

2012

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ
ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ
ΕΡΓΑΣΙΑ Π.Μ.Σ
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ,
ΠΑΝΤΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ.

ΜΠΑΖΑΡΑ ΕΙΡΗΝΗ



**Ο ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΙΑΤΙΚΟΣ ΣΤΟΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΜΠΑΛΚΟΝΙΩΝ ΚΑΙ Ο
ΨΥΧΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΓΕΙΤΟΝΑ**
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΟΠΤΙΚΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ Ι. ΣΚΑΡΠΕΛΟΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή.....	3
1. Μπαλκόνι-ψυχολογία και «αίνιγμα του ύφους».....	5
2. «Ανυποψίαστο» και «απροκάλυπτο» μάτι;.....	9
3. Μύθος-παράδοση-δεισιδαιμονία – μπαλκόνι τοτέμ.....	14
4. Μπαλκόνι «θυσίας»-πράξη κοινωνικής συντροφικότητας μεταξύ της «θεότητας» και των πιστών της.....	30
5. Είναι το χριστουγεννιάτικο μπαλκόνι «πολιτισμικό αντικείμενο» ;.....	33
6. Χριστουγεννιάτικο μπαλκόνι και «ιερός ορίζοντας» εντυπώσεων μιας «σαηνευτικής» αισθητικής.....	46
7. Μπαλκόνι και ψυχολογία των χρωμάτων.....	51
8. Χριστουγεννιάτικο μπαλκόνι «μεταφορικός τόπος»;.....	56
9. Επίλογος.....	63
10. Βιβλιογραφία.....	67

Ο χριστουγεννιάτικος στολισμός των μπαλκονιών γεννήθηκε και κέντρισε το ενδιαφέρον μου ως ιδέα, κατά το διάστημα των χριστουγέννων 2005-2006, παρατηρώντας τα διάφορα μπαλκόνια της γειτονιάς μου. Δηλαδή, ένα χρόνο μετά τα Χριστούγεννα του 2004, που, όπως είναι γνωστό, η Ελλάδα φιλοξένησε στην γενετειρά τους, τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Αναφορικά με το θέμα των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, η Αθήνα δεν παρουσίαζε την σημερινή εικόνα του 2011-2012, δηλαδή την εικόνα μιας πόλης που έχει υποστεί μια ευρύτερη κρίση, με ό,τι συνεπάγεται αυτό. Ωστόσο, και φέτος τα χριστούγεννα τα μπαλκόνια στολίστηκαν όχι ενδεχομένως τόσο «πληθωρικά» όσο το διάστημα των χριστουγέννων του 2004, 2005, 2006...

Ανακαλώντας τα Χριστούγεννα του 2005-2006, οπότε και περιδιάβαινα την πόλη της Αθήνας στην περιοχή της Κυψέλης κάνοντας σχεδόν κάθε μέρα την διαδρομή από το σπίτι μου έως το θέατρο Χώρα, δηλαδή από την πλατεία Κυψέλης έως την οδό Αμοργού, που βρισκόταν τότε η Νέα Σκηνή του Εθνικού Θεάτρου, όπου εργαζόμουν παράλληλα με τις σπουδές μου στην Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών (Α.Σ.Κ.Τ), ως ταξιθέτρια του Εθνικού Θεάτρου, ερχόμουν «αντιμέτωπη» καθημερινά με ποικίλες «συνθέσεις» από φωτάκια, «σύμπαντα» ξεχωριστά, που με συνόδευαν από και προς το σπίτι μου, στον γυρισμό κάθε βράδυ.

Αυτές οι «συνθέσεις» από φωτάκια άρχισαν να με απασχολούν ιδιαίτερα, πρώτα σε επίπεδο αισθητικής και καλαισθησίας και αργότερα ως ένα είδος κοσμογεωγραφίας. Συσχέτισα όλο αυτό το στολισμό, ξεχωριστό σε κάθε κυβελιώτικο μπαλκόνι με τον πιθανώς ιδιαίτερο χαρακτήρα του κάθε ιδιοκτήτη των φωτισμένων μπαλκονιών σε επίπεδο οπτικής αντίληψης και καλλιέργειας.

Αυτά τα φωτάκια με παρέπεμπαν στους νευρώνες του ανθρώπινου εγκεφάλου που μεταφέρουν μηνύματα. Με παρακινούσαν δηλαδή να φαντάζομαι ότι λόγω διάταξης (τοποθέτησης τους δηλαδή στον ιδιαίτερο χώρο του μπαλκονιού), λόγω χρωμάτων και ακόμα λόγω σπιλ στησίματος και «τεχνοτροπιών», μετέφεραν μηνύματα πολιτιστικών, κοινωνικών και οικονομικών καταστάσεων των ιδιοκτητών τους επιφορτισμένα με την ιδιαίτερη διάθεση και ψυχοσύνθεση του κάθε στολιστή - εν είδει πολιτισμικών αποσκευών (« bagages »): (με τον όρο πολιτισμικές αποσκευές «bagages» εννοώ τα ατομικά «φορτία» που φέρει ο κάθε στολιστής σε σχέση, με τις κοινωνικοπολιτισμικές καταβολές του από το οικογενειακό του υπόβαθρο, κάποιες πληροφορίες που είναι εγγεγραμμένες στον γενετικό του κώδικα συν την ιδιαίτερη ψυχοσύνθεση του. Με την ευρύτερη καλλιέργεια η οποία

διαμορφώνεται κατά τη διάρκεια της ζωής του καθώς επίσης την ψυχική διάθεση και την οπτική αντίληψη και καλλιέργεια του κάθε στολιστή, τέλος με τον ξεχωριστό/ατομικό «ορίζοντα αναμονής» που διαμορφώνει τις προσδοκίες και την αντίληψή του κάθε φορά που έρχεται σε επαφή με ένα έργο τέχνης. Κάτι άλλο που συνδέεται με τον όρο πολιτισμικές αποσκευές « bagages» είναι και η ιδιαίτερη πολιτισμική ταυτότητα και θεωρητική σκοπιά του κάθε στολιστή, ένα ευρύτερο σύνολο γνώσεων στον τομέα του πολιτισμού). Κάτι άλλο που επίσης αντιλαμβάνομαι κοιτάζοντας τις συνθέσεις αυτές από φωτάκια και στολίδια, είναι ότι όλες οι συνθέσεις ανεξαιρέτως λειτουργούσαν σαν ένα είδος σύγχρονης εικαστικής εγκατάστασης ενός έργου τέχνης και κατά συνέπεια μου γεννούσαν το ερώτημα αν ο κάθε στολιστής μετατρέποταν σε ένα είδος άτυπου ή αυτοσχέδιου σύγχρονου καλλιτέχνη .

Νομίζω ότι τα φωτάκια ενέχουν κάτι τρομαχτικό πέρα από το σύνθημα του χριστουγεννιάτικου στολισμού. Κατ'αρχάς εμπεριέχουν την ανακάλυψη του ηλεκτρισμού από τον άνθρωπο και το πρώτο αναβόσβημα του τεχνητού φωτισμού, που αμφότερα σηματοδοτούν το πέρασμα από μία εποχή σε μία άλλη. Το σκοτάδι λειτουργεί σαν ένα κενό, σαν απουσία ζωής. Το τρομαχτικό αναβόσβημα παραπέμπει στην ιδέα της ζωής και του θανάτου ρυθμιζόμενο από ένα διακόπτη που «γεννά και σκοτώνει»: (πατώντας το διακόπτη και ανάβοντας το φως περνάμε από μια κατάσταση σε μια άλλη. Το απόλυτο σκοτάδι παραπέμπει σε μια κατάσταση ηρεμίας και ακινησίας ενώ, η φωτεινή ατμόσφαιρα που ακολουθεί με το πάτημα του διακόπτη φωτίζει και δίνει ζωή στον ήδη υπάρχοντα χώρο, παραπέμπει στην εξέλιξη της ζωής που καταλήγει στον θάνατο. Η δυνατότητα της διαρκούς εναλλαγής από την μια κατάσταση στην άλλη, δηλαδή από την ζωή στον θάνατο και εναλλάξ, δίνει την αίσθηση μιας ψεύτικης αθανασίας ή αιωνιότητας. Αν συνδέσουμε το πάτημα του διακόπτη με την διαδικασία της γέννησης και της εξέλιξης, έχουμε συνεπώς εμμέσως μια παραπομπή στην ιδέα της αντικατάστασης ή ταύτισης του ανθρώπου από ένα ρομπότ ή μια μηχανή). Έτσι, ένα χαρμόσυνο για την ανθρωπότητα γεγονός όπως η γέννηση του Χριστού, μεταφέρεται από την πρακτική του κάθε στολιστή στο μπαλκόνι του και πραγματοποιεί, μέσω του διακόπτη του, μια εικονική θα μπορούσαμε να πούμε «γέννηση» στο «άψε-σβήσε». Εκεί είναι το τρομαχτικό, της προσομοίωσης της γέννας (που ο κάθε ένας, ανάλογα με τον γενετικό του κώδικα, και ό,τι κουβαλάει αυτός από καταβολές πολιτισμικές και όχι μόνο, «γεννάει» κάτι διαφορετικό στο μπαλκόνι του) για όλη την ανθρωπότητα, το γεγονός ότι ζούμε όλοι με την αγωνία του θανάτου από την μέρα της γέννησης μας και φοβόμαστε ακόμα περισσότερο

αυτόν τον διακόπτη, που μόνο οι μηχανές-το δημιούργημα του ανθρώπου-έχουν. Από το φως, πολύχρωμο ή μονόχρωμο, στο σκοτάδι.

Το πολύχρωμο ή μή, έχει να κάνει με την τάση-μόδα και διάθεση αυτού που στολίζει-ανασυνθέτει, τα στοιχεία της χριστουγεννιάτικης σύνθεσης του, περίτεχνα ή όχι, και άρα με τον ψυχισμό του. Ο ψυχισμός αυτός του κάθε στολιστή, μπορεί να είναι «καλλιεργημένος» ή «ακαλλιέργητος» από αισθητική άποψη και όχι μόνο. Όπως ο «ορίζοντας αναμονής» του καθενός από εμάς είναι διαφορετικός ανάλογα με τα ερεθίσματα που το άτομο έχει δεχτεί κατά την διάρκεια της ζωής του, όχι μόνο από την οικογενειά του αλλά και από τον κοινωνικό περίγυρο, έτσι και ο ψυχισμός του διαφέρει από άτομο σε άτομο και είναι κάτι που γίνεται ορατό μέσω της τέχνης ή της δημιουργίας ανάλογα με τους συνδιασμούς χρωμάτων και σχημάτων που διαλέγει το άτομο να εκφραστεί. Ο ψυχισμός του γείτονα γίνεται εν μέρει ορατός από τις επιλογές που θα κάνει στα σχήματα, σχέδια και χρώματα των στολιδιών που θα χρησιμοποιήσει στην χριστουγεννιάτικη σύνθεση του στο μπαλκόνι.

Η παρούσα μελέτη προσφέρει μια φαινομενολογική ανάγνωση του χριστουγεννιάτικου στολισμού των μπαλκονιών κάποιων αντιπροσωπευτικών δειγμάτων στολισμένων μπαλκονιών, στην περιοχή του κέντρου της Αθήνας.

- Κατ'αρχάς μέσα από την διαδεδομένη χρήση κοινών υλικών στολισμού και την γενική οργάνωση ανάλογα με τα σχήματα και τα χρώματα καθώς επίσης τις μεταξύ τους σχέσεις που δημιουργούνται στον ιδιαίτερο αυτό χώρο του μπαλκονιού, που ανήκει σε κάθε σπίτι πλην όμως είναι ένας εξωτερικός χώρος του ίδιου του σπιτιού που προσφέρεται για επίδειξη καθώς και αλληλεπίδραση σε σχέση με τα υπόλοιπα γειτονικά μπαλκόνια και τους διαβάτες-θεατές που τα παρατηρούν.
- Κατα δεύτερον προσπαθεί να βρεί διαφορές αλλά και ομοιότητες πάνω στις πολιτισμικές ρίζες του κάθε στολιστή πάλι μέσα από την τελική εικόνα της χριστουγεννιάτικης σύνθεσης που διαμορφώνει στο μπαλκόνι του.
- Τέλος αναλύει, πώς αυτή η σύνθεση που διαμορφώνεται από τον κάθε στολιστή ξεχωριστά, είναι ένα αποτέλεσμα όχι μόνο της καλλιέργειας της αισθητικής του αλλά και οργάνωσης που οδηγείται από την διάθεση και τον ψυχισμό του. Κάτι σαν την ιδιαίτερη αύρα του κάθε ανθρώπου που παρότι μπορεί να απουσιάζει ο ίδιος από το μπαλκόνι του, αφήνει

ωστόσο στοιχεία «ίχνη» δικά του, θα μπορούσαμε να την αποκαλέσουμε την πολιτισμική του υπογραφή.

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΠΑΝΩ ΣΤΗΝ ΔΙΑΔΡΟΜΗ

Πλωτίνος: Ίχνος είναι η μορφή του άμορφου

Τα φωτάκια το βράδυ συνθέτουν ένα «ίχνος» δαντέλας κεντημένης μέσα στην πόλη και σηματοδοτούν διαδρομές, μέσα στις διαδρομές. Η δαντέλα-διαδρομή, επισημαίνει άλλα κρυφά στοιχεία της πόλης, «φωτίζει» τον σκοτεινό ή μη ψυχισμό του γείτονα, που εκ πρώτης όψευς από τα διαθέσιμα εξωτερικά στοιχεία του μπαλκονιού δεν λαμβάνουμε στοιχεία, ενώ μέσω του στολισμού του μπαλκονιού του βγαίνουν στην επιφάνεια πολλά στοιχεία που μας κάνουν και αντιλαμβανόμαστε τις καταβολές κ το πολιτισμικό επίπεδο του καθενός από εμάς.

Οι διαδρομές αυτές λειτουργούν σαν ίχνη-χνάρια, ενός ευρύτερου ιστού που εκτείνεται πέρα από την Αθήνα, πέρα από την Ελλάδα ωστόσο, πρόκειται για έναν ανθρώπινο ιστό κωδικοποιημένο-παγκόσμιο που συνεχίζεται, όπου υπάρχει ο ανθρώπινος παράγοντας. Κάτι, σαν ένα άλλο είδος γενετικού υλικού, που μεταφέρει πληροφορίες άθελά του.

Έτσι, η οδός Ανάφης και Αμοργού μπορεί στον χάρτη της Αθήνας να βρίσκεται, βόρεια, νότια, δυτικά ή ανατολικά, τα Χριστούγεννα όμως μας φανερώνουν ότι σε εκείνη την πολυκατοικία ο γείτονας ενδεχομένως ή όχι να «μοιάζει» με τον γείτονα στην Γαλλία, Αγγλία, Αμερική και να μοιράζεται κοινά πολιτισμικά «παγκοσμιοποιημένα» χαρακτηριστικά, να έχει καλλιεργήσει ή όχι, την αισθητική του, να είναι φλύαρος ή φειδωλός και οι «συνθέσεις» του, πολύχρωμες ή μονόχρωμες, πολλές φορές όλ' αυτά μαζί.

ΜΠΑΛΚΟΝΙ-ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ «ΑΙΝΙΓΜΑ ΤΟΥ ΥΦΟΥΣ»

Αν υποθέσουμε ότι ο χριστουγεννιάτικος στολισμός των μπαλκονιών λειτουργεί σαν μια «μη εγκεκριμένη σύγχρονη εικαστική εγκατάσταση» του γείτονα, τότε επομένως μας φανερώνει τον ψυχισμό του σε ένα πρώτο επίπεδο εικόνας και αισθητικής. Μπορούμε να ψάξουμε στα παραστατικά μέσα αυτής της «εγκατάστασης», που μας δίνουν πληροφορίες για το υλικό και το σχήμα που συντελεί σ' αυτόν τον ψυχισμό του γείτονα.

Στο βιβλίο της Ελένης Βακαλό ¹(Κριτική Εικαστικών Τεχνών) αναφέρεται ότι η αλληλουχία μορφής-χώρου, υλικού και ενέργειας αποτελούν κοινή δομική λειτουργία . Στην περίπτωση του «μπαλκονιού-εγκατάστασης» αυτής της «αφηρημένης ή όχι τρισδιάστατης σύνθεσης», τα βασικά στοιχεία της πλαστικής γλώσσας, η γραμμή, το σχήμα, το χρώμα δεν τίθεται ζήτημα να απομονωθούν οπτικά, δοκιμάζονται και ενεργειακά (εξ' ού και ψυχισμός), ειδικά στην περίπτωση του ίχνους των λαμπιονιών, γι' αυτό προστίθενται οι αξίες του υλικού και των τεχνικών μέσων. Ο ρυθμός δεν προκύπτει από μία σύνθεση στατική, τετελεσμένη εντός του «έργου», αλλά από τις δομικές σχέσεις που συνεχώς λειτουργούν με την ένταξη του έργου σ' έναν πραγματικό χώρο- ΤΟ ΜΠΑΛΚΟΝΙ-.

Άραγε να είναι η ανάγκη του στολιστή να πει κάτι, βγάζοντας προς τα έξω στη «βιτρίνα» του (το μπαλκόνι του), την «τέχνη του»; Μήπως αυτή η τέχνη έχει να κάνει με τον ψυχισμό του; και αν ναι, είναι ο ψυχισμός του κάθε ανθρώπου τέχνη;

Αναμφίβολα, ο άνθρωπος, ως οργανισμός είναι ένα θαύμα της φύσης και άρα όλοι οι άνθρωποι, ανεξαιρέτως χαρακτηριστικών, είμαστε ένα «έργο τέχνης». Γιατί ο καθένας από εμάς, σε διαφορετικές εποχές και λαούς, προσπάθησε να αναπαραστήσει, τον ορατό κόσμο με τόσο διαφορετικό τρόπο.

¹ Ελένη Βακαλό, *Κριτική Εικαστικών Τεχνών*, /τόμος Β, σελ.177, εκδ.Κέδρος.

Max. J. Friedlander²- *Εφόσον η τέχνη συνδέεται με τον ανθρώπινο νου, κάθε επιστημονική μελέτη της τέχνης, θα είναι αναπόφευκτα ψυχολογία. Μπορεί, βέβαια, να είναι και άλλα πράγματα, αλλά ψυχολογία θα είναι οπωσδήποτε.*

Πιστεύω ότι ο χριστουγεννιάτικος στολισμός των μπαλκονιών είναι μια ανάγκη εξωτερίκευσης και άρα αναπαράστασης του ορατού κόσμου, μέσω νοητικής και αισθητικής αντίληψης (άρα εσωτερικού κόσμου) όλων μας, ανάλογα με τα ερεθίσματα που έχουμε δεχτεί από τον κόσμο-σύμπαν που μας περιβάλλει και που βρίσκονται στον κόσμο των αισθησών μας.

Είναι, όμως, η διαδικασία στολισμού του μπαλκονιού μια παραγωγική και ωφέλιμη για τον άνθρωπο διαδικασία, αν υποθέσουμε ότι χρειάζεται σκέψη, για να παραχθεί μία εικονική παράσταση, έτσι όπως στις τέχνες; Θα μπορούσε σύμφωνα με τα παρακάτω ενδεχομένως να λειτουργεί σαν μια μορφή θεραπείας μέσω της τέχνης (art therapy), αφού η εξωτερίκευση των αισθήσεων μέσω αρχετυπικών σχημάτων (που έχουν τα διάφορα χριστουγεννιάτικα στολίδια, αλλά και όχι μόνο αυτά) που δημιουργούνται μέσω της οργάνωσης και ενασχόλησης με τον στολισμό της χριστουγεννιάτικης εγκατάστασης, παρέχει μια τέτοια διαδρομή ανακούφισης για τον οποιονδήποτε άνθρωπο.

Σύμφωνα με τον Rudolf Arnheim, μια ανασκόπηση των όσων γνωρίζουμε περί της αντίληψης, ειδικότερα δε περί της όρασης, μας κάνουν να συνειδητοποιήσουμε ότι οι αξιοσημείωτοι μηχανισμοί, δια των οποίων οι αισθήσεις κατανοούν το περιβάλλον, είναι σχεδόν πανομοιότυποι με τις διεργασίες που περιγράφονται από την ψυχολογία της σκέψης. Αντιστρόφως, υπήρχαν πολλές ενδείξεις ότι η αληθινά παραγωγική σκέψη σε οποιαδήποτε περιοχή της νόησης λαμβάνει χώρα στη σφαίρα των εικονικών παραστάσεων. Αυτή η ομοιότητα των όσων κάνει ο νους στις τέχνες με αυτά που κάνει αλλού, υποδεικνυε ότι θα έπρεπε να επανεξετάσουμε τις από μακρού υφιστάμενες διαμαρτυρίες περί της απομόνωσης και παραμέλησης των τεχνών στην κοινωνία και παιδεία³.

Στον E. H. Gombrich χρησιμοποιείται ο όρος «making» και υποδηλώνεται αυτό που χαρακτηρίζει την αιγυπτιακή λ. χ τέχνη, όπου ο καλλιτέχνης

² Max Friedlander, E.H GOMBRICH, *Για την Τέχνη και την Γνώση, Τέχνη και ψευδαίσθηση*, εκδ.Νεφέλη

³ Rudolf Arnheim, *Οπτική σκέψη*, University Studio Press, Θεσσαλονίκη 2007.

«κατασκευάζει», «φτιάχνει» τις φόρμες του νοητικά και δεν τις αντιγράφει, δεν τις αναπαράγει από την φύση. Αυτό γίνεται γιατί ο Αιγύπτιος καλλιτέχνης θέλει να δείξει από την πιο πιστή πλευρά του αντικειμένου που εξετάζει (είτε είναι ανθρώπινη φιγούρα είτε λίμνη με πάπιες) ότι γνωρίζει να το κατασκευάζει και ότι, όντως, πρόκειται για άνθρωπο ή λίμνη. Έτσι, για παράδειγμα η ανθρώπινη φιγούρα, αναπαριστάται από την πιο χαρακτηριστική της πλευρά, παρότι βάζει προφίλ το κεφάλι, το σώμα τοποθετείται μετωπικά και τα πόδια πάλι στα πλάγια-προφίλ, για να μπορέσει να τα ζωγραφίσει, η λίμνη δεν υπόκειται σε νόμους προοπτικής και έτσι βλέπουμε έναν κύκλο στο χαρτί ολόκληρο και οι πάπιες, παρότι θα έπρεπε να ζωγραφιστούν σαν κάτοψη, ζωγραφίζονται πάλι από τα πλάγια. Άρα με αυτό θέλει να αναπαραστήσει την ολότητα έτσι όπως την έχει δει στη φύση και την αντιλαμβάνεται, ακριβώς όπως η ανεπεξέργαστη παιδική ζωγραφική ή ακόμα και η κυβιστική τέχνη, που σπάει το αντικείμενο και το φέρνει σε ένα επίπεδο του καμβά ή του χαρτιού, παρουσιάζοντάς το απ' όλες τις πιθανές πλευρές του.

Ο χριστουγεννιάτικος στολισμός των μπαλκονιών, είτε από στολίδια είτε από λαμπιόνια, παρουσιάζεται ως ένα εξωτερικό φαινόμενο, από το οποίο παρέχονται σχηματικές φωτεινές απεικονίσεις (οπτικοποιήσεις) που με τη σειρά τους μας δίνουν «αόρατες» πληροφορίες ατόμων. Δυσδιάκριτα μηνύματα αισθήσεων που είναι συγκεχυμένα και υπάρχει ανάγκη εκλογίκευσης, προκειμένου να ξεκαθαριστούν οι πληροφορίες που παρέχονται. Αυτές οι «αόρατες πληροφορίες» ατόμων συνθέτουν ένα κομμάτι από «μηνύματα αισθήσεων» σε ένα «φωτεινό σύγχρονο ψηφιδωτό» μέσα στην πόλη. Αυτό που αφήνει στο πέρασμα του με το τέλος των εορτών το ψηφιδωτό αυτό είναι ένας αέρας-πνοή της ιδιαίτερης αισθητηριακής-αισθητικής πολιτιστικής κληρονομιάς του καθενός από εμάς. Αυτό που είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον είναι ότι οι σύγχρονες πολυπολιτισμικές και παγκοσμιοποιημένες πόλεις, λόγω της συσσώρευσης πληθυσμού απ' όλα τα μέρη της γης, παρουσιάζουν ποικιλία πολιτισμικών καταβολών, οι οποίες όμως φιλτράρονται απ' όλα αυτά τα νέα φτηνά και βιομηχανοποιημένα προϊόντα.

Οι φιλόσοφοι της αισθησιαρχίας μας υπενθυμίζουν επίμονα ότι δεν θα υπήρχε τίποτα στο μυαλό, αν δεν προϋπήρχε ήδη στις αισθήσεις.⁴

⁴ Sarah Kofman, *Το πρωτόλειο της Τέχνης/Ερμηνεία της φρουδικής αισθητικής*, εκδ.Κανάκη.

Ένας καλλιτέχνης, για να δημιουργήσει ένα έργο, θα πρέπει εκτός από τις αισθήσεις του να κινητοποιήσει και τη λογική του, προκειμένου να οργανώσει έναν κόσμο σε γλώσσα εικαστική, ο οποίος θα του δώσει τη δυνατότητα να επικοινωνήσει με τον υπόλοιπο κόσμο και να συγκινήσει. Η «εγκατάσταση» του γείτονα λειτουργεί ωστόσο, με βάση την αισθητηριακή αντίληψη και άρα είναι αντίθετη με τη λογική.

Δημόκριτος: αισθητηριακή αντίληψη # της λογικής

Ο Δημόκριτος διαχώρισε τη «σκοτεινή» γνώση, που προέρχεται από τις αισθήσεις, από τη «φωτεινή» ή τη γνήσια γνώση της λογικής. Ο Ηράκλειτος μίλησε για μία «Γεωγραφία του εσωτερικού κόσμου», πέρα από τη σφαίρα των αισθήσεων.⁵

Έτσι, παρότι έχουμε τις «φωτεινές» ενδείξεις, «λαμπάκια», ορατές από τις αισθήσεις μας (όραση) και οργανωμένες βάσει των αισθήσεών μας, δηλαδή των ιδιαίτερων προδιαγραφών μας - οργάνωσης του υλικού κόσμου αλλά και του ψυχικού που αντικατοπτρίζεται στο περιβάλλον μας μέσω των ξεχωριστών χρωμάτων και σχημάτων που χρησιμοποιεί ο κάθε στολιστής στο μπαλκόνι του, δεν μπορούμε άμεσα, να κατανοήσουμε τι δηλώνουν από τον σχηματισμό που παρουσιάζουν, οπότε είναι ταυτόχρονα «σκοτεινές», αφού παρουσιάζουν τις αισθήσεις και τον «εσωτερικό κόσμο-τάξη του κάθε στολιστή». Δηλαδή τον ψυχισμό του κάθε γείτονα-στολιστή. Με αυτό θελω να πώ ό,τι η διαδικασία του στολισμού του χριστουγεννιάτικου μπαλκονιού, δεν ακολουθεί απαραίτητα μια λογική αλλά γίνεται αυτόματα οπότε, και ο στολιστής άθελά του μας μαρτυράει την απόκρυφη εσωτερική σκέψη και οργάνωσή του. Κάτι το οποίο βρίσκεται κρυμμένο μέσα του άρα σκοτεινό «φωτίζεται» μέσω του χριστουγεννιάτικου στολισμού, και βγαίνει στο όριο ανάμεσα στο σπίτι και τον δρόμο που μπορεί να γίνει θεατό και από άλλους, το μπαλκόνι.

⁵ Sarah Kofman, *Το πρωτόλειο της Τέχνης/Ερμηνεία της Φρουδικής αισθητικής*, εκδ.Κανάκη.

«ΑΝΥΠΟΨΙΑΣΤΟ» ΚΑΙ «ΑΠΡΟΚΑΛΥΠΤΟ» ΜΑΤΙ;

Όσο περισσότερο τα ιερογλυφικά του καλλιτέχνη προσεγγίζουν τις αισθητηριακές εντυπώσεις από τη φύση- και όλη η τέχνη δεν είναι παρά ένα είδος ιερογλυφικών-τόσο μεγαλύτερη είναι η φαντασία που απαιτήθηκε για να επινοηθούν.⁶

Μαξ Λίμπερμαν, Η φαντασία στη ζωγραφική.

Το αθώο μάτι είναι μύθος.⁷ Ο τυφλός του Ράσκιν που αποκτά ξαφνικά το φως του δεν βλέπει τον κόσμο σαν ένα πίνακα του Τάρνερ ή του Μανέ.

Όπως ο Gombrich υποστηρίζει ότι ο πίνακας Winehoe Park του Κόνσταμπλ δεν είναι μία απλή αντιγραφή της φύσης, αλλά μία μετάφραση του φωτός σε χρώμα, ένας κρυπτογραφικός κώδικας της ζωγραφικής, έτσι και ο χριστουγεννιάτικος στολισμός των μπαλκονιών δεν είναι απλά μόνο το έθιμο του στολισμού με φωτάκια, αλλά ένα ολόκληρο σύστημα πολιτιστικών και κοινωνικών καταβολών, διαφορετικών στρωμάτων αισθητικής και καλλιέργειας. Τα υλικά που συνθέτουν τον στολισμό του μπαλκονιού και δημιουργούν το συγκεκριμένο κρυπτογραφικό κώδικα, υλικά ευτελή-κιτς(πλαστικά φωτάκια και παιχνίδια), ανάλογα με τα σχήματα, χρώματα και επιμέρους στολίδια, καθώς και τις μεταξύ τους σχέσεις, δημιουργούν εντυπώσεις του ψυχισμού του κάθε γείτονα. Πρόκειται λοιπόν για μία κοσμογεωγραφία ψυχισμών ανάλογα με την περιοχή, όχι μόνο της Αθήνας που εξετάζουμε, αλλά της κάθε ιδιαίτερα φορτισμένης και ξεχωριστής γειτονιάς και τόπου, είτε σε Ελλάδα, είτε σε εξωτερικό.

⁶ E.H. GOMBRICH, *Τέχνη και ψευδαίσθηση*, εκδ:Νεφέλη

⁷ Ο.π.

Υπάρχουν λοιπόν οι «νοητικές συνήθειες», οι οποίες είναι απαραίτητες στην ζωή μας, και άρα δεν μπορεί να γίνεται λόγος για ανυποψίαστο και απροκάλυπτο μάτι (όπως στην περίπτωση των ιμπρεσιονιστών που αναφέρονταν στη δυσκολία του να ανακαλύψει κανείς πως βλέπει τα πράγματα ένα εντελώς ανυποψίαστο μάτι).

E.H. Gombrich: Κάθε ζωντανός οργανισμός τείνει να οργανώνει, γιατί όπου υπάρχει ζωή, δεν υπάρχει μόνο ελπίδα, (όπως λέει το γνωμικό), αλλά και φόβοι, εικασίες, προσδοκίες που ταξινομούν και επεξεργάζονται κάθε εισερχόμενο μήνυμα.

Κάθε μπαλκόνι, λοιπόν, αφού ο στολιστής του δεν φαίνεται να είναι καθόλου, μα καθόλου αθώος, μετατρέπεται άθελά του σε «φωτεινή βιτρίνα - μπαλκόνι προπαγάνδα» και γίνεται φορέας πολιτισμικών-πολιτιστικών και κοινωνικών καταβολών και, ενδεχομένως, ο στολιστής να μετατρέπεται σε ένα είδος ιδιότυπου, εν δυνάμει «σύγχρονου ιερέα/αρχηγού εικαστικού».

Μέσω της φωτεινής αυτοσχέδιας «εικαστικής βιτρίνας-μπαλκόνι», ο κάθε στολιστής μας φανερώνει πολλά για τα πολιτισμικά-bagages του, τα οποία φέρουν και την ιδιαίτερη ψυχοσύστασή του, η οποία με τη σειρά της μεταφράζεται μέσω σχηματικής απόδοσης όγκων. Ανάλογα με τις ιδιαίτερες πυκνώσεις, αραιώσεις, σχηματοποιήσεις και χρωματισμούς που δημιουργούνται από τη συγκεκριμένη εναπόθεση και αλληλεπίδραση των βιομηχανικών/πλαστικών αυτών φωτεινών ογκιδίων-λαμπιονίων, καθώς και των νέων ανανεωμένων κάθε χρονιά στολιδιών, που λειτουργούν ως ένα είδος «ανακατάταξης» από φώς, πλαστικό και παραφορτωμένων κιτς διαφορετικών υλικών.

Η πασίγνωστη συμβουλή του Σεζάν στον Μπερνάρ να βλέπει τη φύση με όρους απλών σχημάτων όπως ο κύλινδρος, ο κώνος και η σφαίρα αποσκοπεί σε μία ανακατάταξη⁸, έτσι και στην περίπτωση του χριστουγεννιάτικου στολισμού έχουμε μία διαφορετικού τύπου ανακατάταξη από υλικά και σχήματα βιομηχανοποιημένα. Ανάλογα με την επιλογή που κάνει ο κάθε στολιστής, φωτίζεται και ο ιδιαίτερος ψυχισμός του, βασιζόμενη στην επιλογή των σχημάτων που διακοσμούν το μπαλκόνι του, το υλικό που επιλέγει έχει να κάνει με την ποιότητα και η ποιότητα έχει να κάνει και με την καλλιέργεια της αισθητικής του. Ωστόσο, ο κάθε γείτονας-στολιστής δεν «αντιγράφει» πιστά την πραγματικότητα ή ένα σύστημα πραγμάτων-σχημάτων που παραπέμπουν στην

⁸ E.H. GOMBRICH, *Τέχνη και ψευδαίσθηση*, εκδ.Νεφέλη.

φύση, έτσι ώστε να τη μεταφέρει σε μία «μορφή ανακατάταξης». Όλο αυτό, λειτουργεί σαν μία ψευδαίσθηση μεταφοράς της πραγματικότητας του κόσμου έτσι όπως τον έχει βιώσει ξεχωριστά ο καθένας και βασίζεται στην οπτική του εμπειρία, αλλά και αντίληψη.

Ο κάθε στολιστής δεν ξεκινά να στολίσει το μπαλκόνι του έχοντας κατά νου ότι θα δημιουργήσει ένα εικαστικό έργο ή ότι θα διεξάγει μία επιστημονική έρευνα βασιζόμενη στο φως στα υλικά και τα σχήματα, η οποία θα αντιγράφει την πραγματικότητα. Ωστόσο, όλοι μας μεταφέρουμε μέσω του στολισμού εν γένει, την αισθητική μας εμπειρία σε σχέση με τον κόσμο που μας περιβάλλει, καθώς και την κοσμοθεώρησή μας.

Ένας καλλιτέχνης συνεκτιμά όλα τα στοιχεία του πίνακά του και ξέρει τι επίδραση ασκεί το ένα στο άλλο, το ένα χρώμα επηρεάζει το άλλο, καθώς και η φόρμα, γιατί στη ζωγραφική, όταν δεν πρόκειται για κυβισμό ή φορμαλισμό, καθώς και έργα μινιμαλιστών, που η φόρμα είναι ξεκάθαρη και το χρώμα πλακάτο, όλα είναι ή μπορεί να γίνουν «σχετικά». Στον χριστουγεννιάτικο στολισμό οι φόρμες και τα χρώματα είναι βιομηχανικά, «κονσερβοποιημένα», (δεν είναι αποτέλεσμα δηλαδή μίας προσωπικής πρόσμιξης του καλλιτέχνη, δεν φέρουν το προσωπικό του στιλ-σε υφή και τονικότητα-που κάνουν τις δημιουργίες του να ξεχωρίζουν), έτσι τα «μοντέλα», στη συγκεκριμένη περίπτωση τα μπαλκόνια «επαναλαμβανόμενα» όπως και οι μινιμαλιστικές φόρμες, δεν ξεχωρίζουν για τα επιμέρους στοιχεία (όσο για την διάταξη και σύνθεση καθώς και την συνομιλία μεταξύ τους χρωμάτων) γιατί μπορούμε πολύ εύκολα να κατατάξουμε, βάσει υλικών που έχουν χρησιμοποιηθεί, κοινές καταβολές και υπόβαθρο. Κάπως σαν τα πορίσματα μιας εγκληματολογικής έρευνας που μας οδηγούν τα στοιχεία σε συγκεκριμένες πηγές-μαγαζιά που μπορεί ο «ένοχος» να έχει προμηθευτεί «το όργανο του φόνου».

Οι χριστουγεννιάτικες αυτές συνθέσεις «εγκαταστάσεις» των μπαλκονιών έχουν δημιουργηθεί από τα ερεθίσματα τα οποία έχει προσλάβει κατά την διάρκεια της ζωής του ο κάθε γείτονας. Όλες αυτές οι συνθέσεις λειτουργούν σαν «παρομοιώσεις» και «μεταφορές» του ορατού και του εσωτερικού του κόσμου. Έτσι ακριβώς, όπως οι παρομοιώσεις και οι μεταφορές που πλημμυρίζουν την ποίηση και τους μύθους, επιβεβαιώνουν την ικανότητα του δημιουργικού νου να δημιουργεί και να καταργεί νέες ταξινομήσεις.

Ο χριστουγεννιάτικος στολισμός, ωστόσο, δεν είναι και τόσο «δημιουργικός», όσον αφορά την ελευθερία που έχει για παράδειγμα ένας καλλιτέχνης ζωγράφος ή γλύπτης που παίρνει τα ερεθίσματα του από τη φύση και τα μεταφέρει με το

υλικό που εξυπηρετεί καλύτερα την ανάγκη της ιδέας-δημιουργίας του. Ο στολισμός του μπαλκονιού, σε σχέση με όλα αυτά τα έτοιμα διακοσμητικά στολίδια και φωτάκια, λειτουργεί σαν ένα είδος πάζλ, με προκαθορισμένα κομμάτια, που απλά ο στολιστής, σύμφωνα με τις ανάγκες της μόδας που απαιτεί η κάθε εποχή (κάθε χρονιά που περνάει), θα συνθέσει τα ready made κομμάτια αυτός. Ωστόσο απαιτείται και μεράκι και φαντασία, καθώς και αρκετή δημιουργικότητα για τον χριστουγεννιάτικο στολισμό από τον κάτοχο του μπαλκονιού, οπότε και ο κάθε στολιστής έχει μέσα από τα πολλά κοινά στοιχεία και το δικό του στιλ, που βέβαια μπορεί να έχει γίνει ακόμα και σχολή. Κάποιοι εμμένουν στην αφαιρετικότητα, στολίζουν λιτά και μετρημένα και άλλοι είναι πιο μπαρόκ-πομπώδεις τύποι στον στολισμό τους. Και οι δύο μεριές έχουν τους υποστηρικτές τους. Οι δημιουργίες του γείτονα, από άποψη υλικών στολισμού (υλικά μαζικής κουλτούρας, προκαθορισμένες φόρμες που όσο πιο πολύ θέλουν να μιμηθούν τις φόρμες της φύσης τόσο πιο κιτς γίνονται), είναι πιο ελεγχόμενες, σε σχέση με την εικαστική δημιουργία ενός καλλιτέχνη που εξελίσσει διαρκώς και τη χρήση των υλικών του και διαφοροποιεί το στιλ της δημιουργίας του.

Αναφορικά ως προς το στιλ και την εικαστική δημιουργία⁹, για να φτάσει κανείς την τέχνη του στην ολοκλήρωση ενός στιλ, είναι ίσως η μεγαλύτερη φιλοδοξία κάθε καλλιτέχνη γιατί, βεβαιώνει την κυριαρχία των εκφραστικών μέσων και τη συγκρότηση καθώς και την ωριμότητα της προσωπικότητάς του. Κι ακριβώς γιατί η επίτευξη του στιλ που δημιουργείται κάτω από αυτές τις προϋποθέσεις εκτιμάται τόσο στην τέχνη. Αλλά, να είμαστε εξηγημένοι, το εκτιμούμε όταν ακριβώς περιέχει τους όρους αυτούς της ωριμότητας, της κυριαρχίας και της συγκρότησης. Έτσι, εξετάζοντας το έργο μεγάλων καλλιτεχνών, βλέπουμε ότι κατακτούν το προσωπικό τους στυλ συνήθως στην περίοδο της ακμής τους, μετά από αναζητήσεις και προμηνύματα, που τους οδηγούν φυσικά προς την τελική αποκρυστάλλωση του χαρακτήρα της έκφρασής τους.

Το στιλ μιας εποχής δημιουργείται από τη σύμπτωση των κοινών στοιχείων στην τέχνη των δημιουργών της και των κοινών βιωμάτων τους και στην περίπτωση του χριστουγεννιάτικου στολισμού των μπαλκονιών συμβαίνει αυτό ακριβώς με το υλικό που εκφράζει το στιλ μιας συγκεκριμένης εποχής.

Πιστεύω ότι, όσο πιο καλλιεργημένος- σε επίπεδο αισθητικής -είναι ο γείτονας-στολιστής, τόσο πιο «ελεύθερος» σε επίπεδο φόρμας μπορεί να γίνει. Δηλαδή, για

⁹Ελένη Βακαλό, *Κριτική Εικαστικών Τεχνών*, /τόμος Β, σελ.170, εκδ:κέδρος.

παράδειγμα, δεν θα εμμένει τόσο στην πιστή αναπαράσταση της κάθε φόρμας (στοιχείο στολισμού του μπαλκονιού του) που παραπέμπει στη φύση, π. χ.: τα λαμπιόνια αν θα είναι απλά σφαιρίδια ή λουλουδάκια, θα δέχεται λοιπόν και πιο αφαιρετικές φόρμες, που με τη φαντασία θα δημιουργείται μία «παραπομπή σε σχήματα της φύσης». Έτσι η ιστορία του καθενός από εμάς μεταφέρεται σε σχήματα στο μπαλκόνι μας. Και ο πιο ονειροπόλος από εμάς μας μαθαίνει τη δυνατότητα να βλέπουμε ένα βράχο σαν ταύρο και ίσως ένα ταύρο σαν βράχο¹⁰. Ο Μπράκ, ένας από τους μεγάλους καλλιτέχνες του 20 ου αιώνα, έχει αναφερθεί σχετικά πρόσφατα στο δέος και το ρίγος που ένιωσε, όταν ανακάλυψε τη ρευστότητα των νοητικών κατηγοριών μας, την ευκολία με την οποία μία λίμα μπορεί να «γίνει» κόκαλο για τα παπούτσια ή ένας κουβάς φουφού. Είδαμε ήδη ότι αυτή η τάση κυριαρχεί στις ανακαλύψεις όχι μόνο του καλλιτέχνη, αλλά και του μικρού παιδιού.

Όλοι οι πολιτισμοί στάθηκαν κοντά στη φύση, έπλασαν αιώνιους μύθους, ενώνοντας μέσα σε αυτούς την εμπειρία με τη φαντασία. Κάπως έτσι ενώνεται ο μύθος και η παράδοση μαζί με το διακοσμητικό στοιχείο που συνοδεύει την κάθε εποχή γενικά.

¹⁰ Ε.Η. GOMBRICH, *Τέχνη και ψευδαίσθηση*, σελ.123, εκδ:Νεφέλη.

ΜΥΘΟΣ-ΠΑΡΑΔΟΣΗ-ΔΕΙΣΙΔΑΙΜΟΝΙΑ ΚΑΙ ΜΠΑΛΚΟΝΙ ΤΟΤΕΜ

Ο χριστουγεννιάτικος στολισμός σαν παράδοση έχει τις ρίζες του και μπορούμε να πούμε ότι ανήκει σε ένα σύστημα σκέψης, τον ανιμισμό, σύμφωνα με τον Φρόντ.

Ο ανιμισμός δεν δίνει απλώς εξήγηση για ένα μεμονωμένο φαινόμενο, αλλά παρέχει τη δυνατότητα να κατανοηθεί από μία σκοπιά ολόκληρος ο κόσμος σαν ενιαίο σύνολο. Η ανθρωπότητα έχει υιοθετήσει, σύμφωνα με όσα παραδέχονται σχετικά οι συγγραφείς, στο πέρασμα των αιώνων τρία τέτοια συστήματα σκέψης, δηλαδή τρεις μεγάλες κοσμοθεωρίες: την ανιμιστική (μυθολογική), τη θρησκευτική και την επιστημονική. Αυτή που εμφανίζεται αρχικά, ο ανιμισμός, είναι ίσως η πιο συγκροτημένη και πλήρης και εξηγεί ολοκληρωτικά τη φύση του κόσμου. Αυτή λοιπόν η πρώτη κοσμοθεωρία της ανθρωπότητας είναι μια ψυχολογική θεωρία. Ξεπερνάει την πρόθεσή μας να δείξουμε πόσο καλά διατηρείται ακόμα και στις μέρες μας, είτε υποτιμημένη με την μορφή της δεισιδαιμονίας, είτε ζωντανή και ενεργή στη βάση της γλώσσας, της πίστης και των παραδόσεων¹¹.

Παρότι ο χριστουγεννιάτικος στολισμός είναι μία παράδοση τα χριστούγεννα και διατηρεί ζωντανή τη μνήμη της γέννησης του Χριστού, έχει τις ρίζες της σε κάτι «πρωτόγονο». Μέσω του χριστουγεννιάτικου στολισμού και κυρίως μέσω των λαμπιονιών, των φώτων δηλαδή, γιορτάζουμε τη γέννηση, όπως ακριβώς κάνουμε με μία τούρτα γενεθλίων. Σβήνουμε τα κεράκια «φωτάκια», πέρασε ο ένας χρόνος, έρχεται ο επόμενος και συνεχίζουμε έτσι...Αντίθετα, όταν θέλουμε να παρομοιάσουμε το τέλος της ζωής κάποιου -τον θάνατο- λέμε ότι πάει, έσβησε το καντηλάκι «φωτάκι» του και στα νεκροταφεία ανάβουμε το καντηλάκι του νεκρού, για να θυμάται η ψυχή το σώμα και να ξέρει ότι εκεί κείται.

Στο κεφάλαιο Ανιμισμός, Μαγεία και παντοδυναμία των σκέψεων του Φρόντ¹² αναφέρεται ότι οι περισσότεροι συγγραφείς τείνουν να δεχτούν ότι οι

¹¹ Σίγκμουντ Φρόντ, *Τοτέμ και Ταμπού*, σελ.37, εκδ:Επίκουρος.

¹² Ο.π., σελ.37.

παραστάσεις των ψυχών είναι ο αρχικός πυρήνας του ανιμιστικού συστήματος, ότι τα πνεύματα είναι απλώς και μόνο οι ψυχές που ανεξαρτητοποιήθηκαν και ότι ακόμα και οι ψυχές των ζώων, των φυτών και των πραγμάτων νοούνται σε αναλογία, με τις ανθρώπινες ψυχές.

Αλλά πώς έφτασαν οι πρωτόγονοι να έχουν αυτή την παράξενη δυϊστική αντίληψη, που πάνω της στηρίζεται το ανιμιστικό σύστημα; Υποθέτουμε ότι αυτό έγινε με παρατήρηση των φαινομένων του ύπνου (των ονείρων) και του θανάτου, που τόσο πολύ μοιάζει στον ύπνο και με την προσπάθεια για εξήγηση αυτών των καταστάσεων που είναι πολύ οικείες στον κάθε άνθρωπο. Το πρόβλημα του θανάτου πρέπει μάλιστα να είναι το κύριο σημείο, από όπου ξεκινά η δημιουργία αυτής της θεωρίας. Για τους πρωτόγονους η διατήρηση της ζωής, δηλαδή η αθανασία, ήταν κάτι το αυτονόητο. Η παράσταση του θανάτου είναι μεταγενέστερη και έγινε με πολύ δισταγμό αποδεκτή, ακόμα και για μας μένει χωρίς περιεχόμενο και με ασαφή επακόλουθα. Ο Hume δικαιολόγησε στο βιβλίο του “Natural History of Religion”, όπου αναφέρει: «Οι άνθρωποι έχουν μία καθολική τάση να αντιλαμβάνονται όλα τα όντα σαν όμοια με αυτούς και να αποδίδουν σε όλα τα αντικείμενα τις ιδιότητες που τους είναι γνώριμες και απόλυτα συνειδητές. Άρα βασιζόμενη σε αυτό που λέει ο Hume ο Χριστουγεννιάτικος Στολισμός λειτουργεί σαν μια Τούρτα Γενεθλίων Στολισμένη με κεράκια για Ευχή Αθανασίας, Υγείας, Αγάπης και Ευτυχίας. Το μπαλκόνι αντικείμενο, μετατρέπεται μέσω του στολισμού του σε μια τούρτα.

Έτσι ακριβώς όπως η μαγεία, που έχει να εξυπηρετήσει διάφορους σκοπούς: Να υποτάξει τα φυσικά φαινόμενα, (όπως για παράδειγμα τη γέννηση) στην θέληση του ανθρώπου, να τον προστατέψει από εχθρούς και κινδύνους και να του δώσει την δύναμη να βλάψει τους εχθρούς του. Με αυτήν τη λογική ο χριστουγεννιάτικος στολισμός του μπαλκονιού λειτουργεί αποτροπαϊκά, δηλαδή το μπαλκόνι χριστουγεννιάτικη εγκατάσταση πολυφορτωμένο ή όχι με τα υλικά του στολισμού του λειτουργεί σαν ένα μάτι που θέλει να διώξει την αρνητική ενέργεια, σαν ένα χέρι της Φατίμε ή ένα σκόρδο. Με τον στολισμό του γίνεται μια δήλωση της υπαρξής του και μια διεκδίκηση μόνο για καλά που έχουν σκοπούς να εκπληρώσουν θετικές για τον στολιστή ευχές, όπως ένα γούρι ή όπως τα κεράκια μιας τούρτας γενεθλίων. Είναι σαν ένα είδος «Μικρού Ιερού» που θυσιάζει τη «μουντή καθημερινότητα» στο όνομα της «Λαμπερής Παράδοσης».

Το Μπαλκόνι μετατρέπεται σε «ΙΕΡΟ» αυτοσχέδιο και με τα υλικά του σύγχρονου πολιτισμού (glitter & glamour materials) και γίνεται μια εγκατάσταση σε βάθρο-που είναι το ίδιο το μπαλκόνι- με τίτλο: “ Cause We Are Living In A

Material World And I Am A Material Girl”-“MADONA”- ή Madonna; Σύγχρονη «ΠΑΝΑΓΙΑ» = Ιερό Πρόσωπο δεκαετιών '80 και '90. Μέσω των μαζικών καταναλωτικών χριστουγεννιάτικων υλικών για στολισμό το μπαλκόνι παίρνει την αίγλη ενός ποπ ειδώλου ακριβώς όπως η ποπ κουλτούρα στήριξε την δικτύωση της, προκατασκευασμένες στερεότυπες εικόνες ειδώλων περασμένες εύκολα από το πλέον μαζικό όργανο θέασης την τηλεόραση. Ένα τέτοιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η τραγουδίστρια Madonna που ακόμη και με τους παραπάνω στίχους της από γνωστό τραγούδι της «θεοποιούσε» την νέα αυτή κουλτούρα που την έκανε τόσο διάσημη που άγγιζε την φήμη της ίδιας της Παναγίας Madona.

Έτσι λοιπόν τα φτηνά υλικά αυτά, όπως πλαστικά φωτάκια και φιγούρες του Χριστού και της Παναγίας, καθώς και όλων των υπόλοιπων Αγίων, πασπαλισμένα με μπόλικο φτηνό επίσης γκλίτερ, μαζί με την απαραίτητη δόση γκλάμουρ ματαιοδοξίας, συνθέτουν στο μπαλκονάκι ένα είδος «Σύγχρονου φανταστικού Τάματος» για υγεία, αγάπη και ευτυχία, μια καθολική ευχή του κάθε στολιστή που ξεπερνάει τον εαυτό του και κάθε χρόνο στολίζει με «υπερβολικό» ζήλο την «εγκατάσταση» του.

Όταν ο απλός στολισμός μετατρέπεται σε ζήλο και αφοσίωση για τη σύνθεση που θα τον εκπροσωπήσει στην πασαρέλα των μπαλκονιών, νομίζω ότι αγγίζει τα όρια της «νεύρωσης», με κοινωνικές εκ πρώτης όψεως αντιδράσεις. Σύμφωνα με τον Φρόντ¹³, οι νευρώσεις από τη μια μεριά παρουσιάζουν παράξενες και βαθιές ομοιότητες με τις μεγάλες κοινωνικές δημιουργίες, την τέχνη, τη θρησκεία και τη φιλοσοφία και από την άλλη μοιάζουν να είναι παραμορφώσεις αυτών των δημιουργιών.

Αναφέρομαι σε αυτό, γιατί η προσήλωση του γείτονα στον στολισμό του μπαλκονιού του τον καθιστά είτε καλλιτέχνη (που δημιουργεί μία σύγχρονη εικαστική εγκατάσταση) είτε έναν «δημιουργό καταστροφέα» (άθελά του) μιας διαστρεβλωμένης οπτικής παρουσίασης και άρα φορέα ευτελών πολιτιστικών μηνυμάτων, που καταλήγουν σε μία χωματερή για πλαστικά.

Μπορεί, όμως, να είναι τόσο επικίνδυνος ο χριστουγεννιάτικος στολισμός; Θα μπορούσε, ενδεχομένως, στο βαθμό που επηρεάζει τόσο καταλυτικά ορισμένους ανθρώπους, να δημιουργήσει ένα είδος «θρησκείας Jumbo» (καταστήματα με φτηνά παιχνίδια και εποχιακά αξεσουάρ-παράγωγα πετρελαίου).

¹³ Σίγκμουντ Φρόντ, *Τοτέμ και Ταμπού*, σελ.42, εκδ:Επίκουρος.

Είναι σαν να πλαστικοποιείται η φύση και τα φυσικά υλικά και στοιχεία, όπως τα πετρώματα, το χώμα, τα δέντρα και τα φυτά με το νερό, να βρίσκονται από κάτω από μία πολύχρωμη και πλαστική, όχι όμως και τόσο «φανταχτερή πραγματικότητα». Αυτή, η υπερβολική σπατάλη που «απαιτεί» ο χριστουγεννιάτικος στολισμός γενικά, όχι μόνο του μπαλκονιού, θέτει ταυτόχρονα το ζήτημα της ανούσιας χρήσης και υπερκατανάλωσης όλου αυτού του πλαστικού, καθώς επίσης και της «αποθήκευσης» του στον πλανήτη Γη ή του κόστους ανακύκλωσής του. Όπως το κάθε νοικοκυριό μπορεί να μπουκώσει από την υπερπληθώρα των πραγμάτων που το αποτελούν, ειδικά, αν δεν έχει αποθηκευτικούς χώρους, σωστά οργανωμένους, έτσι λοιπόν και η Φύση στερεύει από «αποθήκες» και πρώτες ύλες και δίνει τη θέση της στις χωματερές.

Το μπαλκόνι καταλαμβάνει ένα σημαντικό χώρο του σπιτιού, και γίνεται μέσω του χριστουγεννιάτικου στολισμού μία «Απειλή Δεσποτική», είναι σαν να λέει: Εγώ θα Δεσπόζω μία μέρα Φανταχτερό και Πλαστικό. Μετατρέπεται, με αυτόν τον τρόπο σε ένα Μπαλκόνι-Σύγχρονος Μάρτυρας, που εμψυχώνει την ανάγκη του γείτονα για έναν φανταστικό δικό του κόσμο.

Στο κείμενο του Φρόντ για τις νευρώσεις¹⁴ σημειώνεται ότι οι νευρώσεις είναι α-κοινωνικοί σχηματισμοί, προσπαθούν με ατομικά μέσα να επιτύχουν ό,τι επιτυγχάνεται στην κοινωνία με συλλογική εργασία. Από την ανάλυση της νεύρωσης πληροφορούμαστε ότι οι κινητήριες δυνάμεις που εξασκούν τη μεγαλύτερη επιρροή έχουν σεξουαλικά αίτια, ενώ αντίστοιχοι πολιτισμικοί σχηματισμοί οφείλονται σε κοινωνικά ένστικτα, που προκύπτουν από την ενοποίηση εγωιστικών και ερωτικών στοιχείων. Οι σεξουαλικές ανάγκες δεν μπορούν να ενώσουν τους ανθρώπους κατά παρόμοιο τρόπο με τις απαιτήσεις της αυτοσυντήρησης, η σεξουαλική ικανοποίηση είναι στην ουσία ιδιωτική υπόθεση του κάθε ατόμου.

Από γενετική άποψη η α-κοινωνική φύση της νεύρωσης οφείλεται σε μία θεμελιώδη τάση του ανθρώπου στη φυγή από μία πραγματικότητα χωρίς ικανοποίηση, σε έναν φανταστικό κόσμο γεμάτο ευτυχία. Σε αυτόν τον πραγματικό κόσμο, που αποφεύγουν οι νευρωτικοί, εξουσιάζει η κοινωνία των ανθρώπων και οι θεσμοί που έχουν δημιουργήσει συλλογικά οι άνθρωποι, έτσι η αποφυγή αυτής της πραγματικότητας είναι ταυτόχρονα και απομάκρυνση από την ανθρώπινη φύση.

¹⁴ Σίγκμουντ Φρόντ, *Τοτέμ και Ταμπού*, σελ.96, εκδ:Επίκουρος,

Είναι, όμως, ο χριστουγεννιάτικος στολισμός, ως εξέταση καθημερινών πρακτικών, μία «παραμορφωμένη νεύρωση»; Στην έρευνα του Μισέλ ντε Σερτώ¹⁵ σχετικά με τους τρόπους με τους οποίους ενεργούν οι χρήστες (στην περίπτωση του χριστουγεννιάτικου στολισμού μεταφέρω αυτή την πρακτική των χρηστών στους στολιστές μπαλκονιού), σχετικά με τις τελέσεις των χρηστών, γεννήθηκε ένα ερώτημα για το αν είναι καταδικασμένοι στην παθητικότητα και την πειθαρχία. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι η χρήση των υλικών που χρησιμοποιούνται για να στολίσει κανείς το μπαλκόνι του είναι προϊόντα μίας «λαϊκής κουλτούρας» και ότι σύμφωνα πάλι με τον Μισέλ Ντε Σερτώ η σημερινή φυσιογνωμία της περιθωριακότητας δεν αφορά πια μικρές ομάδες, είναι μια μαζική περιθωριακότητα. Λειτουργεί, σαν αυτό που ο Jean Baudrillard ονομάζει- XEROX- απεριόριστη αναπαραγωγή ντοκουμέντων «της κουλτούρας» και που αναφέρεται στο “βαθμό μηδέν της γραφής” του Roland Barthes. Είναι αυτή ακριβώς η πολιτιστική δραστηριότητα των μη παραγωγών κουλτούρας, μια δραστηριότητα που δεν έχει υπογραφή (λόγω των προϊόντων μαζικής κατανάλωσης για στολισμό από καταστήματα-αλυσίδες παγκοσμίως), δεν είναι αναγνώσιμη, δεν εκσυμβολίζεται και παραμένει η μόνη εφικτή για όλους εκείνους που ωστόσο πληρώνουν για να αγοράσουν τα προϊόντα θεάματα, όπου αρθρώνει τα διακριτικά της γνωρίσματα μια παραγωγιστική οικονομία. «Η περιθωριακότητα αυτή αποκτά καθολικότητα. Έχει αποβεί σιωπηλή πλειοψηφία. Αυτό δεν σημαίνει πως είναι ομοιογενής. Οι διαδικασίες μέσω των οποίων διενεργείται η αναχρησιμοποίηση προϊόντων που συνδέονται μεταξύ τους σε ενός είδους υποχρεωτική γλώσσα λειτουργούν κατά τρόπους συναρτώμενους με κοινωνικές καταστάσεις και συσχετισμούς δυνάμεων. Μπροστά στις εικόνες τηλεόρασης, ο μετανάστης εργάτης δεν έχει τον ίδιο χώρο κριτικής ή δημιουργίας μ’ έναν Γάλλο μεσαίο στέλεχος. Στους ίδιους τομείς, η αδυναμία σε μέσα πληροφόρησης, οικονομικά αγαθά και παντός είδους «ασφάλεια» απαιτεί επαυξημένα τεχνάσματα, όνειρα η γέλια. Παρόμοιοι μηχανισμοί, που ποντάρουν σε άνισους συσχετισμούς δυνάμεων, δεν επιφέρουν ταυτόσημα αποτελέσματα. Γι’ αυτό και είναι αναγκαίο να διαφοροποιήσουμε τις «ενέργειες» (με τη στρατιωτική έννοια του όρου) που πραγματοποιεί το σύστημα των προϊόντων στο εσωτερικό του τετραγωνισμένου πλέγματος των καταναλωτών και να κάνουμε διάκριση ανάμεσα στα περιθώρια ελιγμών, που αφήνουν στους χρήστες οι συγκυρίες στις οποίες ασκούν την «τέχνη» τους. Η σχέση των διαδικασιών με τα πεδία δύναμης όπου παρεμβαίνουν θα οδηγήσει έτσι σε μια

¹⁵ Μισέλ Ντε Σερτώ, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική/Η πολύτροπη τέχνη του πράττειν*, εκδ:Σμίλη, σελ:53.

πολεμολογική ανάλυση της κουλτούρας. Όπως το δίκαιο (ένα από τα μοντέλα της), η κουλτούρα διαρθρώνει συγκρούσεις και εναλλάξ νομιμοποιεί, μεταθέτει ή ελέγχει τον λόγο του ισχυρότερου. Αναπτύσσεται μέσα στο στοιχείο των εντάσεων, και συχνά των βιαιοτήτων, παρέχοντάς τους συμβολικές ισορροπίες, σύμφωνα συμβατότητας και λίγο πολύ προσωρινούς συμβιβασμούς. Έτσι, οι τακτικές της κατανάλωσης, ευμήχανα επινοήματα του αδυνάτου, για να αντλήσει οφέλη από τον ισχυρό, εκβάλλουν σε μια πολιτικοποίηση των καθημερινών πρακτικών»¹⁶.

Έτσι, ο χριστουγεννιάτικος στολισμός των μπαλκονιών υπάγεται σε ένα σύστημα-σχήμα σχέσεων που διατηρούν οι καταναλωτές με τα συστήματα λειτουργίας της παραγωγής και κινούνται και κυκλοφορούν σε έναν χώρο τεχνοκρατικά οικοδομημένο, γραμμένο και βασισμένο στον λειτουργισμό, οι τροχίες τους σχηματίζουν απρόβλεπτες φράσεις, «λοξές διαδρομές» εν μέρει δυσανάγνωστες. Παρότι συντίθενται με το λεξιλόγιο παραδεδομένων γλωσσών και εξακολουθούν να υπόκεινται σε προδιαγεγραμμένο συντακτικό, ιχνογραφούν τα τεχνάσματα άλλων ενδιαφερόντων και επιθυμιών, που ούτε καθορίζονται ούτε αιχμαλωτίζονται από τα συστήματα όπου αυτές αναπτύσσονται.

Αυτή η «τροχιά», που ο Μισέλ ντε Σερτώ ονομάζει «γραμμή περιφοράς»¹⁷, και στην οποία κινείται ο καταναλωτής (είτε παθητικά είτε πειθαρχημένα) και άρα στολιστής μοιάζει να είναι μία παραμορφωμένη «τέχνη-τεχνική»(μέσω του στολισμού και επειδή γίνεται ατομικά-ο κάθε στολιστής στο κάθε μπαλκόνι του-) ή οποία θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι ένα είδος «νεύρωσης», σύμφωνα με τον Φρόντ, επαναλαμβανόμενης (και άρα γίνεται, ίσως, και λίγο παθητικά), η οποία κατευθύνεται από όλο αυτό το σύστημα παραγωγής-κατανάλωσης και την οποία ο Μισέλ Ντε Σερτώ την προσομοιάζει με τις «γραμμές περιφοράς» που διαγράφουν οι νεαροί αυτιστικοί του Φ.Ντελινύ¹⁸. Άρα αυτισμός και νεύρωση μαζί, είναι κάτι που ο γείτονας, ενδεχομένως, να παρουσιάζει σε λανθάνουσα μορφή και αυτή να παίρνει μορφή, να σχηματοποιείται δηλαδή μέσω της δημιουργίας του.

¹⁶ Μισέλ Ντε Σερτώ, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική/Η πολύτροπη τέχνη του πράττειν*, εκδ:Σμίλη, σελ.64.

¹⁷ ό.π., σελ.65.

¹⁸ Ο.π., σελ.64

Όλο αυτό το σύστημα στολισμού-νεύρωσης, το οποίο περιέχει και έναν αυτισμό σε σχέση με την επαναλαμβανόμενη κάθε χρονιά «ανάγκη για στολισμό», είναι σαν ένα «Τοτέμ», το οποίο διαγράφει τη δική του πορεία μέσα στην πόλη, τον χρόνο ή όπου αλλού το μεταφέρουν τα Χριστούγεννα και όπου αλλού το τοποθετούν «οι Πιστοί του». Αυτό το «παγκόσμιο Τοτέμ» λειτουργεί σαν ένα δίκτυο που, ναι μεν μοιράζεται τα κοινά στοιχεία που το συνθέτουν και του δίνουν την χριστουγεννιάτικη μορφή του, καθώς επίσης μαρτυρούν και πολλά για τους στολιστές του, δεν μπορεί, ωστόσο, να ταξινομηθεί μέσω στατιστικής και να παρουσιάσει μια ομοιογένεια, σε σχέση με τα διάφορα διακοσμητικά αποτελέσματα, ακριβώς γιατί τα υλικά, τα οποία, όπως προανέφερα, είναι προϊόντα μαζικής κατανάλωσης και άρα αυτά από μόνα τους ρίχνουν ένα πέπλο ομοιογένειας στο τελικό στιλιστικό κομμάτι που συνθέτει αυτό το γενικό δίκτυο χριστουγεννιάτικου στολισμού. Για παράδειγμα όλοι μπορεί να βγουν «έξω από τα ρούχα τους» σε περίπτωση κάποιου άσχημου τσακωμού και να μιλήσουν άσχημα, ωστόσο αν ακούσουμε κάποιον να μιλάει άσχημα, θα βγάλουμε κάποια συμπεράσματα και για την παιδεία του και για την καλλιέργεια του, καθώς επίσης και για το κοινωνικό(ειδικά αν έχουμε στοιχεία για εκείνον και την πλήρη εικόνα του) του υπόβαθρο, έτσι η λέξη «μαλάκας» που χρησιμοποιείται πλέον ως ένα άλλο «είδος μαζικής κατανάλωσης» στην Ελλάδα, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από έναν γιατρό, ακαδημαϊκό αλλά και από έναν εργάτη, μετανάστη ή μη. Είναι το αποτέλεσμα του θυμού η λέξη και το πώς θα την χρησιμοποιήσει ο καθένας έχει να κάνει με όλα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που συνθέτουν την προσωπικότητα του. Ωστόσο υπάρχουν και άτομα που επιλέγουν να μη μιλήσουν άσχημα και να χρησιμοποιήσουν αυτήν την τόσο «κοινή λέξη». Όμως, και πάλι, η χρήση της συγκεκριμένης τόσο κοινής και καθημερινής λέξης πέφτει σαν ένα πέπλο ομοιογένειας που σκεπάζει τα επί μέρους ξεχωριστά στοιχεία που συνθέτουν ατομικά τον καθένα. Τα ίδια υλικά στολισμού, μπορεί να χρησιμοποιήσει ένας γιατρός, δικηγόρος ή ένας μετανάστης άστεγος που μπορεί να τα βρήκε πεταμένα την επόμενη χρονιά στα σκουπίδια, το θέμα που διαφοροποιεί την όλη κατάσταση του στολισμού είναι στο πώς θα τα συνθέσει, για να στολίσει το τοτέμ του.

Με τα παραπάνω παραδείγματα, θέλω να δείξω ότι σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον τα υλικά που χρησιμοποιούνται ανεξαιρέτως, θα είναι προϊόντα μαζικής κουλτούρας, ακόμα και οι λέξεις μπορεί να είναι προϊόντα μαζικής κουλτούρας, η χρήση είναι αυτή που διαφοροποιεί την ξεχωριστή κουλτούρα και το υπόβαθρο του καθενός από εμάς και που συνθέτει το «μαγικό πάτσγουορκ-παζλ» ενός ευρύτερου δικτύου. Έτσι και το στολισμένο

χριστουγεννιάτικο μπαλκόνι του γείτονα επικοινωνεί με του διπλανού του, διότι βρίσκεται απέναντι, αλλά επικοινωνεί και με του μακρινού γείτονα στον Βόλο λόγω κοινής χρήσης υλικών, το οποίο επικοινωνεί με τον γείτονα στην Αμερική, καθώς ο γείτονας στον Βόλο έχει παραγγείλει μέσω διαδικτύου τα καινούργια του φωτάκια από Αμερική κ.ο.κ. Σαν ένα είδος facebook (δείξε μου το χριστουγεννιάτικο στολισμένο μπαλκόνι σου να σου πω ποιος είσαι), αλλά απομυθοποιημένο μέσω των καθημερινών πρακτικών παραγωγής και κατανάλωσης, που βρίσκουν την ολοκλήρωσή τους με το τέλος της κάθε χρονιάς, κάθε Χριστούγεννα. Με την ολοκλήρωση της κάθε νέας χρονιάς γεννιούνται νέες καταναλωτικές ανάγκες και στολίδια για την νέα χρονιά, δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι μετά από το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης όλο και πιο πολύ κάθε χρόνο τα μαγαζιά ετοιμάζουν τις χριστουγεννιάτικες βιτρίνες με εποχιακά είδη μήνες πριν, ακόμα και ο στολισμός και ο «πυρετός της προετοιμασίας» τα τελευταία χρόνια ξεκινά πολύ πιο πριν, φαινόμενο που έχει ξεκινήσει από την Αμερική (χώρα προέλευσης του όρου pop culture). Λειτουργεί όπως και η μόδα(πάλι σύστημα παραγωγής- κατανάλωσης), που ετοιμάζει τις συλλογές της για κάθε σεζόν μήνες πριν.

Ωστόσο, με τις εγκαταστάσεις μπαλκόνια που μπορεί, είτε να θεωρηθούν ένα είδος παραμορφωμένης τέχνης (επειδή ο στολιστής δεν λειτουργεί συνειδητά σαν έναν πραγματικό καλλιτέχνη) είτε απλά σαν το αποτέλεσμα αφηρημένων εννοιών, που απλά έρχονται και σχηματοποιούνται στο μπαλκόνι, δεν φανερώνεται η ταυτότητα του στολιστή άμεσα, αλλά κυρίως η διαδρομή του στην πόλη που βρίσκει ακριβώς όπως η μαζική κουλτούρα, τις αρχές της σε μια καταναλωτική κοινωνία. Εδώ οι «αρχές» μετουσιώνονται σε χρήση πανομοιότυπων υλικών (στολισμού) και έτσι ένα θέμα, όπως ο χριστουγεννιάτικος στολισμός, θέτει ερωτήματα σε σχέση με το τι κουλτούρα κοινωνική επικρατεί από τα υλικά που χρησιμοποιεί και η μορφοποίηση που παίρνει, μέσω του στολισμού του μπαλκονιού, δεν μπορεί παρά να είναι πανομοιότυπη.

Αυτό το θέμα δεν είναι νέο και δεν απασχόλησε τώρα τους ανθρώπους. Η εννοιολογική τέχνη θεωρείται αντίδραση κατά της κακής χρήσης της γλώσσας καθώς και κριτική της καταναλωτικής κοινωνίας. Τη δεκαετία του 70 είχε αρχίσει να αμφισβητείται ο ρόλος του αντικειμένου ή του γεγονότος και της τεκμηριώσής του, καθώς και του ίδιου του καλλιτέχνη. Ωστόσο καλλιτέχνες, όπως ο Γερμανός Πέτερ Ρέρ, που πίστευαν ότι η «τμηματικότητα» δεν σήμαινε επίθεση στο μυστικιστικό, ήταν όμως οπωσδήποτε μια απόρριψη της ιεραρχημένης σύνθεσης, δημιουργούσε έργα-συνθέσεις επαναλήψεις

υπολογιστικών μηχανών. Ήταν λέξεις, καθημερινά αντικείμενα, διαφημίσεις ή αφηρημένα στοιχεία τοποθετημένα σε πλέγματα¹⁹. Ένα τέτοιου είδους «πλέγμα» με τα «υλικά της καταναλωτικής κοινωνίας» δημιουργείται από μπαλκόνι σε μπαλκόνι, το οποίο «πλέγμα» μοιάζει να είναι ψεκασμένο(από χρώμα σπρέυ βιομηχανικό) και λειτουργεί σαν ομοιογενές σβήσιμο της μνήμης και της παράδοσης(η οποία κανονικά έχει ξεχωριστά χαρακτηριστικά γνωρίσματα από τόπο σε τόπο και χώρα, δική της επίσης μυρωδιά, καθώς έχει ορίζουσες σε πολλές πρακτικές της ανθρώπινης ύπαρξης-διάβασμα,ομιλία,περπάτημα, κατοικία, μαγείρεμα),σαν φωτοτυπία-επανάληψη των αντικειμένων.

Έχει όμως κάποια «διαίτερη-ξεχωριστή» σημασία ο χριστουγεννιάτικος στολισμός για τον καθένα αν το αποτέλεσμα είναι πανομοιότυπο λόγω κοινών υλικών; Νομίζω ότι πάλι η διαφορά έρχεται και δίνει απάντηση σε σχέση με τον «ζήλο» του κάθε στολιστή για τον ψυχισμό του με το πώς θα χρησιμοποιήσει τα υλικά του και πως θα τα συνθέσει στο χώρο του, το μπαλκόνι του. Ακόμα και από το Horror Vacui (ο φόβος του κενού), που μπορεί να παρουσιάζει η σύνθεση στο μπαλκόνι του γείτονα, μαρτυρά πολλά για τις πολιτιστικές καταβολές του, καθώς και την γενική καλλιέργειά του και, ειδικότερα, όσον αφορά θέματα στιλ και αισθητικής. Ο όρος είναι όρος που αναφέρεται στην ψυχολογία έντονα συναρτημένος με την τέχνη. Το τυπικό σύμπτωμα του φόβου του κενού στη τέχνη είναι το παραφόρτωμα της εικόνας με πολλά στοιχεία που αντί να βοηθούν στην ανάγνωση της παράγουν σύγχυση. Το θύμα του φόβου του κενού είναι αυτός που φοβάται την λιτότητα της απλότητας. Φοβάται το λίγο ακόμα κι αν είναι αποτελεσματικό. Γενικά ο χρήστης (που στη πραγματικότητα κάνει κατάχρηση) των συνισταμένων του φόβου του κενού μπορεί να είναι ένα πνεύμα ρηχό, αφελές, φοβισμένο και ανασφαλές. Στην τέχνη και πάλι συναφές του φόβου του κενού είναι το κιτς, δηλαδή αυτή η αισθητική του κατάφορτου και του μπουκωμένου και του φτηνά μελοδραματικού. Υπάρχουν, ωστόσο, καλλιτέχνες που έχουν μελετήσει την έννοια αυτή του φόβου του κενού και έχουν δημιουργήσει συνθέσεις ζωγραφικές, γλυπτικές ή εγκαταστάσεις που γίνονται έργα τέχνης, μέσω του σχολιασμού που αποτελούν και της σκέψης που δημιουργείται από τη συνάθροιση των στοιχείων που συναποτελούν τη δημιουργία τους. Οπότε, σε αυτές τις περιπτώσεις δεν μπορείς να πεις ότι ο καλλιτέχνης είναι απαραίτητα κιτς, αλλά ότι σχολιάζει, βέβαια και σε αυτές τις περιπτώσεις των καλλιτεχνών τίθεται θέμα του ότι ο καλλιτέχνης είναι το υλικό του και άρα προϊόν της ιδιαίτερης κουλτούρας του. Τον γείτονα,

¹⁹Τόνυ Γκόντφρεν, *Εννοιολογική τέχνη*, ΤΕΧΝΗ & ΙΔΕΕΣ, εκδ:Καστανιώτη, σελ:150.

όμως, μπορεί να τον χαρακτηρίσεις κιτς. Γενικότερα ο όρος κιτς είναι μια μορφή αποσυναρμολόγησης της φύσης του υλικού από το οποίο είναι κατασκευασμένο ένα αντικείμενο, μορφή η οποία είναι, σε μεγάλο βαθμό, αποτέλεσμα της βιομηχανικής παραγωγής. Έτσι, όταν ο ένας αργυροχόος δεν επεξεργάζεται πλέον το μέταλλο με το χέρι, με τις εξωθήσεις και τα ανάγλυφα που προτείνει η τεχνική του, και το μέταλλο σφραγίζεται απλώς από ένα «καλούπι» που έχει σχηματιστεί για να το αποτυπώσει, οι μορφές αυτές θεωρούνται πλέον ότι σέβονται τη φυσική αντίσταση του μετάλλου στη πίεση, αλλά αναγκάζονται να μιμηθούν άλλα μοτίβα, όπως τα μοτίβα λουλουδιών ή τα αυλάκια των ιωνικών κιόνων. Αυτός ο μιμητισμός ονομάστηκε κιτς και ο Κλεμέντ Γκρίνμπεργκ τον χαρακτήρισε φυσικό εχθρό της πρωτοπορίας στο έργο του «Πρωτοπορία και κιτς»(1939). Στο μυθιστόρημά του Η αβάσταχτη ελαφρότητα του είναι ο Μιλάν Κούντερα πρότεινε έναν πιο βίαιο ορισμό, λέγοντας ότι η μετατροπή από το κίτς της αηδίας σε παγκόσμια αποδοχή απέκρουσε με τον τρόπο αυτό την παρουσία, στην ανθρώπινη ζωή των κοπράνων. Έτσι, το κιτς είναι η βλακώδης υιοθέτηση των στερεότυπων ως άμυνας κατά της ανθρώπινης πραγματικότητας. Λόγω της άμυνας αυτής γράφει, «η ανθρώπινη ύπαρξη χάνει τις διαστάσεις της και γίνεται αβάσταχτα ελαφριά²⁰».

Αυτή η «κονσερβοποιημένη-ομοιομορφία» στον στολισμό έχει κάποιο νόημα; Αισθητικά και στιλιστικά, σε επίπεδο δημιουργίας τέχνης θα έλεγα όχι, έχει όμως θεωρώ νόημα, με τις μικρές παραλλαγές στολισμού που βλέπουμε στα μπαλκόνια και στα αποτελέσματα και σχόλια που προκύπτουν από την συγκεκριμένη μελέτη, για μία μελέτη κοσμογεωγραφίας ψυχισμών που μπορεί να γίνουν τέχνη μέσω της έρευνας.

«Χωρίς τη συγκεκριμένη σχέση που δίνει η σύνθεση το αντικείμενο έμεινε ξεκρέμαστο. Η εννοιολογική του πρόθεση ήταν αβέβαιη, είχε όμως καθοριστική σημασία». «Οι πενήντα σούπες Κάμπελ πάνω στο μουσαμά δεν στοχεύουν στο μάτι μας. Αυτό που μας ενδιαφέρει είναι η σκέψη που θέλει να μεταφέρει τις σούπες αυτές στο μουσαμά», έλεγε ο Ντυσάμπ για το έργο του Γουόρχολ.

Μερικοί θεωρούσαν ότι η επανάληψη στερούσε το νόημα και τη σημασία από το αντικείμενο. Ωστόσο, μπορεί το έργο να έχανε την αύρα του μέσω της μηχανικής αναπαραγωγής του ήταν όμως προσβάσιμο σε περισσότερο κόσμο και άρα επέτρεπε την παραγωγή περισσότερων νοημάτων μέσω της τέχνης.

²⁰ Η τέχνη από το 1900 (Μοντερνισμός Αντιμοντερνισμός Μεταμοντερνισμός),σελ.684, εκδ:Επίκεντρο.

Καθοριστικό σε αυτή τη διαμάχη υπήρξε το δοκίμιο του Βάλτερ Μπένγιαμιν Το έργο τέχνης την εποχή της μηχανικής αναπαραγωγής, του 1936, το οποίο έγινε γνωστό μόλις τη δεκαετία του '60, όπου αναλύει την εξαφάνιση αυτής της λάμπης. Οι πενήντα πανομοιότυπες Μαίριλιν του Γουόρχολ δεν έχουν πια νόημα, ούτε υφή. Ο Ρέρ όμως θεωρούσε ότι με το έργο του ξανάδινε λάμπη ή υπόσταση στην αναπαραγωγή. Και αναρωτιέται κανείς αν η πενταπλή επανάληψη, «ποτέ, ποτέ, ποτέ, ποτέ, ποτέ» στο βασιλιά Λήρ του Σαίξπηρ αδειάζει τη λέξη από νόημα ή αντίθετα αφήνει τον ηθοποιό ή τον αναγνώστη να τη γεμίσει με ένταση και νόημα.²¹

Θα μπορούσαμε να παρομοιάσουμε αυτή την «κονσερβοποιημένη-ομοιομορφία» που συναντάμε στον χριστουγεννιάτικο στολισμό των μπαλκονιών με την ερμηνεία που δίνεται στον όρο πολυσημία. Η πολυσημία μιας λέξης (και κατ' επέκταση κάθε άλλου είδους σημείων, συμπεριλαμβανομένων των οπτικών) είναι η ιδιότητά της να έχει περισσότερες διαφορετικές σημασίες. Άρα στην περίπτωση του στολισμού των μπαλκονιών περισσότερα νοήματα, τα οποία διαφοροποιούν και τη μορφή και άρα το περιεχόμενο όχι μόνο του μπαλκονιού, αλλά κυρίως του στολιστή. Η πολυσημία αντικαθίσταται συχνά από την αμφιλογία, χωρίς όμως να διαθέτει την αοριστία της. Οι πολύσημες λέξεις είναι πολύ περισσότερες απ' όσες νομίζουμε συνήθως (όπως αποκαλύπτει η έρευνα σε ένα καλό λεξικό), γεγονός στο οποίο βασίζονται τα περισσότερα λογοπαίγνια²². Έτσι, μέσω του στολισμού των μπαλκονιών την περίοδο των Χριστουγέννων αποτυπώνεται (σαν χαρτογράφηση) μια διαφορετική αλήθεια και αποδίδεται νόημα από σημεία διαφορετικά από τον ίδιο τον άνθρωπο. Ωστόσο, επειδή εκείνος έχει επιλέξει τα «σημεία» αυτά και τα έχει τοποθετήσει έτσι ακριβώς όπως θέλει, αποτυπώνουν μία εσωτερική του σύσταση-ουσία και αποκαλύπτουν τον ψυχισμό του. Αναρωτιέμαι αν αυτή η εσωτερική σύσταση του καθενός από εμάς έχει «παραποιηθεί- διαταραχτεί» και έχει έρθει σε σύγκρουση με αυτό που αποκαλούμε πλέον φύση και περιβάλλον ως αποτέλεσμα της καταναλωτικής κοινωνίας και των μαζικών προϊόντων-υλικών της. Μήπως ο άνθρωπος σχηματίζει ένα «καλούπι-παγκοσμιοποιημένο» εξωτερικής σάρκας, η οποία έχει και αυτή πλαστικοποιηθεί και έχει υποστεί μεταλλάξεις ακόμα και ο γενετικός του κώδικας; Αν όντως ισχύει κάτι τέτοιο, το μόνο που διαφοροποιεί τα ανθρώπινα όντα μεταξύ τους είναι η ψυχή και η

²¹ Τόνυ Γκόντφρεν, *Εννοιολογική τέχνη*, Τέχνη & Ιδέες, σελ.152, εκδ:Καστανιώτης.

²² Η τέχνη από το 1900 *Μοντερνισμός Αντιμοντερνισμός Μεταμοντερνισμός*, σελ.686, εκδ:Επίκεντρο.

καλλιέργειά της, που είναι βέβαια αποτέλεσμα πολλών παραγόντων που διαμορφώνουν εν τέλει και τον ψυχισμό μας.

Αυτό το «ανθρώπινο-καλούπι» λειτουργεί σαν μία απλούστευση (όπως τα καλούπια που περικλείουν έννοιες στη μινιμαλιστική τέχνη), «γενίκευση» (όπως ακριβώς οι βιομηχανικές φόρμες των προϊόντων της καταναλωτικής κοινωνίας) της ανθρώπινης μορφής, έτσι ώστε να έχει «θέση-τάξη» σε μια γενικότερη τάξη πραγμάτων της σύγχρονης κοινωνίας. Γίνεται δηλαδή ένα «αντικείμενο-πράγμα» της κοινωνίας του θεάματος, άθελά του όμως. Μήπως όλη αυτή η τεχνολογική εξέλιξη τείνει να μετατρέψει τον άνθρωπο σε μια προσομοιωμένη «ρέπλικα-καλούπι», έτσι ώστε να σβήσει κάθε ίχνος προσωπικού στοιχείου-ουσίας που έχει να κάνει με την ψυχή και κατ' επέκταση τον ιδιαίτερο ψυχισμό του; Ή τείνει να εξελίξει το είδος σε ένα ανώτερο και αποδοτικότερο(προϊόν ανταγωνιστικής κατανάλωσης) ον που δρα χωρίς συναίσθημα και άχρονα(σε ένα χρόνο σε μία άλλη διάσταση), άρα έννοια και ύλη ενώνονται σε ένα, εξαφανίζεται η εσωτερικότητα-ψυχισμός του καθενός και καταργείται η διπλή ανθρώπινη διάσταση (άυλο και ύλη) και ισχυροποιείται ένας νέος συμπαγής πυρήνας; Έτσι Σημαινόμενο και σημαίνον, όπως αναφέρεται από τον Σοσσύρ, (θέλοντας να τονίσει τον άυλο χαρακτήρα του αναφερόμενου, ο Σοσσύρ διαίρεσε το σημείο σε δύο μέρη: τον εννοιολογικό χώρο του σημαινόμενου ή νοήματος και τον υλικό χώρο του σημαίνοντος ή σημαίνοντος καταλοίπου, το οποίο μπορεί να είναι γραπτό ή ακουστικό²³) δεν διαχωρίζεται, αλλά είναι πλέον προσομοιωμένο, σε μία νέα τεχνολογική-βιομηχανική μονάδα. Ο χριστουγεννιάτικος στολισμός των μπαλκονιών, ακόμα στις μέρες μας, πιστεύω ότι μαρτυρά τον προσωπικό χαρακτήρα του στολιστή και έρχεται σαν ένας άλλος «ορός αλήθειας» να φανερώσει, σε οπτικό επίπεδο, όλα τα στοιχεία μνήμης, ουσίας-σύστασης, καταγωγής και αισθητικής, παρότι μέσω των βιομηχανικών φορμών (στολίδια και φωτάκια) που χρησιμοποιεί πέφτει ένα πέπλο που θέλει να κρύψει την προσωπική ταυτότητα του κάθε στολιστή. Το «πεδίο-μάρτυρας» της έρευνας - Το Μπαλκόνι- γίνεται (μέσω της διαδικασίας του στολισμού, μιας διαδικασίας που, όπως προανέφερα, είναι ξεχωριστή για τον καθένα και έχει να κάνει με την οργάνωση-ταξινόμηση –ομαδοποίηση και σύνθεση του κάθε στολιστή), Μορφή. Τα φαινόμενα που βγαίνουν από αυτή την έρευνα, του χριστουγεννιάτικου δηλαδή στολισμού των μπαλκονιών, αφού χαράσσουν και δημιουργούν μία

²³ Η τέχνη από το 1900 *Μοντερνισμός Αντιμοντερνισμός Μεταμοντερνισμός*, σελ.686, εκδ:Επίκεντρο.

δική τους πορεία στο “Google earth”(εννοώ ότι με μία αεροφωτογραφία συνολικά της γης την περίοδο των Χριστουγέννων, εμφανίζεται μία άλλη φωτεινή διαδρομή πάνω στην διαδρομή), εμφανίζονται σαν μία «μήτρα-MATRIX» μέσα στην «γήινη μήτρα» ή αλλιώς καλούπι που μας περιβάλλει. Ωστόσο, ο γείτονας και εμείς και διαφορετικό μπαλκόνι έχουμε, άρα Πεδίο, αλλά και έχουμε πάρει την ουσία μας από άλλη μήτρα σε διαφορετικό χρόνο. Οπότε διαμορφώνουμε ο καθένας, μια ξεχωριστή μορφή (φόρμα) ή αλλιώς γκεστάλτ στο μπαλκόνι του, που είναι αποτέλεσμα της διαφορετικής ουσίας του(D.N.A).

Η **γκεστάλτ** ή **μορφή**, εξαρτάται από τη **διάκρισή** της από το **πεδίο**. Η διάκριση αυτή υποθέτει ότι κάθε μορφή είναι ξεχωριστή τόσο από την **γειτονική** της, όσο και από το χώρο στον οποίο υπάρχει. Εξετάζοντας αυτήν την τάξη του οπτικού, ο γάλλος φιλόσοφος Ζαν-Φρανσουά Λιοτάρ διατύπωσε μια τρίτη δυνατότητα την οποία ονόμασε «**μήτρα**», για να περιγράψει μια χωρητικότητα η οποία δεν συμφωνεί με τις συντεταγμένες του εξωτερικού χώρου και από την οποία αποκλείονται τα διαστήματα και οι διαφορές που καθιστούν τον εξωτερικό κόσμο αναγνωρίσιμο και παρατηρήσιμο ως αντικείμενο. Όπως και στην αντίληψη του Φρόντντ περί ασυνειδήτου, η μήτρα περιέχει ασυμβίβαστες μορφές που καταλαμβάνουν όλες τον ίδιο χώρο ταυτόχρονα, οι οποίες αντιπαλεύονται τόσο η μία την άλλη, όσο και η συνειδητή εμπειρία. Έτσι, η μήτρα θα μπορούσε να είναι άλλη μια ενσάρκωση της έννοιας του *INFORME*, ή άμορφου του Ζόρζ Μπατάιγ.

Σύμφωνα με την μορφολογική ψυχολογία (Gestalt psychology), ο άνθρωπος δεν μένει σε μια απλή εμπειρική άποψη της αντίληψης στην οποία το ανθρώπινο μάτι σχηματίζει μια εικόνα του κόσμου, εσωτερικεύοντας παθητικά τα οπτικά ερεθίσματα που βρίσκονται στο πεδίο του αμφιβληστροειδούς του. Αντίθετα , οι μορφολογικοί ψυχολόγοι ισχυρίζονται ότι από τη βρεφική ακόμη ηλικία, ο ανθρώπινος παρατηρητής αποκτά τον έλεγχο του πεδίου αυτού, εξάγοντας συμπεράσματα στα οποία τα στοιχεία του μοτίβου του αμφιβληστροειδούς συνδυάζονται μεταξύ τους, για να σχηματίσουν μια «μορφή», ενώ καθετί από τη μορφή αυτή διαμορφώνεται ως «πεδίο» ή φόντο. Αυτή η ενεργά συγκροτημένη μορφή ονομάστηκε γκεστάλτ (μορφή), που σημαίνει επιπλέον την δύναμη της συνένωσης²⁴. Αυτή τη μορφή, τον συνδυασμό από αντιληπτική οπτική εμπειρία με την εξαγωγή συμπερασμάτων μαζί με τις καταβολές του (πολιτισμικές –

²⁴ Η τέχνη από το 1900 *Μοντερνισμός Αντιμοντερνισμός Μεταμοντερνισμός* ,σελ:689, εκδ:Επίκεντρο.

κοινωνικές), συνθέτει ο κάθε χριστουγεννιάτικος στολιστής μπαλκονιού, διαμορφώνοντας έτσι ένα άλλο πεδίο οπτικών παραστάσεων, ως αποτέλεσμα των εμπειριών του και συνθέτοντας ένα άλλο μοτίβο αισθητικής περιοχής (φόντου) ή αλλιώς πεδίου, το οποίο είναι ένα αποτέλεσμα μιας άλλης «παραπονημένης» πραγματικότητας ή παράλληλης πραγματικότητας, ένα είδος «Έντροπίας».

Με το όρο «Έντροπία» θέλω να πω ότι διαμορφώνεται στο μπαλκόνι του κάθε στολιστή, μέσω του στολισμού, ένα σύστημα, μία ακολουθία συναρθρωμένων τελέσεων (χειρονοματικών και νοητικών), όπως στην περίπτωση που αναφέρεται ο Μισέλ ντε Σερτώ στο «γράψιμο». *Τι σημαίνει λοιπόν γράφω; Με τη λέξη «γράψιμο» δηλώνω μια συγκεκριμένη δραστηριότητα: να κατασκευάζω σ' έναν «ίδιο» χώρο, τη σελίδα, ένα κείμενο, που έχει εξουσία πάνω στην εξωτερικότητα απ' όπου αρχικά απομονώθηκε.* Σ' αυτό το πρωτογενές επίπεδο τρία στοιχεία είναι αποφασιστικά: Πρώτα απ' όλα η λευκή σελίδα, εν συνεχεία το κείμενο που θα χτιστεί σε τούτο τον τόπο και τρίτο και σημαντικότερο η «κατασκευή» αυτή δεν είναι παιχνίδι. Απεναντίας, το γραφικό παιχνίδι- παραγωγή ενός συστήματος, χώρος τυποποίησης- έχει το «νόημα» ότι παραπέμπει στην πραγματικότητα από την οποία έχει διακριθεί, με σκοπό να την αλλάξει²⁵. Έτσι όπως στο γράψιμο, αυτή η ακολουθία συναρθρωμένων τελέσεων χαράζει στη σελίδα τις τροχιές, οι οποίες σχεδιάζουν λέξεις, φράσεις και, τελικά, ένα σύστημα, έτσι και στο μπαλκόνι συνθέτεται-δημιουργείται μέσω του στολισμού ένας άλλος «κόσμος τεχνούργημα» κατασκευασμένος όχι παραδεδεγμένος. Έτσι η κάθε χριστουγεννιάτικη σύνθεση, που παρουσιάζει ποικίλες μορφές, οικοδομείται σ' έναν κατασκευασμένο ουτοπικό ιδιόχωρο.

Σύμφωνα πάλι με τον Μισέλ ντε Σερτώ και το παράδειγμα του για το εργαστήρι της «στρατηγικής» της γραφής όπου κάθε πληροφορία, είτε εισέρχεται στο χαρτί από την παράδοση ή από το εξωτερικό, συλλέγεται εκεί, ταξινομείται, συνυφαίνεται σ' ένα σύστημα και έτσι μετασχηματίζεται, είτε οι κανόνες και τα μοντέλα που έχουν εκπονηθεί σ' αυτό τον εξαιρούμενο χώρο επιτρέπουν την επενέργεια στον περίγυρο και τον μετασχηματισμό του. Βλέπουμε πόσο αυτή η οργάνωση μπορεί να επεκταθεί σε κάθε είδους «ανθρώπινης οργάνωσης», όπως για παράδειγμα η οργάνωση και σύνθεση στοιχείων στον χριστουγεννιάτικο στολισμό και πόσο μπορεί να επηρεάσει τον περίγυρο της (για παράδειγμα η επιρροή της Ποπ κουλτούρας-από την κοινωνία για την κοινωνία) ή κατά πόσον

²⁵ Μισέλ Ντε Σερτώ, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική/Η πολύτροπη τέχνη του πράττειν*, εκδ:Σμίλη, σελ:318.

έχει δουλευτεί μέσα στους κόλπους της ανθρώπινης κοινωνίας και μπορεί να μετασχηματίσει ή μετασχηματιστεί(ο μετασχηματισμός επιτυγχάνεται σε περίπτωση τέχνης και άρα δημιουργίας/σχόλιο, αλλιώς τα αποτελέσματα είναι απλά μίας μίμησης χωρίς ουσία). Έτσι τα εισερχόμενα πράγματα είναι δείκτες της «παθητικότητας» του υποκειμένου απέναντι στην παράδοση, τα εξερχόμενα, τα σημάδια της δύναμής του να κατασκευάζει αντικείμενα. Η γραφική επιχείρηση μετασχηματίζει ή διατηρεί στο εσωτερικό τα εργαλεία για την ιδιοποίηση του εξωτερικού χώρου. Η γραφική επιχείρηση, ωστόσο, που αναφέρεται ο Μισέλ ντε Σερτώ, είναι τέχνη, ο χριστουγεννιάτικος στολισμός μπορεί να θεωρηθεί ως «ερασιτεχνική τέχνη». Επίσης η γραφική επιχείρηση εναποθηκεύει ό,τι ξεδιαλέγει, εξασφαλίζοντας τα μέσα για την εξάπλωσή της. Επειδή συνδυάζει τη δύναμη να συσσωρεύει το παρελθόν και τη δύναμη να συμμορφώνει προς τα μοντέλα της την ετερότητα του σύμπαντος, είναι κεφαλαιοκρατική και κατακτητική. Η σύγχρονη πόλη επίσης: είναι ένας περιγεγραμμένος χώρος, όπου πραγματοποιούνται η θέληση να συλλέγει και να εναποθηκεύει ένας πληθυσμός προερχόμενος από τα έξω και η θέληση να συμμορφωθεί η ύπαιθρος προς τα αστικά πρότυπα²⁶. Το μπαλκόνι λοιπόν ο περιγεγραμμένος αυτός χώρος, που λειτουργεί σαν ένα όριο ανάμεσα στον στολιστή και το σπίτι του και τον θεατή και τον δρόμο ή τον θεατή-γείτονα από την απέναντι πολυκατοικία, είναι στην ουσία ένα σύνορο-όριο ανάμεσα σε ένα κενό (τον δρόμο-Μάτριξ) και σε έναν γείτονα-στολιστή, «δημιουργό ταυτότητας» με τα υλικά του σύγχρονου καταναλωτικού κόσμου, ο οποίος «παράγει ή αλλιώς στολίζει» και άρα υπάρχει. Το είμαι μετριέται με γνώμονα το πράττω.²⁷ Έτσι το μπαλκόνι είναι μία «περιοχή»-πέραςμα, χώρος διάδρασης εκεί που συναντιέται η «χριστουγεννιάτικη εγκατάσταση» και το βλέμμα ενός οποιουδήποτε θεατή, δημιουργεί επικοινωνία όσο και διαχωρισμό, σαν ένα είδος νοητικού περάσματος (φορέας διαφορετικών πολιτιστικών και κοινωνικών νοημάτων). Συναρθρώνει, όπως στην αφήγηση το πέραςμα λειτουργεί σαν τρίτος. Είναι το «ενδιάμεσο»- ένας «χώρος μεταξύ των δύο». Τρίτος τόπος, παιχνίδι διαδράσεων, κοιτάγματος κι ανταμώνματος, το σύνορο είναι σαν ένα κενό, αφηγηματικό σύμβολο ανταλλαγών και συναντήσεων. Στο πέραςμα υπάρχει η αμφισημία της γέφυρας: εναλλάξ συνδέει και αντιπαραθέτει ξεκομμένα νησιά. Η γέφυρα (pont) διάγει διπλή ζωή σε αναρίθμητες μνήμες τόπων και καθημερινούς θρύλους, που συνοψίζονται συχνά από κάποια κύρια ονόματα-κρυμμένα παράδοξα,

²⁶ Μισέλ Ντε Σερτώ, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική/Η πολύτροπη τέχνη του πράττειν*, εκδ:Σμίλη, σελ.320.

²⁷ ό.π., σελ.323.

ελλειπτικές ιστορίες, αινίγματα προς αποκρυπτογράφηση: Πον-α-Μουσόν, Πον-Ωντιμέρ, Πονσαρά, Πονσατώ, Πον-Κρουά, Πον-ντε-Μπωβουαζέν, Πον-ντυ-Ντιάμπλ Πον-ντε-λ'Αρκ, Ποντ-ντε-Ρουάντ, κ.ά.²⁸

Δικαίως η γέφυρα είναι παντού ενδείκτης του διαβολικού στους ζωγραφικούς πίνακες, όπου ο Ιερώνυμος Μπός επινοεί τις χωρικές τροποποιήσεις του²⁹. Ως παραβίαση του συνόρου και ανυπακοή στον νόμο του τόπου απεικονίζει την αναχώρηση ή τη ζημία μιας κατάστασης, τη φιλοδοξία μιας κατακτητικής εξουσίας ή τη φυγή από μια εξορία, πάντως την «προδοσία» μιας τάξης πραγμάτων. Ταυτόχρονα όμως ορθώνει ένα αλλού το οποίο σε ξεστρατίζει, ενώ παράλληλα αφήνει ή οδηγεί την ξενότητα που ήταν υπό έλεγχο στο εσωτερικό να ξαναπροβάλει έξω από τα σύνορα και δίνει αντι-κειμενικότητα (δηλαδή έκφραση ανα-παράσταση) στην ετερότητα που κρυβόταν εντεύθεν των ορίων, οπότε ο ταξιδιώτης, όταν διασχίζει ξανά την γέφυρα και επιστρέφει μέσα, στον περίφρακτο χώρο, ξαναβρίσκει πια εκεί το αλλού που είχε πρώτα αναζητήσει γυρνώντας πίσω. Στο εσωτερικό των συνόρων ο ξένος είναι ήδη εκεί, εξωτισμός ή σύναψη μαγισσών της μνήμης, ανησυχητική οικειότητα. **Θαρρείς και η οροθεσία είναι ακριβώς η γέφυρα που ανοίγει το εντός στο άλλο του**³⁰.

²⁸ Μισέλ Ντε Σερτώ, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική/Η πολύτροπη τέχνη του πράττειν*, εκδ:Σμίλη, σελ.305-306.

²⁹ Ο.π., σελ.305.

³⁰ Ο.π., σελ.306.

ΜΠΑΛΚΟΝΙ «ΘΥΣΙΑΣ»-ΠΡΑΞΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΣΥΝΤΡΟΦΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΜΕΤΑΞΥ ΤΗΣ «ΘΕΟΤΗΤΑΣ» ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΙΣΤΩΝ ΤΗΣ

(an act of social fellowship between the deity and his worshippers)³¹

Στο προηγούμενο κεφάλαιο είδαμε ότι το μπαλκόνι λειτουργεί σαν το όριο αλληλεπίδρασης ανάμεσα στον στολιστή και τον θεατή αυτή η αλληλεπίδραση και το δέσιμο ανάμεσα σε διαφορετικές οντότητες πάντα είναι η αρχή για μια αλλαγή και πάντα προϋποθέτει περισσότερες από μια πλευρές και μια διαφορετικού είδους επικοινωνία κάθε φορά.

Σύμφωνα με τον Φρόντ, θυσία- η κατεξοχήν ιερή πράξη (sacrificium, ιερουργία)- αρχικά σήμαινε κάτι διαφορετικό από αυτό που σήμαινε μεταγενέστερα, δηλαδή την προσφορά στην θεότητα, με σκοπό να συμφιλιωθούν μαζί της και να κερδίσουν την εύνοια της. (Από αυτή τη δευτερεύουσα σημασία της λέξης προέκυψε αργότερα η μη θρησκευτική σημασία της λέξης θυσίας= αυταπάρνηση). Αρχικά η θυσία δεν ήταν τίποτα άλλο παρά μια πράξη κοινωνικής συντροφικότητας μεταξύ της θεότητας και των πιστών της, μια πράξη κοινωνικότητας, μια επικοινωνία των πιστών με τον θεό τους. Θυσία και γιορτή συμπίπτουν σε όλους τους λαούς, κάθε θυσία συνυπάρχει με μια γιορτή και δεν μπορεί να γίνει γιορτή χωρίς θυσία. **Η πιο παλιά μορφή θυσίας**, πιο παλιά από τη χρήση της φωτιάς και τη γνώση της γεωργίας, **ήταν η θυσία ζώων, που το κρέας και το αίμα** τους απολάμβαναν από κοινού ο θεός και οι πιστοί του. Ήταν ουσιαστικό καθέννας από αυτούς που συμμετείχαν να έχει μερίδιο στο γεύμα.³²

Στο σύγχρονο μπαλκόνι-θυσία τα υλικά της θυσίας είναι αυτά που προέρχονται από την ίδια την καταναλωτική κοινωνία και θυσιάζονται στον βωμό της κατανάλωσης. Η γιορτή των Χριστουγέννων δίνει την αφορμή για μια πανηγυρική καταναλωτική-«γιορτή»-όργιο χωρίς τέλος, έτσι ώστε να ενωθούν στολιστής-καταναλωτής και Αγορά στολιδίων εποχιακών μέσα σε ένα στατικό και πλαστικό κλίμα «χαράς και ευθυμίας» και να τονίσουν τους δεσμούς που έχουν τόσο μεταξύ τους όλοι οι πιστοί-στολιστές, όσο και με την θεότητα-

³¹ Σίγκμουντ Φρόντ, *Τοτέμ και Ταμπού*, εκδ:Επίκουρος σελ.168.

³² Ό.π., σελ.169.

Αγορά. Εκείνη οδηγεί και καθοδηγεί , δίνει τις κατευθύνσεις για την επόμενη καταναλωτική στολιστική επιταγή της μόδας. Προφανώς η καταναλωτική μανία έχει μετατραπεί σε μια σύγχρονη «κοινωνική –ευθύνη» του κάθε πιστού. Η ηθική αξία του δημόσιου γεύματος της θυσίας απορρέει από τις πανάρχαιες ιδέες για τη σημασία που έχει για τους ανθρώπους να τρώνε και να πίνουν μαζί. Όπως και σε αυτή την περίπτωση της θυσίας, ο κοινός δεσμός χρειάζεται επανάληψη, για να δυναμώσει και να είναι διαρκής, έτσι και στην περίπτωση της χριστουγεννιάτικης καταναλωτικής μανίας, προκειμένου να στολιστεί ο βωμός που θα ενώσει καταναλωτή –στολιστή και κατανάλωση-Αγορά, χρειάζεται να ενισχύεται κάθε φορά. Όταν κάποιος μοιράζεται το « φαί» με το «θεό» του, εκφράζει την πεποίθηση ότι είναι από την **ίδια ποιότητα**, ένα είδος (**kinship**)-κοινότητα της φυλής, συμμετοχή σε μια **κοινή ουσία**. Βλέπουμε λοιπόν ότι τα καταναλωτικά υλικά προς «θυσία» είναι κοινά σε ολόκληρη την παγκόσμια χριστουγεννιάτικη καταναλωτική και στολιστική μανία, σκοπό έχουν να ενισχύσουν την ίδια την θεότητα-Αγορά, έτσι ώστε να ανανεώσουν τους δεσμούς τους και να έχουν την εύνοια της να καταναλώνουν επ’ άπειρον. **Καταναλώνω άρα υπάρχω**, ωστόσο τίθεται και το θέμα της **κοινής ουσίας** είμαι αυτό που καταναλώνω, άρα ο στολιστής μετατρέπεται στην ίδια την καταναλωτική ουσία ενός προϊόντος και άρα εξακολουθεί να είναι μέρος «της κοινότητας», του καταναλωτικού δηλαδή συστήματος. Η θεότητά του έχει πλέον περάσει από μία πιο εννοιολογική φάση σε μια πιο **ευτελή φάση**. Ο άνθρωπος γίνεται ένα «θείκά»-καταναλωτικά μεταλλαγμένο Όν. Σιγά - σιγά το ζώο δίνει τη θέση του για θυσία σε ένα άψυχο ομοίωμα (στολίδι), υφασμένο από κλωστές, επεξεργασμένες με ανθρακονήματα, και το ιερό-βωμός μετατρέπεται σε μπαλκόνι πολυστολισμένο-λατέρνα, τάμα κίτς. Αυτή η νέα κοινή ουσία είναι το νέο αίμα του κάθε ανώνυμου ήρωα στολιστή, σχεδίασμα ενός γενικευμένου σύγχρονου ανθρώπινου μοντέλου ανάλυσης.

Σύμφωνα με τον Μισέλ Ντε Σερτώ, όλα αυτά τα «πολιτιστικά εμπορεύματα» καταναλωτικά αγαθά (στολίδια-στη δική μας περίπτωση) είναι αντικείμενα-δεδομένα, τα οποία, πέρα από τους στατιστικούς πίνακες της διακίνησής τους ή της ανίχνευσης του τρόπου διάχυσής τους στην αγορά, παρουσιάζουν το θεματολόγιο βάσει του οποίου οι χρήστες (στολιστές) προβαίνουν σε τελέσεις που τους προσιδιάζουν³³. Οπότε τα γεγονότα αυτά δεν είναι πια τα δεδομένα των υπολογισμών μας, αλλά το λεξικό των πρακτικών τους. Παρότι όμως η χρησιμοποίηση όλων αυτών των χριστουγεννιάτικων στολιδιών και λαμπιονιών

³³ Μισέλ Ντε Σερτώ, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική/Η πολύτροπη τέχνη του πράττειν*, εκδ:Σμίλη, σελ.134.

(ουσιαστικά καταναλωτικών αγαθών) παρουσιάζεται κοινή, καθώς κάθε χρόνο διανέμονται συγκεκριμένα (στη μόδα) νέα στολίδια, ωστόσο η σύνθεση και η τοποθέτηση, μαζί με τους συνδυασμούς από παλαιότερα στολίδια, είναι αυτή που μαρτυράει όλον τον πολιτισμικό πλούτο και την κουλτούρα του καθενός, καθώς και τον ψυχισμό του. Από αυτές τις χριστουγεννιάτικες συνθέσεις και εγκαταστάσεις φανερώνονται ποιοι έχουν αφομοιώσει τους «νόμους και κανόνες» του συστήματος «εκμεταφορίζοντάς τους», λειτουργώντας δηλαδή βάσει ενός φίλτρου δικού τους(που για να έχουν δικό τους φίλτρο, πρέπει να έχουν «καλλιεργηθεί και ασκηθεί» κατάλληλα) και ποιοι άλλοι είναι παθητικοί δέκτες ενός συστήματος που τους έχει αφομοιώσει πλήρως και γίνονται ο καθρέφτης ενός δράστη πολύμορφου και ναρκισσιστή. Δεν μπορεί να ξεχωρίζουν με τις συνθέσεις τους ως δημιουργοί ούτε να έχουν υπογραφή αλλά μία «copy paste μανιέρα», αποτύπωμα της παγκόσμιας βιομηχανίας. Αυτή η παγκόσμια βιομηχανία προϊόντων θέλει να εξαλίψει τις διαφορές και να έχει έναν προσομοιωμένο «καλουπο-κανόνα κονσέρβα». Λειτουργεί σαν μια «μηχανή ρομπότ κλόουν» που θέλει, παρότι μπορεί να αισθάνεται λύπη, να δείχνει χαρούμενη. Ψεύτικη, πλαστική χαρά. Για παράδειγμα η μασκότ των Mc Donald s είναι ένας κλόουν, πράγμα αρκετά οξύμωρο με την κακιά ποιότητα φαγητού που βέβαια δεν οδηγεί στην ευτυχία, αντίθετα σε ένα από τα 7 θανάσιμα αμαρτήματα την βουλιμία(καθώς αυτού του είδους οι τροφές εθίζουν), με συνέπεια την ελαχιστοποίηση του μέσου όρου ζωής και άρα, όπου θάνατος=λύπη. Τα νέα αντικείμενα του πολιτιστικού μας υπόβαθρου δεν θα είναι κάποια μέταλλα όπως ο χαλκός το ασήμι ή ο χρυσός, αλλά το πλαστικό, και μάλιστα το προσομοιωμένο σε αυτά τα μέταλλα πλαστικό, θα έχει τις υφές τους χωρίς να είναι πραγματικά κάτι τέτοιο. Έτσι, οδεύουμε σε μία κοινωνία με πλαστικά κτερίσματα που αντιπροσωπεύουν «πλαστικές» πρακτικές, με την έννοια του ψεύτικου και της επικάλυψης. Το χριστουγεννιάτικο, στολισμένο μπαλκόνι διαμορφώνεται από την εποχή του, από τα υλικά της εποχής του από τον στολιστή του και το πολιτιστικό του υπόβαθρο, με ότι συνεπάγεται αυτό, δηλαδή τον χαρακτήρα, τις συνθήκες και καταστάσεις κάτω από τις οποίες διαμορφώθηκε, τις γνώσεις και τις εμπειρίες του, που καθόρισαν την προσωπικότητά του. Και έτσι, παρότι έχουμε έναν στολισμό αυτό δεν πάει να πεί ότι κάτω από αυτό τον στολισμό δεν κρύβεται κάτι άλλο. Είναι σαν τις μεταμφιέσεις της εικαστικού Cindy Scherman που εμφανίζεται παραμορφωμένη από τις πλαστικές επεμβάσεις, αλλά μακιγιαρισμένη στο έπακρον, εντελώς οριακά. Αυτές οι μακιγιαρισμένες περσόνας της μόνο πόνο και τρόμο βγάζουν, παρότι υπάρχουν άτομα τα οποία «βιάφονται» έτσι, είτε για να γίνουν ελκυστικά,

είτε γιατί έχουν την εμμονή στο να μοιάσουν σε πρότυπα και μοντέλα «πλαστικά» που ένα καταναλωτικό σύστημα στυλ Hollywood προωθεί.



Εικόνα 1: Cindy Sherman

Το μακιγιάζ, σύμφωνα με τον Μποντριγιάρ, είναι ένας τρόπος να ακυρώνεις το πρόσωπο, να ακυρώνεις τα μάτια με ωραιότερα μάτια, να απαλείφεις τα χείλη με χείλη πιο εκθαμβωτικά. Ποια πλάνη μπορεί να μας κάνει να μπερδέψουμε αυτό το «υπέρμετρο» εγχείρημα με ένα χυδαίο καμουφλάρισμα της αλήθειας;

Μονάχα το κίβδηλο μπορεί να αλλοτριώσει το αληθινό, το μακιγιάζ όμως δεν είναι κίβδηλο είναι πιο κίβδηλο κι απ'ότι κίβδηλο (όπως το παιχνίδι των τραβεστί) κι έτσι αποκτά ένα είδος ανώτερης αθωότητας και διαφάνειας.³⁴

« The image of the commercial strip is chaos», η φράση βρίσκεται στο βιβλίο του Ρόμπερτ Βεντούρι, Μαθαίνοντας από το Λας Βέγκας και πιστεύω οτι στην περίπτωση του στολισμού των μπαλκονιών την περίοδο των Χριστουγέννων η ατμόσφαιρα που προσφέρεται απο μπαλκόνι σε μπαλκόνι μοιάζει πολύ σε μια αρχιτεκτονική στιλ Λας Βέγκας. Το χάος που προκαλούν τα φωτάκια όχι μόνο σε φωτεινότητα αλλά και σε σύνθεση καθώς επίσης και οι διαφορετικοί στολισμοί όπως «Άγιοι-Βασίληδες, τρεις μάγοι με τα δώρα, φάτνες και εικόνες του Χριστού και της Παναγίας μοιάζουν πολύ με τις πινακίδες που διαφημίζουν τις επιχειρήσεις στο Λας Β. Είναι μια αρχιτεκτονική τεχνητή όχι οργανική, όπου όλα έρχονται και τοποθετούνται επιπρόσθετα (όπως το μακιγιάζ) σε ανταγωνισμό μεταξύ τους. Μεγαλύτερη πινακίδα δίπλα σε μικρότερη, όπως τα μπαλκόνια πιο φωτεινό και στολισμένο το δικό μας από του γείτονα. Όλα αυτά, λειτουργούν με βάση μια ανταγωνιστική διαφημιστική προπαγάνδα. Η συνεχής διαφήμιση δυσχαιρένει την ανάγνωση ενός χάρτη της πόλης.

³⁴ Jean Baudrillard, *Περί σαγήνης*, εκδ:Εξάντας-νήματα, σελ.127.



Εικόνα 2: Cindy Sherman

Είναι το ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΙΑΤΙΚΟ ΜΠΑΛΚΟΝΙ, «ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ
ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ» ;

Κάθε κοινωνία έχει τα δικά της πολιτισμικά αντικείμενα τα οποία έχουν να κάνουν με τις ξεχωριστές της παραδόσεις και ρίζες και τα οποία της προσδίδουν γνωρίσματα της ιδιαίτερης πολιτισμικής της ταυτότητας, με αυτή την έννοια, το χριστουγεννιάτικο μπαλκόνι δεν ανήκει σε μια κοινωνία, αλλά είναι κυρίως δημιουργημα-έκφραση της σύγχρονης παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας.

Το χριστουγεννιάτικο μπαλκόνι σαν «πολιτισμικό αντικείμενο», αν υποθέσουμε ειδικά ότι ανήκει σε κάποια άτυπη καλλιτεχνική κατηγορία, είναι ένα «αποτέλεσμα του καιρού του», δηλαδή του καιρού μας, είναι αρκετά σύγχρονο σαν «αισθητικό φαινόμενο». Και καθώς η τέχνη ανήκει στον τομέα των πολιτισμικών αντικειμένων, κάθε πολιτισμικό αντικείμενο εγγράφεται σε μία ή πολλές ιστορίες, σε τέτοιο βαθμό μάλιστα που οι ανθρώπινες κοινωνίες εντοπίζουν στην τέχνη μια προνομιακή έκφραση της πρωτοτυπίας και της ταυτότητάς τους³⁵. Οπότε εμπερικλείει μέσα του όλες τις αισθητικές μας συμπεριφορές την τάδε περίοδο, καθώς και τις πεποιθήσεις μας, οι οποίες βρίσκουν την έκφραση-εφαρμογή τους σε ένα «αποτέλεσμα αισθητικό» στο κάθε μπαλκόνι. Γιατί όμως, ο χριστουγεννιάτικος στολισμός του μπαλκονιού, και όχι ο χριστουγεννιάτικος στολισμός εν γένει; Το σύγχρονο, στη δική μας περίπτωση, είναι ότι υπάρχει μια ανάγκη εξωτερίκευσης και ότι από τον εσωτερικό στολισμό της κάθε οικίας, όλες οι χριστουγεννιάτικες τάσεις της κάθε χρονιάς περνάνε σαν σε κατάλογο-δειγματολόγιο-προσπέκτους μπροστά από τα μάτια του κάθε γείτονα ή διαβάτη που τυχόν διαβαίνει τον δρόμο κάτω από το κάθε μπαλκόνι. Νομίζω ότι το μπαλκόνι είναι το νοητό βάθρο/όριο της κατάργησης του ιδιωτικού χώρου, καθώς επίσης και η ένωση ανάμεσα στη σμίκρυνση του δημόσιου χώρου με του ιδιωτικού.

Σύμφωνα με το Μποντριγιάρ, το φαινόμενο της τηλεόρασης και η έκσταση της επικοινωνίας είναι βασικά υπεύθυνα για την εξαφάνιση του ιδιωτικού χώρου, αλλά και την ισοπέδωση του δημόσιου. Όλα γίνονται ένα τεράστιο ΕΝΑ, μία οθόνη, ένα συνεχές δίκτυο και έτσι η δημόσια σκηνή, ο δημόσιος χώρος έχει αντικατασταθεί από μια γιγάντια κυκλοφορία, εξαερισμό, και χώρο εφήμερης σύνδεσης. Η διάκριση ανάμεσα σε ένα εσωτερικό και σε ένα εξωτερικό, που

³⁵ Jean-Pierre Cometti, Jacques Morizot, Roger Pouivet, *Ζητήματα αισθητικής*, Επιστημονική επιμέλεια και επιλεγόμενα: Παναγιώτης Πούλος, εκδ: νήσος, σελ.124.

ήταν αυτό ακριβώς που χαρακτήριζε την οικιακή σκηνή των αντικειμένων, καθώς και εκείνη ενός συμβολικού χώρου του υποκειμένου, έχει καταλήξει σε μία διπλή χυδαιότητα: η πιο ενδόμυχη λειτουργία της ζωής σου γίνεται ο πιθανός βοσκοτόπος των μαζικών μέσων ενημέρωσης ή, στην περίπτωση του χριστουγεννιάτικου στολισμού των μπαλκονιών, μέσω των διαφημίσεων της καταναλωτικής μας κοινωνίας εισβολή μαζικών αντικειμένων στολισμού, κοινά για όλους. Αλλά και το σύμπαν ολόκληρο ξετυλίγεται επίσης χωρίς λόγο πάνω στην οικιακή σκηνή. Αυτό είναι μια μικροσκοπική πορνογραφία του σύμπαντος, πορνογραφική επειδή είναι βεβιασμένη, μεγαλοποιημένη, ακριβώς όπως τα κοντινά πλάνα της ερωτικής πράξης σε μια πορνογραφική ταινία³⁶.

Το ιδιωτικό σύμπαν υπήρξε σίγουρα αποξενωτικό, στο μέτρο που χώριζε τον ένα από τους άλλους, από τον κόσμο, όπου το ιδιωτικό σύμπαν δρούσε ως ένας προστατευτικός περίφρακτος χώρος, ως ένας φανταστικός προστάτης. Αλλά περιείχε επίσης το συμβολικό πλεονέκτημα της αποξένωσης, που συνίσταται στο ότι ο Άλλος υπάρχει και πως η ετερότητα μπορεί να παιχτεί για το καλύτερο ή για το χειρότερο. Με τον τρόπο αυτό η καταναλωτική κοινωνία βιώθηκε κάτω από το σήμα της αποξένωσης ως μια κοινωνία του θεάματος-αλλά τουλάχιστον υπήρχε θέαμα, και το θέαμα ακόμη και αν είναι αποξενωμένο, δεν είναι ποτέ άσεμνο. Το άσεμνο αρχίζει όταν δεν υπάρχει πλέον θέαμα, όταν δεν υπάρχει πλέον σκηνή, όταν δεν υπάρχει πλέον ψευδαισθήση, όταν όλα αδιακρίτως γίνονται με άμεσο τρόπο διαφανή, ορατά εκτεθειμένα στο σκληρό αδυσώπητο φως της πληροφόρησης και της επικοινωνίας. Δεν υφίσταται πια το άσεμνο του κρυμμένου, του απωθημένου, του σκοτεινού, αλλά το άσεμνο του ορατού, του υπερβολικά ορατού, του πιο ορατού και από το ορατό. Υπάρχει το άσεμνο εκείνου που πια δεν περιέχει κάποιο μυστικό και είναι εντελώς διαλυτό μέσα στην πληροφορία και την επικοινωνία³⁷.

Στην περίπτωση του χριστουγεννιάτικου στολισμού των μπαλκονιών, ναι μεν ο ιδιωτικός χώρος έχει γίνει ένα με τον εξωτερικό, ωστόσο, όμως, πέρα από το άσεμνο του εμπορεύματος (κατά Μάρξ), που κάνει όλα τα αντικείμενα να επικοινωνούν μέσω της αρχής της ελεύθερης κυκλοφορίας τους, και άρα το μήνυμα του κάθε αντικειμένου απλοποιείται και πρεσβεύει πάντα το ίδιο, δηλαδή την αξία της συναλλαγής του μέσα στον σύγχρονο κόσμο, όμως πιστεύω ότι εξακολουθεί να υπάρχει ένα είδους «βάθρο δημιουργίας» στο μπαλκόνι, πέρα της

³⁶ Jean Baudrillard, *Η έκσταση της επικοινωνίας*, εκδ.Καρδαμίτσα, σελ.30-31.

³⁷Ο.π., σελ.33.

κοινής χρήσης των διακοσμητικών στοιχείων. Μάλλον αυτό το βάθρο δημιουργίας είναι ο ανθρωπίνος παράγοντας- ο κάθε στολιστής, ο οποίος μας βάζει- μεταφέρει μέσω του στολισμού του μπαλκονιού του σε ένα «ψευδαισθησιακό περιβάλλον» που εμπεριέχονται βέβαια μέσα σε αυτό όλα τα στοιχεία της καταγωγής του, της κοινωνικής του θέσης, της πολιτισμικής του καλλιέργειας, του « φαινομενολογικού DNA του», θα μπορούσαμε να πούμε και που δεν καθιστούν τόσο άσεμνο αυτό το ορατό αποτέλεσμα χριστουγεννιάτικης σύνθεσης στο μπαλκόνι του. Εξακολουθεί και υπάρχει το χειροποίητο της ανθρώπινης διακόσμησης. Η «εικόνα» που διαμορφώνεται στο μπαλκόνι του ουσιαστικά μιλά για όλα τα παραπάνω, «μια εικόνα χίλιες λέξεις» δεν λέμε; Παντού , στην πολιτική, όπως και στην κουλτούρα, στην καθημερινή, όπως και στην δημόσια ζωή, η εικόνα παίρνει τη θέση της πραγματικότητας, το αντίγραφο αντικαθιστά το πρωτότυπο και το ομοίωμα υποκαθιστά το υπόδειγμα. Σύμφωνα με τον Μάριο Περνιόλα η εξαφάνιση της αλήθειας, της σημασίας και της αξίας που χαρακτηρίζει τη σύγχρονη κρίση, πρέπει να ειπωθεί χωρίς προκαταλήψεις στις ιστορικές, θρησκευτικές και φιλοσοφικές της διαστάσεις, για να εντοπιστούν οι βαθιές μετατροπές που επιφέρει στον καθορισμό και την υλοποίηση των πολιτικών στρατηγιών, στον προσανατολισμό της πνευματικότητας, στην οργάνωση της κοινωνίας και της κουλτούρας, στη χρήση των μαζικών μέσων³⁸.

³⁸ Μάριο Περνιόλα, *Η κοινωνία των ομοιωμάτων*, εκδ:Αλεξάνδρεια, σελ. εισαγωγή.



Εικόνα 3.

“Pop is love, for it accepts everything. Pop is dropping the bomb. It’s the American dream, optimistic, generous and naïve.”

Robert Indiana.

Η μελέτη του κόσμου των αντικειμένων, στην εποχή των παγκοσμιοποιημένων αντικειμένων όλων των ειδών, αφού ξεκινάει από την Αμερική (αμερικάνικο όνειρο) δεν είναι δυνατόν να μην επηρέασε τους καλλιτέχνες, κυρίως τους εκφραστές της Ποπ άρτ. Μέσα σε όλο αυτό το κλίμα του Αμερικάνικου ονείρου της ζωής των χρηστών και των πρακτικών τους ανήκει και ο χριστουγεννιάτικος στολισμός. Δεν είναι τυχαία η «εξάπλωση» αυτού του φαινομένου παγκοσμίως, παρόλη τη φτώχεια και την εξαθλίωση του ανθρώπινου τρόπου ζωής σε πολλά μέρη του πλανήτη μας. Τα αντικείμενα εκφράζουν ιδέες και οι ιδέες και σκέψεις, οδηγούνται σε λόγια, αλλά και σε λέξεις, όπως επίσης και σε εικόνα, οι ιδέες και οι εικόνες ταξιδεύουν και κάνουν στην εποχή μας τον γύρο του κόσμου με ένα απλό πάτημα ενός κουμπιού στο πληκτρολόγιο του υπολογιστή μας. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο ότι ο κόσμος των αντικειμένων γίνεται αντικείμενο έρευνας των σύγχρονων καλλιτεχνών. Θα αναφερθώ στο παράδειγμα του εικαστικού-γλύπτη Robert Indiana, που με τα τεράστια γλυπτά του τα οποία αναφέρονται σε λέξεις κλειδιά του σύγχρονου αμερικάνικου (και πλέον παγκόσμιου) τρόπου ζωής, σχολιάζει καταστάσεις της ανθρώπινης φύσης (όπως με τις λέξεις eat die love/τρών πεθαίνω αγαπώ) με καυστικό-ειρωνικό χιούμορ, βλέποντάς τες μέσα από το πρίσμα της μαζικής κατανάλωσης και κουλτούρας. Στην περίπτωση της εποχής μας, που είναι όλα τόσο ρευστά και αυτό που είναι τέχνη, μπορεί και απλά να μην θεωρείται απαραίτητα τέχνη, αντιστοίχως στην περίπτωση του χριστουγεννιάτικου στολισμού των μπαλκονιών μπορεί κάτι που, εκ πρώτης όψεως να μην είναι τέχνη, να κρίνεται σαν μια προσπάθεια τέχνης άτυπης, ίσως γιατί έχει έναν ρομαντικό χαρακτήρα που, παρότι χρησιμοποιεί αυτά τα χυδαία, βιομηχανοποιημένα υλικά/αντικείμενα στολισμού, να παραπέμπει στον άνθρωπο που στολίζει τα συστατικά του ψυχισμού του και τα βγάζει έξω στο μπαλκόνι-βιτρίνα του σαν να θέλει να επικοινωνήσει, έστω και αμήχανα.

Συσχετίζω διαρκώς το «φαινόμενο» του χριστουγεννιάτικου στολισμού με τις εικαστικές τέχνες και τη θέση τους μέσα στον χάρτη της ιστορίας της τέχνης για τον απλούστατο λόγο ότι, όπως και οι τέχνες, διαμορφώνονται κάτω από συγκεκριμένα κοινωνικά, πολιτικά και οικονομικά πλαίσια και εξυπηρετούν λειτουργίες και διαστάσεις πολλαπλές, έτσι και ο χριστουγεννιάτικος στολισμός των μπαλκονιών δεν είναι «αυτόνομος». Αντιθέτως, είναι ένα σύγχρονο φαινόμενο που εκφράζεται επειδή είναι η εποχή του που του δίνει τον ΧΩΡΟ... μία «λαϊκή έκφραση παγκοσμίως» (...THAT'S ALL FOLKS).

Θα μπορούσαμε να κάνουμε έναν παραλληλισμό του «χριστουγεννιάτικου στολισμού των μπαλκονιών» με τις «λαϊκές τέχνες» παλαιότερων πολιτισμών σε ένα ανθρωπολογικό μουσείο. Η «αισθητική οπτική γωνία», η οποία διέπει, τις περισσότερες φορές, τη σχέση μας με την τέχνη, μας κάνει να θαυμάζουμε για παράδειγμα, τον Ραφαήλ, τον Μανέ ή τον Ντεγκά, θεωρείται υπόρρητα ότι μπορεί ν'αποκτήσει καθολική υφή και να εφαρμόζεται αδιακρίτως σ'ένα άγαλμα Nomoli ή σε μια μάσκα Lele. Ιδιαίτερα ορισμένες εκφράσεις, όπως εκείνη της «πρωταρχικής τέχνης» (art premier), η οποία, απ'ότι φαίνεται, υιοθετήθηκε για το Μουσείο που πρόκειται να δημιουργηθεί στο Παρίσι, προκαλούν σύγχυση επί του θέματος, πολύ περισσότερο απ'ότι προκαλούσαν για άλλους λόγους παλαιότερες εκφράσεις. Αυτές συμβάλλουν, μεταξύ άλλων, στο να φιλοξενούν στο ίδιο καλούπι ετερογενή αντικείμενα και ετερογενείς μορφές έκφρασης, προς όφελος μιας κοινής ουσίας άνισα κατανεμημένης³⁹.

Τα ζητήματα που τίγονται, λοιπόν στο βιβλίο του Π.Πούλου» Ζητήματα αισθητικής» και που συσχετίζω μέσα από το θέμα του «χριστουγεννιάτικου στολισμού των μπαλκονιών», παραπέμπουν αδιάλειπτα στην πολυπλοκότητα των σχέσεων, οι οποίες συνδέουν την τέχνη και τις καλλιτεχνικές πρακτικές με λειτουργίες, συνθήκες και θεσμούς που σηματοδοτούν την κοινωνική και την ιστορική τους ένταξη και συμμετέχουν, σε ποικίλους βαθμούς, στην εικόνα την οποία έχουμε γι' αυτές, σ'εκείνο που προσδοκάμε απ'αυτές και στην σημασία που τους προσδίδουμε. Με τις τέχνες συμβαίνει ό,τι και με τα γλωσσικά παιχνίδια στη φιλοσοφία του Βιτγκενστάιν⁴⁰. Με τον συσχετισμό αυτό θέλω να πω ότι για να οργανώσει κανείς την επιφάνεια ενός έργου τέχνης είτε είναι εγκατάσταση, πίνακας, γλυπτό ή βίντεο ακόμα και θεατρικό, πρέπει να έχεις μια αλφάβητο η οποία θα βοηθήσει και στηρίξει στην εξέλιξη του οποιουδήποτε σκεπτικού, τα γλωσσικά παιχνίδια προϋποθέτουν επίσης την ίδια διαδικασία.

Έτσι σύμφωνα με τον Μισέλ Ντε Σερτώ και η γλώσσα που χρησιμοποιεί κάθε κοινωνική ομάδα-κατηγορία διαθέτει τη δύναμη να επεκτείνει τον ίδιο της τον εαυτό σε περιοχές γειτονικές σ' εκείνη, πλην όμως πιάνεται στην παγίδα της αφομοίωσης της από έναν κυκεώνα διαδικασιών, τις οποίες οι νίκες της καθιστούν αόρατες στον κατακτητή. Όσο θαυματική κι αν είναι η επιτυχία της, το προνόμιό της κινδυνεύει να μην είναι παρά φαινομενικό, αν χρησιμεύει απλώς και μόνο ως πλαίσιο στις πείσμονες, πολυμήχανες, καθημερινές

³⁹ Jean-Pierre Cometti, Jacques Morizot, Roger Pouivet, *Ζητήματα αισθητικής*, Επιστημονική επιμέλεια και επιλεγόμενα: Παναγιώτης Πούλος, εκδ: νήσος, σελ.124.

⁴⁰Ο.π., σελ.123.

πρακτικές που τη χρησιμοποιούν. Τότε, ό,τι ονομάζεται «εκλαϊκευση» ή «υποβάθμιση» μιας κουλτούρας θα είναι μια παρωδιακή και μερική πτυχή της εκδίκησης, την οποία παίρνουν οι τακτικές χρησιμοποίησης απο την εξουσία που είναι κυρίαρχη της παραγωγής. Οπωσδήποτε, πάντως, ο καταναλωτής δεν θα μπορούσε να ταυτοποιηθεί ή να χαρακτηριστεί ανάλογα με τα εμπορικά προϊόντα που αφομοιώνει: ανάμεσα σ'εκείνον (που τα μεταχειρίζεται) και τα προϊόντα (δείκτες της «τάξης» που του έχει επιβληθεί) υπάρχει η μεγαλύτερη ή μικρότερη απόκλιση της χρήσης πους κάνει⁴¹. Σύμφωνα λοιπόν με αυτόν τον συσχετισμό της πρακτικής της «χριστουγεννιάτικης διακόσμησης» από τους χρήστες/στολιστές, με μια γλωσσική τέλεση που, όπως προανέφερα, γίνεται ήδη από τον Βίνγκκενστάιν ο συσχετισμός με τις τέχνες, περνάμε από ένα γλωσσολογικό μοντέλο σε ένα πολεμολογικό.

Το ενέργημα της ομιλίας, αδιαχώριστο από την παρούσα στιγμή, τις ιδιαίτερες περιστάσεις και ένα πράττειν (όταν παράγω τη γλώσσα και τροποποιώ τη δυναμική μιας σχέσης), συνιστά χρήση της γλώσσας και πράξη επί της γλώσσας. Μπορούμε να επιχειρήσουμε την εφαρμογή του μοντέλου αυτού σε πολλές μη γλωσσικές τελέσεις, παίρνοντας ως υπόθεση εργασίας ότι όλες αυτές οι χρήσεις υπάγονται στην κατανάλωση. Και πάλι, όμως, θα πρέπει να συγκεκριμενοποιήσουμε τη φύση αυτών των τελέσεων από ένα άλλο πρίσμα, όχι πια ως προς τη σχέση που διατηρούν με ένα σύστημα ή μια τάξη πραγμάτων, αλλά καθόσον κάποιοι συσχετισμοί δυνάμεων ορίζουν τα δίκτυα στα οποία τούτες εγγράφονται και οριοθετούν τις περιστάσεις από τις οποίες μπορούν να επωφεληθούν. Πρόκειται για μάχες ή παιχνίδια ανάμεσα στον δυνατό και τον αδύνατο, πρόκειται για τις «ενέργειες» που παραμένουν εφικτές στον αδύνατο⁴².

Έχοντας κατά νου ότι ο κάθε καταναλωτής-στολιστής του χριστουγεννιάτικου μπαλκονιού του επιλέγει ποιο προϊόν και πώς θα το χρησιμοποιήσει για την χριστουγεννιάτικη σύνθεσή του, ερχόμαστε αντιμέτωποι με έναν τρίτο παράγοντα τον παράγοντα της κρίσης, της επιλογής. Η κρίση έχει να κάνει με κριτήρια γούστου και προσωπικής αισθητικής. Δεν αναφέρομαι στην καλαισθησία, γιατί βέβαια, στην περίπτωση του θέματος του χριστουγεννιάτικου στολισμού των μπαλκονιών, δεν έχουμε κατά κανόνα «ωραία» αισθητικά αποτελέσματα(από άποψη σύνθεσης, όπως και υλικών). Έτσι όπως αναφέρεται στο βιβλίο του Μισέλ ντε Σερτώ (Επινοώντας την καθημερινή πρακτική ή Η

⁴¹ Μισέλ Ντε Σερτώ, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική/Η πολύτροπη τέχνη του πράττειν*, εκδ:Σμίλη, σελ.137.

⁴²Ο.π., σελ.139-140.

πολύτροπη τέχνη του Πράττειν), οι καθημερινές πρακτικές των ανθρώπων μπορεί να είναι και η Τέχνη Του Πράττειν, η κρίση, κατά τον Κάντ, είναι η τέχνη του σκέπτεσθαι. Τα καντιανά παραδείγματα αφορούν ακριβώς καθημερινές πρακτικές.

Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι ο Καντ πραγματεύεται τη σχέση ανάμεσα στην τέχνη του πράττειν (Kunst)-(μία τέτοια περίπτωση θα μπορούσε να είναι ο χριστουγεννιάτικος στολισμός του μπαλκονιού)-και την επιστήμη (Wissenschaft), ή ανάμεσα στην τεχνική (Technik) και τη θεωρία (Theorie), στην πορεία μιας έρευνας η οποία, ύστερα από κάποιες πρώτες αναπτύξεις σχετικά με την καλαισθησία (το γούστο), μετατοπίζεται προς μια κριτική της κρίσης. Συναντά την τέχνη σ' αυτή την διαδρομή από την καλαισθησία στην κρίση. Εγγράφει την τέχνη του πράττειν στην τροχιά μιας αισθητικής, τοποθετώντας την έτσι στον αστερισμό της κρίσης, «α-λογικής» προϋπόθεσης της σκέψης. Η οπτική του γωνία, αναγνωρίζοντας την κρίση ως «μέσο όρο» (*Mittleglied*) ανάμεσα στη θεωρία και την πράξη, ξεπερνώντας την παραδοσιακή αντινομία μεταξύ «τελεστικότητας» και «στοχασμού». Είναι μια τέχνη του σκέπτεσθαι, που συγκροτεί μια συνθετική ενότητα των δύο όρων. «Η κριτική δύναμη ξεπερνά τη διάνοια. Δύναμη να κρίνεις το ντύσιμο που πρέπει να έχει μια καμαριέρα. Δύναμη να κρίνεις την αξιοπρέπεια που αρμόζει σ' ένα κτήριο, τα διακοσμητικά στοιχεία που δεν πρέπει να έρχονται σε αντίθεση με τον επιδιωκόμενο σκοπό».

Η κρίση δεν αφορά μόνο το κοινωνικώς «πρέπον» (ελαστική ισορροπία ενός δικτύου σιωπηρών συμβολαίων), αλλά γενικότερα την αναλογία ανάμεσα σε πολυάριθμα στοιχεία, υφίσταται δε μόνο στο ενέργημα της συγκεκριμένης δημιουργίας ενός νέου συνόλου, χάρη στην πρέπουσα συσχέτιση αυτής της αναλογίας με ένα επιπλέον στοιχείο, όπως προσθέτει κανείς κόκκινο ή ώχρα σ' έναν πίνακα, αλλάζοντάς τον χωρίς να τον καταστρέφει. Κατά τον Κάντ, η μεταβολή μιας δεδομένης ισορροπίας σε μια άλλη χαρακτηρίζει την τέχνη⁴³.

«Ο βαθύτερος ντετερμινισμός, ο οποίος διέπει την έκφραση των σκέψεών μας μέσω του λόγου ή της γραφής, αξίζει να μελετηθεί σοβαρά. Γενικά θεωρείται ότι κάποιος είναι ελεύθερος να επιλέξει τις λέξεις και τις εικόνες (κατ' επέκταση αυτές οι εικόνες μπορεί να είναι αναπαραστάσεις/συνθέσεις στο χριστουγεννιάτικο του μπαλκόνι), προκειμένου να εκφρασθεί. Με μια πιο

⁴³ Μισέλ Ντε Σερτώ, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική/Η πολύτροπη τέχνη του πράττειν*, εκδ:Σμίλη, σελ.209-210.

προσεκτική όμως παρατήρηση μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι την επιλογή αυτή πολύ συχνά την καθορίζουν θεωρήσεις ξένες προς τις σκέψεις και ότι η μορφή με την οποία εκφέρουμε τις σκέψεις μας αποκαλύπτει συνήθως ένα βαθύτερο νόημα, το οποίο δεν το γνωρίζουμε ούτε εμείς οι ίδιοι. Οι εικόνες και οι τρόποι ομιλίας τους οποίους κατά προτίμηση χρησιμοποιεί ένα άτομο, δεν είναι καθόλου αδιάφορες, καθώς επ'αυτών πρόκειται να διαμορφωθεί μια **κρίση**: ορισμένες από τις εικόνες αυτές και τους τρόπους ομιλίας είναι συνήθως υπαινικτικές για τα υποκείμενα, και ευρισκόμενες πάντοτε σε δεύτερο πλάνο ασκούν μια ισχυρή επίδραση σε αυτόν που μιλά».44

Μέσω του έργου μπορούμε να οδηγηθούμε στην ερμηνεία του ψυχισμού του καλλιτέχνη, όπως και η βιογραφία του καλλιτέχνη μας επιτρέπει να κατανοήσουμε καλύτερα το έργο του, ιδιαίτερα τις λεπτομέρειες που φαίνονται λιγότερο σημαντικές, καθώς και να διαμορφώσουμε έναν συσχετισμό μεταξύ των έργων του. Ωστόσο, στη δική μας περίπτωση με τον γείτονα δεν έχουμε απαραίτητα ούτε βιογραφία αλλά και ούτε ένα σύνολο έργου εικαστικού, καθώς ο γείτονας δεν είναι καλλιτέχνης, απλά μέσω της διαδικασίας του χριστουγεννιάτικου στολισμού του μπαλκονιού του, μετατρέπεται σε αποσπασματικά «άτυπο δημιουργό» εκφραστή τάσεων, ενός σύγχρονου οικείου περιβάλλοντος, παίρνοντας ερεθίσματα απ' αυτό το ίδιο το περιβάλλον που τον περιτριγυρίζει.

Όταν όμως δεν έχουμε στοιχεία για τη βιογραφία του καλλιτέχνη μας επιτρέπει μονάχα να «φανταστούμε» τις φαντασιώσεις του, να διαμορφώσουμε απλώς ένα ψυχαναλυτικό «μυθιστόρημα» για την επικύρωσή τους, χρειάζεται να καταφεύγουμε πάντα στη δομική μέθοδο σύγκρισης των διαφόρων του έργων. Τα έργα επίσης ενός δημιουργού μπορούμε να τα προσεγγίσουμε μέσω των έργων από κάποιον άλλο τομέα της τέχνης, μέσω άλλων ψυχικών και πολιτισμικών δημιουργιών: οι φαντασιώσεις ενός καλλιτέχνη, προκειμένου να διαμορφωθούν εντός ενός έργου τέχνης, πρέπει να είναι χαρακτηριστικές, συνδεδεμένες με οικουμενικές φαντασιώσεις, των οποίων αποτελούν μια απλή παραλλαγή.45

⁴⁴ Σιγκμούντ Φρόυντ, *Η Ψυχοπαθολογία της καθημερινής ζωής*, εκδ. Επίκουρος, σελ.310, Αθήνα 1992.

⁴⁵Sarah Kofman, *Το πρωτόλειο της Τέχνης/Ερμηνεία της φρουδικής αισθητικής*, εκδ:Κανάκη, σελ.152-153.

Στο μόνο που βρίσκω ότι μπορεί να γίνει αυτός ο παραλληλισμός σε σχέση με τον χριστουγεννιάτικο στολισμό των μπαλκονιών και την τέχνη εν γένει, είναι η οικουμενικότητα των διαστάσεων που έχει πάρει αυτό το φαινόμενο του στολισμού, άρα αποτελεί μια κοινή προβληματική παγκοσμίως, η οποία, την ίδια στιγμή, με παραλλαγές στις συνθέσεις της, αλλά διατηρώντας πάντα πολλά κοινά στοιχεία/εκφραστικά μέσα (όπως έχω ήδη προαναφέρει η Ποπ Αρτ ή η μινιμαλιστική τέχνη), παρουσιάζεται σε έναν κοινό τόπο Το Μπαλκόνι. Το μπαλκόνι το δικό μας με του γείτονα γίνεται η αρχή της ύφανσης ενός παγκόσμιου χαλιού που αποτελείται από ιστορίες διαφορετικών πολιτισμών, ψυχισμών, κουλτούρας, ιδεολογίας, κοινωνικής διαστρωμάτωσης και ένα μπλέξιμο/πλέξιμο πολλών πολιτισμικών μοτίβο που συνθέτει φανταστικές ιστορίες (αφού δεν μπορούμε να έχουμε μια συνέχεια του έργου του κάθε δημιουργού-καθώς δεν είναι ένας καλλιτέχνης απαραίτητα ο γείτονας) πάνω από τις πόλεις τα χωριά, τις χώρες και τις καταγωγές. Λειτουργεί σαν ένα μαγικό χαλί/πλέγμα που πετάει τα χριστούγεννα πάνω από τη γη, ένα «Google X-stmas decoration carpet» καθώς μόνο με δορυφόρο μπορεί να έχουμε μια πλήρη εικόνα-αεροφωτογραφία του πως υπάρχει αυτό το χαλί-πλέγμα και απλώνεται πάνω από εκεί που απλώνεται, με τη λογική μιας εφαρμογής στο Google earth.

Αυτό το «μαγικό χαλί», που ίπταται πάνω από την πόλη και εικονίζει/αναπαριστά τα όνειρα, τις φαντασιώσεις, τις εμπειρίες του κάθε γείτονα στολιστή και συνθέτει μέσα από το προσωπικό του φίλτρο τον ψυχισμό του σε αισθήσεις (ήχος- εικόνα –μυρωδιά- γεύση), μας δίνει σε όλους μια «γεύση»-αίσθηση του τι μπορεί να είναι τα υλικά ενός στολιστή. Δεν είναι βέβαια συστατικά που προκύπτουν από μια έρευνα στατιστική πληθυσμών, αλλά μια έρευνα γενικής αίσθησης και παρατήρησης, μιας ευρύτερης αισθητικής της κοινωνίας της κατανάλωσης που, σε συνδυασμό με την ιδιαίτερη καταγωγή και τις πολιτισμικές καταβολές του καθενός από εμάς, μας μαρτυρούν όλα όσα κρύβονται μέσα στο σπίτι/το νοικοκυριό όλων μας τις υπόλοιπες 365 ημέρες του χρόνου. Είναι σαν το μικρό μαρτυριάτικο αδερφό που βλέπει κάτι από τον μεγάλο αδερφό (Big brother-εκεί είναι και ένα οξύμωρο σε σχέση με το ότι ο μεγάλος αδερφός δεν μαρτυράει από αφέλεια, αλλά κυρίως για να συμμορφωθεί ο μικρός, ενώ στις ομώνυμες τηλεοπτικές εκπομπές ο μεγάλος αδερφός παρουσιάζοταν ως ο σαδιστής ηδονοβλεψίας, που έκαιγε στην πυρά, στην κεντρική πλατεία την μεσαιωνική «μάγισσα») που δεν έπρεπε να δει και το «βγάζει στην φόρα» στους γονείς του.

Κάτω απ' αυτό το χαλί των πόλεων, ζούν, όπως αναφέρει και ο Μισέλ Ντε Σερτώ, πέρα από τα κατώφλια όπου παύει η ορατότητα-εκεί ζούν οι συνηθισμένοι χρήστες της πόλης. Στοιχειώδης μορφή της εμπειρίας αυτής, είναι περιπατητές, οδοιπόροι, το σώμα των οποίων υπακούει στην ανισόπαχη καλλιγραφία ενός αστικού «κειμένου» που το γράφουν χωρίς να μπορούν να το διαβάσουν. Είναι άνθρωποι της πρακτικής που χρησιμοποιούν χώρους αθέατους, η γνώση τους για κείνους είναι τόσο τυφλή, όσο και στην ερωτική συνεύρεση των σωμάτων. Οι δρόμοι που αλληλοδιαπλέκονται σε τούτη τη συνύφανση, ανεπίγνωστα ποιήματα, όπου κάθε σώμα είναι ένα στοιχείο υπογραμμένο από πολλά άλλα, διαφεύγουν από την αναγνωσιμότητα. Θαρρείς και μια τύφλωση χαρακτηρίζει τις οργανωτικές πρακτικές της κατοικημένης πόλης. Τα δίκτυα αυτών των γραφών που προχωρούν και διασταυρώνονται συνθέτουν μια πολλαπλή ιστορία δίχως δημιουργό και θεατή, διαμορφωμένη από θραύσματα τροχιάς και αλλοιώσεις χώρων-μια ιστορία που, σε σχέση με τις παραστάσεις, παραμένει καθημερινά, επ'άπειρον, άλλη. Υπάρχει μια ορισμένη ξενότητα του καθημερινού η οποία ξεφεύγει από τις φαντασιακές ολοποιήσεις του ματιού, χωρίς όμως να έρχεται στην επιφάνεια ή έχοντας για επιφάνεια μονάχα ένα προχωρημένο όριο, μια άκρη που διαγράφεται στον ορίζοντα του ορατού. Μέσα σ' αυτό το σύνολο, ο Μισέλ Ντε Σερτώ ανιχνεύει πρακτικές ξένες προς τον «γεωγραφικό» ή «γεωμετρικό» χώρο των οπτικών, πανοπτικών ή θεωρητικών κατασκευών. Πρακτικές του χώρου που παραπέμπουν σε μια ειδική μορφή τελέσεων (των «τρόπων του πράττειν»), σε μια «άλλη χωριτικότητα» (μια «ανθρωπολογική», ποιητική και μυθική εμπειρία του χώρου) και σε μια σκοτεινή και τυφλή κινητικότητα της κατοικημένης πόλης. Έτσι, στο σαφές κείμενο της σχεδιασμένης και αναγνώσιμης πόλης παρεισφρύει μια πόλη που μετακινείται σαν κοπάδι από βοσκή σε βοσκή, μια πόλη μεταφορική.⁴⁶

Το «μαγικό» αυτό χαλί, που παρομοιάζω με την ενιαία αναπαράσταση –εικόνα όλων αυτών των χριστουγεννιάτικων μπαλκονιών, την περίοδο των χριστουγέννων, θα έλεγα ότι μοιάζει πολύ επίσης με ένα «ψηφιακό χαλί» δηλαδή μία αναπαράσταση φωτογραφική, μια ψηφιακή φωτογραφία. Αυτή η φωτογραφία, στον βαθμό που αναπαριστά την εικόνα όλων των ψυχισμών των στολιστών της, καθώς επίσης και των ιδιαίτερων «στολιδιών» των ψυχισμών τους, (δηλαδή όλο το πολιτιστικοοικονομικό υπόβαθρο του στολιστή) αναδुकνύει ουσιαστικά όλη την ιδέα του στολιστή σε σχέση με την κοσμοαντίληψή του, οπότε η ιδέα είναι αυτή που δημιουργεί την εικόνα (το

⁴⁶ Μισέλ Ντε Σερτώ, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική/Η πολύτροπη τέχνη του πράττειν*, εκδ:Σμίλη, σελ.246-247.

ψηφιακό μας χριστουγεννιάτικο χαλί). Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι μπορεί η εικόνα αυτή να σημαίνει το ίδιο σ' εμάς ή κάποιον άλλο, οπότε διαφοροποιείται η σημασία ανάλογα με πολλούς αστάθμητους παράγοντες. Η απεικόνιση-αναπαράσταση των χριστουγεννιάτικων εγκαταστάσεων του αγαπημένου, ή όχι, γείτονα λειτουργεί όπως μια μαθηματική εξίσωση. Ένα οποιοδήποτε στοιχείο να αλλάξεις στους όρους-στοιχεία της εξίσωσης αυτής, το αποτέλεσμα αλλάζει ανεξάρτητα από την κοινή, για παράδειγμα σκέψη ή ιδέα του χριστουγεννιάτικου στολισμού. Και πάλι θεωρώ ότι η διαδικασία του χριστουγεννιάτικου στολισμού, ιδιαίτερα των μπαλκονιών, (καθώς λειτουργεί σαν άτυπο βάθρο), προσομοιάζει με αυτή της δημιουργίας μιας εικαστικής εγκατάστασης, μιας ready-made λογικής (η χειρονομία του τοποθετώ στην σύνθεσή μου ένα αντικείμενο έμελλε να αλλάξει τα δεδομένα της πινελιάς και να γίνει εκείνη μια συνέχεια της εμβληματικής πινελιάς στην ιστορία της τέχνης) . Καθώς λοιπόν το αντικείμενο έκανε την είσοδό του στην εικαστική ζωή με το κίνημα των ντανταϊστών, τέχνη και ζωή αρχίζουν να διαπλέκονται αρκετά μεταξύ τους και τα όρια να μην είναι ξεκάθαρα, όλα σχεδόν μπορεί να είναι τέχνη ή απλά μία οποιαδήποτε πράξη, η εποχή του «πλακάτου» και της ενιαίας επιφάνειας είναι εδώ, για να μας ενώσει ή να «απλοποιήσει-καλουπώσει» τα πράγματα, από την ποπ-αρτ και μετά. Ο Μποντριγιάρ ονομάζει αυτή την ενιαία επιφάνεια «βιονικό καθρέφτη» και γράφει ότι το ωραιότερο παράδειγμα αυτού του «βιονικού καθρέφτη» και αυτής της «ναρκισσιστικής νάρκωσης» είναι η κλωνοποίηση-οριακή μορφή της αυτοσαγήνης: από το Ίδιο στο Ίδιο χωρίς να περνάμε από τον Άλλο.⁴⁷

Το βίντεο και τα ψηφιακά μέσα απεικόνισης, μέσω τεράστιων πλακάτων επιφανειών, είναι η συνέχεια, το ολόγραμμα και τα περιβάλλοντα εμπύθισης (virtual reality), είναι το μέλλον. Έτσι, δεν γίνεται ένας απλός διαχωρισμός στατιστικής του πολιτιστικού υπόβαθρου των διαφόρων πλυθυσμών από στολιστές του πλανήτη, αλλά ένας διαχωρισμός με κατηγορικές ιδιότητες των διαφορετικών χριστουγεννιάτικων μπαλκονοεγκαταστάσεων.

Οι κατηγορικές ιδιότητες της κάθε «εγκατάστασης» μπορούν εύκολα στην εποχή μας να κατηγοριοποιηθούν (σαν έργο μινιμαλιστικό, όπου φόρμες-καλούπια βιομηχανικές τοποθετούνται σε σταθερά διαστήματα το ένα δίπλα ή πάνω στο άλλο-δηλώνοντας την νέα «εύκολη και τακτική(όχι χειροποίητη)» δομή της κοινωνίας). Αυτά τα νοητικά καλούπια αναφέρονται πάντα σε κάτι, δηλώνουν μια πρόθεση.

⁴⁷ Jean Baudrillard, *Περί σαγήνης*, εκδ.Εξάντας-νήματα, σελ.224.

Στο βιβλίο του Άρθουρ Ντάντο Η Μεταμόρφωση Του Κοινότοπου, ξεκινάει με το να λέει για τον Μπόρχες πως, χρησιμοποιώντας έναν μύθο που έμεινε στην ιστορία απέδειξε ότι δύο πανομοιότυπα κείμενα μπορούν να αποτελέσουν δύο διαφορετικά, αν όχι αντιθετικά, λογοτεχνικά έργα. Στο συγκεκριμένο βιβλίο, ο Άρθουρ Ντάντο επεκτείνει στο σύνολο των καλλιτεχνικών πρακτικών το ερώτημα που προκύπτει από μια τέτοια «διανοητική εμπειρία»: Το ίδιο αντικείμενο μπορεί να είναι ταυτόχρονα μια κοινότοπη ρόδα ποδηλάτου, αλλά και ένα έργο τέχνης (ο «Τροχός ποδηλάτου» του Μαρσέλ Ντυσάμπ), το οποίο εκτιμάται ακριβώς στο χρηματιστήριο των αισθητικών αξιών που ονομάζεται «κόσμος της τέχνης»; Μία τέτοια μεταμόρφωση αποδεικνύει ότι η ιδιαιτερότητα του έργου τέχνης δεν έγκειται σε υλικές ή αντιληπτικές, αλλά σε κατηγορικές ιδιότητες. Το έργο τέχνης διαθέτει μια προθεσιακή δομή, διότι, είτε είναι αναπαραστατικό είτε όχι, αναφέρεται πάντα σε κάτι.⁴⁸

Ωστόσο το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης κατάφερε να εντάξει σε εννιαία καλούπια αρκετές ανθρώπινες «πρακτικές του πράττειν» και να εξαλείψει κάθε πολιτιστικό υπόβαθρο. Έτσι, αυτό το φαινόμενο του χριστουγεννιάτικου στολισμού των μπαλκονιών, που εμφανίζεται παγκοσμίως, είναι αρκετά «μακιγιαρισμένο» από το πέπλο της παγκοσμιοποίησης που εντάσσει όλες τις κοινωνίες σε ένα ενιαίο καλούπι και είναι δύσκολο, λόγω κοινών υλικών στολισμού, να διεξάγουμε προσωπικά στοιχεία του κάθε στολιστή, βρίσκονται όλα κάτω από έναν κοινό κωδικό και άρα διατηρούν μια ανωνυμία μέσα στον παγκόσμιο χάρτη.

Ωστόσο, αυτός ο κοινός κώδικας θα μπορούσε να είναι ο «κοινός» κώδικας των τεσσάρων χυμών/στοιχείων του ανθρώπου γενικότερα που, παρότι είναι κοινός για όλους από άποψη στοιχείων, διαφοροποιείται στις επιμέρους αναλογίες και έτσι ο κάθε άνθρωπος-«στολιστής» είναι ξεχωριστός και στην κράση του χαρακτήρα του, αλλά και σε επιμέρους ποιότητες που τον χαρακτηρίζουν. Αυτή η χημική τετραλογία δεν θα μπορούσε ποτέ να μπει κάτω από έναν «εννιαίο κώδικα» και να χαρακτηρίζει ομαδικά τους ανθρώπους, καθώς έχει να κάνει όχι μόνο με αυτά τα τέσσερα διαφορετικά στοιχεία (θερμό, ξηρό, ψυχρό και υγρό ή εξ' αίματος και φλέγματος, ξανθής και μελανής χολής) αλλά και με τις ηλικίες του ανθρώπου στο πέρασμα του χρόνου μέσα στον Κόσμο. Κινείται πάνω σε έναν κύκλο (τον Τροχό του βίου/του Κόσμου) που με το στοιχείο του χρόνου και την ποικιλόμορφη κινητικότητα των τεσσάρων

⁴⁸ ARTHUR DANTO, *Η μεταμόρφωση του κοινότοπου (μια φιλοσοφική θεώρηση της Τέχνης)*, εκδ.Μεταίχμιο.

αυτών στοιχείων/χυμών και τις ποιότητες που τους διακρίνουν έχουμε απέναντί μας κάθε φορά ένα διαφορετικό άτομο-άνθρωπο σε διαφορετική ηλικία. Έναν διαφορετικό ψυχισμό ενός χριστουγεννιάτικου στολιστή μπαλκονιού.

Συνέστηκεν ο κόσμος εκ τεσσάρων στοιχείων: εκ θερμού, ξηρού, ψυχρού και υγρού, οι(ον) εξ' αίματος και φλέγματος. Ξανθής χολής και μελανής και το μεν αίμα θερμόν και υγρόν εστί τη κράσει. Το δε φλέγμα ψυχρόν και υγρόν. Η ξανθή χολή θερμή και ξηρά. Η μελανά ψυχρά και ξηρά. Έχουσιν δε και τέσσαρες τόπους εφών κείνται. Το μεν αίμα, εν τοις δεξιούς μέρεσι κείται επάνω του ήπατος, η ξανθή χολή και αυτή εν τοις μερέσι ύποκατω του ήπατος...(κτλ).⁴⁹

Θέλοντας να κάνω ένα παιχνίδι ανάμεσα στον ανθρώπινο βίο και το βίος, δηλαδή την «περιουσία» των ανθρώπων γενικότερα, νομίζω ότι ο ψυχισμός μας είναι μέρος της περιουσίας του καθενός από εμάς. Έχει να κάνει, με όλη αυτήν την χημεία των τεσσάρων στοιχείων/χυμών, μαζί με ό,τι πολιτισμικό υπόβαθρο, μαζί με την ιστορία και το παρελθόν που έχει ο καθένας από εμάς, θέλοντας να νικήσει την φθορά του Χρόνου δηλαδή τον σίγουρο (αργά ή γρήγορα για όλους μας) θάνατο στολίζει το μπαλκόνι του με ότι κίτς αντικείμενο της σύγχρονης καταναλωτικής κοινωνίας αγαπάει, έτσι όπως γινόταν στους αιγυπτιακούς τάφους. Ένα περιβάλλον από το Βίος /Bio, του νεκρού που θα τον συνοδεύει στον άλλο κόσμο. Μήπως ο κίτς στολισμός είναι ένα αντίστοιχο του horror vacui; Ένα αντίδοτο του θανάτου; Οι άνθρωποι φοβούνται το λιτό το απέριττο, γιατί παραπέμπει σε μια κατάσταση ηρεμίας, όταν κάποιος «γεμίζει το κενό» ειδικά με κάτι τρανταχτό, όπως αντικείμενα κίτς χριστουγεννιάτικου στολισμού, δημιουργείται σύγχυση στο μάτι και άρα στο συναίσθημα οπότε ξεφεύγουμε από την κατάσταση ηρεμίας που θυμίζει τόσο πολύ αυτή του «Τέλους».

⁴⁹ Ηλίας Αντωνόπουλος, ΠΑΝΤΑ ΑΤΕΛΗ, ΚΑΙ ΑΘΛΙΑ ΚΑΙ ΑΧΡΗΣΤΑ. ΚΩΔΙΕ PARISINUS GRAECUS 36(14^{ος} -15^{ος} αι.)ΓΡΑΦΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΖΩΓΡΑΦΟΥΜΕΝΑ, Ιόνιος Λόγος (τόμος Α) Κέρκυρα 2007, σελ.29.



Εικόνα 4. Καστοριά, ναός του Προδρόμου στο Αποζάρι: Ο τροχός του βίου.

ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΙΑΤΙΚΟ ΜΠΑΛΚΟΝΙ ΚΑΙ «ΙΕΡΟΣ ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ»
ΕΝΤΥΠΩΣΕΩΝ ΜΙΑΣ «ΣΑΓΗΝΕΥΤΙΚΗΣ» ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ.

Αν θεωρήσουμε ότι ο χριστουγεννιάτικος στολισμός των μπαλκονιών «εκπέμπει» ένα κάποιο μήνυμα συγκεκριμένης αισθητικής του στολιστή του, από τη θέση που κατέχει ανάλογα με το πού βρίσκεται, τότε μπορούμε να πούμε ότι δρά μέσα σε μια λογική **πομπού** και **δέκτη**. Η αισθητική του κάθε μπαλκονιού έχει φυσικά να κάνει με την αισθητική του κάθε στολιστή του και άρα με το τι θεωρεί ο κάθε στολιστής ότι είναι «φοβερό και όμορφο» και σε ποιους θέλει να απευθυνθεί και να «δειχτεί». Ένα είδος κοινωνικού STATUS την περίοδο των Χριστουγέννων. Για να το πετύχει αυτό ο κάθε στολιστής πρέπει να επιστρατεύσει τα κατάλληλα μέσα, προκειμένου να «σαγηνεύσει» αναλόγως τους «όμοιους» του. Έτσι, για παράδειγμα αν εγώ είμαι «φανατική σκέιτερ», θα στολίσω τη σανίδα μου (το πατίνι μου sk-8) και θα «σαγηνεύσω» αυτούς με τους οποίους εγώ θέλω να επικοινωνήσω και να δείξω το ποια πραγματικά είμαι, αφήνοντας τη στυλιστική μου σφραγίδα στον χριστουγεννιάτικο χάρτη των αισθητικών εντυπώσεων. Όπως στην περίπτωση του σαγηνευτικού λόγου η σαγήνη αφαιρεί από το λόγο το νόημα του και τον εκτρέπει από την αλήθεια του έτσι και στην περίπτωση της «σαγηνευτικής» εικόνας θα γίνεται κάτι παρόμοιο. Στην περίπτωση του χριστουγεννιάτικου στολισμού του μπαλκονιού έχουμε μια σαγηνευτική εικόνα που μιλάει μέσα από τα μέσα που διαθέτει.

Επομένως, θα έπρεπε να είναι το αντίθετο της ψυχαναλυτικής διάκρισης μεταξύ έκδηλου και λανθάνοντος λόγου, διότι ο λανθάνων λόγος δεν έρχεται να εκτρέψει τον έκδηλο από την αλήθεια του, αλλά προς την αλήθεια του. Τον βάζει να λείπει αυτό που δεν ήθελε να πεί, αποκαλύπτει τους βαθύτερους προσδιορισμούς και απροσδιοριστίες. Το βάθος πάντοτε λοξοκοιτάει πίσω από το διαχωριστικό, το νόημα πάντοτε λοξοκοιτάζει πίσω από την μπάρα. Ο έκδηλος λόγος θεωρείται επεξεργασμένη εντύπωση, την οποία διαπερνά η ανάδυση ενός νοήματος. Η ερμηνεία είναι αυτή που, κατακερματίζοντας τις εντυπώσεις και το παιχνίδι του έκδηλου λόγου, έρχεται να απελευθερώσει το νόημα μέσα από την επανασύνδεση με τον λανθάνοντα λόγο. Στη σαγήνη, αντιστρόφως, κατά κάποιον τρόπο το έκδηλο, ο λόγος στην πιο « επιφανειακή» του μορφή, είναι αυτό που στρέφεται στη βαθιά διάταξη (συνειδητή ή ασυνειδητή), για να την ακυρώσει και να την αντικαταστήσει με τη γοητεία και την παγίδα των εντυπώσεων. Εντυπώσεις διόλου ασήμαντες, αλλά τόπος ενός

παιχνιδιού και ενός διακυβεύματος, ενός πάθους παραπλάνησης- η σαγήνη των ίδιων των σημείων είναι σημαντικότερη από την ανάδυση οποιασδήποτε αλήθειας-την οποία παραβλέπει και καταστρέφει η ερμηνεία αναζητώντας ένα κρυμμένο νόημα. Εξ' ου και η ερμηνεία είναι αυτό που κατεξοχήν αντίκειται στη σαγήνη, εξ' ου και κάθε ερμηνευτικός λόγος είναι ο λιγότερο σαηνευτικός που υπάρχει. Ο λόγος δεν έχει να αναμετρηθεί τόσο με το μυστικό ενός ασυνειδήτου, όσο με την επιφανειακή άβυσσο της ίδιας του της εντύπωσης.⁵⁰

Το ίδιο ίσχυσε με τον Θεό και την Επανάσταση. Η αυταπάτη των Εικονοκλαστών ήταν η απομάκρυνση όλων των εντυπώσεων προκειμένου να λάμψει η αλήθεια, διότι θεϊκή αλήθεια δεν υπήρχε κι ίσως κρυφά να το ήξεραν γ'αυτό και η αποτυχία τους οφειλόταν στην ίδια εποπτεία που είχαν και οι Εικονολάτρες: δεν μπορούμε να ζήσουμε παρά μόνο με την ιδέα μιας διαστρεβλωμένης αλήθειας. Αυτός είναι και ο μόνος τρόπος να ζήσουμε την αλήθεια. Οποιοσδήποτε άλλος είναι ανυπόφορος, (επειδή ακριβώς η αλήθεια δεν υπάρχει). Δεν πρέπει να θέλουμε να απομακρύνουμε τις εντυπώσεις (τη σαγήνη των εικόνων). Αυτό το εγχείρημα πρέπει να ναυαγήσει, ώστε να μη λάμψει η απουσία αλήθειας. Ή η απουσία Θεού. Ή η απουσία Επανάστασης. «Ο λαός», λέει ο Ριβρόλ, «δεν ήθελε την Επανάσταση, ήθελε μονάχα το θέαμά της»-επειδή είναι ο μόνος τρόπος να διατηρηθεί η σαγήνη της Επανάστασης αντί να καταργηθεί μέσα στην αλήθεια της.

«Δεν πιστεύουμε ότι η αλήθεια παραμένει αλήθεια όταν σηκώνουμε το πέπλο της»(Νίτσε).⁵¹

Αν υποθέσουμε ότι η αλήθεια πίσω από κάθε στολισμό, που πιθανότατα εκδηλώνεται σαν αιτία, μπορεί να είναι ως ένα μέρος ο ψυχισμός μας, δηλαδή ο ψυχικός μας κόσμος, τότε ο κάθε στολιστής χρησιμοποιώντας τα διαθέσιμα αναλόγως εποχής υλικά-στολίδια δρά και επηρεάζεται από ένα ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο. Και σ' αυτήν την περίπτωση μπορεί να γίνει συσχετισμός με τις Καλές Τέχνες και τη διαδικασία του χριστουγεννιάτικου στολισμού των μπαλκονιών, καθώς και με την έννοια της διακόσμησης σε γενικότερο πλαίσιο.

Αλλά ο διαχωρισμός των καθαρά ψυχολογικών δεδομένων από τα κοινωνικά είναι δύσκολο, αν όχι αδύνατο, να επιτευχθεί, γιατί η ψυχολογία ενός καλλιτέχνη είναι συνυφασμένη πάντα με την ψυχολογία μιας ολόκληρης εποχής.⁵²

⁵⁰ Jean Baudrillard, *Περί σαγήνης*, εκδ.Εξάντας-νήματα, σελ.75,76.

⁵¹Ο.π., σελ.82,83.

Όπως στην τέχνη, έτσι και στη διακόσμηση, που είναι «καλλιτεχνικός» «κλάδος» έκφρασης των ανθρώπων μιας κοινωνίας, τα σχήματα και τα υλικά εκφράζουν μορφολογικά έννοιες και νοήματα βαθύτερα για την «αλήθεια» της κάθε εποχής. Ο χριστουγεννιάτικος στολισμός των μπαλκονιών δεν είναι τίποτα άλλο παρά εντυπώσεις του πραγματικού, δηλαδή εντυπώσεις που μας ξυπνούν τα γύρω μας πράγματα και μία ιεράρχηση και δομή, βάσει των στοιχείων του καθενός απο εμάς, σ' έναν σχεδιασμό (διακόσμηση) ενός εσωτερικού διάκοσμου, που έχει πάρει τα στοιχεία του από ένα εξωτερικό σύμπαν. Η όλη αυτή διαδικασία στολισμού μοιάζει με την καλλιτεχνική διαδικασία (τη μεταμόρφωση δηλαδή του πραγματικού σε κατασκευάσμα της φαντασίας).

Κάθε εποχή έχει την αισθητική της που διέπεται από κανόνες όπως και κάθε περίοδος στην τέχνη του ανθρώπου έχει περάσει από στάδια εξέλιξης αυτής της αισθητικής, που είναι όμοια με αυτά της ανθρώπινης εξέλιξης από την πρωτόγονη τέχνη και την τέχνη των παιδιών στην Αναγέννηση και τον Διαφωτισμό για παράδειγμα.

Στην περίπτωση του στολισμένου χριστουγεννιάτικου μπαλκονιού, το πέπλο που σηκώνεται, προκειμένου να βγεί στην επιφάνεια η «αλήθεια» λειτουργεί σαν ένα είδος μάρκας/brand, που με τα στολίδια του κάνει μια δήλωση/statement για την κατάσταση του στολιστή του και διεκδικεί μια θέση στην παγκόσμια πασαρέλα και αγορά των brands. Το να είσαι κάτι ή κάποιος, στην εποχή μας σημαίνει να είσαι ένα brand ή να έχεις αναφορά σε ένα σύστημα το οποίο να είναι επηρεασμένο από μια συγκεκριμένη μάρκα. Κάτι σαν ένα είδος κατηγοριοποίησης των ανθρώπων βάσει της μόδας όχι μόνο στα ρούχα αλλά και σε προϊόντα και σε αντικείμενα διακόσμησης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ονόματος που μετατρέπεται σε μάρκα-«επαναστάτης» Johnny Walker, η συγκεκριμένη διαφήμιση σε αφήνει να ταυτίζεσαι με έναν ανθρώπινο μύθο και σε κάνει να «νιώθεις» ότι αν καταναλώνεις αυτό το ποτό θα γίνεις τόσο γνωστός/διάσημος, όσο και η υστεροφημία του Τζόνι, κάτι σαν επίγειος παράδεισος. Η μπραντοποίηση⁵³ αυτή του μπαλκονιού μέσω του χριστουγεννιάτικου στολισμού εκμεταλλεύεται τη διαβρωτική ικανότητα της μόδας να δημιουργεί αντίδοτο στην ανωνυμία.

⁵² Γεώργιος Ι. Μουρέλος, *Θέματα αισθητικής και φιλοσοφίας της Τέχνης*, Οι βιολογικές και ψυχολογικές βάσεις των Καλών Τεχνών, εκδ:Νεφέλη, σελ.48.

⁵³ Φράνκο Λα Σέκλα, *Ενάντια στην Αρχιτεκτονική*, εκδ:Το Δόντι, σελ.50.

Είναι λοιπόν το μπαλκόνι ένα «μικρό σύμπαν» του κάθε στολιστή και καλείται, μέσα από τη διακοσμητική διαδικασία του στολισμού του, να διευθετήσει, να τακτοποιήσει, να παρατάξει όλα αυτά τα χριστουγεννιάτικα μπραντοποιημένα στολίδια, (που φυσικά τον αντιπροσωπεύουν), έτσι ώστε να τα οργανώσει, (κόσμος#χάους) βασισμένος στον δικό του κόσμο, σε έναν «κοσμοδιάκοσμο», έτσι όπως το Πάνθεον είναι στρογγυλό και συμβολίζει έτσι τον Κόσμο την ουράνια σφαίρα.

Ο «κοσμοδιάκοσμος» αυτός είναι «κατ'εικόνα και ομοίωση» όχι μόνο το εξωτερικό σύμπαν που μας περιβάλλει όλους τους ανθρώπους, αλλά και όλος ο εσωτερικός κόσμος του κάθε γείτονα(στολιστή) και φυσικά ο αστάθμητος διαφορετικός σε καθέναν ψυχισμός. Το μπαλκόνι είναι ο συγκεντρωτικός πυρήνας που ενώνει όλα αυτά τα στοιχεία και επίσης ο τόπος όπου δημιουργείται η χριστουγεννιάτικη αυτή «εγκατάσταση» και όχι μόνο προβάλλεται επειδή είναι το μόνο εξωτερικό στοιχείο μιας σύγχρονης κατοικίας (κυρίως των πολυκατοικιών, αλλά και οι μονοκατοικίες έχουν μπαλκόνια), αλλά είναι σίγουρη και η αλληλεπίδραση που δημιουργείται από χριστουγεννιάτικη εγκατάσταση σε χριστουγεννιάτικη εγκατάσταση.

ΜΠΑΛΚΟΝΙ ΚΑΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΧΡΩΜΑΤΩΝ

Το μπαλκόνι πάντα στην περίπτωση του «χριστουγεννιάτικου στολισμού των μπαλκονιών και τον ψυχισμό του γείτονα» θα αναφέρεται σε ένα χριστουγεννιάτικο μπαλκόνι και όχι σ'ένα οποιοδήποτε μπαλκόνι αλλά αυτό του εν δυνάμει γείτονα, δηλαδή του κάθε χριστουγεννιάτικου μπαλκονιού που βλέπουμε διότι όλοι μπορεί να γίνουμε κάποια στιγμή γείτονες.

Τα χρώματα που έχουν τα χριστουγεννιάτικα στολίδια είναι πολλά και φανταχτερά, το πως θα τα συνδυάσουμε μεταξύ τους, καθώς και τα σχήματά τους, είναι καθαρά θέμα ψυχοσύνθεσης, γιατί μαρτυρούν την «ενέργεια» που κρύβει ο κάθε στολιστής μέσα του. Ενέργεια για τον απλό λόγο ότι τα χρώματα είναι ενέργεια και πάλλονται, ανάλογα με την ένταση που έχουν, τις προσμήξεις που τα αλλάζουν και πάντα τον συνδυασμό μεταξύ τους. Ο καθένας από εμάς αν μπει στη διαδικασία να κάνει μια άσκηση με χρώματα που προτείνει ο Γιοχάνες Ίπτεν(1888-1967), βασισμένη στις υποκειμενικές χρωματικές συγχορδίες θα ανακαλύψει ότι η διερεύνηση του χρώματος περνάει μέσα από ένα υποκειμενικό φίλτρο, το οποίο ακόμα και στους ζωγράφους είναι διαφορετικό για τον καθένα.

Ωστόσο, επειδή το χρώμα είναι το ουράνιο τόξο –το φάσμα δηλαδή, υπάρχουν, πέρα από την υποκειμενική αντίληψη του χρώματος που έχει ο καθένας, και κάποιοι αντικειμενικοί νόμοι της χρωματομετρίας. Προκειμένου να αποφύγουμε τους περιορισμούς της υποκειμενικής κρίσης, που είναι το πρώτο πλησίασμα σε κάθε φυσικό η καλλιτεχνικό χρωματικό φαινόμενο, και που τη σημασία της αναγνωρίζει ο Ίπτεν, θα πρέπει ν'αποκτήσουμε μια σφαιρική γνώση των αντικειμενικών νόμων του χρώματος, που μελετώνται με βάση τον χρωματικό κύκλο, τη χρωματική σφαίρα και τις επτά χρωματικές αντιθέσεις. Ο χαρακτήρας και το αποτέλεσμα ενός χρώματος καθορίζεται από την τοποθέτησή του απέναντι στα χρώματα που το συνοδεύουν. Παίζει σπουδαίο ρόλο, ωστόσο, και το μέγεθος-ποσότητα της κάθε χρωματικής κηλίδας, καθώς και η κατεύθυνση των χρωμάτων όχι μόνο σε έναν πίνακα, αλλά στη δική μας περίπτωση, στη χριστουγεννιάτικη σύνθεσή μας. Αν για παράδειγμα το μπλέ, σε μια σύνθεση, είναι ψηλά, χαμηλά, αριστερά ή δεξιά, κάθε φορά έχει διαφορετικό αποτέλεσμα. Κάτω το μπλέ είναι βαρύ, πάνω έχει ένα ελαφρύ αποτέλεσμα. Το σκούρο κόκκινο πάνω δρα ως ένα ασήκωτο απειλητικό βάρος, κάτω ως ήρεμη

αυτογνωσία. Το κίτρινο ψηλά δίνει ένα ελαφρύ, αιωρούμενο αποτέλεσμα, αντιθέτως κάτω επαναστατεί σαν αιχμάλωτο. Δεν βλέπουμε ποτέ μόνο του ένα χρώμα, αλλά πάντοτε σε σχέση με το περιβάλλον του⁵⁴.

Σύμφωνα με τη μελέτη του Γιοχάνες Ίπτεν, γύρω από το χρώμα και την επίδρασή του σε έργα ζωγραφικά, αλλά και γενικότερα σε οποιοδήποτε τομέα της ζωής μας, οι νόμοι του χρώματος είναι άχρονοι, ισχύουν σήμερα εξίσου, όπως και άλλοτε. Οι νόμοι του χρώματος υπαγορεύονται από τη φύση. Αυτοί οι νόμοι λάμπουν στο ουράνιο τόξο και είναι αναγνωρίσιμοι στην κατασκευαστικά εξακριβωμένη χρωματική σφαίρα. Αυτή περιέχει τα καθαρά χρώματα και τις αναμίξεις τους και απλώνεται μέχρι τους δύο πόλους, μαύρο και άσπρο. Το μαύρο με τη βαθιά σκοτεινότητά του είναι απαραίτητο για να τεθεί η λάμψη των χρωματικών φώτων στη σωστή διάστασή της. Η ανοιχτόχρωμη φωτεινή δύναμη του άσπρου είναι απαραίτητη, για να δώσει στα χρώματα την υλική δυναμή τους. Μεταξύ μαύρου και άσπρου πάλλει ο χρωματικός, φαινομενικός κόσμος. Εφόσον τα χρώματα είναι αιχμάλωτα του κόσμου των αντικειμένων, μπορούμε να τα παρατηρήσουμε και να κατανοήσουμε τις νομοτέλειές τους. Η εσώτατη ουσία τους παραμένει κρυφή στη λογική μας και μόνον με διαισθητικό τρόπο γίνεται κατανοητή. Έξαλλου κανόνες και νόμοι είναι μόνον πινακίδες προσανατολισμού στο δρόμο για τη δημιουργία ενός ζωγραφικού έργου τέχνης. Το σημαντικό στην τέχνη δεν είναι τα μέσα έκφρασης και απεικόνισης, αλλά ο άνθρωπος με τον χαρακτήρα του και τον ανθρωπισμό του. Πρώτιστα έρχεται ο σχηματισμός και η μόρφωση του ανθρώπου, κατόπιν μπορεί με τη σειρά του να σχηματίζει εικόνες. Ωστόσο, όλες αυτές οι γνώσεις γύρω από το χρώμα και την καλλιέργεια του ανθρώπου γενικότερα δεν είναι απαραίτητες για έναν οποιοδήποτε στολιστή χριστουγεννιάτικου μπαλκονιού, όταν όμως συμβαίνει να τι έχει ο εκάστοτε στολιστής, τότε αυτό φαίνεται στη σύνθεση/χριστουγεννιάτικη εγκατάστασή του, και την αναγνωρίζει με τη σειρά του ο κάθε μελετητής-παρατηρητής, χριστουγεννιάτικου στολισμένου μπαλκονιού. Άλλωστε, σύμφωνα με την διδασκαλία του Ίπτεν για το χρώμα, η σοβαρή μελέτη των χρωμάτων είναι ένα εξαιρετικό μέσο μόρφωσης του ανθρώπου, γιατί επιτρέπει την ικανοποίηση εσωτερικών αναγκαιοτήτων μας. Να συλλάβεις αυτές τις αναγκαιότητες, σημαίνει να παραιτείσαι από κάθε ισχυρογνωμοσύνη και να υπηρετήσεις το δημιουργό, σημαίνει να είσαι άνθρωπος.⁵⁵ Επίσης το να έχει κανείς γνώσεις για τη μελέτη του φωτός, δηλαδή γνώσεις γύρω από τη φύση και

⁵⁴ Γιοχάνες Ίπτεν, *Τέχνη του Χρώματος*, εκδ:Κείμενα Εικαστικών Καλλιτεχνών 5.σελ.εισαγωγή.

⁵⁵Ο.π., σελ.152.

τα χρώματά της, είναι μέρος ολόκληρης της πολιτισμικής του κληρονομιάς και κατ'επέκταση και του ψυχισμού του.



Εικόνα 5

Χρωματικός κύκλος του Ίττεν.

Όλοι οι άνθρωποι έχουν περασμένη την πληροφορία της παρατήρησης της φύσης στον γεννητικό τους κώδικα. Από αρχαιοτάτων χρόνων η παρατήρηση των αστεριών, του ουράνιου θόλου κατά τη διάρκεια της ημέρας και της νύχτας, με τα αμέτρητα αστέρια και τους αστερισμούς, καθώς και η παρατήρηση της θάλασσας και της γής, με όλα τα χρώματα των φυτών και των ζώων έχουν προσδώσει στον άνθρωπο την πολύτιμη εμπειρία του παρελθόντος είτε μέσα από εικόνες είτε μέσα από αφηγήσεις όλη αυτή η εμπειρία αναβιώνεται μέσα από τη φαντασία και τη μνήμη. Αυτή η φαντασία λέγεται δημιουργική φαντασία, και ανάλογα με τις προσλαμβάνουσες του κάθε ατόμου, έχουμε και το ανάλογο ευφάνταστο αποτέλεσμα στο χριστουγεννιάτικο μπαλκόνι του γείτονα στολιστή. Όλη αυτή η εμπειρία του κάθε στολιστή/γείτονα στον χριστουγεννιάτικο στολισμό των μπαλκονιών έρχεται και αναπλάθεται και διαρθρώνεται σ'ένα χρόνο πλασματικό, βασικά αισθητικό, οργανωμένο από τη φαντασία του στολιστή και εν δυνάμη καλλιτέχνη σύγχρονων εγκαταστάσεων. Το μπαλκόνι γίνεται ένας χώρος περισσότερο ή λιγότερο ανεξάρτητος από τον ψυχολογικό χρόνο όπου μέσα έζησε τις εμπειρίες του ο κάθε στολιστής μπαλκονιού, στην περίπτωση αυτή είναι ο ίδιος ο βιωματικός χρόνος με όλες τις εσωτερικές συνισταμένες του που μας αποκαλύπτει την υφή του. Ο χρόνος αυτός είναι λιγότερο ένας χρόνος αναπόλησης και περισσότερο ένας χρόνος παρουσίας, αναβιώματος των περασμένων στιγμών. Σε αυτήν την περίπτωση ο στολισμός του μπαλκονιού την περίοδο των χριστουγέννων, αν υποθέσουμε ότι είναι μία καλλιτεχνική δημιουργία, φαίνεται ότι η καλλιτεχνική δημιουργία ταυτίζεται ολότελα με τη μνήμη.⁵⁶

Το χριστουγεννιάτικο μπαλκόνι και ο στολιστής του είναι ένα καθημερινό παράδειγμα ενός καθημερινού συνηθισμένου βιωματικού χώρου και μέσου ανθρώπου. Έχοντας ενσωματώσει όλες τις πληροφορίες από το παρελθόν και το παρόν του, πληροφορίες που αφορούν το πολιτιστικό-οικονομικό και κοινωνικό υπόβαθρό του, καθώς και της κοινωνίας που τον περιβάλλει και αλληλεπιδρά πάνω του, παρουσιάζει ένα καλό μορφολογικό δείγμα ψυχολογίας της διακόσμησης της σύγχρονης εποχής. Λειτουργεί σαν ένα «παράλληλο» σύμπαν που μαρτυρά και δίνει πληροφορίες για ανθρώπους, τις πρακτικές τους και συνήθειες που έχουν διαμορφωθεί μέσα και από τον ανθρώπινο πολιτισμό και που κανονικά δεν θα είχαμε την ευκαιρία αν δεν ήταν τα Χριστούγεννα, να τις παρατηρήσουμε.

⁵⁶ Γεώργιος Ι. Μουρέλος, *Θέματα αισθητικής και φιλοσοφίας της Τέχνης*, Οι βιολογικές και ψυχολογικές βάσεις των Καλών Τεχνών, εκδ.Νεφέλη, σελ.111.

Καθώς η εποχή μας είναι μια εποχή προσομοίωσης, το σύγχρονο αυτό φαινόμενο του χριστουγεννιάτικου στολισμένου μπαλκονιού έρχεται να «αναπνεύσει» προσομοιωμένα παράλληλα με την ανάγκη του ανθρώπου να εκφραστεί, μέσω της διακόσμησης. Τέχνη και ζωή είναι άμεσα συνδεδεμένα σε ένα δίκτυο που ισορροπεί ανάμεσα σε πραγματικό και προσομοιωμένο. Αυτή είναι η πραγματικότητά μας. Οι παραδοσιακές τεχνικές της τέχνης, μέσω της απλής ζωγραφικής και γλυπτικής προκειμένου να έχουμε ένα «ακίνητο αποτέλεσμα» έχουν ξεπεραστεί. Έτσι, έχουν περάσει στον απλό καθημερινό άνθρωπο, που προσπαθεί να δώσει ζωή στα «υβρίδιά του», τα ευρήματα των καλλιτεχνών του παρελθόντος, τα οποία εντάσσει στην καθημερινή του ζωή. Πλέον οι καλλιτέχνες ψάχνουν εναλλακτικά αποτελέσματα ζωντανής «βιοφόρμας/ ρομπότ» ως αποτέλεσμα των προσομοιωμένων εικόνων που παρουσιάζονται παράλληλα με τη ζωή. Στο παρελθόν οι εικόνες έρχονταν από το φυσικό περιβάλλον και έτσι η μίμηση ήταν αυτή η φυσική απεικόνιση/εικόνα. Με την ανακάλυψη της τηλεόρασης και του υπολογιστή, με το διαδίκτυο, η ανθρώπινη εικόνα, προσομοιωμένη, παρουσίασε άλλες εναλλακτικές, οι οποίες δρούν σαν «διαπλανητική επικοινωνία» μέσα στον ίδιο πλανήτη. Αυτό το παράλληλο σύμπαν έχει βάση την ανθρώπινη νοημοσύνη, η οποία όμως, μέσω διεπιστημονικής έρευνας όλης αυτής της προσομοίωσης της ανθρώπινης ζωής και δράσης, είναι σαν να θέτει τις αρχές μιας εξωγήινης νοημοσύνης. Οι φυσικές βιολογικές βάσεις δεδομένων, ωστόσο, είναι αξεπέραστες και ο άνθρωπος είναι το πιο ανθεκτικό κομμάτι του προσομοιωμένου κόσμου μας, το λεγόμενο DNA είναι το πιο δύσκολο κομμάτι αυτού του προσομοιωμένου, καθημερινού αγώνα επιβίωσης.

Αναφορικά ως προς την εξέλιξη της σύγχρονης τέχνης, η οποία βέβαια ακολουθεί την σύγχρονη πραγματικότητα, οι βάσεις για μια «βιο-τέχνη/βιοτεχνολογία» έχουν ήδη μπει από τα τέλη της δεκαετίας του '80. Το πρώτο συνθετικό DNA άρχισε να χρησιμοποιείται ευρέως στα τέλη της δεκαετίας του '80. Από τότε οι επιστήμονες συνθέτουν, σε καθημερινή βάση, μόρια, που είναι χημικά πανομοιότυπα με τα νουκλεϊκά οξέα, τους υδατάνθρακες, τα πεπτίδια και πολλές άλλες ουσίες που συνδέονται με τη βιολογία των ζωντανών κυττάρων. Και οι καλλιτέχνες μπορούν να κάνουν κάτι παρόμοιο.

Οι προοπτικές για ένα αληθινό βιολογικό objet d'art αναμένονται εδώ και τριάντα πέντε χρόνια. Το 1970 ο διακεκριμένος ιστορικός της τέχνης Jack Burnham συνόψισε την πρώτη έκδοση του βιβλίου του για τη σύγχρονη γλυπτική (Beyond Modern Sculpture) με προβλέψεις για το μέλλον:

Και τι μπορούμε να πούμε για τη γλυπτική του 21^{ου} αιώνα και του τελευταίου τρίτου αυτού του αιώνα; Βαθιά ριζωμένες τάσεις, που κράτησαν μέσα στις χιλιετίες, δεν πεθαίνουν εύκολα. Η λάξευση ή η κατασκευή αντικειμένων σαν γλυπτική θα συνεχίσει προφανώς ως το 2000 μ.Χ.-αλλά με λιγότερη σημασία σαν μορφή τέχνης... Το εξισορροπημένο δυναμικό σύστημα δεν θα γίνει μόνο ένα σύμβολο ζωής, αλλά πραγματική ζωή στα χέρια του καλλιτέχνη και το κυρίως μέσο για περαιτέρω εγχειρήματα αισθητικής. Ανασκοπώντας το παρελθόν, θα μπορούσαμε να δούμε τη μακρά παράδοση της γλυπτικής φιγούρας και το σύντομο διάλειμμα του φορμαλισμού σαν μια παρατεταμένη πρόβα τζενεράλε για την νοήμονα automata... Καθώς η Cybernetic Art αυτής της γενιάς γίνεται ολοένα πιο ευφυής και ευαίσθητη, η Ελληνική εμμονή με τη «ζωντανή» γλυπτική θα προσεγγίσει μια νέα πραγματικότητα που δεν την είχαμε φανταστεί.(Burnham, 1970).⁵⁷

⁵⁷ DAVIS, Joe, *Η τέχνη στην εποχή της Βιοτεχνολογικής Επανάστασης, In Vivo-In Vitro*, Επιμέλεια: Άννα Χατζιγιαννάκη. Εκδ:futura, Αθήνα 2006, σελ.100.

ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΙΑΤΙΚΟ ΜΠΑΛΚΟΝΙ-«ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΟΣ ΤΟΠΟΣ»;

«Μεταφορά είναι η μετάθεση σ'ένα πράγμα του ονόματος
που υποδεικνύει ένα άλλο πράγμα.»

Αριστοτέλης, *Ποιητική*, 1457 b

Η πόλη, ως ένας άλλος παλίμψηστος χώρος που αρθρώνεται βάση της υποκειμενικότητας του καθενός από εμάς, είναι ο χώρος, που ο κάθε «χριστουγεννιάτικος στολιστής μπαλκονιών» θα δοκιμάσει με την ενέργειά του να διαφοροποιηθεί μέσα σ' αυτήν κάνοντας την «στολιστική» του πρόταση ορατή, από το προσωπικό του «βάθρο», το μπαλκόνι του. Η διαδικασία αυτή είναι ακριβώς η διαδικασία της εξόδου από το σώμα της μητέρας (που πότε εξαφανίζεται μόνη της και πότε την εξαφανίζει το παιδί) και που συνιστά την εντόπιση και την εξωτερικότητα σ'έναν ορίζοντα απουσίας. Ο θριαμβευτικός χειρισμός που σου επιτρέπει «να κάνεις να φύγει» το μητρικό αντικείμενο και να εξαφανιστείς ο ίδιος (ως ταυτόσημος με αυτό το αντικείμενο), να είσαι εκεί (επειδή) χωρίς τον άλλο, αλλά σε μια αναγκαία σχέση με τον εξαφανισμένο, είναι μια «**αρχέγονη χωρική δομή**». Το μπαλκόνι, (σε κάθε σπίτι-πολυκατοικία) είναι το **βήμα** προς τα έξω του κάθε στολιστή από τον εσωτερικό του χώρο στον εξωτερικό. Δημιουργώντας τη χριστουγεννιάτικη του σύνθεση, ο κάθε γείτονας είναι σαν να βλέπει τον εαυτό του μπροστά στον καθρέφτη, όπως το παιδί κοιτάζοντας, αναγνωρίζει τον εαυτό του ως έναν (είναι εκείνος, υλοποιήσιμος), όμως δεν είναι παρά ο άλλος (αυτό, μια εικόνα με την οποία ταυτίζεται), είναι η διαδικασία αυτής της «χωρικής σύλληψης» που εγγράφει το πέρασμα στον άλλο ως τον νόμο του είναι και τον νόμο του τόπου. Ωστε, λοιπόν, χρησιμοποιώ στην πράξη τον χώρο, σημαίνει επαναλαμβάνω τη θριαμβευτική και σιωπηλή εμπειρία της παιδικής ηλικίας, σημαίνει, μέσα στον τόπο, είμαι άλλος και περνάω στον άλλο.

Έτσι, αρχίζει η πορεία την οποία συγκρίνει ο Φρόντ με την ποδοπάτηση της μητρικής γης. Η σχέση του εαυτού με τον ίδιο διέπει τις εσωτερικές αλλοιώσεις του τόπου (τα παιχνίδια ανάμεσα στα στρώματά του) ή τις πεζοπορικές εκδιπλώσεις των στοιβαγμένων σ'έναν τόπο ιστοριών (κυκλοφορίες και ταξίδια). Η παιδική ηλικία, που καθορίζει τις πρακτικές του χώρου, αναπτύσσει έπειτα τα αποτελέσματά της,

φουντώνει, κατακλύζει τους ιδιωτικούς χώρους, διαλύει τις αναγνώσιμες επιφάνειές τους και δημιουργεί μέσα στη σχεδιασμένη πόλη μια πόλη «μεταφορική» ή μετατοπιζόμενη, όπως την ονειρευόταν ο Καντίνσκι: «μια μεγάλη πόλη, χτισμένη στέρεα σύμφωνα με όλους τους κανόνες της αρχιτεκτονικής, που σείεται ξαφνικά από μια ανυπολόγιστη δύναμη».⁵⁸

Έστω και αυτή η μικρή δραστηριότητα του να στολίσει κανείς χριστουγεννιάτικα το μπαλκόνι του είναι ενδεικτική, σε σχέση με τις προσωπικές του καταβολές όλων των ειδών. Είναι μια φανέρωση των έσω προς τα έξω, ασχέτως αν είναι επηρεασμένη και έχει προκληθεί απ' όλο αυτό το καταναλωτικό σύστημα, της κοινωνίας μας. Είναι, επίσης η «μεταφορική» έξοδος όλων αυτών των ιδιαίτερων στοιχείων που συνθέτουν την προσωπικότητα του κάθε γείτονα-στολιστή από το σπίτι στο όριο του σπιτιού με τον δρόμο, είναι η συγχώνευση της προσωπικότητας και της κοινωνίας. Κοινωνία, μπορεί να θεωρηθεί η μητέρα, και η προσωπικότητα είναι το παιδί (στολιστή), που ναι μεν έχει επηρεαστεί από το περιβάλλον του και κουβαλάει όλες τις οικογενειακές-κοινωνικές καταβολές του, όμως περνάει μέσα από το δικό του φίλτρο τη δική του στολιστική πρόταση.

«Η θεά αναγνωρίζεται από την περπατησιά της.»

Βιγίλιος, Αινειάδα, I, 405

⁵⁸ Μισέλ Ντε Σεργτώ, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική/Η πολύτροπη τέχνη του πράττειν*, εκδ:Σμίλη, σελ.275-276.

Επίλογος

Το χριστουγεννιάτικα στολισμένο μπαλκόνι και ο ψυχισμός του γείτονα, έτσι όπως το βλέπω εγώ, πέρα από την τελεστική λειτουργία του χριστουγεννιάτικου στολισμού, έχει και μια καθαρά αισθητική πρόθεση σε επίπεδο μορφής παρά λειτουργίας. Ο κάθε άνθρωπος ανάλογα με τα ερεθίσματα που έχει δεχτεί από το σπίτι, την κοινωνία και το σχολείο, (την εκπαίδευσή του, όποια και αν είναι), έχει την δική του αισθητική διάθεση, καθώς και προδιάθεση και αυτό, σε ορισμένες περιπτώσεις πιστοποιεί και μια εν δυνάμει «καλλιτεχνική επάρκεια».

Σύμφωνα με τον Πιέρ Μπουρντιέ, υπάρχει η «πρόθεση» του παραγωγού και η διαχωριστική γραμμή ανάμεσα στον κόσμο των τεχνικών αντικειμένων και του κόσμου των αισθητικών αντικειμένων. Στην πραγματικότητα, η «πρόθεση» αυτή είναι και η ίδια προϊόν κανονιστικών προτύπων και κοινωνικών συμβάσεων που συμβάλλουν στον καθορισμό του ορίου-ενός ορίου ιστορικά μεταβαλλόμενου και πάντοτε αβέβαιου-μεταξύ των απλών τεχνικών αντικειμένων και αντικειμένων της τέχνης. Είναι πολύ λεπτό το όριο ανάμεσα στον διαχωρισμό του χριστουγεννιάτικου μπαλκονιού σε τεχνικό αντικείμενο ή αντικείμενο τέχνης και πάντα εξαρτάται από το πώς βλέπουμε κάτι και από ποια θέση. « Το κλασικό γούστο», παρατηρεί ο Πανόφσκυ, «απαιτούσε οι ιδιωτικές επιστολές, οι επίσημοι λόγοι και οι ασπίδες των ηρώων να είναι καλλιτεχνικά προϊόντα(...), ενώ το μοντέρνο γούστο απαιτεί από την αρχιτεκτονική και τα τασάκια να είναι λειτουργικά». Ωστόσο, η σύλληψη και η εκτίμηση του έργου εξαρτώνται επίσης από την πρόθεση του θεατή, η οποία συναρτάται με συμβατικά κανονιστικά πρότυπα που διέπουν τη σχέση με το έργο τέχνης σε μια συγκεκριμένη ιστορική και κοινωνική κατάσταση και συγχρόνως, με την ικανότητα προσαρμογής του θεατή σ'αυτά τα κανονιστικά πρότυπα, δηλαδή με την καλλιτεχνική του επάρκεια.⁵⁹

Με όλα τα παραπάνω θέλω να πώ ότι δεν είναι δυνατόν να βλέπουμε όλοι με τον ίδιο τρόπο τα τεχνικά αντικείμενα καθώς επίσης και τα αντικείμενα τέχνης. Μέσα σε όλη αυτή τη «ζάλη», της διαφορετικής κρίσης και κριτικής όλων μας για τον κόσμο των αντικειμένων, εγώ επιλέγω να βλέπω σαν αντικείμενο σύγχρονης μορφής τέχνης την κάθε χριστουγεννιάτικη εγκατάσταση, γιατί εμπεριέχεται και ο ανθρώπινος παράγοντας του ψυχισμού του κάθε γείτονα-στολιστή, στη

⁵⁹ Παναγιώτης Πούλος-εισαγωγή/επιστημονική επιμέλεια, Έννοιες της τέχνης τον 20^ο αιώνα, εκδ:Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών, σελ.460

διαδικασία αυτή του χριστουγεννιάτικου στολισμού. Ανεξάρτητα από την «πρόθεση του παραγωγού» του χριστουγεννιάτικου στολισμού ενός μπαλκονιού, θα υπάρχουν αρκετοί που, ενδεχομένως, να έχουν την ίδια «πρόθεση θεατή» με εμένα.

Ο ίδιος ο Πανόφσκυ παρατηρεί ότι είναι σχεδόν αδύνατο να προσδιορίσουμε με επιστημονικό τρόπο ακριβώς τη στιγμή κατά την οποία ένα επεξεργασμένο αντικείμενο γίνεται έργο τέχνης, δηλαδή τη στιγμή που η μορφή επικρατεί της λειτουργίας.⁶⁰

Στον χριστουγεννιάτικο στολισμό των μπαλκονιών υπάρχει κάτι το οποίο δεν τον αφήνει να χαρακτηριστεί, απλά ως ένα επεξεργασμένο αντικείμενο, αλλά επειδή υπάρχει εξ'αρχής η διάθεση απόδοσης μιας κάποιας χριστουγεννιάτικης ατμόσφαιρας στο μπαλκόνι του γείτονα, άρα υπάρχει διάθεση μιας μορφολογικής απόδοσης και έτσι η λειτουργία εντοπίζεται στον τομέα της μορφής.

Σύμφωνα με τον Μπουρντιέ, η διάκριση ανάμεσα στα έργα τέχνης και στα άλλα επεξεργασμένα αντικείμενα και ο συνακόλουθος ορισμός του καθαρά αισθητικού τρόπου προσέγγισης των αντικειμένων, που κοινωνικά δηλώνονται ως έργα τέχνης, δηλαδή σαν αντικείμενα που απαιτούν και ταυτοχρόνως διαθέτουν τα προσόντα να προσληφθούν, σύμφωνα με μια καθαρά αισθητική πρόθεση, μια πρόθεση ικανή να τα αναγνωρίσει και να τα συγκροτήσει ως έργα τέχνης, επιβάλλονται με την αυθαίρετη αναγκαιότητα-που είναι παραγνωρισμένη ως τέτοια, κι επομένως αναγνωρίζεται σαν νόμιμη-, η οποία ορίζει τη διεργασία θέσμισης. Η γένεση ενός νέου τρόπου καλλιτεχνικής παραγωγής συνοδεύεται από την παραγωγή ενός νέου τρόπου πρόσληψης του έργου τέχνης, που τείνει να επιβληθεί ως ο νόμιμος τρόπος πρόσληψης. Κατ'αυτόν τον τρόπο η επινόηση του αμιγώς αισθητικού τρόπου πρόσληψης συνοδεύει τον μετασχηματισμό του τρόπου καλλιτεχνικής παραγωγής, ο οποίος συνδέεται με την αυτονόμηση του πεδίου παραγωγής: στη δημιουργική φιλοδοξία του καλλιτέχνη που καθίσταται ικανός να εφαρμόσει σε οποιοδήποτε αντικείμενο την καθαρή πρόθεση μιας καλλιτεχνικής αναζήτησης-όπως συμβαίνει με την περίπτωση του Μαρσέλ Ντυσάν.⁶¹ Το έργο τέχνης στο μέτρο που αποτελεί συμβολικό αγαθό, (και όχι απλώς οικονομικό αγαθό, πράγμα που

⁶⁰Παναγιώτης Πούλος-εισαγωγή/επιστημονική επιμέλεια, Έννοιες της τέχνης τον 20^ο αιώνα, εκδ:Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών, σελ.460

⁶¹Ο.π., σελ.462-463.

επίσης είναι πάντοτε, υπάρχει μόνο γι'αυτόν που έχει τα μέσα να το οικειοποιηθεί μέσω της αποκωδικοποίησης, δηλαδή για εκείνον που κατέχει τον ιστορικά συγκροτημένο κώδικα, κώδικα που γίνεται κοινωνικά αποδεκτός ως η συνθήκη της συμβολικής οικειοποίησης των έργων τέχνης, τα οποία προσφέρονται από μια δεδομένη κοινωνία σε μια δεδομένη χρονική στιγμή. Έτσι, με τον χριστουγεννιάτικο στολισμό των μπαλκονιών, παρότι δεν λειτουργεί εξ' αρχής σαν έργο τέχνης, από την άποψη ότι δεν έχει τη λειτουργία ενός οικονομικού αγαθού, όπως κάθε έργο τέχνης που σέβεται τον εαυτό του, εκφράζεται ο τρόπος πρόσληψης και σκέψης που προσιδιάζει σε μία συγκεκριμένη εποχή, τάξη, μια μερίδα κάποιας τάξης ή μια καλλιτεχνική ομάδα. Διαπιστώνουμε λοιπόν, (όπως το επιβεβαιώνει άλλωστε και η απλή παρατήρηση), ότι η ικανότητα να προσλαμβάνει κανείς και να αποκωδικοποιεί τα αμιγώς υφολογικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα συναρτάται με την αμιγώς καλλιτεχνική επάρκεια, με την πρακτική εμπέδωση-κατεκτημένη μέσω του συγχρωτισμού με τα έργα ή μέσω μιας ρητής μαθητείας-κάποιων ταξινομητικών σχημάτων, τα οποία επιτρέπουν την τοποθέτηση κάθε στοιχείου ενός στοιχείου ενός σύμπαντος καλλιτεχνικών αναπαραστάσεων σε μια αμιγώς καλλιτεχνική τάξη.⁶²

Στο εξώφυλλο της εργασίας μου διάλεξα να βάλω μια φωτογραφία από ένα περίπτερο που μοιάζει αρκετά με στολισμένο μπαλκόνι και είναι ένας τόπος γεμάτος από σύγχρονα καταναλωτικά αγαθά του πολιτισμού μας. Αυτά τα αγαθά/αντικείμενα είναι προς πώληση και απαρτίζουν μέρος του καταναλωτικού μας συστήματος, ακριβώς όπως όλα αυτά τα αντικείμενα χριστουγεννιάτικου στολισμού. Βλέπω το περίπτερο σαν μία εικονοποίηση της κοινωνίας μας, άνετα το μπαλκόνι του γείτονα μπορεί να παραλληλιστεί με ένα περίπτερο που τα έχει όλα και απ' όλες τις κατηγορίες. Το συγκεκριμένο περίπτερο, παραπέμπει και σε ένα πλαστικό παιχνίδι, ακριβώς όπως και η διαδικασία του χριστουγεννιάτικου στολισμού του μπαλκονιού. Μέσα απ' αυτό το «παιχνίδι» φανερώνονται πολλές πτυχές της ανθρώπινης προσωπικότητας, του ανθρώπινου ψυχισμού του γείτονα, καθώς και θίγονται θέματα κουλτούρας, πολιτισμού, κοινωνικής τάξης και ιστορίας μελέτης των αντικειμένων, είτε είναι έργα τέχνης είτε απλά αντικείμενα του πολιτισμού μας, με κάποια συγκεκριμένη λειτουργία.

⁶² Έννοιες της τέχνης τον 20^ο αιώνα, επιστημονική επιμέλεια, εισαγωγή Παναγιώτης Πούλος, εκδ:Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών, σελ:464.

Ο κάθ' ένας από εμάς είναι ελεύθερος να δημιουργεί το δικό του σύμπαν μέσα από το μπαλκόνι του, φτιάχνοντας τη δική του σύνθεση, και να αλληλεπιδρά με το κοινωνικό σύνολο, το σίγουρο είναι, ότι σε κάθε κατηγορία σύνθεσης, βάσει συγκεκριμένων δεδομένων, θα έχει υποστηρικτές ή όχι.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΣ, Ηλίας *ΠΑΝΤΑ ΑΤΕΛΗ, ΚΑΙ ΑΘΛΙΑ ΚΑΙ ΑΧΡΗΣΤΑ. ΚΩΔΙΕ PARISINUS GRAECUS 36(14^{ος} -15^{ος} αι.)ΓΡΑΦΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΖΩΓΡΑΦΟΥΜΕΝΑ*, Ιόνιος Λόγος (τόμος Α) Κέρκυρα 2007.
- Arnheim, Rudolf, *Οπτική σκέψη*, University Studio Press, Θεσσαλονίκη 2007.
- ΒΑΚΑΛΟ, Ελένη, *Κριτική Εικαστικών Τεχνών, /τόμος Β*, εκδ.Κέδρος,1996.
- BAUDRILLARD, Jean, *Περί σαγήνης*, μτφρ. Ευγενία Γραμματικοπούλου, εκδ. Εξάντας, Αθήνα 2009.
- BAUDRILLARD, Jean, *Η έκσταση της επικοινωνίας*, εκδ.Καρδαμίτσα, 1991.
- BOURDIEU, Pierre, *Η διάκριση Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*, εκδ. Πατάκης, Αθήνα 2002. Γκόντφρεν,Τόνυ, *Εννοιολογική τέχνη, Τέχνη & Ιδέες*, εκδ.Καστανιώτης, 2003.
- ΝΤΕ ΣΕΡΤΩ, Μισέλ, *Επινοώντας την καθημερινή πρακτική/Η πολύτροπη τέχνη του πράττειν*, εκδ:Σμίλη, Αθήνα 2010.
- DAVIS, Joe, *Μικρό – Αφροδίτη στο In Vivo - In Vitro, Η τέχνη στην εποχή της Βιοτεχνολογικής Επανάστασης*, , Επιμέλεια: Ά. Χατζιγιαννάκη. Εκδ:futura, Αθήνα, 2006, σελ:100.
- GOMBRICH, E.H *Τέχνη και ψευδαίσθηση*, εκδ.Νεφέλη, 1995.
- GOMBRICH, E., *Το Χρονικό της Τέχνης*, εκδ. Μορφωτικό ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, ΜΙΕΤ.
- ΪΤΤΕΝ, Γιοχάνες, *Τέχνη του Χρώματος*, εκδ:Κείμενα Εικαστικών Καλλιτεχνών 5.
- KOFMAN, Sarah, *Το πρωτόλειο της Τέχνης/Ερμηνεία της φρουδικής αισθητικής*, εκδ.Κανάκη, Αθήνα 2009.
- ΜΟΥΡΕΛΟΣ, Γεώργιος Ι., *Θέματα αισθητικής και φιλοσοφίας της Τέχνης, Οι βιολογικές και ψυχολογικές βάσεις των Καλών Τεχνών*, εκδ:Νεφέλη, Αθήνα 1985.
- MALRAUX, Andre, *Το φανταστικό μουσείο*, εκδ.Πλεθρον/Εικαστικά, Αθήνα 2007. –
- ΜΑΜΦΟΡΝΤ, Λιούις, *Τέχνη και τεχνική* , εκδ: νησίδες, Αθήνα 1997.

- ΠΕΡΝΙΟΛΑ, Μάριο, *Η κοινωνία των ομοιωμάτων*, εκδ. Αλεξάνδρεια, 1991.
- ΠΟΥΛΟΣ, Παναγιώτης, *Έννοιες της τέχνης τον 20^ο αιώνα*, εκδ. Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών, Αθήνα 2006.
- VENTURI, Robert, *Learning from Las Vegas*, 1977, 1972 by the Massachusetts institute of Technologie.
- ΦΡΑΝΚΟ, Λα Σέκλα, *Ενάντια στην Αρχιτεκτονική*, εκδ:Το Δόντι, Πάτρα 2009.
- ΦΡΟΪΝΤ, Σίγκμουντ, *Η Ψυχοπαθολογία της καθημερινής ζωής*, εκδ. Επίκουρος, Αθήνα 1992.
- ΦΡΟΪΝΤ, Σίγκμουντ, *Τοτέμ και Ταμπού*, εκδ:Επίκουρος, 1978
- FOSTER, HAL, KRAUSS, ROSALIND, *Η τέχνη από το 1900 Μοντερνισμός αντιμοντερνισμός μεταμοντερνισμός*, εκδ.Επίκεντρο, 2007.
- ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΙΔΗΣ, Παύλος, *Αισθητική και θεωρία της Τέχνης*, Ελληνική Φιλοσοφική Εταιρεία, εκδ:Καρδαμίτσα, συλλογικός τόμος, Αθήνα 1994.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

1. http://www.google.gr/imgres?q=cindy+sherman&hl=el&sa=X&biw=1280&bih=719&tbm=isch&prmd=imvns0&tbnid=9ITBJKkBIey8TM:&imgrefurl=http://resourcemagonline.com/cindy-sherman-retrospective/&docid=mGY0lzsKaZ7_ZM&imgurl=http://resourcemagonline.com/wp-content/uploads/2012/02/c.jpg&w=552&h=563&ei=FoTUT4XEByqi0QWxs42jBA&zoom=1&iact=hc&vpx=807&vpy=321&dur=4704&hovh=227&hovw=222&tx=80&ty=131&sig=108999074358933858795&page=1&tbnh=163&tbnw=169&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:10,s:0,i:9
2. <http://www.google.gr/imgres?q=cindy+sherman&hl=el&sa=X&biw=1280&bih=719&tbm=isch&prmd=imvns0&tbnid=VaGIgJYgfY03jM:&imgrefurl=http://blog.danpontingstudio.com/%3Ftag%3Dcindy-sherman&docid=Q6Ju9Vba8WWL6M&imgurl=http://blog.danpontingstudio.com/wp-content/uploads/2009/04/cindy-sherman-59.jpg&w=1076&h=1600&ei=FoTUT4XEByqi0QWxs42jBA&zoom=1&iact=hc&vpx=947&vpy=122&dur=630&hovh=274&hovw=184&tx=119&ty=119&sig=108999074358933858795&page=1&tbnh=164&tbnw=137&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:4,s:0,i:80>
3. http://www.google.gr/imgres?q=ROBERT+%CE%99%CE%9D%CE%94%CE%99%CE%91%CE%9D%CE%9D%CE%91&um=1&hl=el&sa=N&biw=1280&bih=719&tbm=isch&tbnid=5-6-ZkY9z0XR8M:&imgrefurl=http://pinterest.com/arlene629/love/&docid=F4_UoT4gWm6mYM&itg=1&imgurl=http://media-

cache9.pinterest.com/upload/87186942756125983_pUqIWe4n_b.jpg&w=191&h=209&ei=5ffUT6aDGsTs0gXqsu2YBA&zoom=1&iact=hc&vpx=414&vpy=438&dur=7280&hovh=167&hovw=152&tx=121&ty=140&sig=108999074358933858795&page=1&tbnh=157&tbnw=143&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:13,s:0,i:111

4. http://www.google.gr/imgres?q=%CE%BF+%CF%84%CF%81%CE%BF%CF%87%CE%BF%CF%82+%CF%84%CE%BF%CF%85+%CE%B2%CE%B9%CE%BF%CF%85&um=1&hl=el&sa=N&biw=1280&bih=719&tbn=isch&tbnid=xNfWv1R26NOvzM:&imgrefurl=http://anagnostikon.blogspot.com/2012/03/90.html&docid=vd_mYdJKthw-6M&imgurl=http://3.bp.blogspot.com/_qZ_sQ0sxb4s/T3LS0UhOWhI/AAAAAAAAAE58/TZkTAyA92sk/s1600/3a.jpg&w=551&h=820&ei=6VzWT_G0IeTT0QXV25SABA&zoom=1