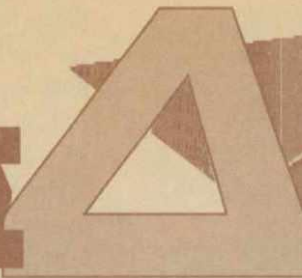


αστικός

ΤΟΜΕΑΣ



Νοέμβριος 1997

ολόκληρο το κοινωνικό

24ωρο

αποτελεί χρόνο

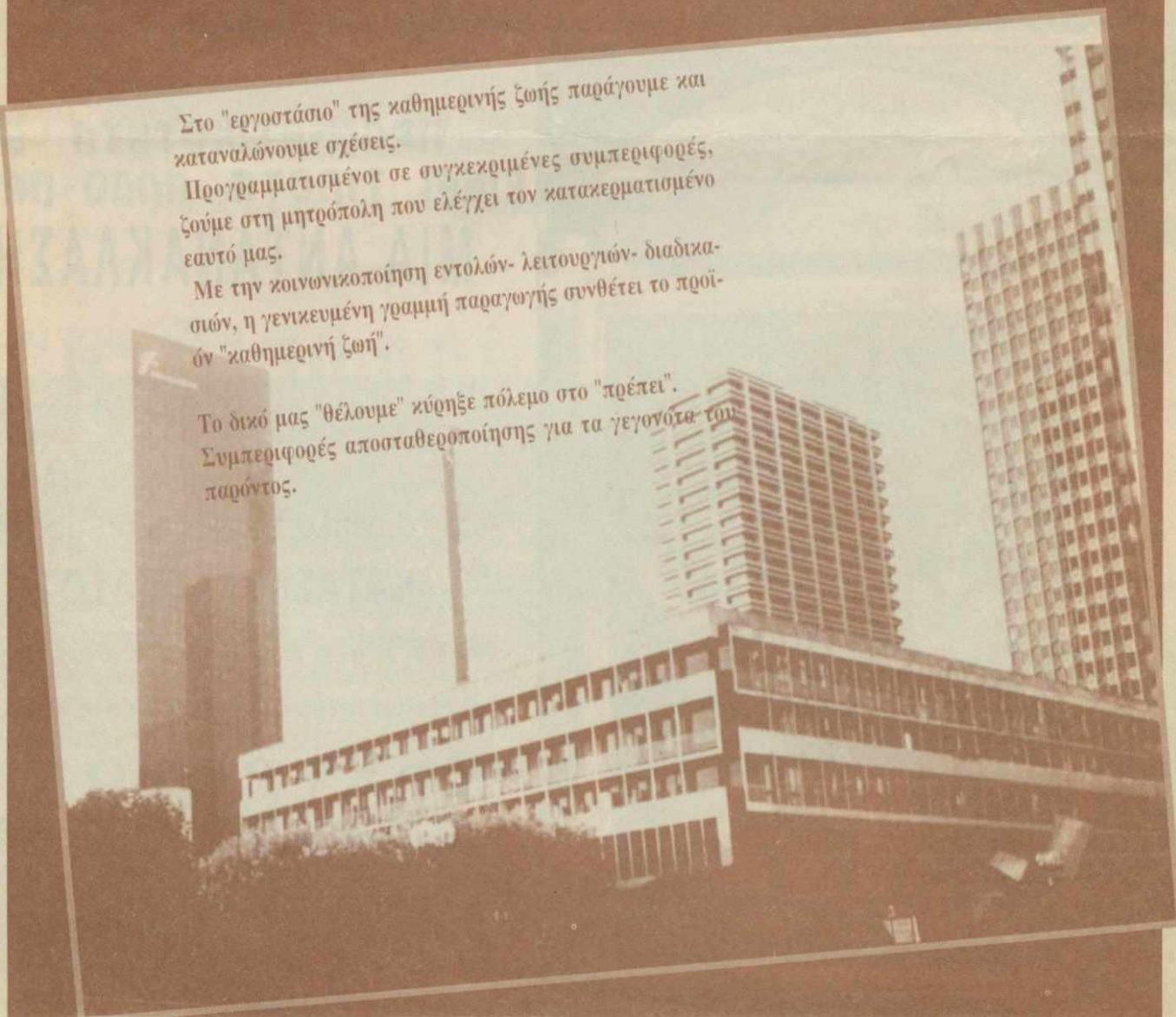
ΑΛΛΟΤΡΙΩΣΗΣ

Στο "εργοστάσιο" της καθημερινής ζωής παράγουμε και καταναλώνουμε σχέσεις.

Προγραμματισμένοι σε συγκεκριμένες συμπεριφορές, ζούμε στη μητρόπολη που ελέγχει τον κατακερματισμένο εαυτό μας.

Με την κοινωνικοποίηση εντολών- λειτουργιών- διαδικασιών, η γενικευμένη γραμμή παραγωγής συνθέτει το προϊόν "καθημερινή ζωή".

Το δικό μας "θέλουμε" κύρηξε πόλεμο στο "πρέπει". Συμπεριφορές αποσταθεροποίησης για τα γεγονότα του παρόντος.



στην ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ πόλη

Ο χώρος που (μας) προσφέρεται μέσα στο πεδίο της πόλης είναι υπεραρκετός για να ικανοποιηθούν όλες οι καταναλωτικές διαστροφές κι επιδιώξεις.

Τα πάντα και σε ανύποπτο χρόνο, είναι δυνατόν να βρεθούν με μια (μικρή) περιπλάνηση στους στολισμένους με νέον δρόμους της πόλης. Η αναμφισβήτη κυριαρχία των εμπορευμάτων στο τοπίο, που περιβάλλει την καθημερινότητα (μας), απομονώνει την ύπαρξη σε ένα ιδιότυπο κυνήγι.

Ένα κυνήγι όπου το "θήραμα" και ο "κυνηγός" αλλάζουν συχνά ρόλους και η κατάληξη μοιάζει γρίφος.

Όσο και αν το εμπόρευμα φαίνεται να καθορίζεται από τον κυνηγό του (άτομο), αποδεικνύεται πως τούτη η λειτουργία έχει κι αντιστρέψιμη πορεία. Έτσι η εξουσία του σε πολλές περιπτώσεις ξεπερνά εκείνη του ανθρώπου, και η ισχύς του είναι μεγαλύτερη.

Ζώντας σε ένα χώρο που διαμορφώθηκε από το κατασκευάσμα - (το) πολύ συχνά δίχως χρηστικότητα, η παραμικρή εκτροπή από την προκαθορισμένη *επίκτητη*, μα τόσο φυσική σήμερα όσο ποτέ, καθημερινή συνήθεια, που στηρίζεται σε μια (σχέση) εξάρτησης) του ατόμου από το κατασκευάσμα του (κι αυτό δίχως την παραμι-

κή υγιή σχέση που μπορεί να υπάρξει μεταξύ δημιουργού και δημιουργήματος) - τα μέρη όπου ο άνθρωπος φαντάζει την ψυχαγωγία του δε θα μπορούσαν παρά να ανταποκρίνονται σε μια παρόμοια λογική.

Έτσι όλα εκείνα τα μέρη, που εκπέμπουν συναισθήματα σκοτεινά και άχαρα, μετατρέπονται εκ (συγχρόνου) θαύματος σε χώρους "ανεμελιάς", "ξενοιασίας" και "διασκέδασης". Φαινομενικούς ωστόσο.

Κτίρια που το μέγεθος και η μορφή τους απωθούν, αποκτούν με προσθήκες κοινωνικών ιδιοτήτων ένα μαγευτικό προφίλ, δημιουργώντας ένα παραπέρα στάδιο του κόσμου του άκριτου θεάματος και του φетиχισμού του κενού.

Η ανάλωση σε μια σχέση αυτοκοροϊδίας ή στην καλύτερη σε μια αυθυποβολή των συναισθημάτων (σου) μέσα σε ένα μπουντρούμι με *space* εφφέ και άτομα με έντονο το *σύνδρομο της ενδυματολογικής αναζήτησης* είναι ό,τι συμβαίνει.

Σε τέτοιες πόλεις, η ανάγκη μας έρχεται ανθόρμητα: "θέλουμε τους χώρους που μας ανήκουν". Οτιδήποτε βρίσκεται εδώ έξω θα το εκμεταλλευτούμε προς δική μας χαρά και ικανοποίηση.

Όλοι οι χώροι της θα εκτραπούν.

Η εκτροπή τους θα είναι βίαιη. Στα μάτια πολλών και στην ακοή τους μπορεί να δημιουργηθούν προβλήματα.

Όμως η θέληση για το αληθινό και το αυθόρμητο θα νικήσει. ΝΑΙ, θα παίζουμε μπάλα στους δρόμους και τις πλατείες.

Όλοι οι χώροι θα πλημμυρίσουν από πρωτόγνωρη μουσική, θα χορεύουμε παντού, θα επι-κοινωνούμε.



Η ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΤΙΠΟΤΑ ΑΛΛΟ ΠΑΡΑ ΜΙΑ ΑΝΤΑΝΑΚΛΑΣΗ.

ΕΚΕΙΝΟΥ ΠΟΥ
ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΑΞΙΖΕΙ ΝΑ
ΒΙΩΘΕΙ

αλλά καλυπτεται.

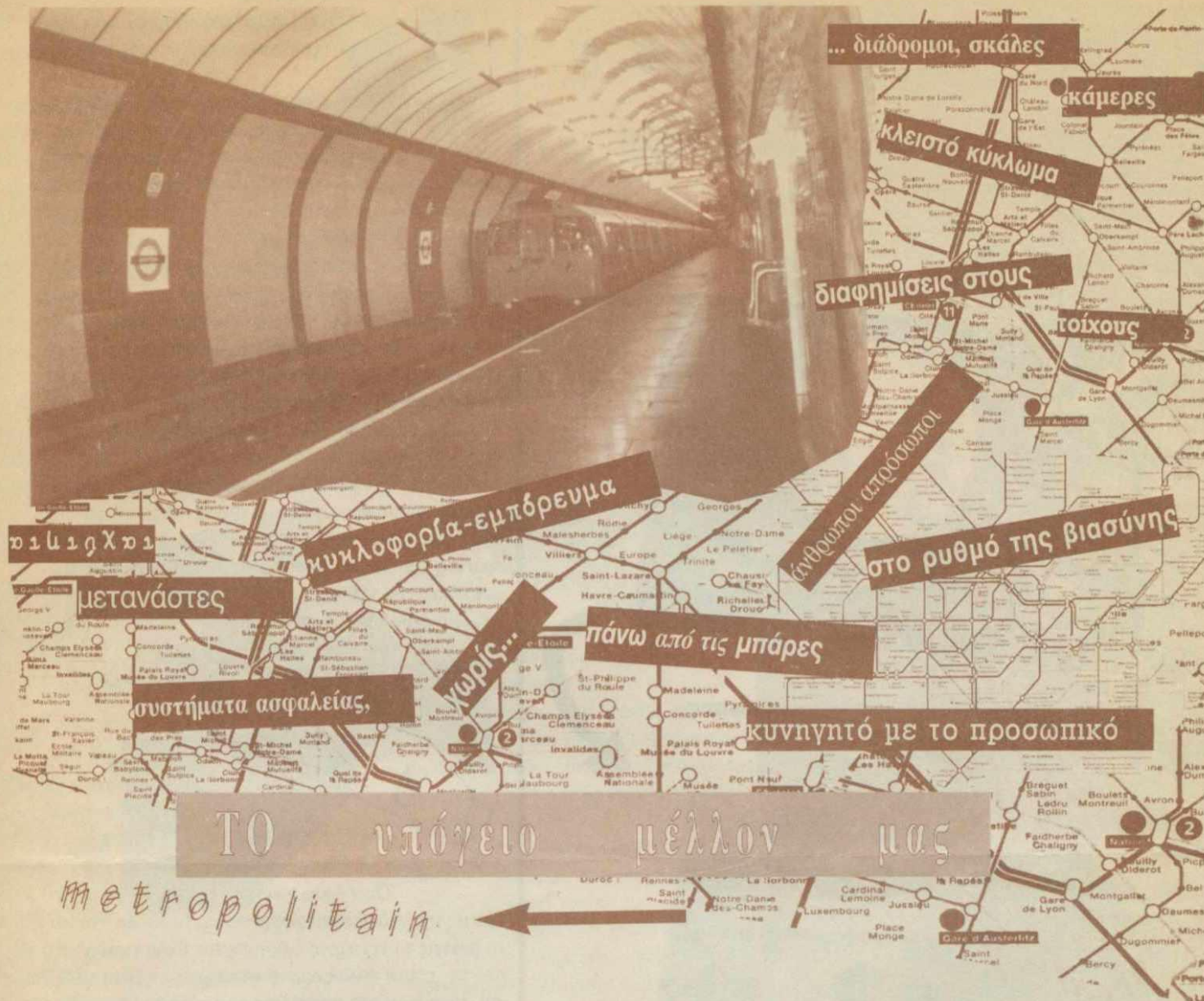
Από το πέπλο του ιδιότυπα πρωτότυπου
ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΜΑΤΟΣ

Και ο λοκληρωτικά ψεύτικου

Σε μια αρένα αναμφίβολα *πανούργων*

ΕΦΕΥΡΕΤΩΝ ΜΕ ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΑΣΧΟΛΙΑ την ΑΠΟΜΟΝΩΣΗ

σε γενικότερο πεδίο.



ίσεις διαφημίσεις διαφημίσεις

Όλο και μεγαλύτερες, για να τραβάνε την προσοχή. Επεκτείνουν την παρουσία τους, χωρίς να απειλούνται, πάνω στην παθητικότητά μας.

Φωτεινές επιγραφές, οθόνες, ταμπλό. Διαφημίσεις στους δρόμους.

Παίζουν με το φως και το μέγεθος. Οι ποσοτικοί χαρακτήρες, όπως κι οι ποιοτικοί, στοχεύουν την κυρίαρχη αίσθηση, δηλαδή την όραση.

Διαπιστώνοντας την πυκνότητα και ένταση των διαφημίσεων σε διάφορες καθημερινές λειτουργίες. Για παράδειγμα ο χρόνος αναμονής των μέσων μεταφοράς ήταν παλιότερα κάτι αναξιοποίητο. Κοίτα σταθμούς, λεωφορεία και ιδιαίτερα στάσεις.

Τώρα η αναμονή δεν είναι "βαρετή", περιέχει τη θέαση και ανάγνωση από αμχανία των διαφημίσεων. Όπου και να βρίσκεσαι, το μάτι εστιάζει από συνήθεια και αποκαύνωση.

Η καθολικότητα της εισβολής στους χώρους και τους χρόνους της κίνησης, διαμονής, εργασίας, διασκέδασης, με λίγα λόγια σε όλη τη ζωή των ανθρώπων, δείχνει την ανάπτυξη της παραγωγής καθημερινότητας, δηλαδή την παραγωγή της καθημερινής αλλοτρίωσης.

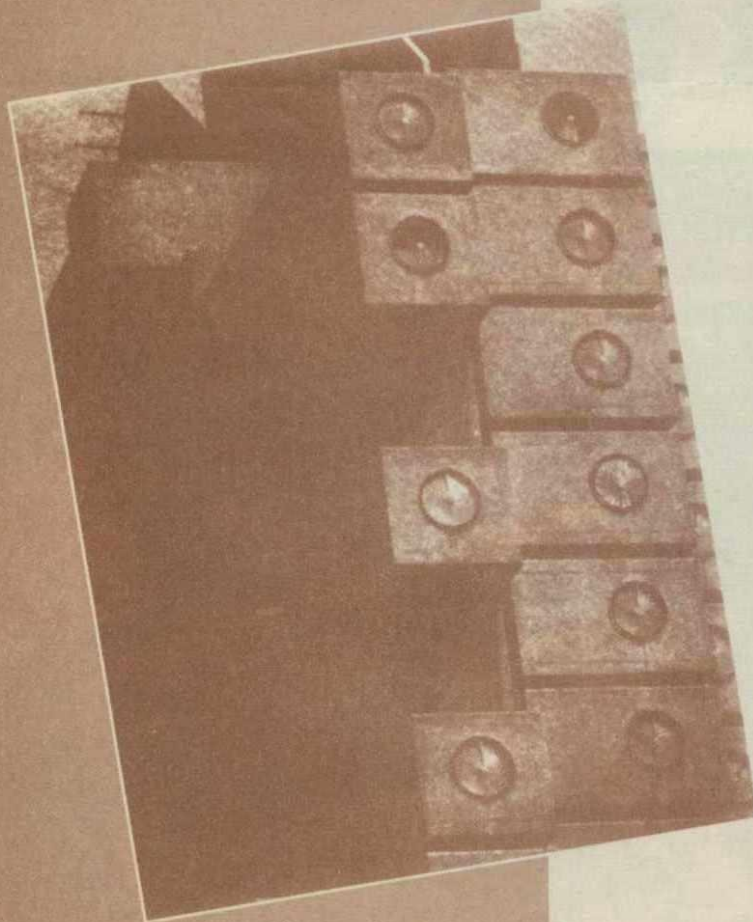


αναδιάρθρωση

στιγμές επέκτασης της αλλοτρίωσης



κάψουλα διαβίωσης



συγκρότημα διαμερισμάτων για εργάτες, δεκαετία '60, Tokyo

Εκεί που η όραση έχει πειθαρχήσει στα χρώματα της πόλης, τις διαφημίσεις, την αρχιτεκτονική και την πολεοδομία.

Τοίχοι γεμάτοι συνθήματα ή διαφορετικά "λερωμένοι" τοίχοι για τους υπήκοους της τοιμεντένιας "καθαριότητας".

Η χρήση των σπρέι από μόνη της δε σημαίνει τίποτα. Εδώ θα αναφερθούμε στα πολιτικά συνθήματα, τονίζοντας τη διαφορά με την καθεστωπική ή έστω ακίνδυνη(χωρίς απειλή) για το σύστημα χρήση.

Στους τοίχους των πόλεων συναντάς πολύχρωμα σχέδια(graffiti) και ψευδώνυμα γραμμένα με καλλιγραφικούς χαρακτήρες. Διάφοροι γραφικοί τύποι, αυτοπροσδιοριζόμενοι στο χώρο του underground, μπορεί να συνεργάζονται ακόμα και με τις δημοτικές αρχές ή μαγαζάτορες παίζοντας το ρόλο του διακοσμητή, σε μια πόλη που "αγαπάει" τα παιδιά της και τα αφήνει να εκφράζουν την κενότητα της σκέψης τους.

Ενσωματωμένοι με τη θέλησή τους, έχουν μια μικρή θέση στη διαμόρφωση της βιτρίνας της πόλης. Τα underground πρότυπα δε διαφέρουν από τα "επίσημα" πρότυπα και είδωλα. Αποτελούν και αυτά μια θεαματική πλευρά των σύγχρονων μητροπόλεων, ιδιαίτερα όταν πλασάρουν μια κουλτούρα δήθεν δια-

συνθήματα
φορετική και αντίθετη με αυτών που συνεργάζονται.

Όταν έρθει η νύχτα η μητρόπολη ζει τις συνθήκες της με διαφορετικούς ρυθμούς. Το να κινείσαι και να βιώνεις τη νυχτερινή διάσταση του ίδιου ντεκόρ έξω από την τυπική κυκλοφορία του εμπορεύματος(διασκέδαση), είναι καταρχήν ύποπτο και πολλές φορές ριψοκίνδυνο, ανάλογα με τις προθέσεις σου.

Μιλώντας για συνθήματα, μιλάμε για ένα μέρος του χρόνου και του χώρου της ζωής μας.

Τονίζουμε την καθημερινότητα των πολιτικών συνθημάτων.



των. Η συνεχής ύπαρξη των συνθημάτων μας στους τοίχους προϋποθέτει τη συνεχή παρουσία μας στο δρόμο.

Η συνέχεια της πρακτικής είναι μεγάλης σημασίας για την παρουσία μας στην περιοχή που ζούμε. Ελληνόψυχα και κάθε απόχρωσης πατριωτικά συνθήματα σβήνονται αμέσως, ελάχιστη απάντηση σε εποχές εθνικής υστερίας. Είναι ένα μέρος του πολέμου στο δρόμο, που απαιτεί και τη χρήση βίας σε σηματοφόρους και στρατόκαυλους.

Αν και δε γίνεται άμεσα εμφανές σε μικρό χρονικό διάστημα, η χρόνια και διαρκής δράση αποτρέπει και καταστέλλει τις προθέσεις ανεπιθύμητων, και τους αναγκάζει να κρατούν τις ιδέες τους μέσα στο κεφάλι τους. Απαραίτητο αλλά όχι πάντα ικανό όπλο, αφού υπάρχουν αφελείς που κάνουν την ανοησία να εκδηλωθούν και φυσικά νιώθουν γρήγορα το κόστος...

(λ.χ. έντυπα που μοιράζονται στο δρόμο) η δημοσιότητα της κριτικής μας περιέχει την κριτική της δημοσιότητας.

Την κριτική στα ΜΜΕ.

Υπάρχουμε, γιατί ενάντια στον παράδεισο της δημοσιότητας που προσφέρουν τα media, τα πολέμαμε με την πρακτική θεωρία του δρόμου, που είναι καθημερινές σχέσεις ανθρώπων κι όχι απλώς μέσα έκφρασης.

Προς ιδεολόγους που διατυπώνουν θεωρίες, ασκούν κριτική σε θεσμούς(επίσημους και μακρινούς), κι εκδίδουν έντυπα ενώ δίπλα τους υπάρχουν συνθήματα εχθρών τους, χωρίς να τα σβήνουν.

Η ιστορία καθημερινών, πολύ κοντινών, καθόλου φαινομενικών αλλά πολύ καθοριστικών πραγμάτων, γράφεται από αυτούς που συνειδητοποιούν την αληθινή σημασία τους στην κοινωνική διαμάχη.

Για τη θερμότητα της αναπνοής μας. Παγωμένες νύχτες σε έρημους δρόμους της μητρόπολης...

Τρόπος έκφρα-

σης; Μηνήματα; Κριτική;

Στα συνθήματα αναγνωρίζουμε μια πρακτική αυτονομία σε αντίθεση με το θέαμα των συνθημάτων, που θα έβλεπε ένας περιγραφικός κοινωνιολόγος ή ένας ακαδημαϊκός ερευνητής του αστικού πεδίου. Όχι απλά τη δημοσιότητα των σκέψεών μας. Μέσα από τη συνειδητοποίηση της σημασίας παρόμοιων πρακτικών

Τί σχέση μπορεί να έχει το Μάρκετινγκ με την κοινωνιολογία ;



Θολά μάτια. Η ώρα περασμένη.

Εδώ και καιρό αναζητούν μια άλλη ύπαρξη. Οτιδήποτε δεν θυμίζει το καθημερινό μουνιμπρό. Όλα εκείνα που τοποθετούν το συναίσθημα και την ανάγκη στο τελευταίο σκαλί. Δεν είναι μα εδώ ο τόπος που το μυαλό και το όνειρο είχαν ορίσει.

Ούτε μια στιγμαία ονειροπόληση δεν μένει χωρίς κόστος. Τα πάντα οριοθετήθηκαν και έγιναν συνθήκη ακατανόητη μα τόσο φανερή που η αμφισβήτησή της δημιουργεί στους περισσότερους αμυχανία.

Ο χρόνος απέμεινε κυρίαρχος. Και το μόνο που σώθηκε για μας είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη οργάνωσή του.

Ανοχή και πέρα από αυτή συμβατικότητα.

Με ένα χρώμα χαρούμενο τυλίγονται οι θλίψεις.

Με πλαστικοποιημένες εικόνες δεχτήκαμε να προβάλλεται η ζωή.

Νεκρόφιλοι ήχοι αντηχούν στην πόλη. Μα τα αυτιά πολλών τους δέχτηκαν σαν γλυκό τραγουδί.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΩΝΤΑΣ ΜΥΘΟΥΣ ΠΕΡΙ ΕΓΚΛΗΜΑΤΙΩΝ

εφ. το βήμα 19-10-97

Ξένοι είναι μόνο το 3% των δραστών, οι περισσότεροι όμως είναι παραβάτες της νομοθεσίας για τους μετανάστες!

Όπως καταδεικνύουν οι επίσημες στατιστικές, οι αλλοδαποί μετέχουν στην «πίτα» της εγκληματογένεσης σε ποσοστό, παρά τα περί αντιθέτου θρυλούμενα, 3% και ουσιαστικά, όπως επεξηγεί σε εμπειριστική μελέτη του ο κ. Βασ. Καρύδης από το Δημοκρίτειο της Θράκης, η συμμετοχή τους είναι μικρότερη καθώς συλλαμβάνονται και ενοχοποιούνται για πράξεις που πηγάζουν από την κατάσταση τους (λαθρομετανάστες) και σχετίζονται με παραβάσεις της νομοθεσίας για τους αλλοδαπούς, όπως παράνομη ε-

γασία, διαμονή, παραμονή, είσοδος στη χώρα.

**Ουσιαστικά
η συμμετοχή
τους
στο έγκλημα
είναι 1%!**



πράγματα επειδή έτσι νομίζουμε. Τα δεδομένα της στατιστικής για την ορσή (αυτή που φαίνεται) εγκληματικότητα της τελευταίας δεκαετίας δείχνουν καθαρά ότι στη χώρα μας παρατηρείται μια αυξομειώση που δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να θεωρηθεί ότι βιώνουμε την έκρηξη του εγκλήματος. Υπάρχει μια ανοδική τάση που εμφανίζεται σταθερά πρώτου ακόμη τα κύματα των μεταναστών φθάσουν στη χώρα μας.

Το ζήτημα δεν είναι η εγκυρότητα του παραπάνω αποσπάσματος. Ένα άρθρο με τη γλώσσα των δημοσιογράφων και των media. Αυτών που εδώ και χρόνια καλλιεργούν το κλίμα περί εγκληματικότητας των μεταναστών, με μια συνένοχη κοινωνία πλάι τους, ενώ ταυτόχρονα υποκρίνονται προβάλλοντας παρόμοιες μελέτες.

Ο φαινομενικός ανθρωπισμός τους δεν μας πείθει.



ΟΤΑΝ ΤΟ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑ ΕΙΝΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΕΡΟ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΜΥΣ... ΤΟΤΕ ΕΙΜΑΣΤΕ ΔΕΣΜΙΟΙ ΤΟΥ

διασταυρώσεις

Η συλλογή πληροφοριών δεν αποτελεί ένα νέο φρούτο της εποχής μας. Αυτό που παίρνουμε υπ' όψιν μας είναι η εκσυγχρονισμένη εκδοχή του φακέλωματος. Και όταν λέμε φακέλωμα δεν εννοούμε αυτό που όλοι μας λίγο πολύ γνωρίζουμε και αφορά άτομα με διαφορετικές πολιτικές πεποιθήσεις, τα οποία με τον ένα ή τον άλλο τρόπο θεωρούνταν επικίνδυνα για την "εθνική ασφάλεια" ό,τι και αν σημαίνει αυτό.

Εννοούμε την καθημερινή συλλογή πληροφοριών, που συμβαίνει γύρω μας όταν συλλέγονται διάφορα στοιχεία που αφορούν ακόμα και την προσωπική ζωή του καταναλωτή, είτε υπό μορφή γκάλοπ είτε με το πρόσχημα έρευνα αγοράς, τα οποία στη συνέχεια χρησιμοποιούνται από διάφορες πολυεθνικές και μη, μεγάλες και μικρές εταιρείες ή βιομηχανίες, για την κατάλληλη διαμόρφωση των διαφημιστικών σποτ, που πρόκειται να ετοιμάσουν για την προβολή κάποιου προϊόντος τους ή ακόμα και για το ίδιο το προϊόν, ώστε να καλύπτουν στο μέγιστο τις "απαιτήσεις" του καταναλωτικού κοινού.

Σ' αυτό το σημείο, θα ήταν καλό να προβάλουμε ένα παράδειγμα που αφορά μια βιομηχανία μπίρας η οποία ήθελε να διαφημίσει το προϊόν της. Το πρώτο βήμα ήταν μια γενική έρευνα πάνω στα άτομα τα οποία καταναλώνουν μπίρα. Τα στοιχεία που συλλέχθηκαν, διασταυρώθηκαν και διαμορφώθηκε ένα πρότυπο καταναλωτή μπίρας: ένας οικογενειάρχης, μέσης ηλικίας, οπαδός του ποδοσφαίρου και λάτρης της τηλεόρασης. Από εδώ και πέρα δεν χρειάζεται και πολλή σκέψη για να καταλάβει κανείς ποιο ήταν το θέμα της διαφήμισης: ένας τύπος σαραντάρη οικογενειάχη, καθισμένος σε μια πολυθρόνα, κρατώντας στο ένα χέρι (τι άλλο;) μια μπίρα (το διαφημιζόμενο προϊόν) και στο άλλο το τηλεκοντρόλ της τηλεόρασης, δείχνοντας πλήρως ευτυχισμένος.

Εκ πρώτης όψεως, μπορεί να φαίνεται απόλυτα φυσιολογικό όπως και ακίνδυνο από μερικούς (όσο μπορούμε να χρησιμοποιή-

ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΤΕΙΤΕ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ



ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΧΕΡΙΑ
ΛΙΓΟΤΕΡΟΙ ΕΡΓΑΤΕΣ

Βιοτεχνολογία για επιχειρήσεις

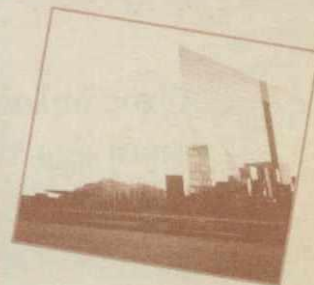
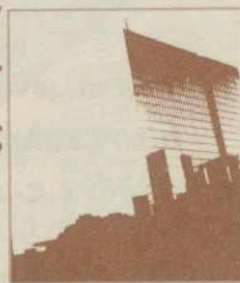
σουμε τέτοιου είδους λέξεις), οι εφαρμογές όμως είναι άπειρες και ποικίλουν ανάλογα με την περίπτωση και σε προσωπικό και σε γενικό επίπεδο. Για οποιοδήποτε λόγο, κάποια εταιρεία και όχι μόνο θα μπορεί με το πάτημα ενός κουμπιού, να βρίσκει διάφορα στοιχεία που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα από την προσωπική ζωή του καθένα μας, τα οποία θα χρησιμοποιούνται ανάλογα...

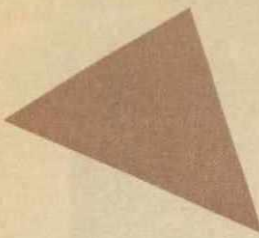
Δυτικά...

Γυαλί, σίδηρο και τσιμέντο. Τεράστια κτίρια, αλληλοκαθρεφτίζονται επιβλητικά. Ικανά να σε καθρεφτίζουν για να καταλαβαίνεις ότι είσαι ασήμαντος. Αποστειρωμένο σύγχρονο ντεκόρ, μας διαμορφώνει, επιδρά στην ψυχολογία μας. Εδώ κατοικούν άνθρωποι, άλλοι δουλεύουν. Η αίσθηση μιας πόλης φανταστικής, ξένης προς εσένα.

Ψυχρά αντικείμενα μιας προγραμματισμένης ζωής.

Κι εσύ να κινείσαι σε μια τροχιά ασημαντότητας.





ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗ

Ότι το εμπόρευμα έχει τον πρώτο λόγο στις ζωές μας, δεν έχει να κάνει μόνο με κάποια ανικανοποίητη επιθυμία, αλλά με την προώθηση ενός συγκεκριμένου τρόπου ζωής, βασισμένο στα πρότυπα μιας ιδανικής κοινωνίας μοντέλου.

Επιτυχημένος παρουσιάζεται αυτός που η καθημερινότητά του είναι άμεσα συνδεδεμένη με την κατανάλωση, η οποία πλέον ικανοποιεί όλες του τις "ανάγκες". . .

ΚΑΙ

Είναι αυτό που φερνει σε περας με επιτυχια το θ ε μ α
δ ι α σ κ ε δ α σ η - ε π ι κ ο ι ν ω ν ι α

Αυτός δηλαδή που αναλώνει όλη του τη ζωή στην προσπάθεια για απόκτηση όσο το δυνατόν καλύτερων και περισσότερων εμπορευμάτων, που αποτελούν πλέον τη βασικότερή του ανάγκη.

ΕΜΠΟΡΕΥΜΑ

