

ΟΜΟΡΦΙΑ: ΜΑΤΑΙΟΤΗΤΑ Η ΑΝΑΓΚΗ;

« Ο άνθρωπος αντιδρά στο σχήμα, την επιφάνεια και τη μάζα των πραγμάτων που αγγίζουν τις αισθήσεις του. Μερικές διευθετήσεις στις αναλογίες του σχήματος, της μάζας και της επιφάνειας καταλήγουν σε μια ευχάριστη αίσθηση, ενώ η απουσία τέτοιας διευθέτησης οδηγεί στην αδιαφορία ή τη δυσανεξία, ή ακόμα στη απόθηση και απόρριψη. Η αίσθηση της ευχάριστης εντύπωσης είναι η αίσθηση της ομορφιάς» λέει ο Herbert Read ¹ στο βιβλίο του «Το νόημα της Τέχνης» (έκδοση 1954).

Με άλλα λόγια, σύμφωνα με τους ειδήμονες, ένα όμορφο αντικείμενο είναι κάτι που συγκατατιθέμεθα να το προσλάβουμε με τις αισθήσεις μας.

Η αίσθηση της ομορφιάς προστατεύει και ενισχύει τις αισθήσεις μας, ενώ η αίσθηση του «άσχημου» κάνει ακριβώς το αντίθετο. Πράγματι, π.χ. απολαμβάνουμε και αντιλαμβανόμαστε οτιδήποτε «γλυκό» ως ωραίο. Αντίθετα, συχνά μια «πικρή» τροφή μας προφυλάσσει συχνά από το να φάμε μια ανθυγιεινή ή αφύσικη ουσία. Εξίσου, ένας δυνατός θόρυβος είναι βλαβερός για τα αυτιά μας και τον αντιλαμβανόμαστε ως δυσάρεστο. Κατά τον ίδιο τρόπο, η αίσθηση του «μαλακού» προφυλάσσει το δέρμα μας. Μας αρέσει. Δεχόμαστε να αφήσουμε «το όμορφο» να αγγίξει τις αισθήσεις μας βαθύτερα και για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα από ότι το «αδιάφορο» και ακόμη περισσότερο από το «άσχημο».

¹ Herbert Read: Καθηγητής πολλών Πανεπιστημίων όπως Εδιμβούργου, Κέιμπριτζ, Χάρβαρντ κ.α.

Αλλά, το αίσθημα της αποδοχής και της ενίσχυσης των αισθήσεων όχι μόνο μας κάνει να αισθανόμαστε πιο ζωντανοί, αλλά επηρεάζει και τη κοινωνική μας ζωή κατά παρόμοιο τρόπο. Οι όμορφοι άνθρωποι, θεωρείται ότι, έχουν ευκολότερη πρόσβαση σε ευκαιρίες απασχόλησης ή γενικότερα κοινωνικές. Επίσης «ωραία» έργα τέχνης προσελκύουν μεγαλύτερο κοινό, παρά τις αμφισβητήσεις μερικών σύγχρονων καλλιτεχνικών κινημάτων.

« Αναζητώ την ομορφιά» εξομολογείται η Ζηνοβία, μια φίλη αυτοδίδακτη ζωγράφος, κατά τη διάρκεια έκθεσης ζωγραφικής στην Εθνική Πινακοθήκη. «Ψάχνω την ομορφιά στις τέχνες, τα συναισθήματα, στους ανθρώπους, τη διακόσμηση, τη φύση. Τη χρειάζομαι.»

Επιπλέον, το όμορφο αντικείμενο αποσπά τη προσοχή μας από τη περιβάλλουσα πραγματικότητα καθότι μας κάνει να συγκεντρωνόμαστε σ' αυτό, όπως να σταθεροποιούμε τη ματιά μας πάνω του. Είναι μια κατάσταση υπέρβασης. Το να συγκεντρώνουμε τη προσοχή μας σε ένα σημείο, αδειάζει το μυαλό απ' ότι το απασχολεί και μεταθέτει τη συνείδησή μας προς το παρατηρούμενο αντικείμενο. Πρόκειται για μια διαδικασία που φώτισαν οι ανατολικές φιλοσοφίες.

Παρόλα αυτά, ότι ονομάζουμε όμορφο αντανακλά διαφορετικά κριτήρια ομορφιάς από εποχή σε εποχή, από μια κουλτούρα σε άλλη. Παραδείγματος. Χάριν, οι σύγχρονες καλλονές της Δύσης πρέπει να διαθέτουν κάποια μόρφωση προκειμένου να κερδίσουν σε σημαντικούς διεθνείς διαγωνισμούς ομορφιάς. Στην παλιά Ιαπωνική παράδοση το μικρό μέγεθος ποδιού έχαιρε ιδιαίτερης εκτίμησης, όπως ο ψηλός λαιμός σε μερικές φυλές της Ανατολικής και Νότιας Αφρικής.

Διεξοδικότερα, στη κοινωνία μας εκτιμούμε ένα πρόσωπο, φέρ' ειπείν, όταν πλέον των αρμονικών αναλογιών του μας αρέσει η έκφρασή του και ο τρόπος με τον οποίο αντανακλάται πάνω του η κουλτούρα και οι αξίες της ζωής που επιδοκιμάζουμε.

Ακόμη και ηθικές αξίες, όπως «αθωότητα» επηρεάζουν την κρίση μας για την ομορφιά του. Αντιλαμβανόμαστε ένα μάλλον θολό σύνολο σημείων σ' ένα πρόσωπο, όπως επεσήμαναν οι Ιμπρεσιονιστές, κι όχι μια γεωμετρική ανάλυση των χαρακτηριστικών του.

Αντίστοιχα, ένα ωραίο έργο τέχνης αντανακλά τα καλλιτεχνικά κριτήρια που θεωρούμε επιθυμητά. Η επιθυμητότητα εξαρτάται από την κυρίαρχη ιδεολογία και από τις φιλοσοφικές αρχές που υιοθετούμε, για να εκφράσουμε την αντίληψή μας για τον κόσμο. Ο Μαρξισμός εξοστράκισε την άποψη περί ομορφιάς της «αστικής τάξης ή μπουρζουαζίας» και επέβαλλε τη στιβαρή και ρωμαλέα αντίληψη για την αισθητική της εργατικής τάξης. Άλλωστε, κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα ο Χριστιανισμός απέκρουε την εγκόσμια ομορφιά ως αμαρτία.. Από την άλλη μεριά πάλι, μερικά κινήματα της σύγχρονης ιστορίας της τέχνης απαρνήθηκαν την ομορφιά ως πεπαλαιωμένη αξία. Προσπάθησαν να έρθουν σε ρήξη με το παρελθόν και να υπερεκτιμήσουν τη δυναμική έκφραση των συναισθημάτων ως πρωταρχικό χαρακτηριστικό.

Αντίθετα, η ολοένα αυξανόμενη γυναικεία αγορά – ένα από τα χαρακτηριστικά του 20^{ου} αιώνα συνέβαλε σημαντικά όχι μόνο στην υπεράσπιση της ομορφιάς ως αξίας, αλλά και στη μετατροπή της σε βιομηχανία.. Το 2003, η εταιρεία καλλυντικών Estee Lauder απασχολούσε 21.000 εργαζόμενους. Οι γυναίκες, ως καταναλωτές και ως

Ισμήνη Πάττα (2006)

εργατική δύναμη συνέβαλαν ώστε ο κλάδος των καλλυντικών να καταστεί
ακόρεστος. Κάθε χρόνο στις ΗΠΑ περίπου \$ 45 δις. ξοδεύονται σε καλλυντικά και
είδη προσωπικής χρήσης.

Παρόλα αυτά ας θυμηθούμε τον Νταβίντ Χιουμ (φιλόσοφος του Διαφωτισμού) « η
ομορφιά δεν είναι μια ποιότητα μέσα στα πράγματα αυτά καθ' εαυτά. Υπάρχει μέσα
στο μυαλό εκείνου που τα κοιτάζει » και είναι λοιπόν μέσα στη ζωή μας.

ΤΕΛΟΣ