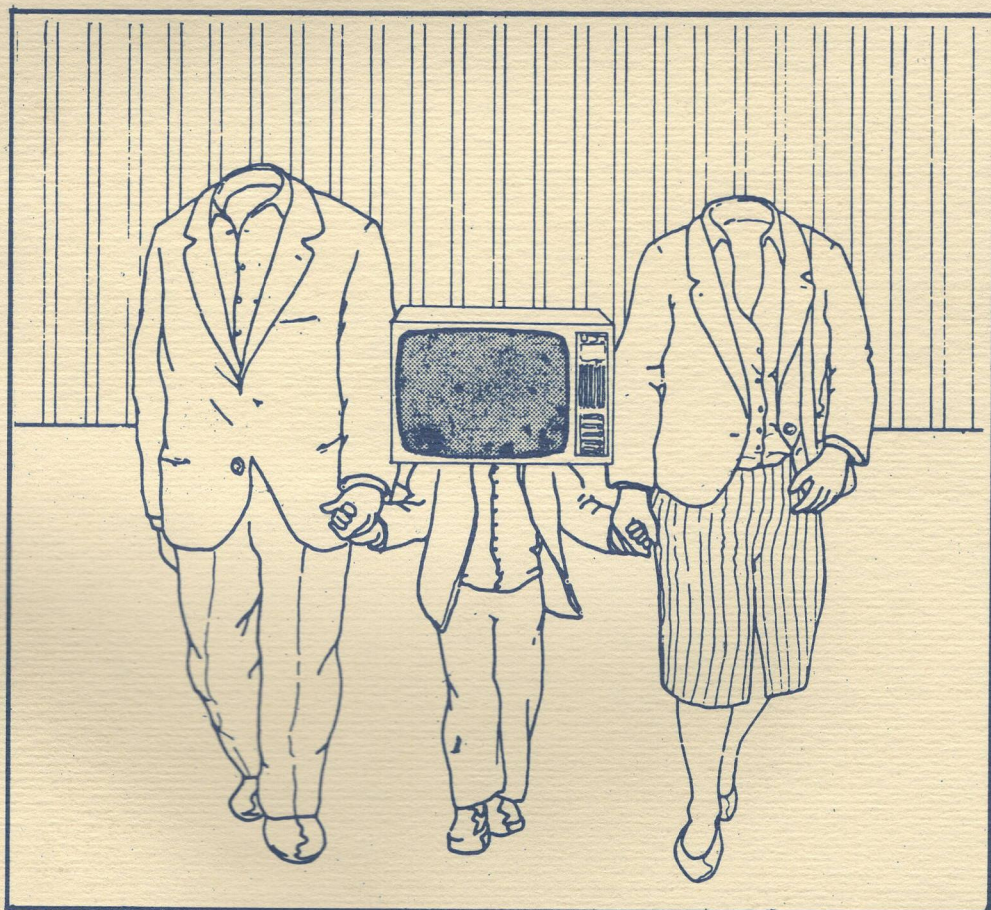


7 ΜΕΡΕΣ TV

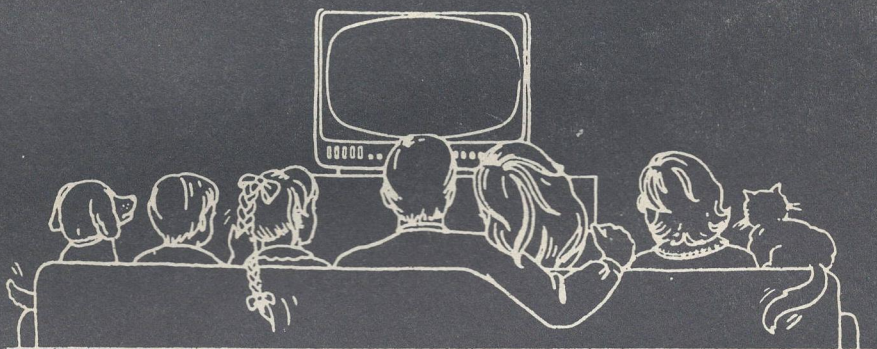


**ΕΠΤΑΗΜΕΡΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΝΑ
ΚΑΤΑΣΤΡΕΨΕΤΕ ΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΣΑΣ**



Η Τηλεόραση, και μόνο με την παρουσία της, συνιστά τον κοινωνικό έλεγχο στο σπίτι. Δεν είναι αναγκαίο να φανταστούμε αυτόν τον έλεγχο σαν το περισκόπιο του καθεστώτος που κατασκοπεύει την ιδιωτική ζωή των πάντων, γιατί η τηλεόραση είναι ήδη καλύτερη απ' αυτό: εξασφαλίζει πως οι άνθρωποι δεν θα μιλούν πλέον μεταξύ τους, πως θα είναι οριστικά απομονωμένοι μπροστά σε δηλώσεις χωρίς απόκριση.

Jean Baudrillard



ΔΕΥΤΕΡΑ

Το θέμα δεν είναι τι βλέπεις – Το θέμα είναι ότι βλέπεις

Τηλεόραση βλέπεις σε σκοτεινά δωμάτια. Μερικοί αφήνουν αναμμένα τα χαμηλά φώτα, ή τις αχτίδες του ήλιου να μπαίνουν απ' τα παντζούρια, όταν όμως βλέπουμε τηλεόραση, απαιτείται να είναι η συσκευή το φωτεινότερο αντικείμενο στο χώρο, διαφορετικά δεν μπορούμε να τη δούμε καλά. Προκειμένου να ενισχυθεί η επίδραση, οι άλλοι ήχοι περιορίζονται, όπως ακριβώς και το φως – είτε είσαι μόνος, είτε μαζί με άλλους, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην ησυχία, μια και η συζήτηση αποσπά την προσοχή από τη συσκευή. Ξέχνα τους ανθρώπους, το φως, τους ήχους και τον υπόλοιπο κόσμο.

Το ίδιο σου το σώμα είναι μέρος αυτής της διαδικασίας – επιλέγεις τη στάση που επιτρέπει τη μεγαλύτερη άνεση και τη λιγότερη κίνηση. Η καρδιά χτυπάει αργά, πολύ αργά, ακόμη και τα εγκεφαλικά κύματα προοδευτικά καταλήγουν σ' έναν αργό, σταθερό ρυθμό.

Την ώρα που βλέπεις τηλεόραση οι αισθήσεις του σώματος σου είναι στην πλέον στατική κατάσταση για τη μεγαλύτερη περίοδο, απ' ότι σε οποιαδήποτε άλλη εμπειρία της ζωής, εκτός από τον ύπνο. Τα μάτια σου κινούνται λιγότερο την ώρα που βλέπεις απ' ό,τι σε οποιαδήποτε άλλη στιγμή. Ο μηχανισμός της συγκέντρωσης παγώνει – κι αυτό τοποθετεί το θεατή σε μια κατάσταση συγγενή με το καρφωμένο, απλανές βλέμμα της αναισθησίας και υποβιβάζει όλες της πληροφορίες σε μια και μόνη διάσταση. Ταυτόχρονα και η όσφρηση, η γεύση και η αφή περιορίζονται.

Οι υπολειπόμενες αισθήσεις δεν μπορούν να επωφεληθούν από την πληθώρα των πληροφοριών που συνήθως επιστρατεύουμε για να αντιληφθούμε το περιβάλλον μας. Κάθε σημασία προκύπτει από ένα πολύ στενό πεδίο πληροφοριών. Σε πειράματα τεχνητής στέρησης των αισθήσεων, τα υποκείμενα μπορούν να συγκεντρωθούν μόνο στις εικόνες του μυαλού τους και σπάνια είναι δεκτικά στα εξωτερικά ερεθίσματα. Η τηλεθέαση προσομοιάζει παράξενα σ' αυτήν την κατάσταση, μόνο που οι εικόνες δεν είναι δικές σου. Είναι κάποιου άλλου.

Όταν βλέπεις τηλεόραση δε βλέπεις εικόνες, βλέπεις τη λάμψη 300.000 κουκίδων. Φαίνεται πως είναι συνεχώς αναμμένες, στην πραγματικότητα όμως σβήνουν όλες 30 φορές το δευτερόλεπτο, δημιουργώντας ένα δυσδιάκριτο τρεμοπαίξιμο όπως του φθοριούχου φωτός, γιατί ο εγκέφαλος μπορεί συνειδητά να αναγνωρίσει εικόνες 10 φορές το δευτερόλεπτο. Καθ' όλη τη διάρκεια των τεσσάρων ή παραπάνω ωρών που ο μέσος άνθρωπος βλέπει καθημερινά τηλεόραση, η επαναλαμβανόμενη διαδικασία κατασκευής εικόνων από κουκίδες, παρακολούθησης των διαδοχικών εικόνων και δόνησης στο ρυθμό της συσκευής, όπως και ο ηλε-





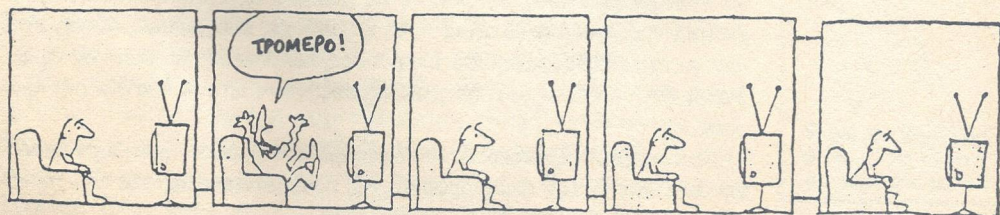
κτρονικός ρυθμός, συνεχίζονται διαρκώς... τελικά το συνειδητό μυαλό παραιτείται από την προσπάθεια να παρακολουθήσει τη διαδικασία και αφήνεται στην εμπειρία, ανοίγεται σε ο,τιδήποτε θέλει να εμφυτεύσει σε αυτό η συσκευή. Η χρόνια επανάληψη ενισχύει την επίδραση.

Οι εικόνες στην πραγματικότητα δεν υπάρχουν – είναι μόνο μια σειρά από κουκίδες που δεν μπορείς να τις παρατηρήσεις όπως θα παρατηρούσες ένα άλλο πρόσωπο. Κι αφού οι άνθρωποι συνηθίζουν στο επαναλαμβανόμενο ερέθισμα του φωτός, ο εγκέφαλος αποφασίζει ότι δε συμβαίνει τίποτα το ενδιαφέρον – τουλάχιστον τίποτα για το οποίο κάτι μπορεί να γίνει – και παραιτείται από την επεξεργασία των πληροφοριών που προσλαμβάνει. Οι πληροφορίες της τηλεόρασης εισέρχονται αφιλτράριστες και ως όλο. Μόλις οι εικόνες μπουν μέσα σου, καταγράφονται στη μνήμη σου. Αυτό μπορώ να σου το αποδείξω. Για θυμίσου σε παρακαλώ το Βιονικό Άντρα, τον Κάπτεν Κερκ ή το Σποκ. Δε συνάντησες ποτέ αυτούς τους ανθρώπους (είναι φανταστικοί χαρακτήρες). Τώρα σε παρακαλώ, σβήσε αυτούς τους τηλεοπτικούς ανθρώπους από τη μνήμη σου. Εξαφάνισε τους.

Όλοι ξέρουν ότι οι διαφημίσεις προσπαθούν να μας πείσουν να κάνουμε κάτι: να αγοράσουμε το προϊόν. Ξέρουμε ότι τα πρόσωπα στη διαφήμιση είναι ηθοποιοί σε φανταστικές καταστάσεις – τα ξέρουμε όλα αυτά αλλά πολύ συχνά πράττουμε σύμφωνα με τη διαφήμιση, γιατί η εικόνα του προϊόντος μπαίνει μέσα στο κεφάλι μας και από εκείνη τη στιγμή την κρατάμε – δεν μπορούμε να τη βγάλουμε.

Οι άνθρωποι που έχουν διδαχθεί ή συνηθίσει να ακούν παθητικά τη ζεστή λεκτική επικοινωνία που προέρχεται από την οθόνη της τηλεόρασης, συχνά είναι ανίκανοι να αποκριθούν στα πραγματικά πρόσωπα, γιατί εμφανίζονται με πολύ λιγότερο συναίσθημα απ' ό,τι οι προικισμένοι ηθοποιοί. Ακόμη χειρότερα, χάνουν την ικανότητα να μαθαίνουν από την πραγματικότητα, γιατί οι εμπειρίες της ζωής μοιάζουν πολύ λιγότερο ενδιαφέρουσες από εκείνες που βλέπουν στην οθόνη.

Bruno Bettelheim



ΤΡΙΤΗ

Η τηλεόραση δεν παράγει περαιτέρω θετική σκέψη ή κάποιου είδους πράξη, γιατί δεν απαιτεί κάποια συμμετοχή από την πλευρά του θεατή, εκτός από την παθητική αποδοχή. Η τηλεόραση προβάλλει την ψευδαισθηση των ανθρωπίνων σχέσεων ενώ δεν απαιτεί καμιά ανθρώπινη αντίδραση ή επικοινωνία από σένα, το θεατή (πέρα από το να συνεχίσεις να βλέπεις).

Αφού οι ανθρώπινες δραστηριότητες εξελίσσονται, αυτή θα πρέπει να είναι μια πολύ βαρετή εμπειρία και γι' αυτό οι παραγωγοί της τηλεόρασης οφείλουν να δημιουργούν την εντύπωση πως συμβαίνει κάτι καινούριο, ασυνήθιστο ή τουλάχιστον διαφορετικό.

Αυτό το επιτυγχάνουν παίζοντας εξοργιστικά με τις εικόνες και με το να επιλέγουν θέματα έξω από την καθημερινότητα, που να μπορούν να θεωρηθούν ενδιαφέροντα.

Άνοιξε την τηλεορασίτσα σου και μέτρα τη συχνότητα των «τεχνικών συμβάντων» – κατ, ζουμαρίσματα κλπ. Κάθε τεχνικό συμβάν – κάθε μεταβολή αυτού που θα έβλεπες στην πραγματικότητα – σκοπό έχει να μην αφήσει την προσοχή σου να στραφεί αλλού. Σ' ένα μέσο πρόγραμμα θα εντοπίσεις περίπου 10 τεχνικά συμβάντα το λεπτό. Αυτό σημαίνει ότι, εκείνο που θα ήταν αληθινό, διακόπτεται περίπου κάθε 6 δευτερόλεπτα. Σπάνια υπάρχει περίοδος μεγαλύτερη από 20 δευτερόλεπτα, χωρίς κανένα, κάποιου είδους, κόλπο της κάμερας.



Κάθε φορά που η προσήλωση του θεατή πάει να εξασθενήσει, ένα νέο τεχνικό συμβάν κρατάει το υποκείμενο προσηλωμένο. Αν η κάμερα δεν έκανε καμιά κίνηση και δε γίνονταν διακοπές στο χώρο και στο χρόνο – αν απλά κατέγραφε με όλες τις παύσεις τις συζητήσεις και την εμπειρία της πραγματικότητας – δε θα υπήρχε, πραγματικά, λόγος, ούτε καν να έχεις τηλεόραση. Θα μπορούσες, πολύ απλά, να κλείσεις τη συσκευή και να κάνεις μια πραγματική συζήτηση με ένα πραγματικό πρόσωπο.

Μια σειρά επιδράσεων στον πληθυσμό που βλέπει τηλεόραση αποδόθηκαν σ' αυτήν την παραμόρφωση της πραγματικότητας από την τηλεό-

ραση. Πρώτον είναι υπεύθυνη για την υπερκινητικότητα των νέων – προφανώς αφού γυρίζουν γύρω-γύρω μέσα στο δωμάτιο, προσπαθώντας μάλλον να ανακτήσουν τη μοναδική προοπτική μιας κατάστασης που τους έδειξε η τηλεόραση!

Το πανεπιστήμιο του Σικάγο, που πρόσφατα ολοκλήρωσε μια μελέτη δεκατριών ετών πάνω στην τηλεόραση, κατέληξε στο ότι «όσο περισσότερο βλέπει κάποιος τηλεόραση, τόσο πιο πολύ έχει τάσεις υπνηλίας, βαριέται, είναι λυπημένος, μόνος και εχθρικός». Αν και οι περισσότεροι θεατές βλέπουν τηλεόραση για να ηρεμήσουν, η έρευνα έδειξε ότι οι άνθρωποι ήταν πιο ήρεμοι πριν ανοίξουν την τηλεόραση.

Το μέσο σίγουρα συνεισφέρει στη μείωση του διαστήματος του χρόνου προσοχής και της ικανότητάς μας να ψυχαγωγηθούμε. Η χωρίς προσπάθεια, πάντα ψυχαγωγική εμπειρία της τηλεόρασης, κάνει την πραγματική δραστηριότητα να φαίνεται σε μεγάλο βαθμό μια βαρειά δουλειά. Το ν' αφήσει κανείς την τηλεόραση και να μιλήσει ή να βγει έξω από το δωμάτιο, γίνεται κάτι το δυσάρεστο, κι όλα αυτά είναι αποτέλεσμα των τεχνικών κόλπων. Η πραγματικότητα δεν εντυπωσιάζει πια, **πρέπει να ειπωθεί από δεύτερο χέρι** για να τη ζήσουμε.

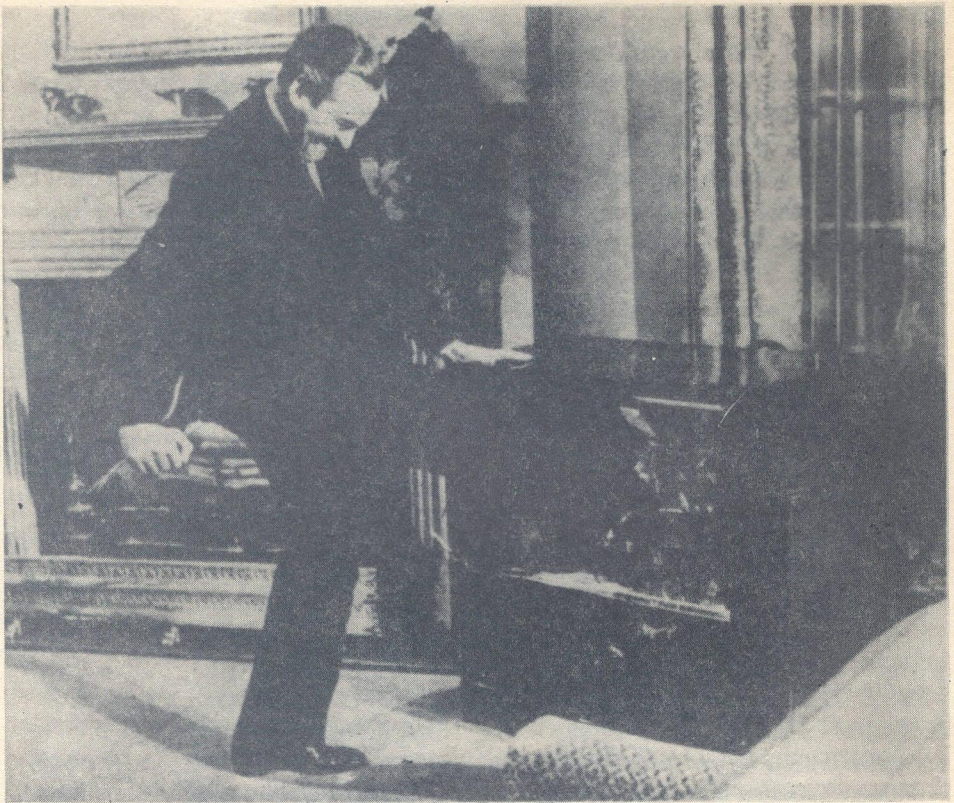
Όταν διαβάει κανείς, νιώθει να λείπουν πολλές πλευρές της αισθητήριας εμπειρίας. Οι αναγνώστες νιώθουν την ανάγκη να μετατρέψουν τις εικόνες σε σάρκα και τα γραπτά σε πράξεις. Η τηλεόραση, αντίθετα, φαίνεται να αυτοεκπληρώνεται. Κάθε τηλεοπτική εμπειρία φαίνεται ξεχωριστή, αυτάρκης, αληθινή, έχοντας κριθεί, παρακινηθεί και κατανοηθεί με όρους αποκλειστικά δικούς της. Έννοιες όπως αιτιότητα και σκοπός εμφανίζονται σαν άσχετες.

Η πιθανότητα να δημιουργεί η τηλεθέαση μια εντύπωση δράσης, ότι βρίσκεται εκεί και ζεις μια εμπειρία, θέτει το ερώτημα: τι επίδραση έχει η συνεχής αναρρόφηση μιας προσομοιούμενης πραγματικότητας στον τρόπο με τον οποίο ο θεατής αντιλαμβάνεται την ίδια την πραγματικότητα; Η τηλεόραση υποκαθιστά μια δευτερεύουσα, διαμεσολαβημένη εκδοχή της εμπειρίας για την άμεση εμπειρία του κόσμου. Όταν η τηλεόραση γίνεται δεκτή ως πραγματική (το μέσο την κάνει να φαίνεται πολύ πιο ενδιαφέρουσα), τότε η διαφορά της από την πραγματικότητα γίνεται δυσδιάκριτη. Ο ίδιος ο πραγματικός κόσμος παίρνει μια ελαφρά απόχρωση φαντασίας, η προσωπική εμπειρία υποτιμάται γιατί δεν καταφέρνει να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις που δημιουργεί η τηλεοπτική «ζωή».

Θολώνοντας τη διάκριση πραγματικού και μη πραγματικού, η τηλεόραση αμβλύνει την ευαισθησία απέναντι στα πραγματικά γεγονότα και η πραγματικότητα μιας κατάστασης ελαττώνεται, ώστε να γίνεται δυνατό να αντιδρά κανείς σ' αυτήν λιγότερο συναισθηματικά και πιο πολύ ως θεατής. Οι άνθρωποι αρχίζουν να φέρονται λες και έχουν να κάνουν με άψυχα αντικείμενα και όχι με ανθρώπινα όντα. Ο άλλος άνθρωπος γίνεται απλώς ένα πράγμα και μπορείς να τον «κλείσεις» μ' ένα μαχαίρι ή ένα όπλο, ακριβώς σαν να άλλαζες κανάλι στην τηλεόραση.

Ένα παιδί 14 χρονών, έχει δει 18.000 ανθρώπους να δέχονται βίαιες επιθέσεις ή να σκοτώνονται στην τηλεόραση. Όμως, και είναι ένα τεράστιο όμως – η πλήρης λογοκρισία της βίας στην τηλεόραση δε θα μείωνε τις αποκτηνωτικές επιδράσεις της τηλεθέασης – έξι ώρες ημερησίως Τέρν και Τζουν φαίνεται να επηρεάζουν την ικανότητα αντίδρασης στην





Ο David Niven σπάει την τηλεόρασή του στο φιλμ «Ευτυχισμένη Επέτειος»

ανθρώπινη πραγματικότητα όσο και ίση ποσότητα προγραμμάτων κατά-φωρης βίας. Ας το δούμε κι έτσι: δεν είναι τόσο η βία στην οθόνη που οδηγεί σε αντικοινωνικά εγκλήματα και βία. Είναι η λαχτάρα να γίνεται συνεχώς κάτι ιδιαίτερο, ο εθισμός από το συνεχή δραματικό παλμό στην οθόνη, που εξομοιώνει το μη δραματικό μ' ένα συναίσθημα ανυπαρξίας. Πολύ συχνά η βία στους δρόμους είναι μια μορφή αυτοψυχαγωγίας. Ένας τύπος που τον λέγαν Romain Gary το είπε αυτό.

Η διάκριση πραγματικού και μη πραγματικού γίνεται δυσδιάκριτη... Οι συνέπειες επανεμφανίζονται στις εφημερίδες και τα δελτία ειδήσεων: Μια γυναίκα περνώντας μπροστά από ένα φλεγόμενο κτίριο λέει στο φίλο της «Μην ανησυχείς, θα γυρίσουν καμιά ταινία για την τηλεόραση». Ένας πιλότος του αμερικάνικου στρατού γυρίζοντας από αποστολή ισοπέδωσης της Βαγδάτης, λέει για τη σφαγή στην οποία πήρε μέρος «Φίλε, ήταν ακριβώς όπως τα δείχνει η τηλεόραση». Ένας άντρας που κατηγορείται για το φόνο ενός εξάχρονου κοριτσιού παρατηρεί «Δεν το ξέρω το κορίτσι, γιατί θα έπρεπε να λυπηθώ γι' αυτό που της συνέβει». Τριανταεφτά άνθρωποι βλέπουν μια νεαρή γυναίκα να δολοφονείται στην αυλή τους και παρακολουθούν παθητικά χωρίς να πηγαίνουν να τη βοηθήσουν σα να ήταν ένα τηλεοπτικό δράμα.

TETARTH

Οι κτηνώδεις και φανερές μέθοδοι για τον περιορισμό της αντίληψης ανήκουν στο παρελθόν. Σήμερα είμαστε απλά συνδεδεμένοι με την τηλεόραση. Απομονωμένοι, ο ένας απ' τον άλλο σε ιδιωτικά αυτοκίνητα και σε μονοπυρηνικές οικογένειες που κατοικούν σε ξεχωριστά σπίτια, βλέπουμε τηλεόραση στο μεγαλύτερο μέρος του ελεύθερου χρόνου μας, με την έννοια της κοινότητας να έχει περίπου χαθεί, ενώ το να μοιραζόμαστε προσωπικές πληροφορίες είναι κάτι το σπάνιο. Και μια και δεν έχουν απομείνει παράθυρα στη ζωή των άλλων ανθρώπων, προσφεύγουμε στην τηλεόραση. Η τηλεόραση γίνεται για τον καθένα ο προσωπικός σύμβουλος, δάσκαλος, καθηγητής και οδηγός καλής συμπεριφοράς. Για σιγουριά, ο έλεγχος της πάνω μας δεν είναι ολοκληρωτικός, αλλά η προφανής ευκολία με την οποία οι άνθρωποι φαίνεται να θέλουν να εσωτερικεύσουν την προοπτική της τηλεόρασης, παραπέμπει μάλλον στην προθυμία τους να αποδεχτούν το λυπηρά ψεύτικο της και το υποκατάστατο της «κοινότητας» όταν έρχονται αντιμέτωποι με τη μοναξιά τους.

Ο Αμερικανός Jack Paar, στην ιδιαίτερα δημοφιλή εκπομπή του «The Tonight's Show», ρώτησε κάποτε την κ. Μίλλερ από το κοινό του σόου γιατί πήγαινε τόσο συχνά στην εκπομπή. Περίμενε ν' ακούσει κάποιο κοπλιμέντο. Αντίθετα η έρμη απάντησή της ήταν «Γιατί νιώθω μόνη». Η μόνη δυνατότητα που είχε ο Πάαρ ήταν να καταφύγει σε διαφημιστικό διάλειμμα νωρίτερα απ' ό,τι είχε προγραμματιστεί.

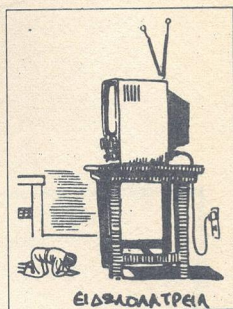
Η απομόνωση μας κάνει να φανταζόμαστε ότι οι άλλοι είναι χαρούμενοι, αναρωτιώμαστε γιατί η ευτυχία μάς διαφεύγει και ψάχνουμε στις διαφημίσεις το κλειδί της ευτυχίας. Είμαστε (υπονοούν οι διαφημίσεις) αυτό που αγοράζουμε και μπορούμε ν' αλλάξουμε τη ζωή μας ξεοδεύοντας λεφτά. Κάθε εμπόρευμα ένα πακέτο υποσχέσεων. Έτσι, μαγικά, αυτόματα: την ευτυχία μπορείς να την έχεις **τώρα αμέσως αν** αγοράσεις το εγγυημένα καλό προϊόν. Στην πραγματικότητα, το προϊόν μπορεί να είναι ο,τιδήποτε, μια και οι διαφημίσεις πλασάρουν το **συναίσθημα** – η ταύτιση δε γίνεται τόσο με αυτό που είναι το προϊόν, όσο με το συναίσθημα που μπορεί να προκαλέσει στον ιδιοκτήτη του.

Ζούμε σ' έναν κόσμο σκληρό, εχθρικό – χρειάζεσαι ασφάλεια – οι υπηρεσίες ασφαλείας, τα συστήματα συναγερμού και τα αποσμητικά θα «σε προστατέψουν».

Απομονωμένος και ανώνυμος; Το «Impulse Manslaughter Plastismell» θα σε οδηγήσει σε απροσδόκητες ρομαντικές συναντήσεις με όμορφους άντρες και όμορφες γυναίκες. Μην καθυστερείς – χωρίς αυτό θα μείνεις ένας ακόμα πληκτικός, απρόσωπος άνθρωπος μέσα στο πλήθος.

Ανησυχείς για την «καλή εικόνα» της τουαλέτας σου; Το αρωματισμένο χαρτί τουαλέτας θα σε βγάλει από αυτό το δίλημμα της σύγχρονης ζωής. Άστο σε μας – μια έγνοια λιγότερη.

Η ευδαιμονία ενός καθαριστικού και όχι του καθαρού πατώματος κουζίνας, «Μμμ... λατρεύω αυτήν την ανοιξιτιάτικη φρεσκάδα».



ΠΕΜΠΤΗ

Μια χούφτα άνθρωποι μιλάνε, οι υπόλοιποι ακούνε

Η τηλεόραση είναι το πιο σημαντικό μέσο της κουλτούρας μας, γιατί για τους περισσότερους ανθρώπους η τηλεόραση *είναι* η κουλτούρα. Ποτέ πριν δεν είχαν τόσοι άνθρωποι, σε τόσα μέρη, συνδεθεί με το ίδιο σύστημα μηνυμάτων, εικόνων και πληροφοριών, συμμετέχοντας παράλληλα τόσο ελάχιστα στη δημιουργία, ή μην έχοντας τη δυνατότητα να επηρεάσουν αυτό το σύστημα.

Η τηλεόραση είναι η κύρια οργανωμένη πηγή από την οποία μαθαίνουμε τι σκέφτονται οι άλλοι άνθρωποι. Συγκροτεί τη βασική πληροφόρηση για τον κόσμο, τους λαούς του και την κοινή γνώμη των λαών του, την οποία χρησιμοποιούμε προκειμένου να αποφασίσουμε για το πώς θα πράξουμε μέσα στη δική μας κοινωνία.

Άλλες πιθανές πηγές πληροφόρησης, όπως η ακαδημαϊκή έρευνα, είναι δύσκολες, απαιτούν πολύ χρόνο και η πρόσβαση σ' αυτές συχνά κοστίζει πολύ. Οι άμεσες, μη διαμεσολαβημένες εμπειρίες πέρα από μια περιορισμένη σφαίρα επαφής, μειώνονται όλο και πιο πολύ και είναι σποραδικές. Όταν οι άνθρωποι βγαίνουν από τα ιδιωτικά τους αυτοκίνητα και μπαίνουν στα σπίτια τους, η τηλεόραση μπαίνει στα μυαλά τους – καλώς ήρθατε στην τεράστια και απεριόριστη δύναμη της τηλεόρασης.

Μια και δεν υπάρχει μια γενική πηγή αντιπληροφόρησης, οι περιορισμένες οπτικές των μέσων γίνονται τα όρια της δικής μας πληροφόρησης. Ένας μικρός αριθμός καθορίζει την κοινή συνείδηση του τι συμβαίνει, τι είναι σημαντικό και τι μπορεί να γίνει. Αμέτρητα γεγονότα φιλτράρονται και δε θα μάθουμε ποτέ τι ήταν, έτσι ώστε να μπορέσουμε να διαμορφώσουμε άποψη γι' αυτά. Ξέρουμε μόνο ό,τι μας δίνεται από αυτούς που είναι προνομιούχοι σε σχέση με τα χρήματα, την πρόσβαση και την εξουσία της θέσης τους. Η τηλεόραση φαίνεται να εξηγεί τα πάντα, αφήνοντας ανέπαφο το μυστήριο της εκλεκτής κυριαρχίας της επάνω μας.

Αυτός που ελέγχει την τηλεόραση καθορίζει την πραγματικότητα για όλους τους υπόλοιπους. Η αλήθεια είναι φυσικά διαθέσιμη – όμως, μόνο για τους φανατικούς. Και αυτό που ανακαλύπτουμε θα είναι μόνο προσωπική γνώση, μια και κανείς άλλος δε θα κλέψει χρόνο από την τηλεθέαση για να μας ακούσει.

Αυτοί που είναι έξω από το κατεστημένο πρέπει να συγκεντρώσουν εκατοντάδες ανθρώπους και να προβούν σε πράξεις σύγκρουσης προκειμένου να καταφέρουν να έχουν μεγαλύτερη (αλλά μάλλον αρνητική) κάλυψη. Από την άλλη, το χρήμα μπορεί να αγοράσει την πρόσβαση στο μυαλό του κοινού (ο Richard Branson, για παράδειγμα).



Καθώς βλέπεις τις ειδήσεις, δεν υπάρχει τρόπος να ξεχωρίσεις την αλήθεια από το ψέμα. Είναι γεμάτες από πληροφορίες που δεν μπορούμε να **ξέρουμε** ότι είναι αληθινές – ο μόνος τρόπος να είμαστε σίγουροι ότι κάτι πράγματι συνέβει είναι να είμαστε παρόντες στο γεγονός. Έτσι πιστεύουμε στην πληροφορία, μια και χωρίς τη γνώση που θα είχαμε περί του αντιθέτου αν είμαστε παρόντες, είναι, πρέπει να είναι αλήθεια. Μ' αυτόν το τρόπο η πραγματικότητα γίνεται πίστη και τότε είναι πλέον δυνατό οι ειδήσεις να υπάρχουν **μόνο** μέσα στα ΜΜΕ και πουθενά αλλού στον πραγματικό κόσμο. Τι ιδέα! Επιτρέψτε μου να το εξηγήσω με ένα παράδειγμα: Τον Απρίλη του 1976, αποκαλύφθηκε ότι οι άνθρωποι της CIA, μια και βρίσκονταν μακριά και δυσκολεύονταν να έρθουν σε επαφή με περιοχές της Αφρικής και της Νότιας Αμερικής, για μεγάλο διάστημα έδιναν εντελώς φανταστικές ειδήσεις σε περισσότερες από 200 εφημερίδες, πρακτορεία ειδήσεων, ραδιόφωνα, τηλεοπτικά δίκτυα και εκδότες.

Αυτές οι ειδήσεις που συμπεριελάμβαναν φανταστικά ένοπλα κινήματα, μεταδίδονταν στα βραδυνά δελτία ειδήσεων. Οι πολιτικές αποφάσεις, όπως η αποστολή στρατευμάτων «στρατιωτικής βοήθειας», πέρνονταν με βάση αυτές τις λανθασμένες πληροφορίες.

Ακριβώς όπως δημιουργεί γεγονότα φανταστικά, η τηλεόραση, μπορεί μαγικά να κάνει κάτι να μη συμβεί. Όντας η πρωταρχική πηγή της πραγματικότητας, ο,τιδήποτε δε συμπεριλαμβάνεται στα δελτία ειδήσεων δε συνέβει ποτέ.

Κοινωνικά και πολιτικά, αποκλείει κάθε αναφορά σε οποιαδήποτε εναλλακτική πρόταση. Μεταδίδει την καθ' όλα διαβρωτική νόρμα, κάτι που προσφέρεται ως ρεαλιστικό δεν μπορεί να είναι ψεύτικο. Ο,τιδήποτε άλλο (η δική μας αντιπληροφόρηση, για παράδειγμα) δεν ακούγεται καθόλου και άρα πρέπει να είναι κάτι το μη πραγματικό. Κι αφού ελέγχει την γνώση, η τηλεόραση κάνει αδύνατο το να φαντάζεται κάποιος μια διαφορετική κοινωνική δομή από το σύγχρονο ρυθμό δουλειά-κατανάλωση-δουλειά-τηλεθέαση-κατανάλωση...



Κάτω από την καταπιεστική δυνατότητα μιας και μόνης άποψης για τον κόσμο, συνηθίζουμε και υιοθετούμε τους τρόπους συμπεριφοράς του συστήματος: ανταγωνισμός, επιθετικότητα, γοητεία, χειραγώγηση... Για

παράδειγμα, οι τηλεθεατές που βλέπουν πολύ τηλεόραση αποδείχτηκε ότι υπερεκτιμούν την έκταση της βίας που εμφανίζεται στους δρόμους. Εν αναμονή της βίας εμπιστεύονται λιγότερο τους άλλους και αντιδρούν επιθετικά σε κάθε νέα γνωριμία – επιβεβαιώνοντας έτσι αυτό που οι κατασκευαστές της ανθρώπινης γνώμης έχουν ήδη παρουσιάσει ως πραγματικότητα (άσχετα απ' το αν αυτό που είπαν ήταν αλήθεια ή όχι).



Η δραστηριότητα την ώρα της ανάπαυσης πρέπει να ανακουφίζει από τη μονοτονία της δουλειάς, χωρίς να κάνει την επιστροφή στη δουλειά ανυπόφορη· πρέπει να προσφέρει διασκέδαση χωρίς οξυδέρκεια και απόλαυση χωρίς ενόχληση... Η μαζική κουλτούρα συνεπώς, κατευθύνεται προς μια κεντρική όψη της βιομηχανικής κοινωνίας: την αποπροσωποποίηση του ατόμου.

Irving Howe «Σημειώσεις Πάνω στη Μαζική Κουλτούρα»

ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ

Πόσες φορές έβαλες τις ειδήσεις και διαπίστωσες ότι στην ουσία τίποτα δεν ήταν καινούριο, απλά κάποιος πολύ σημαντικός – ένας ειδικός φυσικά – έλεγε την άποψή του για το τι συνέβη ή το τι θα μπορούσε να συμβεί;

Οι τηλεοπτικές ειδήσεις είναι ψυχαγωγία' έτσι, δε μεταφέρουν την αλήθεια, αλλά κάτι που φτάνει από μακριά, κάποιες απόψεις για την πραγματικότητα, δραματικά κλισέ, που παρουσιάζονται σαν ειδήσεις. Ο σχολιαστής καταλαμβάνει την οθόνη κατά το μεγαλύτερο διάστημα και, παρότι η εμφάνισή του είναι εντελώς άσχετη με ο,τιδήποτε σχετίζεται με τη σύγχρονη, κοινή μας ιστορία, είναι αποφασιστική για το έργο της ώρας των ειδήσεων, η οποία έχει τη δική της πραγματικότητα με τον σχολιαστή ως τον κεντρικό ήρωα.

Μας χρειάζεται κάποιος από το παρελθόν για να βάλουμε τα πράγματα σε μια σειρά. Όταν ένας διευθυντής της τηλεόρασης είπε κάποτε στον πρόεδρο των ΗΠΑ Χ. Τρούμαν ότι η γραβάτα του δεν ήταν κατάλληλη για την τηλεόραση, ο Τρούμαν τον κοίταξε επίμονα λυπημένος για περίπου δέκα δευτερόλεπτα. «Στ' αλήθεια, έχει σημασία;», ρώτησε. «Γιατί αν ενώ εγώ μιλάω για την Κορέα ο κόσμος συζητάει για τη γραβάτα μου, μου φαίνεται ότι θα έχουμε σημαντικό πρόβλημα».

Οι αμερικανοί βασιλιάδες και κατασκευαστές βασιλιάδων από τότε έχουν μάθει πολύ περισσότερα.

Είναι ένα απλό ζήτημα μάρκετινγκ. Αν μπορείς να παρουσιάσεις τον εαυτό σου σαν να είσαι τα πάντα για όλους τους ανθρώπους, βγες στην τηλεόραση και μην πεις τίποτα, παρά μόνο φρόντισε ν' ακουστεί ευχάριστα, και τότε θα βρεθούν τρεις-τέσσερις άνθρωποι που θα τους αρέσει αυτό που είδαν σε σένα.

Hal Eeny, Σύμβουλος των ΜΜΕ σε καναδούς και αμερικανούς πολιτικούς

Ο τεχνητός κόσμος της τηλεόρασης είναι ιδιαίτερα χρήσιμος στους πολιτικούς και τα πολιτικά τους μηνύματα. Ο λόγος στην τηλεόραση δεν έχει στόχο το ν' ακουστεί – οι λέξεις απλώς γεμίζουν το ηχητικό κενό του χρόνου που μας δίνεται για να κοιτάζουμε τον ομιλητή και τις εικόνες. Ο διάλογος και ειδικά η ανάλυση είναι δευτερεύοντα στοιχεία σε σχέση με το σώου στο θέατρο της συμπεριφοράς. Στην πολιτική συνέντευξη στην πραγματικότητα δεν ακούμε αυτά που λένε οι πολιτικοί. Αντ' αυτού εξετάζουμε προσεκτικά τα πρόσωπά τους για να βρούμε δείγματα αυτοκυριαρχίας ή ανησυχίας. Αυτός είναι ο τρόπος που η τηλεόραση και άρα οι θεατές της εκτιμούν τα πράγματα. Αυτή είναι η «πολιτική αξιοπιστία» – η ακεραιότητα της οπτικής σου εικόνας.

Αξιοπιστία δε σημαίνει ότι πρέπει να πουν την αλήθεια, αλλά μάλλον πόσο μπορούν οι ηγέτες μας να προσποιηθούν επιτυχώς ότι πιστεύουν αυτό που λένε.

Κατά τη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας για τις προεδρικές εκλογές στις ΗΠΑ το 1980 αφιερώθηκε περισσότερος χρόνος στη συζήτηση γύρω από το αν ο Ρέγκαν είχε βάλει τα μαλλιά του, παρά σχετικά με την οικονομική του πολιτική.



ΣΑΒΒΑΤΟ



Όταν μια από τις πολιτικές μας πράξεις συμπιέζεται σ' ένα κενό τριάντα δευτερολέπτων των ειδήσεων, χάνονται τόσα πολλά, ώστε αυτό που απομένει δεν θα καταφέρει να συγκινήσει κάποιον στο βαθμό που να κλείσει τη συσκευή και να κάνει πραγματικά κάτι. Προσπάθησε να πας οποιοδήποτε συναίσθημα πιο βαθιά από το επίπεδο του «Αγόρασε το σκατοπροϊόν μου», και θα δεις ότι θα χάσει την ουσία του. Μέσα από ένα ανακάτωμα εντυπωσιακών αλλά ανούσιων και άσχετων μεταξύ τους «σκληρών γεγονότων», οι θεατές νομίζουν ότι ξέρουν τα πάντα γύρω απ' αυτά, κι έτσι θα βαρεθούν την επόμενη φορά που θα τα ξαναδούν (εκτός αν οι εικόνες είναι καινούριες και πιο ζωντανές). Αυτή η πληθώρα εντυπωσιακών και άχρηστων πληροφοριών μάλλον μας κάνουν να πλήττουμε παρά εμπλουτίζουν τη γνώση μας, παράγοντας παθητικότητα και όχι δραστηριοποίηση. Η πλημμύρα μιας θεαματικής παράθεσης χιλίων και ενός απομονωμένων θραυσμάτων εμποδίζει την ορθολογική κατανόηση. Μ' αυτόν τον τρόπο η τάξη των αφεντικών κάνει την πολιτική κάτι το απόμακρο για τους ανθρώπους, σκοπεύοντας να μας πείσει ότι είμαστε ανίκανοι να οργανωθούμε γύρω από τα ζητήματα που μας αφορούν. Επιχειρεί να μας **εμποδίσει** να καταλάβουμε τον κόσμο, δημιουργώντας έτσι την ανάγκη για διαμεσολαβητές – ρεπόρτερ στους χώρους δουλειάς, ειδικούς οικονομικούς αναλυτές και τους ομοίους τους. Η πολιτική μετατρέπεται σε μια κουλτούρα των ελίτ, το προνομιακό κτήμα των «ειδικών» και των, πιστοποιημένα, διανοουμένων.

Μου λες ότι η τηλεόραση επισημαίνει την προσοχή των θεατών σε θέματα όπως η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος, η πείνα και οι σφαγές. Σίγουρα το κάνει, αλλά τι κάνουν οι θεατές μετά την εκπομπή; Τι θα έκανες αν αυτή η μαλακία συνέβαινε στο δικό σου καταπληκτικό δρόμο; Τι **συμβαίνει** στο δικό σου καταπληκτικό δρόμο; Μπορούμε σιγά να αγοράσουμε τρόφιμα στα μαγαζιά μας, γιατί λοιπόν οι άνθρωποι πεθαίνουν από την πείνα; Όταν έχουμε εδώ ξηρασία, γιατί κανείς δεν πεθαίνει από την πείνα;

Πώς να είσαι εμπαθής απέναντι σε κάτι που δεν έχεις ζήσει, απλώς απέναντι σε μια ηλεκτρικά παραγόμενη αναπαραγωγή του στην τηλεόραση; Ίσως όσο περισσότερα πράγματα όπως το φυσικό περιβάλλον προβάλλονται στην τηλεόραση, τόσο λιγότερο τα κατανοούμε ή νοιαζόμαστε γι' αυτά, και τόσο πιθανότερη γίνεται η καταστροφή τους. Η ολότητα, η εκτενέστερη παράθεση των αιτίων της πείνας, πάντα θα παραλείπεται, γιατί είναι περίπλοκη, λιγότερο οπτική και άρα εμπεριέχει τον κίνδυνο να είναι «βαρετή». Η πείνα δεν είναι πλέον στις ειδήσεις γιατί οι εικόνες και οι ιστορίες γύρω απ' αυτήν δεν είναι πια μοναδικές. Αυτός είναι ο λόγος που η τηλεόραση προσηλώνεται σε διασημότητες του τύπου του Bob Geldof – η τηλεόραση μπορεί να ακολουθήσει τα κατορθώματα και τις περιπέτειές του ενώ οι πεινασμένοι είναι στατικοί, κάθονται απλά και πεθαίνουν, κάτι που μετά από λίγο παύει να είναι «ψυχαγωγικό». Με την υπερ-έκθεση οι τηλεθεατές γρήγορα αποκτούν ανοσία

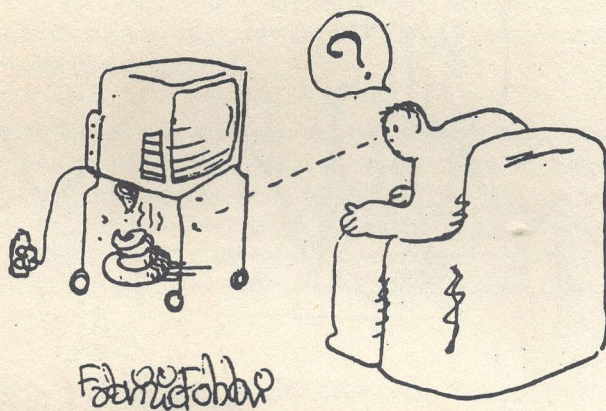
(ακόμα και απέναντι στην ίδια τους τη συνείδηση).

Η ιεραρχία και η ηγεσία ταιριάζουν στην καλή τηλεόραση — έχουν στόχο και μια μορφή απλοϊκή. Όλα τα προγράμματα πρέπει να προσαρμοστούν σ' αυτήν την ελιτίστικη άποψη. Και όταν ένα κίνημα που παρουσιάζεται στις ειδήσεις δεν έχει ηγέτες, τα ΜΜΕ θα δημιουργήσουν έναν. Η απεργία των ανθρακωρύχων για παράδειγμα προσωποποιήθηκε σαν η απεργία του Scargill.

Τα πάντα ξεκαθαρίζουν, δε χρειάζεται και πολύ σκέψη, είναι μια φιλονικία γύρω από κάποιες προσωπικότητες, όχι γύρω από ζητήματα ή αιτίες, ομάδες ή τάξεις. Μια σφυγμομέτρηση ατομικής δημοτικότητας, με τα ΜΜΕ να χειρίζονται το κοινωνικό χειροκροτόμετρο.

Dave Douglas, «Λέγοντας Ψέμματα για τους Ανθρακωρύχους»

Τα πολιτικά κινήματα που διαθέτουν έναν μοναδικό, χαρισματικό ηγέτη, είναι τα πλέον κατάλληλα και αποδοτικά για την τηλεόραση — δε χρειάζεται παρά να πάρουν συνέντευξη από τους ηγέτες. Το **ασήμαντο** συμβάλλει στην «καλή τηλεόραση», γιατί η επιφανειακότητα είναι το μόνο που μπορεί να επεξεργαστεί και να μεταδώσει η τηλεόραση. Δεν μπορεί να αποδόσει το βάθος· δεν μπορεί ν' αφηγηθεί τους πόθους 140.000 ανθρακωρύχων κι έτσι προσποιείται ότι δεν υπάρχουν.

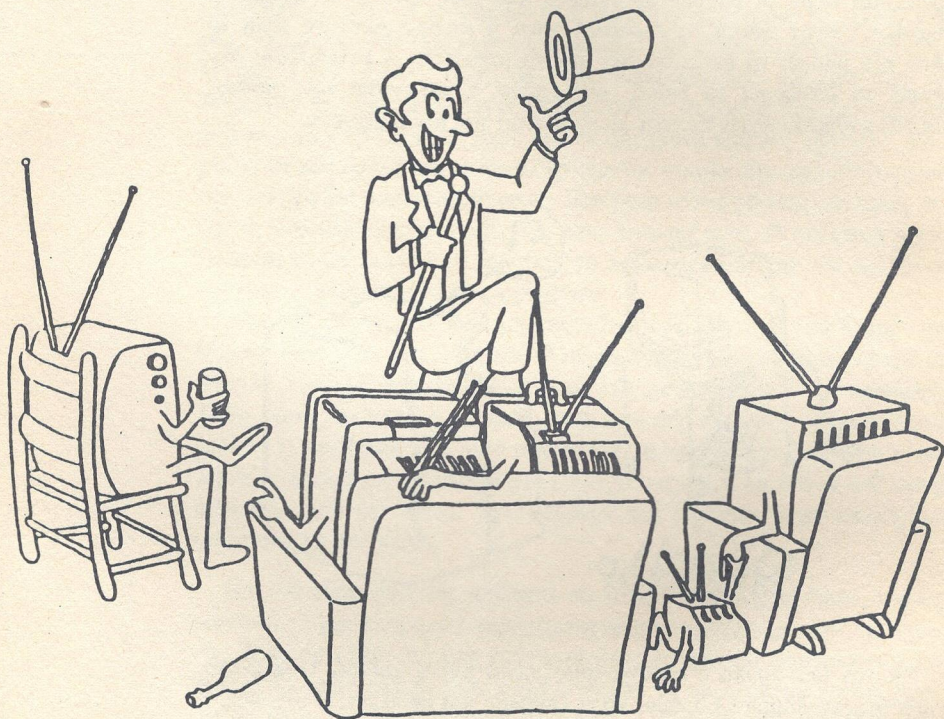


Με τον ίδιο τρόπο ο ανταγωνισμός είναι καλός για την τηλεόραση, γιατί συμπεριλαμβάνει δράμα, νίκη, επιθυμία και απώλεια. Ο υλισμός, η κατάκτηση, η απάτη και η φιλοδοξία βολεύουν περισσότερο απ' ό,τι η πνευματικότητα και η ειλικρίνεια. Το μέσο δεν μπορεί να αντιμετωπίσει την ασάφεια ή την ποικιλία.

Περύποκα συναισθήματα όπως η φιλία ή η αγάπη (αντιτιθέμενα στο σεξ και τη λαγνεία) δε λυτρώνουν. Η βία λυτρώνει. Οι σχέσεις παρουσιάζονται πάντοτε σε κρίση. Επιλέγουν εκείνες τις καταστάσεις που δεν είναι αντιπροσωπευτικές μιας φυσιολογικής ύπαρξης. Ο,τιδήποτε είναι παράξενο ή διαφορετικό τραβάει την προσοχή περισσότερο απ' ό,τι η πραγματικότητα της καθημερινής ζωής.

ΚΥΡΙΑΚΗ

Η άποψη του θεατή των ειδήσεων για ένα θέμα βασίζεται σ' ένα σύστημα σημείων αναφοράς που θεωρούνται ήδη δεδομένα και γενικώς αποδεκτά. Για παράδειγμα: «Το πρόσφατο κύμα αναταραχής στη βιομηχανία μάλλον υπονομεύει την εμπιστοσύνη των επιχειρήσεων». Δε θα δείτε ποτέ στην τηλεόραση μια συζήτηση για την εμπιστοσύνη των συνδικάτων. Η παραπάνω δήλωση ταυτίζει άμεσα τα συνδικάτα με τη διαταραχή αυτού που είναι η σημαντική δραστηριότητα της βιομηχανίας, το κέρδος των αφεντικών. Ακόμα κι όταν ισχυρίζεται η τηλεόραση (όπως κάνει το κανάλι 4) ότι παρουσιάζει αμερόληπτα τα γεγονότα ή ότι παρουσιάζει «και τις δύο πλευρές της ιστορίας», και πάλι υφίσταται το επίμονο ερώτημα του ποιος καθορίζει ποια πραγματικά είναι τα θέματα της ημέ-



ρας. Η υπερβολική κάλυψη του πολέμου του Κόλπου εδραίωσε την εντύπωση ότι επρόκειτο για ένα ζήτημα συνταρακτικών διαστάσεων για τον πλανήτη. Ακόμα κι αν δεν αποδεχόσουν την κυρίαρχη εκδοχή, και πάλι σε είχαν πείσει πως αυτό που συνέβαινε είχε πολύ μεγαλύτερη σημασία απ' όσα συνέβαιναν καθημερινά στη δική σου ζωή. Γιατί σχεδόν όλοι μας συνεχίσαμε να πηγαίνουμε στις βαρετές δουλειές μας, να παρακολουθούμε μαθήματα χωρίς σημασία, να περιμένουμε στην ουρά για το επίδομα ανεργίας, να ψωνίζουμε στα σούπερ-μάρκετ ή να βλέπουμε τηλεό-



«Βγάλε έξω τα σκουπίδια Μάκη»

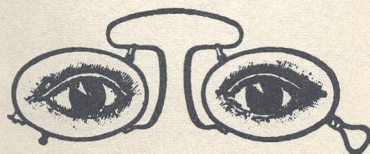
ραση — και αυτήν την πραγματικότητα δεν μπορεί να την αλλάξει κανένα κατασκευασμένο ζήτημα.

Τα ΜΜΕ καθορίζουν τα όρια κάθε πιθανής σκέψης: οι υποστηρικτές της κυρίαρχης ιδεολογίας απ' τη μια, και οι κριτικοί, η νομιμόφρων αντιπολίτευση, από την άλλη. Και οι μεν και οι δε αποδέχονται σιωπηρά κάποια πράγματα, κι είναι αυτά που έχουν σημασία. Το να θέτει όρια σε μια συζήτηση «και από τις δύο πλευρές του ζητήματος», είναι που κάνει πιο αποτελεσματικό το προπαγανδιστικό σύστημα σε σχέση μ' ένα άκαμπτο δόγμα, στο οποίο δεν είναι δυνατή καμιά διαφωνία. Στην πραγματικότητα όσο πιο έντονη είναι η κατασκευασμένη συζήτηση, τόσο πιο αποτελεσματική είναι ως προς την ενστάλλαξη των βασικών κανόνων και κανονισμών της κυριαρχίας.

Η τηλεόραση είναι ένας πράκτορας της καθεστηκυίας τάξης και συνεπώς χρησιμεύει για τη διατήρησή της, αντί να αμφισβητεί τις συμβατικές πεποιθήσεις και συμπεριφορές. Είναι το μέσο για την κοινωνικοποίηση των ανθρώπων μέσω δεδομένων ρόλων και συμπεριφορών. Η λειτουργία της είναι ο ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ. Η απελευθέρωση έρχεται όταν δε θέλουμε πλέον ή δε χρειαζόμαστε κάποιον να μας πει τι είδους μέρα ήταν αυτή που πέρασε.

Οι άνθρωποι αποτρέπονται να ασκήσουν οποιαδήποτε κριτική στην αρχιτεκτονική, με το απλό επιχείρημα ότι χρειάζονται μια στέγη πάνω απ' τα κεφάλια τους, ακριβώς όπως η τηλεόραση γίνεται αποδεκτή πάνω στη βάση ότι χρειάζονται πληροφόρηση και ψυχαγωγία. Οι άνθρωποι πείθονται να παραβλέψουν το γεγονός πως αυτή η πληροφόρηση κι αυτή η ψυχαγωγία δεν έχουν φτιαχτεί γι' αυτούς, αλλά χωρίς αυτούς και ενάντια σ' αυτούς.

Ivan Chitchevlov



Την μπροσούρα μετέφρασε και επιμελήθηκε η Μαργλέν Λογοθέτη, σελιδοποίησε και στοιχειοθέτησε ο Παναγιώτης Καλαμαράς, και κυκλοφόρησε την Άνοιξη του 1995 σε περιορισμένο αριθμό αντιτύπων. Τα σκίτσα πάρθηκαν από το βιβλίο «Test Card F, Τηλεόραση, Μυθο-πληροφόρηση και Κοινωνικός Έλεγχος» και από το ιταλικό περιοδικό «Frigidaire». Η χρήση είναι ελεύθερη αρκεί να αναγράφονται οι πηγές.

Η ανά χείρας μπροσούρα κυκλοφόρησε στην Αγγλία από το «Ινστιτούτο Κοινωνικής Απομηχανοποίησης» της Οξφόρδης. Τον Ινστιτούτο αυτό, γνωστό με τον πιο συντομευμένο τίτλο *Oxfin*, είναι ταυτοχρόνως μια μικρή κολλεκτίβα παραγωγής εντύπων (στοιχειοθεσία, σχεδιασμός, φωτοτύπηση), αλλά και μια ομάδα που ασχολείται με τη ριζοσπαστική κριτική των ΜΜΕ (κυρίως της τηλεόρασης). Πέρα απ' αυτή την μπροσούρα έχει δημοσιεύσει και μια μεγαλύτερη με τίτλο «Test Card F, Τηλεόραση, Μυθο-πληροφόρηση και Κοινωνικός Έλεγχος», που πρόκειται να δημοσιεύσουμε στο μέλλον (σε μετάφραση, επίσης, της Μαρίν Λογοθέτη). Οποιαδήποτε ή οποιοσδήποτε θέλει να έρθει σε επαφή, μπορεί να γράψει στην εξής διεύθυνση: *Oxfinshop, 21 Cave Street, Oxford, Britain*. Όσον αφορά τώρα την ελληνική έκδοση, να πούμε ότι μεταφράσαμε πιστά το κείμενο, αλλά αλλάξαμε τα σκίτσα και τη σελιδοποίηση. Ελπίζουμε οι σύντροφοι και οι συντρόφισσες να μας συγχωρέσουν! Να προσθέσουμε ότι αυτή είναι η πρώτη έκδοση που αφορά αποκλειστικά τα ΜΜΕ, προπομπός μιας σειράς άλλων που επίσης θα ασχολούνται μ' αυτά και την επίδρασή τους στη σημερινή κοινωνία (αναφέρουμε ενδεικτικά το βιβλίο Test Card F, μια μικρή συλλογή για το ραδιόφωνο και τις εναλλακτικές προτάσεις και πρακτικές για τη λειτουργία του, το πώς αντιλαμβάνονται και παρουσιάζουν τις γυναίκες τα βιντεοκλίπ του MTV κλπ). Στόχος μας είναι η ανάδειξη της ριζοσπαστικής κριτικής των ΜΜΕ που ξεπερνά την επιφανειακή άποψη ότι η κατεύθυνση των μέσων εξαρτάται από το ποιος τα χειρίζεται, όπως επίσης και την αποκάλυψη του ρόλου τους όσον αφορά τη διαμόρφωση μιας «κοινωνίας της επιτήρησης» (κάτι που τώρα τελευταία βιώνουμε έντονα και στην Ελλάδα).

