

Η μυθική χώρα των φωτογραφιών Marlboro και η χλιαρή άγρια δύση

Αν υπάρχει κάτι το οποίο μπορεί να συμφωνηθεί ευρέως με κάποια βεβαιότητα, αυτό είναι πως στη χαραυγή της τρίτης μ.Χ. χιλιετίας ελάχιστη πίστη μπορεί να έχει απομείνει στην άκρη του μυαλού μας για το ότι ο παράδεισος, σαν μία έννοια μεταφυσικού τόπου εμφυτευμένη από τα παιδικά χρόνια στον νου και στα όνειρά μας, βρίσκεται κάπου πάνω στον πλανήτη. Ο πλανήτης φαντάζει σαν ένα μαυρισμένο γέρικο καζάνι που κοχλάζει, με προβλήματα οξυμένα, πολυάριθμα και περίπλοκα σ' όλα τα μήκη και τα πλάτη του, γεγονός που καθιστά τη γενική του εικόνα κάτι πολύ λιγότερο από ιδανική. Κι όμως, η φωτογραφική διαφημιστική εκστρατεία της πιο δημοφιλούς μάρκας τσιγάρων στον κόσμο επιμένει να μας καλεί στη χώρα του Marlboro, μια χώρα όπου η έννοια του επίγειου παραδείσου φαίνεται να βρίσκεται ακόμη σε πλήρη ακμή.

Είναι αλήθεια βέβαια πως τα Marlboro δεν είναι η μόνη φίρμα τσιγάρων που εκδηλώνει τέτοια εμμονή με τη φυσιολατρία. Της συμπαρίσταται η Camel και ορισμένες ακόμη ανταγωνιστικές εταιρείες, προσδίδοντας στο θέμα μεγαλύτερο ακόμη ενδιαφέρον και στον παράδεισο του μυαλού μας λίγες περισσότερες ελπίδες. Ένα ερώτημα που ανακύπτει αβίαστα όμως είναι το εξής: πώς μία εταιρεία σαν τη Phillip Morris, ενώ θα μπορούσε να οι-

* Δημοσιεύτηκε στο περιοδικό *Φωτογράφος* (τεύχος 57, Μάρτιος-Απρίλιος 1997). Εκδόθηκε, σε μορφή πολύ πιο εκτεταμένου δοκιμίου με τον τίτλο *Η χώρα του Marlboro και η χλιαρή άγρια Δύση*, από τις εκδόσεις Άγρα (2009).

κοδομήσει πολύ άνετα ένα νεανικό και σύγχρονο προφίλ με διαφημιστικές εικόνες που να απεικονίζουν ένα επίκαιρο lifestyle ή κάποια εκδοχή οικουμενικότητας (όπως κάνει με επιτυχία εδώ και χρόνια η Coca-Cola), ακολουθεί με επιμονή και σταθερότητα την ίδια διαφημιστική γραμμή μιας συγκριτικά μάλλον συντηρητικής εκστρατείας, και μάλιστα σε μια εποχή οξύτατου ανταγωνισμού όπου, εκτός των άλλων, οι καπνοβιομηχανίες υφίστανται διαφημιστικά πραγματικό διωγμό;

Για να προσεγγίσουμε ίσως ικανοποιητικά την απάντηση σ' ένα τέτοιο ερώτημα θα πρέπει να κάνουμε μια αναδρομή αρκετά χρόνια πίσω, επιστρέφοντας στη σκοτισμένη Αμερική των καρβανιών του 19ου αιώνα. Τη δεκαετία 1865-75 που ακολούθησε τον Αμερικανικό Εμφύλιο μια σειρά εξερευνητικών αποστολών, που οργανώθηκαν από γεωλογικές ομάδες επισκόπησης, νεοσύστατες εταιρείες σιδηροδρόμων, επιχειρήσεις εκμετάλλευσης γης, εταιρείες ορυχείων, διέσχισαν ακολουθώντας διαφορετικές διαδρομές την αχανή ήπειρο, αναζητώντας πιθανούς τόπους αποίκησης, πλουτοπαραγωγικές πηγές, καλλιεργήσιμη γη και οποιασδήποτε φύσης ερείσματα θα αιτιολογούσαν και θα παραινούνταν μετακινήσεις πληθυσμών ευρύτερης κλίμακας από την αρκετά συνωστισμένη πλέον ανατολική ακτή της Αμερικής προς ανεύρεση μιας καλύτερης τύχης. Οι αποστολές επανδρώθηκαν με χαρτογράφους, γεωλόγους, επιστήμονες διαφόρων ειδικοτήτων, καθώς και φωτογράφους. Σύσσωμη η ομάδα επιστημόνων και καλλιτεχνών που συνόδευε την κάθε αποστολή επρόκειτο να συνεισφέρει στη δημιουργία της ακριβούς εικόνας των ενδότερων και απώτερων περιοχών της ηπείρου. Τα φωτογραφικά ντοκουμέντα που προέκυψαν μαρτυρούσαν ένα τοπίο με γαλειώδες και άγριο, έρημο και αφιλόξενο. Τα απότομα φαράγγια, οι αυστηροί σχηματισμοί των βράχων, οι απέραντες εκτάσεις, ένα τοπίο συχνά τεράστιο σε κλίμακα μπροστά στο ανθρώπινο μέγεθος και την ίδια στιγμή πλούσιο σε ομορφιά, δημιουργούσαν έναν μοναδικό συνδυασμό επιβλητικότητας, πνευματικότητας και απόλυτης σιωπής. Ο υπερβατικός ιδεαλισμός

του 19ου αιώνα, που αναγνώριζε στους μεγαλοπρεπείς ορεινούς όγκους την απόδειξη της θεικής παρουσίας πάνω στη γη, έβρισκε την πλήρη δικαίωση του. Οι θεωρίες του Καταστροφισμού μπορούσαν να αποκτήσουν την οπτική τους τεκμηρίωση.

Οι καρποί φωτογράφων τοπίου της εποχής όπως οι Carleton Watkins, William Henry Jackson, Timothy O'Sullivan και Eadweard Muybridge, που εργάστηκαν σχεδόν ηρωικά, κάτω από εξαιρετικά αντίξοες συνθήκες, με την επεξεργασία του υγρού κολλοδίου, δοκιμάζοντας συχνά την αποτυχία, κατοχύρωσαν σταδιακά το αμερικανικό τοπίο σαν το ανυπέρβλητο φυσικό μνημείο ενός νεοϊδρυθέντος πολιτισμού, που ούτως ή άλλως δεν είχε ακόμη να επιδείξει ιδιαίτερα πράγματα σε μνημεία του ανθρώπινου πολιτισμού, τουλάχιστον όχι σε σύγκριση με τη Γηραιά ήπειρο. Την ίδια εποχή περίπου άρχισε η οικοδόμηση ενός μύθου, του μεγάλου αμερικανικού μύθου της Δύσης. Γιατί αυτό που οι φωτογράφοι κατέγραφαν δεν ήταν απλά ειδυλλιακές ή ανέγγιχτες τοποθεσίες αλλά η μετατόπιση ενός ορίου, του ορίου ανάμεσα στον πολιτισμό και στη θαυμαστή μεν αλλά αδάμαστη φύση. Η χειραγώγηση και η εκμετάλλευση της φύσης αυτής ήταν η μεγάλη πρόκληση του νέου Αμερικανού πολίτη, του φρέσκου μετανάστη, ο στίβος όπου σφυρηλατήθηκαν τα ιδανικά του Νέου Κόσμου για ελευθερία και οικονομική ανεξαρτησία. Οι πιονιέροι της Δύσης δεν διέσχισαν την ήπειρο για να συμβιώσουν απλά με τη φύση. Επιχείρησαν να την υποτάξουν στα κάθε λογής σχέδια και φιλόδοξα όνειρά τους, και η γρήγορη σχετικά κατάκτησή της σήμανε ουσιαστικά μια ιστορική νίκη του δυτικού πολιτισμού γενικότερα πάνω στη φύση. Λέξεις και έννοιες όπως σύνορο και εξερεύνηση συνδέθηκαν στενά με την εμπειρία της Άγριας Δύσης και η φύση μεταβλήθηκε σε τρόπαιο που έμελλε να εγκιβωτιστεί στις προθήκες του ανθρώπινου πολιτισμού. Οι φωτογράφοι των εξερευνητικών αποστολών βρέθηκαν ασυνείδητα να συμπράττουν στη δημιουργία ενός ισχυρού οξύμωρου: από τη μία κατέγραφαν την ομορφιά, την αγριάδα και τη μεγαλοπρέπεια της φύσης σε φωτογραφικές εικόνες, από την άλλη προσέφεραν τις

εικόνες αυτές σπονδή στον βωμό της προόδου, δόλωμα προς τους μελλοντικούς αποίκους που επρόκειτο να εκδιώξουν βίαια τη γαλήνη και να διαταράξουν αμετάκλητα την ισορροπία της ευρύτερης περιοχής.

Κάτω από αυτές τις συνθήκες δεν είναι περίεργο που η αμερικανική φωτογραφία δημιούργησε μια ιδιαίτερα ισχυρή παράδοση στη φωτογραφία τοπίου, αφού το τοπίο υπήρξε για μεγάλα χρονικά διαστήματα τόσο ο απέραντος φυσικός ναός ανάτασης και προσευχής του αποίκου όσο και ο πιο χειροπιαστός από τους προς κατάκτηση στόχους. Οι άποικοι οικειοποιήθηκαν, συχνά με βίαιους αγώνες, τη μαγευτική αυτή και μυστηριώδη γη και στήριξαν πάνω της όλες τους τις ελπίδες για ένα καλύτερο αύριο. Ταυτόχρονα, αυτή υπήρξε σε μεγάλο βαθμό ο κρίκος συνοχής που τους συνένωσε σε εθνική κοινότητα, η βάση της κοινής τους πλέον ιστορίας, ο σπόρος των μύθων και του πολιτισμού τους. Η αμερικανική γη μ' αυτή την έννοια άρχισε σταδιακά να κατακτά μια ιδιαίτερη θέση στον ιδεολογικό και πνευματικό ορίζοντα των κατοίκων της, περισσότερο ίσως απ' ότι σε άλλες χώρες όπου οι μακρόχρονες διεργασίες της ιστορίας και του πολιτισμού είχαν αμβλύνει ίσως σε κάποιο βαθμό τη σχέση των κατοίκων με τον τόπο τους.

Η άμεση συνέχεια της φωτογραφίας τοπίου των πρωτοπόρων του 19ου αιώνα υπήρξε το είδος φωτογραφίας που ενσάρκωσε περισσότερο από κάθε άλλον ο Ansel Adams. Ο Adams, πραγματικός μύθος και ο ίδιος εν πολλοίς, έφερε το δυτικό τοπίο στο σπίτι κάθε Αμερικανού μέσα από μια μικρή βιομηχανία εκδόσεων, ημερολογίων, αφισών και δημοσιεύσεων κάθε είδους φωτογραφιών τοπίου απαράμιλλης ποιότητας, τονικότητας και εξαιρετικής οξύτητας, στις οποίες κυριαρχούσαν συνήθως η μεγάλη κλίμακα του τοπίου και τα δραματικά σύννεφα. Οι γόνιμες φωτογραφικά δεκαετίες του Adams (1930-60), που περιλαμβάνουν ιστορικά τόσο τους σπουδαιότερους προκατόχους του Edward Weston και Alfred Stieglitz όσο και τους σημαντικούς διαδόχους του Minor White και Paul Caponigro, είναι η περίοδος εκείνη της

αμερικανικής ιστορίας που ο άνθρωπος έχει δαμάσει μεν τη φύση, χωρίς να έχει όμως ακόμη ασελήσει επάνω της σε μεγάλη κλίμακα. Είναι ένα κρίσιμο σημείο καμπής όπου το αμερικανικό τοπίο μοιάζει λιγότερο απόμακρο και εκφοβιστικό απ' ό τι τον 19ο αιώνα, αλλά και αρκετά λιγότερο αλλοτριωμένο και μεταποιημένο απ' ό τι στο δεύτερο μισό του 20ού. Υπάρχει ακόμη πολύς διαθέσιμος χώρος για στοχασμό και για μια πνευματική ζωή που εμπνέεται από τη φύση. Το 1963 όμως ο John Szarkowski, στην έκθεση που οργάνωσε στο Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης της Νέας Υόρκης με τίτλο *The Photographer and the American Landscape*, υπογραμμίζει πως το αμερικανικό άγριο τοπίο αποτελεί ήδη είδος υπό εξαφάνιση. Η άμετρη οικιστική ανάπτυξη, τα οδικά, σιδηροδρομικά, ηλεκτροδοτικά και κάθε λογής δίκτυα, η εκμετάλλευση της γης, η τουριστική ανάπτυξη (που εκμεταλλεύεται ακόμη και τους μεγάλους προστατευμένους εθνικούς δρυμούς) είχε ροκανίσει γοργά τόσο την ακεραιότητα της όψης όσο και τα σπλάχνα του περήφανου τοπίου της Δύσης.

Λίγα χρόνια αργότερα, η νεότερη γενιά Αμερικανών φωτογράφων τοπίου, που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων τους επιφανείς Robert Adams, Richard Misrach, Stephen Shore και πολλούς άλλους, έχει αλλάξει τελείως προσανατολισμό και ιδεολογική βάση: το τοπίο που βλέπουν και εγγράφουν στις εικόνες τους αυτοί οι φωτογράφοι είναι πολύ λιγότερο γλαφυρό και αρκετά περισσότερο κοινότοπο και απομυθωποιημένο. Είναι χρησιμοποιημένο άμετρα, παραμορφωμένο και εξαντλημένο, είναι τοποθεσία προαστιακών ή εξοχικών συγκροτημάτων κατοικιών, έχει μετατραπεί σε πεδίο στρατιωτικών βολών. Ακόμη και στις συχνά ποιητικές έγχρωμες φωτογραφίες του John Pfahl, στο βάθος ελλοχεύουν απειλητικά τα πυρηνικά εργοστάσια. Η γενιά αυτή φωτογράφων επισημαίνει το τέλος της αθωότητας και την πλήρη ανατροπή των ισορροπιών σε βάρος του τοπίου, των φυσικών και πνευματικών του πόρων. Με τα λόγια του Jeffrey Deitch: «Οι σημερινοί καλλιτέχνες, σε αντίθεση με τους προκατόχους τους των προηγούμενων γενεών, πλάθοντας την εικόνα της φύσης

έρχονται αντιμέτωποι με ένα περιβάλλον που ίσως δεν είναι πλέον δυνατόν να περιγραφεί ως φυσικό».¹

Από το διάστημα του Μεσοπολέμου όμως, και ενόσω η αμερικανική Δύση είχε ήδη εξημερωθεί αρκετά, αρχίζει να οικοδομείται ο εικονογραφικός πλέον μύθος της Άγριας Δύσης προς αντικατάσταση αυτής που έσβηνε γρήγορα και προς εκμετάλλευση του φαντάσμάτος της. Η εικόνα του τοπίου της Άγριας Δύσης, όπως τη γνώρισαν αρκετές γενιές του 20ού αιώνα μέσα από αλληπάλληλες εμπορικές κινηματογραφικές παραγωγές γουέστερν, μετατράπηκε σε ευδιάκριτο σήμα κατατεθέν που συνοψίζει τα βασικά χαρακτηριστικά του Νέου Κόσμου. Είναι πάνω σ' αυτόν τον μύθο που οικοδομεί το Marlboro τη δική του εκστρατεία, εκμεταλλευόμενο ένα θέμα η επιλογή και η μεταχείριση του οποίου μοιάζει να αντλεί πολλά στοιχεία τόσο από τα συτάρια της ιστορίας της φωτογραφίας όσο και από τη συνύφανσή της με την ευρύτερη πολιτισμική ιστορία της χώρας. Οι περισσότερες από τις εικόνες παραπέμπουν σε τοπία που κυμαίνονται από το μεγαλειώδες ως το απλά όμορφο, ανάλογα με την κλίμακα του τοπίου και τους συνδυασμούς των χρωμάτων. Ακολουθώντας μάλιστα μια όχι ασυνήθιστη πλέον διαφημιστική πρακτική, δεν φαίνονται καν να σχετίζονται άμεσα με το διαφημιζόμενο προϊόν. Το ανθρώπινο στοιχείο, εκτός από ελάχιστες εικόνες στις οποίες έχουμε κοντινά πλάνα καουμπόηδων σε ώρα δράσης ή ενώ απολαμβάνουν καπνίζοντας τον κλασικό υπαίθριο καφέ που αχνίζει χαρακτηριστικά, φαντάζει μηδαμινό σε σχέση με τον όγκο των βράχων, το απέραντο γαλάζιο του ουρανού, τα ατελείωτα λιβάδια. Ξαναβρίσκουμε έτσι και πάλι το ιδανικό του ελεύθερου, ημι-αδάμαστου φυσικού χώρου, που αποτελεί συστατικό στοιχείο του αμερικανικού ονείρου και –μέσω της τηλεόρασης και του κινηματογράφου– προέκταση και των δικών μας ονείρων. Η συγχώνευση της Αρκαδίας με την Ου-

1. Jeffrey Deitch, Dan Friedman (επιμ.), *Artificial Nature*, κατάλογος έκθεσης, Ίδρυμα ΔΕΣΤΕ, Αθήνα, 1990.

τοπία. Σε μία από τις διαφημιστικές αυτές εικόνες αναγράφεται με διακριτικούς χαρακτήρες εν είδει επικού μηνύματος: «Δεν υπάρχει οροφή παρά μόνο ο ουρανός, δεν υπάρχουν τοίχοι παρά μόνο ο άνεμος. Ορισμένοι νιώθουν πως είναι η κατοικία τους». Μια πραγματικά ποιητική μεταφορά της χώρας του Marlboro.

Ο τόπος όμως, όπως περιγράφεται από τις εικόνες, δεν φαντάζει πραγματικά άγριος και αφιλόξενος, όπως στις λιτές και επιβλητικές ασπρόμαυρες συνθέσεις των φωτογραφιών του 19ου αιώνα. Δείχνει ελεγχόμενα, εξημερωμένα άγριος και αρκετά γραφικός για να είναι αφιλόξενος. Εδώ επεμβαίνει βέβαια η συνταγή της φωτογραφικής γλαφυρότητας που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων ευρηματικές –μέσα στα όρια του κλασικού– συνθέσεις, βαθιά κορεσμένα χρώματα, εξεζητημένους συνδυασμούς θερμών και ψυχρών χρωμάτων (φέρνοντας στον νου τη μακρόχρονη φωτογραφική παράδοση και τις εδραιωμένες συνταγές περί γραφικότητας του περιοδικού *National Geographic*). Ο τρόπος χρήσης του χρώματος είναι στις περισσότερες περιπτώσεις χαρακτηριστικός: το τοπίο φοράει τα καλά του. Οι συνδυασμοί των χρωμάτων είναι προσεγμένοι τόσο ως προς την επιλογή όσο και ως προς τις δοσολογίες. Πολύ συχνά αναδίδουν μια αίσθηση αρμονίας, προσβλέπουν στην αισθητική απόλαυση: η μαγεία της φύσης. Άλλες φορές υπάρχουν έντονες χρωματικές εκρήξεις, που μπορεί να μην ανατρέπουν τη συνολική ισορροπία της εικόνας, αλλά επισημαίνουν το απρόβλεπτο και το ασυνήθιστο, το ξαφνικό και πιθανόν επικίνδυνο. Τα χρώματα συνήθως είναι βαθιά, κορεσμένα (με κατάλληλη επιλογή προφανώς τόσο των καιρικών συνθηκών και της ώρας της ημέρας όσο και των αντίστοιχων φωτογραφικών και τεχνικών παραμέτρων), δημιουργώντας την αίσθηση μιας ζωτικής εμπειρίας. Στη χώρα του Marlboro δεν υπάρχουν απλοί βοσκότοποι, τετριμμένες χαράδρες. Τίποτε δεν είναι ξεφτισμένο, άτονο, κομμάτι μιας ρουτίνας. Τα χρώματα μεγεθύνουν την ένταση του πραγματικού, οδηγώντας το οπτικό του αντίκρισμα σε μια κορύφωση. Σ' αυτή τη χώρα, όπου κι αν βρεθείς δεν πρόκειται να πλήξεις. Μπορεί κανείς

άλλωστε να πλήξει ποτέ σε μια ονειρική χώρα; Εν κατακλείδει, πρόκειται για ένα τοπίο που μοιάζει αρκετά άγριο για να διατηρεί τη γοητεία, το μυστήριο και την πληθώρα των ιστορικών παραπομπών του, αλλά και αρκετά όμορφο για να σαγηνεύει και να αποτελεί εξιδανικευμένη φωτογραφική εκδοχή της εμπειρίας της Δύσης (που σε πολλές φωτογραφίες υπονοείται μέσα και από γραφικότητα δειλινά). Η εναλλαγή των διαφημιστικών εικόνων στη ροή των μηνών του χρόνου ακολουθεί σοφά την αλλαγή των εποχών που εμφανίζεται χαρακτηριστικά, προσφέροντας στον θεατή μια αίσθηση συνέχειας: ο χιονισμένος χειμώνας, η ανθισμένη άνοιξη, το καυτό, σκονισμένο καλοκαίρι.

Καθόλου τυχαία δεν θα μπορούσε να θεωρηθεί επίσης η χρήση της έκφρασης *χώρα* του Marlboro στο κλασικό πλέον λογότυπο που συνοδεύει τις εικόνες («Come to Marlboro Country»). Γιατί όχι γη, τοπίο, περιοχή, επαρχία του Marlboro; Προφανώς γιατί η λέξη *χώρα* παραπέμπει σημειολογικά στη συνολική οντότητα ενός τόπου, ακόμη κι αν αυτός είναι ονειρικός. Λέγοντας κανείς π.χ. η χώρα των Μακεδόνων δεν εννοεί ασφαλώς μόνο τη γεωγραφική περιοχή αλλά τον τόπο και όλο το φορτίο που περικλείεται σ' αυτόν: τον πληθυσμό, τις παραδόσεις, τον πολιτισμό, το τοπίο και πολλά άλλα στοιχεία και ιδιότητες. Συγχρόνως, η λέξη *χώρα* δεν προσδιορίζει με κανέναν τρόπο την τάξη μεγέθους της έκτασης στην οποία αναφέρεται: μπορεί να αναφέρεται τόσο σε μια μικρή επαρχία όσο και σε μια αχανή ήπειρο. Μ' αυτή την έννοια η λέξη *χώρα* εντείνει νοητικά το μυστήριο του ονείρου και του μύθου αντί να το περιορίσει σε καθαρά οπτικούς όρους, και επιτρέπει να χωρέσει βολικά μέσα στα όρια της εικόνας ανέραίο το ιδεολογικό της φορτίο.

Θα μπορούσε κανείς να προσθέσει σ' αυτά και ολίγη δόση οικολογίας, που είναι εσχάτως εξαιρετικά επίκαιρη, για να θεωρηθεί επίσης η εκστρατεία πολιτικά ορθή. Οικολογίας ασφαλώς με την πασίγνωστη πλέον έννοια του κινδύνου που επισημαίνεται για το κρίσιμο της βιωσιμότητας πολλών οικοσυστημάτων του πλανήτη, αλλά και με την έννοια της οριστικής απο-

ξένωσης από την εμπειρία της φύσης λόγω μιας παγκόσμιας και ταχύτατα εξαπλούμενης αστικοποίησης. Για να χρησιμοποιήσουμε και πάλι τα λόγια του Jeffrey Deitch² από το ίδιο κείμενο: «Υπάρχουν πολλοί άνθρωποι που βγάζουν το ψωμί τους από τη γη και τη θάλασσα και που γι' αυτούς η φύση είναι μια πραγματικότητα. Για τους υπόλοιπους όμως, η φύση είναι όλο και περισσότερο μια τεχνητή εμπειρία».

Μια άλλη φανερή, παρότι όχι ιδιαίτερα καινοτόμα, συνιστώσα του διαφημιστικού μύθου είναι η επανεύρεση της χαμένης αθωότητας. Τα πάντα σχεδόν μέσα σ' αυτές τις εικόνες φαίνονται να μιλούν για έναν κόσμο όπου ο άνθρωπος συμβιώνει ειρηνικά και αρμονικά με τη φύση και τους άλλους ανθρώπους, όπου διαθέτει τον πολύτιμο χρόνο για να παρατηρήσει τη μοναδικότητα του ηλιοβασιλέματος ή το άλογο του καθώς γερνάει. Στα κοντινά πλάνα οι άνθρωποι μοιάζουν απόλυτα ήρεμοι, στοχαστικά ανέκφραστοι, σαν να έχουν επίγνωση του μυστικού κρίκου που συνδέει τη δική τους ζωή με την τύχη αυτού του θαύματος. Ένας κόσμος απαλλαγμένος από συγκρούσεις. Ίσως για το κλάσμα του δευτερολέπτου που διαρκεί η φωτογραφική εκφώτιση ή για το χρονικό διάστημα που επιτρέπει κανείς να συντηρηθεί ο μύθος. Η ειδυλλιακή, καρτ-ποσταλική απεικόνιση της φύσης και του τοπίου, που απαλείφει τεχνηέντως το ανθρώπινο και το αστικό στοιχείο, δεν είναι δυνατόν να εγγυηθεί κανένα είδος ουδετερότητας, ούτε συνειρμικής αθωότητας. Κανένας τόπος κατοικημένος με οποιονδήποτε τρόπο από τον άνθρωπο δεν υπήρξε ποτέ ουδέτερος χώρος. Πάντοτε αποτελούσε πεδίο διεκδικήσεων και συγκρούσεων κάθε λογής και μορφής, ιστορικών και σύγχρονων, ατομικής, εθνικής μέχρι και ηπειρωτικής κλίμακας. Το τοπίο και η φωτογραφία του λοιπόν, ως άμεση εικονογραφική προέκταση ενός τόπου και της ιστορίας του, μεταφέρει πάντοτε, συνειδητά ή ασυνείδητα, ψήγματα αυτών

2. Jeffrey Deitch, Dan Friedman, ό.π.

των συγκρούσεων, πρόσφατων ή παλαιότερων, με τη μορφή της ιδεολογίας που λανθάνει μέσα στις εικόνες ή κρύβεται πίσω απ' αυτές. Οι φωτογραφικές εικόνες τοπίου λοιπόν δεν είναι απλές και αθώες τοπογραφικές απεικονίσεις, αλλά άμεσοι ή έμμεσοι φορείς ιδεολογίας. Κι αν ο πόλεμος με επίκεντρο την κατάκτηση ή εκμετάλλευση της γης παλιότερα διεξαγόταν αμείλικτα εκ του συστάδην, σήμερα επιτελείται πλέον κατά ένα μεγάλο μέρος μέσα και από εικόνες, με στρατηγικές περισσότερο ίσως υποδόριες, που αποβλέπουν όμως μεσοπρόθεσμα στους ίδιους τελικούς στόχους.

Το κίνητρο της δημιουργίας ή ίσως της εξακολούθησης μιας εκστρατείας σαν αυτής του Marlboro θα μπορούσε να εδρεύει και σε μία άλλη, λιγότερο προφανή αιτία. Μια ματιά σ' έναν σωρό περιοδικών της εγχώριας ή της διεθνούς αγοράς πείθει εύκολα ότι η γενική τους εικόνα αποτελεί μια αντανάκλαση της σύγχρονης κοινωνίας: περιοδικά φορτωμένα με πολύχρωμες εικόνες, γραφιστικές ακροβασίες στον υπολογιστή, νοηματικά πλαίσια που συγκρούονται μεταξύ τους θεματολογικά, υφολογικά, ιδεολογικά και με κάθε άλλο τρόπο. Από την πολιτική στη διαφήμιση και από εκεί στην τέχνη, και εμβόλιμα ένα άρθρο για τα ναρκωτικά ή τη διεθνή τρομοκρατία, και εν μέσω πάλι διαφημίσεων ακολουθούν με μπερδεμένη σειρά ωροσκόπια, συνταγές μαγειρικής και άρθρα για το αυτοκίνητο. Τα περιοδικά, συνήθως αποδέκτης των φωτογραφιών του Marlboro, εμφανίζουν ανάγλυφο το άγχος και την πολυπλοκότητα της ζωής μας, τον πληροφοριακό της πλουραλισμό, ενώ συγχρόνως τροφοδοτούν την αποσπασματικότητα και την ασυνέχειά της. Και ξαφνικά, με το γύρισμα μιας σελίδας, βρισκόμαστε αντιμέτωποι με τον γαλήνιο κόσμο της μυθικής χώρας του Marlboro. Η εικόνα, με την ηρεμία και τον εξιδανικευμένο τρόπο ζωής στον οποίο παραπέμπει, μετατρέπεται ασυνείδητα σε όαση τόσο των αισθήσεων όσο και του νου. Ανοίγει στιγμιαία ένα παράθυρο προς μια σωματική και ψυχική κατάσταση ευεξίας, μακριά από τον θόρυβο και το αγκομαχητό της καθημερινής ζωής και της αναπα-

ράστασής της στα περιοδικά. Είναι αυτή η εικόνα και αυτή η αίσθηση που επιχειρείται διαφημιστικά να συνδεθεί στο μυαλό του καταναλωτή με το συγκεκριμένο προϊόν. Πρέπει σιγά σιγά να συνηθίσει συνειρμικά να συνδέει τη διαφήμιση του συγκεκριμένου τσιγάρου, τη στιγμή της απόλαυσής του, με τη λυτρωτική εικόνα αυτού του από μηχανής παραδείσου. Με λίγα λόγια, η διαφήμιση του Marlboro, με την υποτονικότητα και τη συντηρητικότητά της, φαίνεται να αντλεί δύναμη από την ορμή με την οποία αντιστέκεται στην ακατάσχετη και επιθετική ροή πληροφοριών και εικόνων της σύγχρονης δυτικής ζωής. Λειτουργεί σαν ένα ψυχολογικό φράγμα. Με την έννοια αυτή, θα μπορούσε ίσως να πει κανείς ότι το Marlboro είχε προπορευθεί στην ιδέα του «εικονικού» χώρου, πριν η τεχνολογία τον καταστήσει δυνατό στις οθόνες του οικιακού μας υπολογιστή. Είχε καλλιεργήσει έντεχνα την έννοια μιας ιδεατής, απατηλής χώρας την οποία μπορούσε κανείς να κατοικήσει ή να ονειρευτεί στιγμιαία, όπως πιθανόν την έπλαθαν στον νου τους επίσης και τα εκατομμύρια των μεταναστών που αυτοβούλως προσφέρθηκαν ως θεμέλιο λίθοι της Αμερικής.

Η χώρα του Marlboro είναι τελικά πραγματικά μια μυθική χώρα. Περισσότερο απ' όλα γιατί οι καουμπόηδες με τα πάντοτε γοητευτικά, ηλιοκαμένα πρόσωπα και τους αναπάντεχα κομφούς χρωματικούς συνδυασμούς ρούχων την έχουν εγκαταλείψει προ καιρού για κάποια μεγαλούπολη, και τώρα γνωρίζουν πιθανότατα και αυτοί πλέον τη χώρα τους, όπως και εμείς, μέσα από την τηλεόραση, περιχαρακωμένοι στην ιδιωτικότητα των αστικών τοίχων. Όσοι εκ των προηγούμενων φυσικών της κατόχων ή έστω κατοίκων, των Ινδιάνων, έχουν επιζήσει της γενοκτονίας περιθωριοποιήθηκαν και γκετοποιήθηκαν σε καταυλισμούς, με αποτέλεσμα σήμερα να ταλανίζονται στην πλειοψηφία τους από τον αλκοολισμό και την ανεργία. Η γεωργική και η κτηνοτροφική παραγωγή έχουν βιομηχανοποιηθεί και εκβιάζονται αφόρητα από κανόνες παραγωγικότητας, νόμους προσφοράς και ζήτησης. Ο ίδιος ο τόπος αλλάζει μορφή γοργά, σε ελά-

χιστες περιπτώσεις όμως παραπέμπει πραγματικά στην ειδυλλιακότητα, στους ξέγνοιαστους ρυθμούς και στη φυσική επαφή με τον άνεμο, τον ήλιο και το νερό της βροχής. Η συνήθης εμπειρία του φαντάζει, με μικρές εξαιρέσεις, αρκετά λιγότερο ουτοπική και αρκαδική.

Στο πλαίσιο αυτό η εκστρατεία του Marlboro επιχειρεί την προβολή εικόνων που αναδύονται μέσα από τη διασκευή της αμερικανικής μυθολογίας, την οποία οικειοποιούνται προσεκτικά, παίζοντας υποσυνείδητα τον ρόλο του θεματοφύλακα των παραδοσιακών αξιών της αμερικανικής ζωής, διατηρώντας ζωντανή την ανάμνηση μιας εποχής που δεν ζήσαμε και που πιθανότατα δεν υπήρξε ποτέ ακριβώς έτσι. Η προβολή των ίδιων εικόνων σ' ένα διεθνές κοινό, επιχειρεί και επιτυγχάνει σε κάποιον βαθμό την επικύρωση αυτής της εικονογραφίας στη συλλογική συνείδηση. Χάρη στον κινηματογράφο, στη λογοτεχνία, στα κόμιξ, στην τηλεόραση, η Άγρια Δύση υπήρξε αγαπημένο παραμύθι αρκετών γενεών και μακράν της Αμερικής, καταφέροντας έτσι να αποτελεί και δική μας φανταστική ανάμνηση. Οι μύθοι που έχουν πλαστεί από τον Κλιντ Ίστυουντ και τον Σέρτζιο Λεόνε, παραμορφωμένοι μέσα από μια δυτική οπτική γωνία που διαχωρίζει με ασφάλεια και διδακτικότητα τους καλούς από τους κακούς, σύντομα θα μοιάζουν (ίσως και να μοιάζουν ήδη) περισσότερο οικείο από την κατά τόπους πραγματική ιστορία ή τους αντίστοιχους μύθους. Η εξιδανικευμένη λοιπόν αναπαράσταση μιας χλιαρά Άγριας Δύσης συμβολίζει και εκπροσωπεί τον μύθο της Αμερικής ως σφριγηλής, φυσικής και ιδανικής χώρας, χώρας των ανθρώπων της ευθύτητας και της δύναμης, της παράδοσης και των αξιών, της ελευθερίας και της ανεξαρτησίας. Συγχρόνως αποτελεί μια απόπειρα παγκοσμιοποίησης, διεΐσδυσης και εδραίωσης του μύθου από τον οποίο τρέφονται αυτές οι εικόνες και της ιδεολογίας που τις παράγει βαθιά μέσα στη συλλογική συνείδηση άλλων κοινωνιών. Έτσι επιτυγχάνεται διπλός στόχος: πρώτον, το διαφημιζόμενο προϊόν συνδέεται άμεσα με το νήμα ενός ισχυρού μύθου, που μάλιστα διαθέτει ασφαλή δημοτικότητα

σε πολλές γενιές και ηλικίες. Δεύτερον, εκπέμπεται με ήπιο τρόπο το πολιτισμικό στίγμα μιας πανίσχυρης κοινωνίας που αναζητά καινούργιες Άγριες Δύσεις σε κάθε κατεύθυνση. Και η κατάκτηση αυτή τη φορά δεν θα συντελεστεί βέβαια με το ιππικό, αλλά με τον έλεγχο της παραγωγής και διάδοσης πληροφοριών και εικόνων, κατά συνέπεια της οικονομίας.

Θα μπορούσε κανείς να αντιπαρατάξει ότι η διαφήμιση ως εφαρμογή και πρακτική είναι εξ ορισμού ιδιοτελής, αφού αποσκοπεί άμεσα ή έμμεσα σε αύξηση της κατανάλωσης και των πωλήσεων, και συνεπώς κάθε κριτική ανάλυση των μεθόδων της θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τους στόχους και τις επιδιώξεις ενός συγκεκριμένου μηνύματος ή μιας ολόκληρης εκστρατείας. Το πρόβλημα εγείρεται από το γεγονός ότι η διαφήμιση πολύ συχνά επιχειρεί να πετύχει τους στόχους της μέσα από τακτικές και στρατηγικές που δεν είναι ιδιαίτερα εμφανείς (παρότι σχολαστικά μελετημένες) ούτε αφορούν αναγκαστικά μόνο τα συγκεκριμένα προϊόντα, λειτουργώντας ως μια πολυεπίπεδη και πολυδιάστατη προπαγάνδα. Με την έννοια αυτή, διαφημιστικές εκστρατείες όπως αυτή του Marlboro αποτελούν φορείς συγκαλυμμένων ιδεολογημάτων που χρήζουν συζήτησης και απόπειρας ερμηνείας. Ίσως βέβαια έτσι να διαλύεται ένα μέρος της αύρας που περιβάλλει την Άγρια Δύση των ονείρων μας, αφού όμως ξεπεράσαμε το παιδικό τραύμα του Ολύμπιου μύθου καθώς και άλλων πολλών συναφών μύθων, μπορούμε ίσως να αρχίσουμε να σκεφτόμαστε την ενηλικίωση.

Αν η εξέλιξη του πολιτισμού ήταν δυνατόν να παρασταθεί πάνω στην υδρόγειο με ένα άνυσμα, η φορά του θα ξεκινούσε πιθανότατα από την Ανατολή και θα κατευθυνόταν σταδιακά προς τη Δύση: ο πολιτισμός (στη νεότερη τουλάχιστον φάση του) ξεκίνησε την τροχιά του από τους αρχαίους πολιτισμούς της Ασίας και της Νοτιοανατολικής Μεσογείου και σιγά σιγά η αιχμή, τόσο της ισχύος όσο και της ανάπτυξής του, μεταφερόταν όλο και δυτικότερα. Τώρα, εδρεύοντας πλέον σ' αυτό που έχουμε ορίσει ως Δύση, δηλαδή στην Αμερική, φαίνεται σαν να έχει συ-

μπληρώσει έναν πλήρη κύκλο, πράγμα που αφενός μπορεί να γεννά δυσοίωνες υποψίες για το μέλλον, αφετέρου όμως υποδηλώνει ότι η εικόνα της Δύσης (και μάλιστα της δύσης της Δύσης), στη γενικευμένη της μορφή, συμβολίζει το άνυσμα της πορείας του ανθρώπινου πολιτισμού, προμηνύει ίσως, μάλιστα, και τον τελικό του προορισμό...