

# Ετερολογίες

Περιοδική Έκδοση Κοινωνικής Θεωρίας και Έρευνας  
για το Δίκαιο

Τρόπος παραπομπής:

Βαρέλη, Χαρά, «“Η έκσταση της επικοινωνίας και η σαγήνη των μέσων ενημέρωσης στον Jean Baudrillard.»», *Ετερολογίες. Περιοδική έκδοση κοινωνικής θεωρίας και έρευνας για το δίκαιο*, τεύχος 2, Ιούλιος 2021, σελ. 115-117 Προσβάσιμο σε: <https://eterologies.com/2021/07/03/ baudrillard/>

## Η έκσταση της επικοινωνίας και η σαγήνη των μέσων ενημέρωσης στον Jean Baudrillard

Της Χαράς Βαρέλη\*

Στο Jean Baudrillard η επικοινωνία ρέει μέσα από την τεχνολογία διαμοιράζοντας σε κάθε πεδίο ζωής, δίχως χωροχρονικούς περιορισμούς, αμέτρητα μηνύματα. Τα μηνύματα αυτά διαμορφώνουν την πραγματικότητα των υποκειμένων, γίνονται τα ερεθίσματα που τα κινητοποιούν, παρακινώντας τα να προβούν στην αντίστοιχη δράση. Η Τεχνολογία γίνεται σαφώς προέκταση του ανθρώπινου σώματος, ένα σώμα που ανταλλάσσει διαρκώς σημεία για να καλύψει την απουσία του<sup>1</sup>. Το σώμα ουσιαστικά πληγώνεται, θανατώνεται από την τεχνική. Ο ίδιος θάνατος επέρχεται και στην ορθολογική ηθική επικοινωνία όπως την όρισε J. Habermas.

---

\* ΜΔΕ στην Κοινωνιολογία του Δικαίου, Νομική Σχολή ΕΚΠΑ.

<sup>1</sup> «Η τεχνολογία...είναι η λειτουργική εκλέπτυνση ενός ανθρώπινου οργανισμού, που του επιτρέπει να καταστεί ίσος με τη φύση και να την πολιορκήσει θριαμβευτικά...μιας φύσης που προορίζεται ιδεατά να καταλήξει ως το οργανικό σώμα του ανθρώπου...Το σώμα δεν είναι παρά ένα μέσο...όχι πια λειτουργικό αλλά προέκταση του θανάτου...Ένα σώμα εγκαταλειμμένο στις συμβολικές πληγές, ένα σώμα που συγχέεται με την τεχνολογία στη διάσταση του βιασμού και της βίας», Baudrillard, Jean,

Η επικοινωνία βάλλεται από παντού από μια τεχνολογία της παγκοσμιοποίησης και γίνεται μια ακατάπαυστη ροή πληροφοριών, ένας εφήμερος χώρος σύνδεσης που συνεχώς ανανεώνεται. Μετατρέπεται σε μια ανεξέλεγκτη δύναμη που εισβάλλει στην οικιακή σκηνή του υποκειμένου και την κοινοποιεί. Δεν υπάρχουν πλέον αποστάσεις αλλά ούτε και αίσθηση του χρόνου. Η επικοινωνία γίνεται σύμφωνα με τον J. Baudrillard, εκβιαστική, διαμορφώνει τη σκέψη και τη συμπεριφορά του υποκειμένου, απαιτώντας από εκείνο να συμμετέχει στη νέα αυτή διάσταση της επικοινωνίας, που δεν είναι άλλη από την έκσταση. Η συμμετοχή του υποκειμένου στην έκσταση, υποτίθεται πως θα του προσφέρει με τα νέα δεδομένα, αυτό που πάντοτε αποζητούσε: ελευθερία. Ως έκσταση, πιο συγκεκριμένα, ορίζεται η αναγκαστική επικοινωνία που ακυρώνει όλες τις λειτουργίες μέσα στη διάσταση της επικοινωνίας<sup>2</sup>. Η επικοινωνία μετατρέπεται σε διάφανη και άσεμνη, επιτάσσοντας την εξωστρέφεια του υποκειμένου, μια εξωστρέφεια που πυροδοτείται από μια πορνογραφία της πληροφορίας, της επικοινωνίας και των

Ομοιώματα και προσομοίωση, μετάφραση: Στέφανος Ρέγκας, Αθήνα: Πλέθρον, σελ. 173.

<sup>2</sup> Όλες οι λειτουργίες οι ακυρωμένες μέσα σε μία διάσταση, μέσα στη διάσταση της επικοινωνίας: αυτή είναι η έκσταση. Όλα τα γεγονότα, όλοι οι χώροι, όλες οι μνήμες καταργούνται στη μια και μόνη διάσταση της επικοινωνίας: αυτό είναι το άσεμνο», Baudrillard, Jean, Η έκσταση της επικοινωνίας, μετάφραση: Βαγγέλης Αθανασόπουλος, Αθήνα: Καρδαμίτσα, 1991, σελ. 35.

δικτύων<sup>3</sup>. Το υποκείμενο δείχνει έτσι να «εκδίδεται» με τη θέλησή του, να αποζητά τη δημοσιότητα, να επικοινωνεί τα προσωπικά του μηνύματα, να καταναλώνει τον ίδιο του τον εαυτό. Το σώμα γίνεται τώρα η απουσία του νοήματός του που παλεύει να βρεθεί στη σκηνή των εξελίξεων.

Το υποκείμενο ορίζει και τοποθετεί τον εαυτό του σύμφωνα με μια προβεβλημένη εικονική πραγματικότητα. Η εικονική πραγματικότητα διάχυτη όπως είναι στα μέσα επικοινωνίας παρέχει εντυπώσεις αληθοφάνειας στους δέκτες - καταναλωτές. Η εικόνα έχει γίνει το πραγματικό αντικείμενο της επιθυμίας κάθε ατόμου<sup>4</sup>. Όπως περικλείει τώρα το κατασκευασμένο νόημα της υποκειμενικής ύπαρξης, η εικόνα κυριαρχεί. Επιθυμία για γνώση, για χώρο, για όνειρο, έχουν γίνει εξίσου εικόνες. Στην εικόνα ο J. Baudrillard, προσδίδει μια γοητεία. Η γοητεία αυτή εντοπίζεται στην διασυνοριακή της διάσταση και σε εκείνη τη ψευδαίσθηση που με άνεση ελέγχει τα πλήθη<sup>5</sup>. Ασκείται ένα είδος εξουσίας της γοητείας που αδρανοποιεί το

---

<sup>3</sup> «Το σύμπαν ολόκληρο ξετυλίγεται...χωρίς λόγο πάνω στην οικιακή σας σκηνή. Αυτό είναι μια μικροσκοπική πορνογραφία του σύμπαντος, πορνογραφική επειδή είναι βεβιασμένη, μεγαλοποιημένη, ακριβώς όπως τα κοντινά πλάνα της ερωτικής πράξης σε μια πορνογραφική ταινία. Όλη αυτή η κατάσταση καταστρέφει τη σκηνή που κάποτε συντηρούνταν μέσω μιας ελάχιστης απόστασης, και η οποία λειτουργούσε με ένα τελετουργικό μυστικό που ήταν γνωστό μόνο στους ηθοποιούς της», Baudrillard (1991) όπ.π., σελ. 31-32.

<sup>4</sup> «Η ικεσία και η αδηφαγία για εικόνες αυξάνεται με μια υπέρμετρη αναλογία. Οι εικόνες έχουν γίνει το πραγματικό μας σεξουαλικό αντικείμενο, το αντικείμενο της επιθυμίας μας», Baudrillard (1991) όπ.π., σελ. 49-54.

υποκείμενο, στερώντας του την προσωπική του αλήθεια. Η αλήθεια μπορεί να εκμαιευθεί μονάχα μέσα από την εικόνα, που παραπέμπει σε ένα μείγμα αλήθειας - ψεύδους, σαν μια ψευδαίσθηση που γίνεται πραγματικότητα. Τη γοητεία αυτή ασκούν τα μαζικά μέσα προβάλλοντας μηνύματα κι εικόνες στο κοινό. Η ακατάπαυστη αυτή αναπαραγωγή σημείων, συμβόλων και εικόνων από τα μαζικά μέσα ενημέρωσης, κάνουν φανερή την υπερπραγματικότητα στην οποία έχουμε ήδη αναφερθεί. Ο J. Baudrillard, παραπέμποντας στη διατύπωση του McLuhan πως «το μέσον είναι το μήνυμα», τονίζει κυρίως τη δομική αλλαγή που διενεργείται στις ανθρώπινες σχέσεις. Το υλικό που προβάλλεται από τα ΜΜΕ είναι ικανό, έχει τη δύναμη να επιβάλει στη μάζα «το σωστό», να διαμορφώσει συνήθειες, τρόπο ζωής, σκέψης, συμπεριφοράς. Το μήνυμα δείχνει να συγκαλύπτει το μέσο, που ο μόνος του ρόλος τελικά είναι να αποσυναρμολογεί το πραγματικό και να το επαναπροσδιορίζει, αποδεικνύοντας την τεχνική του φύση<sup>6</sup>. Η κουλτούρα των ΜΜΕ, παραπέμπει σε έναν

<sup>5</sup> «Γοητεύω, σημαίνει πεθαίνω σαν πραγματικότητα και αναπαράγομαι σαν δόλωμα. Σημαίνει ότι πιάνεσαι στο ίδιο σου το δόλωμα και κινείσαι σε έναν μαγεμένο κόσμο», Baudrillard, Jean, *Γοητεία*, μετάφραση: Γιάννης Εμίρης, Αθήνα: Θεωρία, 1984, σελ. 81-82.

<sup>6</sup> «Η αλήθεια των ΜΜΕ είναι η ακόλουθη: η λειτουργία τους είναι να εξουδετερώνουν τον βιωμένο, μοναδικό, συμβαντολογικό χαρακτήρα του κόσμου και να τον αντικαθιστούν μ' ένα πολλαπλό σύμπαν μέσων ομοιογενών τα μεν με τα δε, που σημαίνουν τα μεν τα δε και παραπέμπουν τα μεν στα δε. Οριακά γίνονται το αμοιβαίο περιεχόμενο τα μεν των δε – κι αυτό ακριβώς είναι το ολοκληρωτικό μήνυμα μιας καταναλωτικής

οπτικό πολιτισμό, κατασκευασμένων όχι μόνο ειδήσεων αλλά και κατασκευασμένης αλήθειας που βασίζεται σε ένα «ψευτο-συμβάν». Γεγονότα που ποτέ δεν έχουν συμβεί, λόγια που ποτέ δεν έχουν λεχθεί αλλά και στιγμιότυπα κομμένα και ραμμένα σύμφωνα με το ήδη προαποφασισμένο μήνυμα που «πρέπει» να προβληθεί στο κοινό, αποτελούν το πεδίο της ενημέρωσης. Τα μηνύματα εισχωρούν στο υποκείμενο, το χειραγωγούν και το αναδιαμορφώνουν εκ νέου, το ανακυκλώνουν.

Η στρατηγική γοητείας των ΜΜΕ, η γοητεία των εντυπώσεων αλλά και η λειτουργία τους ως «μήνυμα» επί των υποκειμένων, καταλήγει τελικά στην «αποπλάνηση» τους. «Η πρόκληση και η αποπλάνηση είναι εκείνες που σε τραβούν πέρα από την αρχή της πραγματικότητας», αναφέρει χαρακτηριστικά ο J. Baudrillard<sup>7</sup>. Η εκάστοτε επιθυμία του υποκειμένου χειραγωγείται, με το υποκείμενο να πέφτει τελικά θύμα αποπλάνησης. Η αποπλάνηση του έγκειται σε μια στιγμή έντασης, μια στιγμή έντονης γοητείας, εύφορων συναισθημάτων, που δεν είναι άλλο από μια σύντομη αναλαμπή της πραγματικότητας. Το υποκείμενο γίνεται μάρτυρας μιας λάμψης ικανής να κάνει πραγματικότητα κάθε θέλω του, μια λάμψη όμως που έπειτα εξαφανίζεται. Προσδιορίζεται ως μια τέχνη εξαφάνισης, μυστικιστική ως προς το υποκείμενο. Η πραγματική αλήθεια υποκρύπτεται από το υποκείμενο, γίνεται μυστικό, παρουσιάζοντάς

---

κοινωνίας», Baudrillard, Jean, *Η καταναλωτική κοινωνία*, μετάφραση: Βασίλης Τομάνας, Θεσσαλονίκη: Νησίδες, 2000, σελ.148-152.

του ωστόσο ένα ακριβές ομοίωμα της ποθητής του πραγματικότητας, ένα ομοίωμα του οποίου η αλήθεια φέγγει πιο αισθητά. Εγκλωβίζεται επομένως σε μια πλάνη, που όσο ποθεί, τόσο τελικώς το απογοητεύει, εθίζοντάς το. Στο πεδίο της ενημέρωσης και της επικοινωνίας, η πλάνη λειτουργεί δια της πληροφορίας. Η επιθυμία του κοινού σκηνοθετείται, ενώ η επικοινωνία ενορχηστρώνεται έτσι ώστε να πείσει για το πραγματικό το οποίο θα παρουσιάσει. Προκύπτει έτσι μια υπερ-επικοινωνία δομημένη στην αποδόμηση της πληροφορίας. Έχει αποσυρθεί το νόημα της πληροφορίας και έχει προσαρμοστεί σε ένα μαγεμένο πλάνο αληθοφάνειας.

#### **Βιβλιογραφικές αναφορές**

Baudrillard, Jean, *Γοητεία*, μετάφραση: Γιάννης Εμίρης, Αθήνα: Θεωρία, 1984.

-----, *Η έκσταση της επικοινωνίας*, μετάφραση: Βαγγέλης Αθανασόπουλος, Αθήνα: Καρδαμίτσα, 1991.

-----, *Η καταναλωτική κοινωνία*, μετάφραση: Βασίλης Τομάνας, Θεσσαλονίκη: Νησίδες, 2000.

-----, *Ομοιώματα και προσομοίωση*, μετάφραση: Στέφανος Ρέγκας, Αθήνα: Πλέθρον, 2019.

<sup>7</sup> Baudrillard (1991) όπ.π., σελ. 77-80.