ΣΕΙΡΑ: ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΚΑΙ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΔΙΟΝΥΣΗΣ ΚΑΒΒΑΘΑΣ

Στόχος της σειράς είναι η πολυσχιδής προσέγγιση του κόσμου της γνώσης και της αντίληψης ως ανέκαθεν διαμεσολαβημένου από τη γραφή, τον αλφαριθμητικό κώδικα και την εικόνα. Ακριβώς επειδή υπάρχουν τα μέσα, ο άνθρωπος δεν ζει ποτέ απλώς και μόνο σε ένα φυσικό αλλά και σε ένα πολιτισμικό περιβάλλον. Το γεγονός αυτό καθιστά τα μέσα αδιαφανή και απροσπέλαστα σε κάθε παρατήρηση πρώτου βαθμού. Δεν ακούμε τα ηχητικά κύματα αλλά τις λέξεις του συνομιλητή μας, δεν βλέπουμε το φως αλλά ό,τι φωτίζεται, δεν διαβάζουμε τα γράμματα του αλφαβήτου αλλά τις ιστορίες, δεν βλέπουμε τα εικονοστοιχεία αλλά τις εικόνες. Τα μέσα καθιστούν κάτι αντιληπτό διαφεύγοντας την αντίληψή μας. Η αποτελεσματικότητά τους είναι συνάρτηση της αδιαφάνειάς τους.

Η σειρά μας επιχειρεί να φωτίσει τα τυφλά σημεία της θεωρίας και της εποπτείας, δίνοντας έμφαση στην αισθητική μορφή βάσει της οποίας το μέσο φανερώνεται πρωτίστως ως υλικός φορέας κάθε δυνατής μορφής. Μέλημά μας αποτελεί η κριτική κάθε καθαρού Λόγου που υπόσχεται άμεση πρόσβαση σε έναν προγλωσσικό ή προ-τεχνολογικό κόσμο της εμπειρίας· αλλά και η κριτική κάθε αποκαλυψιακού Λόγου που μας καλεί σε έξοδο από τον λαβύρινθο των σημείων προς κάποιο υπερβατολογικό σημαινόμενο. Το σύνθημά μας: δεν υπάρχει επέκεινα των μέσων (media) – παρά μόνον ως το φάντασμα μιας α-δυνατής αλήθειας στην οποία έχουμε πρόσβαση μέσω ομοιωμάτων και μεταφορών.

Τα μέσα είναι μεταφορές που προδιαμορφώνουν τον κόσμο στον οποίο ζούμε και προδιαγράφουν την εικόνα που έχουμε για τον εαυτό μας. Κοντολογίς, τα μέσα προγραμματίζουν τη μνήμη του ατόμου και της κοινωνίας.

Δ.Κ.

Norbert Bolz

ΤΟ ΑΛΦΑΒΗΤΑΡΙ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ
ΛΕΥΤΕΡΗΣ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΥ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ
ΔΙΟΝΥΣΗΣ ΚΑΒΒΑΘΑΣ - ΝΙΚΟΣ ΗΛΙΑΔΗΣ

ΣΜΙΛΗ

Πρόλογος

Ο κόσμος είναι επίπεδος, μικρός, κενός και απύθμενος. Αυτό μπορεί να είναι έκπληξη για όποιον πιστεύει ότι τον βιώνει ως αδιαπέραστα πολύπλοκο. Και όντως τις τελευταίες δεκαετίες συνηθίσαμε να μας προσφέρουν οι επιστήμονες για την περιγραφή του κόσμου έννοιες όπως χάος, κατάσταση δυναμικής ισορροπίας, fractal [μορφοκλασματικό], πολυπλοκότητα, δυναμικό σύστημα, αβεβαιότητα και ανασφάλεια. Από επιστημονική σκοπιά αυτές οι έννοιες έχουν πράγματι το νόημά τους. Αλλά η καθημερινότητά μας λειτουργεί επειδή λειτουργεί πολύ πιο απλά – και αυτό όμως το έχουν αντιληφθεί προ πολλού οι επιστήμονες.

Ο κόσμος είναι:

– επίπεδος. Αυτή η θέση συνοψίζει δύο παρατηρήσεις. Ο Thomas Friedman, στον οποίο οφείλουμε την εντυπωσιακή ρήση *The world is flat*[1] [Ο κόσμος είναι επίπεδος], ήθελε με αυτή να περιγράψει τις επιδράσεις της παγκοσμιοποίησης, καθώς παγκοσμιοποίηση σημαίνει ότι οι συνδέσεις του Ίντερνετ κάνουν αδιάφορη τη γεωγραφική μορφή του κόσμου. Το τηλεφωνικό κέντρο για την πτήση μου προς τη Φραγκφούρτη βρίσκεται στην πόλη Μπανγκαλόρ της Ινδίας. Παγκοσμιοποίηση σημαίνει, δεύτερον, ψηφιοποίηση, κινητοποίηση και δικτύωση της επικοινωνίας. Ο κόσμος της παγκόσμιας επικοινωνίας είναι μια γιγαντιαία επιφάνεια εργασίας, όπου δεν υπάρχουν πια τεχνικώς προνομιούχοι τόποι και όπου όλες οι ιεραρχίες έχουν ισοπεδωθεί.

Ο κόσμος είναι:

– μικρός. Οι κοινωνιολόγοι μιλούν σε αυτό το πλαίσιο για τους «six degrees of separation» [έξι βαθμούς χωρισμού] ή το φαινόμε-

νο «small world» [μικρός κόσμος]. Τα περίφημα πειράματα του Stanley Milgram[2] έδειξαν ήδη στη δεκαετία του 1960 ότι ο κόσμος είναι μικρός. Αν ερευνήσουμε πόσο μακρύς είναι ο δρόμος που συνδέει μεταξύ τους δύο τυχαία επιλεγμένους ανθρώπους μέσα από προσωπικές επαφές, κατά μέσο όρο θα έχουμε πέντε ή έξι «handshakes» [χειραψίες]· ανάμεσα σε μένα και οποιονδήποτε άνθρωπο στον κόσμο η αλυσίδα των προσωπικών γνωριμιών σπανίως ξεπερνά τους έξι κρίκους. Πρόκειται για ένα αποτέλεσμα των δικτύων, που θα το περιγράψουμε ακριβέστερα στο τελευταίο κεφάλαιο του βιβλίου.

Ο κόσμος είναι:

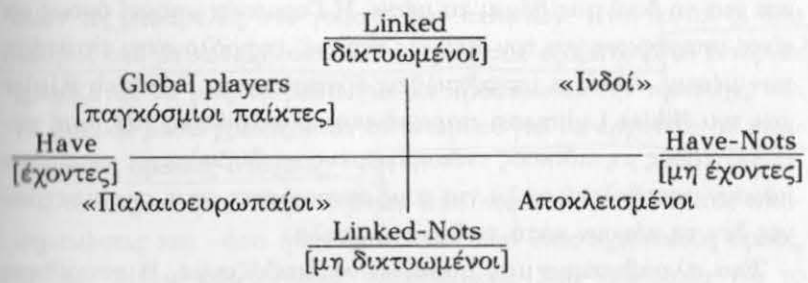
– κενός. Ο κόσμος της ζωής μας μπορεί να παραγοντοποιηθεί σε ένα πλήθος προβλημάτων, που μόνο χαλαρά συνδέονται μεταξύ τους. Κατά βάση υπάρχει φυσικά ένας αμέτρητος αριθμός μεταβλητών που θα μπορούσαν να αλληλοεπηρεάζονται, αλλά σε κάθε συγκεκριμένη κατάσταση της ζωής οι καθοριστικές για μας μεταβλητές είναι σχετικά λίγες και εποπτεύσιμες. Έτσι λοιπόν μπορούμε να περιγράψουμε με επαρκή ακρίβεια την πραγματικότητα, αρκεί να λάβουμε υπόψη ένα μικρό τμήμα όλων των δυνατών συσχετισμών. Μπορεί κανείς να παρατηρήσει τη συμπεριφορά του συνολικού συστήματος χωρίς να υπεισέλθει στις λεπτομέρειές του, όπως μπορεί να περιγράψει τη (βραχυπρόθεσμη) συμπεριφορά υποσυστημάτων χωρίς να υπεισέλθει στη διάδρασή τους μέσα στο συνολικό σύστημα. Ο Herbert Simon[3] το αποκάλεσε *empty world hypothesis* [υπόθεση του κενού κόσμου].

Ο κόσμος είναι:

– απύθμενος. Πρόκειται για μια εμπειρία που κατά βάθος είναι τόσο παλαιά όσο και οι νεότεροι χρόνοι. Αφότου οι έννοιες της υπόστασης αντικαταστάθηκαν με έννοιες της λειτουργίας, δεν υπάρχει πια ένα αδιάσειστο θεμέλιο της εμπειρίας του κόσμου. Αυτή η εμπειρία της διακύμανσης οξύνθηκε όμως σε βαθμό κρίσης μόνον από τα συμπεράσματα της σύγχρονης φυσικής και λογικής. Τόσο η αρχή της απροσδιοριστίας του Heisenberg όσο και η

πρωτολογική του George Spencer Brown και η λεγόμενη κυβερνητική δευτέρας τάξεως (Heinz von Foerster) μάς αναγκάζουν να αναγνωρίσουμε ότι ο κόσμος είναι απύθμενος, επειδή γεννιέται μέσω της παρατήρησης, δηλαδή μέσω διαφορών. Γι' αυτές τις διαφορές υπάρχει σήμερα μια μονάδα μέτρησης: το bit [δυαδικό ψηφίο]. Ο απύθμενος κόσμος μας είναι δομημένος από πληροφορίες. Ή, για να το πούμε με τη ρήση του John Wheeler, που ακούγεται κατευθείαν σαν προσωκρατική: *It from bit* [είναι από bit].

Και οι άνθρωποι; Κατανέμονται μέσα στον παγκοσμιοποιημένο κόσμο σε τέσσερα πεδία της μοίρας, που σχηματίζονται από δύο σταυρωτά ζεύγη αντιθέτων: «φτωχοί έναντι πλουσίων» και «δικτυωμένοι έναντι μη δικτυωμένων». Αυτές οι αντιθέσεις και προπάντων το λεγόμενο «digital divide» [ψηφιακό χάσμα] διαπερνούν βέβαια όλες τις κοινωνίες, αλλά μπορούμε να δώσουμε στα τέσσερα πεδία κάποια οπωσδήποτε χαρακτηριστικά κύρια ονόματα.



Για τους Global Players δεν χρειάζεται συζήτηση, τα σχόλια περιττεύουν· αλλά και οι αποκλεισμένοι, που δεν τους βρίσκουμε βέβαια μόνο στις φαβέλες του Σάο Πάολο αλλά και κάτω από τις γέφυρες του Ρήνου, μας αφήνουν αμήχανους. Τα δύο άλλα πεδία έχουν να μας μάθουν κάτι. «Ινδούς» χαρακτηρίζω εκείνους που καταλαμβάνουν το πεδίο όσων δεν κατέχουν πολλά υλικά αγαθά, αλλά έχουν συνδεθεί με την κουλτούρα του Ίντερνετ. Εδώ βρίσκε-

ται η μελλοντική ανάπτυξη. Οι «Παλαιοευρωπαίοι» καταλαμβάνουν ακριβώς το συμπληρωματικό πεδίο των εύπορων του δυτικού κόσμου που είναι απρόθυμοι για μάθηση. Το αναμενόμενο είναι ότι σιγά σιγά θα χαθούν παρασυρμένοι από τη δίνη των εξελίξεων. Το μέλλον θα δείξει μάλλον ότι η αντίθεση «δικτυωμένοι έναντι μη δικτυωμένων» είναι πιο ισχυρή από εκείνη μεταξύ φτωχών και πλουσίων. Σύμφωνα με την αρχή της οικονομικής αξίας, το ψηφιακό δίκτυο ενισχύει τις αποκλίσεις: οι άξιοι γίνονται όλο και πιο άξιοι – και οι περιττοί αυξάνονται συνεχώς.

***

Τίποτε δεν είναι τόσο δύσκολο όσο το να περιγράψει κανείς με τη μεγαλύτερη δυνατή απλότητα μια πολύπλοκη κατάσταση πραγμάτων. Ο ακριβής τύπος του Einstein γι' αυτό το πρόβλημα ήταν: όσο το δυνατόν απλά – αλλά όχι πιο απλά. Οι επιστήμονες έχουν την τάση να τα κάνουν δύσκολα για τον αναγνώστη. Αυτό ισχύει και για το δικό μας θέμα: τα μέσα. Η Γερμανία μπορεί όντως να είναι υπερήφανη για τον διεθνώς ηγετικό της ρόλο στην επιστήμη των μέσων. Αλλά οι μεγαλειώδεις εργασίες του Friedrich Kittler και του Niklas Luhmann παραμένουν ακατανόητες για τους περισσότερους μη ειδικούς ενδιαφερόμενους. Φοβούμενοι μήπως τα κάνουν υπερβολικά απλά για τους αναγνώστες τους, οι επιστήμονες δεν τα κάνουν κατά το δυνατόν απλά.

Ένα αλφαβητάριο μάς μαθαίνει να διαβάζουμε. Η πεποίθηση ότι ένας τέτοιος αλφαβητισμός είναι αναγκαίος σήμερα για τον κόσμο των νέων μέσων είναι ευρύτερα διαδεδομένη. Μέχρι σήμερα όμως κανένας δεν καταπιάστηκε με το πρόβλημα του συλλαβισμού των βασικών εννοιών του κόσμου των μέσων. Το ανά χείρας μικρό βιβλίο δεν θέλει να αποτελέσει κυρίως μια συμβολή στην επιστήμη των μέσων αλλά μάλλον ένα είδος κύκλου βασικής εκπαίδευσης για τον αλφαβητισμό στα μέσα [«media literacy»].

Ωστόσο εκτίθεται στην κριτική των ειδικών. Ας κρίνουν αυτοί αν είναι δυνατόν να είναι τόσο απλό.

Η προσοχή μας είναι άνισα κατανεμημένη μεταξύ των διάφορων μέσων· στο προσκήνιο βρίσκεται το Ίντερνετ. Το *Αλφαβητάρι* κάνει και εδώ μια ουσιώδη απλοποίηση. Όταν κάνουμε λόγο για Ίντερνετ, δεν εννοούμε το hardware [υλικό] που κατά βάθος το συνιστά: ένα σύστημα δρομολογητών που διευθύνουν τη ροή των bits, αλλά το www. Η σχέση του θα μπορούσε ίσως να ορισθεί ως εξής: το World Wide Web είναι το interface [διεπαφή] του Ίντερνετ. Και αυτή η επιφάνεια εργασίας θα παραμείνει αδιαπέραστη στις επόμενες σελίδες.

Η εξέχουσα σημασία του Ίντερνετ δεν μπορεί όμως να μας παρασύρει να αναγγείλουμε τον θάνατο των κλασικών μαζικών μέσων. Και οι δύο κόσμοι, τα μαζικά μέσα και το Ίντερνετ, έχουν μια αδυναμία που δεν μπορούν να την καταπολεμήσουν με δικά τους εφόδια. Το Ίντερνετ έχει ένα μόνιμο πρόβλημα προσέλκυσης της προσοχής και τα μαζικά μέσα δυσκολεύονται να ακολουθήσουν τις μεταβολές στο γούστο των πελατών. Έτσι αυτοί οι δύο κόσμοι των μέσων βρίσκονται σε αμοιβαία εξάρτηση: το Ίντερνετ χρειάζεται τα μαζικά μέσα για να προσελκύει την προσοχή, και τα μαζικά μέσα χρειάζονται το Ίντερνετ για να έρχονται σε επαφή με τις ομάδες-στόχους.[4]

Στο κείμενό μου παραιτήθηκα από παραδοσιακού τύπου υποσημειώσεις και –όσο ήταν δυνατόν– από επιστημονικούς όρους, ξενικές λέξεις και αγγλικά παραθέματα. Στα κεφάλαια για το Ίντερνετ αυτό ήταν πάντως δύσκολο να τηρηθεί με τρόπο που να εξυπηρετεί το νόημα του κειμένου· εδώ πρόκειται για έναν πέρα για πέρα αγγλόφωνο κόσμο, στον οποίο δεν μπορεί κανείς παρά να προσαρμοσθεί. Στις Σημειώσεις αυτού του *Αλφαβητάριου* ο επιστημονικά ενδιαφερόμενος αναγνώστης βρίσκει αναφορές που σκοπεύουν να καταστήσουν αυτό το κείμενο αναγνωρίσιμο και ως συμβολή στην επιστήμη των μέσων.

Όποιος γεννήθηκε γύρω στο 1983 και, κατά συνέπεια, είναι τριάντα χρόνια νεότερος από τον συντάκτη αυτών των γραμμών ανήκει στους ιθαγενείς του ψηφιακού κόσμου – λόγου χάρη οι φοιτητές μου στο Τεχνικό Πανεπιστήμιο του Βερολίνου: αυτοί οφείλουν μέσα σε τέσσερα εξάμηνα να σπουδάσουν την επιστήμη των μέσων με επιτυχία και να αποκτήσουν μάστερ σύμφωνα με το ευρωπαϊκό πρότυπο που προβλέπει η Διαδικασία της Μπολόνια, κάτι λογικά αδύνατο. Αυτό το βιβλίο φιλοδοξεί πάντως να τους βοηθήσει να κάνουν τα αδύνατα δυνατά.

1. Αστραπιαία ιστορία* των μέσων

Παραλλάσσοντας ελαφρά τον sir Karl Popper θα μπορούσε κανείς να ξεχωρίσει τρεις κόσμους: σώμα-πνεύμα-μέσα. Οι φυσικοί επιστήμονες αναλύουν τα σώματα, οι επιστήμονες του πνεύματος ερμηνεύουν τα έργα και οι επιστήμονες των μέσων περιγράφουν τα αποτελέσματα των μέσων. Αυτά τα αποτελέσματα είναι για δύο λόγους δυσνόητα. Αφενός ένα μέσον, σε αντίθεση προς ένα εργαλείο, δεν κάνει ό,τι θέλει κανείς από αυτό να κάνει – «κλοτσάει»·[5] αφετέρου η σημασία ενός μέσου γίνεται κατανοητή μόνο μέσα από τη διάδρασή του με άλλα μέσα. Ο συνδυασμός των μέσων είναι το πρώτο δεδομένο.

Όταν μια κατάσταση πραγμάτων είναι αδιαφανής, είναι εύλογο να θελήσουμε να μάθουμε τη γένεσή της. Την ιστορία των μέσων μπορούμε να τη δομήσουμε κατ' αρχάς ως αλλαγή από την προφορικότητα στην εγγραμματοσύνη και σήμερα στην ψηφιακότητα. Προφορικοί ήταν οι πολιτισμοί των φυλών, γραπτός ήταν ο κόσμος της πόλης· και η σύγχρονη κοινωνία εμφανίζει πάλι χαρακτηριστικά μιας νέας προφορικότητας.

Η μετάβαση από τον πολιτισμό της προφορικότητας στον πολιτισμό του βιβλίου έχει δύο λόγους. Αφενός οι πολιτισμοί χρειάζο-

* Ultrakurzgeschichte: πιστός στην κουλτούρα του Ίντερνετ, ο συγγραφέας υπαινίσσεται το νέο είδος (genre) αφήγησης που ανθεί μεταξύ των bloggers και είναι γνωστό ως *ultrashort stories* ή *flash fiction*. Ειδοποιό χαρακτηριστικό είναι ο αριθμητικός περιορισμός των λέξεων, συνήθως με ανώτατο όριο τις 2.000. Ο συγγραφέας βαφτίζει έτσι την «παρήγορα» σύντομη ιστορική του επισκόπηση εφόσον, όπως διαβάζουμε πιο κάτω, «όποιος θέλει να δώσει νόημα σε κάτι χρειάζεται μια καλή ιστορία». (Σ.τ.Ε.)

νται τεχνικές αποθήκευσης που ξεπερνούν κατά πολύ την ατομική μνήμη του ανθρώπου, αφετέρου σε μεγαλύτερες κοινωνίες δεν αργεί να φανεί ότι η προφορικότητα δεν είναι αρκετά ελαστική ως προς τον χρόνο. Έτσι η γραφή γίνεται το νέο ηγετικό μέσον. Αλλά ο κόσμος γίνεται βιβλίο μόνο μέσω της τεχνολογίας του Γουτεμβέργιου, της τυπογραφίας με κινητούς χαρακτήρες.

Σε αυτό τον κόσμο του βιβλίου κυριαρχούν οι ποιητές και οι στοχαστές: η ποιητική φαντασία και η αυτοκατανοούμενη έννοια της έννοιας υποβιβάζουν τις αισθήσεις. Και μόνον οι τεχνικές των μέσων κατά τον 19ο αιώνα, δηλαδή η φωτογραφία, το γραμμόφωνο και ο κινηματογράφος, διέσωσαν τη βεβαιότητα των αισθήσεων από την απολυταρχία του βιβλίου – ή, όπως θα μπορούσαμε να πούμε πιο ριζικά: από την απολυταρχία της γλώσσας. Αυτό έχει μέχρι σήμερα σοβαρές συνέπειες για τον επικοινωνιακό μας πολιτισμό. Το τίμημα που πρέπει να πληρώσουμε για τη διάσωση των αισθήσεων το υπολόγισε ακριβώς ο Walter Benjamin: *σχεδόν από τίποτε πια δεν επωφελείται η αφήγηση, σχεδόν από τα πάντα επωφελείται η πληροφορία.*[6]

Ήδη η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και το τηλέφωνο μας έφεραν πάλι πιο κοντά σε έναν πολιτισμό προφορικής επικοινωνίας, ενώ σήμερα έρχονται να προστεθούν το κινητό τηλέφωνο και τα «talked books», τα ηχογραφημένα βιβλία. Για την προφορική παράδοση ήταν χαρακτηριστικό το ότι οι πληροφορίες μπορούσαν να διατηρηθούν μόνο μεταμορφωνόμενες σε συμβάντα.[7] Αυτό ισχύει προφανώς και για την προετοιμασία των πληροφοριών για τα μαζικά μέσα. Και το αράδιασμα[8] των γεγονότων κυριαρχεί στις ειδήσεις από όλον τον κόσμο περίπου όπως στον Όμηρο. Η πολιτιστική αποστολή της τηλεόρασης είναι παρόμοια με εκείνη ενός αρχαίου ποιητή, δηλαδή να είναι *recorder and preserver*,[9] καταγραφέας και θεματοφύλακας της κοινωνίας.

Η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και το τηλέφωνο δεν ανήκουν όμως στον ψηφιακό κόσμο. Και δεν είναι μόνο τεχνικοί οι λόγοι για τη διάκριση των κλασικών μαζικών μέσων από τα νέα διαδραστικά

μέσα. Έτσι τα μαζικά μέσα αποκτούν σταθερότητα μέσω σχημάτων [Schemata], κάτι που τα διαδραστικά μέσα το επιτυγχάνουν μέσω ανάδρασης. Τα μαζικά μέσα επιτρέπουν μια παγκόσμια επικοινωνία μέσω του broadcasting,* ενώ το Ίντερνετ κάνει το ίδιο μέσω δικτύωσης ιδιότυπων μικρόκοσμων [Nischenwelten].

Στο τέλος του γαλαξία του Γουτεμβέργιου δεν ανοίγεται λοιπόν η προοπτική μόνο για έναν νέο πολιτισμό της προφορικότητας, αλλά και για έναν νέο κόσμο της ψηφιακής τεχνολογίας. Ο ηλεκτρονικός υπολογιστής αντιπροσωπεύει μια τομή στην τεχνολογία των μέσων που μπορεί να συγκριθεί μόνο με εκείνη την τομή της γουτεμβέργειας τεχνολογίας.

Μεγάλα ονόματα της φιλοσοφίας όπως οι Hobbes, Pascal και Leibniz αντιπροσωπεύουν μια παράδοση της σκέψης που άνοιξε τον δρόμο για τον κόσμο των υπολογιστών. Το κρίσιμο βήμα ήταν να αναχθεί η θεωρία των πραγμάτων σε μια θεωρία των σημείων. Ο Leibniz κατάφερε να δείξει ότι με δύο ψηφία μπορεί κανείς να παρουσιάσει όλους τους δυνατούς αριθμούς και έτσι να υπολογίσει τα πάντα μηχανικά· πρόκειται λοιπόν ήδη και εδώ για υπολογισμούς που μπορούν να εκτελεσθούν από μηχανές. Το κλειδί ήταν η άλγεβρα. Διά στόματος Johann Heinrich Lambert:[10] *Όταν όμως ένα πρόβλημα από άλλες επιστήμες ανάγεται σε αλγεβρικό πρόβλημα, μπορεί κανείς να το παραβλέψει εντελώς, και η λύση του αλγεβρικού προβλήματος είναι ταυτόχρονα η λύση του άλλου προβλήματος, αυτού που έχει αναχθεί στο αλγεβρικό.*

Εδώ ακριβώς έχει τη θέση του το πρόγραμμα μιας Καθολικής Χαρακτηριστικής του Leibniz. Το ζητούμενο είναι, μέσω μιας αλγεβρικής παράστασης, να αποδοθεί σε κάθε αντικείμενο ένας χαρακτηριστικός αριθμός. Ένα τέτοιο σύστημα χαρακτηριστικών αριθμών θα ήταν για τον Leibniz ένα νέο Όργανον της ανθρωπότητας. Αλλά μόνον οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές του 20ού αιώνα

* Broadcasting: η ραδιοτηλεόραση, εκπομπή προς ευρύ ακροατήριο, προς όλους όσους διαθέτουν κατάλληλους δέκτες. (Σ.τ.Ε.)

εκπλήρωσαν το πρόγραμμα του Leibniz από τον 17ο αιώνα. Και στον σκεπτικισμό απέναντι στα αποτελέσματα των υπερυπολογιστών αντιδρά κανείς σήμερα όντως με την τυποποιημένη απάντηση που αντέτεινε ο Leibniz σε όσους αμφισβητούσαν τα φιλοσοφικά του συμπεράσματα: Ελάτε να το υπολογίσουμε, monsieur!

Ο Thomas Hobbes επίσης απομάγευσε ριζικά τις συντακτικές συνδέσεις της σκέψης ως διαδικασία υπολογισμού: σκέφτομαι σημαίνει υπολογίζω. Και ό,τι ισχύει για τους αριθμούς ισχύει επίσης για τις νομικές, ηθικές ή πολιτικές πράξεις. Ο George Boole ακολούθησε αυτόν τον αναγωγισμό του Hobbes. Ανέλυσε τη λογική σκέψη ως σύνολο υπολογιστικών πράξεων και την παρέστησε στη συμβολική γλώσσα ενός μαθηματικού υπολογισμού. Αυτή η δυαδική άλγεβρα του Boole βρίσκεται σήμερα ως άλγεβρα μεταγωγών στο hardware κάθε υπολογιστή. Πρόκειται για ένα είδος υπολογισμού που χρησιμοποιεί μόνο δύο ψηφία· η αριθμητική του μπορεί να αναχθεί πλήρως στην πράξη της πρόσθεσης – και αυτή πάλι μπορεί να αναπτυχθεί μέσα από τη δυαδική λογική του Leibniz. Από τότε μπορούν να προστίθενται και να πολλαπλασιάζονται όχι μόνον αριθμοί αλλά και προτάσεις.

Η κατανόηση αυτού του γεγονότος είναι δύσκολη για κάθε μη μαθηματικό. Μπορούμε όμως να το κατανοήσουμε κατά προσέγγιση, αν ξεκαθαρίσουμε τη σημαντική για τον κόσμο των ηλεκτρονικών υπολογιστών έννοια του αλγορίθμου. Οι αλγόριθμοι είναι κατά βάθος μόνον αυστηρές οδηγίες χρήσης, δηλαδή τυπικοί ορισμοί μιας σχηματικής μεθόδου. Και οι υπολογιστές δεν κάνουν τίποτε άλλο παρά –καθοδηγούμενοι από αλγορίθμους– να αποθηκεύουν και να μετασχηματίζουν αλυσίδες σημείων. Όπως είδαμε λίγο πιο πάνω, ήδη κατά τον 17ο αιώνα ήταν αυτονόητο ότι τέτοιοι χειρισμοί αλυσίδων από σημεία είναι δυνατόν να ανατεθούν σε μηχανές. Έτσι λοιπόν μπορεί κανείς να κατανοήσει τον υπολογιστή ως το τελικό σημείο μιας ιστορίας λογικών τυποποιήσεων.

Κατά βάση το ζητούμενο είναι η εφαρμογή ενός κανόνα για τον μετασχηματισμό αλυσίδων από σημεία. Ο Alan Turing έδωσε το όνομά του στην πιο γενική μορφή μιας μηχανής που εκτελεί αυτό το έργο. Η Καθολική Μηχανή Turing διεκπεραιώνει προβλήματα που μπορούν να υπολογισθούν με ψηφιακά βήματα. Έτσι μπορούμε να πούμε ότι η Μηχανή Turing εξαντικειμενικεύει την έννοια του αλγορίθμου. Καθολική αποκαλείται επειδή μπορεί να προσομοιώσει τη λειτουργία οποιουδήποτε ψηφιακού υπολογιστή.

Για τη λογική παράδοση από τον Thomas Hobbes μέχρι τον Alan Turing η σκέψη είναι υπολογισμός και κατά συνέπεια μπορεί να ανατεθεί σε μηχανές. Αυτή η σκέψη πάντως εργάζεται με τη βοήθεια μιας σειράς εντολών, δηλαδή ακολουθεί ένα πρόγραμμα. Στα τέλη του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου ο John von Neumann είχε την ιδέα να εγκαταστήσει το πρόγραμμα στην ίδια τη μηχανή, όπου ως σειρά δυαδικών αριθμών αποθηκεύεται στην ίδια αποθήκη όπως και αυτά καθαυτά τα δυαδικοποιημένα δεδομένα. Αυτή η προσπελάσιμη αποθήκη προγραμμάτων απαλλάσσει τον υπολογιστή από τον γραμμικό προγραμματισμό.

Όπως η εποχή του Goethe ζούσε στον Γαλαξία του Γουτεμβέργιου, έτσι και εμείς σήμερα ζούμε στον Γαλαξία του Turing. Για να ρίξουμε μια ματιά στο μέλλον αυτού του νέου κόσμου των μέσων, πρέπει να έχουμε σαφή συνείδηση της εξέλιξης των μέσων. Η ιστορία των μέσων δεν είναι λοιπόν αρχαιολογική. Τα σπουδαιότερα στάδιά της είναι εύκολο να κατονομασθούν. Η πρώτη και θεμελιώδης ακόμη λειτουργία των μέσων ήταν και είναι η αποθήκευση δεδομένων. Ο εξηλεκτρισμός των μέσων επέτρεψε τη μεταβίβαση των δεδομένων – αυτό ισχύει από τον τηλέγραφο έως την τηλεόραση και το Ίντερνετ. Ο υπολογιστής μετατρέπει όλες τις λειτουργίες των μέσων σε προβλήματα υπολογισμού· αυτό εννοούμε όταν μιλάμε για τη μετάβαση στην ψηφιακή τεχνολογία. Και, τέλος, με τη βοήθεια του υπολογιστή μπορούν όλες οι λει-

τουργίες των μέσων να ενοποιηθούν σε ένα και μόνον επίπεδο αναπαράστασης – συνθηματική λέξη: multimedia [πολυμέσα].

Η μετάβαση στην ψηφιακή τεχνολογία είναι για μας η πιο σημαντική τομή στην ιστορία των μέσων. Η εξέλιξη των ψηφιακών μέσων σημαδεύεται ήδη από διακριτές φάσεις. Αρχικά η εξέλιξη των υπολογιστών διέπεται ακόμη πλήρως από το hardware· είναι η μεγάλη εποχή των κεντρικών συστημάτων [Mainframes] της IBM. Με την επαναστατική ιδέα ενός υπολογιστή για τον καθένα, το software [λογισμικό] μπαίνει στο επίκεντρο της προσοχής (Apple, Microsoft). Τελικά ανακαλύπτεται το επικοινωνιακό δυναμικό του υπολογιστή. Ο υπολογιστής γίνεται πλέον κατανοητός ως μέσον και όχι μόνον ως εργαλείο και δούλος που κάνει υπολογισμούς. Η σημασία ενός υπολογιστή καθορίζεται τώρα βάσει της λειτουργίας και της θέσης του στο δίκτυο της παγκόσμιας επικοινωνίας.

Η Ιστορία γίνεται γλαφυρή μέσα από τις χρονολογίες. Ακόμη και σε αυτή την «αστραπιαία ιστορία» των μέσων πρέπει να αναγραφεί τουλάχιστον ένα έτος-σταθμός: το 1977, το έτος γένεσης του Ίντερνετ και πώλησης του πρώτου υπολογιστή της Apple. Από τότε έχουν συμβεί πολλά, αλλά δεν έγινε καμιά ουσιώδης αλλαγή. Μάλλον θα μπορούσαμε να πούμε ότι βήμα προς βήμα, CeBIT προς CeBIT, τα οράματα της δεκαετίας του 1970 έγιναν τεχνική πραγματικότητα. Έτσι τη θέση ενός «υπολογιστή για όλους» πήρε ένας υπολογιστής που προσαρμόζεται στις ιδιαιτερότητες και τα ενδιαφέροντα κάθε χρήστη.

Μπορεί και πρέπει όμως κανείς να κάνει πιο λεπτές διακρίσεις, και μάλιστα στο επίπεδο της ιστορικής εξέλιξης των επιφανειών εργασίας. Την εποχή των Mainframes της IBM ο υπολογιστής δεν ήταν πρόβλημα αλλά μια φανταστική εφεύρεση – ένα φαινόμενο του κόσμου της επιστήμης με ευεργετικές επιδράσεις για την οικονομία. Πρόβλημα έγινε ο υπολογιστής μόνον όταν η

πιο γνωστή από όλες τις εταιρίες «γκαράζ»* κατάφερε να μειώσει τόσο πολύ το μέγεθος και την τιμή, ώστε έγιναν τα αδύνατα δυνατά: ο υπολογιστής για όλους.

Και τότε τον είδαμε ξαφνικά στο γραφείο μας. Αυτό ήταν το προπατορικό αμάρτημα, το δάγκωμα του μήλου της γνώσης. Τώρα άρχισε ο ατελείωτος αγώνας με τα Manual [εγχειρίδια χρήσης], τα Πάθη των σκληρών δίσκων που κρασάρουν, ο εκνευρισμός με τις συνεχώς κατειλημμένες γραμμές. Και το πρόβλημα απέκτησε σύντομα ένα ωραίο όνομα: interface design [σχεδιασμός της διεπαφής]. Πώς μπορεί να διαμορφωθεί η διεπαφή μεταξύ ανθρώπου και υπολογιστή χωρίς να τρομάξει ο μη ειδικός;

Η ιστορία των διεπαφών των υπολογιστών αρχίζει λοιπόν με τις διάτρητες κάρτες των υπαλλήλων της IBM. Το επόμενο βήμα στην εξέλιξή τους είναι οι αλφαριθμητικές σειρές εντολών. Το «ποντίκι» του Douglas Engelbart και η σειρά Macintosh της Apple επιτρέπουν στη συνέχεια τον χειρισμό προγραμμάτων με ένα απλό κλικ πάνω σε icons [εικονίδια]. Τέλος, με το desktop [επιφάνεια εργασίας] ως μεταφορά,** η Apple επιτυγχάνει τη μεγάλη στροφή προς τη φιλικότητα στον χρήστη.

Το επόμενο βήμα στον σχεδιασμό της διεπαφής οδηγεί στην εικονική πραγματικότητα. Στον κυβερνοχώρο μπορούμε να χειρι-

---

* Εταιρίες «γκαράζ» (αγγλ. garage firms): επιχειρήσεις πολύ μικρής κλίμακας που στήνονται παροιμιωδώς στο γκαράζ των ιδιοκτητών τους, στο μεταίχμιο παρέργου και επιχειρηματικότητας. Ο συγγραφέας κάνει εδώ νύξη στην εταιρία Micro Instrumentation and Telemetry Systems (MITS) που ιδρύθηκε το 1969 στο Νέο Μεξικό των ΗΠΑ από τον Forrest Mims και τον Ed Roberts, στο γκαράζ του δεύτερου. Το 1975 η MITS λάνσαρε τον προσωπικό υπολογιστή Altair, σχέδιο των Ed Roberts και Bill Yates: σύμφωνα με τον αρχειακό τιμοκατάλογο το κιτ συναρμολόγησης κόστιζε 439 δολάρια – ή 621 δολάρια το συναρμολογημένο προϊόν. (Σ.τ.Ε.)

** Όπως διαβάζουμε παρακάτω: «Τα παλαιά μέσα χρησιμεύουν ως μεταφορικά βοηθήματα προσανατολισμού στην ψηφιακή περιοχή. Είναι γνωστό ότι υπάρχουν ψηφιακά γραφεία, ψηφιακοί χαρτοφύλακες, ψηφιακοί κάλαθοι αχρήστων [...].» (Σ.τ.Ε.)

ζόμαστε τον υπολογιστή με «φυσικές» χειρονομίες – δεν χρειάζεται πια να γράφουμε προγράμματα, αλλά κινούμαστε μέσα σε έναν εποπτικό χώρο δεδομένων. Τώρα αρκεί να δείχνουμε με το δάχτυλο του γαντιού δεδομένων. Αυτό το data glove αποκατέστησε πάλι τα δικαιώματα του πιο σημαντικού οργάνου προσανατολισμού και χειρισμού που έχει ο άνθρωπος. Και σύντομα μπορούμε να φερόμαστε στους υπολογιστές όπως στους πολιτισμένους ανθρώπους, δηλαδή χρησιμοποιώντας το μέσον που λέγεται προφορικός λόγος.

Η διεπαφή ανθρώπου και μηχανής στον υπολογιστή βρίσκεται λοιπόν κατ' αρχάς πολύ κοντά στη μηχανή και τη γλώσσα της. Στη συνέχεια η σχέση της επιφάνειας εργασίας των χρηστών και του λογικού βάθους των προγραμμάτων μετατοπίζεται αποφασιστικά υπέρ της φιλικής επιφάνειας. Με άλλα λόγια: η προοδευτική φιλικότητα στον χρήστη κάνει τον υπολογιστή αόρατο – και πανταχού παρόντα. Η εξαφάνιση του πανταχού παρόντος υπολογιστή είναι το πιο σημαντικό γνώρισμα των σημερινών επικοινωνιακών μας συνθηκών.

Στο μυθιστόρημά του *Heliopolis* του 1949 ο Ernst Jünger επινόησε το μέσον επικοινωνίας «φωνοφόρος». Ο φωνοφόρος είναι ένας πανθομιλητής που συνδέει τον καθένα με τον καθένα και έτσι υλοποιεί τεχνικά το παλαιό ιδανικό του forum που συνεδριάζει χωρίς διαλείμματα· καθιστά δυνατή την πλανητική λαϊκή συνέλευση όπως και την αυθόρμητη δημοσκόπηση. Ο φωνοφόρος αντικαθιστά την αστυνομική ταυτότητα, το ρολόι και την πυξίδα· μεταδίδει τα προγράμματα όλων των σταθμών και όλων των ειδησεογραφικών πρακτορείων, ενώ μέσω ενός κεντρικού αρχείου κάνει προσιτά στον αναγνώστη όλα τα ηλεκτρομαγνητικά αποθηκευμένα κείμενα· έτσι χρησιμεύει ως εφημερίδα, βιβλιοθήκη και λεξικό.

Ως προϊόν της ακριβούς φαντασίας του Ernst Jünger, ο «φωνοφόρος» γίνεται σήμερα τεχνική πραγματικότητα. Μετά την τηλεπικοινωνία επαναστατικοποιείται τώρα και η επικοινωνία εγγύς

πεδίου μέσω των Personal Sensory Device Interfaces, δηλαδή των φορητών αισθητήρων και υπολογιστών. Οι άνθρωποι φέρουν πάνω τους πληροφορίες για τον εαυτό τους και την εργασία τους, για τα ενδιαφέροντά τους και τις προτιμήσεις τους, και όταν βρίσκονται εντός ομάδων μπορούν να τις ανταλλάσσουν εντελώς αυτόματα με τους άλλους.

Φορητοί όπως τα ρούχα υπολογιστές, που λειτουργούν ως πληροφοριακοί βοηθοί, δείχνουν πολύ ωραία την «αλλαγή παραδείγματος» που καθορίζει την προϊούσα χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας στις δικές μας συνθήκες ζωής. Ο υπολογιστής μεταβάλλεται από black box [μαύρο κουτί] σε ρούχο και τέλος σε εμφύτευμα. Η νανοτεχνολογία[11] φροντίζει ώστε ο υπολογιστής να βιώνεται λιγότερο ως εργαλείο και περισσότερο ως ένα είδος ρούχου ή ακόμη και δέρματος. Νανο-βιοαισθητήρες στο σώμα ελέγχουν την υγεία και το επίπεδο του στρες. Το Global Positioning System (GPS) [παγκόσμιο σύστημα εντοπισμού θέσης] το έχουμε συνηθίσει προ πολλού. Σήμερα επιχειρείται η ανάπτυξη του ιατρικού του ισοδύναμου: της διαρκούς παρακολούθησης της βιοϊατρικής κατάστασης. Αυτό είναι άλλωστε ένα υποπροϊόν της έρευνας του διαστήματος, η οποία εδώ και δεκαετίες προσπαθεί να αναπτύξει βιοσυμβατούς νανοαισθητήρες, με τους οποίους θα μπορεί να παρακολουθείται διαρκώς η κατάσταση υγείας των αστροναυτών.

Μπορούμε να κάνουμε λόγο για έξυπνο περιβάλλον ακριβώς όταν μικρο-υπολογιστές θα έχουν εισχωρήσει σε όλα τα αντικείμενα της καθημερινής ζωής μας: παπούτσια, ρούχα, ψυγεία, τοίχους δωματίων. Κατά βάση θα ήταν δυνατόν να δικτυώσουμε όλα τα αντικείμενα της καθημερινότητας για να τα ελέγχουμε συνεχώς. Τότε δεν θα ήταν online [άμεσα συνδεδεμένοι] μόνον οι άνθρωποι αλλά και τα τεχνουργήματά τους. Αυτό θα προϋπέθετε ότι ολόκληρο το περιβάλλον μας θα ήταν γεμάτο σταθμούς αναμετάδοσης – η τεχνολογία bluetooth δείχνει ήδη προς αυτή την κατεύθυνση. Το ήδη σήμερα παγκόσμιο δίκτυο θα ήταν τότε πα-

νταχού παρόν και γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο αόρατο – ένα είδος φιλικού «Matrix».

Μπαίνει κανείς στον πειρασμό σε αυτό το σημείο να παίξει τον ρόλο του συνετού κριτικού του πολιτισμού και να ρωτήσει: προς τι; Πίσω από το ερώτημα κρύβεται η υποψία ότι η ίδια η τεχνική δημιουργεί τις ανάγκες που μπορεί να ικανοποιήσει. Και όντως αυτό συμβαίνει. Γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο δεν έχει όμως νόημα να ρωτάμε: τα χρειαζόμαστε αυτά; Δηλαδή κινητό τηλέφωνο, διεύθυνση στο Ίντερνετ, iPod. Αυτό που λέγεται πνεύμα της εποχής δεν είναι παρά το επίκαιρο μάθημα ενός πολιτισμού, το οποίο μας διδάσκει τι ακριβώς μας έλειπε.

Και έτσι φθάσαμε στην πολιτιστική λειτουργία της τεχνικής. Με τη χρήση τεχνικών οργάνων και συσκευών μπορούσε κανείς ανέκαθεν να διατυμπανίζει το κοινωνικό του στάτους. Σήμερα όμως έχουμε να κάνουμε με μια ριζική χρονικοποίηση αυτού του κοινωνικού στάτους. Πρέπει να ανήκει κανείς στους πρώτους καταναλωτές μιας τεχνικής καινοτομίας για να χαίρει κοινωνικής εκτίμησης. Όποιος έρχεται καθυστερημένος, τον περιμένει η νέα τεχνολογία για να του επιβάλει τον κοινωνικό καταναγκασμό να μπει κι αυτός στο παιχνίδι. Η διεύθυνση στο Ίντερνετ ήταν αρχικά το εσωτεριστικό διακριτικό μιας αίρεσης υψηλής τεχνολογίας· σήμερα, όποιος δεν έχει αυτό το διακριτικό στο επισκεπτήριό του θεωρείται ηλίθιος. Κανένα σχόλιο δεν χρειάζεται το γεγονός ότι η νεολαία της δεκαετίας του 1990 αποκλήθηκε «@-Generation».

Η πραγματικότητα των μέσων είναι σκηνή της ριζικής ασυγχρονίας. Το σε ποια γενιά ανήκει κανείς εξαρτάται σήμερα από την κουλτούρα της πληροφορίας στην οποία μεγάλωσε. Δεν υπάρχουν πια κοινά μέσα. Διάφορα συστήματα αξιών χρησιμοποιούνται από διάφορα μέσα. Δημογραφικά, πολιτικά και πολιτιστικά στεγανά χωρίζουν τους διάφορους κόσμους πληροφοριών. Οι γενιές των μέσων δεν έχουν ομοιογενή ηλικιακή ή κοινωνική δομή. Ο κατακερματισμός της «νεολαίας» είναι ένα από τα πιο σημαντικά αποτελέσματα του πλουραλισμού των μέσων.

Προπάντων τα νέα μέσα που στηρίζονται στον υπολογιστή και είναι δικτυωμένα προωθούν μια γνωστική διαστρωμάτωση, μια πνευματική ταξική διάρθρωση. Στη φωτεινή πλευρά της παγκόσμιας επικοινωνίας μπορούμε να παρατηρήσουμε μια παγκόσμια συνεργασία των εργατών του πνεύματος. Ταυτόχρονα τα μαζικά μέσα προσφέρουν για τους φτωχούς και κουτούς αυτό που ο Raymond Cattell αποκάλεσε αντισταθμίσεις της φαντασίας – λόγου χάρη η Telenovela που την πιάνουν στις φαβέλες του Σάο Πάολο.

Πάνω σε τέτοιες διαπιστώσεις συντρίβεται το ερώτημα του κριτικού του πολιτισμού: προς τι; Άνευ νοήματος είναι και ένα άλλο ερώτημα που τίθεται συχνά: τα θέλουμε αυτά; Η μόνη λογική στάση απέναντι στα νέα μέσα είναι εκείνη του στοιχήματος του Pascal: το παιχνίδι έχει αρχίσει προ πολλού, έχουμε ήδη ποντάρει – το μόνο που μπορούμε είναι να αντιληφθούμε τις τεράστιες ευκαιρίες που ανοίγονται.

2. Η διαχείριση της προσοχής

Ο άνθρωπος είναι το σημείο στένωσης στις αορτές της παγκόσμιας επικοινωνίας, καθώς δεν μπορεί να κάνει παράλληλη επεξεργασία πληροφοριών. Εκτιμάται ότι 98% όλων των προσφερόμενων πληροφοριών δεν υποβάλλονται σε συνειδητή επεξεργασία. Η συνείδηση επεξεργάζεται μόνο 40 μέχρι 50 bit ανά δευτερόλεπτο, κάτι που την αναγκάζει να εξαφανίζει πληροφορίες, να τις «τρώει». Οι άνθρωποι είναι συστήματα που επεξεργάζονται πληροφορίες, και μάλιστα όχι παράλληλα αλλά διαδοχικά, τη μία μετά την άλλη. Μπορεί κανείς πάντοτε να συμμετέχει σε μία μόνο συνομιλία, δεν μπορεί ταυτόχρονα να παρακολουθεί μια πανεπιστημιακή παράδοση και να διαβάζει ένα μυθιστόρημα. Και επειδή στην καλλιέργεια μιας φιλίας δαπανάται πολύς χρόνος, δεν μπορεί κανείς να διατηρεί πραγματικά πολλές φιλίες.

Γι' αυτό τον λόγο μια καλή συμβουλή είναι να στέκεται κανείς με επιφύλαξη απέναντι στο μεγάλο διαφημιστικό σύνθημα της εποχής του Ίντερνετ: «Information at your fingertips» [πληροφορίες με το πάτημα ενός κουμπιού]. Αυτό σημαίνει συγκεκριμένα: τα δεδομένα είναι δυνητικές πληροφορίες, που μόνον αν τις αναζητήσουμε μετατρέπονται σε ενεργές, πραγματικές πληροφορίες – απέχουν από μας ένα κλικ με το ποντίκι. Οι αποθηκευμένες πληροφορίες είναι λοιπόν πάντοτε δυνητικές και μόνον η αναζήτηση τις ενεργοποιεί. Και επειδή οι νέες πληροφορίες είναι ακριβές, είναι πάντοτε ατελείς.

Είναι εκπληκτικό ότι σήμερα συναντούμε όλο και πιο συχνά την ακριβώς αντίθετη θέση, ότι οι πληροφορίες είναι φτηνές. Πώς μπορεί να λυθεί αυτή η αντίφαση; Η παραγωγή πληροφοριών είναι ακριβή, η αναπαραγωγή τους είναι φτηνή. Η εκπομπή τους γίνεται όλο και πιο φτηνή, η λήψη τους όλο και πιο ακριβή – σε χρόνο και προσοχή. Η αναπαραγόμενη πληροφορία είναι φτηνή, αλλά η προσοχή και η κριτική ικανότητα είναι σπάνιες.[12]

Φυσικά, αυτό το πρόβλημα δεν είναι τόσο νέο, αλλά συνοδεύει τον κόσμο της νεωτερικότητας από τις απαρχές του. Σήμερα όμως οξύνεται και από το γεγονός ότι ο καθένας μπορεί να επικοινωνεί με τον καθένα – αυτό παραφορτώνει την προσοχή. Το πρόβλημα που τίθεται λοιπόν για μας, ο μεγάλος οικονομολόγος και επιστήμονας των υπολογιστών Herbert Simon το αποκάλεσε *attention management*:[13] διαχείριση της προσοχής. Ανάμεσα στην αφθονία των πληροφοριών και τη σπάνι της προσοχής μεσολαβεί η κατασκευή νοήματος.

Η αγορά πληροφοριών είναι λοιπόν τόσο συναρπαστική επειδή γίνεται όλο και πιο ακριβή η παραγωγή νέων πληροφοριών, αλλά όλο και πιο φτηνή η αναπαραγωγή τους. Στη «New Economy» [νέα οικονομία] υπάρχουν βασικές λύσεις γι' αυτό το πρόβλημα: μπορεί κανείς, πρώτον, μία και την αυτή πληροφορία να τη διαφοροποιήσει ως προσφερόμενο εμπόρευμα μέσω σχεδιασμένων «επιβραδύνσεων». Το νέο «blockbuster» προβάλλεται πρώτα στον κινηματογράφο, στη συνέχεια μπορεί να πουληθεί ως βίντεο και αργότερα στη συνδρομητική τηλεόραση – τέλος, στην εμπορική τηλεόραση. Και επειδή, δεύτερον, κάθε πληροφορία αναλώνει την προσοχή του πελάτη, ο πλούτος των πληροφοριών οδηγεί σε μια πενία της προσοχής – το μεγάλο θέμα του Herbert Simon.

Έτσι λοιπόν όλα στρέφονται γύρω από το ερώτημα: πώς μπορώ να τραβήξω την προσοχή του πελάτη; Αν παρατηρήσουμε τον κόσμο των μαζικών μέσων, η απάντηση είναι προφανής: η οικονομία της προσοχής είναι ένα σταρ σύστεμ. Το Ίντερνετ όμως βρήκε και μια εντελώς διαφορετική απάντηση. Σαγηνεύει την προσοχή του πελάτη με δώρα. Πρώτα πρέπει να χαρίσει κανείς το βασικό προϊόν, για να αποκομίσει στη συνέχεια κέρδη με προϊόντα

premium.* Όποιος βάζει διαφημίσεις στο Ίντερνετ πρέπει να διαφημίζει τέτοια δωρεάν προϊόντα. Το να είσαι online δεν προκαλεί αυτομάτως την προσοχή.

Το Ίντερνετ, αυτό το σούπερ μάρκετ των ιδεών, προσφέρει τόσες επιλογές, που ένα μεγάλο μέρος του χρόνου περνάει με το σάρωμα του πεδίου δυνατοτήτων. Αν διάβαζε κανείς συστηματικά τα περιοδικά για την τηλεόραση, πολύ λίγος χρόνος θα του έμενε για να δει τηλεόραση. Το σάρωμα και το ζάπινγκ είναι κατά συνέπεια οι νέοι τρόποι συμπεριφοράς απέναντι στις παγκόσμιες πληροφορίες – ένα είδος νόμιμης άμυνας.

Σε μια εποχή όπου υπάρχουν 100 τηλεοπτικά προγράμματα και 1.000 τουριστικοί προορισμοί, το πλήθος των δυνατοτήτων έρχεται σε αντίθεση προς τον περιορισμένο χρόνο ζωής μας. Διαρκώς μαίνεται ο πόλεμος για τον πιο σπάνιο πόρο: την προσοχή. Και απαιτεί δύναμη να λέει κανείς όχι στο δυνατό. Και κάτι παραπάνω: σε πολλές δυνατότητες δεν μπορεί κανείς κατά βάθος να πει όχι· είναι κοινωνικές υποχρεώσεις. Ας αναλογισθούμε τον κοινωνικό καταναγκασμό για την κατοχή των νέων μέσων – σε κάθε σαλόνι μια τηλεόραση, σε κάθε γραφείο ένας υπολογιστής· και σήμερα ισχύει: δεν μπορεί κανείς να μην επικοινωνεί με email. Όποιος λέει «όχι», βάζει πολύ ψηλά τον πήχη, όποιος μπαίνει στο παιχνίδι υποβάλλεται σε στρες.

Όλο και πιο πολύ ανοίγει η ψαλίδα ανάμεσα στο τεχνικά δυνατό και τη σύντομη διάρκεια της ζωής μου. Η επικοινωνία με τη βοήθεια του υπολογιστή είναι το κουτί της Πανδώρας, γεμάτο με θαυμαστές δυνατότητες: δώρα λογισμικού, που γίνονται βάρος. Αποκαλύπτουν μια ποικιλία δυνατοτήτων πολύ δυσανάλογη πλέον προς τον διαθέσιμο χρόνο μας. Πρέπει να αφαιρούμε ολοένα και περισσότερο χρόνο από τη ζωή μας για να παραμένουμε ενήμεροι. Και όλο πιο αποφασιστική σημασία έχει το θάρρος να λέει κανείς σε ένα ορισμένο σημείο: δεν θέλω να το μάθω με τόση ακρίβεια.

* Εν προκειμένω ο όρος «προϊόν premium» αναφέρεται σε προϊόντα που αναβαθμίζουν το βασικό προϊόν ή το πλαισιώνουν, συναποτελώντας ένα πακέτο προϊόντων ολοκληρωμένων υπηρεσιών. (Σ.τ.Ε.)

Όσο περισσότερο μας κατακλύζει η πλημμύρα των πληροφοριών τόσο πιο επιτακτική γίνεται η ανάγκη για μια νέα υπηρεσία που θα μπορούσε να λέγεται υπηρεσία νοήματος. Την εξέλιξη των μέσων μπορούμε προφανώς να την αντέξουμε μόνον αν ο πολιτισμός μας προσφέρει ανθρώπινες αντισταθμίσεις γι' αυτές τις υπεραπαιτήσεις. Η εξέλιξη των μέσων και των τεχνολογιών του υπολογιστή δεν λαμβάνει υπόψη την ικανότητα επεξεργασίας του ανθρώπου. Γι' αυτό τον λόγο ο άνθρωπος χρειάζεται ανακουφιστικές τεχνικές νοηματοδότησης, λόγου χάρη την παρήγορα ευσύνοπτη πλοκή ενός μυθιστορήματος, την απλότητα και τη σαφήνεια μιας προσωπικής συνομιλίας μέσα στην πλημμύρα των δεδομένων ή τον εύτακτο κόσμο ενός μουσείου. Μπορούμε να ζήσουμε τη ζωή μας μόνο διαλέγοντας σύμφωνα με ανθρωπομορφικά σχήματα τα δεδομένα ενός κόσμου που ξεπερνά το μέτρο του ανθρώπου. Αλλά μόνο τα μέσα μπορούν να γιατρέψουν τις πληγές που άνοιξαν τα μέσα – Medium και Remedium [μέσον και φάρμακο].

Το κεντρικό πρόβλημα του σύγχρονου κόσμου,[14] όπως μπορούμε να το συνοψίσουμε, είναι η διαχείριση του πιο σπάνιου από όλους τους πόρους: της προσοχής. Ένας απλός μηχανισμός είναι να ξεχωρίζουμε τις επείγουσες από τις μη επείγουσες εργασίες. Τέτοιες τεχνικές επιλογής γίνονται όλο και πιο σημαντικές όσο πιο ψηλά ανεβαίνει κανείς στην ιεραρχική κλίμακα μιας οργάνωσης, επειδή εδώ ισχύει σε γενικές γραμμές ο κανόνας: όσο πιο υψηλό το επίπεδο λήψης αποφάσεων τόσο πιο στενό το εύρος της προσοχής. Όσο πιο σημαντική είναι μια δουλειά τόσο πιο στοχευμένοι και, κατά συνέπεια, πιο απλοί είναι οι χειρισμοί.

Ο πλούτος των πληροφοριών και η πενία της προσοχής είναι οι δύο όψεις του ίδιου νομίσματος. Ο ηλεκτρονικός υπολογιστής και το Ίντερνετ καθορίζουν έναν πολιτισμό στον οποίο αυτό που σπα-

νίζει δεν είναι πια η πληροφορία αλλά ο προσανατολισμός. Ανεπαρκής είναι λοιπόν ο χρόνος τον οποίο μπορούμε να αφιερώσουμε στις πληροφορίες που μας κατακλύζουν. Έτσι η διαχείριση της γνώσης έχει να κάνει πρωτίστως με το φιλτράρισμα των σημαντικών και ειδικών για το εκάστοτε πρόβλημα πληροφοριών, με σκοπό τη λήψη αποφάσεων υπό συνθήκες ανεπάρκειας χρόνου και αβεβαιότητας.

Αδιάλειπτα εκπέμπουμε, δεχόμαστε, αποθηκεύουμε και χειριζόμαστε πληροφορίες. Είμαστε ενταγμένοι στην παγκόσμια επικοινωνία. Έτσι λοιπόν, για να μην πνιγούμε στην πλημμύρα των πληροφοριών, χρειαζόμαστε τεχνικές επιλογής, φιλτραρίσματος και αξιολόγησης. Ένα φίλτρο μειώνει την πολυπλοκότητα αποκλείοντας μια ορισμένη ποσότητα πληροφοριών ως θόρυβο. Έτσι η συνείδηση λειτουργεί ως προστασία από τα ερεθίσματα· με τον ίδιο τρόπο όμως λειτουργεί και το αυτί ως δέκτης που μειώνει το εύρος των συχνοτήτων, σύμφωνα με την απέριττη επιστημονική πρόζα του Norbert Wiener. Έτσι τα μαζικά μέσα λειτουργούν φιλτράροντας το εντυπωσιακό. Ξέρουν ότι η προσοχή αιχμαλωτίζεται από κρίσεις, πόνους, αξίες, νεωτερισμούς, διασημότητες, επιτυχίες.

Κανένας δεν μπορεί μέσα στον κατακλυσμό των πληροφοριών να απαντήσει στο ερώτημα: τι είναι σημαντικό; Επειδή ό,τι υπάρχει θα μπορούσε να είναι και αλλιώς και επειδή κανένας δεν μπορεί να πει δεσμευτικά τι είναι σημαντικό, κάθε δράση είναι μια αλυσίδα τυχαίων επιλογών και ριψοκίνδυνων αποφάσεων. Επιλογή είναι μια κανονισμένη απώλεια πληροφοριών. Κανένας άνθρωπος και κανένα σύστημα δεν θα μπορούσε να ζήσει κάτω από τους τυμπανισμούς των δεδομένων και των εναλλακτικών επιλογών. Τίποτε δεν γίνεται χωρίς προστασία από τα ερεθίσματα ή χωρίς άγνοια.

Το ζητούμενο για τον διαχειριστή της γνώσης δεν είναι λοιπόν να θέσει στη διάθεση των ανθρώπων περισσότερες πληροφορίες, αλλά, αντίστροφα, να τους προστατεύσει από τον περισπασμό

της προσοχής τους: ο σχεδιασμός ενός κόσμου στον οποίο οι πληροφορίες σπανίζουν δεν έχει καμιά απολύτως σχέση με τον σχεδιασμό ενός κόσμου στον οποίο η προσοχή σπανίζει. Αυτή πρέπει να είναι η θεμελιώδης αντίληψη μιας σύγχρονης διαχείρισης της γνώσης.

Στον κόσμο των πολλών δυνατοτήτων η καθημερινή σπάνις του χρόνου μετατρέπει τη ζωή σε έναν ανταγωνισμό της προσοχής. Αυτό μπορεί να διατυπωθεί ακριβέστερα, δηλαδή με μαθηματικό τρόπο: η αριθμητική αύξηση των στοιχείων στο δίκτυο της παγκόσμιας επικοινωνίας οδηγεί σε μια γεωμετρική αύξηση των δυνατών σχέσεων μεταξύ των στοιχείων. Γι' αυτό η κουλτούρα του Ίντερνετ χρειάζεται και η ίδια οργάνωση, υπό την έννοια του περιορισμού της δυνατότητας να μιλά ο καθένας με τον καθένα για το καθετί.

Αυτό μας οδηγεί σε ένα ενδιαφέρον παράδοξο. Εν μέσω του κατακλυσμού δεδομένων της κοινωνίας των πολυμέσων, υπεραξία μπορεί να σημαίνει μόνο: λιγότερες πληροφορίες. Το σύνθημα «Information at your fingertips» δεν μας προσφέρει καμία βοήθεια. Υπό την πίεση των νέων τεχνολογιών της πληροφορίας τείνει κανείς ασφαλώς να ερμηνεύει όλα τα προβλήματα ως προβλήματα άγνοιας. Αλλά στα προβλήματα του νοήματος και του προσανατολισμού δεν μπορεί να απαντήσει κανείς με πληροφορίες. Με άλλα λόγια: η σύγχυση δεν μπορεί να αρθεί με την έγχυση περισσότερων πληροφοριών.

Δεν έχουμε πρόβλημα πληροφόρησης, έχουμε όμως πρόβλημα προσανατολισμού. Αυτό που χρειαζόμαστε είναι μια καθημερινή κιβωτός του Νώε στον κατακλυσμό του νοήματος, επειδή οι πληροφορίες από μόνες τους δεν μας βοηθούν στην επίλυση των προβλημάτων. Αυτές πρέπει να φιλτράρονται, να διαμορφώνονται και να δομούνται. Για να κάνουμε τις πληροφορίες έξυπνες, χρειαζόμαστε designers της γνώσης, συντάκτες, δημοσιογράφους. Όπως ο επιστήμονας, ο σκηνοθέτης, ο ειδικός του μάρκετινγκ, ο οικονομικός σύμβουλος ή ο ποιητής, έτσι και ο δημοσιογράφος ανήκει

στους ανθρώπους που διακινούν προβλήματα και χειρίζονται δεδομένα. Όλοι αυτοί εμπορεύονται το νόημα και πουλούν προσανατολισμό.

Τα μεγάλα μας προβλήματα δεν απορρέουν λοιπόν από έλλειψη γνώσης αλλά από έλλειψη προσανατολισμού. Βρισκόμαστε σε σύγχυση, δεν είμαστε αδαείς.[15] Αυτό ακριβώς όμως συγκαλύπτεται από τον ενθουσιασμό της εποχής των πληροφοριών και των γεγονότων, γεγονότων, γεγονότων. Όποιος θέλει να καταλάβει πρέπει να εξαφανίσει πληροφορίες. Έτσι φθάνουμε σε ένα παράδοξο συμπέρασμα. Στον κατακλυσμό των δεδομένων της κοινωνίας των πολυμέσων, υπεραξία μπορεί να σημαίνει μόνο: λιγότερες πληροφορίες.

Όταν συλλέγει κανείς πληροφορίες με μια μηχανή αναζήτησης, συναντά αμέσως το βασικό πρόβλημα της εποχής του Ίντερνετ: χιλιάδες «hits» [επιτυχείς ανακλήσεις] ως απαντήσεις στο απλό μου ερώτημα. Δεν ήθελα να το μάθω με τόση ακρίβεια! Λιγότερο θα ήταν περισσότερο. Δεν μπορεί να θέλει κανείς να ξέρει όλα όσα θα μπορούσε να ξέρει. Όποιος θα ήθελε να εξαντλήσει όλες τις δυνατές πληροφορίες θα ήταν στο τέλος εντελώς εξαντλημένος και δεν θα μπορούσε να τις αξιοποιήσει. Έτσι λοιπόν το μεγάλο ερώτημα της εποχής του Ίντερνετ είναι: πού αρχίζει η αναζήτηση; Εδώ πρέπει να επιλέξει κανείς ένα browser [πρόγραμμα περιήγησης], μια μηχανή αναζήτησης, ένα portal [πύλη]. Μόνον ο navigator [πρόγραμμα πλοήγησης] επιτρέπει στον χρήστη την επιλογή. Γι' αυτό τον λόγο οι «πλοηγοί» είναι σήμερα οι σούπερ σταρ της οικονομίας του Ίντερνετ.

Εννοούμε βέβαια τα προγράμματα πλοήγησης μέσα σε έναν εικονικό χώρο, καθώς η νέα οικονομία δεν μπορεί πια να εντοπισθεί κάπου συγκεκριμένα. Η μείωση της σημασίας του πραγματικού χώρου φαίνεται προπάντων από το γεγονός ότι τα δίκτυα επικοινωνίας αποδεσμεύονται όλο και πιο πολύ από τα συγκοινωνιακά δίκτυα. Αυτό φαίνεται πολύ καθαρά στον αριθμό του κινητού τηλεφώνου: η διεύθυνση είναι ανεξάρτητη από τον τόπο.

Με το κινητό τηλέφωνο και το laptop η πιο προηγμένη επικοινωνιακή τεχνολογία για πρώτη φορά αποδεσμεύεται από σταθερές έδρες. Το γραφείο είναι τώρα παντού, ακολουθεί το modem μου. Στις αρχές της νεωτερικής εποχής διασπάσθηκε η ενότητα εργασίας-σπιτιού. Γραφείο σήμαινε μέχρι τώρα: χωρισμός της ζωής από την εργασία, όπου κυριαρχούσε ο τύπος του εγγράφου. Παλαιότερα πήγαινε κανείς στο γραφείο – σήμερα λογκάρει στο δίκτυο. Έτσι η εργασία απελευθερώνεται από τον τόπο εργασίας.

Κινητικότητα όμως σημαίνει και availability [διαθεσιμότητα]: πάντοτε είμαστε έτοιμοι! Στην Αμερική αυτό συνδέεται ήδη σαφώς με την ηθική επιταγή να είμαστε πάντοτε διαθέσιμοι. Αυτό ακριβώς μας επιτρέπει να υποθέσουμε επίσης ότι μελλοντικά θα είναι μια ένδειξη εξουσίας το να μπορεί κανείς να στέλνει μηνύματα χωρίς να είναι αναγκασμένος να δέχεται. Όποιος όμως θα πρέπει να δέχεται συνεχώς μηνύματα, αλλά δεν θα μπορεί σχεδόν καθόλου να στέλνει,[16] θα ανήκει τότε στο «προσωπικό».

Είτε πρόκειται για το laptop στο αεροπλάνο είτε για το κινητό στο ευρύχωρο βαγόνι του intercity – αυθόρμητα γεννιέται το One Person Office [γραφείο του ενός προσώπου], που κουβαλάει το γραφείο στο χέρι του: τηλέφωνο, φαξ, υπολογιστή, σύνδεση στο Ίντερνετ. Τα νέα μέσα επιδεικνύουν τώρα την πρωτοκαθεδρία της τεχνικής επικοινωνίας που δεν λαμβάνει διόλου υπόψη την κοινωνική κατάσταση. Ακόμη και οι απαγορευτικές πινακίδες στους χώρους αναμονής του αεροδρομίου δεν μπορούν να κάνουν να σιγήσει ο ήχος των κινητών που χτυπάνε. Και όποιος, λόγου χάρη, δίνει μια διάλεξη πρέπει σήμερα να υπολογίζει ότι θα ακούσει μερικά κουδουνίσματα κινητών – και φυσικά ότι ο καλούμενος θα εγκαταλείψει την αίθουσα. Είναι κάτι που ανταποκρίνεται σε εκείνο το κοινωνικό ιδανικό να είναι κανείς παντού και πάντοτε προσπελάσιμος, να μπορεί να κάνει τα πάντα και να στέλνει μηνύματα σε όλο τον κόσμο.

Η παγκόσμια κοινωνία δεν μπορεί πια να εντοπισθεί. Το μόνο που μετράει τώρα είναι ο χρόνος, που πάντοτε σπανίζει· όλα τα

προβλήματα λύνονται μέσω χρονικοποίησης. Η βιασύνη, το επείγον, η επιτάχυνση και οι στενές προθεσμίες είναι τα μεγάλα θέματα της εποχής μας. Αυτό μας κάνει να αντιδρούμε με ιδιαίτερη ευαισθησία σε όσους μας τρώνε χρόνο. Όποιος μας κάνει να περιμένουμε ή έχει υπερβολικές απαιτήσεις από μας κλέβει τον χρόνο μας. Αυτό ισχύει όμως και για εκείνον που εκμεταλλεύεται ανελέητα τις δυνατότητες της άμεσης επικοινωνίας. Όλοι το ξέρουμε: το τηλέφωνο χτυπάει συνεχώς. Έτσι η εφεύρεση του τηλεφωνητή είναι μια τεχνική ευλογία, καθώς ο άλλος αναγκάζεται να «αφήσει μήνυμα». Αυτό δημιουργεί χρονικά περιθώρια. Η ενεργητική εκδοχή αυτής της εφεύρεσης είναι το email ή το SMS. Είναι σχεδόν τόσο χαλαρό και γρήγορο όσο και μια τηλεφωνική συνδιάλεξη και αφήνει στην κρίση του αποδέκτη την απόφαση για τον «χρόνο επικοινωνίας». Το email δεν είναι ούτε απώλεια χρόνου ούτε ενόχληση.

Περιγράφοντας αυτό τον νέο κόσμο της εργασίας, τείνει κανείς συνεχώς να χρησιμοποιεί τα ρήματα «απελευθερώνω» και «αποδεσμεύω». Και όντως η παγκόσμια ροή πληροφοριών καταστρέφει παλαιές δομές αυθεντίας. Επιγραμματικά: μέχρι τώρα η πληροφορία βασιζόταν στην αυθεντία, τώρα βασίζεται η αυθεντία στην πληροφορία. Αλλά η πληροφορία δεν είναι κριτήριο για την αξία ενός μηνύματος.

Όταν κανένας πια δεν μπορεί να πει τι είναι πραγματικά σημαντικό, είναι στην πράξη σοφό να γίνεται σε μικρές δόσεις η κατανάλωση του κόσμου. Με άλλα λόγια, αν η προσοχή είναι ο πιο σπάνιος πόρος και αν πρέπει κανείς να επιλέξει μεταξύ της συστηματικότητας και της ταχύτητας, τα πάντα συνηγορούν σήμερα υπέρ της ταχύτητας. Γι' αυτό τον λόγο επικρατεί σε όλους τους τομείς της ζωής το ζάπινγκ ως τρόπος αντίληψης των πραγμάτων, δηλαδή μια καθαρά χρονική τεχνική επιλογής.

Σε μια εποχή στην οποία δεν έχει κανείς χρόνο για να βλέπει, χρειάζεται ένα έτοιμο προϊόν της αισθητήριας αντίληψης: φωτογραφίες και εργάκια της τηλεόρασης. Ο φωτογράφος και ο εικονολήπτης πραγματοποιούν ως αντιπρόσωποί μας επιλογές στον ορατό κόσμο – όπως ένας συγγραφέας στον κόσμο των δεδομένων. Η ανεπάρκεια χρόνου μάς αναγκάζει να κάνουμε κάτι χαρακτηριστικό για την καθημερινή μας ζωή, να στηριζόμαστε στην πρώτη εντύπωση. Από αυτό όμως προκύπτει το εξής: όσο μεγαλύτερος ο κατακλυσμός των πληροφοριών τόσο πιο αναπόφευκτη η απερίσκεπτη συγκαταβατικότητα. Ζούμε σε μια αναρχία πληροφοριών· και κατά κανόνα δεν υπάρχει πια για το μεμονωμένο άτομο καμιά δυνατότητα ελέγχου. Γι' αυτό η δυσπιστία είναι η άλλη όψη της συγκαταβατικότητας – όσο περισσότερες οι πληροφορίες τόσο μικρότερη η αποδοχή.

Αυτό είναι ένα γνήσιο πρόβλημα της σύγχρονης κοινωνίας. Και είναι γνήσιο επειδή είναι άλυτο.

3. Η δημοσιογραφία στον αστερισμό του www

Σήμερα η αστική δημοσιότητα έχει αντικατασταθεί από ένα χαρούμενο μείγμα μέσων: blogs, indymedia,* τοκ σόου, ειδικός Τύπος, TV, σοβαρός και κίτρινος Τύπος. Η πεφωτισμένη δημοσιότητα του Λόγου αποσυντέθηκε πλέον στην παραδημοσιογραφία των ανειδίκευτων και τη μεταδημοσιογραφία των επαγγελματιών. Το Web 2.0[17] είναι η συντομογραφία για τη συνεργασία των επικοινωνιομανών όλων των χωρών στο πλαίσιο μιας ριζοσπαστικής δημοκρατίας, η ονομασία εκείνων των νέων μέσων που τα περιεχόμενά τους παράγονται από τους ίδιους τους χρήστες. Κανένας μελλοντολόγος δεν θα μπορούσε να είχε προβλέψει ότι το blog, το ημερολόγιο που τηρεί κανείς στο δίκτυο και αναφέρεται επί παντός επιστητού, θα μπορούσε να αποτελέσει τη μεγαλύτερη πρόκληση για τα mainstream [κυρίαρχα] μέσα.

Πριν από δέκα χρόνια το E-Commerce [ηλεκτρονικό εμπόριο] μετέτρεψε το Ίντερνετ σε παζάρι· το blogging μετατρέπει σήμερα το Ίντερνετ σε μια νέα μορφή δημοσιότητας, στην οποία ο καθένας αποτελεί το κοινό στο οποίο απευθύνεται ο άλλος. Όπως είχαν ονειρευτεί οι πρώιμοι ρομαντικοί και, εκατό χρόνια αργότερα, οι ρομαντικοί επαναστάτες της Ρωσίας, ο αναγνώστης γίνεται συγγραφέας. Και οι προπαγανδιστές αυτής της παραδημοσιογραφίας αναγγέλλουν ήδη τον θάνατο του παραγωγού.

* Indymedia ή Independent Media Center είναι ένα παγκόσμιο συμμετοχικό δίκτυο δημοσιογράφων που δίνουν ρεπορτάζ σε πολιτικοκοινωνικά ζητήματα· αφορμή για τη δημιουργία του υπήρξε το κίνημα διαμαρτυρίας κατά του ΠΟΕ στο Σιάτλ, το 1999. (Σ.τ.Ε.)

Όποιος διαβάζει τα ιστολόγια παρατηρεί αμέσως ότι κυριαρχούν η υποκειμενικότητα, η πολεμική και η μεροληψία [partisanship]· για τους bloggers η αυθεντικότητα είναι πιο σημαντική από την αντικειμενικότητα. «Voice», η αυθεντική φωνή:[18] αυτό είναι το πιο χαρακτηριστικό γνώρισμα του Web 2.0. Το ζητούμενο για τους συγγραφείς είναι η αυτοπροβολή· όπως σε όλα τα ημερολόγια, έτσι και στα ηλεκτρονικά επιδίδονται στο κυνήγι της ηδονής που πηγάζει από το «outing» [«τα βγάζω στη φόρα»]. Ο εθιστικός χαρακτήρας όλης αυτής της δραστηριότητας είναι ολοφάνερος· δεν πρόκειται όμως για εξάρτηση από ναρκωτικά αλλά από μια ουσία ονόματι «κοινοποίηση του εαυτού μου».

Το ιντερνετικό ύφος στο Web 2.0 είναι άμεσο, ερεθιστικό, προσωποποιημένο, επείγον, σύντομο, έγκαιρο, απλό, εριστικό, οιονεί θρησκευτικό, ανοιχτά μεροληπτικό. Σε ιστοσελίδες διαμορφωμένες όπως το MySpace και το YouTube αυτό το εξομολογητικό ύφος επεκτείνεται και στον κόσμο των εικόνων: Broadcast Yourself! [εκπέμψτε τον εαυτό σας]. Θα μπορούσε κανείς να μιλήσει για έναν νέο προτεσταντισμό του Ίντερνετ: «disinter-mediation» [«άρση της διαμεσολάβησης»] είναι το αμερικανικό αγωνιστικό σύνθημα αυτής της εικονικής Μεταρρύθμισης. Πρόκειται για τον αποκλεισμό του ιερατείου των πληροφοριών, δηλαδή των συντακτών, παραγωγών, δασκάλων.

Παλαιότερα οι ταλαντούχοι αναζητούσαν ευκαιρίες να παραγάγουν κάτι και να το δημοσιεύσουν· σήμερα, αντιθέτως, η ψηφιακή τεχνική της δημοσιότητας αναζητεί τα ταλέντα. Θα έτεινε κανείς να πει: μόνον η αγάπη[19] μετράει – ο ερασιτέχνης. Υπό τις συνθήκες αυτές η φρόνηση και η παραφροσύνη επιτείνονται αμοιβαία. Κάθε τρέλα έχει την ιστοσελίδα της. Θα μπορούσαμε να μιλήσουμε για ένα επικοινωνιακό cocooning [κουκούλιασμα].* Ομόφρονες[20] συναντώνται στο δίκτυο για να καλλιεργήσουν τον

* Cocooning: όρος που δηλώνει την τάση απόσυρσης των ατόμων στο σπίτι τους και αποφυγής των κοινωνικών εκδηλώσεων. (Σ.τ.Ε.)

«ομοϊδεατισμό» τους [«likemindedness»]. Ακόμη και όποιος δεν θέλει να επικοινωνήσει μπορεί να εκμεταλλευθεί την προσφορά της παραμετροποιημένης επικοινωνίας [«customized communication»] και να αναζητήσει την άνεση και τη ζεστασιά ενός κουκουλιού της πληροφόρησης – αντί να διαβάζει τη *The Daily Mirror* διαβάζει τη *The Daily Me* [Το καθημερινό εγώ], μια εφημερίδα κομμένη και ραμμένη στα μέτρα των αναγκών του πελάτη.

Αλλά και κάθε αλήθεια έχει την ιστοσελίδα της: Wikipedia, η αυτοοργάνωση της γνώσης των μη ειδικών. Όπως στην αστική δημοσιότητα του 18ου αιώνα, παρατηρούμε και στην εποχή του Ίντερνετ την αυτοοργάνωση της κρίσης των μη ειδικών. Στο τέλος του βιβλίου θα επανέλθουμε διεξοδικά σε αυτό το σημείο.

Όλα αυτά έχουν συνέπειες για την αντίληψή μας σχετικά με τη δημοσιότητα. Όποιος θέλει να επιμείνει σήμερα σε μια έννοια κριτικής αστικής δημοσιότητας θα διαπιστώσει μια κατάπτωση του Τύπου. Οι εφημερίδες είναι σήμερα τόσο όμοιες μεταξύ τους όπως και τα κόμματα για τα οποία γράφουν. Δεν υπάρχουν πλέον μέτωπα· η κριτική φαίνεται πως έφθασε στο τέλος της. Γι' αυτή την κατάπτωση του Τύπου υπάρχουν πολλοί λόγοι. Ένας ειδικός στην οικονομική των επιχειρήσεων θα επισημάνει προπάντων την ίσως μη αντιστρέψιμη απώλεια των αγγελιών στις εφημερίδες. Κάποιοι επικοινωνιολόγοι παραπέμπουν στον ανταγωνισμό άλλων, νεότερων μέσων και τις μορφές δημοσιογραφίας online όπως τα blogs και τα indymedia. Οι κοινωνικοί κριτικοί μιλούν για τη δημοκρατία των μέσων και επικρίνουν μορφές διαφθοράς όπως ο «embedded journalism».* Ο σοβαρός Τύπος παραπονιέται και αυτός για την ακάθεκτη προέλαση του

* Όρος που αναφέρεται σε δημοσιογράφους οι οποίοι ενσωματώνονται σε στρατιωτικές μονάδες και τις ακολουθούν στις πολεμικές επιχειρήσεις. Αν και παραπέμπει σε μια καθιερωμένη πρακτική του πολεμικού ανταποκριτή, διαπλάστηκε κατά τη διάρκεια του Πολέμου στο Ιράκ το 2003. (Σ.τ.Ε.)

infotainment [πληροφόρηση-διασκέδαση], του τοκ σόου και της επιθεώρησης.

Αυτό μπορεί να κατανοηθεί επίσης μόνον ιστορικά. Πώς εξηγείται άραγε το διαφωτιστικό πάθος, το κριτικό ήθος της κλασικής δημοσιογραφίας; Στο ωραίο βιβλίο του με τίτλο *Factual Fictions*, ο Lennard Davis έδειξε ότι τον 17ο αιώνα δεν υπήρχε σημαντική διαφορά μεταξύ γεγονότων και μυθοπλασιών. Μόνο με την εμφάνιση της νουβέλας, που φιλοδοξεί να αναφέρει αληθινά γεγονότα, δημιουργείται μια αμφίσημη και κατά συνέπεια εξελικτικά πλούσια σε συνέπειες μορφή:[21] μια μυθοπλασία κοντά στα γεγονότα, η οποία δεν παραδέχεται τον μυθοπλαστικό της χαρακτήρα. Και τώρα ο αναγνώστης πρέπει να μαντέψει: είναι αλήθεια ή ψέμα; Τονίζεται και μια άλλη πλευρά, ότι αυτό που αναφέρεται είναι κάτι νέο. Αυτός ο λόγος περί του νέου λαμβάνει αργότερα δύο ξεχωριστές μορφές: τη δημοσιογραφία και το μυθιστόρημα. Η αφήγηση διασπάται λοιπόν σε πραγματικά γεγονότα (δημοσιογραφία) και μυθοπλασία (μυθιστόρημα). Η νέα ενότητα που προκύπτει από την ανωτέρω διαφορά είναι η ιδεολογία.

Ο Nietzsche νοούσε τη φιλοσοφία του ως τη *διδασκαλία στον αντίποδα κάθε δημοσιογραφίας*.[22] Γι' αυτόν η παρακμή του νεότερου κόσμου, ο ίλιγγος της βιασύνης και του αιφνίδιου, ενσαρκώνεται στην *αχρειότητα του δημοσιογράφου, του δούλου των τριών M: des Moments, der Meinungen und der Moden* [της στιγμής, της γνώμης και της μόδας]. Και το 1925 ο γλωσσολόγος Hermann Ammann παρατηρεί ότι μπαίνει κανείς στον πειρασμό *να πιάσει ένα φύλλο εφημερίδας και να ρωτήσει ποιος άραγε μιλάει εδώ σε «μας»*[23] *(σε ποιον;)*. Το 1927 ο φιλόσοφος Martin Heidegger δίνει την απάντηση: ο Man [τις, κάποιος, οι πολλοί] μιλάει με τον εαυτό του. Τη ροή δεδομένων των πληροφοριών, των γνωμών και της διαφήμισης, την αποκαλεί φλυαρία [Gerede].[24] Επικοινωνία σημαίνει ουσιαστικά το εξής: συνεχίζουμε να μιλάμε – αργότερα ο κοινωνιολόγος Niklas Luhmann θα πει: επικοι-

νωνία σημαίνει περαιτέρω επικοινωνία. Τη φλυαρία τη νοιάζει μονάχα να λέγονται λόγια.

Αν κάνουμε μερικά βήματα πίσω και κρατήσουμε σε απόσταση τόσο τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεται τον εαυτό της η κλασική δημοσιογραφία με το διαφωτιστικό της πάθος όσο και τη φιλοσοφική κριτική, μπορούμε να διακρίνουμε τρεις κοινωνικές λειτουργίες του παραδοσιακού Τύπου. Η εφημερίδα, πρώτον, φρόντιζε για την ημερήσια διάταξη της τοπικής κοινότητας. Δεύτερον, ήταν το οργανωτικό μέσον των ελίτ. Και, τρίτον, η εφημερίδα γέμιζε το κενό της «volonté générale» [γενικής βούλησης] – λέξη κλειδί: κοινή γνώμη. Σύντομα θα επανέλθουμε σε αυτά τα σημεία.

Τι απέγινε όμως η κλασική δημοσιογραφία την εποχή των νέων μέσων; Η ψηφιακή επεξεργασία όλων των δεδομένων επέτρεψε ασφαλώς για πρώτη φορά στην ιστορία του πολιτισμού τον συνδυασμό όλων των μέσων παράστασης των δεδομένων. Έτσι όμως τα παλαιά μέσα δεν απωθούνται από τα νέα, αλλά εντάσσονται σε γενικότερα πλαίσια λειτουργίας. Μπορούμε λοιπόν να υποθέσουμε ότι ειδικά τα παλαιά μέσα, όπως η εφημερίδα, θα αναπτύξουν μια νέα αυτοαντίληψη. Δεν αναμένεται δηλαδή ένας κανιβαλισμός των μέσων αλλά ένα χαρούμενο μείγμα μέσων.

Για τα έντυπα ως μέσα τα νέα μέσα δεν αποτελούν θανάσιμο κίνδυνο, αλλά τα αναγκάζουν να επανατοποθετηθούν, να αναλογισθούν τα δικά τους ισχυρά σημεία ως έντυπα. Τα έντυπα προϊόντα έχουν αναντικατάστατες υλικές ιδιότητες που μπορούν να βελτιστοποιηθούν: είναι εύχρηστα, διαβάζονται εύκολα, προσφέρουν μια γρήγορη γενική εικόνα, είναι ψηλαφητά, μπορούμε να τα πετάξουμε. Αυτό το πλεονέκτημα θα το έχουν πάντοτε οι εφημερίδες και τα περιοδικά του online κόσμου – και αυτό θα τους επιτρέψει να επιβιώσουν.

Οι εφημερίδες και τα περιοδικά πρέπει να ορίσουν τα ίδια τη νέα τους λειτουργία μέσα στο μείγμα των μέσων – σε ιδανική περίπτωση ως ένα επικοινωνιακό συνεχές μεταξύ παραδοσιακού

hard copy [υλικό αντίγραφο] και εμφάνισης online. Και φυσικά ενόψει των ιδιόμορφων πολιτιστικών τεχνικών των εφήβων. Navigation, σερφάρισμα και Channel-Hopping [γρήγορο ζάπινγκ] είναι νέες συνήθειες ανάγνωσης που διαφέρουν ριζικά από την παραδοσιακή, προσεκτική, γραμμική ανάγνωση. Ο τρόπος πρόσληψης των εφήβων είναι περισπασμένος, πολυδιάστατος, μοιάζει με μωσαϊκό, ακολουθεί την αρχή της ηδονής και βρίσκεται υπό την πίεση του χρόνου. Η προσοχή είναι ο πιο σπάνιος πόρος τους.

Σήμερα είναι βέβαια τεχνικά δυνατό να κόβει και να ράβει κανείς τις εφημερίδες ανάλογα με τα άτομα, δηλαδή να διακινεί περιοδικά ειδικού ενδιαφέροντος. Αυτό ωστόσο προϋποθέτει ότι οι αναγνώστες ενδιαφέρονται μόνο για τα δικά τους ενδιαφέροντα και είναι σε θέση να τα κατονομάζουν, πράγμα που αποτελεί εξαίρεση. Γενικά δηλαδή δεν ξέρω τι θέλω να ξέρω. Και αυτή η κατάσταση γίνεται όλο και πιο δραματική με την πλημμυρίδα των δεδομένων.

Η εφημερίδα στα μέτρα των ατόμων είναι άλλωστε προβληματική, συν τοις άλλοις, επειδή εμπλέκει τον αναγνώστη σε ένα πληροφοριακό κουκούλι όπου η εμπειρία νέων πραγμάτων, που συνδέεται με τη διαφωνία, είναι σχεδόν αδύνατη πλέον. Μία από τις ουσιώδεις κοινωνικές λειτουργίες της κλασικής εφημερίδας ήταν, ως γνωστόν, να φέρνει τον αναγνώστη αντιμέτωπο με αποκλίνουσες γνώμες,[25] να του προσφέρει θέματα και ιδέες που δεν επέλεξε ο ίδιος – δηλαδή πολιτισμό.

Όπως περίπου το εντελώς παθητικό μέσον τηλεόραση, έτσι και η ανάγνωση της εφημερίδας είναι μια τελετουργία. Πολλοί χρειάζονται την εφημερίδα όπως τον πρωινό καφέ. Δεν θα έπρεπε να αφήσουμε το φάντασμα του διαδραστικού καταναλωτή, που στήνει μπροστά μας η βιομηχανία λογισμικού, να μας ρίχνει στάχτη στα μάτια και να μη βλέπουμε την τετριμμένη πραγματικότητα της καθημερινής ζωής. Το διάβασμα εφημερίδων μόνο σε εξαιρετικά σπάνιες περιπτώσεις είναι μια αναζήτηση πληροφο-

ριών, σχεδόν πάντοτε όμως ένα ηδονικό ξεφύλλισμα· οι άνθρωποι αρέσκονται να τους ταΐζουν ειδήσεις από όλον τον κόσμο.

Η ιδέα, αντί να διαβάζει κανείς εφημερίδες, «να μπαίνει στο Ίντερνετ» είναι μια ψευδοεναλλακτική λύση. Ο πληροφοριακός χώρος της κουλτούρας του Ίντερνετ, όπως θα έλεγαν οι μαθηματικοί, έχει άπειρες διαστάσεις. Δεν έχει δηλαδή μια φυσική τοπογραφία. Ο κυβερνοχώρος δεν είναι μια εδαφική περιοχή που θα μπορούσε να χαρτογραφηθεί. Μπορούμε να το πούμε και ως εξής: δεν υπάρχουν «φυσικές» μορφές αναπαράστασης στον Cyberspace [κυβερνοχώρο]· γι' αυτό τον λόγο απαιτούνται μεταφορές για τη διαμόρφωση των δεδομένων. Θα μπορούσε να μιλήσει κανείς για την ανάγκη χρήσης μεταφορών ως τρόπων έκφρασης του πληροφοριακού χώρου με τις άπειρες διαστάσεις. Και αυτό σημαίνει επίσης ότι δεν μπορεί να αναπαρασταθεί χωρίς τις βοηθητικές κατασκευές των παλαιών μέσων.

Τα παλαιά μέσα χρησιμεύουν ως μεταφορικά βοηθήματα προσανατολισμού στην ψηφιακή περιοχή. Είναι γνωστό ότι υπάρχουν ψηφιακά γραφεία, ψηφιακοί χαρτοφύλακες, ψηφιακοί κάλαθοι αχρήστων, αλλά και ψηφιακά zooms ή ψηφιακά «δομικά συστατικά». Αυτό σημαίνει ότι δεν γίνεται χωρίς τη σταθερή ψευδαίσθηση γνώριμων κόσμων, επειδή ο ψηφιακός χώρος δεδομένων δεν προσφέρει δυνατότητες προσανατολισμού. Κατά συνέπεια, η ίδια η εξέλιξη των μέσων πρέπει να φροντίσει για μια ανθρώπινη αντιστάθμιση των μετα-ανθρώπινων απαιτήσεων τις οποίες θέτει.

Έτσι μπορούμε να υποθέσουμε ότι η σημασία των έντυπων μέσων για τη ζωή θα αυξηθεί ακόμη περισσότερο στο μέλλον. Και οι νέες λειτουργίες των παλαιών μέσων στο πλαίσιο των ψηφιακών συνδυασμένων μέσων μπορούν να καθορισθούν με πολύ απλό τρόπο: παρέχουν την παρηγοριά του ευσύνοπτου· προσφέρουν μια μορφή για όσους ζητούν ένα νόημα· παράγουν επιστημονικούς μύθους προσανατολισμού· χρησιμεύουν στη μείωση της πολυπλοκότητας· και είναι απαραίτητες ως μεταφορές που χρησιμοποιούνται σαν όργανα πλοήγησης στον χώρο των πληροφοριών. Προπάντων τα βιβλία ενσαρκώνουν την ιδέα της τάξης του όλου. Και έτσι θα μπορούσε κανείς να πει: το βιβλίο είναι η κιβωτός του Νώε μέσα στον κατακλυσμό του νοήματος.