

## Η τηλεοπτικοποίηση της πολιτικής

Του Δημήτρη Χασάπη\*

Οι διαβουλεύσεις μεταξύ πολιτικών κομμάτων και τηλεοπτικών καναλιών, και κυρίως το αποτέλεσμα τους στην οργάνωση του πρόσφατου ντιμπέιτ των πολιτικών αρχηγών, κατέδειξαν την απόλυτη επικυριαρχία της τηλεόρασης επί της πολιτικής δραστηριότητας στη χώρα μας. Το κεντρικό αυτό προεκλογικό γεγονός αποκλήθηκε "ηλεμαχία" ακριβώς για να καταδείξει την αποκλειστική αρμοδιότητα της τηλεόρασης επί αυτού, αντί μια ακριβέστερης μετάφρασης του όρου "ντιμπέιτ", όπως ας πούμε "αντιπαράθεση", η οποία και να αποδίδει το



Χαρακτικό του Έρικ Ντρούκερ

περιεχόμενό της, ενώ οι συμμετάσχοντες δημοσιογράφοι προέρχονταν αποκλειστικά από τηλεοπτικά κανάλια και μάλιστα ως εκπρόσωποί τους (!) --μερικά από τα οποία δεν περιλαμβάνουν καν στο πρόγραμμά τους εκπομπές πολιτικής επικαιρότητας-- αποκλείοντας τους δημοσιογράφους του Τύπου και κατά συνέπεια τον Τύπο, ο οποίος κατά τεκμήριο συνιστά πεδίο αναλύσεων των πολιτικών γεγονότων και των επιπτώσεών τους.

Η πολιτισμική κυριαρχία της (ιδιωτικής) τηλεόρασης οικοδομήθηκε ραγδαία στις αρχές της δεκαετίας του '90, αμέσως μετά την εκχώρηση από το κράτος τηλεοπτικών συχνοτήτων σε επιχειρήσεις για εμπορική εκμετάλλευση. Η ιδιωτική τηλεόραση εξασφάλισε γρήγορα ποσοστό άνω του 85% της συνολικής εθνικής τηλεθέασης και έγινε αποδεκτή ως το κυρίαρχο μέσο, όχι μόνο διασκέδασης, αλλά και ενημέρωσης. Σύμφωνα μάλιστα με τα διαθέσιμα στοιχεία, η Ελλάδα έρχεται δεύτερη σε ημερήσιο χρόνο τηλεθέασης (4,2 ώρες) μεταξύ των χωρών του ΟΟΣΑ, μετά τις ΗΠΑ (*OECD Communications Outlook*, 2009).

Ο "θαυμαστός καινούργιος κόσμος" της τηλεόρασης, διαθέσιμος σε κάθε ελληνική οικογένεια με το πάτημα ενός κουμπιού, είχε δραστικές επιπτώσεις στη ζωή των ανθρώπων. Η τηλεόραση καθιέρωσε πρότυπα διασκέδασης, επέβαλε καταναλωτικές συμπεριφορές, τροποποίησε κοινωνικές συνήθειες και άλλα πολλά σημαντικά. Πάνω απ' όλα όμως άλλαξε τους όρους της πολιτικής δραστηριότητας, και βέβαια της εκλογικής αντιπαράθεσης, εισάγοντας τους κανόνες του τηλεοπτικού μέσου και τους όρους των διαχειριστών του. Αρχικά, κατά την προεκλογική περίοδο των εθνικών εκλογών του 1993 και --με αυξανόμενη ένταση-- των εκλογών του 1996 και του 2000, η τηλεόραση κατέστη ο προνομιούχος φορέας πολιτικής προεκλογικής επικοινωνίας, επιδιώκοντας και επιτυγχάνοντας να μειώσει δραστικά την επιρροή του Τύπου, μέχρι τότε κατεξοχήν μέσου πολιτικής επικοινωνίας.

Σήμερα δεν είναι υπερβολή ο ισχυρισμός ότι η τηλεόραση έχει μεταλλάξει τόσο το περιεχόμενο όσο και τις μορφές της πολιτικής πρακτικής και επιδρά συστηματικά και καθοριστικά στη λειτουργία του πολιτικού συστήματος, στον έλεγχο της ασκούμενης πολιτικής και την αντιπροσώπευση συλλογικών συμφερόντων, με αποτέλεσμα το πολιτικό να οργανώνεται μεταξύ άλλων δια --αλλά και επί-- του τηλεοπτικού μέσου. Όπως βεβαιώνουν οι ειδικευμένοι επιστήμονες, οι επιδράσεις αυτές οφείλονται τόσο στην ίδια την τεχνολογία του τηλεοπτικού μέσου όσο και στους ειδικούς σημειωτικούς κώδικες που χρησιμοποιεί, υπό τους όρους βέβαια της λειτουργίας του ως εμπορικής επιχείρησης (διαφήμιση, μέτρηση τηλεθέασης, ομοιομορφία προγραμμάτων κ.λπ.).

Μια τηλεοπτικοποίηση της πολιτικής έχει σταδιακά συντελεστεί μέσα από δύο κυρίως διαδικασίες: τη θεατροποίηση της πολιτικής, δηλαδή την παρουσίαση της πολιτικής δραστηριότητας με όρους του (θεατρικού) θεάματος, και την προσωποποίηση της πολιτικής, δηλαδή την υποβάθμιση των συλλογικοτήτων και τον υπερτονισμό του ρόλου των προσωπικοτήτων στην πολιτική δράση.

Η θεατροποίηση της πολιτικής είναι σήμερα ορατή σε όλες σχεδόν τις πολιτικές δραστηριότητες και η "σκηνοθεσία" του εκάστοτε πολιτικού έργου, πολλές φορές ακόμα και η "γραφή", διεκδικείται και συχνά επιβάλλεται από τους κανόνες της τηλεόρασης. Το παράδειγμα της προβολής του σκανδάλου του Βατοπεδίου ως μείζονος πολιτικού θέματος από τηλεοπτικό σταθμό είναι μια από τις πολλές περιπτώσεις "γραφής" ενός πολιτικού θέματος, και αυτό ανεξάρτητα από την πραγματικότητα και το εύρος του πολιτικού σκανδάλου. Άλλα παρόμοιας έκτασης και σπουδαιότητας σκάνδαλα, όπως της Μονής Τοπλού για παράδειγμα, δεν είχαν την ανάλογη τηλεοπτική ανάδειξη. Μέσα από τη διαδικασία θεατροποίησης της πολιτικής, η οποία υπηρετεί πρωτίστως τις ανάγκες της τηλεθέασης, άρα και της επιδίωξης διαφημιστικών και όχι μόνο κερδών, η τηλεόραση επιδρά καθοριστικά στον προσδιορισμό της πολιτικής ατζέντας και γενικότερα στο περιεχόμενο της πολιτικής δημοσιότητας, υπερτονίζοντας, υποβαθμίζοντας ή ακόμα και κατασκευάζοντας γεγονότα. Παρεμβαίνει, πολλές φορές άμεσα, στη λειτουργία και στη δράση των κομμάτων, αλλά και στον έλεγχο της συμπεριφοράς των πολιτικών προσώπων. Διαμορφώνει την αντίληψη μεγάλου μέρους των πολιτών, ιδίως των μη πολιτικά ενεργών, για τα πολιτικά γεγονότα και την πολιτική συμπεριφορά. Με την επικράτηση της τηλεόρασης ως κυρίαρχου μέσου ενημέρωσης, αποδίδεται υπόσταση μόνο σε πολιτικά συμβάντα τα οποία μπορούν να καταγραφούν από την τηλεοπτική εικόνα, ενώ παράλληλα η πραγματικότητα της τηλεοπτικής εικόνας μετατρέπει τους πολίτες σε θεατές της πολιτικής δράσης, υποκαθιστώντας την κριτική τοποθέτησή τους απέναντι στα προβλήματα, αφού ολοένα και λιγότερο αποκτούν πολιτικές εμπειρίες πρωτογενώς. Η θεατροποίηση της πολιτικής επιβάλλει σκηνικούς κανόνες στην οργάνωση των κομματικών συγκεντρώσεων και συνεδρίων, ενώ υποβάλλει ακόμα και μορφές έκφρασης και δράσης στις κοινωνικές ομάδες οι οποίες αγωνίζονται για την επίλυση συγκεκριμένων προβλημάτων. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι πολλά γεγονότα διαμαρτυρίας, ακτιβισμοί στην πρόσφατη ορολογία, όπως συγκεντρώσεις, αναρτήσεις πανό ή καταλήψεις δρόμων και χώρων, συγχρονίζονται με τις προδιαγραφές του τηλεοπτικού θεάματος και τους χρόνους των τηλεοπτικών δελτίων ειδήσεων. Με αποκορύφωμα των επιπτώσεων της θεατροποίησης της πολιτικής δράσης την ανάθεση πρωταγωνιστικού ρόλου όσον αφορά το σχεδιασμό της πολιτικής στρατηγικής των κομμάτων στους επαγγελματίες της διαφήμισης και της επικοινωνίας.

Η δεύτερη διαδικασία τηλεοπτικοποίησης της πολιτικής διεκπεραιώνεται μέσα από την προσωποποίηση της πολιτικής δραστηριότητας και τη δημιουργία πολιτικών διασημοτήτων. Σύμφυτα χαρακτηριστικά συμπτώματα της διαδικασίας αυτής είναι η μονομερής έμφαση στα πρόσωπα σε βάρος των πολιτικών θεμάτων, η υποκατάσταση των κομμάτων ως μηχανισμών πολιτικής αντιπροσώπευσης και η συστηματική παράκαμψη των οργανωτικών τους δομών προκειμένου να δημοσιοποιούνται απόψεις των στελεχών τους. Η προσωποποίηση της πολιτικής, μια απολύτως τηλεοπτικής αναγκαιότητας διαδικασία, δεν έχει αφήσει ανεπηρέαστη και την οργανωτική και πολιτική δραστηριότητα του ΣΥΝ/ΣΥΡΙΖΑ, με τις γνωστές αρνητικές επιπτώσεις της, στις οποίες μπορεί να αποδοθούν και τα πρόσφατα προβλήματά του.

Οι επιπτώσεις της προσωποποίησης της πολιτικής για τις ανάγκες του τηλεοπτικού θεάματος είναι πολλαπλές, αλλά δύο είναι ιδιαίτερα σημαντικές. Πρώτη επίπτωση, η επισκίαση των πολιτικών θεμάτων από τις "προσωπικότητες" της πολιτικής, με πολύ δυσμενή αποτελέσματα στην ποιότητα του δημόσιου λόγου και ιδίως στη συρρίκνωση και υποβάθμιση της πολιτικής ρητορικής. Δεύτερη, και εξίσου σημαντική, επίπτωση είναι ότι η πολιτική, ως έννοια και κοινωνική δραστηριότητα, κατανοείται από μεγάλα τμήματα του πληθυσμού --και άρα υφίσταται-- μόνο δια μέσου των πρωταγωνιστών της και της εικόνας τους. Ο κόσμος των πολιτικών ιδεών, των πολιτικών διακυβευμάτων, των δημόσιων διλημμάτων, των πολιτικών δομών και λειτουργιών, της πολιτικής κυριαρχίας αλλά και των συλλογικοτήτων οι οποίες συγκροτήθηκαν και αναπτύχθηκαν ιστορικά για τη διαχείριση και την υποστήριξή τους, έχει μετατραπεί και υφίσταται ως ένα σύνολο πολιτικών διασημοτήτων που ενεργούν όλο και περισσότερο βάσει των κανόνων της βιομηχανίας του θεάματος.

Ασφαλώς η έμφαση των προσώπων στην πολιτική επικοινωνία δεν επινοήθηκε από την τηλεόραση. Ανέκαθεν οι πολιτικοί ηγέτες έπαιζαν αποφασιστικό ρόλο και αποτελούσαν το κέντρο της πολιτικής δημοσιότητας. Με την τηλεόραση όμως η πολιτική προσωποποιήθηκε κατά μόνιμο και ίσως μη αντιστρέψιμο τρόπο, με αποτέλεσμα η έμφαση να δίνεται πλέον στις λεπτομέρειες της παρουσίας και στο στυλ του διαλόγου των πολιτικών προσώπων και όχι στο περιεχόμενο του πολιτικού τους λόγου. Χωρίς αμφιβολία, για την προσωποποίηση της πολιτικής δεν είναι αποκλειστικά υπεύθυνη η τηλεοπτική λογική αλλά και ο πολυσυλλεκτικός χαρακτήρας των κομμάτων εξουσίας, ιδίως σε συνθήκες δικομματισμού. Η έλλειψη θεμελιωδών πολιτικών, προγραμματικών διαφορών επιβάλλει τη μετατόπιση του κομματικού ανταγωνισμού στα πρόσωπα της ηγεσίας και στις διαφορές και αντιθέσεις τους στην εμφάνιση, στο ύφος ή στην ομιλία. Κατασκευάζονται έτσι εντελώς τεχνητά πολιτικά διακυβεύματα δια των οποίων επιδιώκεται η νομιμοποίηση των ουσιαστικά ανύπαρκτων πολιτικών διαφορών. Ο "καταλληλότερος για πρωθυπουργός" ή αντίστοιχα ο "καταλληλότερος για ηγέτης" αποτελεί ζήτημα στυλ, προσωπικότητας, υπευθυνότητας, πολιτικής συναίσθησης ή ευφυΐας των προσώπων. Ταυτόχρονα, η προσωποποίηση της πολιτικής αναγορεύεται σε βασικό εργαλείο πολιτικής κυριαρχίας. Οι πολιτικές προσωπικότητες ενός κόμματος μπορεί εύκολα να μετατραπούν σε σύμβολα-προσωπεία του καλού και του κακού και, ιδίως στα κόμματα εξουσίας, σε υπαίτιους μιας αποτυχίας, ώστε να μειωθούν οι πιθανότητες αμφισβήτησης πολιτικών επιλογών ή κομματικών αποφάσεων. Τα παραδείγματα είναι πολλά και δεν περιορίζονται μόνο στον Ρουσόπουλο ή τον Αλογοσκούφη της Ν.Δ., στον Σημίτη ή τον Τσουκάτο του ΠΑΣΟΚ.

Στην τηλεόραση όμως η πολλαπλότητα και η ετερογένεια των πολιτικών απόψεων, η συνθετότητα των συζητούμενων θεμάτων και η αξιολόγηση των πολιτικών προτάσεων παρακάμπτονται κατά κανόνα και υποκαθίστανται από την εικόνα των προσώπων, τα οποία

είναι φορείς απόψεων και προτάσεων. Στο μη ιδιαίτερα πολιτικοποιημένο ή και αδιάφορο τηλεοπτικό κοινό κυριαρχεί η εικόνα σε βάρος του περιεχομένου, το οποίο πολλές φορές είναι δυσνόητο ή και ακατανόητο, μια εικόνα μάλιστα ενισχυμένη από προκατασκευασμένα διχοτομικά χαρακτηριστικά: δυναμικός-άτονος, όμορφος-άσχημος, ειλικρινής- ανειλικρινής, ευχάριστος-δυσάρεστος, συμπαθητικός-αντιπαθής και άλλα παρόμοια. Οπότε, πολιτικές αρχές, προγράμματα και σχέδια υποβαθμίζονται και υποκαθίστανται από τα ατομικά χαρακτηριστικά των πολιτικών προσώπων, τα οποία αναδεικνύονται και υπερτονίζονται από την τηλεοπτική λογική και σκηνοθεσία, και στη βάση αυτή η πολιτική δραστηριότητα εγκλωβίζεται στη διαχείριση των εντυπώσεων.

\*\*\*

Η τηλεοπτικοποίηση της πολιτικής εμπεριέχει συστατικά μια λογική η οποία έχει αποκληθεί από τον κοινωνιολόγο Ζίγκμουντ Μπάουμαν "Συνοπτικό", σε αντιδιαστολή προς το "Πανοπτικό": οι πολλοί, οι πολίτες-θεατές του πολιτικού θεάματος, παρακολουθούν τους λίγους, τις πολιτικές διασημότητες. Το ζήτημα είναι πώς στο "συνοπτικό" δεν θα εγκλωβιστεί και η πολιτική πρακτική της δικής μας Αριστεράς. Μια αισιόδοξη προοπτική αποτέλεσε η παρουσία του προέδρου του ΣΥΝ Αλέξη Τσίπρα στο πρόσφατο τηλεοπτικό ντιμπέιτ, στο οποίο κατόρθωσε να ανατρέψει συστατικές όψεις προσωποποίησης της πολιτικής και να κερδίσει τη μάχη των εντυπώσεων αναδεικνύοντας τον πολιτικό λόγο του ΣΥΡΙΖΑ αντί της προσωπικής του εικόνας. Το γεγονός αποτελεί ισχυρή ένδειξη ότι η νέα γενιά των πολιτικών της δικής μας Αριστεράς, εξοικειωμένη με τα σύγχρονα τηλεοπτικά περιβάλλοντα, μπορεί να ξεπερνάει τις παγίδες της τηλεοπτικοποιημένης πολιτικής, χωρίς να χάνει τις μάχες των (τηλεοπτικών) εντυπώσεων.

---