

Σταύρος Σταυρίδης, *Διαφήμιση και το νόημα του χώρου*, εκδόσεις Στάχυ, Αθήνα 1996

Το βιβλίο αυτό του Σταυρίδη ανήκει σε εκείνη την τόσο ενδιαφέρουσα και ολοένα πιο αναγκαία κατηγορία κειμένων, τα οποία προσπαθούν να αποδιαρθρώσουν το (σχεδόν δικτατορικό και ασφυκτικό) δίκτυο του προφανούς και του αυτονόητου, ένα δίκτυο που σκοπεύει στη λεηλασία κάθε νοήματος, στην αναγωγή ολόκληρης της πολύπτυχης πραγματικότητας σε μια αδυσώπητη και επικίνδυνα αδιάφορη, εν τέλει, *επιφάνεια*. Ο Σταυρίδης επιχειρεί μια ιστορία και, συνάμα, ανατομία της *διαφήμισης*, αυτού του *προϊόντος των προϊόντων* που μοιάζει να είναι ο απόλυτος δοξολογητής μιας κοινωνικής οργάνωσης του υπάρχον, η οποία μισεί πάνω απ' όλα το απόλυτο.

Φυσικά, μιλώντας για τη διαφήμιση, ο συγγραφέας μιλάει για το *εμπόρευμα* και για έναν κόσμο που στριφογυρίζει ολοένα γύρω από αυτό, ανήμπορος να ξεφύγει από την ελκτική (και ολέθρια) δύναμή του. Η άλωση, όχι μονάχα του χώρου αλλά, κυρίως, του χρόνου, από την ερωμένη του εμπορεύματος, τη διαφήμιση, μετατρέπει την εκ μέρους μας αντιμετώπιση και βίωση του κόσμου σε μια άκριτη αποδοχή, σε μια παθητική θέαση, σε μια διάθεση απλώς καταναλωτικής βουλμίας που πάντα μας αφήνει ανικανοποίητους και νοσηρά δυστυχείς. Όλα τα εμπορεύματα δε σκοπούν παρά στον υποβιβασμό μας σε θεατές, αδρανοποιώντας τις άλλες μας αισθήσεις, προκρίνοντας τερατωδώς αυτή της οράσεως, και αποφιλώνοντας την επινοητική και δημιουργική μας δύναμη. Ο Σταυρίδης ελέγχει και καταγγέλλει, με άρτιο τρόπο και λογοτεχνικές εξάρσεις, την επιβολή του αχρονικού στη ζωή μας, την αφαιμάξη της μνήμης και τελικά την επιχείρηση κατάργησης της Ιστορίας, δηλαδή της πολυδιάστατης εκείνης δράσης των ανθρώπων που αλλάζει τον κόσμο. «Η διαφήμιση εχθρεύεται το χρόνο», γράφει. «Το χρόνο με διάρκεια, σημαδεμένο από το παρελθόν του, στραμμένο προς το μέλλον του, πλούσιο στο παρόν του. Η διαφήμιση εξουδετερώνει το χρόνο σαν πεδίο εκδίπλωσης του νοήματος και της κοινωνικής πράξης».

Μέσα από τη διαφήμιση, ο χρόνος εξερθρώνεται· ενώ ο χώρος γίνεται ένας τελάλης των εμπορευμάτων και της μη-ζωής, γίνεται το εικονογραφημένο τοπίο του τίποτα, γίνεται μια αχανής ναρκοθετημένη ζώνη παραπλανητικών και ψευδοανθρώπινων επιθυμιών που μας απομακρύνουν από το βάθος των νοημάτων, δηλαδή από την *ανθρωπότητα*. Η διαφήμιση είναι παντού, η ζωή δεν είναι πουθενά — και όσοι επιμένουν ακόμη να γιορτάζουν υποχρεούνται να καταφύγουν στις κατακόμβες της κοινωνικής ύπαρξης.

Η στρατηγική του Σταυρίδη έχει δύο σκέλη: ανατέμνοντας τη διαφήμιση, εκθέτει με ενάργεια (και καταγγέλλει) τους τρόπους κατάφασης στο υπάρχον, τις πτυχές της αποδοχής αυτού του πλέγματος εικόνων και ήχων που δοξολογούν το υπάρχον, τις μεθόδους

αφανισμού της Ιστορίας ως πεδίου συλλογικής μνήμης και δράσης, ως κατανόησης όσων έχουν συμβεί και όσων πρόκειται να συμβούν. Εν συνεχεία, ή μάλλον ταυτόχρονα, παρουσιάζει και εκείνους τους τρόπους αποδιάρθρωσης του (νυν) προφανούς, αναιρέσεως και αρνήσεως του (νυν) αυτονόητου, και εν τέλει ρήξης με ό,τι επιχειρεί τη νέκρωση της κριτικής μας δύναμης. Προτρέπει στη χρήση της αλληγορίας, στη στράτευση της υπέρ του Συλλογικού Σχεδίου Χειραφέτησης του Ανθρώπου, μιας που η αλληγορία, συνδυαζόμενη με την πολύτροπη νόηση, με την εκ μέρους μας πύκνωση των σημασιών και των νοημάτων, «μπορεί», όπως γράφει, «να προσφέρει το μηχανισμό της σε μια κοινωνική πράξη που να δώσει στο χώρο ένα αλλού εδώ και τώρα, το αλλού μιας ουτοπίας».

Ο συγγραφέας Χένρυ Μίλλερ διατεινόταν ότι ζούμε σε έναν *κλιματιζόμενο εφιάλτη*. Ο Κορνήλιος Καστοριάδης μιλούσε για *πικνοκατοικημένη έρημο*. Ο Σταυρίδης γράφει για ένα χώρο ασηπτικό, απολυμασμένο από τα μικρόβια του νοήματος, της κριτικής, της ανατρεπτικής απόπειρας: γράφει για ένα χώρο σπηνικό/ομοίωμα. Φρονεί, πειστικά και ορθότατα, ότι πίσω από την πολυμορφία της διαφήμισης, «πίσω από την εικόνα του αστικού τοπίου ως πεδίου έκθεσης άπειρων συγκρουόμενων διαφημιστικών μηνυμάτων βρίσκεται μια ιδιαίτερα σύνθετη και πειθαρχημένη δομή, που είναι η δομή μιας κοσμοαντίληψης ενός πολιτισμού». Ας συμπληρώσουμε ότι πρόκειται για έναν πολιτισμό κατ' ευφημισμόν, μιας που το κυρίαρχο άρωμά του είναι ο ιδρώτας — πρόκειται για μια κοσμοαντίληψη του ορατού παγώματος της ζωής, της απόλυτης κατακυρίαρχησης (όπως μας θύμιζε, χρησιμοποιώντας εγγελιανούς όρους, ο Γκυ Ντεμπόρ), της ειρηνικής συνύπαρξης μέσα στο χώρο πάνω στο ανήσυχο γίγνεσθαι μέσα στη διαδοχή του χρόνου.

Γιώργος Ίκαρος Μπαμπασάκης

