

ΜΕ
ΑΓΡΙΕΣ
ΔΙΑΘΕΣΕΙΣ
ΣΤΟΥΣ
ΔΡΟΜΟΥΣ
ΤΗΣ
ΠΟΛΗΣ



το τέρας

χωρίς να
απειλείται

ΥΠΟΚΛΙΘΕΙΤΕ
ΣΤΟ
Μεγάλο Φετίχ



Ο αστικός τομέας δ είναι ένα έντυπο του δαρίου από τις δυτικές συνοικίες της πόλης. Επίσης, μπορείτε να το βρείτε στο Αυτομαγειρεύσιμο Στέκι Προφίταρόνι (χαρτών και χέντεν 166), στη Villa Amalias (σκαμών της Αγνήτης στην κατάληψη της Αγοράς) και Επέλεση Καθήκοντος (ΕΜΠ σάββατο μεσημέρι).



γασιακού εκβιασμού και καταναγκασμού, ένα δωρο αηδίας με αντάλλαγμα ένα βράδυ. Αντε και δεύτερο για όσους έχουν φράγκα.

Από πού είσαι; Κέντρο, βόρεια προάστεια, δυτικά προάστεια;

Κάτι παραπάνω από τοπική διασκέδασούπολη. Βρίσκεσαι σε μια εξειδικευμένη αστική περιοχή, με πολύ LIFESTYLE, μια μεγάλη αγορά τρόπου ζωής ή βλακειάς, ένα πρότυπο οργάνωσης και διαχείρισης για τη βιομηχανία διασκέδασης.

Η αιχμή του δόρατος στην ανάπτυξη και αναβάθμιση της περιοχής. Πρόκειται για χοντρό παιχνίδι. Drugs, μπράβοι, προστασία. Μαγαζάτορες ξεπλένουν χρήμα.

Καρκίνωμα εντός εργατικού προαστίου. Δίπλα στη μεγάλη βιομηχανική ζώνη του Περιστερίου, δίπλα στα τοξικά. Πιο

πέρα οι μετανάστες παράγουν τον πλούτο των ντόπιων αφεντικών.

Ποιός είσαι δεν έχει σημασία. Καθαρίζεις υπονόμους πέντε μέρες τη βδομάδα, υπάλληλος, αφεντικό, μπάτσος, εργάτης, μαθητής-τρια με λεφτά από τους γονείς; Δε φαίνεται. Υπερταξική κατανάλωση, μαζική και κοινή για όλες τις κοινωνικές τάξεις.

Συναίνεση και αυταπάτες, ειδικά για τους μικροαστούς που πουλάνε τον εαυτό τους, υποταγμένοι στην καθημερινή αλλοτρίωση κι αγοράζουν την ηλιθιότητά τους (στυλ και συμπεριφορές) στα club και στα bar.

Πατριωτικά σκουλήκια-έλληνες διασκεδάζετε στο ρυθμό της περηφάνειας και καλοπέρασης.

Στα club της αποχαύνωσης δε διασκεδάσουμε. Πλήττουμε !!!

Η εβδομαδιαία δόση έχει γίνει βαρετή και μονότονη. Για να καταναλώσουν το άλλοθι της ιερής ημέρας.

Παρόλα αυτά πληρώνουν όσο κι όσο... Θυσιάζουν μια ολόκληρη εβδομάδα ερ-

ΓΥΑΛΙΑ ΚΑΡΦΙΑ ΚΑΙ... ΚΑΡΦΩΤΕΣ ΜΑΤΙΕΣ


Σε μια πόλη όπου το κυρίαρχο συναίσθημα είναι η ανασφάλεια, κάθε υποκατάστατο αυτοπεποίθησης έχει ζήτηση. Σαν άμεσο αποτέλεσμα ο ρόλος του εξυψώνεται από περιττό εμπόρευμα σ' ένα πολυπόθητο και απολύτως απαραίτητο αντικείμενο, που στα μάτια του καταναλωτή φαντάζει ζωντανό, ένα φετίχ. Στη συγκεκριμένη περίπτωση ο ρόλος τον γυαλιών ηλίου έχει παραποιηθεί από αυτόν που είχε αρχικά, δηλαδή του μέσου προστασίας από την υπεριώδη ακτινοβολία. Τώρα χρησιμεύουν στο να προστατεύουν πάλι αλλά, όχι απ' τον ήλιο, αλλά απ' τα βλέμματα όποιων έχουν μάθει να κοιτούν τους ανθρώπους στα μάτια. Σ' έναν κόσμο όπου κανείς δεν είναι ευχαριστημένος μ' αυτό που είναι, προβάλλει καθημερινά ένα άλλο πρόσωπο το οποίο απέχει πολύ απ' το πραγματικό του και πλησιάζει όσο μπορεί το "τέλειο" πρότυπο της εμπορευματικής βιομηχανίας, το μόνο πράγμα πάνω του που δεν μπορεί να πει ψέμματα είναι τα μάτια. Μπορεί βέβαια να μην είναι καθρέπτης της ψυχής, όπως πολλοί λένε, αλλά καθρεφτίζουν συναισθήματα. Ο φόβος, η οργή, η θλίψη, το μίσος. Όχι δεν επιτρέπεται να ξέρει ο κόσμος τι σκέφτομαι και τι νιώθω, γι' αυτό ας φορέσω το προσωπικό μου φιμέ τζάμι προτού μπλεχτώ με το πλήθος που τόσο επίμονα νιώθω να με κοιτάζει.

ανάλογα με τα γούστα και τις δυνατότητες του καθένα, υπάρχει και η ανάλογη ποικιλία σε μουσική, ντύσιμο, τιμή...

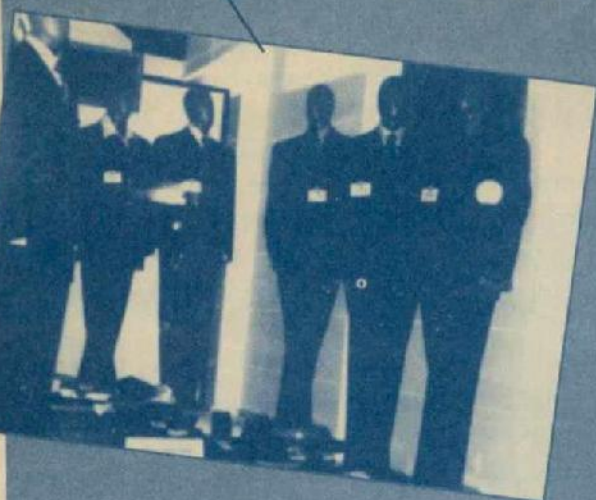
το ερώτημα όμως παραμένει πάντα το ίδιο

ΠΟΥ ΘΑ ΠΛΗΞΕΙΣ ΣΗΜΕΡΑ





Το πρόσωπο



πρόσωπο
της
κατανάλωσης

χρόνος

Από τη μια ο πολύτιμος για όλους ελεύθερος χρόνος. Ο χρόνος των άλλων και της κατανάλωσης. Ο παράδεισος του 24ωρου, το υπόλοιπο διάστημα της μέρας πλν της δουλειάς. Η πολυτιμότητά του ερμηνεύεται-μετριέται με την αξία της κατανάλωσής του.

Από την άλλη, ο γενικός χρόνος της κοινωνίας αποτελεί σύνθεση επιμέρους χρονικών διαστημάτων, τα οποία είναι βασικές καθημερινές δραστηριότητες. Εργασία, ξεκούραση, διαμονή, διασκέδαση συνθέτουν την επαναλαμβανόμενη μέρα, τη συνήθεια, γενικά τον τρόπο ζωής.

Τα επιμέρους τμήματα του συνολικού χρόνου-κατανάλωση μεσολαβούνται από κάτι. Τους χρόνους αναμονής. Είναι π.χ. η αγωνία πριν την πραγματοποίηση κάθε απόλαυσης που περιέχει ο "ελεύθερος" χρόνος. Κι όχι μόνο. Στη δουλειά καταναλώνεται ως εργάτης-εμπόρευμα αλλά ταυτόχρονα καταναλώνεις τη συνήθεια, την επανάληψη σπίτι-δουλειά με όλα όσα μεσολαβούν (μέσα μεταφοράς). Ελεύθερος χρόνος κι εργασία ενοποιούνται ως κατανάλωση μιας ολόκληρης ημέρας που σε αναλώνει σιγά-σιγά.

Αυτά τα (επιμέρους) τμήματα συνδέονται πολύ απλά κι επιφανειακά με γέφυρες μετάβασης από την μια δραστηριότητα στην άλλη. Η αναμονή κάτι προκαθορισμένον, η ελευθερία επιλογής αυτών που προσφέρει η προγραμματι-

ΟΙ ΜΟΔΕΣ ΕΙΝΑΙ
ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ
ΣΚΟΥΠΙΔΙΩΝ
ΤΟΥ
ΠΑΡΕΛΘΟΝΤΟΣ

Αποσύνθεση σε φόνο σκοτεινό. Με τροποποιημένο το μεταλλαγμένο πρόσωπό της η εξουσία δημιουργεί φαντασιωμένες ασυμμετρίες και χαράδρες αυτοματοποιημένης θλίψης. Αναπαράγει την εξ-άρχής βουλημικά νεκρόφιλη επιδίωξη της κατ'αποκοινίας απομεινάρια δημιουργικότητας και ευρηματικότητας.

Αναπλάθει το δοσμένο φαινομενικά ανθρωπισμό της και αναδεικνύει τη θλίψη από την οποία πηγάζει. Παριστάνει ανθρωπομορφα κατασκευάσματα ρομποτικής. Προοπτικής ως ανθρώπους και ορίζει τη λειτουργία της ζωής με βάση αυτά.

Απομονώνει την οργανωμένη και υπόγεια οργή μετασχηματίζοντάς τη σε περιβόριο με σαφή όρια και ασαφή εικόνα. Το μόνο που (ίσως) ξεχνά είναι η αποδιοργάνωση των ψυχικών και συναισθηματικών λειτουργιών όλων εκείνων που ως απομεινάρια του απροσδιόριστου και οριοθετημένου περιβάριου όπως τους αποκαλούν διασχίζοντας την άρνηση προχωρούν στην εκτέλεση του ούτως ή άλλως αυτεπάγγελτου και ιδιόμορφου πολιτισμικού έργου.

αναμονής

σμένη καθημερινότητα. Απλώς έχεις να διαλέξεις.

Όντας η αναμονή μέρος της καθημερινής ζωής, δε θα μπορούσε να ξεφύγει από την γενικευμένη οργάνωση και διαχείριση του χρόνου.

Ο χρόνος αναμονής είναι προθάλαμος της κατανάλωσης. Ο τομέας των προτάσεων και διαφημίσεων, οι οδηγίες χρήσης του ελεύθερου χρόνου.

Χρόνος-διαφήμιση, προετοιμασία για την ένταξη στην κατεστημένη χρήση του χρόνου. Το ενδιαμέσο όλων των καταναλώσεων όπου κυριαρχείται από τα media. Ο βομβαρδισμός των εικόνων-διαφημίσεων επιβάλλει τη χρήση όλης της μέρας.

Μέσα από τη διαφήμιση ο συνολικός χρόνος-εμπόρευμα αυτοπροβάλλεται. Ο χρόνος αναμονής αποτελεί την οθόνη, τον καθρέφτη του γενικού χρόνου της καταναλωτικής κοινωνίας.

Η διαχωρισμένη σκέψη, η διαχωρισμένη αντίληψη δεν μπορεί παρά να ερμηνεύει τους χρόνους αναμονής ως "νεκρούς" χρόνους. Ο διαχωρισμός που λειτουργεί πάντα για το θέαμα ως η ψευδαίσθηση, αυτό που δεν κατανοεί και του οποίου δεν έχει συνείδηση το άτομο. Με λίγα λόγια προβάλλεται σαν διαχωρισμένος χρόνος από την κατανάλωση, αφού για τους πολίτες θεωρείται ο χαμένος χρόνος της ημέρας. Όπως ο χρόνος μετα-

κίνησης, ο χρόνος στην ουρά. Γι' αυτό και η αύξηση της ταχύτητας των μέσων συγκοινωνίας και η συντόμηση των αποστάσεων είναι πάντα επιθυμητή και μεταφράζεται στο να πας γρηγορότερα σπίτι για να δεις τηλεόραση.

Κάθε άλλο μάλιστα. Δεν υπάρχουν νεκροί χρόνοι για το εμπορευματικό σύστημα. Το να θεωρεί οποιοσδήποτε, όπως συνήθως συμβαίνει, νεκρό χρόνο το χρόνο π.χ. που περιμένει στη στάση το λεωφορείο είναι ακριβώς η ασυνείδητη αποδοχή της αιχμαλωσίας του από το σύγχρονο τρόπο ζωής (αλλοτρίωση).

Ο καθόλα εκμεταλλεύσιμος χρόνος αναμονής σε κρατάει "ζωντανό" σύμφωνα με την ορολογία της καταναλωτικής συμπεριφοράς, λειτουργικό για το πολύ κοινικό και άμεσο καταναλωσιμο μέλλον. Κάνει τα πάντα για να μη βαρεθείς.

Ο συνδετικός κρίκος, το ενδιαμέσο στάδιο όλων των κοινωνικών δραστηριοτήτων απαιτείται για τη διατήρηση της ομαλότητας και της συνέχειας όλου του 24ωρου. Η επέκταση της οργάνωσης του χρόνου, η κυριαρχία και παρουσία του θεαματικού χρόνου και στους πιο ασήμαντους φαινομενικά τομείς του είναι απαραίτητη για τη δημιουργία μιας ενοποιημένης καθημερινότητας, που συνδέει όλα τα χαρακτηριστικά της.

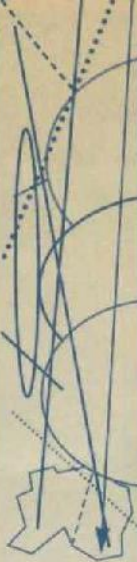
Ο χρόνος αναμονής είναι καταναλωσιμος αλλά ταυτόχρονα και καταναλωποιη-

τικός. Αναπαράγει την αγωνία και εξάρτηση από τα εμπορεύματα. Περιέχει και φανερώνει τις ανασφάλειες της καταναλωτικής μανίας. Σκοπεύει στη διατήρηση του κύκλου ζήτησης, δηλ. των εξαρτημένων επιθυμιών για τις προσφορές του θεάματος.

Δεσμευτικός γιατί αναγκάζεσαι να τον υποστείς, με σκοπό την εκπλήρωση της κατανάλωσης υπηρεσιών κι αντικειμένων.

Μιας και η κοινωνικότητά του δε διαφέρει από αυτή των υπόλοιπων καθημερινών δραστηριοτήτων, τη θεωρούμε το ίδιο αλλοτριωτική και εχθρική με την κοινωνία που την παράγει. Σαν αντιπαραγωγικά όντα δεν παρασυρόμαστε από την λογική της βιασύνης που θέλει να μας επιβάλλει η κοινωνική αξία της παραγωγικότητας.

Θέλουμε να απειλήσουμε την πραγματική λειτουργία του χρόνου αναμονής ως μέρος της αλυσίδας παραγωγής καθημερινότητας. Πρέπει να βρούμε τρόπους για το σαμποτάζ των μέσων και των τεχνικών που χρησιμοποιεί. Ιδιαίτερα στο δρόμο. Να προκαλούμε φθορές στις διαφημίσεις. Να γράφουμε, να γεμίζουμε συνθήματα τα μέσα μεταφοράς, τους σταθμούς, τις στάσεις.



...Το θέαμα συνενώνει το διαχωρισμένο,
αλλά το συνενώνει σαν διαχωρισμένο...

από το φιλμ "η κοινωνία του θεάματος" 1973

**ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΔΙΕΞΟΔΟΣ
ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΙΚΕΣ
ΑΠΡΟΗΣΕΙΣ
ΔΙΑΒΡΩΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ
ΜΙΑΣ
ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗΣ
ΑΝΤΙ - ΒΙΩΣΗΣ
ΣΕ ΑΝΥΠΟΠΤΟΥΣ ΧΡΟΝΟΥΣ
ΑΝΑΔΥΘΗΚΕ Η ΟΡΓΗ
ΚΑΙ ΤΟ ΧΑΜΟΓΕΛΟ
ΕΓΙΝΕ ΜΙΑ
ΔΑΙΜΟΝΙΣΜΕΝΗ
ΕΚΦΡΑΣΗ
ΜΕ ΑΠΟΝΤΗ
ΕΛΠΙΔΑ**



**ΤΟ ΣΗΜΕΙΟ
ΡΩΣΗΣ
ΑΝΑΔΥΕΤΑΙ
ΑΠΟ ΤΗΝ
ΑΚΑΤΑΝΙΚΗΤΗ
ΑΝΑΓΚΗ
ΜΙΑΣ ΕΣΤΩ ΑΔΕΞΙΑΣ
ΧΕΙΡΟΝΟΜΙΑΣ ΟΡΓΗΣ
ΜΙΑΣ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΩΝ
ΠΡΟΘΕΣΩΝ
ΕΣΤΩ ΚΑΛΥΜΜΕΝΩΝ
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΑΝΤΙΘΕΣΕΩΝ**



CLUB

ΚΙΝΗΤΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ NOTWELLCOME

μετά από το ξεκίνημα μιας νέας εποχής (στον ελληνικό χώρο) όπου ένα από τα βασικότερα που τη σημάδεψαν ήταν η εμφάνιση της ιδιωτικής τηλεόρασης σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα.

Ρίχνοντας μια μικρή ματιά πίσω στο 1990, ο καθένας μπορεί να διακρίνει την τεράστια ανάπτυξη αυτού του τομέα, όπου ενώ στην αρχή με τον όρο "ιδιωτική τηλεόραση" η πρώτη εικόνα που ερχόταν στο μυαλό του καθένα, ήταν ένα μέσο μαζικής διακίνησης πληροφοριών (προπαγάνδας, κοινωνικού ελέγχου), φτάνουμε λίγα χρόνια αργότερα, με την τηλεόραση να παρουσιάζεται πλέον και με ένα έντονο κοινωνικό χαρακτήρα. Σ' αυτό το σημείο για την καλύτερη κατανόηση των μέσων και της λειτουργίας τους θα κάνουμε ένα διαχωρισμό.

Ζητήματα τα οποία αφορούν άμεσα τον τηλεθεατή

Η ιδιωτική τηλεόραση παρουσιάζεται έτοιμη να βοηθήσει τον οποιοδήποτε ή την οποιαδήποτε, στην επίλυση διαφόρων "προσωπικών προβλημάτων", δίνοντάς του/της τη δυνατότητα να λάβει μέρος σε μια από αυτές τις κοινωνικού



χαρακτήρα εκπομπές όπου διάφοροι ψυχολογοί και "ειδικοί" θα βοηθήσουν να βρεθεί κάποια λύση στο "πρόβλημα" το οποίο υπάρχει. Έχουμε δηλαδή την μεσολάβηση των μέσων (ιδιωτική τηλεόραση) για την επίλυση καθημερινών "προβλημάτων", τα οποία στις περισσότερες περιπτώσεις έχουν να κάνουν καθαρά με σχέσεις μεταξύ ατόμων. Ουσιαστικά η τηλεόραση έχει αντικαταστήσει τον ανθρώπινο παράγοντα.

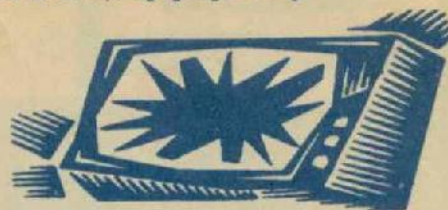
Θέματα γενικότερου ενδιαφέροντος και απήχησης!

Το δεύτερο στο οποίο δίνεται ιδιαίτερη προσοχή, είναι και αυτό που συντελεί καταλυτικά στην (ουσιαστική) εικόνα αυτού που ονομάζουμε "κοινωνική τηλεόραση" και που προσδίδει στο κοινό έμμεσα, την ταύτισή της με κάποιο υπαρκτό πρόσωπο. Τα μέσα που χρησιμοποιούνται ποικίλουν, όπως τα διάφορα καυστικά (πάντα) ρεπορτάζ, τα οποία κατηγορούν την αδιαφορία του κρατικού μηχανισμού, ή οι διάφορες "πρωτοβουλιακές" κινήσεις (όπως και στην πρώτη περίπτωση) που ασχολούνται με "προβληματικά" κομμάτια της κοινωνίας συγκεντρώνοντας ποσότητες ρούκων, τροφίμων ή και χρημάτων (ανάλογα την περίπτωση) για ανθρωπιστικούς (πάντα) λόγους.

Με αυτό τον τρόπο, έχουμε πλέον μία ουσιαστική αντικατάσταση του "κράτους πρόνοιας" από τα ανθρωπιστικά media (τηλεοπτικά και όχι μόνο) τα οποία ενδιαφέρονται για όλους, προβάλλοντας ταυτόχρονα και ένα υπαρκτό πρό-

σωπο (πιο άμεσα στον τηλεθεατή) το οποίο ταυτίζεται με αυτό τον μύθο.

Εκπομπές άπειρες οι οποίες ποικίλουν (και ειδικεύονται ανάλογα με τα "προβλήματα" τα οποία υπάρχουν), όπως επίσης πολλοί και αυτοί που παρουσιάζονται ως "αυτός" που είναι πάντα πρόθυμος να βοηθήσει στο να λυθεί ό,τι πρόβλημα έχεις.



Έχοντας όλα αυτά υπ' όψιν δεν είναι και τόσο τυχαίο ότι για το ευρύτερο κοινωνικό στρώμα: α. πλήρως απογοητευμένο από τον κρατικό μηχανισμό ή αλλιώς από το "κράτος πρόνοιας" για την επίλυση διαφόρων προβλημάτων και β. βομβαρδιζόμενο συνεχώς με το "ανθρώπινο πρόσωπο που ενδιαφέρεται για όλους και για όλα", η "κοινωνική τηλεόραση" τυγχάνει όλο και μεγαλύτερης προτίμησης.

Όπως επίσης καθόλου τυχαίο δεν είναι και το φαινόμενο του στυλ "Μπερλουσκόνι" στην ιταλία, ο οποίος από ιδιοκτήτης καναλιών, σταθμών και εφημερίδων, έγινε ο "νούμερο ένα" στην πολιτική ζωή της χώρας του.

να σπάσουμε τις συσκευές της αλλοτρίωσης

τα συναισθήματα και οι σκέψεις μας δεν είναι εμπόρευμα για κατανάλωση

αναδιάρθρωση στιγμές επέκτασης της αλλοτρίωσης

Ενταγμένοι στην ψευδοσυλλογικότητα της επιχείρησης

Μια μονότονη ζωή. Απομονωμένοι από τον έξω κόσμο. Δουλειά-σπίτι-δουλειά-σπίτι. Ταξινομημένοι με αυστηρότητα. "Το σώριασμα ατόμων και οικογενειών που ζουν ο καθένας



για τον εαυτό του και συνυπάρχουν μέσα στην ανωνυμία."

Μια σύγχρονη πόλη 12000 κατοίκων κάπου στα Πυρηναία, ΝΔ γαλλία. Οι εργαζόμενοι δουλεύουν στη βιομηχανία φυσικού αερίου.

Τα υψηλόβαθμα διοικητικά στελέχη καταλαμβάνουν τις μονοκατοικίες, τα ενδιάμεσα στελέχη τις ημιανεξάρτητες κατοικίες. Τα χαμηλότερα "στελέχη" τα μεγάλα μπλοκ διαμερισμάτων. οι απλοί εργάτες διαμένουν στις κατακόρυφες πολυκατοικίες και οι παντρεμένοι στις οριζόντιες.

**Η συναίνεση προϋποθέτει την ασημαντότητα.
Σε αντίθεση ο πόλεμος που κηρύσσουμε
είναι ο θάνατος και των δυο.**



Στην εποχή της ασημαντότητας τα πάντα ορίζονται και θεωρούνται σημαντικά ή ασήμαντα όπως συμφέρει τον καθένα.

Για το μικροαστό οι συμβάσεις-συνθηκολογήσεις εκφράζουν τη διπλωματία του, το μέσο προς την εξασφάλιση.

Στην έρημο της συναίνεσης η ασημαντότητα καλύπτει τους εχθρούς. Αντικειμενικούς και υποκειμενικούς. Χτίζει τον αντεστραμμένο κόσμο όπου αφεντικά και υποτελείς συμβιώνουν στην "ειρήνη" που ορίζουν οι πρώτοι.

Ανάμεσα στους υποτελείς υπάρχουν αυτοί με το ρόλο του επιστάτη-ρουφιάνου-συνεργάτη του αφεντικού. Υπάρχουν κι αυτοί που εθελουφλούν έχοντας σαν φιλο-

σοφία την κοινωνία του δεδομένου. Αποδεχτήκανε το ρόλο του θεατή σε μια κοινωνία που διαμορφώνεται όχι χωρίς αυτούς αλλά με τη συνενοχή τους.

Τον κίνδυνο της κοινωνικής διαμάχης, την πρόθεση για καταστροφή όλων των παραδόσεων, συναινέσεων κι εθνικών αξιών τον φοβούνται οι πραγματικοί εχθροί μας.

Ορίζουμε τη θέση μας, αναγνωρίζουμε όσο πιο δυνατά μπορούμε ποιοι είμαστε και με ποιους είμαστε.

Συνειδητά εχθροί των διευθυντών μας και των υπηκόων τους, παύουμε να είμαστε εκτελεστές των σχεδίων τους. Την ύπαρξή μας πρέπει να την ορίσουμε εμείς.

**it's
up to
us**



ΣΤΟΥΣ ΔΡΟΜΟΥΣ ΑΥΤΗΣ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ Η ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΔΕΝ ΕΘΕΛΟΥΦΛΕΙ

πονάει

Σημαιοφόροι-εθελοντές-
στρατόκαυλοι-βαλκανιοφάγοι
ελληνόψυχοι



**μην κοιτάτε πίσω σας,
από μπροστά θα σας έρθει**

