

15 Σεπτεμβρίου 2021

# Η δυναμική της εικόνας στο δημόσιο χώρο

Επιστήμες / Τεχνολογία - Έρευνα

Πρωτοπρεσβύτερος Βασίλειος Θερμός



Πολύ συχνά ακούγεται από όλους μας η διαπίστωση ότι ζούμε στην εποχή της εικόνας. Και μ' αυτό θέλουμε να τονίσουμε το πλήθος των εικόνων που μας περιβάλλουν, μας κατακλύζουν πολλές φορές, δεν προλαβαίνουμε ούτε καν να τις αντιληφθούμε ή να τις επεξεργαστούμε. Και αναπόφευκτα κάνουμε την επιλογή μας με διαφορετικά κριτήρια ο καθένας, τα οποία συνήθως δεν γνωρίζουμε.



Δεν νοείται πλέον δελτίο ειδήσεων στην τηλεόραση, το οποίο να μην περιλαμβάνει κάποια εικόνα, κάποιο βίντεο. Αν δεν υπάρχει πρόσφατα καταγεγραμμένο βίντεο για το γεγονός που περιγράφει, ανασύρεται ένα βίντεο αρχείου. Και όπως θα έχετε παρατηρήσει, αφού τελειώσει το βίντεο αρχείου, (γιατί μπορεί το διάστημα που μιλά ο εκφωνητής να είναι μεγαλύτερο), ξαναπροβάλλεται από την αρχή πάλι. Και πάλι και πάλι ώστε να υπάρχει απλώς εικόνα. Βέβαια το φόβητρο είναι εδώ ότι θα μπορούσε ν' αλλάξει κανάλι ο τηλεθεατής, αν δεν προβάλλεται κάποια εικόνα.

Βλέπουμε δηλαδή εδώ την ανάγκη αιχμαλωσίας της δράσης μας από την εικόνα. προκειμένου να εξυπηρετηθεί ένας άλλος σκοπός, που είναι ο οικονομικός. Βλέπουμε επίσης πως λειτουργεί η διαφήμιση με την φιλοδοξία να καταλάβει τον δημόσιο χώρο. Να καταλάβει ταράτσες, να καταλάβει τοίχους, τα πάντα. Μέχρι και την επιφάνεια της σήραγγας του μετρό, όπου όπως ξέρετε, σε ορισμένα σημεία μέσω της κίνησης του μετρό αναπαριστάται μια κινούμενη εικόνα. Το μάτι μας αντιλαμβάνεται, ως κίνηση, αυτό που θέλει να μας πει η διαφήμιση.

Θα έλεγε κανείς ότι ο τρόπος που η εικόνα χρησιμοποιείται σήμερα. αποβλέπει στο να απαλλοτριώσει, καμιά φορά να οδηγήσει και σε αναγκαστική απαλλοτρίωση ,για να χρησιμοποιήσουμε και νομικό όρο, όχι μόνο το συνειδητό μας, αλλά και το

ασυνείδητο ακόμη.

Μπορούμε επίσης να μνημονεύσουμε αρχικά, σ' αυτήν την πληθώρα της εικόνας, την προνομιακή θέση, την οποία η τηλεόραση κατέλαβε, μέσα στο οικογενειακό σύστημα. Είναι σαφές ότι έχει γίνει ένα πρόσθετο μέλος της οικογένειας και μάλιστα σε προνομιακή θέση. Είναι εντελώς διαφορετική η συμπεριφορά της οικογένειας χωρίς την τηλεόραση. Αν π.χ όλες οι τηλεοράσεις έσβηναν για μια εβδομάδα, θα ήταν εντελώς διαφορετική η συμπεριφορά των οικογενειών. Έχει αλλοιώσει το είδος των σχέσεων και τον τρόπο που οι σχέσεις ξετυλίγονται. Το πιο πρόσφατο που άκουσα ήταν ότι σε κάποιο μηχανήμα οδοντιατρείου, σ' αυτό το εξάρτημα το μεγάλο το φωτεινό το οποίο βρίσκεται πάνω από τον ασθενή και φωτίζει, υπήρχε ενσωματωμένη μικρή οθόνη τηλεόρασης, ώστε να παρακολουθεί το πρόγραμμα ο ασθενής που είναι ξαπλωμένος ανάσκελα και εργάζεται ο οδοντίατρος στο στόμα του.

Αυτά που θα προσπαθήσω να πω, σε μίαν απόπειρα διερεύνησης κάπως βαθύτερα αυτού του φαινομένου, απλώνονται σε δύο άξονες. Ο ένας άξονας είναι ο ψυχολογικός. Δηλαδή θα προσπαθήσουμε να δούμε τις ψυχολογικές διαστάσεις που έχει αυτή η κυριαρχία της εικόνας. Ο άλλος άξονας είναι ο κοινωνικός και πολιτικός. Πίσω απ' αυτό το γεγονός δεν έχουμε απλώς μια αθώα εξέλιξη της τεχνολογίας, αλλά έχουμε οικονομικά συμφέροντα πάρα πολύ ισχυρά, τα οποία υπηρετούνται. Η ψηφιακή τεχνολογία καθιστά δυνατή την εξυπηρέτηση αυτών των συμφερόντων, διότι μπορεί να αναπαραγάγει α) πολύ μεγάλης πιστότητας εικόνα, β) με πολύ μεγαλύτερη εμβέλεια, με τρόπους τέτοιους, που να φθάνει τελικά σε πολλούς και γ) με πάρα πολλές δυνατότητες επιλογής.

(Κάποια στιγμή, κρατώντας σημειώσεις μου ήρθε αυθόρμητα μια εξίσωση με τα τρία ψ. Έγραψα ψυχολογικοί μηχανισμοί συν ψηφιακή τεχνολογία ίσον ψέμα. Αυτό που προκύπτει τελικά είναι ένα ψέμα).

Για να προσπαθήσουμε να το δούμε λοιπόν, αυτούς τους δύο άξονες. Κατ' αρχήν η εικόνα απευθύνεται στην όραση. Η όραση είναι μία προνομιακή αίσθηση. Θεωρείται η ποιό αποδοτική από τις πέντε αισθήσεις, αποδοτική ως προς την έννοια της σύνδεσης με την πραγματικότητα που μας περιβάλλει. Ο Άγιος Νικόδημος ο αγιορείτης στο «συμβουλευτικό εγχειρίδιο» του, όπου μιλά για την φυλακή, δηλαδή την προσοχή, την περιφρούρηση των πέντε αισθήσεων. Ξεκινώντας από την όραση λέει ότι η όραση είναι «γνωστικωτέρα» όλων των αισθήσεων. Δηλαδή αυτή που καλλιεργεί περισσότερο απ' όλες την γνώση της πραγματικότητας, την αντίληψη της πραγματικότητας. Γνωστοποιεί την πραγματικότητα, αυτό θα πει «γνωστικωτέρα» όλων. Ο νους ο ανθρώπινος αγαπά την όραση περισσότερο απ' όλες τις αισθήσεις διότι αυτή του γνωστοποιεί τον

κόσμο περισσότερο.

Αυτή τη προνομιακή θέση της οράσεως την βρίσκουμε να συναντάται στα σημεία εκείνα όπου η θεολογική μας παράδοση θέλησε ν' αποδώσει την σχέση ανθρώπου και Θεού. Έτσι λοιπόν την συνάντηση ανθρώπου και Θεού η πατερική θεολογία την ονόμασε θεωρία, θέα του Θεού, θεοπτία. Η αποκάλυψη της δόξας του Χριστού στους μαθητές του έγινε με θέαση του άχτιστου φωτός στο γεγονός της Μεταμορφώσεως. Σκεφθείτε τη λαϊκή έκφραση που έχει έρθει στα χείλη τόσων ανθρώπων, «πότε θα δούμε Θεού πρόσωπο». Αυτή η απλή λαϊκή έκφραση δείχνει ακριβώς την σημασία της οράσεως, ότι στο γεγονός της όρασης αρχετυπικά ο άνθρωπος προσβλέπει για να συναντήσει τον Θεό.



Η άλλη όψη και η σκιά αυτού του φαινομένου: Ενώ η όραση κατ' εξοχήν μπορεί να εκφράσει την εγγύτητα ανθρώπου και Θεού, το ποθούμενο για έναν πιστό, κατ' εξοχήν μπορεί να γίνει μέσο αλλοτρίωσης. Η δύναμή της δηλαδή μπορεί να χρησιμοποιηθεί προς την κατεύθυνση της αλλοτρίωσης. Πάλι εδώ έχουμε μία αρχαία μαρτυρία. Ήδη στα πρώτα κεφάλαια της Γένεσης, εκεί όπου ο διάβολος έρχεται να πειράξει τους ανθρώπους συκοφαντώντας τον Θεό, (αφού τους λέει ότι ο Θεός θέλει να κρύψει τον θησαυρό του από αυτούς, να μη γίνουν θεοί κ.λπ.), μετά τον «συνδυασμό» , δηλαδή την αποδοχή της σκέψης αυτής στο μυαλό των πρωτοπλάστων, λέει ο στίχος πως τότε γύρισε η Εύα και είδε τον καρπό και πρόσεξε πώς ήταν ωραίος, όμορφο το δέντρο και όμορφος ο καρπός. Τότε πήρε και έφαγε και έδωσε και στον άντρα της. Βλέπουμε δηλαδή ότι η όραση εδώ χρησιμοποιείται αλλοτριωτικά. Το ίδιο δέντρο και τον ίδιο καρπό τον είχαν δει επανειλημμένα αλλά δεν τον είχαν δει με αυτό το πνεύμα. Τώρα τους φάνηκε ωραίο, ελκυστικό.

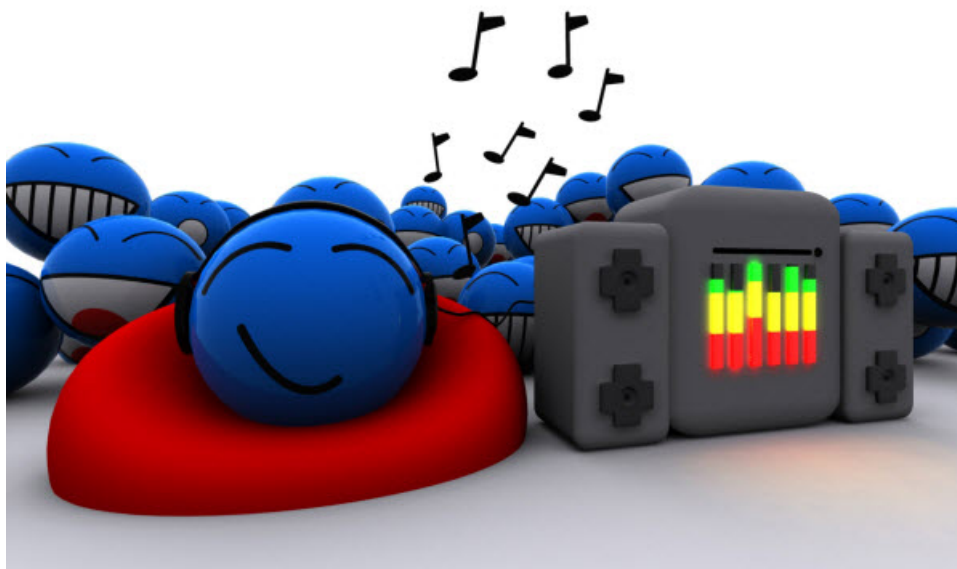
Αυτό ακριβώς το χαρακτηριστικό της οράσεως, να αλλοιώνει μέσω της ελκυστικότητας, είναι εκείνο που χρησιμοποιεί το σημερινό κοινωνικοοικονομικό σύστημα, προκειμένου να προκαλέσει στον άνθρωπο αλλοτρίωση μέσω της οράσεως. Θα λέγαμε παίζοντας με τις λέξεις ότι η σημερινή λειτουργία της εικόνας και παραπλανά και αποπλανά. Παραπλανά διότι εξαντλεί την πραγματικότητα στην εικόνα, πράγμα το οποίο δεν είναι αλήθεια. Όταν ένα δελτίο ειδήσεων μάς δείχνει ένα βίντεο για κάποιο γεγονός, θέλει να μας πείσει ότι αυτό είναι το γεγονός, όταν «παγώνει» αυτό το γεγονός για λίγα δευτερόλεπτα, αποσπασματικά εντελώς. Θέλει να μας πείσει ότι μερικά θραύσματα της πραγματικότητας είναι η πραγματικότητα. Απ' αυτό το στιγμιαίο των δευτερολέπτων ή λεπτών γεγονός, μέχρι και την εικόνα ενός πολιτικού, ενός καλλιτέχνη, ενός δημοσίου προσώπου, που θέλει να την καλλιεργεί στα μέσα ενημερώσεως συστηματικά και μακροχρόνια, το μήνυμα είναι το ίδιο, ότι αυτή είναι η πραγματικότητα. Αλλά η πραγματικότητα ποτέ δεν είναι η εικόνα της. Διότι η εικόνα της διαμεσολαβείται από πάρα πολλούς άλλους παράγοντες, όπως είναι τι θέλω εγώ να δείξω ως εικόνα μου, τι επιλέγω να δείξω, και τι επιλέγει το μέσο στην συνέχεια, για να παρουσιάσει.

(Υπάρχει μια πολύ μεγάλη διαμεσολάβηση, σε σημείο που αυτά τα δημόσια πρόσωπα, περισσότερο οι ηθοποιοί, οι τραγουδιστές κλπ, τον πρώτο καιρό καλλιεργούν σκόπιμα μια εικόνα διαφορετική, αλλά με τον καιρό, με τα χρόνια , ενσωματώνονται σ' αυτήν την εικόνα τους, ενσωματώνονται στο ψέμα της και αλλοτριώνονται και οι ίδιοι μέσα απ' αυτό το ψέμα που παρουσιάζουν).

Αλλά επί πλέον αποπλανά, με την έννοια ακριβώς της αποπλάνησης, όπως την

χρησιμοποιούμε στον ερωτικό τομέα. Δηλαδή αποπλανά με το θέλγητρο που παρουσιάζει, επομένως αποσπά, αιχμαλωτίζει, γοητεύει και έτσι καταλήγει σε άρνηση της αλήθειας και αλλοτρίωση. Για να το πετύχει αυτό η εικόνα καλλιεργεί στερεότυπα. Δηλαδή δεν είναι δυνατόν στον δημόσιο χώρο η εικόνα να είναι αποτελεσματική χωρίς στερεότυπα. Όταν λέμε στερεότυπα, εννοούμε τέτοιους τρόπους παρουσίασης προσώπων και πραγμάτων, ώστε πάνω απ' όλα να εξυπηρετείται η αναγνωρισιμότητα. Η αναγνωρισιμότητα είναι η βασική αξία. Να μπορεί δηλαδή κανείς μέσα σε δευτερόλεπτα, βλέποντας ως πούμε ένα συγκεκριμένο σχήμα ή χρώμα συσκευασίας ενός προϊόντος, αμέσως να ανακαλεί στη μνήμη του το προϊόν, πριν καν διαβάσει τα γράμματα. Ή το χρώμα να του αποδίδει ακριβώς την διαφορά, αν το προϊόν είναι light ως πούμε ή αν είναι, κανονικό. Επίσης βλέπετε ότι σχεδόν κάθε φύλλο εφημερίδων, έχει συνεχώς φωτογραφίες πολιτικών που τους ξέρουμε πια, τους έχουμε δει χιλιάδες φορές. Αλλά οι ίδιοι και οι ίδιοι υπάρχουν συνεχώς. Ακριβώς ώστε μέσω της αναγνωρισιμότητας να μην πέσουν ποτέ στον θανάσιμο κίνδυνο της λήθης. Θα λέγαμε ότι το ποιός είναι ο άνθρωπος και ποιές είναι οι καταστάσεις, σήμερα μέσω της εικόνας αντικαθίστανται από το λογότυπο. Δεν έχουμε πλέον ανθρώπους και πράγματα στην λειτουργία της εικόνας στον δημόσιο χώρο. Έχουμε λογότυπους, άθροισμα λογοτύπων. Είτε μιλάμε για πρόσωπα, είτε μιλάμε για καταστάσεις ή προϊόντα, δεν έχει σημασία, όλα λειτουργούν ως προϊόν σ' αυτήν την διαδικασία. Υπάρχεις όταν φαίνεσαι.

Ήταν πάρα πολύ σημαντική μια συνέντευξη που είχε δώσει ο Νηλ Πόστμαν που είναι καθηγητής στην Νέα Υόρκη, των μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας, πριν από ένα ή δύο χρόνια σε μιαν εφημερίδα. Ασκεί μια θαρραλέα κριτική σ' αυτό το φαινόμενο. Λέει λοιπόν ο Νηλ Πόστμαν *ότι η τηλεόραση δεν ενδιαφέρεται για άποψη*. Η τηλεόραση νοιάζεται μόνο για το οπτικό νεύρο. Αυτό ισχύει για ολόκληρη την δημόσια λειτουργία της εικόνας. Και συνακόλουθα, συνεχίζει, ενδιαφέρεται μόνο για τις περιοχές εκείνες του εγκεφάλου που ρυθμίζουν το θυμικό. Ο τελικός της στόχος είναι η διαμόρφωση αυτοματισμών και στερεοτύπων που θα επιτρέψουν στον τηλεθεατή να γίνει καλός καταναλωτής προϊόντων, θεάματος, πολιτικής κλπ.



Αυτή λοιπόν η κυριαρχία της τηλεόρασης και της εικόνας μέσω ψυχολογικών μηχανισμών που έχουν να κάνουν με την αντίληψη αρχικά, νομίζω ότι έχει συνέπειες στον άνθρωπο ο οποίος συστηματικά εκτίθεται σ' αυτήν, αλλά δεν αρκεί αυτό. Χρειάζεται επί πλέον κανείς, πέρα από το ότι εκτίθεται πολύ στην εικόνα, να παρέχει διαρκώς ένα μέρος της συγκατάθεσης του σ' αυτήν. Να είναι δηλαδή δεκτικός στο να τον αλλοτριώσει. Θεωρώ ότι ακόμα και εκείνος που θεωρεί ότι αντιστέκεται στον κατακλυσμό της εικόνας, σε κάποιον μικρό βαθμό αλλοτριώνεται έτσι κι αλλιώς. Αλλά η αλλοτρίωση είναι κάτι που γνωρίζει κλιμάκωση και διαβαθμίσεις και εδώ παίζει ρόλο και η διάθεση και η δεκτικότητα.

Ποιες θα μπορούσαν να είναι αυτές οι αλλοιώσεις; Κατ' αρχήν πρόκειται για δομικές αλλοιώσεις. Μην κοιτάτε που η ιδιωτική τηλεόραση στην Ελλάδα έχει ηλικία δώδεκα περίπου χρόνων, αυτό είναι πολύ μικρό διάστημα για να κριθούν τα αποτελέσματα στην μια γενιά ή στην δεύτερη γενιά που μεγάλωσε μ' αυτήν. Όπως είναι φυσικό δεν περιμένουμε να βελτιωθεί η κατάσταση τα επόμενα χρόνια, αλλά μάλλον θα επιδεινώνεται, και μάλιστα εφευρίσκονται και νέοι τρόποι πιο αποτελεσματικής αλληλεπίδρασης της εικόνας με τον άνθρωπο, δίνοντάς του την ικανοποίηση και την ψευδαίσθηση ότι ορίζει ο ίδιος ένα μέρος από την εξέλιξη της εικόνας. Οι αλλοιώσεις λοιπόν όταν είναι μακροπρόθεσμες είναι δομικές, με την έννοια ότι ενσωματώνονται στην λειτουργία του ψυχισμού και μεταβάλλουν την εικόνα που έχει ο άνθρωπος για τον εαυτό του.

Μέσα σ' αυτές τις δομικές αλλοιώσεις, εγώ θα περιλάμβανα π.χ την παρορμητικότητα. Σε όσους ανθρώπους την έχουν την αυξάνει, την καλλιεργεί δε σε κάποιο βαθμό και σε ανθρώπους που δεν την έχουν. Και τούτο διότι όπως είπαμε πριν, ενδιαφέρεται να λειτουργήσει πρώτα με την αντίληψη με το οπτικό νεύρο και κατόπιν με το θυμικό. Άλλωστε δεν μπορεί κανείς να είναι καλός

καταναλωτής, αν δεν λειτουργεί με αυτοματισμούς του θυμικού. Γι' αυτό υπάρχει και ολόκληρος κλάδος της ψυχολογίας της αγοράς, του μάρκετινγκ. Για παράδειγμα πρέπει να υπάρχουν τα κατάλληλα χρώματα σ' ένα κατάστημα και η κατάλληλη μουσική προκειμένου να ξοδευτούν περισσότερα χρήματα.

Μια άλλη δομική αλλοίωση θα έλεγα ότι είναι η ανυπομονησία. Δηλαδή άλλο ψυχισμό διαμόρφωνε ο παλιός τηλεθεατής, με τα δύο ασπρόμαυρα κανάλια όλα κι' όλα, και άλλο τώρα που υπάρχουν δεκαπέντε κανάλια έγχρωμα, ήδη από την νηπιακή ηλικία. Το αίσθημα του υποκειμενικού χρόνου αλλοιώνεται ριζικά για ένα νήπιο το οποίο έχει την δυνατότητα ν' αλλάζει συνεχώς κανάλια μέχρι να βρει κάτι που το ενδιαφέρει· και συνεχίζει ως παιδί και ως έφηβος. Αλλάζει εντελώς ο υποκειμενικός χρόνος.

Επομένως οι άλλες μορφές γνώσης ή καλλιέργειας του ανθρώπου, που απαιτούν περισσότερη αυτοπειθαρχία, υπομονή και χρόνο γίνονται αντιδημοφιλείς. Γνωρίζουμε πάρα πολύ καλά την κρίση που περνάει το βιβλίο. Το βιβλίο στην σημερινή εποχή της εικόνας είναι εντελώς αντιδημοφιλής τρόπος. Βέβαια σε αυτό βοηθά και το εκπαιδευτικό σύστημα. το οποίο οδηγεί τα παιδιά να μισήσουν το βιβλίο. Αλλά σήμερα είναι πολύ δύσκολο ένα παιδί να βρει κίνητρα για να διαβάσει. Πρέπει και το βιβλίο να μιμηθεί τις υπόλοιπες μεθόδους, δηλαδή ν' αποκτήσει πάρα πολλές έγχρωμες εικόνες, να έχει πολύ μικρές παραγράφους. Να γίνει πάρα πολύ ελκυστικό, και πάλι για μια μερίδα παιδιών, όχι για όλα.

Αντιλαμβάνεστε τις συνέπειες που αυτό μπορεί να έχει για ένα χώρο όπως η Εκκλησία, η οποία βασίζει την μετάδοση του μηνύματός της και στον γραπτό λόγο. Μεταφέρει χιλιάδες χρόνια ιστορίας και δεν είναι δυνατόν να τα μεταδώσει στους ανθρώπους χωρίς τον γραπτό λόγο. Δεν είναι δυνατόν μόνο με τα άλλα μέσα και σε μια εποχή που έχουμε την ευλογία να υπάρχουν πάρα πολλά βιβλία. Επομένως πρέπει να μας απασχολήσει πάρα πολύ η σχέση του σημερινού παιδιού και αυριανού ενήλικα με τον γραπτό λόγο και από πλευράς ποιμαντικής.

Επίσης νομίζω ότι δομικές αλλοιώσεις παρατηρούνται και στην λειτουργία της οικογένειας. Για παράδειγμα έχει ακουστεί από κάποιους το επιχείρημα ότι η τηλεόραση μειώνει τις συγκρούσεις μέσα στην οικογένεια, διότι δρα σαν απορροφητικό μαξιλάρι. Πράγματι αν χαλάσει η τηλεόραση, τις πρώτες μια-δυο μέρες αυξάνονται οι καυγάδες μέσα στην οικογένεια. Αυτό νομίζω είναι εντελώς επιφανειακό. Πράγματι σε κάποιο βαθμό μειώνει τις συγκρούσεις, ακριβώς επειδή οι στιγμές άγχους ή έντασης ή κατάθλιψης ή οποιασδήποτε συναισθηματικής δυσκολίας αντιμετωπίζονται μ' ένα παυσίπονο τρόπο, καταφεύγοντας στην τηλεόραση. Όμως νομίζω ότι κατά βάθος και μακροπρόθεσμα η λειτουργία της οικογένειας υποσκάπτεται. Η σχέση δεν καλλιεργείται, δεν υπάρχει λόγος να



καλλιεργηθεί βαθύτερα. Οι σύζυγοι έχουν την δυνατότητα να μην μείνουν οι δυο τους ώστε να καλλιεργήσουν τη σχέση βαθύτερα. Επομένως φαινομενικά έχουμε εκ πρώτης όψεως μείωση των συγκρούσεων, αλλά στην πραγματικότητα μακροπρόθεσμα έχουμε προϋποθέσεις για πιο ρηχή σχέση, όπως και για απουσία ψυχικής επαφής με τα παιδιά.

(π. Βασιλείου Θερμού, «Οι δικοί μου ξένοι», εκδ. Εν πλω, σ. 86-96-αποσπάσματα)

**<https://bit.ly/3hyYjIn>**