

Η κοινωνιολόγος Μίκι Μακ Γκι ερευνά την ψύχωση της εποχής μας με το «φραίνεσθαι»

# Υπερκόπωση λόγου... αισθητικής

ΚΑΠΟΤΕ Ο ΚΟΣΜΟΣ ΘΑΥΜΑΖΕ ΤΟΝ ΑΥΤΟΔΗΜΙΟΥΡΓΗΤΟ ΑΝΘΡΩΠΟ Ο ΟΠΟΙΟΣ ΞΕΚΙΝΟΥΣΕ ΑΠΟ ΤΟ ΜΗΔΕΝ ΚΑΙ ΕΦΤΙΑΧΝΕ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ, ΣΠΙΤΙ, ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ, ΠΑΡΑΔΟΣΗ. ΣΗΜΕΡΑ ΘΑΥΜΑΖΟΥΜΕ ΤΟΝ... ΕΑΥΤΟΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΜΕΝΟ ΑΝΘΡΩΠΟ - ΕΚΕΙΝΟΝ ΠΟΥ ΚΑΤΑΦΕΡΝΕΙ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΙ ΕΝΑΝ ΠΕΡΙΖΗΤΗΤΟ «ΕΑΥΤΟ». Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΙΣΧΥΣ ΤΟΥ «ΕΑΥΤΟΥ» ΔΕΝ ΣΥΝΙΣΤΑΤΑΙ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙΑΚΙΝΗΤΑ, ΑΛΛΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΥΣΧΙΔΗ ΚΑΙ ΕΥΠΩΛΗΤΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ.



«Το σύγχρονο άτομο είναι πρωτεύικό, πολυκεντρικό, πολλαπλό. Το βλέπουμε και στην επιτυχία των τηλεοπτικών προγραμμάτων που καταγράφουν κάποια ριζική αλλαγή βάρους, σπύθους, φύλου, ένδυσης, διαβίωσης κ.λπ.», σημειώνει η Μίκι Μακ Γκι. Όλα έχουν γίνει θέμα «στυλ». Στις φωτογραφίες, δύο συμμετέχοντες στην εκπομπή του ABC «Extreme Makeover», πριν και μετά τη... μεταμόρφωσή τους

Όχι ναρκισσισμός, αλλά στρατηγική σταδιοδρομίας

Το φαινόμενο που περιγράφει τούτο το βιβλίο έχει ήδη φτάσει στην Ελλάδα. Για παράδειγμα, ο καθηγητής του Πανεπιστημίου την εποχή του Γιάννη Αποστολάκη ή του Λίνου Πολίτη αρκούσε να διδάσκει και να γράφει για να είναι καθηγητής. Μετά τη δικτατορία, ο αντίστοιχος πανεπιστημιακός που θέλει να έχει μια αξιόπιστη καριέρα, οφείλει επί πλέον να έχει τακτική στήλη σε εφημερίδα, να συμμετέχει σε επιτροπές βραβείων, να διατίθεται για τηλεοπτικές συνεντεύξεις, να φωτογραφίζεται, να έχει γνωσμένη κομματική ταύτιση, να έχει δημόσια προσωπική ζωή, να αναφέρεται τακτικά στο άτομό του και στους φίλους του κ.λπ. Πρέπει να τονισθεί και πάλι ότι δεν πρόκειται για ναρκισσισμό αλλά για στρατηγική σταδιοδρομίας: δεν έχεις ζήτηση στην αγορά αν δεν παρουσιάζεις τον εαυτό σου ως το αριστούργημα σου - ένα ανεπανάληπτο έργο τέχνης.



Γράφει ο Βασίλης Λαμπρόπουλος

Φέτος η κοινωνιολόγος Μίκι Μακ Γκι δημοσίευσε ένα ερευνητικό βιβλίο για τη θεαματική αισθητική στροφή της αγοράς εργασίας. Το βιβλίο αρχίζει με μια αναδρομή στις θρησκευτικές καταβολές του αμερικανικού καπιταλισμού στον 18ο αιώνα και την αποπνευματωποίηση τους τον επόμενο. Αργότερα, με το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, έρχονται στο προσκήνιο ψυχολογικές αξίες: το ιδανικό του εργαζομένου είναι να βρει τον εαυτό του, να ανακα-

παραγωγικότητά του για να μη χάσει τη δουλειά του. Ούτε μπορεί να ελπίζει πως μια ολόκληρη ζωή θα βρίσκεται στην ίδια εταιρεία ή υπηρεσία. Τι αναγκάζεται λοιπόν να κάνει για να μη βρεθεί ούτε άνεργος αλλά ούτε και στάσιμος; Επιδίδεται στη δημιουργία ελκυστικών «εαυτών». Δεν πρόκειται για υποκρισία - δεν παίζει ψεύτικους ρόλους. Άλλωστε τώρα όλοι ξέρουμε πως ένας και μόνον, γνήσιος εαυτός δεν υπάρχει. Το σύγχρονο άτομο είναι πρωτεύικό, πολυκεντρικό, πολλαπλό. Το βλέπουμε στο πόσο όλα έχουν γίνει θέμα «στυλ». Το βλέπουμε και στην επιτυχία των τηλεοπτικών προγραμμάτων που καταγράφουν κάποια ριζική αλλαγή βάρους, φύλου, αυτοκινήτου, διαβίωσης κ.λπ.

Καταγίνεται λοιπόν ο σύγχρονος άνθρωπος με τη διαρκή συναρμογή πολλών εμπορεύσιμων εαυτών. Οι πρώτοι κοινωνιολόγοι που διέγνωναν αυτή την τάση μίλησαν για άκρατο ναρκισσισμό και τον απέδωσαν στις υπερβολές της δεκαετίας του 1960. Η Μακ Γκι ισχυρίζεται πως η πρόσφατη εξέλιξη της δυτικής οικονομίας δείχνει πως η αισθητική στροφή υπαγορεύτηκε από τον ύστερο καπιταλισμό. Το μήνυμά της αισθητικής στροφής προς το άτομο δεν είναι «πραγμάτωσε αυτό που όντως είσαι» αλλά «γίνε σιδή-ποτε θες». Η ζωή δεν είναι επικείρση αλλά τέχνη. Ονειρέψου μια απεριόριστη αυτοβελτίωση. Πλάσε όσα «εγώ» επιθυμείς. Δημιούργησε μια μοναδική πινακοθήκη με τις

διαφορετικές σου προσωπικότητες. Επαγγελματικός και προσωπικός χώρος αξίζει να γίνουν ένα, ώστε η εργασία να υπερβεί το συμφέρον και να γίνει αυτοσκοπός. Αυτή είναι, κατά τη συγγραφέα του βιβλίου, η υπερκόπωση της εποχής μας - όχι το ότι εργαζόμαστε πολύ αλλά το ότι αφιερώνουμε μέγα μέρος του χρόνου μας σε μια συγκεκριμένη απασχόληση: την αισθητική τελειοποίηση και μεταμόρφωση του ατόμου μας έτσι ώστε να μπορούμε πάντα να βρούμε μια δουλειά, και μια ακόμη καλύτερη δουλειά, στη σημερινή αβέβαιη και ανταγωνιστική οικονομία και να παραμεινουμε επιθυμητοί στην απρόσβητη και αδηφάγο εργοδοσία.



Micki McGee SELF-HELP, INC.: MAKEOVER CULTURE IN AMERICAN LIFE OXFORD UNIVERSITY PRESS ΣΕΛ. 304, ΤΙΜΗ: 22 €

αισθητικό αντικείμενο δεν είναι το αποτέλεσμα (το προϊόν) αλλά ο ίδιος ο εργαζόμενος. Το φαινόμενο αυτό είναι ριζικά διαφορετικό διότι μέρος της εργασίας αφιερώνεται στον εαυτό του εργαζομένου. Στη σημερινή οικονομία που παρέχει όλο και λιγότερη επαγγελματική σιγουριά, δεν μπορεί κανείς να βασιστεί στην

## Σκλαβιά ή προσωπική ανεξαρτησία;

Είναι ευνόμο να κατηγορήσει κανείς την εργοδοσία που εκμεταλλεύεται τον άνθρωπο υπαγορεύοντάς του πώς να ζήσει. Ανακύπτουν όμως δυο επιφυλάξεις. Πρώτον, η ιστορία της φιλοσοφίας μάς θυμίζει ότι η νεώτερη αισθητική, όπως διατυπώθηκε στα τέλη του 19ου αιώνα, είχε κι αυτή ένα τέτοιο ακραίο χαρακτήρα: η ζωή δεν είναι ζούγκλα, μπίζνες ή ταξίδι - είναι μοναδικό έργο τέχνης το οποίο δεν υπακούει σε εξωτερικά κριτήρια. Οι αξίες της τέχνης υπερβαίνουν εκείνες της θρησκείας, της ηθικής και της κοινωνίας διότι δικαιώνονται από μόνες τους, έ-

λεγαν οι ριζοσπάστες ποιητές. Να λοιπόν που η σημερινή αγορά καλεί τον άνθρωπο να αγνοήσει το κέρδος και να τεχνουργήσει τη μοναδική του ατομικότητα, και μάλιστα όχι μια φορά αλλά ξανά και ξανά σε μια ατελείωτη μεταμόρφωση. Πού να φανταστεί ποτέ ο Σίλερ, όταν υπερασπιζόταν την αισθητική διαπαιδαγώγηση του ατόμου, πως τέχνη και βιομηχανία θα μπορούσαν να συνδυασθούν στην ατομικότητα του εργάτη; Η δεύτερη επιφυλάξη της Μακ Γκι εγείρει το εξής κεφαλαίωδες θέμα: η αισθητική στροφή του εργαζομένου προς τον εαυτό του τελικά τον αποδυναμώνει ή τον απελευθερώνει; Παλιότερες γενιές καλλιτεχνών και στοχαστών, από τους προδρόμους του Ρομαντισμού το 1760 ως τους επιγόνους του το 1960, απαιτούσαν να έρθει στην εξουσία η φαντασία και η δημιουργικότητα, όχι η λογική και το συμφέρον. Μήπως λοιπόν η σημερινή «επιμέλεια εαυτού», παρ' όλες τις καπιταλιστικές της δεσμεύσεις, δεν δυναστεύει αλλά εμπειρέχει τη δυνατότητα μιας προσωπικής ανεξαρτησίας όπου ο άνθρωπος αποκάτά πρωτο-

βουλία ως προς το άτομό του, ορίζοντας την ταυτότητά του όπως εκείνος θέλει; Το ερώτημα ακούγεται λιγότερο σκανδαλώδες αν θυμηθούμε πως τα κοινωνικά κινήματα που φούντωσαν τη δεκαετία του 1970 (φεμινισμός, οικολογία, ισότητα, δικαιώματα κ.λπ.) σύντομα απέκτησαν ισχύ και όρισαν σε μεγάλο βαθμό την κοινωνικοπολιτική προβληματική στα τέλη του 20ού αιώνα. Είτε μας αρέσει είτε όχι, εδώ και λίγο καιρό ζούμε στην εποχή των συλλογικών ταυτοτήτων, μια εποχή που προέκυψε σε λίγες δυτικές χώρες κι έχει πλέον επεκταθεί σε μεγάλα τμήματα της υψηλίου. Η συγγραφέας του ανά χείρας βιβλίου διερευνά με διεισδυτικό τρόπο το ενδεχόμενο η αισθητική διαγωγή των εργαζομένων να επηρεάσει τόσο καίρια την κοινωνία ώστε να έχει και θετικά αποτελέσματα για το προοδευτικό πρόταγμα ενός αυτόνομου επαναπροσδιορισμού.

Ο Βασίλης Λαμπρόπουλος κατέχει την έδρα Κ. Π. Καβάφη στο Πανεπιστήμιο του Μισσιγκαν.



Η θεαματική αισθητική στροφή της αγοράς εργασίας απασχολεί την κοινωνιολόγο Μίκι Μακ Γκι στο βιβλίο της