

ΦΙΛΟΛΟΓΙΚΗ Ηβραδωνή

Η τυραννία της Συμβολικής Τάξης και η μοναξιά

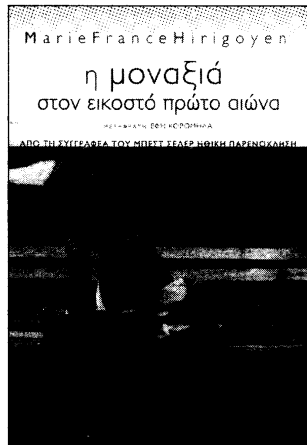
Τα χαρακτηριστικά της σύγχρονης Συμβολικής Τάξης είναι ο ατομικισμός, η επιτυχία –δηλαδή η αναγνώριση από τους άλλους–, το χρήμα, η ευτυχία ως καταναγκασμός – δηλαδή ο καταναλωτισμός ως αγορά σημείων και συμβόλων αναγνώρισης και κατά συνέπεια επιτυχίας. Σ' αυτό το πλαίσιο η ανταλλακτική αξία αποκτά γενικευμένη μορφή, συμπεριλαμβανοντας και τα υποκείμενα, τους ανθρώπους. Οι τελευταίοι δεν είναι «εμπόρευμα» μόνο ως εργαζόμενοι αλλά και ως πελάτες της αγοράς (δηλαδή στον ελεύθερο χρόνο τους). Έτσι, ο άνθρωπος τοποθετείται στην κοινωνία, αναγνωρίζεται εντός της και αναπτύσσει τις σχέσεις του μέσα σ' αυτή λειτουργώντας ως «καθολικό εμπόρευμα». Είναι, συνεπώς, κανείς ό,τι «πουλάει» συνολικά, ό,τι «παράγει και συσσωρεύει» υλικά (χρήμα), ό,τι αγοράζει, ό,τι καταναλώνει και κυρίως τη δυνατότητα να καταναλώνει



Ο Γιώργος Χ. Παπασωτηρίου επιλέγει το βιβλίο της εβδομάδας φήμερα, ήτοι προϊόντα μας χρήσης. Αφού ο άνθρωπος γίνεται «καθολικό εμπόρευμα» και οι σχέσεις του καθίστανται εμπόρευματικές, μια ανταλλαγή αναγκών, ανταλλαγής συμβόλων και υλικών κεφαλαίων. Η πίστη στην αγία τριάδα της ατομικότητας, της καταναλώσεως και του ναρκισσισμού και τα ευαγγέλια της (περιοδικά μόνος, τηλεοπτικές εκπομπές...) ενέχει σοβαρές εσωτερικές αντιφάσεις. Διότι από τη μια πρέπει να είμαστε όπως οι άλλοι, συμβατοί με το «πνεύμα της εποχής» και το κυρίαρχο βλέμμα, όμοιοι σαν τα ανθρώπια του Γαίτη ή τα μέλη του «μαζικού πολιτιστικού ποίτου» και συγχρόνως ξεχωριστοί, ιδιαίτεροι. Η άρση αυτής της αντίφασης θα επέλθει με την ανήδνη διευκόλυνση (επιφανειακή ομαδοποίηση) σε σεξουαλικές, εθνικές, ποδοσφαιρικές, μουσικές, ενδυματολογικές ή καταναλωτικές και άλλες «φυλές!» Ουσιαστικά πρόκειται για μια «ψευτο-άρση», για μια ψευδαίσθηση της διαφοράς, που όμως έχει αληθινές και ουσιαστικές κοινωνικές και πολιτικές συνέπειες καθώς έχουμε μια κοινωνία, αποτελούμενη από μικρά σύνολα («φυλές» και target group) που αλληλοαναγνωρίζονται και αλληλοαποκλείονται (και με τη βία, όπως «τρέντι» εναντίον «μπο»), και όχι από μεγάλα ανοιχτά σύνολα (κοινωνικές τάξεις, ευρύτερα πολιτιστικά και πολιτικά κινήματα). Χάνοντας συνεπώς το άτομο τη δυνατότητα ένταξής σ' ένα ευρύ κοινωνικό σύνολο, είναι υποχρεωμένο για να υπαρξεί εν

κοινωνία να κινείται από ομάδα σε ομάδα, από δίκτυο σε δίκτυο, από ρόλο σε ρόλο. Μάλιστα, σε μια ομάδα μπορεί να είναι κανείς πολιτικά «συντηρητικός» και σε μια άλλη «προοδευτικός». Αυτή συνεπώς η κοινωνική πολυδιάσπαση (ή αποσυσσωμάτωση) σημαίνει και την απώλεια ταυτότητας, την απώλεια μιας συνεχούς και συνεκτικής βιοαφήγησης, τη μοναξιά (Marie France Hirigoyen: «Η μοναξιά στον εικοστό πρώτο αιώνα», Πατάκης). Ο ανταγωνισμός στην εργασία σε συνδυασμό με το φόβο της απώλειας και της ανεργίας καταργεί κάθε έννοια συναδελφικής αλληλεγγύης. Οι συναισθηματικοί δεσμοί δεν υφίστανται και η κοινωνική εκτίμηση-αναγνώριση είναι συνεχώς υπό αίρεση. Αυτό δημιουργεί μια τεράστια κόπωση, ένα τρομερό κενό καθώς ό,τι αποτελεί το όλον ενός προσώπου, η προσωπικότητά του, τελεί συνεχώς υπό αίρεση. Εκείνο που μένει σταθερό είναι η αίσθηση του «πνιού». Η ψυχολογική αναπλήρωση του κενού δεν επισυμβαίνει παρ' όλες τις ψυχιαγωγικές εκδηλώσεις του επιχειρηματικού μανάτζμεντ.

Σύμφωνα με την ψυχιάτρο Hirigoyen «Όταν η επιθυμία περιορίζεται στην απόκτηση υλικών αγαθών, μας χρειάζονται συνεχώς περισσότερα, κι αυτό δημιουργεί μια εξάσθηση, αφού το «πάντα περισσότερο» δεν θα είναι ποτέ αρκετό». Η κοινή μας κατά συνέπεια εξάσθηση από την κατανάλωση είναι ό,τι μας συνδέει ως κοινωνία (δίκτυο υπο-ομάδων), αφού μ' αυτή «μιλάμε» και μέσω αυτής «αναγνωρίζομαστε» από τους άλλους και αναγνωρίζουμε κατ' επέκταση τον εαυτό μας. Όλη η ζωή κινείται γύρω από τον πυρήνα της κατανάλωσης. Καταναλώνουμε υλικά προϊόντα, κυρίως του εμφανέστατου, καταναλώνουμε τις σχέσεις μας, καταναλώνουμε βουλημικά, παρορμητικά το σέξ, την πορνογραφία, τις ακραίες εμπειρίες, τις μεταμορφώσεις του σώματός μας, καταναλώνουμε γνωριμίες μέσω του διαδικτύου (ακόμα και ερωτικές, αλλά εφήμερες και χωρίς διακινδύνευση), καταναλώνουμε τελικά την ίδια την εικόνα ή τις εικόνες του εαυτού μας. Γι' αυτό η μοναξιά εισπράττεται ως ριζική μεταίωση και είναι συνυφασμένη με την ελλειψή επικοινωνίας, δηλαδή κατανάλωσης, με τον αποκλεισμό από την αγορά εκείνων των σημείων/συμβόλων που μας καθιστούν αναγνωρίσιμους/ορατούς στο βλέμμα των άλλων, ή του μεγάλου Άλλου (στον ενικό και στις διαπροσωπικές σχέσεις έχουμε το βλέμμα του «μικρού άλλου»). Άρα, η καταναλωτική εξάσθηση σημαίνει και εξάσθηση από το βλέμμα των Άλλων. Γι' αυτό δεν μπορούμε να μείνουμε μόνοι. Γι' αυτό η μοναξιά, να μείνουμε μόνοι με τον εαυτό μας, δεν αντέχεται. Δεν αντέχουμε να μας δούμε, να δούμε το κενό μας και τη δική μας ευθύ-



νη γι' αυτό. Είμαστε οι άλλοι, το πώς μας βλέπουν οι άλλοι, η συλλογική επιθυμία των άλλων. Η μοναξιά δεν αντέχεται γιατί φοβόμαστε να δούμε την εικόνα μας και το ενδεχόμενο η εικόνα που έχουμε για τον εαυτό μας να αφίσταται ή να έρχεται σε σύγκρουση με την εικόνα που έχουν οι άλλοι για μας. Το βλέμμα των άλλων μας τρομοκρατεί. Κι αυτή η κοινή τρομοκρατία, η κοινή εξάσθηση μας συνδέει ως κοινωνία. Αλλά ως πρόσωπα και λόγω του εθισμού, η εξάσθησή μας οδηγεί κατευθείαν στα υποκατάστατα και στους περιουσιασμούς από τη δυστυχία της σπέρησης (καταναλωτικής) μέσω των ψυχοτρόπων, του τζόγου, των διαστραμμένων ερωτικών παιχνιδιών.

Ετσι, η οικονομική οργάνωση της καταναλωτικής κοινωνίας αντιστοιχεί σε μια «νέα ψυχική οικονομία», όπου η στρέβλωση λογίζεται ως κοινωνική νόμος και η αξία και η αρωστία ως υγεία. «Βρισκόμαστε μπροστά στο τέλος της πυκνότητας, του βάθους των συναισθημάτων... Η σπουδαιότητα που δίνουμε στην εικόνα του εαυτού μας κάνει τον ναρκισσισμό μας ευάλωτο, με συνέπεια ορισμένοι να καταρρέουν με την παραμικρή κριτική... (γι' αυτό) κάθε κριτική βιώνεται ως επίθεση...» (Hirigoyen). Αυτός ο ναρκισσισμός είναι το ιδεώδες της ατομικιστικής κοινωνίας και είναι η αιτία ώστε κανείς να μη βλέπει τον άλλον ως υποκείμενο και να συμπάσχει όταν υποφέρει. Η θανάτωση των συναισθημάτων επέρχεται με την «αλεξιοθυμία», την αναισθησία ως μορφή άμυνας που καταλήγει στην αδυναμία έκφρασης των συναισθημάτων αλλά και στην ανικανότητα να γίνονται αντιληπτά τα συναισθήματα των άλλων. Η απάντηση στην ολική μεταίωση της καταναλωτικής κοινωνίας για ευ-

τυχία θα επέλθει με τη νέκρωση των συναισθημάτων και τη θυματοποίηση, που θα αντιμετωπιστεί από τους κομπογιαννίτες θεραπευτές ψυχών με μεγαλύτερη τόνωση του Εγώ, με περισσότερο ναρκισσισμό, με ακόμα λιγότερη δέσμευση και με περισσότερο «πόλεμο των Εγώ». Ο εαυτός-πελάτης δεν επιτρέπεται να αμφισβητηθεί. Η δημιουργική οδύνη εξοστρακίζεται ως ταμπού. Και για όλα φταίει ο άλλος (αφού ο πελάτης έχει πάντα δίκιο).

Σύμφωνα με τον Ζ. Μπιάουμαν (L'Amour liquide, Le Ruedue/Chambon, Ponté, 2004) «Η μείωση των κοινωνικών κοινωνικότητας έχει επιταχυνθεί από την τάση που δημιουργεί ο κυρίαρχος καταναλωτικός τρόπος ζωής να χρησιμοποιούμε τους άλλους ανθρώπους σαν καταναλωτικά αντικείμενα και να τους κρίνουμε όπως κρίνουμε τα αντικείμενα αυτά: από το μέγεθος της ευχαρίστησης που μπορούν να μας προσφέρουν, και με όρους όπως «ό,τι πληρώσεις, αυτό θα πάρεις...». Ο έρωτας καθίσταται μια επένδυση σ' έναν καθρέφτη που οφείλει να μας καθρεφτίσει ανάλογα με την πληρωμή! Πρόκειται, δηλαδή, για ένα ναρκισσιστικό έρωτα. Τα δύο φύλλα θα συστήσουν δύο ακόμα υποομάδες (φυλές), με τους άντρες να δέχονται τη μεγαλύτερη πίεση καθώς καλούνται να δεχτούν τη θηλυκή τους πλευρά (κάποιος τη δέχονται, άλλοι παθαίνουν κατάβληξη κι άλλοι αναδρούν βίαια). Ο άντρας-νάρκισσος υφίσταται τη νέα κατάσταση ως απώλεια εξουσίας, ως πλήγμα στην αποκεντρωσή του. Ακόμα κι όταν ζευγαρωμένοι παίζει το παιχνίδι της απόστασης καθώς εισπράττει την υπερβολική εγγύτητα ως κίνδυνο να «καταβροχθιστεί» και την υπερβολική απόσταση ως τον «παιδικό φόβο» της μητρικής εγκατάλειψης. Αυτό συμβαίνει μέσω του διακόσιου ελέγχου, που καταλήγει στη βία ως έκφραση του φόβου της εγκατάλειψης, που είναι ουσιαστικά ο φόβος να δουν τον άλλον, φόβος να δουν τον εαυτό τους. Η βία έτσι αναδομεί τον αντρισμό, την φαλλοκρατική ψυχική ακεραιότητα, καλύπτοντας με τη βία την κρίση της παλιάς ταυτότητας. Η νέα ταυτότητα απαιτεί εναισθησία, τρυφερότητα, ικανότητα να ακούς και να διαλέγεις. Όμως, αυτό εμποδίζεται από τον ακραίο ατομικισμό, τον ανταγωνισμό, τον κινισμό και το σγοραίο βλέμμα της καταναλωτικής κοινωνίας. Με άλλα λόγια, για να ανήσει ο ισάμιος έρωτας ως τρυφερότητα και μόρφασμα και όχι ως αγορά ανταλλαγή αναγκών χρειάζεται μια άλλη κοινωνία, όπου η ατομικότητα, δηλαδή η μοναδικότητα του ανθρώπου, δεν θα ευδοκίμει μόνο εντός ενός εγωισμού εις διπλούν, δηλαδή στο ζευγάρι, αλλά και μέσα στην ίδια την κοινωνία, που θα αναγνωρίζει την αυτονομία των δύο φύλων με κοίτηρα πέτρα των υλαίων.