

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΟΧΗΣ



*But soft! What light through
yonder window breaks?
It speaks, and yet says
nothing.*

Τί θα μας έλεγε κάποιος/α αν υποστηρίζαμε πως η παραπάνω φράση- γνωστή από τη σκηνή του μπαλκονιού στο *Ρωμαίος και Ιουλιέτα*- αναφέρεται στο φως από το έξυπνο κινητό μας; Δεν θέλουμε να μεταφέρουμε τον Σαίξπηρ στα στενά μπαλκόνια μας, αν και κάτι μας λέει πως θα τον εξίταραν οι επαφές στην εποχή της κοινωνικής αποστασιοποίησης. Μάλλον κάτι άλλο θέλουμε να πούμε. Προηγείται να προσπαθήσουμε να καταλάβουμε πως η προσδοκία της εμφάνισης του οτιδήποτε στη φωτεινή μας οθόνη, κάνει το φως της να σημαίνει ακόμα κι αν δεν μας λέει τίποτα. Εμείς περιμένουμε εκεί. Περιμένουμε κάτι να φανεί· γι' αυτό και ξεγελιόμαστε κάθε φορά που το φως του δωματίου αντανakλά στην κατά τα άλλα σκοτεινή επιφάνεια. Αν, λοιπόν, είμαστε εμείς που βλέπουμε αυτό το φως γιατί προσμένουμε κάτι να μας πει, αυτό μιλά και δεν λέει τίποτα γιατί εμείς είμαστε το ζήτημα. Εμείς και η προσμονή μας. Στεκόμαστε στον Ρωμαίο, για να ισχυριστούμε πως η προσμονή μας να συμβεί κάτι πίσω από τις κουρτίνες της σκοτεινής μας οθόνης, μετράει. Μετράει και μετριέται.

Στο άρθρο της *NY Post* με τίτλο «Amount of time Americans spend staring at screens has skyrocketed during pandemic» (02.09.2020), διαβάζουμε πως κατά τη διάρκεια της 1ης καραντίνας οι Αμερικάνοι κατά μέσο όρο περνούσαν ό ώρες την ημέρα μπροστά στην οθόνη τους. Και για να μη σας αφήσουμε να ανασύρετε από τα βάθη του μυαλού σας στερεότυπα για χαζά αμερικανάκια κοκ, θα προσθέσουμε στον παραπάνω εξωφρενικό αριθμό τα αποτελέσματα της έρευνας της *Tefficient* για το ελληνικό κράτος. Εκεί διαβάζουμε πως στην ελληνική επικράτεια η χρήση gigabytes ανά κάρτα sim αυξήθηκε κατά 86% για το 2020. Την ίδια χρονιά, οι κάτοικοι του ελληνικού κράτους πέρασαν 4,6 δις ώρες μπροστά στην οθόνη τους. Το οποίο, με πρόχειρα μαθηματικά, σημαίνει 191,6 εκ. μέρες, ό, 38 εκ. μήνες ή 532.407,4 χρόνια μπροστά σε οθόνες κινητών. Να σημειώσουμε εδώ πως η μελέτη έγινε σε κινητά με λογισμικό android. Γεγονός που κάνει το νούμερο αισθητά μεγαλύτερο στην πραγματική του διάσταση.

Ας προσθέσουμε και μια παράλληλη διάσταση. Οι αρχές της Κίνας ανακοίνωσαν στις 17

Δεκεμβρίου του πως δεν επιτρέμηναν ανηλικιότητα (Bing) αποκλεισμός έχει μέσα στην τελευταία για τη Google, τη LinkedIn, τη YouTube, αρκετές ακόμα πλατ- εφαρμογές. Παράλληλα μέσα στο 2021, η Apple αναγκάστηκε από το κινεζικό κράτος να αποθηκεύει τα δεδομένα που αφορούν τους Κινέζους πελάτες της εντός της Κίνας. Η απομάκρυνση των δυτικού καπιταλισμού των δεδομένων κοστίζει. Γι' αυτό και χρειάζονται την προσοχή μας.

Σκεφτείτε ξανά τη σκηνή του μπαλκονιού τώρα. Πέρα από τη διάχυση της βλακειάς τύπου «Μένουμε σπίτι», «οι Κινέζοι φταίνε για τον ιό», «θα πεθάνουμε όλοι» είχε και μια δεύτερη εξίσου σημαντική και αλληλοτροφοδοτούμενη με τη βλακειά διάσταση: οι καραντίνες - και η κοινωνική αποστασιοποίηση- ήταν για τις κοινωνικές μας σχέσεις, ό, τι ήταν τα capital controls για τους μισθούς μας. Όπως το ψηφιακό χρήμα ανανέωσε τις υπό κατάρρευση ελληνικές τράπεζες, έτσι και η ψηφιακή κοινωνικότητα μας· ναι, αυτή που μετριέται σε χρόνο μπροστά στην οθόνη των έξυπνων κινητών, έδωσε νέους πόρους για τον κύκλο εργασιών που τρέφεται με δεδομένα. Η προσοχή μετράει και μετριέται σε data.

Μπορούμε να ισχυριστούμε, λοιπόν, πως μέσα στην περίοδο 2020- 21 η «δύναμη θέασης» -το βλέμμα μας που χάζευε την οθόνη του υπολογιστή, της τηλεόρασης, την τοποθέτηση προϊόντων στον κινηματογράφο αλλά και τις βιτρίνες των καταστημάτων και τους ανθρώπους γύρω του- εκπαιδεύτηκε να προσέχει περισσότερο τους ψηφιακούς φαινότυπους των ανθρώπων (τα προφίλ τους στα σόσιαλ μίντια εννοούμε) και δίπλα τους νέα στυλ προς πώληση, νέες στάσεις ζωής, συμπεριφορές κ.λπ.. Και, αντίστροφα, αυτός ο νέος προσανατολισμός της «δύναμης θέασης» μας έγινε μετρήσιμο αντικείμενο για τους ειδικούς του μάρκετινγκ. Έγινε δεδομένα προς επεξεργασία. Η πρώτη ύλη που πληρώνει τους ιδιοκτήτες των νέων μίντια και τους ειδικούς του μάρκετινγκ.

2 0 2 1
που στην
προώ-
την προώ-
Παρόμοιοι
σ υ μ β ε ί
δ ε κ α ε τ ί α
Facebook, τη
τη Netflix και
φόρμες ή

Ο Ζαν Μπαπτίστ Ντε Λα Σαλ (1651- 1719) ισχυριζόταν πως προκειμένου τα παιδιά, που μά- ζευε η καθολική εκκλησία από το δρόμο και τα εξανάγκαζε να ακούνε τα κηρύγματα των παπά- δων, να προσέχουν αυτά που τους λένε στην τάξη, έπρεπε να κάθονται σε θρανία που επιβάλλουν μια συγκεκριμένη στάση στο σώμα. Πρέπει να το οριοθετούν ώστε το βλέμμα να προσανατολίζεται προς τον καθηγητή τους. Με τον ίδιο τρόπο, ο εγκλεισμός στο σπίτι επέβαλε στο μυαλό αλλά και στον αυχένα μας μια στάση προσανατολισμένη προς το κινητό μας. Επέβαλε στα μάτια μας να προσέχουν συγκεκριμένες φωτεινότητες και να αδιαφορούν για άλλες. Το φως που βγαίνει από την οθόνη δεν θα μιλούσε καν αν οι μπάτσοι και οι έξι κωδικοί δεν φρουρούσαν τον εγκλεισμό μας. Η καραντίνα και η ανία της οικιακής κλεισούρας μετέτρεψε το φως της οθόνης σε πολυαγαπημένο φως που βγαίνει από το παράθυρο. Δεν επιλέξαμε τον προσανατολισμό της δύναμης θέασης μας, αναγκαστήκαμε να κοιτάμε το κινητό όταν το 1 1 1 μπήκε σφυρίζοντας στη λίστα των επαφών μας.

Δεν είναι κρυφό. Ο καπιταλισμός αναδιάρ- θρώνεται με μπάτσους και στρατό. Δεν είναι κρυφό επίσης πως αναδιάρθρώνεται και με τη συναίνεση μας. Αναδιάρθρώνεται και μας αλλάζει ώστε να είμαστε η πρώτη ύλη της αναδιάρθρωσής του. Δεν χρειάζεται να αποχωριστούμε από τους ψηφιακούς φαινότυπους μας, δεν χρειάζεται να διακόψουμε τη σταθερή επικοινωνία με τις φίλες/ ους που ζούνε μακριά· είναι, όμως, περισσότερο απαραίτητο από ποτέ να στρέψουμε αλλού του βλέμμα, χρειάζεται πριν κάνουμε λάικ να γνωρί- σουμε ή να περιμένουμε το φως που βγαίνει από κάποιο μπαλκόνι χωρίς να το φωτογραφίσουμε. Δεν είναι ρομαντισμός. Είναι πολιτική προτεραιό- τητα και κοινωνική ανάγκη: να μην ξεχάσουμε όσα ξέρουμε. Η παλιά γνώση της «αναλογικής μας κοινωνικότητας» είναι περισσότερο απαραίτητη από ποτέ στην «ψηφιακή εποχή». Να αντικατα- στήσουμε την πολιτική οικονομία της προσοχής στα έξυπνα κινητά με την πολιτική οικονομία της εστίασης στις ανάγκες της κοινωνικότητάς μας. Κι ας αφήσουμε το φως να μιλάει χωρίς να το ακούει κανείς/καμιά.