Archetype

Ο Εξευγενισμός της Αισθητικής

Μάνος Μαυροπαλιάς - 26/10/2026

Ο Αλέκος Φασιανός έγραφε πως ένα από τα βασικά γνωρίσματα που καθιστούν κάτι όμορφο, είναι η ικανότητά του να αντανακλά κάτι αυθεντικό και πραγματικό. Συμπλήρωνε ακόμη ότι ένα έργο αποκτά διαχρονικότητα μόνο όταν φέρει μέσα του τον χαρακτήρα του τόπου από τον οποίο αναδύεται· όταν δεν επιχειρεί να μιμηθεί έναν ξένο κόσμο, αλλά να εκφράσει τον δικό του. Η σκέψη αυτή συναντά, ως έναν βαθμό, τη χεγκελιανή αντίληψη του ωραίου ως αισθητής φανέρωσης της ιδέας: το ωραίο δεν εξαντλείται στην ευχάριστη όψη ενός αντικειμένου, αλλά συνίσταται στη μορφή μέσω της οποίας αποκαλύπτεται ένα συγκεκριμένο πνεύμα, ένας ιδιαίτερος τρόπος κατοίκησης του κόσμου.

Δεν είναι δύσκολο να φανταστεί κανείς γιατί ο άνθρωπος επιθυμεί να κατοικεί μέσα στο ωραίο· ανάμεσα σε

κτίρια, δρόμους, πλατείες και καταστήματα που συγκροτούν έναν χώρο αισθητικά συνεκτικό και υπαρξιακά οικείο. Ωστόσο, η αισθητική δεν ταυτίζεται με τη μεγαλοπρέπεια ούτε με την ακριβή αρχιτεκτονική. Δεν κατοικεί αποκλειστικά στα καλοδιατηρημένα νεοκλασικά ή στις επιμελώς σχεδιασμένες προσόψεις. Μπορεί να ενυπάρχει και στο φαινομενικά άκομψο, στο ταπεινό, ακόμη και στο φθαρμένο, εφόσον αυτά εκφράζουν γνήσια τη ζωή που τα παρήγαγε. Η αξία τους δεν βρίσκεται στο ότι εντυπωσιάζουν, αλλά στο ότι φέρουν το αποτύπωμα μιας πραγματικότητας με τον δικό της χαρακτήρα.

Αν δεχθούμε αυτές τις δύο προϋποθέσεις –την αυθεντικότητα και τον χαρακτήρα του τόπου– τότε μπορούμε να θέσουμε ένα ευρύτερο ερώτημα: ποια είναι η μορφή του ωραίου στη δική μας εποχή; Τι θεωρούμε σήμερα αισθητικά επιθυμητό και ποια αντίληψη για τον κόσμο ενσαρκώνεται στις μορφές που παράγουμε; Ίσως κανένα στοιχείο δεν αποκαλύπτει βαθύτερα το πνεύμα μιας ιστορικής περιόδου από τον τρόπο με τον οποίο αυτή αντιλαμβάνεται και οργανώνει το ωραίο.

Η ειρωνεία της ανόμοιας ομοιογένειας

Τα τελευταία χρόνια, ένα φάντασμα κυριαρχεί σταδιακά τις γειτονιές μας. Το φαινόμενο του εξευγενισμού, δεν μετασχηματίζει μόνο τις οικονομικές και κοινωνικές σχέσεις των γειτονιών· μετασχηματίζει και την εικόνα τους. Στο παρόν κείμενο δεν θα εξεταστούν οι ήδη γνωστές συνέπειες του φαινομένου, όπως η εκτόξευση των ενοικίων ή ο εκτοπισμός των κατοίκων. Το ενδιαφέρον θα στραφεί στην αισθητική του έκφανση. Παρατηρεί κανείς, με ολοένα αυξανόμενη ταχύτητα, να εμφανίζονται καφέ, εστιατόρια και μικρά καταστήματα που μοιάζουν να έχουν σχεδιαστεί σύμφωνα με το ίδιο αισθητικό πρότυπο: μινιμαλιστική διακόσμηση, περιορισμένη χρωματική παλέτα, τυποποιημένη τυπογραφία και λογότυπα κατασκευασμένα πρωτίστως για ανάρτηση στα social media. Σταδιακά, ολόκληρα οικοδομικά τετράγωνα αποκτούν μια ενιαία όψη, σαν να αποτελούν τις προθήκες ενός και μόνο καταστήματος.

Αρχικά, από την αρχή το κάθε νέο ‘’urban’’ οίκισμα που ξεφυτρώνει φτιάχνεται σύμφωνα με έναν βασικό πυλώνα. Τον φακό της κάμερας. Η ιδιαίτερη ταυτότητα υποχωρεί μπροστά στην ανάγκη μιας άμεσα αναπαραγώγιμης εικόνας. Εξού και τα λογότυπα με τα γενικά και αόριστα ρητά τους. Κτίρια που φτιάχνονται κατά κύριο λόγο για να φωτογραφηθούν. Κάθε καλλιτεχνικό έργο ανήκει στην εποχή του και στο λαό του, στο περιβάλλον του, και εξαρτάται από ειδικές ιστορικές και άλλες αντιλήψεις και στοχεύσεις. Δεν διαφωνεί κανείς με αυτό. Δεν γίνεται να απαρνηθούμε αυτή την σύγχρονη μετάλλαξη της αισθητικής, όσο κούφια κι αν είναι.

Η απάτη της Εμπειρίας

Επειδή όμως η αισθητική συγκροτεί ίσως την φαινομενολογία μιας πόλης, χρειάζεται να στοχαστούμε τα υποκείμενα που την συμμερίζονται και την αναπαράγουν. Για ένα καλλιτεχνικό προϊόν, η ύπαρξη του υφίσταται μονάχα αν υπάρχει το σημείο όπου, μέσα από το πνεύμα εκπηγάζει η πνευματικότητα και η ίδια η τέχνη αποτελεί διανοητική ενέργεια. Μία δημιουργία ακουμπά τις κορυφές της, όταν οι όψεις του πνευματικού και του αισθητού γίνονται ένα. Την θέση του πνεύματος την πήρε η αφήγηση, και το αισθητό είναι το ψηφιακό φαίνεσθαι. Όπου η αφήγηση συνήθως περιλαμβάνει μία απροσδιόριστη ιδέα όπου έγινε η μήτρα του εγχειρήματος, καλώντας και εμάς να γίνουμε μέλος του (άλλου ένα) ξεχωριστού και πρωτοποριακού συμβάντος.

Δεν πρέπει να μας απασχολεί μονάχα ίδιο τυποποιημένο αποτέλεσμα, αλλά κυρίως τα μέσα και η ενόρμηση προς την δημιουργία – όπου τι είναι τούτα: ένα ηλιακό σύστημα με φακούς αντί για ακτίνες, το οποίο περιτριγυρίζεται από διάσπαρτα αφηγήματα που θα δώσουν αξία στο ίδιο το έργο, καθώς πάσχει εντελώς από πνεύμα, ή με επιφύλαξη, από ουσία. Η συνταγή είναι η εξής: μια μετρημένη μυθολογικά επιχρυσωμένη όψη. Χώροι που ανήκουν παντού και πουθενά. Είτε βρίσκονται σε κάποια εύπορη περιοχή, είτε σε φτωχότερη, η όψη είναι ίδια, τόσο απρόσωπο που δεν χαρακτηρίζει αλλά ούτε και ενοχλεί κανέναν. Πώς διαιωνίζεται το σύνολο αυτό;;

Η αισθητική του gentrification δεν σηματοδοτεί απλώς το γούστο και την αρέσκεια, αλλά είναι δείγμα μιας νέας κοινωνικής λογικής, όπου η ίδια η δημιουργικότητα ριζώνει στη ψηφιακή κατανάλωση, ενώ το βίωμα

του κόσμου αρκείται στο ότι βρίσκονται εκεί, εντός του αφηγήματος, έτοιμοι να τραβήξουν φωτογραφία την πρόταση από το led που κρέμεται στον τοίχο. Καθώς η εικόνα αυτονομείται από την πραγματικότητα, γίνεται αυτή το έδαφος στο οποίο βαδίζουμε. Έτσι, η αίσθηση ότι βρεθήκαμε στο εκάστοτε «εκεί» αρκεί για την ικανοποίηση μας καθώς ο άνθρωπος δεν βιώνει απλώς κάτι· βιώνει την εικόνα του ότι το βίωσε.

Το κοινό χαρακτηριστικό τούτων των χώρων, βάσει της αισθητικής τους, είναι να δείχνουν «τόσο όσο». Δεν υπάρχει κάτι το εκκεντρικό, μήτε κάποια τολμηρή αισθητική παρέμβαση· αντιθέτως, ακολουθείται μια πολύ συγκεκριμένη φόρμουλα, από την εσωτερική και εξωτερική όψη μέχρι και τη μουσική υπόκρουση, η οποία επίσης αποτελεί κάτι που δεν θα δυσκολέψει κανενός το γούστο.

Το gentrification δεν αποτελεί μόνο αισθητικό φαινόμενο, αλλά οντολογικό σύμπτωμα μιας εποχής κατά την οποία οι όροι με τους οποίους τα πράγματα αποκτούν ταυτότητα μετατοπίζονται. Ο τόπος δεν νοείται πλέον ως φορέας ιστορίας και ιδιαίτερης ζωής, αλλά ως επιφάνεια κυκλοφορίας εικόνων. Γι’ αυτό και τι άλλο αρκεί στην κοινωνία του ύστερου καπιταλισμού από αφορμές αυτοπροβολής, εφόσον η ποιότητα της εμπειρίας προκαθορίζεται την ιδέα του θεάματος.

Το συμβολικά ιδανικό σημερινό υποκείμενο δεν προορίζεται στο να ξεχωρίζει, αλλά στο να αφομοιώνεται. Από την πνευματική τροφή που λαμβάνει μέχρι τα αισθητικά πρότυπα, αυτό που επικρατεί είναι το μέτρο που έχει θέση η πραγματικότητα ως προς την κανονικότητά της. Εξού και τούτοι οι χώροι. Φτιαγμένοι για να εναρμονίζονται με το πνεύμα της εποχής, μην τυχόν και προκαλέσουν αμηχανία ή περιέργεια, στολισμένοι με δήθεν πρωτότυπες ιδέες που περιβάλλονται από στείρα αφηγήματα.

Επίλογος

Κλείνοντας, σαφώς δεν είναι λύση, μήτε και εφικτό να νοσταλγούμε το παρελθόν που δεν ζήσαμε και να μιλάμε για παλαιότερες πιο ‘’αγνές’’ και αυθεντικές εποχές. Κάθε τι που δημιουργείται ανήκει στην εποχή του, γιατί αν παίρνουμε το παλιό ως δόγμα – απολίθωμα – τότε δεν δημιουργούμε τίποτα καινούργιο, αλλά εμμένουμε στο παλιό, και σε ποιο ‘’παλιό’’ θα έπρεπε να σταματήσουμε ούτως ώστε να σιγουρευτούμε πως αγγίξαμε το αυθεντικό και το αναλλοίωτο;

Το κείμενο εξετάζει το τι αντικατοπτρίζει για την ίδια την εποχή τούτο το ανήκειν. Αυτή η διάγνωση που έρχεται με την αποδοχή, μπορεί να αποτελέσει την αφετηρία για κάτι άλλο, το οποίο θα προκύπτει ακριβώς από τις αναγκαιότητες που αναδύει η έλλειψη του σήμερα παίρνοντας επιτέλους κάποια ρίσκα, τα οποία μπορεί να επιφέρουν αναπάντεχα ριζοσπαστικά ενδεχόμενα.

‘’Κείνο το λείψανο που φύτεψες στον κήπο σου τον άλλο χρόνο,

Άρχισε να βλασταίνει; Πες μου, θ’ ανθίσει εφέτο;

Ή μήπως η ξαφνική παγωνιά πείραξε τη βραγιά του;’’