία», (2008) 4, *Intellectum*, σ. 21-25.

3. Ο Στ. Χολ επιμηκύνει εύστοχα την πρωτότυπη γραμμή γλωσσολογικής σκέψης του Ρώσου θεωρητικού Valentin Volosinov (1973 [1929]), σύμφωνα με την οποία το νόημα επικαθορίζεται πάντοτε από το ιδιαίτερο πλαίσιο της μορφοποίησής του (*context of articulation*). Ως εκ τούτου, αντίθετα προς την καθολικευτική μαρξιστική θεωρία, η «ηγεμονία» (Antonio Gramsci) κερδίζεται ή χάνεται κατά τρόπο μη υπολογισμο.

4. Αξίζει να σημειωθεί ότι η επισήμανση του φαινομένου αυτού, το οποίο συνήθως μας παραπέμπει στη σύγχρονη επιστήμη της πολιτικής επικοινωνίας, θα μπορούσε να ανιχνευθεί ιστορικά στο Πλατωνικό «καλλίνειν της εξουσίας». Γενικότερα, για τη σύνθετη και πολυεπίπεδη σχέση μεταξύ ΜΜΕ και σύγχρονου πολιτικού συστήματος, βλ. επίσης Bourdieu 1998, Μουζέλης 2001: 41-47, 99-102.

Βιβλιογραφία

- ▶ Ankersmit, K. (1996) *Aesthetic Politics. Political Philosophy Beyond Fact and Value*. Stanford: Stanford University Press.
- ▶ Beck, U. (1997) *The Reinvention of Politics*. Cambridge: Polity Press.
- ▶ Blondiaux L. (1998) *La fabrique de l'opinion – Une Histoire Sociale des Sondages*. Paris: Seuil (Science Politique).
- ▶ Bourdieu, P. (1998) Για την τηλεόραση. Αθήνα: Πατάκη.
- ▶ Bourdieu, P. (1999) Γλώσσα και συμβολική εξουσία. Αθήνα: Καρδαμίτσα.
- ▶ Δεμερτζής, Ν. (2002) Πολιτική Επικοινωνία. Αθήνα: Παπαζήσης.
- ▶ Δεμερτζής, Ν./Λίποβατς, Θ. (2006) Φθόνος και Μνησικακία. Αθήνα: Πόλις.
- ▶ Giddens, A. (2002) Κοινωνιολογία. Αθήνα: Gutenberg.
- ▶ Gitlin, T. (2008) «Τα όρια απορρήτου και δεοντολογίας», συνέντευξη στον Τ. Μίχα, *ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ*, 30/01/2008.
- ▶ Hall, S. (1982) «The rediscovery of ideology», σσ. 56-90, στο Gurevitch/Bennett/Curran/Woollacott (επιμ.) *Culture, Society and*

the Media. London: Methuen.

- › Hargreaves, I. (2006) *Δημοσιογραφία*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- › Harris, D. (1996) *A Society of Signs*. London: Routledge.
- › Koepnick, L. (1999) *Walter Benjamin and the Aesthetics of Power*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- › Κατερέλος, Ι. (2007) «Στερεότυπα-ΜΜΕ-Ρατσισμός», αδημοσίευτη εισήγηση στο συνέδριο Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Διαμόρφωση Στερεοτύπων, Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Αθήνα.
- › Κωνσταντοπούλου, Χ. (2003) «Κοινωνικά Γεγονότα, Ειδήσεις και "Reality Shows": Η Μεταμοντέρνα Κοινωνική Ανάλυση και το Τέλος της Κοινωνιολογίας», σσ. 315-332, στο Παναγιωτοπούλου/Κονιόρδος/Μαράτου-Αλιπράντη (επιμ.) *Παγκοσμιοποίηση και Σύγχρονη Κοινωνία*. Αθήνα: ΕΚΚΕ.
- › Lash, S. (2002) *Critique of Information*. London: Sage.
- › Lash, S./Urry, J. (1994) *Economies of Signs and Space*. London: Sage.
- › Lloyd, J. (2004) *What the Media Are Doing to Our Politics*. London: Constable.
- › Μουζέλης, Ν. (2001) *Για έναν εναλλακτικό Τρίτο Δρόμο*. Αθήνα: Θεμέλιο.
- › Μουλόπουλος, Β. (2002) «Το τηλείδωλο της πολιτικής», *Το ΒΗΜΑ*, 17/03/2002, Α11.
- › Μουλόπουλος, Β. (2005) «Η Δημοκρατία στα παράθυρα», *Το ΒΗΜΑ*, 30/10/2005, Α19.
- › Pels, D. (2003) «Aesthetic Representation and Political Style», σσ. 41-66, στο J. Corner/D. Pels (επιμ.) *Media and the Restyling of Politics*. London: Sage.
- › Pels, D. (2007) *Faces of Europe. Searching for Leadership in a New Political Style*. WRR Webpublications 17, The Hague.
- › Samuels, A. (1993) *The Political Psyche*. London: Routledge.
- › Stevenson, N. (1995) *Understanding Media Cultures*. London: Sage.
- › Volosinov, V. N. (1973 [1929]) *Marxism and the Philosophy of Language*. New York: Seminar Press.