Η αντι-πολιτική των likes

Του Αλέξανδρου Σχισμένου

Θα ήθελα να σχολιάσω δύο περιστατικά της καθημερινής ζωής, δύο περιστατικά τα οποία είναι ενδεικτικά ενός ρεύματος μετασχηματισμού της πολιτικής συμμετοχής, ανάλογο προς τη διεύρυνση και την ταχύτητα της σύγχρονης τηλεπικοινωνίας. Μιας διαδικτυακής τηλεπικοινωνίας που διευρύνεται ενώ ταυτοχρόνως περιορίζεται στα social media και πιο συγκεκριμένα στο κυρίαρχο ψηφιακό social medium, το facebook -το twitter έχει διαφορετικά επικοινωνιακά χαρακτηριστικά. Το f/b συνιστά ένα μονοπώλιο πληροφορίας και επικοινωνίας, έναν μοναδικό μηχανισμό υπό τον έλεγχο μιας εταιρείας, της οποίας οι σκοποί έχουν απογυμνωθεί μετά τις αποκαλύψεις των Cambridge Analytica και της οποίας το μερίδιο που καταλαμβάνει στον τομέα της θα ήταν αδιανόητο σε οποιοδήποτε άλλο πεδίο της αγοράς.

Η ισχύς του facebook εδράζεται στο γεγονός ότι δεν παράγει κανένα περιεχόμενο, αλλά εκμεταλλεύεται πλήρως το περιεχόμενο που παρέχουν δωρεάν οι χρήστες του· τόσο πλήρως ώστε το προϊόν που εμπορεύεται είναι τα προσωπικά στοιχεία των ίδιων των χρηστών του. Ώστε προϊόν γίνονται οι ίδιοι οι χρήστες, οικειοθελώς. Τέτοια δωρεάν και ανανεώσιμη εκμεταλλεύσιμη ύλη θα ήταν αδιανόητη σε οποιονδήποτε άλλον επιχειρηματικό τομέα στην Ιστορία· ακόμη και σε κοινωνίες με δουλοκτητική βάση, οι σκλάβοι εξεγείρονταν διαρκώς και η καταστολή τους είχε τεράστιο ηθικό, κοινωνικό και οικονομικό κόστος· ακόμη και σε περιπτώσεις κτηνώδους καπιταλισμού, οι εργάτες αντιστέκονταν καθημερινά, στο εργοστάσιο και στον δημόσιο χώρο.

Οι χρήστες του facebook δεν αντιστέκονται· αντιθέτως, ταράζονται και τρομάζουν όταν η σελίδα του facebook μπλοκάρει, λόγω ανανέωσης ή συντήρησης των server. Η σχέση τους με την εταιρεία δεν είναι εξωτερικής συναλλαγής, αλλά εσωτερική, η σχέση τους με το προφίλ σχέση κάθεξης και συνταυτισμού. Γίνονται το προϊόν και οι φορείς μιας διπλής

αντικειμενοποίησης -«εξωτερικευμένη» αντικειμενοποίηση (προς τους άλλους) εξαιτίας της δημόσιας εκπροσώπησής τους μέσω ενός ψηφιακού προφίλ (avatar) και «εσωτερικευμένη» αντικειμενοποίηση (προς τον εαυτό) διαμέσου της ψυχικής επένδυσής τους στο προφιλ- δίχως να πουλάνε την εργατική τους δύναμη, αλλά την προσωπική τους ταυτότητα, την οποία καλούνται να αναδημιουργήσουν και να εμπλουτίσουν (να επιμεληθούν την αυτοεικόνα τους) μέσω ταξινομημένων προεπιλογών.

Εν συντομία, το f/b συγκροτεί έναν παγκόσμιο ψηφιακό ψευδοδημόσιο και ψευδοϊδιωτικό χώρο επικοινωνίας, έναν ενδιάμεσο-τόπο, έναν τόπο διεπαφής (interface) και διάδρασης. Ψευδοδημόσιο αφενός διότι ανήκει σε μία ιδιωτική εταιρεία και αφετέρου διότι ο καθένας συμμετέχει από τον ιδιωτικό του χώρο (τη συσκευή του). Ψευδοϊδιωτικό αφενός γιατί όλα τα προσωπικά στοιχεία (συνομιλίες, μηνύματα κτλ.) παρακολουθούνται και συλλέγονται από την εταιρεία για να πωληθούν σε άλλες φίρμες και αφετέρου γιατί ό,τι γράφεται στον «τοίχο» είναι ορατό από έναν αδιευκρίνιστο αριθμό όχι και τόσο γνωστών «φίλων».

Ασφαλώς στο f/b γίνονται, υπό τη φαινομενική ασφάλεια της ιδιωτικότητας, συζητήσεις και τσακωμοί, λαμβάνονται αποφάσεις και συνάπτονται σχέσεις που επηρεάζουν άμεσα και την υπόλοιπη κοινωνική ζωή. Η απουσία της σωματικότητας και της αυτοπρόσωπης παρουσίας δημιουργούν ωστόσο νέες μορφές διυποκειμενικότητας και επικοινωνίας, αδιανόητες στον προ-διαδικτυακό κόσμο. Το τρολάρισμα, η προπαγάνδα, το σπαμάρισμα, η παρακολούθηση, οι απειλές, το bullying, το βίαιο φλερτ, το ξεκατίνιασμα μεταξύ αγνώστων θα ήταν αδιανόητα σε έναν κόσμο όπου υπήρχε μόνο ο κίνδυνος και η έκθεση των σωμάτων. Ακόμη και σε έναν τηλεφωνικό κόσμο, όπου η επικοινωνία θα ήταν διαπροσωπική και όχι ψευδοδημόσια. Ο «τρελός του χωριού», κάποτε επικίνδυνα γραφικός, κάποτε ακίνδυνος, κάποτε σοφός, είχε ως τώρα συναναστροφή με το χωριό ή τη γειτονιά του, με σχέσεις που απάλυνε ή βάθαινε ο χρόνος και η διαρκής καθημερινότητα που επέβαλλε τη διαδοχή των συναντήσεων και των επεισοδίων και εμπεριείχε όλη την πληρότητα της από κοινού

παρουσίας.

Πλέον, οποιοσδήποτε μπορεί να προσβάλλει, να εκτονωθεί, να απελπιστεί, να παρεξηγήσει οποιονδήποτε άγνωστο, πάντα υπό το βλέμμα άλλων αγνώστων. Ο καταπιεσμένος ψυχισμός εκρήγνυται στην οθόνη δίχως ανταπόκριση, αφού η απόσταση που του παρέχει την ασφάλεια της έκρηξης κάνει την έκρηξή του αδιάφορη και αναποτελεσματική. Σαν τον αυνανισμό.

Τι συμβαίνει όμως με τις πολιτικές συλλογικότητες και τα κοινωνικά κινήματα που βρίσκουν στο f/b έναν άμεσο και γρήγορο μηχανισμό συντονισμού, ενημέρωσης και συζήτησης πέρα από τους χωρικούς περιορισμούς; Πώς μετασχηματίζεται η πολιτική επικοινωνία; Οι μετασχηματισμοί είναι πολλαπλοί και πολυεπίπεδοι, μετασχηματισμοί της ταχύτητας αντίδρασης, της δυνατότητας δράσης, της συνολικής επικοινωνιακής δυνατότητας - όμως εδώ θα αναφερθώ σε δύο φαινόμενα.

Τα δύο περιστατικά που προανήγγειλα και ακόμη δεν αφηγήθηκα δεν είναι μεμονωμένα, αλλά ενδεικτικά και ίσως διδακτικά.

Υπάρχουν σελίδες πολιτικών συλλογικοτήτων στο f/b. Ασφαλώς, οι συλλογικότητες υπάρχουν και στον φυσικό κόσμο, με συνελεύσεις και δημόσιες πράξεις. Όμως η επικοινωνία τους δεν περιορίζεται στον φυσικό κόσμο, αλλά αναπτύσσεται πολυσχιδώς και στον διαδικτυακό, και δη στη σφαίρα του f/b. Όταν προκύψει μια σοβαρή πολιτική διαφωνία, με σημαντικές συνέπειες, είτε προκύπτει αρχικά στο f/b είτε προκύπτει στον φυσικό κοινωνικό της χώρο, τη συνέλευση, με βεβαιότητα έπειτα αναπαράγεται, κατακερματίζεται και διαθλάται στο f/b. Εκεί παρατηρείται το εξής: Αρκετοί χρήστες συμμετέχουν στην διαφωνία όχι ρητά, όχι εκφράζοντας γραπτή και σαφή γνώμη -έστω ένα σκέτο ρητό «συμφωνώ» ή «διαφωνώ»- μα κάνοντας like. Εκφράζονται μέσω των διαθέσιμων επιλογών άμεσης αντίδρασης που τους παρέχει η πλατφόρμα, μέσω του like, του love, του sorry, του angry, του χα-χα, του ουάου. Αυτή είναι και η γκάμα επιλογών.

Τι περιεχόμενο έχει σε αυτή την περίπτωση ένα like;

Έχει τη βαρύτητα μιας ρητής συμφωνίας ή διαφωνίας, αντιστοιχεί σε κάποια πολιτική στάση ή θέση; Ας σημειώσω ότι σε οποιαδήποτε ανάρτηση στο f/b, τα μόνα ξεχωριστά like είναι τα πρώτα δέκα, μόνο αυτά έχουν «επώνυμο», εκτός κι αν ο χρήστης έχει τη διάθεση και τον χρόνο να καταμετρά τους καταλόγους που καταγράφονται· κάνω την τολμηρή (ανεξακρίβωτη) υπόθεση ότι οι περισσότεροι από ένα σημείο και μετά ενδιαφέρονται για τον αριθμό των like και όχι τόσο για τα πρόσωπα, εκτός και αν υπάρχει κάποιο πρόσωπο ειδικού ενδιαφέροντος.

Σε αυτή τη «διαλεκτική» η προσωπικότητα γίνεται ποσότητα. Και η ποσότητα γίνεται αξία με δύο έννοιες -αξία διασποράς της είδησης και αξία επιρροής του χρήστη. Αξία που μεταφράζεται και οικονομικά, αλλά όχι ως αξία χρήσης, μα ανταλλακτική αξία κυκλοφορίας και αναπαραγωγής. Το προϊόν που πουλά το facebook, τα προσωπικά στοιχεία των χρηστών του, ανακυκλώνονται και μετασχηματίζονται σε διαφημίσεις που επιστρέφουν στον χρήστη. Κυρίως οι εκτός f/b πράξεις του χρήστη μετατρέπουν το συμβολικό κεφάλαιο σε πραγματικό χρήμα, είτε αυτές είναι κάποιες αγορές προϊόντων, είτε είναι κάποιες ψήφοι σε εκλογικές διαδικασίες, είτε είναι κάποιες συνδρομές σε υπηρεσίες. Η κυκλοφορία αυτή συγκροτεί μία νέα αγορά επικοινωνίας που εδράζεται στη μορφή του χρήστη, του αγοραστή που είναι συγχρόνως προϊόν. Παρόμοια, αλλά όχι ίδια, ψυχολογικά χαρακτηριστικά έχουν οι φιγούρες του οπαδού και του fan, οποιασδήποτε υποκουλτούρας -μόνο που εκεί υπάρχει η ζωντανή διάδραση με το αντικείμενο λατρείας, την ομάδα, τον καλλιτέχνη, το συγκρότημα και όχι η ψηφιακή της εκπροσώπηση.

Πόση όμως βαρύτητα μπορούν να έχουν τα like σε μια πολιτική διαφωνία; Υποδηλώνουν προτίμηση σαφώς, όμως δεν συμμετέχουν στην απόφαση. Σαν την ψήφο στις κοινοβουλευτικές εκλογές. Το περιεχόμενό τους αντιστοιχεί στο ελάχιστο μιας χειρονομίας δίχως το σώμα, μιας έκφρασης χωρίς το πρόσωπο. Δεν συνιστούν ολοκληρωμένη απόκριση, πόσο μάλλον πολιτική απάντηση. Συνεπώς υποδηλώνουν μια στάση αποφυγής της ευθύνης και διαφυγής από τον κίνδυνο της έκθεσης, που συνοδεύει κάθε πολιτική άποψη.

Μία νοοτροπία αντιδημοκρατική και οριακά αντι-πολιτική.

Δεν αναφέρομαι στις κοινές αντιδράσεις σε διάφορα προσωπικά ποστ, όπου η απλή δήλωση μιας προτίμησης μπορεί να είναι καλύτερη από τον σχολιασμό, αλλά σε συγκεκριμένες περιπτώσεις σημαντικής συλλογικής διαφωνίας. Σε τέτοια διαφωνία όσοι αντιδρούν απλώς με like είναι χειρότεροι από όσους σιωπούν. Αυτοκαταργούν το δικαίωμα του λόγου τους και αυτοαναιρούν την πολιτική τους συμμετοχή.

Τα likes παράγουν μια μορφή αντι-πολιτικής.

Ένα δεύτερο, πιο επικίνδυνο, φαινόμενο με τις πολιτικές ομάδες του f/b -ομάδες προώθησης πολιτικών αιτημάτων, αναλύσεων και κοινωνικών αγώνων- είναι αυτό που θα ονομάσω «ηγέτες του facebook». Και μόνο του f/b.

«Ηγέτες του facebook» είναι οι διαχειριστές ομάδων επικοινωνίας κοινωνικών κινημάτων οι οποίοι αυτοπροβάλλονται, όταν η υπόθεσή τους αποκτήσει σχετική δημοσιότητα, ως εκπρόσωποι και αντιπρόσωποι των κινημάτων. Αυτό παρέχει αρκετές ανταμοιβές, όχι μόνο στο πεδίο της «επιμέλειας εαυτού» και της ικανοποίησης των εγωιστικών αναγκών αυτοπροβολής, αλλά και στο οικονομικό και κοινωνικό πεδίο. Αυτή η νοοτροπία, παρότι γραφική, μπορεί να αποκτήσει επικίνδυνες συνέπειες, ιδίως όταν η κατεστημένη εξουσία επιλέγει να συνδιαλλαγεί με αυτά τα πρόσωπα, προκειμένου είτε να χειραγωγήσει υπογείως κινήματα που δημοσίως αρνούνται κάθε συνδιαλλαγή είτε να πλήξει την αξιοπιστία τους.

Παρόμοιες περιπτώσεις εμφανίζονται κυρίως σε κινήματα χωρίς διακριτή και τυπικά ιεραρχική ηγεσία, κινήματα δίχως αντιπροσώπους, δηλαδή κινήματα που τείνουν προς οριζόντιες, εξισωτικές, αμεσοδημοκρατικές πολιτικές μορφές. Γι’ αυτόν τον λόγο η νοοτροπία του διαδικτυακού ηγέτη διαβρώνει και πλήττει κυρίως τις πιο σημαντικές μορφές κοινωνικού αγώνα, τις μορφές της ριζικής δημοκρατίας. Το πιο γνωστό κίνημα που αντιμετώπισε τον πρωτόγνωρο αυτόν κίνδυνο ήταν τα Κίτρινα Γιλέκα στη

Γαλλία, κίνημα που συναρθρώθηκε μέσω διαδικτυακών καλεσμάτων, πραγματώθηκε σε συνελεύσεις κατειλημμένων δημόσιων χώρων και αρνήθηκε τον διάλογο με την κυβέρνηση Μακρόν παρά την τρομακτική καταστολή. Σύμφωνα με προσωπικές αφηγήσεις ανθρώπων που συμμετείχαν στις Συνελεύσεις των Συνελεύσεων, το φαινόμενο των αυτόκλητων διαδικτυακών ηγετών, διαχειριστών σελίδων στο f/b που άρχισαν να αυτοπροβάλλονται στα κεντρικά ΜΜΕ, δημιούργησε έντονο προβληματισμό στο κίνημα και συζητήθηκε έντονα στις συνελεύσεις, οι οποίες απέβαλλαν συγκεκριμένα άτομα.

Παρακολουθώ μία παρόμοια σελίδα για ένα κοινωνικό ζήτημα που προκαλεί κινηματικές αντιδράσεις, όπου κάποιοι διαχειριστές της σελίδας, όταν απέκτησε αξιοπρόσεκτη δημοσιότητα, διέγραψαν τους υπόλοιπους διαχειριστές, ιδιοποιήθηκαν τη σελίδα ατομικά και μπόλιασαν τη διαδικτυακή ενημέρωση με την προσωπική τους αυτοπροβολή. Και αυτό έγινε ζήτημα σε διάφορες συνελεύσεις, χωρίς ωστόσο τα εν λόγω πρόσωπα να πάψουν τη δραστηριότητά τους, η οποία ήταν έτσι κι αλλιώς τηλεματική. Ξανά η αυτοπροβολή και η αναπαραγωγή της συμβαίνει μέσω της αντι-πολιτικής των likes.

Οι πολιτικές συλλογικότητες και τα κοινωνικά κινήματα αποφεύγουν να μιλήσουν δημόσια για τέτοια προβλήματα, καθώς μοιάζουν γραφικά και ασήμαντα, απομονωμένα στη σφαίρα επικοινωνίας ενός μόνο ιστοτόπου. Μα η σφαίρα είναι παγκόσμια, το δίκτυο επικοινωνίας είναι το μεγαλύτερο στην Ιστορία, η διασπορά ειδήσεων και αντιδράσεων είναι σχεδόν στιγμιαία και ανεξέλεγκτη. Μία διάψευση δεν ακυρώνει ούτε εμποδίζει τη διασπορά και αναπαραγωγή του διαψευδομένου. Μία ανάρτηση δεν διαγράφεται οριστικά, καταγράφεται. Μία προτίμηση δεν αλλάζει απλώς, καταμετράται.

Η άτυπη ψηφοφορία είναι διαρκής, η αντιπροσώπευση συγκαλυμμένη, νικητής είναι σίγουρα η εταιρεία.

Ασφαλώς οι συνέπειες της επικοινωνίας ξεφεύγουν από τον έλεγχο της εταιρείας. Ασφαλώς οι δυνατότητες των δικτύων επικοινωνίας

προσφέρονται για κάθε σκοπό, της εξέγερσης και της αντίδρασης, της ελευθερίας της γνώσης και της προπαγάνδας. Όμως ο μετασχηματισμός είναι κι αυτός υπαρκτός. Ο κάθε χρήστης μετατρέπεται σε προϊόν, σε στοιχείο ανακυκλικής ανταλλάξιμης αξίας, κάθε φορά που κάνει χρήση, όπως ο πρεζάκιας. Ιδίως όταν η πληθώρα των επικοινωνιακών επιλογών περιορίζεται σε ένα αποκλειστικά social medium.

Η πολιτική χρειάζεται τη σωματική, αυτοπρόσωπη συμμετοχή. Το κοινό παρόν που εκχέεται σε κοινό μέλλον δημιουργείται με τη συμπαρουσία των ανθρώπων στον ελεύθερο δημόσιο χώρο. Η πολιτική απόφαση απαιτεί την πολιτική πράξη, που μπορεί να συμβεί μόνο συλλογικά, με τη συνεργασία των παρόντων στο εδώ και τώρα -κάθε φορά.

Οι πολιτικές συλλογικότητες και τα κοινωνικά κινήματα θα πρέπει να αναλάβουν τις ευθύνες που έρχονται, ρητές και υπόρρητες, μαζί με τη διαδικτυακή επικοινωνία μέσω του f/b. Τα άτομα, οι ουσιαστικοί φορείς κάθε συλλογικότητας, καλό θα είναι να ακούσουν τα λόγια που μας είπε, σε συναφή ερώτησή μας, ο Ζακ Ρανσιερ:

«Αυτός ο εκδημοκρατισμός της πρόσβασης στη γνώση είναι πολύ σημαντικός. Ταυτόχρονα όμως, πιστεύω ότι η ιδέα ότι το Διαδίκτυο δημιουργεί ένα είδος συνολικής δημοκρατίας είναι επίσης μια φαντασίωση. […] Το πρόβλημα είναι, και γι’ αυτό θεωρώ πολύ σημαντική τη μορφή του κινήματος, ότι τα περισσότερα από τα εργαλεία, οι περισσότερες μορφές διαμαρτυρίας μπορούν τώρα να χρησιμοποιηθούν από πολύ διαφορετικές και αντίθετες δυνάμεις. […] Έτσι, μπορούμε να δούμε ότι το Διαδίκτυο, οι νέες μορφές επικοινωνίας, βοηθούσαν επίσης αυτά τα {ακροδεξιά} κινήματα και τα έκαναν να υπάρξουν ως μια πολιτική δύναμη. Συνεπώς, φαίνεται ότι οι μορφές ελεύθερης διάχυσης δεν σημαίνουν από μόνες τους την αύξηση της δημοκρατίας. **Η δημοκρατία δεν είναι επικοινωνία**».[i]

Η δημοκρατία δεν είναι επικοινωνία. Όσο ένα δημοκρατικό κίνημα περιορίζεται στη διαδικτυακή επικοινωνία, τόσο απομακρύνεται

από τον απτό δημόσιο χώρο και χάνει τη δημοκρατική μορφή του. Παραχωρεί ένα ουσιαστικό χαρακτηριστικό της δημοκρατικής πολιτικής: την αμεσότητά της. Και κάθε πρόσωπο παραχωρεί ένα σημαντικό μέρος της ατομικότητάς του. Η άμεση δημοκρατία δεν μπορεί να περιοριστεί στην ηλεκτρονική δημοκρατία -το f/b είναι η καλύτερη απόδειξη. Μπορεί να χρησιμοποιεί και να αναδιαμορφώνει τα μέσα της διαδικτυακής επικοινωνίας για έναν καλύτερο συντονισμό της πολιτικής απόφασης, που όμως δεν σημαίνει τίποτε δίχως την ανάλογη πολιτική πράξη.

Γιατί ο μόνος που πράττει στο facebook είναι ο Mark Zuckerberg.

---

[i] Ένας καφές με τον Ζακ Ρανσιερ κάτω από την Ακρόπολη, εκδ. Βαβυλωνία 2017, σ. 20 & 22.