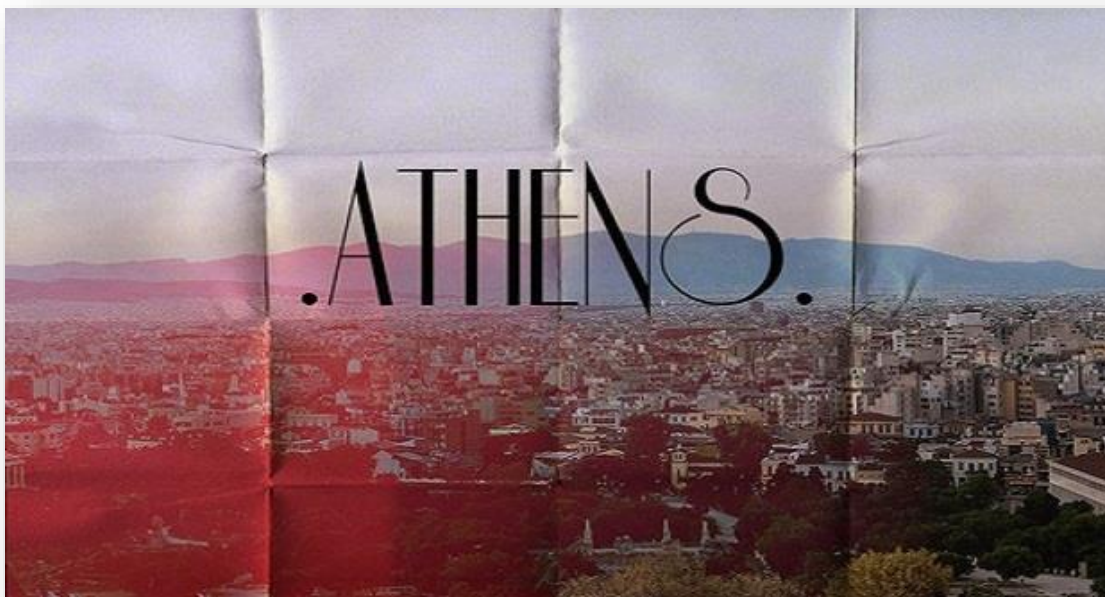


**ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑΣ**

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ :
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΑ
2014-2016**



Διπλωματική εργασία

«Ηδονοβλεψίες και περιπατητές»: Η διαμόρφωση του «αξιοθέατου» μέσα από τρία παραδείγματα ξεναγούμενων περιηγήσεων στην Αθήνα.

Κατερίνα Παπαμιχελάκη

265781562423

Επιβλέπων: Αναπληρωτής Καθηγητής Λ. Οικονόμου

Τριμελής επιτροπή:

Αναπληρωτής Καθηγητής Λ. Οικονόμου

Επίκουρη Καθηγήτρια Ε. Γιαλούρη

Επίκουρη Καθηγήτρια Ν. Μαρωνίτη

Ιούνιος 2016

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	3
Μέρος Α.....	7
1. Ο τουρισμός στο νεωτερικό και «μετανεωτερικό» πλαίσιο	7
2. Σύντομη σύνοψη της έρευνας για τον τουρισμό στην Ανθρωπολογία και άλλες συναφείς κοινωνικές επιστήμες.	10
3. Αστικός και πολιτιστικός τουρισμός	15
4. Οι ξεναγούμενες περιηγήσεις	18
α. Η ξεναγούμενη περιήγηση ως καταναλωτικό προϊόν και ως κοινωνική πρακτική.	18
β. Η πόλη και οι ξεναγούμενες περιηγήσεις	21
γ. «Τυπικές» και «εναλλακτικές» ξεναγούμενες περιηγήσεις και αξιοθέατα στην Αθήνα.....	22
δ. Οι ξεναγοί και οι «ξεναγοί»	24
Μέρος Β.....	27
I. Athens Walking Tour	27
II. Athens Food Tour.....	33
III. Αθέατες Διαδρομές	37
Αντί επιλόγου: Διαπιστώσεις για τη διαμόρφωση του «αξιοθέατου», όπως προκύπτει από την ανάλυση του Walking Tour, του Food Tour και των Αθέατων Διαδρομών..	43
α. Η «ανάδειξη» και η «επιτέλεση» ως διαδικασίες διαμόρφωσης του «αξιοθέατου».	43
β. Η Αθήνα και τα αξιοθέατα των περιηγήσεων στο σύγχρονο πλαίσιο.	44
γ. Το «αξιοθέατο» ως διαπραγμάτευση της ταυτότητας και της ετερότητας.	46
Βιβλιογραφία	47

'in thousands of eyes, in thousands

of objects, the city is reflected'

Walter Benjamin

Εισαγωγή

Το 2011, την πρώτη χρονιά που δούλεψα ως ξεναγός, ανέλαβα να ξεναγήσω μια Αμερικανίδα που διέμενε σε ένα πολυτελές ξενοδοχείο της πλατείας Συντάγματος. Όταν συναντηθήκαμε, τη ρώτησα που ήθελε να πάμε: *«Στην Ακρόπολη; Σε κάποιο μουσείο;»* Μου απάντησε αρνητικά, και συμπλήρωσε *«θέλω να δω την πραγματική πόλη, όχι αυτά που βλέπουν οι τουρίστες»*. Θυμάμαι ότι ένιωσα έκπληξη και σύγχυση που δεν ήθελε να δει τα «αξιοθέατα». *Τί εννοεί λέγοντας «πραγματική πόλη»;* Πέντε ώρες αργότερα, και αφού είχαμε περπατήσει σε ένα μεγάλο κομμάτι του κέντρου συζητώντας, συνειδητοποίησα ότι η Αθήνα που της έδειξα δεν ήταν παρά ένα τμήμα της πόλης ιδωμένο μέσα από τις δικές μου εμπειρίες: ακολουθήσαμε τους δρόμους που συνήθιζα να χρησιμοποιώ, σταματήσαμε για ξεκούραση στα μέρη όπου σύχναζα, της εξιστόρησα αναμνήσεις που είχα σε κάποια σημεία της πόλης και της παρουσίασα την ιστορία, την καθημερινότητα και τις πολιτικές εξελίξεις μέσα από την προσωπική μου σκοπιά. Η διαδρομή και οι αφηγήσεις που παράχθηκαν δεν μπορούσαν παρά να είναι μερικές και σε άμεση συνάρτηση με τις συνθήκες που επικρατούσαν, τα υποκείμενα που συμμετείχαν, το χρόνο στον οποίο έλαβαν χώρα. Επιπλέον, συνειδητοποίησα ότι

το παραπάνω ίσχυε σε κάποιο βαθμό για όλες τις ξεναγήσεις που έκανα, ακόμα και αν το πρόγραμμα ήταν λεπτομερώς καθορισμένο εξ αρχής και αφορούσε «κλασικά» αξιοθέατα στην Αθήνα ή αλλού.

Η λέξη «αξιοθέατο» συνθέτει τις έννοιες της «αξίας» και του «θεατού», προσδιορίζει δηλαδή *αυτό που αξίζει να ιδωθεί* και ως όρος χρησιμοποιείται κατά κόρον στο πλαίσιο του τουρισμού.¹ Η εμπειρία μου με την εν λόγω τουρίστρια, ωστόσο, με έκανε να προβληματιστώ γύρω από το τι θεωρείται «αξιοθέατο» και το πως θα έπρεπε να το προσεγγίζω, καθώς αποτελούσε βασικό άξονα του νέου επαγγέλματός μου. Την ίδια εποχή, είχαν αρχίσει να προσφέρονται αρκετές ξεναγούμενες περιηγήσεις στην Αθήνα, που πρότειναν «εναλλακτικές» και «θεματικές» διαδρομές στο κέντρο της πόλης και αναδείκνυαν διαφορετικού τύπου «άξια» θέασης και εμπειρίας, φαινόμενο που μου δημιούργησε ακόμη περισσότερα ερωτήματα. Η ενασχόλησή μου με την Ανθρωπολογία τα τελευταία δύο χρόνια, με βοήθησε να συνειδητοποιήσω ότι κάθε ορισμός, κάθε ταξινόμηση, και πολύ περισσότερο, κάθε αξιολόγηση έχει κατεξοχήν πολιτικό-ιστορικό χαρακτήρα και διαπλέκεται με όλες τις σφαίρες της κοινωνικής ζωής. Το γεγονός αυτό αναζωπύρωσε τον προβληματισμό μου, αποτέλεσμα του οποίου είναι η παρούσα εργασία. Το βασικό ερώτημα που θέτω είναι το *πώς διαμορφώνεται το τουριστικό «αξιοθέατο» στην Αθήνα σήμερα*, το οποίο θα διερευνήσω μέσα από το παράδειγμα τριών ξεναγούμενων περιηγήσεων που πραγματοποιούνται στο κέντρο της πόλης. Στόχος της μελέτης αυτής είναι να προσεγγίσει, μέσα από της αναλυτικές έννοιες-κλειδιά «νεωτερικότητα και μετανεωτερικότητα»,² «ταυτότητα και ετερότητα», «πόλη», «πρακτική» και «Λόγος», το ζήτημα της αξιολόγησης της τουριστικής εμπειρίας. Από το βασικό ερώτημα της εργασίας αυτής προκύπτει μια σειρά υποερωτημάτων, η οποία συστηματοποιείται ως εξής: Ποιά σχέση έχει η διαμόρφωση του τουριστικού «αξιοθέατου» με τη συγκρότηση της εμπειρίας και της ταυτότητας στο σύγχρονο «μετανεωτερικό» περιβάλλον; Ποιές ιδέες, επιτελέσεις και σχέσεις επικαθορίζουν αυτή τη διαδικασία και τί ρόλο παίζει η αλληλεπίδραση του

¹ Στην αγγλική γλώσσα το «αξιοθέατο» μεταφράζεται ως «sight» (θέαμα, εικόνα) ή «attraction» (θέλγητρο). Στην εργασία αυτή χρησιμοποιώ εισαγωγικά όποτε αναφέρομαι στο αξιοθέατο ως αναλυτική έννοια, στην οποία αποδίδω ευρύτερο νόημα από το τουριστικό θέλγητρο, και αφορά επίσης σε ό,τι άλλο «αξίζει» να βιωθεί ή αποτελεί αντικείμενο της προσοχής του κοινού στο πλαίσιο των ξεναγούμενων περιηγήσεων.

² Στην εργασία αυτή βάζω εισαγωγικά στον όρο «μετανεωτερικότητα», καθώς πρόκειται για μία έννοια με πολλαπλές αναγνώσεις.

«τοπικού» με το «παγκόσμιο» σε αυτή; Ποιά αφηγήματα και ποιοί Λόγοι (discourses) εμπλέκονται στη διαμόρφωση του τουριστικού «αξιοθέατου»; Πώς συγκροτούνται και από ποιούς αρθρώνονται αυτοί οι Λόγοι; Πώς οι πρακτικές των υποκειμένων επικαθορίζουν τη διαμόρφωση του τουριστικού αξιοθέατου και πως αλληλεπιδρούν με τον χώρο;

Μεθοδολογικά, χρησιμοποίησα την ανθρωπολογική ερευνητική λογική της επιτόπιας έρευνας και της συμμετοχικής παρατήρησης. Όπως προανέφερα, μέσα από ένα ευρύ πεδίο που σχετίζεται με την τουριστική εμπειρία και το «άξιο» να βιωθεί, επέλεξα να αντλήσω υλικό προς μελέτη από ένα συγκεκριμένο τύπο τουριστικής αναπαράστασης και εμπειρίας, τις ξεναγούμενες περιηγήσεις στην πόλη της Αθήνας. Αυτή η επιλογή οφείλεται στο ότι θεωρώ πως στο πλαίσιο της επιτέλεσής τους αναδεικνύεται καλύτερα η αλληλεπίδραση πολλών και διαφορετικών παραγόντων στη διαμόρφωση του «αξιοθέατου» που μας ενδιαφέρει εδώ. Παρακολούθησα, λοιπόν, τρεις ξεναγούμενες περιηγήσεις οι οποίες λαμβάνουν χώρα πεζή και προβάλλουν διαφορετικές όψεις της Αθήνας: το «Walking Tour», το «Food Tour» και οι «Αθέατες Διαδρομές». Συγκέντρωσα το κύριο σώμα του εθνογραφικού υλικού αυτής της εργασίας εντός της περιόδου 2015-2016, ως «ξεναγούμενη» σε μια ή δύο περιηγήσεις από κάθε «είδος», καθώς και από συζητήσεις που είχα με τους ξεναγούς-οδηγούς και τους περιηγούμενους στο πλαίσιο των δράσεων. Επίσης, η επαγγελματική μου εμπειρία στο χώρο του τουρισμού βοήθησε ιδιαίτερα την ερευνητική μου προσπάθεια, καθώς με φέρνει σε επαφή καθημερινά με τουρίστες και συναδέλφους. Οφείλω, ωστόσο, να τονίσω ότι η ξεναγούμενη περιήγηση συνιστά μια μοναδική επιτέλεση που εξαρτάται από διαφορετικούς, και συχνά αστάθμητους, παράγοντες: κάθε φορά αναλαμβάνει να ξεναγήσει άτομο με διαφορετική προσωπικότητα, γνώσεις και ικανότητες, οι συμμετέχοντες διαφέρουν ως προς την εθνικότητα, τη γλώσσα, την ηλικία, την τάξη, τα ενδιαφέροντα, το μορφωτικό επίπεδο κτλ., ενώ συχνά οι καιρικές και άλλες συνθήκες διευκολύνουν ή δυσκολεύουν την ξεναγηση και παρουσιάζουν διαφορετικό «πρόσωπο» της πόλης. Ως εκ τούτου, θα ήθελα να επισημάνω ότι οι περιπτώσεις που αναλύονται εδώ εκλαμβάνονται ως δείγματα επιτελέσεων τα οποία χρησιμοποιούνται προκειμένου να εξαχθούν ευρύτερα συμπεράσματα που δεν παύουν, ασφαλώς, να είναι μερικά.

Το «Walking Tour» είναι η πιο δημοφιλής τουριστική περιήγηση, καθώς πραγματοποιείται στον ευρύτερο χώρο της Ακρόπολης και προβάλλει την μνημειακή

πόλη. Σε αυτή την περιήγηση αναδεικνύεται η «επίσημη» όψη της πόλης με έμφαση στο αρχαίο παρελθόν, ιδωμένη μέσα από το πρίσμα του «υψηλού πολιτισμού» (civilization) και του εθνικού αφηγήματος. Το «Food Tour», αντίθετα, είναι μια θεματική περιήγηση που πραγματοποιείται στην ευρύτερη περιοχή της Βαρβακείου Αγοράς και της οδού Αθηνάς. Στο «Food Tour» αναδεικνύεται η «καθημερινή» πόλη, ιδωμένη μέσα από το πρίσμα της «παραδοσιακότητας», της υβριδικότητας και του «χαμηλού πολιτισμού» (cultures). Οι «Αθέατες Διαδρομές», η περιήγηση που διοργανώνεται από το περιοδικό των άστεγων της πόλης «Σχεδία» και έχει ως οδηγούς κάποιους από αυτούς, δεν είναι ένα τυπικά τουριστικό προϊόν, αν και απευθύνεται τόσο σε ντόπιους, όσο και σε επισκέπτες της Αθήνας. Πρόκειται για μια περιήγηση που λαμβάνει χώρα στον άξονα πλατείας Ομονοίας - οδού Μάρνη και έχει ως θέμα τους χώρους παροχής κοινωνικής στήριξης σε ανθρώπους που το έχουν ανάγκη. Στην περιήγηση αυτή γίνεται ορατή και διανοητή μια πόλη «άλλη», μια «αθέατη πόλη», στο περιθώριο του «άξιου θέασης».

Ως θεωρητική βάση της ανάλυσης του εθνογραφικού υλικού επέλεξα ένα σχήμα θέσεων, το οποίο συμπεριλαμβάνει ανθρωπολογικές, κατά κύριο λόγο, προσεγγίσεις της τουριστικής εμπειρίας έτσι όπως διαμορφώθηκαν μέσα στο «μεταμοντέρνο» επιστημολογικό περιβάλλον των τελευταίων δεκαετιών. Η Ανθρωπολογία σήμερα θεωρείται ότι είναι μια ολιστική επιστήμη που συνθέτει ποικίλες, και συχνά αντιθετικές θέσεις, πράγμα που αποτυπώνεται και στη μελέτη του τουριστικού φαινομένου,³ όπως θα δούμε στη συνέχεια. Ως προς τη δομή της η εργασία χωρίζεται σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος αναφέρομαι στον τουρισμό σε σχέση με τη νεωτερικότητα και τη «μετανεωτερικότητα» και στις ανθρωπολογικές και σε άλλες προσεγγίσεις διάφορων εκδοχών και όψεων του τουρισμού. Επίσης, παραθέτω στοιχεία σχετικά με την ξεναγούμενη περιήγηση ως καταναλωτικό προϊόν και πρακτική, και αναφέρομαι στα είδη των περιηγήσεων που πραγματοποιούνται στην Αθήνα σήμερα, όπως και σε κάποιους από τους παράγοντες που τις συνδιαμορφώνουν, όπως στην πόλη και στους ξεναγούς. Στο δεύτερο μέρος εμπεριέχεται η περιγραφή και η ανάλυση των τριών

³ Οι θέσεις αυτές είναι προϊόν των ιδεολογικών, επιστημολογικών και μεθοδολογικών αναθεωρήσεων που συντελέστηκαν στους κόλπους της Ανθρωπολογίας, κυρίως από τη δεκαετία του 1980 και μετά, όπου προβληματοποιήθηκε τόσο η πρόσληψη του πολιτισμού, όσο και η ίδια η εθνογραφική πρακτική. Στην αναθεώρηση αυτή σημαντικό ρόλο έπαιξε η συνάντηση της Ανθρωπολογίας με τα φιλοσοφικά, ιδεολογικά και επιστημολογικά ρεύματα της ίδιας περίπου εποχής, καθώς και ο διάλογος που άνοιξε έκτοτε με άλλους επιστημονικούς κλάδους όπως η Ιστορία, η Γεωγραφία, η Αρχαιολογία, η Ψυχολογία, η Πολιτική Οικονομία, οι Μετα-αποικιακές Σπουδές κ.α

ξεναγούμενων περιηγήσεων που διερεύνησα και, αντί επιλόγου, παρουσιάζω τα βασικότερα συμπεράσματα της μελέτης.

Μέρος Α.

1. Ο τουρισμός στο νεωτερικό και «μετανεωτερικό» πλαίσιο

Ο τουρισμός είναι ένα σύνθετο φαινόμενο που συναρθρώνεται με πολλές σφαίρες της κοινωνικής, οικονομικής και πολιτισμικής ζωής, και με ασύμμετρες σχέσεις εξουσίας, έτσι όπως αυτές διαμορφώνονται στο σύγχρονο, καπιταλιστικό κόσμο. Αφορά σε ποικίλες δραστηριότητες και πρακτικές που διαφοροποιούνται στο χρόνο και στο χώρο (Hall, Williams & Lew 2004:5). Ταξίδια με στόχο την ξεκούραση, το προσκύνημα σε ιερό τόπο ή τη γνωριμία με το «άλλο» καταγράφονται από την αρχαιότητα, ωστόσο μέχρι σχετικά πρόσφατα αφορούσαν λίγους, κοινωνικά και οικονομικά προνομιούχους (ό.π.:6). Η πορεία της νεωτερικότητας και του καπιταλισμού τον 19^ο και τον 20^ο αιώνα - με στοιχεία όπως η ανάπτυξη των μαζικών μεταφορών, η γενίκευση της εκπαίδευσης, η ανάδειξη της μεσαίας τάξης και η καθιέρωση του εργασιακού δικαιώματος στον ελεύθερο χρόνο και τις διακοπές μεταξύ άλλων - είχε ως αποτέλεσμα ο τουρισμός σταδιακά να «μαζικοποιηθεί», να παγκοσμιοποιηθεί, καθώς και να «εκδημοκρατιστεί» (Urry 1995:130,132). Σήμερα ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως η «μεγαλύτερη βιομηχανία του κόσμου» (MacCannell 2011:3), γεγονός που προκύπτει από τον όγκο των σχετικών συναλλαγών και το πλήθος των τουριστικών μετακινήσεων.⁴

Η νεωτερικότητα (modernity) είναι μια όψη της «δυτικότητας» που «ταυτίστηκε με την πίστη στη γραμμική πρόοδο, στις απόλυτες αλήθειες, στον ορθολογικό σχεδιασμό ιδανικών κοινωνικών τάξεων πραγμάτων, και στην τυποποίηση της γνώσης και της παραγωγής» (Hall, Held, McGrew 2003:29). Ο θετικιστικός, τεχνοκρατικός και ορθολογιστικός χαρακτήρας της νεωτερικότητας άρχισε να μορφοποιείται τον 18^ο αιώνα στο λόγο του Διαφωτισμού και αναπτύχθηκε τον 19^ο με τη Βιομηχανική Επανάσταση, την τεχνολογική πρόοδο, τον καπιταλισμό και τις κοινωνικές, οικονομικές και ιδεολογικές αλλαγές που συνδέθηκαν με αυτόν, για να φτάσει

⁴ Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, οι συναλλαγές που σχετίζονται με τον τουρισμό φτάνουν διεθνώς στο 9% του συνολικού ΑΕΠ, ενώ οι σχετικές θέσεις εργασίας ανέρχονται σε μια στις έντεκα. Το 2014 οι αφίξεις εισερχόμενου τουρισμού σε όλο τον κόσμο ξεπέρασαν το ένα δισεκατομμύριο, ενώ συγκριτικά το 1950 ήταν μόλις εικοσιπέντε εκατομμύρια. Επιπλέον, σε πέντε με έξι δισεκατομμύρια υπολογίζεται ο εγχώριος τουρισμός σε παγκόσμιο επίπεδο (UNWTO, Tourism Highlights, 2015 Edition).

σταδιακά να γίνει ένα παγκόσμιο φαινόμενο (ό.π.:16-17). Ωστόσο η νεωτερικότητα αποτέλεσε παράλληλα τον παραγωγό κινημάτων - όπως του Ρομαντισμού τον 18^ο και 19^ο αιώνα -, που ασκούσαν κριτική στον ορθολογισμό και έδιναν προτεραιότητα στο συναίσθημα και την επιθυμία (Oakes & Minca 2004:281). Αξίζει, επίσης, να σημειωθεί ότι η νεωτερικότητα οικοδομήθηκε πάνω στην τομή εθνικών και διεθνών διεργασιών, καθώς η «Δύση» εγκαθίδρυσε το μύθο του Ευρωπαίου ως «το ζενίθ του ανθρώπινου άθλου» και σφυρηλάτησε την ταυτότητα και τα συμφέροντά της μέσα από σχέσεις άνισης ανταλλαγής με τον υπόλοιπο κόσμο, «που συχνά έγινε αντικείμενο αποκλεισμού, κατάκτησης, αποικιοποίησης και εκμετάλλευσης» (Hall, Held, McGrew 2003:ό.π.).

Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό πεδίο στο οποίο βρήκαν την έκφρασή τους διάφοροι Λόγοι (discourses), ρεύματα και παραδείγματα της νεωτερικότητας. Ο κλασικισμός αποτέλεσε το έναυσμα για το «Grand Tour», το ταξίδι των πλούσιων και μορφωμένων Ευρωπαίων ανδρών προς αναζήτηση της «κλασικής αρχαιότητας» (Widtfelt-Meged 2010:21), το οποίο θα μπορούσε να προσεγγιστεί ως ένα προοίμιο του «πολιτιστικού τουρισμού». Το Grand Tour είχε ως στόχο την αυτοβελτίωση των αριστοκρατικών γόνων μέσω της γνώσης που θα συνέλεγαν με την παρατήρηση και την επιτόπια μαρτυρία (Craik 1997:119-120), καθώς και τη σύνδεσή τους με ένα αρχαίο παρελθόν που νοηματοδοτούσαν ως «οικείο» (Galani-Moutafi 2000:208). Κατά τη διάρκεια του 18^{ου} και του 19^{ου} αιώνα οι εξελικτικές θεωρήσεις του «Άλλου» ως απόδειξης «ενός ζωντανού αντιπροσωπευτικού δείγματος με όλες τις ατέλειες ενός μακρινού παρελθόντος που η πορεία της εξέλιξης είχε εξαλείψει στις δυτικές κοινωνίες» τροφοδότησε την ταξιδιωτική εμπειρία των Ευρωπαίων (ό.π.:207). Παράλληλα, οι νέες αντιλήψεις για την υγιεινή διαβίωση εκτός των πόλεων, η νοηματοδότηση της υπαίθρου ως τόπου αναψυχής και η αισθητική πρόσληψη της φύσης ως μεγαλειώδους (sublime) ή γραφικής (picturesque) δημιούργησαν την επιθυμία για παραθερισμό, μια πρακτική που αρχικά ήταν προνόμιο των αστικών τάξεων του δυτικού κόσμου το 18^ο αιώνα, και σταδιακά υιοθετήθηκε από όλο και μεγαλύτερα τμήματα του πληθυσμού (Corbin 1994). Η τάση για παραθερισμό, ή για ταξίδι με στόχο την επίσκεψη μνημείων και τη γνωριμία με «εξωτικούς» πολιτισμούς⁵, διατηρήθηκε και μετά τη

⁵ Ο Bruner (1991), για παράδειγμα, παρατήρησε ότι ο τουριστικός λόγος για τους «πολιτισμένους» ανθρώπους που ταξιδεύουν για την εμπειρία του «πρωτόγονου», εξωτικού, ερωτικού αφρικανικού «άλλου», προσδοκούν παράλληλα να ανακαλύψουν τις αρχέγονες ρίζες ενός δυτικού «εμείς» σε έναν

«μαζικοποίηση» του τουρισμού τον 20^ο αιώνα, αν και διαφοροποιήθηκε σημαντικά ως προς τις τουριστικές πρακτικές.

Μετά το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα, το νεωτερικό αφήγημα προόδου κλυδωνίζεται και η ραγδαία παγκοσμιοποιημένη πραγματικότητα αλλάζει το κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό σκηνικό σε ολόκληρο τον πλανήτη. Ένα νέο ρεύμα, ο «μεταμοντερνισμός», οδηγεί στην αναγνώριση της πολλαπλότητας του παγκόσμιου πολιτισμού. Πολύ μελάνι έχει χυθεί, ωστόσο, γύρω από το ζήτημα του ορισμού της «μετανεωτερικότητας» ως νέας εποχής (Hall, Held, McGrew, 2003:19), καθώς ο όρος «αποτελεί ναρκοπέδιο συγκρουόμενων εννοιών» (Harvey,2007:19). Ο D. Harvey, για παράδειγμα, δε διακρίνει «σημάδια ανάδυσης κάποιας εξ ολοκλήρου νέας μετα-καπιταλιστικής ή έστω μετα-βιομηχανικής κοινωνίας» (ό.π.:17), που θα μας επέτρεπαν να μιλάμε για «μετά» εποχή. Επισημαίνει, ωστόσο, ότι από τη δεκαετία του 1980 και μετά συντελέστηκε μια «βαθιά αλλαγή στη δομή του αισθήματος» που την χαρακτηρίζει ο κατακερματισμός, η απροσδιοριστία και η έντονη δυσπιστία σε όλους τους «ολοκληρωτικούς» Λόγους και τις μεγάλες αφηγήσεις, που «θεμελιώνουν και νομιμοποιούν την ψευδαίσθηση μιας 'οικουμενικής' ανθρώπινης ιστορίας» (ό.π.:29,100). Θα μπορούσαμε επομένως να δούμε το μοντέρνο και το μεταμοντέρνο ως τις δύο όψεις του ίδιου νομίσματος, που συνυπάρχουν ως κοσμοθεωρήσεις τουλάχιστον από το Διαφωτισμό και μετά, με την κάθε όψη να αποκτά μεγαλύτερη ή μικρότερη «βαρύτητα» ανάλογα με το ιστορικό πλαίσιο και άλλες οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές και πολιτισμικές συνθήκες.

Ανάλογοι κλυδωνισμοί και διακυμάνσεις αφορούν στο ζήτημα της πρόσληψης της ταυτότητας. Ο St. Hall (2003:403) τονίζει ότι το μοντέρνο υποκείμενο θεωρείται «φύσει» κεντρικό και ενιαίο άτομο, προικισμένο με τη δυνατότητα του Λόγου, της συνείδησης και της δράσης, με ολοκληρωμένη, ασφαλή και συνεκτική ταυτότητα καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής του. Προϊόντος του χρόνου, στο ζήτημα της συγκρότησης του νεωτερικού εαυτού προστέθηκε και η έννοια της αλληλεπίδρασης ατόμου και κοινωνίας, η οποία, ωστόσο, σταθεροποίησε ακόμη περισσότερο «τόσο τα υποκείμενα όσο και το πολιτιστικό περιβάλλον στο οποίο ζουν, καθιστώντας και τις δυο πλευρές πιο ενοποιημένες και προβλέψιμες» (ό.π.). Στη μεταμοντέρνα σκέψη, ο εαυτός νοείται ως θραυσματικός, προσωρινός, αντιφατικός και συνεχώς μεταβαλλόμενος: το υποκείμενο δεν είναι βιολογικά αλλά ιστορικά, κοινωνικά και πολιτισμικά

ανεπηρέαστο από το χρόνο κόσμο, που «καθλώνει τον Άλλο σε ένα αιώνιο παρόν» (στο Γαλάνη-Μουτάφη 1995:35).

επικαθοριζόμενο και δεν έχει ενιαία, ουσιαστική, σταθερή ή μόνιμη ταυτότητα. (ό.π.:405). Η συγκρότηση της ταυτότητας προσεγγίζεται σήμερα ως μια διαλεκτική και πολιτική διαδικασία εν εξελίξει, δηλαδή, ως ένα σύνολο πολλαπλών υπαγωγών που λαμβάνουν χώρα σε ένα ρευστό περιβάλλον και έχουν σχέση με πολιτισμικά αναγνωρισμένες συνθήκες και με κυρίαρχα σχήματα ταξινόμησης (Γκέφου-Μαδιανού 2004, 2006).

Ο τουρισμός αποτελεί ένα χρήσιμο πεδίο για να εξετάσουμε πως επικαλύπτονται ή αντιτίθενται οι νεωτερικές και οι «μετανεωτερικές» αντιλήψεις. Αν θεωρήσουμε ότι η νεωτερική κοσμοθεώρηση βασίζεται σε ταξινομικούς δυισμούς, όπως «υποκείμενο - αντικείμενο, πνεύμα - σώμα, πολιτισμός - φύση, πρόοδος - παράδοση» κ.ά. (Oakes & Minca 2004:281), τότε η τουριστική εμπειρία μπορεί να ιδωθεί ως ένας τρόπος ώστε τα υποκείμενα να συγκρίνουν και νοηματοδοτήσουν τον κόσμο και τον εαυτό τους στη βάση διπολικών λογικών αρχών, ο οποίος παραμένει σε χρήση και στις μέρες μας (Rojek & Urry 1997:3). Στο ίδιο σχήμα, η «μετανεωτερική» σκέψη μπορεί να ερμηνευτεί ως το «άλλο» της νεωτερικότητας, που αμφισβητεί τους δυισμούς και δημιουργεί ένα ποιοτικό και αισθητικό μετασχηματισμό στον τρόπο αντίληψης και αναζήτησης της διαφορετικότητας (Oakes & Minca 2004:283, Galani-Moutafi 2000:216). Καθώς η υβριδικότητα και η ρευστότητα μεταξύ του «οικείου» και του «ξένου» γίνεται αισθητή, οι τουρίστες αναζητούν συνεχώς νέες παραστάσεις και εμπειρίες, ενώ τα «πολιτισμικά τοπία» γνωρίζουν πολλαπλές αναγνώσεις (Galani-Moutafi 2000:213,216).

2. Σύντομη σύνοψη της έρευνας για τον τουρισμό στην Ανθρωπολογία και άλλες συναφείς κοινωνικές επιστήμες.

Παράλληλα, ο τουρισμός αποτελεί ένα ξεχωριστό πεδίο ακαδημαϊκής έρευνας (Tourism Studies), που από τη δεκαετία του 1980 αντλεί μεθόδους και θεωρητικές κατευθύνσεις από την κοινωνιολογία, την ανθρωπολογία, τη γεωγραφία και την οικονομική επιστήμη μεταξύ άλλων (MacCannell 2011:35). Η τουριστική εμπειρία έχει προσληφθεί ποικιλοτρόπως από τους ερευνητές, για παράδειγμα ως ιερό προσκύνημα ή ταξίδι προς αναζήτηση της αυθεντικότητας, ως παιχνίδι, ως ένας τρόπος αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου, αλλά και ως ένα είδος εθνοτικών σχέσεων ή ως μία μορφή ιμπεριαλισμού (Γαλάνη-Μουτάφη 2002). Έχουν προταθεί, επίσης, πλήθος

ταξινομικών σχημάτων που αντιδιαστέλλουν «είδη» τουρισμού⁶ και διάφορους τύπους τουριστών (βλ Burns 1999:42-47). Αρκετές από αυτές τις τυπολογίες ιεραρχούν τους τουρίστες με μικρές παραλλαγές: πριμοδοτώντας τον τύπο του «εξερευνητή» ή του «ταξιδιώτη» - που προσπαθεί να αποφύγει το εμπορευματοποιημένο τουριστικό προϊόν - έναντι του «μαζικοποιημένου τουρίστα», αναπαράγοντας με αυτόν τον τρόπο τη «δυτική» ιεράρχηση των πολιτισμικών αξιών σχετικά με το ταξίδι, που συνεχίζει να επικρατεί στην ανώτερη και μεσαία τάξη (Crang 2004:81). Όπως υποστηρίζει η V. Vainikka (2013), η έννοια του «μαζικού» τουρισμού σπανίως ορίζεται σαφώς στις μελέτες, αλλά συνδέεται συνήθως με τους τρόπους μετακίνησης, τη μαζική παραγωγή και κατανάλωση προκαθορισμένων τουριστικών προϊόντων, καθώς και με τους «μαζικοποιημένους» τουριστικούς προορισμούς που έκαναν την εμφάνισή τους μεταπολεμικά λόγω της ραγδαίας τουριστικής ανάπτυξης. Η ανθρωπογεωγράφος αναγνωρίζει δύο κατευθύνσεις στις θεωρήσεις της έρευνας για το μαζικό τουρισμό που προκύπτουν από τη διαφορετική νοηματοδότηση της «μάζας» ως ομοιογενούς ή ετερογενούς. Η πρώτη - και χρονικά - κατεύθυνση διακατέχεται σε γενικές γραμμές από μια αρνητική στάση ως προς το μαζικό τουρισμό, υποστηρίζοντας ότι τυποποιεί και εμπορευματοποιεί την τουριστική εμπειρία, ενώ οι ίδιοι οι «μαζικοποιημένοι» τουρίστες παρουσιάζονται συχνά ως παθητικοί καταναλωτές με μικρό ή χωρίς κανένα περιθώριο ατομικών επιλογών, οι οποίοι επισκέπτονται κορεσμένους προορισμούς (ό.π.:272-273).⁷ Ορισμένες από τις πιο πρόσφατες θεωρήσεις ακολουθούν την άλλη κατεύθυνση, που διακρίνει στην έννοια της «μάζας» ποσοτική και όχι ποιοτική διάσταση, και βλέπει τον μαζικό τουρισμό ως «έναν όρο-ομπρέλα ή ως ένα πολυδιάστατο συνδυασμό από πολλούς δημοφιλείς τύπους τουρισμού μεγάλης κλίμακας με διαφορετικά χαρακτηριστικά» (ό.π.:275). Με βάση το παραπάνω, όλοι οι τουρίστες συμπεριλαμβάνονται στα πλαίσια του μαζικού τουρισμού, καθώς

⁶ Καθώς ο τουρισμός είναι ένα πολύπλευρο και σύνθετο φαινόμενο, προέκυψαν σταδιακά διάφορες κατηγοριοποιήσεις του τουρισμού στην έρευνα, ανάλογα με την προέλευση των τουριστών (εισερχόμενος, εξερχόμενος, εγχώριος κτλ.), τον τρόπο που ταξιδεύουν («μαζικά» ή μη, ως μεμονωμένοι ή σε ομάδες), ή ανάλογα με το στόχο τους (ταξίδι αναψυχής, πολιτιστικός, θρησκευτικός, επαγγελματικός, ιατρικός, συνεδριακός, αστικός τουρισμός κτλ.) κ.ά. Στην πράξη αυτές οι κατηγορίες είναι αλληλοδιαπλεκόμενες και διαπερατές. Για παράδειγμα, μια ομάδα Ιταλών τουριστών σε μια κρουαζιέρα στη Μεσόγειο μπορεί να επισκέπτεται το «Σπήλαιο της Αποκάλυψης» στην Πάτμο για θρησκευτικούς λόγους, να περιηγείται στην Πομπηία κάνοντας «πολιτιστικό» τουρισμό και παράλληλα να ξεκουράζεται στην πισίνα του κρουαζιερόπλοιου.

⁷ Το να είναι κάποιος «τουρίστας» θεωρείται απαξιωτικό, συχνά και από τους ίδιους τους τουρίστες (Crawshaw & Urry 1997:178).

χρησιμοποιούν μεν τις υπηρεσίες που προσφέρονται, με τη διαφορά ότι αναγνωρίζεται και τονίζεται η δυνατότητά τους να κάνουν προσωπικές επιλογές συνδυάζοντάς τες και να παράγουν τις τουριστικές εμπειρίες που επιθυμούν ανάλογα με τα κίνητρά τους (ό.π.:277). Σε αυτό ασφαλώς συμβάλλει η μεγαλύτερη ποικιλία δραστηριοτήτων που παρέχονται στις μέρες μας, οι οποίες εξαρτώνται από τα τοπικά χαρακτηριστικά κάθε προορισμού και ανανεώνονται διαρκώς για να καλύψουν ειδικές ανάγκες και ενδιαφέροντα (ό.π.:278).

Οι νοηματοδοτήσεις του μαζικού τουρισμού οδήγησαν στη μελέτη της συνύφανσης του τουρισμού με την αναζήτηση της «αυθεντικότητας», την εμπορευματοποίηση και την ταυτότητα, παράγοντας διαφορετικές προσεγγίσεις⁸. Ο ιστορικός D.J. Boorstin (1964), για παράδειγμα, μιλά για την επιθυμία του τουρίστα για «επινοημένα» τουριστικά θέλγητρα και τα «ψευδοσυμβάντα», απότοκα της μη-αυθεντικότητας της νεωτερικότητας, τα οποία αυξάνουν το χάσμα μεταξύ πραγματικότητας και μαζικής τουριστικής εμπειρίας. Ο κοινωνιολόγος D. MacCannell (1973), αντίθετα, βλέπει την αναζήτηση της αυθεντικότητας ως δομική συνέπεια της ανάπτυξης του τουρισμού, καθώς αντιπροσωπεύει τη σύγχρονη εκδοχή μιας παγκόσμιας ενασχόλησης με το «ιερό». Στην προσέγγιση αυτή ο τουρίστας προσεγγίζεται ως προσκυνητής του σημερινού εκκοσμικευμένου κόσμου (ό.π.:693) που αποτίει φόρο τιμής σε «θέλγητρα» της νεωτερικότητας, τα οποία αποτελούν κοινωνικά σύμβολα ύψιστης σημασίας και αντίπαλο δέος της αλλοτρίωσης της καθημερινότητας. Συνεπώς, οι ντόπιοι και οι επαγγελματίες του τουρισμού κατασκευάζουν «τουριστικούς χώρους» (tourist spaces) που παρουσιάζονται στους τουρίστες ως «γνήσιοι», προβάλλοντας μια «σκηνοθετημένη αυθεντικότητα» (staged authenticity). Μη αποδεχόμενος την άποψη του MacCannell, ο E. Cohen (1988) θεωρεί ότι η «αυθεντικότητα» συνιστά μια κοινωνικά κατασκευασμένη έννοια η οποία δεν είναι δεδομένη αλλά διαπραγματεύσιμη και εισάγει την έννοια της «αναδυόμενης αυθεντικότητας» (emergent authenticity). Υιοθετώντας την ίδια οπτική, ο D. Greenwood γράφει ότι «όλοι οι πολιτισμοί εμπλέκονται διαρκώς στη διαδικασία «αυτό-κατασκευής» (1982:27), προσεγγίζοντας την «αυθεντικότητα» ως ένα δυναμικό φαινόμενο, καθώς τα σημερινά «σκηνοθετημένα» τουριστικά θέλγητρα ενδέχεται να μετατραπούν σε «αυθεντικά» στο μέλλον. Ο Ed. Bruner (1991:240-241), ωστόσο, σημειώνει ότι η αυθεντικότητα απαιτεί την ύπαρξη ενός γνήσιου πρωτότυπου, αλλά, όπως έδειξαν οι

⁸ Η σύνοψη που ακολουθεί αντλεί υλικό από το Γαλάνη-Μουτάφη, 1995.

Γάλλοι μεταδομιστές, δεν υπάρχουν πρωτότυπα παρά μόνον ανεξάντλητα αντίγραφα. Θεωρεί επομένως ότι οι περισσότεροι τουρίστες δεν πέφτουν θύματα εξαπάτησης, ούτε αναζητούν αναγκαστικά αυθεντικές εμπειρίες σε άλλους τόπους. Έτσι, η έννοια της αυθεντικότητας για τον Bruner εντοπίζεται περισσότερο στις προϋποθέσεις του δυτικού μελετητή παρά στη σκέψη των τουριστών ή των κατοίκων των τουριστικών τόπων.

Η εμπορευματοποίηση αποτελεί μια ακόμη όψη της τουριστικής πραγματικότητας που απασχόλησε τους μελετητές, καθώς, όπως γράφει ο A. Appadurai (1986:15), οι συναλλαγές με «ξένους» οριοθετούν ένα πλαίσιο για την εμπορευματοποίηση πραγμάτων, τα οποία διαφορετικά προστατεύονται και αποκλείονται από το ενδεχόμενο να μετατραπούν σε εμπορεύματα. Έτσι, τίθεται το ερώτημα του ποιά είναι η τύχη, για παράδειγμα θρησκευτικών, κοινωνικών ή πολιτισμικών σημασιών, ιδεών ή αξιών, από τη στιγμή που εμπορευματοποιούνται κάτω από την επίδραση του τουρισμού. Ο Greenwood (1989) θεωρεί ότι τα πολιτισμικά προϊόντα που μετατρέπονται σε «εμπορεύματα» χάνουν τη σημασία τους για τους ντόπιους, οι οποίοι αρχίζουν να αδιαφορούν για την παραγωγή τους, δεδομένου ότι συνήθως η διαδικασία αυτή έχει να κάνει με πρωτοβουλίες των «μεσολαβητών πολιτισμού» (culture brokers) και μη ντόπιων επιχειρηματικών παραγόντων που εκμεταλλεύονται τους γηγενείς πληθυσμούς και την πολιτισμική τους παράδοση. Η άποψη αυτή, ωστόσο, δεν μπορεί παρά να είναι απλουστευτική γενίκευση, καθώς υπάρχουν πολλά παραδείγματα που δείχνουν το αντίθετο (Γαλάνη-Μουτάφη 1995:33). Εξάλλου, σε πολλές περιπτώσεις τα ίδια τα δρώμενα - υποδοχείς και τουρίστες - δεν θεωρούν ότι πρόκειται αναγκαστικά για εμπορευματοποίηση και «ψευδογεγονότα», αλλά διακρίνουν έναν βαθμό συνέχειας στην παλιά και τη νέα κατάσταση, καθώς προϊόντα που προορίζονται για την τουριστικά αγορά ενσωματώνονται στην εθνική ή πολιτισμική ταυτότητα των ντόπιων.

Σχετικά με τις τουριστικές αναπαραστάσεις της ταυτότητας και της ετερότητας, η μεταμοντέρνα ανθρωπολογική οπτική στέκεται ιδιαίτερα στο θέμα των σχέσεων εξουσίας, της κειμενικότητας, της ερμηνείας, των διαφορετικών Λόγων ή των «καθεστώτων αλήθειας». Με άλλα λόγια, ο τουρισμός για τους ανθρωπολόγους συνιστά ένα είδος φακού που μεγεθύνει την πολύπλοκη σχέση αλληλεξάρτησης του «οικείου» και του «άλλου». Θα μπορούσαμε να πούμε ότι σήμερα η Ανθρωπολογία προσεγγίζει την τουριστική διαδικασία ως ευρύτερη έννοια μιας σειράς πρακτικών ανθρώπινης κινητικότητας στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, οι οποίες

συναρτώνται με την «απεδαφοποίηση» της ταυτότητας και την επαναχάραξη των ορίων του συνανήκειν. Χάρη στο έργο των M. Foucault (1987)⁹, St. Hall (1997)¹⁰ και Ed. Said (1996)¹¹ μεταξύ άλλων, ήρθε στο προσκήνιο της μελέτης της τουριστικής διαδικασίας η δύναμη των κυρίαρχων ηγεμονικών αφηγήσεων που οργανώνουν και νοηματοδοτούν την τουριστική διαντίδραση, τόσο για τον τουρίστα, όσο και για τον τόπο. Ένα παράδειγμα τέτοιου είδους αναλύσεων αποτελεί η μελέτη των C. Crawshaw και J. Urry (1997), οι οποίοι θεωρούν ότι η τουριστική εμπειρία αφορά σε όλες τις αισθήσεις σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, ωστόσο έχει συσχετιστεί άμεσα με την όραση, που στις νεωτερικές δυτικές κοινωνίες αναδείχθηκε ως η «ευγενέστερη των αισθήσεων» (ό.π.:177). Ο Urry (2002) μιλά επίσης για το «τουριστικό βλέμμα», εμπνεόμενος από τον Foucault, θεωρώντας ότι διάφοροι λόγοι διαμόρφωσαν ιστορικά ορισμένους τρόπους θέασης που σχετίζονται με την οπτική απόλαυση και κατανάλωση. Το «τουριστικό βλέμμα», επικουρούμενο από τις πρακτικές προώθησης της τουριστικής βιομηχανίας, αντικειμενοποιεί τόπους, ανθρώπους και πολιτισμούς, και συντελεί στην τουριστική πρακτική της «συλλογής» αξιοθέατων που κυριαρχεί σε ορισμένα ταξιδιωτικά πρότυπα (Crawshaw & Urry 1997:177). Αυτός ο τρόπος θέασης αναπαράγει τις «ηγεμονικές» κατασκευασμένες εικόνες για τους τόπους, αλλά δεν αποκλείει την πιθανότητα «εναλλακτικών» θεάσεων εκ μέρους των τουριστών που ακολουθούν διαφορετικές τουριστικές πρακτικές (ό.π.:79).

⁹ Ο Foucault επισημαίνει τη σχέση της ιστορίας με την εξουσία και την υποκειμενικότητα και υποστηρίζει ότι, στο ιστορικό συμφραζόμενο της νεωτερικότητας και του καπιταλισμού, η εξουσία στοχεύει στη δημιουργία υποκειμένων που αυτό-πειθαρχούν και παράγουν. Η εξουσία διασπείρεται σε πολλαπλές σχέσεις εξουσίας, διαπλέκεται με τη γνώση και νομιμοποιείται από αυτήν, διαχέεται και περιβάλλει τα άτομα και παράγει σχέσεις, επιθυμίες, θετικότητα, γοητεία, έργο, ιδέες κ.ά., τη συνισταμένη των οποίων αποτελούν τα «καθεστώτα αλήθειας». Οι σχέσεις εξουσίας σπονδυλώνονται σε πολλαπλούς και πολύσημους *Λόγους* και *Αντι-λόγους* που λειτουργούν ως μηχανισμοί καθυπόταξης των ανθρωπίνων σωμάτων. Πρόκειται για μια *Μικροφυσικής της εξουσίας*, η οποία ασκείται πάντα επί των ανθρωπίνων σωμάτων και μέσω αυτών, με ρητούς και άρητους, αισθητούς και ανεπαίσθητους τρόπους.

¹⁰ Ο Hall υποστηρίζει ότι ο κάθε δημιουργός συγκροτεί το δικό του «καθεστώς αναπαράστασης» που αλληλεπιδρά με «καθεστώτα θέασης», τα οποία ποικίλουν ανάλογα με το φύλο, την ηλικία, το ταξικό, οικονομικό, μορφωτικό επίπεδο και άλλα χαρακτηριστικά του κοινού, καθώς και τις χωρο-χρονικές του συντεταγμένες.

¹¹ Στο «Οριενταλισμός», το εμβληματικό έργο του Said, στοιχειοθετείται η «Ανατολή» ως ένα «δυτικό» πολιτικό και πολιτισμικό γεγονός, με άλλα λόγια, μια μακρά οντολογική, πολιτισμική, ιδεολογική, επιστημολογική και πολιτική παράδοση πρόσληψης της «Ανατολής» ως εξωτερικής της «Δύσης».

3. Αστικός και πολιτιστικός τουρισμός

Πολλοί μελετητές του τουρισμού επισημαίνουν ότι οι περισσότεροι τουρίστες πλέον προέρχονται από αστικούς πληθυσμούς και παράλληλα οι πόλεις αναδεικνύονται σε όλο και πιο δημοφιλείς προορισμούς (Pasquinelli 2015:4), γεγονός που σχετίζεται με την παγκοσμιοποίηση, την αποβιομηχάνιση και την αστικοποίηση, και έχει ποικίλες οικονομικές, χωρικές, κοινωνικές και πολιτισμικές επιδράσεις (βλ. Uysal 2015:12). Τα παραπάνω οδήγησαν στη δημιουργία του «αστικού» τουρισμού (urban ή city tourism) ως διακριτού πεδίου μελέτης, που θεμελιώθηκε θεωρητικά στα τέλη της δεκαετίας του 1980. Ο G. Ashworth και ο H. Voogd (1990) ασχολήθηκαν πρώτοι με την «τουριστική-ιστορική πόλη», και από τότε η έρευνα έχει αποκτήσει διάφορες κατευθύνσεις, που έχουν να κάνουν τόσο με το σχεδιασμό, τη διατήρηση, τη διαχείριση και την προώθηση της πόλης και της πολιτιστικής κληρονομιάς της, όσο και με ερωτήματα σχετικά με κοινωνικές και πολιτισμικές όψεις του φαινομένου. Η παρουσίαση της πόλης ως «προϊόν» άλλωστε αποτελεί «μια σύνθετη εμπορική συναλλαγή η οποία απαιτεί πώληση σημασιών, αισθήσεων και εικόνων σχετικών με την πόλη, καθώς και χειροπιαστών ή μη ιδιοτήτων των συγκεκριμένων αστικών χώρων» (Stevenson 2007:156).

Θα μπορούσαμε να ορίσουμε τον αστικό τουρισμό ως «έναν ειδικό τύπο τουρισμού, που καλύπτει κυρίως τις επισκέψεις μέσα στη πόλη και απαρτίζεται από δραστηριότητες, όπως τις επισκέψεις σε γειτονιές ιστορικού ή αρχιτεκτονικού ενδιαφέροντος, τη συμμετοχή σε πολιτιστικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις και τη συναναστροφή με διαφορετικούς τρόπους ζωής που θεωρούνται αστικοί» (Uysal 2015:14). Ο αστικός τουρισμός, επομένως, δεν αφορά μόνο στην παραμονή τουριστών για ένα μικρό σχετικά διάστημα σε μία πόλη, αλλά σχετίζεται με συγκεκριμένες υποδομές και δραστηριότητες που προσφέρονται στους αστικούς χώρους ή και αλλού (ό.π). Σύμφωνα με τη θεώρηση των Ashworth και Page (2011), θα μπορούσε να μιλήσει κανείς για «αστικούς τουρισμούς» στον πληθυντικό, ώστε ο όρος να ανταποκρίνεται καλύτερα στους διαφορετικούς στόχους της επίσκεψης σε μια πόλη. Οι ερευνητές σημειώνουν ότι οι τουρίστες χρησιμοποιούν κτήρια και υπηρεσίες της πόλης που δεν έχουν κατασκευαστεί αποκλειστικά για αυτούς, επομένως η μελέτη του αστικού τουρισμού εξαρτάται από το γενικότερο πλαίσιο της πόλης στην οποία πραγματοποιείται η επίσκεψη (ό.π.:3). Κατά κύριο λόγο, οι μελετητές του αστικού

τουρισμού επικεντρώθηκαν στα τμήματα των πόλεων που θεωρούνται «τουριστικές φυσαλίδες», δηλαδή σε σχεδόν περιχαρακωμένες περιοχές όπου κινούνται οι τουρίστες και δημιουργούνται συνθήκες «σκηνοθετημένης αυθεντικότητας» και έντονου καταναλωτισμού (Pasquinelli 2015:14). Σύγχρονες εξελίξεις στην έρευνα ωστόσο κάνουν λόγο για την αλληλεπίδραση μεταξύ της τουριστικής περιοχής και της καθημερινότητας εκτός αυτής, καθώς και για την κινητικότητα και το ενδιαφέρον των τουριστών για δραστηριότητες εκτός των πλαισίων της (ό.π.).

Ορισμένες από τις δραστηριότητες του αστικού τουρισμού ταυτίζονται με αυτές του «πολιτιστικού τουρισμού», που αναπτύχθηκε κυρίως από τα μέσα της δεκαετίας του 1980. Ο πολιτιστικός τουρισμός αφορά σε τουριστικές εμπειρίες σχετικές με πολιτισμικούς χώρους, αξιοθέατα και δράσεις που προσφέρουν μια εκδοχή «ετερότητας» σε διάφορα επίπεδα και πεδία. Ο Ch. Rojek (1997), σημειώνει ότι οι πρώτες εικόνες που έρχονται στο νου με τη λέξη «αξιοθέατα» είναι κατά κύριο λόγο κτίσματα, καλλιτεχνικά έργα ή χώροι που έχουν αποκτήσει εμβληματικό στάτους γιατί διαθέτουν «αύρα» - με την έννοια που ο Walter Benjamin αποδίδει στον όρο -, η οποία είναι δηλωτική της φυσικής ή πολιτισμικής απόστασης από τον επισκέπτη και τον παρακινεί να τα βιώσει. Ο Rojek θεωρεί ότι «ο μύθος και η και φαντασία παίζουν έναν ασυνήθιστα μεγάλο ρόλο στην κοινωνική κατασκευή του ταξιδιού και ειδικά των αξιοθέατων» (ό.π.:53). Επισημαίνει ότι με διάφορα μέσα - όπως για παράδειγμα η προβολή των προορισμών από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας - παράγονται και «αρχαιοθετούνται» οπτικές, κειμενικές και συμβολικές αναπαραστάσεις που καθιστούν τα αξιοθέατα ιδιαίτερα, αλλά και οικεία στην καθημερινή κουλτούρα. Οι αναπαραστάσεις αυτές «ανασύρονται» ενσυνείδητα ή ασυνείδητα από τους εν δυνάμει τουρίστες και τους δημιουργούν την επιθυμία να τα επισκεφθούν, ενώ, ταυτόχρονα, τους παρέχουν διάφορους τρόπους νοηματοδότησης των αξιοθέατων.

Καθώς ο τουρισμός και η κουλτούρα συμβαδίζουν και αλληλοδιαπλέκονται όλο και περισσότερο τις τελευταίες δεκαετίες, οι αναπαραστάσεις και τα σύμβολα που προβάλλονται από την πολιτισμική βιομηχανία οδηγούν στην «πολιτιστικοποίηση» της κοινωνίας, μια «από-διαφοροποίηση μεταξύ κάθε είδους κοινωνικής και πολιτισμικής σφαίρας, οι οποίες προηγουμένως ήταν διακριτές» (Rojek & Urty 1997: 3). Επομένως, ο τουρισμός προβάλλεται σε μεγάλο βαθμό ως μια εκπαιδευτική και ανταποδοτική εμπειρία, της οποίας πηγή και παράγωγο αποτελεί ο πολιτισμός (Craik 1997:113). Οι πολιτισμικές εξελίξεις οδηγούν σε μια δυναμική διαδικασία διαπραγμάτευσης και

παραγωγής νέων τουριστικών-πολιτισμικών προϊόντων και «αυθεντικότητας» (ό.π.), μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται τα αξιοθέατα. Ο D. MacCannell (2011) υποστηρίζει ότι το τουριστικό θέλγητρο (attraction) συνίσταται από το ίδιο το «αξιοθέατο» ή «θεατό αντικείμενο» (sight) μαζί με κάποια «ένδειξη» (marker). Οι «ενδείξεις» ποικίλουν: μπορεί να συνίστανται σε μια απλή πινακίδα ή ακόμα σε έναν ή περισσότερους «λόγους» που δίνουν ξεχωριστό νόημα στο αντικείμενο και του προσδίδουν αξία, καθώς «οτιδήποτε είναι δυνητικά ένα θέλγητρο, αρκεί κάποιος να το επισημάνει σε κάποιον άλλον ως αξιοσημείωτο ή άξιο θέασης» (1999: 192). Επομένως, η διαμόρφωσή του «αξιοθέατου» σύμφωνα με τον MacCannell είναι μια κοινωνική διαδικασία κατασκευής, μέρος της οποίας συνίσταται στη σύνδεση των ίδιων των «αντικειμένων» και των διάφορων «λόγων», οι οποίοι ήδη υπάρχουν εκτός του τουριστικού πλαισίου (Frenzel & Blakeman 2015:88, Crang 2004:77). Η διαδικασία αυτή, όπως θα δούμε, συμπληρώνεται με πρακτικές και επιτελέσεις που καθιστούν δυνατή την αξιολόγηση, την πρόσβαση, τη θέαση και την ερμηνεία του «αντικειμένου», μια εκ των οποίων είναι η ξεναγόμενη περιήγηση.

Η C. Pasquinelli σημειώνει ότι η τουριστική αγορά προσπαθεί να καλύψει τα συνεχώς αυξανόμενα ειδικά ενδιαφέροντα των πελατών της, οι οποίοι κατηγοριοποιούνται συχνά στην έρευνα, με βάση τις κυρίαρχες ταξινομήσεις που προαναφέραμε, στους τύπους του «αστικού τουρίστα» και του «αστικού ταξιδιώτη» (2015:11). Ο πρώτος τύπος αναφέρεται στον «παραδοσιακό-πολιτιστικό» τουρίστα που θα πραγματοποιήσει «τυποποιημένες επισκέψεις σε μουσεία και μνημεία, με στόχο να δει ‘μια αισθητική ή ιστορική τελειότητα’» και να σχηματίσει αναμνήσεις, και αφού έχει ολοκληρώσει αυτό το στόχο με «παθητικές» και καταναλωτικές δραστηριότητες, «δεν έχει πια λόγο να επισκεφτεί ξανά αυτήν την πόλη» (ό.π.:12). Ο δεύτερος τύπος του «αστικού ταξιδιώτη» θεωρείται ότι αναδύεται στις μέρες μας, ή ότι ίσως συνδυάζεται με τον πρώτο. Ο τύπος αυτός αναφέρεται στην κατηγορία τουριστών που αναζητούν λιγότερο εμπορευματοποιημένες δραστηριότητες, ώστε να αποκτήσουν την «αστική εμπειρία» μέσω βιωματικής εκμάθησης και συγκέντρωσης γνώσεων για την «αστική καθημερινότητα» και τη «σύνδεση μεταξύ της ιστορίας και της σύγχρονης προόδου της πόλης» (ό.π.:11). Οι αστικοί ταξιδιώτες, με λίγα λόγια, προσπαθούν να «ζήσουν σαν ντόπιοι», δημιουργώντας επαφές με τους κατοίκους της πόλης και λαμβάνοντας πληροφόρηση από αυτούς, στην αναζήτησή τους για μια πιο «αυθεντική» και όχι «σκηνοθετημένη» εικόνα (ό.π.:13). Οι τύποι αυτοί συμπεριλαμβάνουν και τους

ντόπιους πολίτες, γιατί ενώ οι επισκέπτες της πόλης συμπεριφέρονται σαν προσωρινοί κάτοικοι, οι κάτοικοι συμπεριφέρονται «σαν να ήταν τουρίστες» όσον αφορά στην πολιτισμική κατανάλωση, αλλά σε μεγάλο βαθμό και στις καθημερινές δραστηριότητες (ό.π.:10).

Από τη στιγμή που ο τουρισμός «μαζικοποιήθηκε», με την έννοια ότι η δυνατότητα να ταξιδέψει κανείς δεν ήταν πια προνόμιο μόνο των ανώτερων τάξεων, ήταν επόμενο να ανακαλυφθούν άλλοι τρόποι «διάκρισης» (Bourdieu 2011). Έτσι, οι επιλογές στο κόστος και την ποιότητα των υπηρεσιών, στους προορισμούς, αλλά και στις δραστηριότητες που θα πραγματοποιήσουν εκεί οι τουρίστες αποκτούν μεγάλη σημασία, αφού όλα αυτά καθορίζουν τον τρόπο να αποκτήσει κανείς «κοινωνικό» ή «πολιτισμικό» κεφάλαιο (Crang 2004:81). Κατά συνέπεια, εμφανίζονται συνεχώς νέες τουριστικές τάσεις και μόδες - που προσδίδουν ίσως μια «εξερευνητική» χροιά στο ταξίδι -, οι οποίες σταδιακά γίνονται κοινός τόπος και ανακαλύπτονται νέες. Σήμερα, οι νέες τουριστικές μόδες, που διαμορφώνονται και διαδίδονται σχεδόν αυτόματα μέσω του διαδικτύου, δίνουν την έμφαση στο «εναλλακτικό», το «βιωματικό», το «τοπικό», το «καθημερινό» και το «μη τουριστικό». Από αυτή τη σκοπιά, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει ένα είδος μεταμοντέρνας κατανάλωσης, καθώς οι τουρίστες σχηματίζουν την ταυτότητά τους μέσω των επιλογών τους (Pasquinelli 2015:12).

4. Οι ξεναγούμενες περιηγήσεις

α. Η ξεναγούμενη περιήγηση ως καταναλωτικό προϊόν και ως κοινωνική πρακτική

Ο MacCannell ορίζει την πράξη τού να βλέπει κανείς τα αξιοθέατα ως «μια προσπάθεια που βασίζεται στην επιθυμία να συνδεθεί κανείς ηθικά με κάποιον ή κάτι 'άλλο', όπως αυτό αναπαρίσταται ή ενσωματώνεται σε ένα αξιοθέατο» (2011:7). Η ξεναγούμενη περιήγηση (guided tour) ή απλά ξενάγηση, αποτελεί ίσως την «εμβληματική τουριστική δραστηριότητα» που αποσκοπεί στην ικανοποίηση αυτής της επιθυμίας, με τη διαμεσολάβηση του/της ξεναγού (Witdfeld-Meged 2010:9,216). Ιδιαίτερα στο πεδίο του αστικού τουρισμού, η ξεναγούμενη περιήγηση αποτελεί ένα δημοφιλή και ευρύτατα διαδεδομένο τρόπο γνωριμίας με την πόλη. Ως προϊόντα του πολιτιστικού τουρισμού, οι ξεναγούμενες περιηγήσεις οργανώνονται, προωθούνται και πωλούνται κατά κύριο λόγο από επαγγελματίες, ημιεπαγγελματίες ή ακόμα και ερασιτέχνες στην

τουριστική αγορά (Witdfeld-Meged 2010:110), οι οποίοι διαμορφώνουν το πρόγραμμα της εκάστοτε περιήγησης αναλόγως τη ζήτηση, τις τοπικές συνθήκες και τα τοπικά «αξιοθέατα». Συνήθως περιλαμβάνουν επισκέψεις σε μνημεία, μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους ή άλλους χώρους που σχετίζονται με τη θεματική της περιήγησης. Κατά τη διάρκεια της ξεναγούμενης περιήγησης, ο/η ξεναγός αναλαμβάνει να δείξει, να εξηγήσει και να ερμηνεύσει σε ένα άλλο υποκείμενο ή ομάδα τα «αξιοθέατα» που περιλαμβάνει το πρόγραμμα της περιήγησης, η οποία πραγματοποιείται είτε περπατώντας, είτε με τη χρήση κάποιου μεταφορικού μέσου σε μια ή περισσότερες περιοχές.

Εκτός από καταναλωτικό προϊόν, η ξεναγούμενη περιήγηση αποτελεί μια ενσώματη κοινωνική πρακτική, που επικαθορίζει σε μεγάλο βαθμό τη δράση των υποκειμένων που συμμετέχουν και επιδρά στη διαμόρφωση του «αξιοθέατου».¹² Όπως σημειώνει η Witdfeld-Meged (2010:29), η έρευνα για την ξεναγούμενη περιήγηση ως πρακτική είναι πολύ περιορισμένη. Σύμφωνα με τη θεώρηση του P. Bourdieu (2006), η «πρακτική» είναι χρονικά και χωρικά προσδιορισμένη, και αποτελεί ένα σύστημα που αναπαράγει τις κοινωνικές νόρμες.¹³ Με αυτήν την οπτική, ο Bourdieu θα έβλεπε στην πρακτική της ξεναγούμενης περιήγησης «το αποτέλεσμα διαδικασιών που δεν είναι ούτε εντελώς συνειδητές ούτε εντελώς ασυνειδητές, ριζωμένες σε μια συνεχή διαδικασία μάθησης που ξεκινά στην παιδική ηλικία, και διαμέσου της οποίας οι δρώντες γνωρίζουν - χωρίς να το αντιλαμβάνονται - τι είναι σωστό να κάνουν» (Jenkins 1992:44). Επομένως, η ξεναγούμενη περιήγηση, ως πρακτική, είναι απότοκη κάποιου είδους εκμάθησης και έχει κανόνες.¹⁴ Ωστόσο, οι διαφορετικές «έξεις» των

¹² Η πρακτική των ξεναγούμενων περιηγήσεων δεν περιορίζεται μόνο στα τουριστικά πλαίσια, αλλά εφαρμόζεται σε πολλά πεδία: στην εκπαίδευση, στις επιχειρήσεις, σε κοινωνικές δράσεις, ή εντελώς ανεπίσημα στην καθημερινότητα (π.χ. ο ιδιοκτήτης ενός νέου σπιτιού δείχνει τα δωμάτια στους φίλους του).

¹³ Το 1972, ο Pierre Bourdieu εισάγει τη Θεωρία της Πρακτικής, με την οποία γεφυρώνει τη δομή με την εμπρόθετη δράση. Στο κέντρο της θεωρίας του θέτει την έννοια του habitus, το υλικό, κοινωνικό και συμβολικό περιβάλλον που γεννά ένα ευρύ ρεπερτόριο προδιαθέσεων και υπαγορεύει στο άτομο στρατηγικές δράσεις. Το habitus είναι ένας μηχανισμός που αναπαράγει «πολιτικές μυθολογίες» και «ρυθμιζόμενους αυτοσχεδιασμούς»: το υποκείμενο σωματοποιεί την «doxa», το πολιτικά αυθαίρετο της κοινωνίας του, το ενστερνίζεται ασυνείδητα σαν «αυτονόητο» και αδιαμφισβήτητη κοσμοθεωρία και το αναπαράγει με τις στρατηγικές της δράσης του (Bourdieu, 2006).

¹⁴ Οι ξεναγοί συχνά παραπονιούνται για πελάτες τους που δεν είναι «μαθημένοι» ή «πειθαρχημένοι» στο να συμμετέχουν σε μια περιήγηση γιατί π.χ. αργούν ή δε σέβονται τους κανόνες του χώρου που επισκέπτονται. Οι «εκπαιδευμένοι» τουρίστες έχουν συχνά την ίδια οπτική και κατακρίνουν όσους δεν συμβαδίζουν με τους κανόνες.

συμμετεχόντων μπορεί να συντελούν σε διαφορετική αντίληψη για το ρόλο που καλούνται να διαδραματίσουν και για το ποιά είναι η «αρμόζουσα» συμπεριφορά.

Εκ πρώτης όψεως, μπορεί να φαίνεται ότι οι τουρίστες καταναλώνουν παθητικά το πολιτισμικό προϊόν που τους προσφέρεται μέσω των «αξιοθέατων» και των εξηγήσεων του ξεναγού ή ότι ο ξεναγός επαναλαμβάνει κάθε φορά τον ίδιο λόγο ανεξάρτητα από άλλους παράγοντες. Όμως οι συμμετέχοντες, ως δρώντα υποκείμενα, επιλέγουν το βαθμό στον οποίο θα εμπλακούν και τον τρόπο με τον οποίο θα δράσουν επιτελώντας την περιήγηση, έχοντας τους δικούς τους στόχους και στρατηγικές (Witdfeld-Meged 2010:208). Η επιτέλεση αυτής της δράσης γίνεται μεν στο πλαίσιο των πρωτοκόλλων, των τελετουργιών και των έξεων που σχετίζονται με τη πρακτική της περιήγησης, αλλά δεν παύει να είναι ενδεχομενική, δηλαδή τα υποκείμενα έχουν τη δυνατότητα ως ένα βαθμό να επαναπροσδιορίσουν τη νόρμα, τους εαυτούς τους και το χώρο απροσδόκητα (Crouch 2004:88, Rojek & Urry 1997: 14). Όπως σημειώνει ο Bruner (2005:166), «η ξεναγούμενη περιήγηση έχει τη μορφή της διαλογικής επικοινωνίας μεταξύ των ερμηνευτών και μικρών ομάδων τουριστών [...] που επιτρέπει τον αυτοσχεδιασμό και αυτό διευκολύνει την κονστρουβικτική διαδικασία».

Στη διαδικασία αυτή ο/η ξεναγός βρίσκεται στο μεταξύ του «εμείς και οι άλλοι». Προσφέρει την εστίαση που «ανακουφίζει» τους τουρίστες από την υπερπληθώρα των εικόνων και εντάσσει το «άλλο» σε ένα πιο κατανοητό σύμπαν, επιλέγοντας κάθε φορά τους κώδικες με τους οποίους θα το κάνει πιο εύκολα προσβάσιμο. Ταυτόχρονα ο/η ξεναγός καθοδηγεί σε μεγάλο βαθμό την εμπειρία αυτή, ερμηνεύοντας και κατευθύνοντας το βλέμμα και την προσοχή του κοινού προς το κάθε φορά θεωρούμενο ως «αξιοθέατο». Επομένως, στο παιχνίδι της παραγωγής της γνώσης, οι ξεναγοί έχουν τον πρώτο λόγο, καθώς οι τουρίστες συνήθως επαφίενται στις εξηγήσεις των ξεναγών για να αποκρυπτογραφήσουν το πολιτισμικό «άλλο», αν και δεν είναι αμέτοχοι στη νοηματοδότησή του. Το αποτέλεσμα αυτής της συνάντησης κυμαίνεται συνήθως ανάμεσα στην αναπαραγωγή και την ακύρωση των αφηγήσεων που παρουσιάζονται, και εξαρτάται από πλήθος παραγόντων, κάποιοι από τους οποίους έχουν σχέση και με την ηλικία, την εθνικότητα, το φύλο, το μορφωτικό επίπεδο, την οικονομική επιφάνεια ή την κοινωνική τάξη του «αφηγητή» και των περιηγούμενων.

β. Η πόλη και οι ξεναγούμενες περιηγήσεις

Η πόλη ως «τόπος» έχει «διπλή φύση», σύμφωνα με τη Ρ. Κανταντζόγλου, και συνίσταται στο συνδυασμό του υλικού χώρου και των νοημάτων που του αποδίδονται, καθώς «τα εκάστοτε συμφραζόμενα της συγκρότησης του χώρου είναι αυτά που του προσδίδουν σημασίες» (2001:34). Την άποψη αυτή υποστηρίζουν και οι Α. Cinar και Τ. Bender (2007), οι οποίοι, χρησιμοποιώντας τη θεωρητική σκευή του Β. Anderson (1997) για το εθνικό κράτος, επισημαίνουν ότι το συλλογικό φαντασιακό παράγει τη «νοητική εικόνα που πραγματοποιεί και φυσικοποιεί την πόλη ως ένα πράγμα στο χώρο και το χρόνο» (ό.π.:xii). Οι ερευνητές δίνουν έμφαση στο ότι η αντίληψη μας για κάθε πόλη κατασκευάζεται και αναπαράγεται μέσα από τα νοήματα που δημιουργεί το φαντασιακό των κατοίκων της και, θα πρόσθετα, άλλων υποκειμένων που δεν κατοικούν εκεί. Όσο για το ίδιο το φαντασιακό, ή αλλιώς για την αστική κουλτούρα, σημειώνουν ότι συγκροτείται μέσω κοινωνικών διαδικασιών, συλλέγοντας στοιχεία από τον υλικό χώρο και χρησιμοποιώντας μια ποικιλία μέσων της καθημερινής εμπειρίας (ό.π.: xiv). Οι συμμετέχοντες στις ξεναγούμενες περιηγήσεις αντλούν στοιχεία από αυτές τις «συλλογικές αφηγήσεις» (Cinar & Bender 2007:xiv) και η ίδια η πρακτική της περιήγησης αποτελεί ταυτόχρονα ένα από αυτά τα μέσα που διαμορφώνουν το συλλογικό φαντασιακό για μια πόλη και το αναπαράγουν.

Πρέπει να τονιστεί ωστόσο, ότι η Αθήνα δεν είναι η «ίδια» πόλη για τον καθένα. Η Κανταντζόγλου (2001:34) σημειώνει πως «ο χώρος δεν αποτελεί οικουμενική ουσία αλλά γίνεται διαφορετικά αντιληπτός από διαφορετικά υποκείμενα και συλλογικότητες [...] Το τί είναι ο χώρος αποτελεί συνάρτηση του ποιός τον βιώνει». Όπως διευκρινίζουν οι Cinar και Bender, κάθε υποκείμενο έχει μόνο μερική εμπειρία της πόλης εξαιτίας της μοναδικής οπτικής του για αυτήν, που εξαρτάται από την ηλικία, το φύλο, την εθνικότητα, την κοινωνική τάξη, τις πολιτικές πεποιθήσεις και άλλα στοιχεία της ταυτότητάς του (ό.π.: xii). Επιπρόσθετα, οι ερευνητές κάνουν σαφές ότι η αστική εμπειρία είναι περιορισμένη και χωρικά, καθώς οι άνθρωποι ζουν και χρησιμοποιούν μόνο τμήματα της πόλης καθημερινά (ό.π.). Οι ξεναγήσεις, επομένως, ως κατασκευασμένες αναπαραστάσεις της πόλης, δεν μπορούν παρά να είναι μερικές αφηγήσεις, που συντίθενται από όψεις και θραύσματα της πόλης, τα οποία επιλέγονται και ερμηνεύονται ανάλογα και με τις υποκειμενικές νοηματοδοτήσεις.

Σύμφωνα με τον R. Park (Park & Burgess 1925), η πόλη μπορεί να θεωρηθεί ως προϊόν και παραγωγός ταυτόχρονα της σύγχρονης ζωής. Μέσα από αυτό το πρίσμα, τόσο τα υλικά ή «άυλα» αξιοθέατα, όσο και η ίδια η Αθήνα, δεν αποτελούν μόνο τον καμβά πάνω στον οποίο δημιουργούνται οι διάφορες αφηγήσεις, αλλά μπορούν να θεωρηθούν ως «δρώντα υποκείμενα»¹⁵ που μαρτυρούν και διαμορφώνουν το παρελθόν το παρόν, ίσως και το μέλλον της πόλης. Από μια άλλη οπτική, ο R. Barthes βλέπει την πόλη ως ένα πολυσήμαντο κείμενο, του οποίου το νόημα εξαρτάται από τον «αναγνώστη», δηλαδή τον χρήστη της πόλης (1997:160). Συνθέτοντας τα παραπάνω, ο D. Harvey (2007:84) προσθέτει ότι, «τόσο οι παραγωγοί, όσο και οι καταναλωτές των ‘κειμένων’ συμμετέχουν στην παραγωγή σημασιών και νοημάτων [...]. Ο παραγωγός πολιτισμικών προϊόντων δημιουργεί απλώς ακατέργαστα υλικά (θραύσματα και στοιχεία) αφήνοντας στους καταναλωτές τη δυνατότητα να συνδυάζουν εκ νέου αυτά τα στοιχεία με όποιον τρόπο επιθυμούν». Σε αυτό το μεταδομιστικό σχήμα, ο/η ξεναγός είναι συνάμα καταναλωτής και παραγωγός «κειμένων», και έχοντας το δικό του/της κριτήριο για την πόλη και τα αξιοθέατα, καταλήγει με την προσωπική του/της αφήγηση να προβάλλει, να τονίζει ή να υποβαθμίζει διαφορετικά πράγματα, συνθέτοντας, - όπως θα έλεγε ο J. Derrida - ένα «κολλάζ» και παράγοντας «ένα νόημα το οποίο δε θα μπορούσε να είναι ούτε μονοσήμαντο ούτε σταθερό» (ό.π.).

γ. «Τυπικές» και «εναλλακτικές» ξεναγούμενες περιηγήσεις και αξιοθέατα στην Αθήνα.

Όσον αφορά στις ξεναγούμενες περιηγήσεις στην Αθήνα, το βασικό προϊόν που έχει και τη μεγαλύτερη ζήτηση είναι το λεγόμενο «sightseeing»: περιλαμβάνει «γύρο της Αθήνας» με τουριστικό λεωφορείο και ξενάγηση στην Ακρόπολη. Συχνά συμπληρώνεται με επίσκεψη σε κάποιο μουσείο (συνήθως το Νέο Μουσείο Ακρόπολης ή το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο) ή/και με περιήγηση/ελεύθερο χρόνο στην Πλάκα. Ο «γύρος» (tour) στην πόλη ακολουθεί μια τυπική διαδρομή ώστε το λεωφορείο να περάσει μπροστά από τα κύρια «αξιοθέατα» του «ιστορικού κέντρου»¹⁶.

¹⁵ Ο Al. Gell προσεγγίζει τον υλικό κόσμο και τα τέχνηρα ως *ενδείκτες δράσης, οιονεί πρόσωπα* και *δευτερογενείς φορείς δράσης* που συμμετέχουν στη διαδικασία παραγωγής και αναπαραγωγής των κοινωνικών σχέσεων εντός συγκεκριμένου πλαισίου. Ο Gell υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι διοχετεύουν στα τέχνηρα την προσωπικότητά τους, τα επενδύουν με ιδέες, νοήματα και συναισθήματα, και συνάγοντας τη δράση τους εκ του αποτελέσματος, τα αναγνωρίζουν ως δρώντα (Gell,1998:20).

¹⁶ Το «ιστορικό κέντρο» της Αθήνας περιλαμβάνει τον τριγωνικό χώρο μεταξύ των πλατειών Συντάγματος, Μοναστηρακίου και Ομονοίας, καθώς και τις σύνορες περιοχές της Πλάκας, Κολωνακίου, Ψυρρή, Μεταξουργείου και Εξαρχείων. Στον πυρήνα του «ιστορικού κέντρου» βρίσκεται

Συγκεκριμένα, τα αξιοθέατα αυτά είναι το Παναθηναϊκό Στάδιο και η Βουλή (όπου και γίνεται στάση για φωτογραφίες), ο Ναός του Ολυμπίου Διός, η Πύλη του Αδριανού, η Νεοκλασική «Τριλογία» της οδού Πανεπιστημίου και η Παλιά Βουλή. Αυτό το τουριστικό προϊόν, με ελάχιστες παραλλαγές, πωλείται κατά κόρον σε επιβάτες κρουαζιέρας και σε τουρίστες που ταξιδεύουν μεμονωμένα ή σε ομάδες (groups) οι οποίοι διανυκτερεύουν στην Αθήνα ή ταξιδεύουν την ίδια μέρα για άλλο προορισμό. Την τελευταία δεκαετία, ωστόσο, νέα περιηγητικά προϊόντα ήρθαν να συμπληρώσουν την τουριστική αγορά στην Αθήνα, ακολουθώντας το παράδειγμα άλλων πόλεων. Μία κατηγορία αφορά σε περιηγήσεις χωρίς ξεναγό, αλλά με ηχογραφημένη αφήγηση σε ειδικά διαμορφωμένα τουριστικά λεωφορεία. Μια δεύτερη κατηγορία περιηγήσεων πραγματοποιείται χωρίς τη χρήση οχήματος, όπου ο/η ξεναγός οδηγεί την ομάδα των τουριστών πεζή σε ένα κομμάτι της Αθήνας (walking tours).¹⁷ Ορισμένες περιηγήσεις αυτής της κατηγορίας ακολουθούν περίπου τη διαδρομή του «κλασικού» τουρ όπως περιγράφηκε παραπάνω. Άλλες ακολουθούν διαφορετικές διαδρομές που σχετίζονται συνήθως με ένα συγκεκριμένο θέμα, δραστηριότητα ή ιστορική περίοδο, όπως για παράδειγμα το φαγητό (Food tour), τα ποτάμια της Αθήνας, ή την περίοδο της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας. Οι περιηγήσεις αυτές είναι συνήθως προϊόντα με μικρότερο κόστος, που οργανώνονται από τουριστικά γραφεία ή άλλους φορείς που απασχολούν είτε επαγγελματίες ξεναγούς είτε άλλους «ειδικούς» ή μη, για τους οποίους θα γίνει λόγος παρακάτω. Επίσης άλλοι φορείς, θεσμοί, οργανώσεις και επιχειρήσεις (όπως για παράδειγμα ο Δήμος Αθηναίων, οι Ατενίστας ή ο ραδιοφωνικός σταθμός Σκάι¹⁸) διοργανώνουν περιηγήσεις σε γειτονιές και μνημεία για το αθηναϊκό κοινό σε περιοδική ή έκτακτη βάση.

Ειδικότερα τα τελευταία πέντε χρόνια, στον καιρό της «κρίσης», παρατηρείται μια έκρηξη νέων θεματικών ξεναγούμενων περιηγήσεων που απευθύνονται είτε σε τουρίστες είτε σε κατοίκους της πόλης ή και στις δύο κατηγορίες. Ένας αντιπροσωπευτικός, αλλά όχι εξαντλητικός κατάλογος περιλαμβάνει θέματα όπως τη

το επονομαζόμενο «Εμπορικό Τρίγωνο» που ορίζεται με άξονες τις οδούς Αθηνάς, Μητροπόλεως και Σταδίου (Κουρκάκης 2008:160-162).

¹⁷ Αυτές οι περιηγήσεις συνήθως έχουν μικρότερη διάρκεια και κοστίζουν λιγότερο, γεγονός που τις καθιστά όλο και περισσότερο δημοφιλείς (Witdfeld-Meged 2010:216)

¹⁸<https://www.cityofathens.gr/katoikoi/symbainoyn-stin-poli/ksenagiseis/>,

<https://atenistas.org/draseis/>,

<http://www.oloiamaziboroume.gr/calendar/event/660/#.Vy9jo1WLTDC>(ημ. επίσκεψης 5-5-2106)

street art, την gay ζωή στην πόλη, τη μοντέρνα αρχιτεκτονική, τα πολιτικά κινήματα, την πολιτική ζωή, τις προσφυγικές πολυκατοικίες, τη ζωή των αστέγων, τη σχετική με την Αθήνα λογοτεχνική παραγωγή, την οινογνωσία.¹⁹ Επίσης, προσφέρονται περιηγήσεις με στόχο την πραγματοποίηση αγορών, τη φωτογράφιση ή την έξοδο στη νυχτερινή πόλη. Οι περιηγούμενες ξεναγήσεις αυτού του τύπου διαφημίζονται συχνά ως «βιωματικές» ή «εναλλακτικές», με την έννοια ότι δεν ακολουθούν την πεπατημένη του «τυπικού» τουρ και τα αξιοθέατα που παρουσιάζουν έχουν σχέση περισσότερο με τη σύγχρονη αστική κουλτούρα και λιγότερο με την αρχαιότητα ή τα μνημεία. Με αυτού του τύπου τις ξεναγήσεις διαφορετικές περιοχές του κέντρου ή άλλες γειτονίες της Αθήνας εγγράφονται στον τουριστικό χάρτη, ακολουθώντας την τάση του «μετανεωτερικού» αστικού τουρισμού να προτάσσει το «καθημερινό ως αυθεντικό» (Pasquinelli 2015:15).

Αυτή η παραγωγή είναι ενδεικτική της προσπάθειας να δημιουργηθούν νέα αντικείμενα για το «τουριστικό βλέμμα», που να ανταποκρίνονται στις διαφορετικές προτιμήσεις του κοινού (Urry 1995:133). Θεωρώ ότι οι «εναλλακτικές» ξεναγήσεις είναι ένα «ενδιάμεσο» προϊόν, που φαινομενικά καλύπτει την ανάγκη των τουριστών με «ταξιδιωτικές» φιλοδοξίες, αλλά μέσα σε ασφαλή πλαίσια που είναι ή φαντάζουν λιγότερο εμπορευματοποιημένα και θεσμοθετημένα. Προσφέρουν δηλαδή μια όψη του «παρασκηνίου» που ορισμένοι θεωρούν πιο «αυθεντικό» (MacCannell 2011). Πρέπει ωστόσο να σημειωθεί ότι οι «εναλλακτικές» περιηγήσεις συνηθώς αποτελούν συμπληρωματικά προϊόντα, καθώς οι περισσότεροι τουρίστες που θα τις προτιμήσουν έχουν ήδη ή πρόκειται να πραγματοποιήσουν κάποιου είδους περιήγηση στα «κλασικά» αξιοθέατα, ιδιαίτερα αν είναι η πρώτη φορά που επισκέπτονται την Αθήνα.

δ. Οι ξεναγοί και οι «ξεναγοί»

Οι ξεναγούμενες περιηγήσεις εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από το ρόλο που θα διαδραματίσει ο/η εκάστοτε ξεναγός. Οι ξεναγοί διαθέτουν «πολιτισμικό κεφάλαιο», που μπορεί να προκύπτει από την ειδική εκπαίδευσή τους, τις γενικότερες σπουδές τους ή απλά από το γεγονός ότι είναι ντόπιοι, με βάση το οποίο προσφέρουν μια υπηρεσία «δια-πολιτισμικής μετάφρασης» (Burke 2010:55, Witdfeld-Meged 2010:22). Κάθε ξεναγός βασίζεται στις γνώσεις, την εμπειρία και την προσωπικότητά του/της, ώστε να

¹⁹Βλ. ενδεικτικά <http://www.atathens.org/tours-gr.html>, <http://bigolive.org/>, <http://www.alternativeathens.com/tours.html> (ημ. επίσκεψης 5-5-2106)

συνθέσει τις αφηγήσεις και τις εξηγήσεις που προσφέρει στους τουρίστες, οι οποίες ποικίλουν ανάλογα με τις συνθήκες της εκάστοτε περιήγησης (ό.π.:13). Παρά το ότι ορισμένα τουριστικά γραφεία δίνουν κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με το τι «απαγορεύεται» να αναφερθεί στη διάρκεια της ξενάγησης²⁰, οι ξεναγοί έχουν την ελευθερία να ερμηνεύσουν τα πράγματα κατά το δοκούν και σύμφωνα με τη δική τους άποψη²¹. Πέρα από τις γνώσεις, οι ξεναγοί οφείλουν να διαθέτουν ικανότητα διαχείρισης του διαθέσιμου χρόνου, ευελιξία, ρητορικές και επικοινωνιακές δεξιότητες. Είναι συνάμα υπεύθυνοι για τη διεξαγωγή του προγράμματος, την ικανοποίηση των πελατών, καθώς και για την ασφάλειά τους. Από την άλλη πλευρά, οι ξεναγοί σπανίως αποκτούν το στάτους της «αυθεντίας», καθώς κατά τη διάρκεια της εκδρομής αναλαμβάνουν διάφορους ρόλους (Holloway, 1981:380-1) και συνάμα γίνονται και οι ίδιοι «αξιοθέατα» στα μάτια των επισκεπτών (Witdfeld-Meged 2010:21-23, 150).

Στην Ελλάδα, το επάγγελμα του ξεναγού είναι νομικά καθορισμένο²², με συγκεκριμένες διατάξεις σχετικά με την εκπαίδευση, την αδειοδότηση και τα εργασιακά δικαιώματα των ξεναγών.²³ Απαιτείται ειδική εκπαίδευση και άριστη γνώση

²⁰ Για παράδειγμα, κάποιοι εργοδότες στο χώρο της κρουαζιέρας τονίζουν ότι οι ξεναγοί δεν πρέπει να αναφέρονται σχετικά με την «κρίση», καθώς λαμβάνουν παράπονα από μερικούς πελάτες τους ότι το συγκεκριμένο θέμα είναι «καταθλιπτικό». (βλ. και Witdfeld-Meged 2010:26)

²¹ Σχετικά με τις νοηματοδοτήσεις του ρόλου τους από τους ίδιους τους ξεναγούς στην Ελλάδα βλ. Τουλουρα 2010.

²² Σύμφωνα με το πρώτο άρθρο του νόμου «710/1977 Περί Ξεναγών», «Ξεναγός (εξηγητής), κατά την έννοια του παρόντος είναι ο συνοδεύων αλλοδαπός ή ημεδαπός περιηγητής ή επισκέπτας της χώρας, καθοδηγών αυτούς και υποδεικνύων τα αξιοθέατα του τόπου, αρχαία ή ιστορικά μνημεία, καλλιτεχνικά έργα πάσης εποχής, επεξηγών εις αυτούς την σημασίαν αυτών, τον προορισμόν και την ιστορίαν των και παρέχων γενικωτέρας πληροφορίας περί της αρχαίας και της νεωτέρας Ελλάδος».

²³ Έως το 2010 οι ξεναγοί εκπαιδεύονταν δωρεάν, σε ειδικές κρατικές Σχολές Ξεναγών με διάρκεια σπουδών τα δύομισι έτη. Οι σπουδαστές εισάγονταν με ειδικές εξετάσεις σε ιστορία, γεωγραφία, έκθεση και ξένες γλώσσες. Το πρόγραμμα σπουδών περιελάμβανε εκατό μέρες εκδρομών σε όλη την Ελλάδα και επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους. Στα καθημερινά και υποχρεωτικά μαθήματα δινόταν έμφαση στην ιστορία, την αρχαιολογία και άλλα γνωστικά αντικείμενα (λαογραφία, θρησκευολογία, γεωγραφία, ιστορία της τέχνης κ.ά.), χωρίς να λείπουν ενότητες σχετικές με τεχνικές ξενάγησης, τουρισμό, πρώτες βοήθειες, ορθοφωνία κ.ά. (Τουλουρα 2010:17).

Από το 2013 οι Σχολές Ξεναγών καταργήθηκαν και αντικαταστάθηκαν από ταχύρρυθμα σεμινάρια δύο μηνών επί πληρωμή, που απευθύνονται μόνο σε πτυχιούχους, κυρίως των πανεπιστημιακών τμημάτων Ιστορίας και Αρχαιολογίας. Σύμφωνα με τις προκηρύξεις των σεμιναρίων, οι συμμετέχοντες εξειδικεύονται σε «σύγχρονες μεθόδους ερμηνείας των μνημείων και τρόπους ξενάγησης προσαρμοζόμενους σε διαφορετικές κατηγορίες κοινού», δίδεται «έμφαση λιγότερο στη γνωστική διαδικασία και περισσότερο στη βιωματική εμπειρία και διήγηση», και χρησιμοποιούνται «εργαλεία σύγχρονου επικοινωνιακού λόγου και αναπαραστατικής πρακτικής» (http://museology.web.auth.gr/dpms_postgraduate, ημ. επίσκεψης 6-5-1016).

κάποιας ξένης γλώσσας για να αποκτήσει κανείς άδεια ξεναγού, η οποία ισχύει για όλη τη χώρα. Ωστόσο, παρά το ότι μόνο οι κάτοχοι άδειας έχουν το νομικό δικαίωμα να εργάζονται ως ξεναγοί,²⁴ στην πραγματικότητα πολλοί και διάφοροι αναλαμβάνουν να ξεναγήσουν, είτε εθελοντικά είτε αμειβόμενοι: ταξιτζήδες και οδηγοί τουριστικών λεωφορείων, συνοδοί τουριστικών ομάδων από το εξωτερικό (tour leaders), ειδικοί επιστήμονες (αρχαιολόγοι, αρχιτέκτονες κτλ.), ευαίσθητες κατηγορίες πληθυσμού (άστεγοι) και άλλοι ντόπιοι και ξένοι κάτοικοι. Ορισμένοι οδηγοί και σύνοδοι θεωρούν πιθανώς τη ξεναγήση ως μια «προέκταση» του ρόλου τους, που συμφέρει τους ίδιους ή τις τουριστικές επιχειρήσεις καθώς έτσι μειώνουν το κόστος της εκδρομής. Όσο για τους «ειδικούς επιστήμονες» ή τους άλλους «κατοίκους», αυτοί συνήθως πραγματοποιούν ξεναγούμενες περιηγήσεις περιστασιακά, με στόχο ένα συμπληρωματικό εισόδημα ή λόγω ανεργίας στον κλάδο τους. Κατά κύριο λόγο αναλαμβάνουν τις λεγόμενες «εναλλακτικές» ή «βιωματικές» ξεναγήσεις ορισμένων τουριστικών γραφείων, καθότι είναι δυσκολότερο να ξεναγήσουν παράνομα μέσα σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία. Άλλοι αναζητούν πελατεία μέσα από διαδικτυακές πλατφόρμες, προτείνοντας τα δικά τους περιηγητικά προϊόντα που προσομοιάζουν στις «εναλλακτικές» περιηγήσεις ή συνδέονται με κάποια συγκεκριμένη δραστηριότητα (πχ. «ρεμπέτικο» ή «γίνε μελισσοκόμος για μια μέρα»²⁵).

Στη σημερινή συνθήκη της «κρίσης», θα μπορούσε ίσως να μιλήσει κανείς για την ανάδειξη μιας «δημιουργικής τάξης» ερασιτεχνών και επαγγελματιών ξεναγών, που αξιοποιούν τα όποια «κεφάλαια» και ταλέντα διαθέτουν ώστε να εξασφαλίσουν πόρους, ενώ παράλληλα με τη δράση τους διευρύνουν τις προσφερόμενες δραστηριότητες και δημιουργούν νέες οπτικές γωνίες στην αντίληψη των τουριστών για την Αθήνα (Guano 2015:160, Witdfeld-Meged 2010:216). Ο λόγος για την «ανταγωνιστικότητα», καθώς και η «πλουραλιστική στάση του μεταμοντερνισμού» που «νομιμοποιεί» όλες τις «φωνές» και ιδιαίτερα τις «τοπικές» ως αυθεντικές (Harvey

Τα σωματεία ξεναγών αντέδρασαν σε αυτή την εξέλιξη, θεωρώντας ότι η διάρκεια εκπαίδευσης είναι πολύ περιορισμένη, δεν εξασφαλίζεται η καλή γνώση ξένης γλώσσας, αποκλείονται από τη δυνατότητα άσκησης του επαγγέλματος οι μη πτυχιούχοι πανεπιστημίου και αδειοδοτούνται μαζικά ξεναγοί με αποτέλεσμα την ανεργία στον κλάδο.

²⁴ Επίσης, σύμφωνα με το νόμο «710/1977 Περί Ξεναγών», καθηγητές δευτεροβάθμιας και τριτοβάθμιας εκπαίδευσης δικαιούνται να ξεναγούν τους μαθητές και τους φοιτητές τους αντίστοιχα, ενώ αδειοδοτούνται προσωρινά και «πάροχοι» υπηρεσιών ξεναγήσης από αρμόδια επιτροπή.

²⁵ Ενδεικτικά, μια από αυτές τις πλατφόρμες απαριθμεί 240 «ντόπιους» <http://www.dopios.com/locals/greece/athens#&2&0> (ημ. επίσκεψης 5-5-2016).

2007:81), επιτρέπει την εμφάνιση αυτού του φαινομένου παρά τους νομικούς περιορισμούς.

Μέρος Β

I. Athens Walking Tour

Μια «κλασική» ξενάγηση στην Αθήνα πεζή (Walking tour), όπως οργανώνεται από διάφορα τουριστικά γραφεία, διαρκεί περίπου τρεις ώρες, και απευθύνεται σε ξένους τουρίστες. Πρόκειται για περιήγηση σε ένα τμήμα του «ιστορικού κέντρου» της πόλης και περιλαμβάνει στάσεις και επισκέψεις σε μνημεία και χώρους ιστορικού και αρχαιολογικού ενδιαφέροντος. Το πρόγραμμα διαμορφώνεται έτσι ώστε να συμπεριλάβει τα θεωρούμενα ως «αξιοθέατα» με βάση τον χρονικό περιορισμό. Η περιήγηση αυτή προσομοιάζει αρκετά στην «τυπική» ξενάγηση που προαναφέρθηκε, με τη διαφορά ότι οι συμμετέχοντες περπατούν από το ένα σημείο στο άλλο και επίσης ότι συνηθώς η ομάδα τουριστών είναι μικρότερη σε αριθμό.

Η περιήγηση που ακολούθησα πραγματοποιήθηκε στα αγγλικά και ξεκίνησε από την πλατεία Συντάγματος, από όπου η Ελένη²⁶, επαγγελματίας ξεναγός εδώ και έξι χρόνια, και οι οκτώ τουρίστες κατευθυνθήκαμε στο μνημείο του Αγνώστου Στρατιώτη για να παρακολουθήσουμε την αλλαγή της Προεδρικής Φρουράς. Στη συνέχεια έγινε στάση στο σταθμό του μετρό Σύνταγμα, με ξενάγηση στις προθήκες με τα ευρήματα και τον τοίχο της στρωματογραφίας της ανασκαφής. Έπειτα η ομάδα πέρασε μέσα από τον Εθνικό κήπο για να καταλήξει στο Προεδρικό Μέγαρο, και μετά από λίγα λεπτά συνέχισε προς το Ζάππειο. Ύστερα από μια σύντομη στάση εκεί και έπειτα άλλη στο Παναθηναϊκό στάδιο, περνώντας μπροστά από το άγαλμα του Βύρωνα στην οδό Βασιλίσσης Όλγας, φτάσαμε στην πύλη του Αδριανού, από όπου ξεναγηθήκαμε σχετικά με το ναό του Ολυμπίου Διός. Τέλος, ακολουθώντας τη Διονυσίου Αρεοπαγίτου, ανεβήκαμε στην Ακρόπολη και ξεναγηθήκαμε στον αρχαιολογικό χώρο αναλυτικά. Η επίσκεψη αυτή κατέλαβε χρονικά περίπου το ήμισυ της διάρκειας της περιήγησης, καθώς τα μνημεία της Ακρόπολης και κυρίως ο Παρθενώνας αποτελούν τα πιο διάσημα αξιοθέατα της πόλης.²⁷

²⁶ Τα ονόματα των ξεναγών των περιηγήσεων Walking Tour και Food tour δεν είναι τα πραγματικά.

²⁷ Σε κάποια από αυτά τα προγράμματα ακολουθεί και επίσκεψη του Νέου Μουσείου Ακρόπολης.

Πριν περάσω στην ανάλυση του πως αυτά τα αξιοθέατα νοηματοδοτήθηκαν στη συγκεκριμένη περιήγηση, πρέπει να σημειωθεί ότι ο τουρισμός στην πόλη της Αθήνας προβάλλεται από την κρατική διαφήμιση και τις τουριστικές επιχειρήσεις κυρίως ως «πολιτιστικός-αρχαιολογικός τουρισμός», με βασικό πόλο έλξης τα αρχαία μνημεία και έργα τέχνης. Το ερώτημα για τον καθορισμό των «αξιοθέατων» στο «walking tour» και άλλα παρόμοια τουριστικά προϊόντα περιστρέφεται κυρίως γύρω από την διάσταση που αποδίδεται στην έννοια του πολιτισμού, όσον αφορά στον σχεδιασμό της πολιτισμικής και τουριστικής πολιτικής του ελληνικού κράτους²⁸. Φαίνεται ότι, σε αυτό το πλαίσιο, συνεχίζει να έχει αντίκτυπο έως σήμερα η θεώρηση του πολιτισμού ως «ανώτερο στάδιο ανάπτυξης», που διαχρονικά εκδηλώνεται στις μητροπόλεις και φανερώνεται στα επιτεύγματα της τέχνης και της διανόησης (Ζορμπά 2014: 14,364,369). Επομένως, ο «πολιτισμός» νοείται περισσότερο με την έννοια του «Υψηλού Πολιτισμού» [civilization], δηλαδή της εξελικτικής θεώρησης που κυριάρχησε στις ανθρωπιστικές επιστήμες από το 18^ο αιώνα έως τα μέσα του 20^{ου} (Γκέφου-Μαδιανού 2010: 41-44, 2009: 65). Τα αρχαία και τα νεότερα μνημεία αναδεικνύονται σε αξιοθέατα με κριτήριο τη μοναδικότητα, την παλαιότητα, τη δυτικότητα και την αισθητική τελειότητα, καθώς και ως δείγματα αυτού που ήδη υπάρχει στο φαντασιακό των περισσότερων επισκεπτών

Οι λόγοι του Διαφωτισμού συνεχίζουν να υποστηρίζουν αυτά τα αξιοθέατα, καθώς αυτά σχετίστηκαν με τις μεγάλες αφηγήσεις, (καθώς) και με την πίστη σε έννοιες όπως η γραμμική πρόοδος, η ορθολογικότητα και ο θετικισμός (Harvey 2007:29). Καθώς ο τουρισμός αποτελεί πεδίο συνάντησης του «τοπικού, εθνικού και παγκόσμιου λόγου για το παρελθόν» (Χαμηλάκης 2012: 43), ήταν επόμενο η επιλογή των «αξιοθέατων» των τουριστικών περιηγήσεων να περιλαμβάνει τα υλικά τεκμήρια της αρχαιότητας «ως φορείς σταθερών αξιών» (Γιαλούρη 2010: 357-8) και ως διαπιστευτήρια τόσο της «συνέχειας» του ελληνικού έθνους, όσο και της θεώρησης της αρχαίας Ελλάδας ως «λίχνου του δυτικού Πολιτισμού». Ο δυτικός ηγεμονικός λόγος περί της ευρωπαϊκής κληρονομιάς της κλασικής αρχαιότητας, που διαμορφώθηκε την περίοδο του Διαφωτισμού, εκδηλώθηκε έκτοτε με ποικίλες μορφές στην τέχνη (π.χ. νεοκλασικισμός), τα φιλοσοφικά ρεύματα, την εκπαίδευση και την αποικιοκρατική

²⁸ Για ένα διάστημα (2009-2012) ο «Τουρισμός» συστεγαζόταν με τον «Πολιτισμό» στο ίδιο υπουργείο και αυτή η -έως πρόσφατα- συνύπαρξη είναι, συμβολικά, ενδεικτική της χρήσης του «πολιτισμού» από την πολιτική ηγεσία.

πολιτική της Ευρώπης, καθώς και με ενσώματες πρακτικές που λάμβαναν χώρα στην Ελλάδα, όπως το Grand Tour και αργότερα η αρχαιολογική έρευνα.

Από την άλλη πλευρά, ο ηγεμονικός λόγος περί πολιτισμού στην Ελλάδα, όπου «οι αρχαιότητες αποτελούν το κυριότερο συμβολικό κεφάλαιο της χώρας» (Χαμηλάκης 2012:76), έχει θεμελιωθεί κατά τη διαδικασία δημιουργίας του ελληνικού εθνικού κράτους τον 19^ο αιώνα. Σύμφωνα με τον Χαμηλάκη, το ελληνικό εθνικό φαντασιακό διαμορφώθηκε στη βάση της «αδιάσπαστης εθνικής ιστορικής συνέχειας», συνδέοντας την «ευρωπαϊκή κατασκευή μιας εξιδανικευμένης εκδοχής της κλασικής αρχαιότητας, ως γενεαλογικού θεμελίου λίθου του δυτικού πολιτισμού» με το Βυζάντιο και την Ορθοδοξία (2012:52). Συνακόλουθα, από το 19^ο αιώνα μέχρι και σήμερα, οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία προβάλλονται ως οι υλικές εκδηλώσεις και τα «ορόσημα του εθνικού εδάφους» (Χαμηλάκης 2012: 105). Οι συμβολισμοί και οι πολιτισμικές συνδηλώσεις του «εθνικού» αφηγήματος, συνεχίζουν να αποτελούν παράγοντα που επιδρά στον αυτοπροσδιορισμό της ταυτότητας των Ελλήνων, διαχωρίζοντας το εθνικό «εμείς» από τους εθνικά-εθνοτικά «άλλους» (Γκέφου-Μαδιανού 2009: 63), αλλά και συνδέοντας το «έθνος» με τη «δυτικότητα» και την «ευρωπαϊκότητα».

Στο παραπάνω πλαίσιο μπορούμε να εντάξουμε ορισμένα από τα αξιοθέατα του Walking Tour, δηλαδή τους δύο αρχαιολογικούς χώρους-μνημεία (Ακρόπολη, Πύλη του Αδριανού/Ολυμπειό), και τα εκθέματα στο Μετρό, καθώς και το πλήρως αναστηλωμένο Παναθηναϊκό Στάδιο. Η ένταξή τους στο πρόγραμμα της περιήγησης καλύπτει την ανάγκη αναζήτησης της «αυθεντικότητας» από πλευράς των επισκεπτών (Γαλάνη-Μουτάφη 1995), παρά το ότι στους παραπάνω αρχαιολογικούς χώρους έχει λάβει χώρα μια διαδικασία μνημειοποίησης και «αποκάθαρσης» από «ανεπιθύμητες» χρονικότητες με στόχο την ανάδειξη της όψης που θεωρείται ότι είχαν τα κτίσματα κατά την κλασική εποχή (Χαμηλάκης, 2009). Η θεώρηση της «αδιάσπαστης συνέχειας» της ιστορίας της Αθήνας στο χρόνο εξυπηρετείται επίσης με την αναπαράσταση της στρωματογραφίας της ανασκαφής στο σταθμό του Μετρό «Σύνταγμα», ενώ ο ίδιος ο σταθμός αντανakλά την εικόνα της «προόδου» που έχει συντελεστεί. Τα υπόλοιπα αξιοθέατα και το Στάδιο που προαναφέρθηκε βρίσκονται στον πυρήνα του «ιστορικού κέντρου», ο οποίος από τα μέσα του 19^{ου} αιώνα και εξής διαμορφώθηκε - αρχιτεκτονικά και συμβολικά - κατά κύριο λόγο με βάση το κυρίαρχο εθνικό αφήγημα. Το συγκεκριμένο τμήμα της πόλης παράγεται, αναπαράγεται,

νοηματοδοτείται και λειτουργεί στη λογική της «βιτρίνας» της πρωτεύουσας του ελληνικού κράτους, καθώς και του «έθνους» στο σύνολό του, ως κληρονόμου και προστάτη της αρχαίας παρακαταθήκης. Η σύνδεση των Ελλήνων με το αρχαίο κλασικό παρελθόν βρίσκει εφαρμογή στο πρόγραμμα της περιήγησης, αλλά ορισμένες φορές και στην αφήγηση της ξεναγού, σε παραδείγματα που αναφέρονται στη νεοκλασική μορφή των κτηρίων, καθώς και τους πρώτους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας.

Πολλοί από τους επισκέπτες επιζητούν να δουν κάτι όμορφο και σημαντικό, όμως ενδιαφέρονται παράλληλα για τη σύγχρονη ζωή και ιδιαίτερα για την πολιτική και οικονομική κατάσταση, καθώς η Ελλάδα έχει γίνει τα τελευταία χρόνια «της κρίσης» το επίκεντρο της προσοχής του διεθνούς τύπου. Για κάποιους αυτή η περιήγηση αποτελεί ένα «όνειρο ζωής», για άλλους ένα τρόπο να μην παραλείψουν τα *«must-see»* (Crang 2004:81). Στη διάρκεια της περιήγησης οι περισσότεροι τουρίστες φωτογράφιζαν και φωτογραφίζονταν μπροστά στα μνημεία. Ορισμένοι έδειξαν γοητευμένοι από την ιδέα ότι βρίσκονται στον τόπο όπου *«γεννήθηκε η δημοκρατία και ο δυτικός πολιτισμός»*, συνδέοντας την κλασική αρχαιότητα με το δικό τους πολιτισμικό παρελθόν. Μια Καναδή τουρίστρια σχολίασε με θαυμασμό, αναφερόμενοι στους Έλληνες, πως *«εσείς εδώ έχετε τόση πολλή ιστορία, ενώ η δική μας χώρα δεν είναι ούτε διακοσίων ετών»*. Σχόλια τέτοιου τύπου είναι ενδεικτικά ότι το ελληνικό εθνικό αφήγημα της «συνέχειας» που παρουσιάζεται μέσω των αξιοθέατων είναι πειστικό, αλλά και ότι συνάδει με τη γενικότερη αντίληψη των τουριστών αυτών για την έννοια του έθνους. Θα πρέπει όμως να επισημανθεί ότι στην προκειμένη περίπτωση, ότι τα αναγνωρίσιμα πολιτισμικά σύμβολα²⁹ που παρουσιάζονται κατά τη διάρκεια της ξενάγησης και που θεωρούνται κοινή κληρονομιά της νεωτερικότητας επιδρούν ορισμένες φορές αμβλύνοντας τη διαφορά μεταξύ του «εγώ» και του «Άλλου».

Κατά τη διάρκεια αυτής της ξενάγησης, η ξεναγός επιχείρησε κατά το δυνατόν να δώσει πληροφορίες σχετικά με τα μνημεία, συνοψίσει την ιστορία της πόλης, με αναφορές κυρίως στον αρχαίο πολιτισμό των κλασικών χρόνων και στο 19^ο αιώνα, αλλά και να σχολιάσει στοιχεία της καθημερινής ζωής, την οικονομική και πολιτική κατάσταση, και να απαντήσει σε απορίες. Το αφηγηματικό κομμάτι της ξενάγησης ακολούθησε ένα βασικό κορμό που έχει συνθέσει η ίδια, αλλά όπως μου δήλωσε *«κάθε φορά προσαρμόζομαι ανάλογα με το επίπεδο γνώσεων και την ηλικία των τουριστών,*

²⁹ Όπως τα σύμβολα του εθνικού κράτους και της παρακαταθήκης του αρχαίου κόσμου.

στο αν ανταποκρίνονται, στο αν καταλαβαίνουν καλά αγγλικά, τον καιρό...». Πρέπει να σημειωθεί πως παρά το ότι τα αξιοθέατα της περιήγησης προβάλλουν κυρίως τη «ριζικά δυτικιστική» εκδοχή του εθνικού αφηγήματος με την αποσύνδεσή τους από άλλες χρονικότητες, αυτό δε σημαίνει ότι η ξεναγός ακολούθησε τον ίδιο δρόμο στις αφηγήσεις της. Για παράδειγμα έκανε λόγο για τον Παρθενώνα και ως «*χριστιανική εκκλησία*» και ως «*τζαμί*», αναφέροντας ότι «*όποια και να ήταν η κυρίαρχη θρησκεία της εποχής, ο Παρθενώνας παρέμεινε ένα ιερό κτίσμα*». Αναφέρθηκε ακόμη στην αμφίροπη στάση των κατοίκων απέναντι στα αρχαία κατάλοιπα, που από την μία πλευρά «*τα θεωρούν δικά τους*» και από την άλλη «*τους δημιουργούν πρόβλημα όποτε θέλουν να χτίσουν*». Επίσης, ανέδειξε αξιοθέατα που δεν αναγράφονταν στο πρόγραμμα, καθώς, παίρνοντας αφορμή από τον περιβάλλοντα χώρο, μίλησε στους τουρίστες μεταξύ άλλων για διάφορα φυτά (νερατζιές, άκανθοι), τον «ελληνικό» καφέ και το κατέβασμα της ναζιστικής σημαίας από την Ακρόπολη από τους Γλέζο και Σάντα.

Η Ελένη επέλεξε να μοιραστεί προσωπικές της εμπειρίες από τη ζωή στην Αθήνα, ενώ ορισμένοι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να συζητήσουν με την ξεναγό ή τους άλλους συμμετέχοντες, ιδίως κατά τη διάρκεια του περπατήματος από τη μία στάση στην άλλη, γεγονός που διευκολύνθηκε από το μικρό αριθμό των τουριστών. Οι τουρίστες που επέλεξαν τη συγκεκριμένη τουριστική περιήγηση δεν ήρθαν σχεδόν καθόλου σε επικοινωνία με άλλους κατοίκους της πόλης κατά τη διάρκειά της. Η ξεναγός επομένως, εκτός από το να επιτελεί το ρόλο του «ειδικού», αποτέλεσε και η ίδια «αξιοθέατο» ως εκπρόσωπος του εθνοτικά «Άλλου». Συχνά, μέσα από αυτήν την συνάντηση καταρρίπτονται στερεότυπα που έχουν σχηματίσει αμφότεροι για την εθνοτική ταυτότητα της άλλης πλευράς, αλλά δεν λείπουν και περιπτώσεις που ενισχύονται. Η Ελένη χρησιμοποίησε το πρώτο πρόσωπο πληθυντικού αναφερόμενη είτε μόνο στους Έλληνες (πχ «*ελπίζουμε να επιστρέψουν τα γλυπτά του Παρθενώνα*») είτε συμπεριλαμβάνοντας την ομάδα των τουριστών (πχ. «*για όλους εμάς ο Παρθενώνας είναι ένα σύμβολο*»). Επίσης, η ξεναγός επέλεξε να διαχειριστεί τα στερεότυπα αναπαράγοντάς τα με χιούμορ και «προλαβαίνοντας» σχόλια των επισκεπτών. Για παράδειγμα, σχολίασε «*όπως βλέπετε αναστηλώνουμε τώρα τον Παρθενώνα. Όταν λέω 'τώρα' εννοώ εδώ και τριάντα χρόνια*». Στο σημείο αυτό οι τουρίστες γελάνε, και η ξεναγός σπεύδει να εξηγήσει σε τι συνίσταται η αναστήλωση,

κάνοντάς τους να αντιληφθούν γιατί αυτή η διαδικασία είναι χρονοβόρα και «απαραίτητη».

Σε σχέση με την πόλη της Αθήνας, το Walking tour είναι μια περιήγηση στην «επίσημη» πλευρά της, όπου τα αξιοθέατα εκπροσωπούν την κρατική και εθνική «φανταστική κοινότητα» (Αντερσον 1997, Çinar 2007, Bastea 2000) και οφείλουν να είναι μεγαλειώδη και εντυπωσιακά. Η «επίσημη» πόλη βρίσκεται εκεί όπου διατηρούνται οι αρχαιότητες ως πολιτιστική κληρονομιά, ως σύμβολα δηλαδή της σύνδεσης με το παρελθόν, και όπου τα νεότερα μνημεία (Βουλή, Ζάππειο, Προεδρικό Μέγαρο, Στάδιο) επίσης τονίζουν αυτή τη σύνδεση με τη νεοκλασική αρχιτεκτονική τους. Θα μπορούσαμε να δούμε αυτή την πλευρά της Αθήνας ως μια όψη της «αποικιακής» πόλης (King 1990), όπου επιχειρείται να γίνει εμφανής ο μετασχηματισμός που έλαβε χώρα κατά το 19^ο αιώνα και εξής, με στόχο να αναβαθμίσει την Αθήνα σε πρωτεύουσα και ευρωπαϊκή μητρόπολη. Επίσης, η περιοχή της Πλάκας συμπληρώνει την εικόνα της μνημειακής πόλης και έχει μετατραπεί σε μια «τουριστική φυσαλίδα», όπου οι τουρίστες μπορούν να καταναλώσουν τη «σκηνοθετημένη αυθεντικότητα» της «παλιάς πόλης». Η πανοραμική θέα της Αθήνας από την κορυφή της Ακρόπολης αποτελεί ένα ακόμη αξιοθέατο. Σύμφωνα με τον M. de Certeau, καθώς ο επισκέπτης «ανυψώνεται», μπαίνει στη θέση του «ηδονοβλεψία» της πόλης, αλλά η εικόνα που λαμβάνει είναι μερική, όντας αποστασιοποιημένη από «την επήρεια της πόλης» (Ντε Σερτώ, 2010: 244-5).

Παράλληλα, με την ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων, τα φαρδιά πεζοδρόμια και τον πεζόδρομο της Δ. Αρεοπαγίτου, το πράσινο στον Εθνικό Κήπο και την περιορισμένη κατοίκηση, η διαδρομή της περιήγησης παρουσιάζει μια εικόνα ευταξίας και ασφάλειας, δημιουργώντας έναν εξιδανικευμένο δημόσιο χώρο, χωρίς εντάσεις, και «ένα τοπίο συλλογικής κατανάλωσης υψηλών προδιαγραφών» (Σταυρίδης 2010: 68). Κάποιοι από το κοινό δήλωσαν έκπληκτοι από την εικόνα της Αθήνας, την οποία χαρακτήρισαν ως «πολύ καθαρή» και ότι «δε δείχνει σαν πόλη που περνάει 'κρίση'». Από την άλλη πλευρά, ό,τι ξεφεύγει από αυτή την «περιποιημένη» και «ήσυχη» εικόνα, όπως για παράδειγμα τα γκράφιτι, μια διαδήλωση, οι κλούβες της αστυνομίας, τα αδέσποτα ζώα, ακόμα και οι μοτοσικλετιστές χωρίς κράνος, έγιναν «αξιοθέατα» στα μάτια των τουριστών που ρώτησαν σχετικά την ξεναγό. Επομένως ορισμένα στοιχεία της καθημερινότητας της πόλης εισήλθαν στην περιήγηση μέσω του ενδιαφέροντος

των επισκεπτών, παρά το ό,τι δε συμπεριλαμβάνονταν εξ αρχής στην αφήγηση της ξεναγού.

II. Athens Food Tour

Η περιήγηση Athens Food Tour, διαρκεί περίπου τρεισήμισι ώρες. Πρόκειται για μια «βιωματική» ξενάγηση με θέμα το φαγητό που καταναλώνουν οι Αθηναίοι και απευθύνεται κυρίως σε ξένους τουρίστες. Διοργανώνεται εδώ και εννέα χρόνια από ένα συγκεκριμένο τουριστικό γραφείο, ενώ περιηγήσεις με θέμα το φαγητό προσφέρονται και από διάφορα άλλα γραφεία και «ντόπιους». Η Χριστίνα, επαγγελματίας ξεναγός με εμπειρία εικοσιοκτώ χρόνων και συνιδιοκτήτρια της εταιρίας, ανέλαβε να ξεναγήσει εμένα και έντεκα τουρίστες. Η αφητηρία βρίσκεται έξω από το σταθμό «Πανεπιστήμιο» στην Κοραή, όπου οι συμμετέχοντες συναντούμε την ξεναγό, και την ακολουθούμε σε μια διαδρομή που κινείται στο «εμπορικό» κομμάτι του κέντρου της πόλης - με άξονες τις οδούς Σταδίου, Αιόλου, Αθηνάς, Ευριπίδου - και την περιοχή του Ψυρρή.

Μετά από μια σύντομη γνωριμία και εισαγωγή σχετικά με το φαγητό και την ιστορία του, καθώς και παροχή οδηγιών, η επόμενη στάση γίνεται στην οδό Σταδίου, όπου οι τουρίστες δοκιμάζουν κουλούρι από υπαίθριο πωλητή. Ακολουθεί μια στάση στην εκκλησία των Αγίων Θεοδώρων, όπου γίνεται αναφορά σε θρησκευτικά ζητήματα. Έπειτα, οι περιηγούμενοι δοκιμάζουν λουκουμάδες στην οδό Αιόλου και στη συνέχεια κάνουν ένα πέρασμα μέσα από τη Βαρβάκειο Αγορά, παρατηρώντας και φωτογραφίζοντας τα κρέατα και τα ψαρικά. Βγαίνοντας στην οδό Αθηνάς, η ξεναγός δείχνει και μιλά σχετικά με τα καρυκεύματα και τα βότανα δίπλα σε ένα υπαίθριο κατάστημα στον εξωτερικό τοίχο της Αγοράς. Λίγο πιο κάτω παρουσιάζεται μια βιτρίνα καταστήματος όπου πωλούνται κόλλυβα. Η επόμενη στάση γίνεται μέσα σε κατάστημα στην οδό Αθηνάς όπου πωλούνται τοπικά προϊόντα. Οι τουρίστες γεύονται μια ποικιλία αυτών, όπως ελαιόλαδο, ελιές, φέτα, μαστίχα, μέλι, γιαούρτι, γλυκό του κουταλιού κτλ. και έχουν την ευκαιρία, αν το θελήσουν, να αγοράσουν κάποια προϊόντα. Η εξήγηση λαμβάνει χώρα με τη βοήθεια ενός χάρτη της Ελλάδας, όπου υποδεικνύεται η προέλευση των προϊόντων και εξηγείται η γεωγραφία της χώρας. Στη συνέχεια, δοκιμάζουν φρούτα εποχής και χαλβά στην αγορά φρούτων και λαχανικών, για να περάσουν στη συνέχεια στη δοκιμή παστουρμά σε ένα κατάστημα επί της οδού Ευριπίδου. Έπειτα κατευθύνονται στην περιοχή του Ψυρρή, όπου γεύονται μπουγάτσα και σπανακόπιτα, ενώ παρακολουθούν τον τεχνίτη που ανοίγει το φύλλο. Η τελευταία

στάση πραγματοποιείται στην ίδια περιοχή, όπου τρώνε σουβλάκι ή κάποιο λαδερό φαγητό σε ταβέρνα, με μπακλαβά ως επιδόρπιο, το οποίο αγοράζει η ξεναγός από παρακείμενο κατάστημα με γλυκά.

Η περιήγηση αυτή θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι προβάλλει «εναλλακτικά» αξιοθέατα σε σχέση με το «Walking tour» όπου το εθνικό αφήγημα και η έμφαση στη δυτικότητα παίζουν τον κυρίαρχο λόγο. Εδώ, θα μπορούσε να πει κανείς, περνάμε από τη σφαίρα του φαντασιακού, του παρελθοντικού, του πλασματικού και του καθαρού στον πραγματικό, υβριδικό, καθημερινό και βρώμικο/βρώσιμο κόσμο. Στο «Food Tour», το θέαμα και το ακρόαμα συντονίζονται περισσότερο με την όσφρηση και τη γεύση, αισθήσεις που λόγω της θεματικής της περιήγησης έρχονται σε πρώτο πλάνο. Το φαγητό γίνεται το όχημα για να «μεταφραστούν» οι πολιτισμικές και ιστορικές εκφάνσεις της σύγχρονης αστικής κουλτούρας, που αποτελεί το κεντρικό αφήγημα της περιήγησης. Οι λόγοι για το εξωτικό, το πολυπολιτισμικό, το υγιεινό συνεπικουρούν στην ανάδειξη του φαγητού ως αξιοθέατο.

Όπως υποστηρίζει η K. Collins (2015), τις τελευταίες δεκαετίες το φαγητό και η μαγειρική έγιναν «της μόδας»: τα μέσα μαζικής επικοινωνίας συνεχώς προβάλλουν άρθρα και εκπομπές μαγειρικής και γαστρονομίας, ενώ δεν είναι λίγοι αυτοί που δεν παραλείπουν να δημοσιεύσουν φωτογραφίες του πιάτου που έχουν παραγγείλει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή που αναρτούν γαστριμαργικά ιστολόγια. Η τροφή, δεν προβάλλεται απλά σαν την ικανοποίηση μιας ανάγκης ή η μαγειρική ως μια τέχνη, αλλά αντικατοπτρίζει την επιθυμία για κατανάλωση (ό.π.:286). Η τάση αυτή εκπροσωπείται πιστά από τους «foodies», όρος που περιγράφει τους εραστές του καλού φαγητού και της μαγειρικής, που ενδιαφέρονται να αποκτήσουν γνώσεις και τα δοκιμάσουν όλες τις γεύσεις και τα καλύτερα προϊόντα που έχει να προσφέρει κάθε τόπος (ό.π.:271-2,280). Σύμφωνα με τον G. Richards (2002:3), «το φαγητό αποτελεί σημαντική πηγή ταυτότητας στις μεταμοντέρνες κοινωνίες». Οι σύγχρονοι λόγοι αναδεικνύουν το φαγητό στις μέρες μας σε «τρόπο ζωής» (lifestyle) (Collins 2015:288).

Η απόκτηση της τουριστικής εμπειρίας, σε συνδυασμό με τη σύγχρονη λατρεία για το φαγητό καθιστά την τροφή ως «αξιοθέατο», και συντελεί στην ανάπτυξη του «γευσιγνωστικού» τουρισμού (culinary tourism) την τελευταία δεκαετία (Guerron Montero 2015: 291-292). Ως «αξιοθέατο» το φαγητό οφείλει να έχει τα

διαπιστευτήρια της «αυθεντικότητας» (ό.π.:293), εξ' ου και στο Food tour οι επισκέπτες αναζητούν κάτι το διαφορετικό από αυτό που θα βρουν σε ένα ελληνικό εστιατόριο στη χώρα τους ή ακόμα και σε μια τουριστική ταβέρνα στην Πλάκα. Ωστόσο, η ίδια η πρακτική της ξενάγησης μετατοπίζει την αναζήτηση του αυθεντικού σε ένα πιο «θεσμοθετημένο» και συστηματικό πλαίσιο και διευκολύνει τους τουρίστες να διαπραγματευτούν το εξωτικό και το οικείο (ό.π.:305). Η Χριστίνα είχε την ιδέα για μια γαστρονομική περιήγηση, καθώς είχε *«κουραστεί να ακούει τους τουρίστες να την ρωτούν μετά την ξενάγηση στην Ακρόπολη ‘και τώρα που μπορώ να βρω καλή φέτα;’*». Το φαγητό ως ένα από τα βασικά «αξιοθέατα» της περιήγησης είναι και ο λόγος που οι περισσότεροι από το κοινό επιλέγουν να την αγοράσουν, με στόχο *«να γευτούν κάτι διαφορετικό από μουςακά και γύρο»* ή *«δοκιμάσουν ελαιόλαδο»*. Όπως σημειώνει η C. Guerron Montero, *«το φαγητό είναι ένα πολυδιάστατο πολιτισμικό αντικείμενο, ικανό να συνδέσει θέματα σχετικά με τον τόπο και την ταυτότητα, το υλικό και το συμβολικό, και να θέτει όρια μεταξύ του «εμείς» και του «άλλοι»* (2015: 291). Στο τουριστικό πλαίσιο, το να δοκιμάζει κανείς την κουζίνα της χώρας που επισκέπτεται δεν είναι βέβαια κάτι καινούριο, αλλά αποτελεί μέρος της «τουριστικής εμπειρίας» (ό.π.). Η πρακτική αυτή βασίζεται στην επιθυμία να γνωρίσουμε το «άλλο» - στη συγκεκριμένη περίπτωση ενσωματώνοντάς το - και είναι ένας τρόπος κατανάλωσης του εξωτισμού (ό.π.).

Κατά τη διάρκεια των στάσεων, η Χριστίνα μετέδωσε πληροφορίες σχετικά με το φαγητό, αλλά και ανέλυσε σύντομα, με αφορμή τα προϊόντα ή το εκάστοτε θέαμα, θέματα που έχουν σχέση με την ιστορία και τη γεωγραφία του ελληνικού χώρου και κυρίως με την καθημερινότητα, την αστική κουλτούρα και τη νοοτροπία των κατοίκων της Αθήνας. Οι πληροφορίες για την καθημερινή ζωή δόθηκαν με αρκετά στερεοτυπικό τρόπο και συμπεριέλαβαν, μεταξύ άλλων, το τί ώρα τρώνε οι Έλληνες, πώς μαγειρεύουν, πώς πίνουν αλκοόλ, τί τελετές κάνουν μετά την κηδεία, πώς ψωνίζουν κτλ., για παράδειγμα *«το συνηθισμένο ελληνικό πρωινό είναι καφές και τσιγάρο»*. Η αστική κουλτούρα της Αθήνας παρουσιάστηκε κατά βάση ως ενιαία, αν και η ξεναγός ορισμένες φορές επισήμανε διαφοροποιήσεις στην καταναλωτική συμπεριφορά των κατοίκων. Οι ιστορικές πληροφορίες είχαν ευρεία χρονολογική γκάμα, αλλά επικεντρώθηκαν σε αναφορές στη «νεότερη» ιστορία. Η βυζαντινή και χριστιανική ιστορία ήρθε επίσης στο προσκήνιο. Ήδη από την εισαγωγή της ξενάγησης, η Χριστίνα αναφέρθηκε στην Οθωμανική περίοδο και στο γιατί υπάρχουν τα ίδια φαγητά στις δύο

πλευρές του Αιγαίου, αλλά και γενικότερα στη Μέση Ανατολή. Η ξεναγός συχνά έκανε λόγο σχετικά με την προέλευση της συνταγής ή των συστατικών της χρονικά και τοπικά. Πχ. *«οι λουκουμάδες υπήρχαν από την αρχαιότητα στην Ελλάδα και λέγονταν μελόπιτες. Όμως η λέξη έχει αραβική προέλευση και σημαίνει μπουκιά»* ή, *«ο μουσακάς είναι πολύ πρόσφατη συνταγή αφού συνδυάζει υλικά όπως τη ντομάτα και την πατάτα που ήρθαν από την Αμερική με τη γαλλική μπεσαμέλ, αλλά η βασική ιδέα ήρθε από την Περσία»*. Οι παρατηρήσεις αυτές τονίζουν την υβριδικότητα στη δημιουργία των συνταγών, και η Χριστίνα επισήμανε στους τουρίστες ότι πολλά από αυτά που τρώνε εδώ βρίσκονται σε παραλλαγές στην Ανατολική Μεσόγειο και τη Μέση Ανατολή, και *«δεν έχει νόημα να τα χαρακτηρίζουμε ως μόνο ‘ελληνικά’ ή ‘τουρκικά’»*. Η Χριστίνα παρουσίασε μιαν άλλη εκδοχή για την ταυτότητα των Ελλήνων που διαφέρει από το αφήγημα της «δυτικότητας» (*«οι Έλληνες θα νιώσουν πιο άνετα σε ένα τραπέζι με Ισραηλινούς, Τούρκους ή Άραβες, παρά με Γερμανούς»*), και έκανε λόγο με το δικό της τρόπο για το δυισμό μεταξύ «ελληνικότητας» και «ρωμιοσύνης» (Herzfeld 1998), λέγοντας ότι *«οι Έλληνες δεν ανήκουν πουθενά, είναι δυτικοί για την Ανατολή και ανατολίτες για τη Δύση»*. Αυτή η ερμηνεία έδωσε ένα διαφορετικό τόνο στη διαπραγμάτευση των ταυτοτήτων και τη σχέση των τουριστών με την ελληνική ετερότητα, η οποία μπορεί και να βρίσκει αντίστιξη σε οριενταλιστικούς και οξιντενταλιστικούς λόγους.

Το τμήμα της πόλης όπου λαμβάνει χώρα η περιήγηση είναι μια περιοχή του «ιστορικού κέντρου», αλλά βρίσκεται στην περιφέρεια της τουριστικής «φουσαλίδας». Πρόκειται αφενός για μια περιοχή που ανήκει στην καρδιά της Αθήνας ως νεωτερικής πρωτεύουσας του ελληνικού κράτους, αφετέρου όμως στη διαδρομή της συγκεκριμένης περιήγησης δεν υπάρχουν εμφανή στοιχεία από την κλασική αρχαιότητα. Έτσι, το ενδιαφέρον ιστορικά μετατοπίζεται από τον «χρυσό αιώνα» στην πιο πρόσφατη ιστορία της Αθήνας, χωρίς όμως η αρχαιότητα να λείπει εντελώς από την αφήγηση, αλλά να επανέρχεται περιστασιακά μέσα από το λόγο της ξεναγού. Όπως προαναφέρθηκε, η ιστορία της κουζίνας και των τροφών φέρνει την αφήγηση πιο κοντά στη νεώτερη ιστορία και πολιτισμικά στο χώρο της Ανατολής. Η «αγορά», σαν τόπος και οικονομική δραστηριότητα γίνεται το επίκεντρο της προσοχής στην περιήγηση, ένα ακόμη «εξωτικό» αξιοθέατο από μόνη της, όπου οι τουρίστες παρατηρούν τον τρόπο που ο «άλλος» πωλεί και αγοράζει. Το Food tour παρουσιάζει τη σύγχρονη, «καθημερινή» πόλη μέσα από ένα «ευχάριστο» φίλτρο, που βρίσκει αντιστοιχίες με τη

φιλοαστική αντίληψη για τη γοητεία και τον περιπετειώδη χαρακτήρα της πόλης (Park & Burgess 1925). Η ξενάγηση αυτή περιδιαβαίνει σε χώρους όπου μπορεί κανείς να νιώσει την υπερδιέγερση που προκαλεί «η σκηνή του δρόμου, η απρόβλεπτη συνάντηση, η παρουσία του πλήθους και ο αισθητικός αντίκτυπος των θεαμάτων και των ήχων της αστικής σφαίρας» (Jaguaribe 2007:102). Η πόλη παρουσιάζεται ακόμη ως ο κατεξοχήν τόπος κατανάλωσης της εγχώριας και εισαγόμενης παραγωγής, όπου ο τουρίστας, ως άλλος flaneur, περιεργάζεται τα αγαθά και μαγεύεται από την πληθώρα τους και τον τρόπο που εκτίθενται.

Η εικόνα της αφθονίας των τροφών, αλλά και το συνονθύλευμα των άλλων προϊόντων που ξεχειλίζουν στους πάγκους των καταστημάτων, συμπληρώθηκε από την αφήγηση της ξεναγού, η οποία αναφέρθηκε στη μικρή επιχειρηματικότητα, αλλά και στην παρούσα «κρίση». Η περιοχή της αγοράς, είναι ένας τόπος όπου συχνάζουν περισσότερο ντόπιοι παρά τουρίστες. Οι σύγχρονοι κάτοικοι της Αθήνας, - πωλητές, αγοραστές, θαμώνες, ο τεχνίτης που ανοίγει φύλλο - περιλαμβάνονται κι αυτοί στα «αξιοθέατα», και κάποιοι τουρίστες τους φωτογράφησαν. Παρά το ότι η περιήγηση αυτή έφερε τους τουρίστες κοντά στο να έχουν μια εμπειρία του καθημερινού ρυθμού της πόλης, ιδίως περνώντας μέσα από τη Βαρβάκειο αγορά (όπου και τράβηξαν τις περισσότερες φωτογραφίες), οι τουρίστες είχαν ελάχιστη έως καθόλου επικοινωνία με άλλους Αθηναίους πέραν της ξεναγού. Ωστόσο, έδειχναν να απολαμβάνουν τις τροφές που δοκίμαζαν και πολλοί δήλωσαν ότι θα ξαναπεράσουν από την περιοχή όπου έγινε η περιήγηση. Κάποιοι εντόπισαν και ανέδειξαν τα δικά τους αξιοθέατα, όπως για παράδειγμα ένας Καναδός τουρίστας, ο Steve, που εξεπλάγη βλέποντας μια κληματαριά να ενώνει τις δύο πλευρές ενός δρόμου στου Ψυρρή, σχολιάζοντας ότι *«κάτι τέτοιο δε θα επιτρεπόταν ποτέ στη χώρα του»*.

III. Αθέατες Διαδρομές

Η περιήγηση της «Σχεδιάς»,³⁰ του «περιοδικού δρόμου» της Αθήνας, ξεκινά από τα γραφεία του περιοδικού στην οδό Φαβιέρου και διαρκεί δύο με τρεις ώρες και

³⁰ Η περιήγηση οργανώνεται από τη διεύθυνση του περιοδικού, το οποίο ανήκει σε μια Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία (ΜΚΟ), στο πρότυπο ανάλογων περιηγήσεων του εξωτερικού και σε συνεργασία με τους οδηγούς που συμμετέχουν (Αλεφαντής 2014). Ως τεχνικοί σύμβουλοι στην οργάνωση των περιηγήσεων και την προετοιμασία και εκπαίδευση των οδηγών συμμετείχαν διπλωματούχοι ξεναγοί και ένας λογοτέχνης, με τους πρώτους να βοηθούν στον καθορισμό της

απευθύνεται σε Έλληνες και τουρίστες³¹. Ακολουθεί μια διαδρομή που «περιλαμβάνει κάποιες από τις σημαντικότερες κοινωνικές δομές του κέντρου της πόλης (συσσίτια, υπνωτήρια, κέντρα απεξάρτησης, κέντρα ημέρας κ.ά.)» (Σχεδία 2015). Αφού οι συμμετέχοντες καταβάλλουν ένα μικρό αντίτιμο και πριν βγουν στο δρόμο, ο διευθυντής σύνταξης του περιοδικού μιλά στο κοινό σχετικά με τις δράσεις του περιοδικού, όπως και για την ιδέα και τους στόχους της περιήγησης, και έπειτα παρουσιάζει τους τρεις οδηγούς, τον Χρήστο, το Λάμπρο και τον Γιάννη, πωλητές της «Σχεδίας». Ένας από αυτούς αναλαμβάνει να οδηγήσει την ομάδα, ενώ οι άλλοι δύο ακολουθούν και συμμετέχουν. Στη συνέχεια ο οδηγός μας συστήνεται, και δίνει οδηγίες για τη διαδικασία και την ασφάλειά μας κατά τη διάρκεια της περιήγησης. Επισημαίνεται ότι η φωτογράφιση επιτρέπεται μόνο μεταξύ της ομάδας και δεν θα πραγματοποιηθούν επισκέψεις στο εσωτερικό των κοινωνικών δομών, οι οποίες θα προσεγγίζονται από απόσταση.

Η ομάδα αναχωρεί από τα γραφεία του περιοδικού και σταματά στην οδό Μάρνη, όπου ο οδηγός μας δείχνει το ξενοδοχείο «Ιονίς» που έχει μετατραπεί σε ξενώνα για αστέγους. Λίγο παρακάτω σταματάμε στην πλατεία Βάθη, κοντά σε ορισμένες δομές του OKANA, όπου η ενημέρωση αφορά στα ναρκωτικά και στις δομές για απεξάρτηση. Στη συνέχεια περπατώντας στην οδό Σωκράτους συναντούμε το παλιό Εφετείο Κακουρημάτων και ο οδηγός μας αφηγείται προσωπικές του εμπειρίες με αφορμή το κτίριο αυτό. Ο επόμενος σταθμός γίνεται στο Εθνικό Θέατρο, όπου επισημαίνεται από τον οδηγό ο ρόλος του θεάτρου στη διαδικασία απεξάρτησης από τα ναρκωτικά και στη συνέχεια κατευθυνόμαστε προς την οδό Δεληγιώργη, κοντά στα γραφεία της ΜΚΟ PRAXIS. Η επόμενη στάση πραγματοποιείται απέναντι από το Κέντρο Υποδοχής και Αλληλεγγύης Δήμου Αθηναίων στην Πειραιώς όπου γίνονται συσσίτια, και εκεί γίνεται επίσης αναφορά σχετικά με το παράρτημά των Γιατρών του Κόσμου στη Σοφοκλέους και άλλες κοντινές δομές, όπως το Κοινωνικό Παντοπωλείο και ένας ξενώνας για οικογένειες. Η περιήγηση καταλήγει απέναντι από τη Βαρβάκειο Αγορά όπου γίνεται αναφορά στο «Συν Αθηνά» και ακολουθεί γενικότερη συζήτηση

διαδρομής και να προσφέρουν εγκυκλοπαιδικές και πρακτικές γνώσεις, και τον δε να συνεισφέρει στην υποστήριξη της προσωπικής αφήγησης των οδηγών (Σχεδία 2015).

³¹ Στις περιηγήσεις της «Σχεδίας» που παρακολούθησα δεν έτυχε να συμμετέχουν ξένοι τουρίστες. Σε τέτοια περίπτωση, κάποιος αναλαμβάνει να μεταφράσει στα αγγλικά, καθώς οι οδηγοί εξηγούν στα ελληνικά.

και, με την παρότρυνση του οδηγού, κριτική της όλης προσπάθειας. Καθ' όλη τη διάρκεια της περιήγησης οι οδηγοί μοιράζονται με το κοινό προσωπικές τους εμπειρίες, που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με τις δομές που παρουσιάζουν. Κάθε οδηγός εξηγεί το γιατί αντιμετωπίζει πρόβλημα απώλειας στέγης ή επισφαλούς κατοικίας και εξιστορεί συμβάντα από το παρελθόν του, που συχνά αφορούν σε χρήση ναρκωτικών ή άλλα προβλήματα που αντιμετώπισε, καθώς και το πώς προσπαθεί να δώσει λύσεις σε αυτά. Οι περιηγούμενοι συμμετέχουν κάνοντας ερωτήσεις και συζητώντας προσωπικά με τον οδηγό από τη μία στάση στην άλλη.

Θα μπορούσαμε να εντάξουμε τις Αθέατες Διαδρομές στο πλαίσιο του «slum tourism», της νέας τάσης να πραγματοποιούνται περιηγήσεις σε φτωχογειτονιές ή παραγκουπόλεις. Συνήθως οι περιηγήσεις αυτές οργανώνονται χωρίς να αποβλέπουν στο οικονομικό κέρδος, αλλά έχουν ως στόχο την ενημέρωση για την κατάσταση που επικρατεί και την απάλυνση της ισχνής οικονομικής κατάστασης των ανθρώπων που ζουν εκεί (Frenzel & Blakeman 2015:89). Η περιήγηση της «Σχεδιάς» οργανώνεται ως μια πρωτοβουλία για την συνειδητοποίηση και αντιμετώπιση προβλημάτων σε μια σύγχρονη μεγαλούπολη, καθώς και για εκείνα που επέφερε η «οικονομική κρίση» στην Ελλάδα. Όπως δηλώνουν οι οδηγοί, ένας από τους κυριότερους στόχους της περιήγησης «Αθέατες Διαδρομές» είναι η πληροφόρηση του κοινού όσον αφορά στους αστέγους, μια ευρεία και συνεχώς αυξανόμενη κατηγορία κατοίκων, και στις δομές (κρατικές, δημοτικές, από μη κυβερνητικές οργανώσεις κ.ο.κ.) στην Αθήνα, που τους υποστηρίζουν. Η αναφορά σε αυτές τις δομές έχει ως στόχο να ευαισθητοποιήσει το κοινό σχετικά με το πρόβλημα της απώλειας στέγης και να κινητοποιήσει όποιον ενδιαφέρεται να προσφέρει εθελοντική εργασία. Ένας δεύτερος στόχος είναι η ενημέρωση, ώστε να γνωρίζουν οι συμμετέχοντες - που είναι κατά βάση πολίτες της Αθήνας - πού να απευθυνθούν αν αντιμετωπίσουν οι ίδιοι ή κάποιος άλλος στο περιβάλλον τους πρόβλημα εξάρτησης, επισφαλούς κατοικίας, κτλ. Όπως δήλωσε ο Γιάννης «έστω κι ένας να βοηθηθεί είναι μια επιτυχία». Ωστόσο, όπως αναφέρεται στην περιγραφή των περιηγήσεων στο διαδίκτυο, ο «βασικός στόχος των περιηγήσεων είναι να ενεργοποιήσουν τον ίδιο τον άνθρωπο-οδηγό. Να δημιουργήσουν νέες ευκαιρίες να υποστηρίξει τον εαυτό του, να εκπαιδευτεί, να κάνει ένα ακόμη βήμα προς την κοινωνική (επαν)ένταξη» (Σχεδιά 2015).

Η νεωτερικότητα δημιουργεί, κατά τον Bauman, «απόβλητους» ανθρώπους, τους οποίους οι υπόλοιποι αποφεύγουν να λαμβάνουν υπόψη, «όπως ακριβώς δεν κάνουμε

βόλτες στις ύποπτες συνοικίες, στους κακόφημους δρόμους, στα αστικά γκέτο» (2005: 49). Η πρόθεση ανάδειξης μιας βιωμένης «πραγματικότητας» φανερώνει ότι η περιήγηση της «Σχεδίας» ενσωματώνει τη θεώρηση για τον πολιτισμό με την ευρύτερη ανθρωπολογική πληθυντική έννοια του πολιτισμού ως culture(s), που περιλαμβάνει στον ορισμό του όλες τις εκφάνσεις της κοινωνικής ζωής «σε κάθε διαφορετική συνάφεια» (Γκέφου-Μαδιανού 2010: 44-45). Στην περιήγηση της «Σχεδίας» δεν έχουμε «αξιοθέατα» με τη συνήθη έννοια του όρου, αλλά μια από τις «αθέατες» ή «αόρατες» πλευρές της Αθήνας, που οι διοργανωτές και οι οδηγοί επιχειρούν να μας αποκαλύψουν, με στόχο, όπως ισχυρίζεται ο διευθυντής σύνταξης του περιοδικού, «να φτάσουμε στην αλήθεια» (Αλεφαντής 2014). Τα «αξιοθέατα» σε αυτήν την περιήγηση δεν περιορίζονται στις κοινωνικές δομές για τις οποίες γίνεται λόγος, και που σε μεγάλο βαθμό παραμένουν «αθέατες», καθώς - για λόγους σεβασμού της αξιοπρέπειας των χρηστών τους - δεν αποτελούν χώρους ομαδικής επίσκεψης από τους συμμετέχοντες στην περιήγηση. Η απαγόρευση εισόδου και φωτογράφισης των δομών κατά τη διάρκεια της ξενάγησης απαλύνει την ηθική ανησυχία των επισκεπτών και των οργανωτών ότι συμμετέχουν σε μια δράση που εμπορευματοποιεί τη φτώχεια ή επιτρέπει ένα ηδονοβλεπτικό βλέμμα προς αυτήν (Frenzel & Blakeman 2015: 87).

Παράλληλα με τις δομές, αυτές που αναδεικνύονται σε «αξιοθέατο» - μέσα από τη συνάντηση οδηγών, χώρου και κοινού - είναι οι όψεις και οι παραλλαγές των θεωρούμενων περιθωριακών και εξ' αυτού «αθέατων» ταυτοτήτων, που διεκδικούν ζωτικό πολιτικό χώρο στο κοινωνικό σώμα και στον κοινωνικό ιστό: αναφέρομαι στην στιγματισμένη από τον κυρίαρχο λόγο κοινωνική ταυτότητα του «άστεγου», καθώς και στην ταυτότητα της περιοχής της πρωτεύουσας που ζει και κυκλοφορεί. Οι ταυτότητες-ετερότητες αυτές, ωστόσο, καθορίζονται, αλληλοδιαπλέκονται και στη συνέχεια αλληλεπιδρούν, έστω και περιφερειακά, με το ηγεμονικό κοινωνικό, πολιτισμικό και εθνικό «εμείς», που τις «εκτοπίζει» ως «άλλες». Το γεγονός αυτό γίνεται φανερό μέσα από τον τρόπο που νοηματοδοτούν, περιγράφουν και αναπαριστούν τον εαυτό και τη ζωή τους οι οδηγοί των «Αθέατων Διαδρομών».

Σύμφωνα με τον E.Goffman, τα μέλη των κοινωνιών «παρατηρούνται, κρίνονται, αξιολογούνται και κατατάσσονται σε ιεραρχικές βαθμίδες σύμφωνα με το βαθμό απόκλισής τους από τα εκάστοτε κανονιστικά πρότυπα και τις απορρέουσες από αυτά κοινωνικές προβλέψεις και προσδοκίες» (2001:13-14). Μέσα από αυτό το πρίσμα, η κοινωνική ταυτότητα που αποδίδεται στους άστεγους ως σύνολο επιβάλλεται από το

κυρίαρχο σύστημα ταξινόμησης, μέσω «σχέσεων ιεραρχίας, εξουσίας και διαστρωμάτωσης» (Γκέφου-Μαδιανού, 2006: 49-50). Σε αυτό το πολιτικό πλαίσιο, οι οδηγοί των «Αθέατων Διαδρομών» «ενσαρκώνουν» και δίνουν μορφή σε ένα «κοινωνικά περιθωριακό» που βρίσκεται σε διαδικασία επανένταξης, και κατά συνέπεια ελαχιστοποιούνται οι συνδηλώσεις επικινδυνότητας που συνήθως φέρει. Υπό αυτή την έννοια, ο Χρήστος, ο Λάμπρος και ο Γιάννης είναι για το κοινό των περιηγήσεων αυτών «άξιοι θέασης», δηλαδή αποτελούν για το κοινό μια ευκαιρία να έρθουν σε επαφή και να συζητηθούν με κάποιους από τους «άλλους» της πόλης, οι οποίοι δεν απειλούν την κατεστημένη κοινωνική τάξη, αν και ενίοτε την αμφισβητούν. Συνακόλουθα, η περιήγηση της «Σχεδιάς» θα μπορούσε να προσεγγιστεί σαν μέρος μιας διαδικασίας διαπραγμάτευσης ταυτοτήτων και ετεροτήτων, όπου λαμβάνουν χώρα δι-υποκειμενικές επιτελέσεις³². Οι «άλλοι» της πόλης αποκτούν σώμα και φωνή, και διαπραγματεύονται μαζί με τους περιηγούμενους το ενδιάμεσο διάστημα που υπάρχει μεταξύ ταυτότητας και ετερότητας. Μέσα από τη διαδικασία αυτή, οι περιηγούμενοι μπορεί να συνειδητοποιήσουν ότι είναι και οι ίδιοι εν δυνάμει «*hominī sacri*» (Agamben, 2005:195) ή να νοηματοδοτήσουν εκ νέου την εικόνα που έχουν για τους άστεγους της πόλης. Χαρακτηριστικά, όταν ρώτησα δυο από τις περιηγούμενες τί τους έκανε περισσότερη εντύπωση σε αυτή την περιήγηση, ανέφεραν τους ίδιους τους οδηγούς και το «*πόσο αξιοπρεπείς είναι*» - ίσως με μια δόση έκπληξης. Οι οδηγοί, τόσο προσωπικά, όσο και ως εκπρόσωποι άλλων που ζουν σε παρόμοιες κοινωνικές συνθήκες, παύουν να είναι «αθέατοι» και αποκτούν την ορατότητα που είναι απαραίτητη για να πάρουν μέρος στο δημόσιο λόγο.

Σε αυτή τη διαλογική διαδικασία ο χώρος διαδραματίζει βασικό ρόλο. Οι Αθέατες Διαδρομές» μας εισάγουν σε μια διαφορετική «ηθική ζώνη» (Park & Burgess 1925) και προτάσσουν μιαν άλλη, πιο δυσοίωνη, όψη της αστικότητας. Η διαδρομή αυτής της περιήγησης λαμβάνει χώρα δίπλα σε αυτή του Food tour (σε ορισμένα σημεία μάλιστα συμπίπτει), όμως εδώ η πόλη παρουσιάζεται ως ο τόπος όπου εκδηλώνονται οι περιθωριοποιητικές συνέπειες του ύστερου καπιταλισμού. Η περιήγηση σε συνδυασμό με την αφήγηση προκαλούν ένα «σοκ του πραγματικού» που αποσταθεροποιεί τις εξιδανικευμένες εικόνες της πόλης (Jaguaribe 2007:101-102). Ως άλλο «αξιοθέατο»

³²Σύμφωνα με την ανάγνωση της Γκέφου-Μαδιανού (2006:44), ο Taylor στο «The Person» (1985) υποστηρίζει ότι «η συνείδηση του εαυτού και των άλλων επιτυγχάνεται δι-υποκειμενικά, ερμηνεύοντας κοινές εμπειρίες και ή την «έκφραση» των εμπειριών αυτών μέσα από αναπαραστάσεις, επιτελέσεις και κείμενα».

των «Αθέατων Διαδρομών», η περιοχή της Αθήνας που λαμβάνει χώρα η περιήγηση βρίσκεται στα όρια του «ιστορικού κέντρου» και θεωρείται υποβαθμισμένη, λόγω της «παρουσίας ναρκομανών, άστεγων και μεταναστών». Ο κυρίαρχος λόγος - έτσι όπως αρθρώνεται κυρίως από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και εξυπηρετώντας ποικίλα πολιτικά διακυβεύματα - έχει κατατάξει την περιοχή ως επικίνδυνη, με αποτέλεσμα να παραμένει «αθέατη» για μεγάλο ποσοστό των κατοίκων της πόλης. Ωστόσο, η «σκοτεινή» αυτή πλευρά διαθέτει τη δική της γοητεία, καθώς εξάπτει την περιέργεια (Rojek & Urry 1997:7).

Όπως επιχείρησε να κάνει και ο Benjamin, η περιήγηση αυτή αναλαμβάνει να καταστήσει θεατό το κρυμμένο (Gilloch 1996:8-9) και αναδεικνύει το πως οι δρόμοι της πόλης γίνονται το πεδίο αποκλεισμού των ανεπιθύμητων, μέσω του κοινωνικού ελέγχου και της γραφειοκρατίας (Keith 2000:423). Σύμφωνα με τη D. Stevenson, τα όρια καθορίζουν την ταυτότητα του ατόμου «ως κατόχου ενός αστικού χώρου», καθώς χρησιμοποιούνται «χωρικές αναφορές που εκφράζονται με όρους συμμετοχής και αποκλεισμού» (2007:115). Όπως δήλωσε μια έφηβη συμμετέχουσα στο κοινό, «εξαιτίας της περιήγησης βρέθηκα σε ένα κομμάτι της πόλης που ο πατέρας μου δεν με άφηνε να πλησιάσω». Η Stevenson σημειώνει επίσης ότι «όταν απουσιάζει η προσωπική εμπειρία» η ταυτότητα ενός χώρου ορίζεται σύμφωνα με τις κυρίαρχες αντιλήψεις και τα αρνητικά ή θετικά στερεότυπα (ό.π.: 115-6). Ο de Certeau³³ αντιπαραβάλλει στην «πόλη-ιδέα» την δυναμική «πόλη-εμπειρία» και θεωρεί ότι η χρήση του χώρου υπονομεύει τα κυρίαρχα νοήματα. Η παρουσία των συμμετεχόντων στην περιήγηση επιτελεί μια δράση που επαναδιαμορφώνει μερικώς την ταυτότητα της περιοχής, καθώς έως ένα σημείο ανατρέπει την περιθωριοποίησή της. Επιπλέον, για τον de Certeau το περπάτημα, ως δραστηριότητα και ως μεταφορά, αποτελεί μία τακτική, όπου ο χώρος διεκδικείται και αναπαρίσταται μέσα από τη χρήση (Ντε Σερτώ 2010: 251-4). Αν και η περιήγηση δεν είναι μια καθημερινή πρακτική στην πόλη, ούτε και ιδιοποίηση των πρακτικών των «άλλων» που «διαφεύγει της πειθαρχίας» (ό.π.), το κοινό ενδέχεται μέσω της δράσης του περπατήματος να νοηματοδοτήσει διαφορετικά την περιοχή, αναθεωρώντας ορισμένες από τις αρνητικές προϋδεάσεις που την χαρακτηρίζουν.

³³Σύμφωνα με την ανάγνωση της Stevenson (2007:113-4)

Αντί επιλόγου: Διαπιστώσεις για τη διαμόρφωση του «αξιοθέατου», όπως προκύπτει από την ανάλυση του Walking Tour, του Food Tour και των Αθέατων Διαδρομών.

Όπως αναφέρθηκε εισαγωγικά, το βασικό ερώτημα που έθεσε η μελέτη αυτή ήταν το *πώς διαμορφώνεται το τουριστικό «αξιοθέατο» στην Αθήνα σήμερα*. Η διερεύνηση του ερωτήματος αυτού έγινε μέσα από το παράδειγμα τριών ξεναγούμενων περιηγήσεων διαφορετικού τύπου που πραγματοποιούνται στην πόλη, του Walking Tour, του Food Tour και των «Αθέατων Διαδρομών», και σε σχέση με τις θεωρητικές έννοιες-κλειδιά «νεωτερικότητα - μετανεωτερικότητα», «ταυτότητα - ετερότητα», «πρακτική» «Λόγος» και «πόλη». Συνδυάζοντας τα παραπάνω κατέληξα σε ορισμένες ευρύτερες διαπιστώσεις για τη διαμόρφωση του «αξιοθέατου» στη σύγχρονη Αθήνα, που συνοψίζονται ως εξής:

α. η διαμόρφωση του «αξιοθέατου» συνίσταται σε δύο διαδικασίες: της «ανάδειξης» και της «επιτέλεσης», β. τα αξιοθέατα αντανακλούν «αστικές γεωγραφίες που συγκροτούνται κοινωνικά και φαντασιακά, ενταγμένες στο χωροχρονικό τους πλαίσιο, και γ. το «αξιοθέατο» αποτελεί το αποτέλεσμα μιας συνεχούς διαπραγμάτευσης ταυτοτήτων και ετεροτήτων.

α. Η «ανάδειξη» και η «επιτέλεση» ως διαδικασίες διαμόρφωσης του «αξιοθέατου».

Η διαμόρφωση του «αξιοθέατου» συνίσταται σε δύο διαδικασίες, της «ανάδειξης» και της «επιτέλεσης», που μπορεί να λαμβάνουν χώρα ταυτόχρονα, όμως η δεύτερη συνήθως προϋποθέτει την πρώτη. Σύμφωνα με τις θέσεις του MacCannell και του Rojek για το «αξιοθέατο» που προαναφέρθηκαν, η ανάδειξη του αξιοθέατου αντιστοιχεί στην απόδοση κάποιας ειδικής αξίας σε ένα στοιχείο του αισθητού και του υπαρκτού, μέσω των λόγων, των αφηγημάτων, των ιδεών και των τάσεων της κάθε εποχής και συγκυρίας. Το «αξιοθέατο» αναδεικνύεται περαιτέρω με τη χρήση μέσων και τεχνολογιών που το εγγράφουν στο ατομικό και συλλογικό φαντασιακό.

Η θεώρηση του Benjamin μας διαφωτίζει σχετικά με τους τρόπους κατασκευής «του υπαρκτού ως ένα αντικείμενο αναπαράστασης», που βασίζονται στην κοινωνική κατασκευή του χώρου και της ιστορίας, και διαμεσολαβούνται με ποικίλες δράσεις και τεχνολογίες, οι οποίες έχουν άμεση σχέση με την αφήγηση, τη θέαση και τις αισθήσεις

(Keith 2000:413-415). Τα αξιοθέατα, «υπαρκτά και αντικείμενα της φαντασίας ταυτόχρονα» (ό.π.:414), είναι η απόρροια διάφορων καθεστώτων αναπαράστασης που σχηματίζονται μέσα από Λόγους και πρακτικές. Στο τουριστικό πλαίσιο, οι αφηγήσεις που κατασκευάζουν και αναδεικνύουν τα αξιοθέατα παράγονται, μεταξύ άλλων, και από τις τουριστικές διαφημιστικές καμπάνιες, τα ταξιδιωτικά ιστολόγια, τις ερμηνείες των ξεναγών και τις αναμνήσεις των επισκεπτών.

Η διαμόρφωση του αξιοθέατου λαμβάνει χώρα μέσα από διαδικασίες, όπως αυτή της ξεναγούμενης περιήγησης, όπου κάθε επιτέλεση είναι μοναδική λόγω των διαφορετικών συνθηκών και συμμετεχόντων. Επομένως, θα μπορούσαμε να πούμε ότι το αξιοθέατο «επιτελείται» και η διαμόρφωσή του εξαρτάται και από τη βιωμένη εμπειρία του περιηγούμενου. Σύμφωνα με τη φαινομενολογική προσέγγιση του M. Merleau-Ponty, το ανθρώπινο σώμα λειτουργεί «στον κόσμο, σαν την καρδιά στον οργανισμό: συνεχώς δίνει ζωή στο ορατό θέαμα [...] και δημιουργεί ένα σύστημα με αυτό» (2012:209). Μπορούμε, λοιπόν να πούμε ότι οι περιηγούμενοι «διαβάζουν» με το σώμα και την αντίληψή τους τα αξιοθέατα και τα νοηματοδοτούν σύμφωνα και με τις δικές τους προσλαμβάνουσες. Επιπλέον, σύμφωνα με τη θεώρηση του M. de Certeau, ο περιπατητής κατασκευάζει ένα «αόρατο» σχήμα στην πόλη, που διατηρείται στη μνήμη και στη φαντασία του (ντε Σερτώ 2010: 253-4) και επομένως δημιουργεί τα δικά του προσωπικά «αξιοθέατα» από την παρατήρηση του περιβάλλοντός που βρίσκεται, τα οποία μπορεί και να είναι εντελώς διαφορετικά από αυτά που περιγράφονται στο πρόγραμμα των περιηγήσεων. Η οπτική των τουριστών είναι συχνά αποκαλυπτική για τους ξεναγούς, καθώς βλέπουν την ίδια τους την πόλη και ό,τι θεωρούν «αυτονόητο» μέσα από άλλα μάτια.

β. Η Αθήνα και τα αξιοθέατα των περιηγήσεων στο σύγχρονο πλαίσιο.

Όπως είδαμε προηγουμένως, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια διεύρυνση του τουριστικού «χάρτη» της πρωτεύουσας, στον οποίο καταγράφονται αντικρουόμενες και αλληλοσυμπληρούμενες οπτικές. Το Walking Tour, το Food Tour και οι «Αθέατες Διαδρομές» είναι μέρος αυτού του χάρτη, που αναδεικνύει διαφορετικά «αξιοθέατα» της Αθήνας και διαφορετικές όψεις του αστικού ως «αξιοθέατες». Οι τρεις αυτές περιηγήσεις εστιάζουν σε τρεις διαφορετικές «αστικές γεωγραφίες», που έχουν παραχθεί κοινωνικά και ιστορικά, σε σχέση με πολύπλοκες διαδικασίες που διαπλέκουν το τοπικό με το παγκόσμιο και το κέντρο με την περιφέρεια. Κάθε όψη της

Αθήνας που παρουσιάζεται - η «μνημειακή», η «καθημερινή», η «αόρατη» - αντιστοιχεί σε ορισμένα πρότυπα κοινωνικών δραστηριοτήτων που λαμβάνουν χώρα στο κέντρο της πόλης, και αντανakλά ταυτόχρονα το φαντασιακό των κατοίκων και των επισκεπτών, που νοηματοδοτούν ανάλογα αυτήν την περιοχή. Στο Walking Tour, η «επίσημη» πόλη αναπαράγει νεωτερικούς Λόγους για την «ελληνικότητα», την «ευρωπαϊκότητα» και την «δυτικότητα». Στο Food Tour, «μετανεωτερικοί» Λόγοι πολυπολιτισμικότητας και υβριδικότητας βρίσκουν έκφραση στην «ανεπίσημη» πόλη. Στις «Αθέατες Διαδρομές» παρουσιάζεται η «αθέατη» πόλη των εσωτερικών «άλλων», που συνιστά Αντίλογο στα κυρίαρχα αφηγήματα της παγκοσμιοποίησης και του ύστερου καπιταλισμού. Συνολικά, ένας τουρίστας που θα παρακολουθήσει και τις τρεις περιηγήσεις μπορεί να συσχετίσει την Αθήνα όχι μόνο με την αρχαία της «κληρονομιά», αλλά και με άλλες θεωρήσεις για την ευρωπαϊκή νεωτερική πόλη που, σύμφωνα με τον W. Benjamin, είναι ταυτόχρονα «όμορφη και κτηνώδης» (στο Gilloch 1996:1). Πρέπει να σημειωθεί ωστόσο, ότι παρά τις νεοεμφανιζόμενες «εναλλακτικές» θεάσεις της πόλης, η «κλασική» εικόνα της Αθήνας δε φαίνεται να χάνει την αίγλη της και την απήχηση που έχει στο τουριστικό φαντασιακό.

Τα αξιοθέατα που προβάλλονται στις τρεις περιηγήσεις δε θα μπορούσαν να εντάσσονται στη μία ή την άλλη πλευρά ενός απόλυτου διαχωρισμού μεταξύ μοντέρνου και μεταμοντέρνου, καθώς όπως είδαμε οι έννοιες αυτές συνυπάρχουν στη νοηματοδότηση του «αξιοθέατου». Μπορούμε δηλαδή να δούμε, από τη μία πλευρά, την επαφή με το αξιοθέατο ως έναν τρόπο να αντικειμενικοποιηθεί ο αμφίσημος και ρευστός κόσμος που μας περιβάλλει και να δοθεί ένα νόημα με βάση τους νεωτερικούς ταξινομικούς δυισμούς. Έτσι όλα τα αξιοθέατα αναδεικνύονται και επιτελούνται ως συμβολικές αναπαραστάσεις του «άλλου» ή και του «εαυτού» που δημιουργούν μια αίσθηση σταθερότητας και ασφάλειας. Από την άλλη πλευρά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι, καθώς ο πρόσφατος «μετασηματισμός στις πολιτισμικές και στις πολιτικές-οικονομικές πρακτικές συνδέεται με την εμφάνιση νέων κυρίαρχων τρόπων με τους οποίους βιώνουμε τον χώρο και τον χρόνο» (Harvey 2007:17), τα «νέα» και «εναλλακτικά» αξιοθέατα, ως πολιτισμικά προϊόντα για τη «μεταμοντέρνα» τουριστική κατανάλωση, προτάσσουν Λόγους περί υβριδικότητας ή αντιλόγους στην κανονικοποίηση και τα μυθεύματα του ύστερου καπιταλισμού. Παράλληλα, τα ήδη καθιερωμένα αξιοθέατα που αντιπροσωπεύουν επιτεύγματα του Υψηλού Πολιτισμού

μπορεί ακόμα και να λαμβάνουν διαφορετικές και πολλαπλές ερμηνείες, μετέχοντας με αυτόν τον τρόπο της μεταμοντέρνας επανανοηματοδότησης.

γ. Το «αξιοθέατο» ως διαπραγμάτευση της ταυτότητας και της ετερότητας.

Στο Walking Tour, το Food Tour και τις «Αθέατες Διαδρομές» προκύπτει μια δυναμική συν-αφήγηση σε πολλαπλά χωρικά και χρονικά πλαίσια, καθώς και μια συνάντηση πολλών παραγωγών και καταναλωτών της εμπειρίας, του νοήματος και της ερμηνείας, οι οποίοι μέσα από στερεότυπα και προσδοκίες, κατασκευάζουν νέες πραγματικότητες και φαντασιακά. «Η εξουσία για την απόδοση της ταυτότητας», επισημαίνει η Δ. Γκέφου-Μαδιανού (2006:49), «συχνά συνδέεται με το κυρίαρχο σχήμα ταξινόμησης. Η απόδοση κοινωνικής ταυτότητας, δηλαδή, προϋποθέτει την εξουσία να επιβάλλεις την ταυτότητα αυτή, να ονομάσεις τον «Άλλο» σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση της κυρίαρχης ομάδας. Στην πολιτική αυτή διαδικασία ο πολιτισμός παίζει κεντρικό ρόλο καθώς παράγει, κωδικοποιεί και κυκλοφορεί νόημα που διαπλέκεται με όλες τις εκφάνσεις της κοινωνικής, οικονομικής και πολιτικής πραγματικότητας και ουσιοποιεί ταυτότητες και ετερότητες». Στις τρεις περιηγήσεις βλέπουμε να αποτυπώνονται εκφράσεις αυτής της θέσης, καθώς αποτελούν το πεδίο όπου Λόγοι και Αντίλογοι της νεωτερικότητας, ποικίλα «καθεστώτα αναπαράστασης» και διαφορετικές πρακτικές συναντώνται και αντιπαρατίθενται αυξομειώνοντας την απόσταση ανάμεσα στο «εμείς» και οι «άλλοι» κατά περίπτωση. Το «άλλο» παίρνει διάφορες μορφές: άλλη ιστορία, άλλη κουλτούρα, άλλη καθημερινότητα, άλλες γεύσεις, άλλες κοινωνικές τάξεις κ.ο.κ. Τα αξιοθέατα των τριών περιηγήσεων εμπλέκονται σε μια πολυεπίπεδη διαδικασία διαπραγμάτευσης ταυτοτήτων και ετεροτήτων τόσο ως παράγωγα, καθώς θεωρούνται σήματα για το «οικείο» και το «ανοίκιο», όσο και ως παραγωγοί, καθότι επέχουν θέση «οιονεί προσώπων», στο βαθμό που επενδύονται με ιδέες, νοήματα και συναισθήματα από ξεναγούς και περιηγούμενους. Το να «δει» κανείς τα αξιοθέατα, είναι μια ταυτοτική και ετεροποιητική πρακτική που εμπεριέχει διάλογο, αποκλίσεις, αντιφάσεις και αμφισημίες. Επομένως το «αξιοθέατο» δεν είναι μια «ουσία» παγιωμένη στο χώρο και στο χρόνο, αντίθετα εμφανίζεται ως μια ρευστή, δυναμική και αντιφατική έννοια που παίρνει μορφή μέσα από μια σχεσιακή διαδικασία, ως μια εκδήλωση του φαντασιακού, ως ένα σύμβολο που καθιστά δυνατό τον καθορισμό της ετερότητας και ως ενός μέσου για να αναγνωρίσουμε στο «άλλο» στοιχεία του εαυτού. Από τα συμπεράσματα αυτής της μελέτης θα ήθελα να σταθώ ιδιαίτερα στο τελευταίο,

καθώς θεωρώ ότι η διαμόρφωση του «αξιοθέατου», τουριστικού και μη, προκύπτει μέσα από μια σχεσιακή διαδικασία. Με μια φράση, όπως έδειξε η μελέτη αυτή, τα «αξιοθέατα», όπως άλλωστε κάθε αξιολόγηση της εμπειρίας, είναι σχέσεις υπό συνεχή διαπραγμάτευση.

Βιβλιογραφία

- Agamben, Giorgio, 2005, *Homo Sacer. Κυρίαρχη Εξουσία και Γυμνή Ζωή*, μτφ. Π. Τσιαμούρας, Αθήνα: Scripta.
- Appadurai, Arjun, 1986, «Introduction: Commodities and the Politics of Value». Στο A. Appadurai (επιμ.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press, σ. 3-63.
- Ashworth, Gregory J. & Page, Stephen J., 2011, «Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes», *Tourism Management*, v. 32.1, σ. 1-15.
- Ashworth, Gregory J. & Voogd, Henk, 1990, *Selling the city: marketing approaches in public sector urban planning*, London: Belhaven Press
- Barthes, Roland, 1997, «Semiology and the Urban» [1970-71], στο N. Leach (επιμ.), *Rethinking Architecture*, London: Routledge, σ. 158-164.
- Bastea, Eleni, 2000, *The Creation of Modern Athens. Planning the Myth*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bauman, Zygmunt, 2007, *Σπαταλημένες Ζωές. Οι απόβλητοι της Νεοτερικότητας*, [2004], μτφ. Μ. Καρασαρίνης, Αθήνα: Κατάρτι.
- Boorstin, Daniel J., 1964, *The Image: A Guide to Pseudoevents in America*, New York: Harper.
- Bourdieu, P., 2006, *Η Αίσθηση της Πρακτικής*, μτφ. Θ. Παραδέλλης, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
- Bourdieu, Pierre, 2011, *Διάκριση. Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*, μτφ. Κ. Καψαμπέλη, Αθήνα: Πατάκης.
- Bruner, Edward, 1991, «Transformation of Self in Tourism», *Annals of Tourism Research*, 18 (2), σ. 238-250.
- Bruner, Edward, 2005, *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Burke, Peter, 2010, *Πολιτισμικός Υβριδισμός*, μτφ. Ε. Σταματοπούλου, Αθήνα: Μεταίχμιο.
- Burns, Peter M., 1999, *An Introduction to Tourism and Anthropology*, New York: Routledge.
- Butler, Judith, 2009, *Αναταραχή φύλου: Ο φεμινισμός και η ανατροπή της ταυτότητας*, μτφ. Γ. Καραμπελας Αθήνα: Αλεξάνδρεια.

- Crawshaw, Carol & Urry, John, 1997, «Tourism and the photographic eye», στο Chr. Rojek, J. Urry (επιμ.), *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory*, London: Routledge, σ. 176-195.
- Çınar, Alev, 2007, «The Imagined Community as Urban Reality: The Making of Ankara», στο A. Çınar, T. Bender (επιμ.), *Urban Imaginaries. Locating the Modern City*, Minneapolis: University of Minnesota Press, σ. 151-181.
- Çınar, Alev & Bender, Thomas, 2007, «Introduction. The City: Experience, Imagination, and Place», στο A. Çınar, T. Bender (επιμ.), *Urban Imaginaries. Locating the Modern City*, Minneapolis: University of Minnesota Press, σ. xi-xxvi.
- Cohen, Erik, 1988, «Authenticity and Commodization in Tourism», *Annals of Tourism Research* 15 (3):317-378.
- Collins, Kathleen, 2015, «Cooking class: the rise of the “foodie” and the role of mass media», στο Carol Helstosky (επιμ.), *The Routledge History of Food*, New York: Routledge, σ. 70-290.
- Corbin, Alain, 1994, *The lure of the sea. The discovery of the seaside in western world, 1750-1840*, Berkeley: University of California Press.
- Craik, Jennifer, 1997, «The Culture of Tourism», στο Chr. Rojek, J. Urry (επιμ.), *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory*, London: Routledge, σ. 113-136.
- Crang, Mike, 2004, «Cultural Geographies of Tourism Cultural Geographies of Tourism», στο Alan A. Lew, C. Michael Hall & Allan M. Williams (επιμ.), *A Companion to Tourism*, Oxford: Blackwell Publishing, σ.74-84.
- Crouch, David, 2004, « Tourist Practices and Performances», στο Alan A. Lew, C. Michael Hall & Allan M. Williams (επιμ.), *A Companion to Tourism*, Oxford: Blackwell Publishing, σ.85-95.
- Foucault, Michel, 1987, *Εξουσία, Γνώση και Ηθική*, μτφ. Ζ. Σαρίκας, Αθήνα, Ύψιλον.
- Frenzel, Fabian & Blakeman, Stephanie, 2015, «Making slums into attractions: the role of tour guiding in the slum tourism development in Kibera and Dharavi», *Tourism Review International*, vol.19, pp.87-100.
- Galani-Moutafi, Vassiliki, 2000, «The Self and the Other: Traveler, Ethnographer, Tourist?», *Annals of Tourism Research*, τεύχ. 27, No. 1, σ. 203-224.
- Gell, Alfred, 1998, *Art and Agency. An Anthropological Theory*, Oxford: Clarendon Press.

- Gilloch, Graeme, 1996, *Myth and Metropolis. Walter Benjamin and the City*. Cambridge: Polity Press.
- Goffman, Erving, 2001, *Στίγμα. Σημειώσεις για τη διαχείριση της φθαρμένης ταυτότητας*, [1986], μτφ. Δ. Μακρυνιώτη, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
- Greenwood, Davydd, 1982, «Cultural Authenticity», *Cultural Survival Quarterly* 6 (3), σ. 27-28.
- Greenwood, Davydd, 1989, «Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization», στο V. Smith (επιμ.), *Hosts and guests. The anthropology of tourism*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, σ. 129-138.
- Guano, Emanuela, 2015, «Touring the Hidden City: Walking Tour Guides in Deindustrializing Genoa», *City & Society*, 27(2), σ. 160-182.
- Guerron Montero, Carla, 2015, «Tourism, cuisine, and the consumption of culture in the Caribbean», στο Carol Helstosky (επιμ.), *The Routledge History of Food*, New York: Routledge, σ. 291-312.
- Hall, Stuart, Held, David, MacGrew, Antony, 2003, *Η Νεωτερικότητα σήμερα. Οικονομία, Κοινωνία, Πολιτική, Πολιτισμός*, μτφ. Θ. Τσακίρης και Β. Τσακίρης, Αθήνα: Σαββάλας.
- Hall, Stuart, 1997, «The Spectacle of the 'Other'», στο St. Hall (επιμ.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London, Sage Publications, 223-290.
- Hall, Stuart, 2003, «Το Ζήτημα της Πολιτιστικής Ταυτότητας», στο Hall, St., Held, D., MacGrew, Ant., 2003, *Η Νεωτερικότητα σήμερα. Οικονομία, Κοινωνία, Πολιτική, Πολιτισμός*, μεταφρ. Θ. Τσακίρης και Β. Τσακίρης, Αθήνα: Σαββάλας, σ. 401-476.
- Hall, C. Michael, Williams, Allan M. & Lew, Alan A., 2004, «Tourism: Conceptualizations, Institutions, and Issues», στο Alan A. Lew, C. Michael Hall & Allan M. Williams (επιμ.), *A Companion to Tourism*, Oxford: Blackwell Publishing, σ. 3-21.
- Harvey, David, 2007, *Η κατάσταση της μετανεωτερικότητας. Διερεύνηση των απαρχών της πολιτισμικής μεταβολής*, μτφ. Ε. Αστερίου, Αθήνα: Μεταίχμιο.
- Herzfeld, Michael, 1998, *Η Ανθρωπολογία μέσα από τον καθρέφτη. Κριτική εθνογραφία της Ελλάδας και της Ευρώπης*, μτφ. Ρ. Αστρινάκη, Αθήνα: Αλεξάνδρεια.

- Holloway, Christopher J., 1981, «The Guided Tour. A Sociological Approach», *Annals of Tourism Research*, Vol.8 (3), σ. 337-402.
- Jaguaribe, Beatriz, 2007, «Cities without Maps: Favelas and the Aesthetics of Realism», στο A. Çınar, T. Bender (επιμ.), *Urban Imagineries. Locating the Modern City*. Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. 100-120.
- Jenkins, Richard, 1992, *Pierre Bourdieu*, London: Routledge.
- Keith, Michael, 2000, «Walter Benjamin, Urban Studies and the Narratives of City Life», στο Bridge, Gary & Sophie Watson (επιμ.), *Companion to the City*, Oxford: Blackwell Publishing, σ.410-429.
- King, Anthony D., 1990, *Urbanism, colonialism and the world-economy: cultural and spatial foundations of the world urban system*, London: Routledge.
- McCannell, Dean, 1973, «Staged Authenticity: Arrangements of Social Spaces in Tourist Settings». *The American Journal of Sociology*, v. 79(3), σ. 589-603.
- MacCannell, Dean, 1999, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, London: Macmillan.
- MacCannell, Dean, 2011, *The Ethics of Sightseeing*, Berkeley: University of California Press.
- Merleau-Ponty, Maurice, 2012, *The Phenomenology of Perception*, [1945], London: Routledge.
- Oakes, Tim & Minca, Claudio, 2004, «Tourism, Modernity, and Postmodernity», στο Alan A. Lew, C. Michael Hall & Allan M. Williams (επιμ.), *A Companion to Tourism*, Oxford: Blackwell Publishing, σ. 280-290.
- Park, Robert, & Burgess, Ernest W, 1925, *The City. Suggestions for Investigation of Human Behavior in the Urban Environment*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Pasquinelli, Cecilia, 2015, «Urban Tourism(s): Is There a Case for a Paradigm Shift?», *GSSI Cities Working Papers* #14, σ.3-30.
- Richards, Greg, 2002, «Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption?», στο Hjalager A. M. & Richards G (επιμ.), *Tourism and Gastronomy*, London: Routledge.
- Rojek, Chris & Urry, John 1997, « Transformations of Travel and Theory », στο Chr. Rojek, J. Urry (επιμ.), *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory*, London: Routledge, σ. 1-19.

- Rojek, Chris, 1997, «Indexing, dragging and the social construction of Tourist Sights», στο Chr. Rojek, J. Urry (επιμ.), *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory*, London: Routledge, σ. 52-74.
- Said, Edward W., 1996, *Οριενταλισμός*, [1978], μτφ. Φ. Τερζάκης, Αθήνα: Νεφέλη.
- Stevenson, Deborah, 2007, *Πόλεις και Αστικοί Πολιτισμοί*, [2003], μτφ. Ι. Πεντάζου, Αθήνα: Κριτική.
- Taylor, Charles, 1985, «The person», στο M. Carrithers, S. Collins, S. Lukes (επιμ.), *The Category of the Person. Anthropology, Philosophy, History*, Cambridge: Cambridge University Press, σ. 257-281.
- Touloupa, Smaragda, 2010, «Casting Identity in the Cultural Tourism Industry. Greek Tourist Guides in a ‘Mission’ of Heritage Interpretation», *Public Archaeology*, v. 9, No. 1, February 2010, σ. 4–33.
- Urry, John, 1995, *Consuming places*, London & New York: Routledge.
- Urry, John, 2002, *The Tourist Gaze: Leisure and travel in contemporary societies. Theory, Culture and Society*, [1990], London: Sage.
- Uysal, Ülke Evrim, 2015, *Urban Tourism in Istanbul: Urban Regeneration, Mega-events and City Marketing and Branding* (Ph.D. dissertation), Helsinki: Helsinki University Print
- Vainikka, Vilhelmiina, 2013, «Rethinking Mass Tourism», *Tourist Studies* 13(3), σ. 268 -286.
- Widtfelt-Meged, Jane, 2010, *The Guided Tour. A Co-produced Tourism Performance*, Ph.D. Thesis, Department of Environmental, Social and Spatial Changes, Roskilde University, Denmark.
- -
- Αντερσον, Μπένεντικτ, 1997, *Φαντασιακές κοινότητες. Στοχασμοί για τις Απαρχές και τη Διάδοση του Εθνικισμού*, [1983], μτφ. Π. Χατζαρούλα, Αθήνα: Νεφέλη.
- Αλεφαντής, Χρήστος, 2014, «Στο βάθος του δρόμου, η ελπίδα», στο *Σχεδία*, τ.18, Σεπτέμβριος 2014, σ. 20-23.
- Γαλάνη-Μουτάφη, Βασιλική, 1995, «Προσεγγίσεις του Τουρισμού. Το επινοημένο και το ‘αυθεντικό’», *Σύγχρονα Θέματα*, τ.55, 4-1995, σ. 28-39.
- Γαλάνη-Μουτάφη, Βασιλική, 2002, *Έρευνες για τον Τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο. Μια ανθρωπολογική προσέγγιση*, Αθήνα: Προπομπός.
- Γιαλούρη, Ελεάνα, 2010, «Η δυναμική των μνημείων: Αναζητήσεις στο πεδίο της μνήμης και της λήθης», στο Κ. Γιαννακόπουλος, & Γ. Γιαννιτσιώτης (επιμ.),

Αμφισβητούμενοι χώροι στην πόλη. Χωρικές Προσεγγίσεις του Πολιτισμού, Αθήνα: Αλεξάνδρεια, σ.349-380.

Γκέφου-Μαδιανού, Δήμητρα, 2006, «Εννοιολογήσεις του εαυτού και του «Άλλου»: Ζητήματα ταυτότητας στη σύγχρονη ανθρωπολογική θεωρία», στο Δ. Γκέφου-Μαδιανού (επιμ.), *Εαυτός και Άλλος. Εννοιολογήσεις, ταυτότητες και πρακτικές στην Ελλάδα και την Κύπρο*, Αθήνα: Gutenberg, σ.15-110.

Γκέφου-Μαδιανού, Δήμητρα, 2009, «Η ανθρωπολογία στη σκιά του ελληνικού πολιτισμού: η ανάπτυξη μιας επιστήμης στον ακαδημαϊκό χώρο», στο Δ. Γκέφου-Μαδιανού (επιμ.), *Όψεις Ανθρωπολογικής Έρευνας. Πολιτισμός, Ιστορία, Αναπαραστάσεις*, Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα, σ.61-105.

Γκέφου-Μαδιανού, Δήμητρα, 2010, *Πολιτισμός και Εθνογραφία. Από τον Εθνογραφικό Ρεαλισμό στην Πολιτισμική Κριτική*, [1999], Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Ζορμπά, Μυρσίνη, 2014, *Πολιτική του Πολιτισμού. Ευρώπη και Ελλάδα στο δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα*, Αθήνα: Πατάκη.

Καυταντζόγλου, Ρωξάνη, 2010, *Στη Σκιά του Ιερού Βράχου. Τόπος και Μνήμη στα Αναφιώτικα*, Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Ντε Σερτώ, Μισέλ, 2010, *Επινοώντας την Καθημερινή Πρακτική. Η Πολύτροπη Τέχνη του Πράττειν*, [1990], μτφ. Κ. Καψαμπέλη, Αθήνα: Σμίλη.

Σταυρίδης, Σταύρος, 2010, «Οι δρόμοι της μεγαλούπολης ως αμφισβητούμενοι χώροι», στο Κ.Γιαννακόπουλος, Γ.Γιαννιτσιώτης (επιμ.), *Αμφισβητούμενοι χώροι στην πόλη. Χωρικές Προσεγγίσεις του Πολιτισμού*, Αθήνα: Αλεξάνδρεια, σ.59-75.

Σχεδία 2015: *Αόρατες διαδρομές*, <http://www.shedia.gr/diadromes/>, ημ. επίσκεψης 19/1/2015

Φουκώ, Μισέλ, 1978, *Ιστορία της Σεξουαλικότητας, 1. Η δίψα της γνώσης*, μτφ. Γκ. Ροζάκη, Αθήνα: Ράππα.

Φουκώ, Μισελ., 1991, *Η μικροφυσική της εξουσίας*, μτφ. Λ. Τρουλινού, Αθήνα: Ύψιλον

Χαμηλάκης, Γιάννης, 2009, «Μνημειοποίηση του τόπου: Αρχαιολόγοι, φωτογράφοι και η αθηναϊκή Ακρόπολη από τον 18^ο αιώνα έως σήμερα», στο Μάνος Σπυριδάκης (επιμ.), *Μετασχηματισμοί του Χώρου. Κοινωνικές και πολιτισμικές διαστάσεις*, Αθήνα: Νήσος, σ.373-396.

Χαμηλάκης, Γιάννης, 2012, *Το Έθνος και τα Ερείπιά του. Αρχαιότητα, Αρχαιολογία και Εθνικό Φαντασιακό στην Ελλάδα*, μτφ. Ν. Καλαϊτζής, Αθήνα: Εκδόσεις του Εικοστού Πρώτου.